

Von Oliver Frey

Der gesellschaftliche Strukturwandel von einer fordistisch geprägten Industriegesellschaft zu einer postindustriellen Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft stellt die Steuerung urbaner Zusammenhänge durch Stadtplanung vor neue Herausforderungen. Der tiefgreifende gesellschaftliche Strukturwandel seit den 1970er Jahren ist durch eine wechselseitige Verknüpfung von ökonomischen Umstrukturierungen und soziokulturellen Wandlungen der gesellschaftlichen Ordnung gekennzeichnet. Diese neue Einbettung sozialer und ökonomischer Prozesse in lokale oder regionale Räume findet insbesondere in größeren Städten ihren Ausdruck. Dabei spielen Kreativität und Wissen für die Entwicklung von neuen Ideen und Gütern eine herausragende Rolle. Seit den 1990er Jahren ist in der wissenschaftlichen Literatur wieder viel von diesen kreativen Eigenschaften der Städte die Rede: „*Creative City*“ (Landry 2000); „*Creative Industries*“ (O’Connor 1999), „*Milieux Innovateurs*“ (Aydalot 1986) oder „*Creative Class*“ (Florida 2002) sind Begriffsverbindungen von Kreativität und städtischer Lebenswelt.

Die zugespitzte Diagnose lautet, dass die Städte, insbesondere die urbanen innerstädtischen Bereiche, spezifische Bedingungen für kreative Innovationen in der Wissens- und Kulturproduktion bereitstellen und sich dort neue Formen sozialer Vergemeinschaftung im Sinne einer neuen Regulation von Arbeits- und Lebensformen herauskristallisieren. Dieses Potenzial der Städte in einer Wissensgesellschaft könnte zu einer „Renaissance der Städte“ (Läpple 2003) beitragen.

Die Tatsache, dass die europäischen Gesellschaften seit den 1970er Jahren einen erheblichen ökonomischen, technologischen und kulturellen Wandel, das heißt einen tief greifenden und komplexen sozialen Wandel durchlaufen, wird kaum noch bestritten. Es wird betont, dass diese Prozesse eine neue, stark veränderte Herausforderung an die gesellschaftliche Reaktivität, die als „zweite industrielle Revolution“, „Dienstleistungs-Revolution“ oder „cultural turn“ oder auch „kreative Revolution“ (Frey 2004) bezeichnet werden. Das Gemeinsame dieser Beschreibungen massiver Herausforderungen ist die Notwendigkeit, in einer Gesellschaft ein umfangreiches und angemessenes Potenzial an Kreativität bereit zu stellen. „Kreativität“ muss also entstehen, wenn ein ökonomischer (neue

Unternehmerinnen und Unternehmer, neue Produkte, neue Produktionsweisen und Managementkulturen) und ein gesellschaftlicher Wandel (neue Milieus, neue Lebensstile, neue unternehmerische Haltung) erfolgreich und rasch gelingen sollen.

Der Begriff „Kreativität“ wird in den aktuellen städtischen Modernisierungsverläufen in jeweils spezifischer Weise konstruiert, insbesondere dann, wenn es sich um Selbstzuschreibungen handelt. Unter „Kreativität“ werden in der Regel neue und innovative Produkte, Verfahren, Vernetzungen und Sichtweisen verstanden, die von der Kunst und Kultur über technologische Innovationen bis zu Verfahren des Governance reichen können. Eine institutionelle Kreativität wird durch Offenheit, Toleranz, Vielfalt und positive Einstellungen gegenüber sozialem Wandel erzeugt oder verstärkt.

Vor dem Hintergrund der Übergänge der Industriegesellschaften zu Dienstleistungs- und Wissensgesellschaften wird die Bedeutung lokal gebundener Kreativität immer bedeutsamer. Kultur, Kunst, Events und Images einer „vibrant city“ werden als weiche Standortfaktoren zunehmend zu den „harten“. Gerade für Stadtregionen, die sich zunehmend einer globalen Konkurrenz um Auslands-Direktinvestitionen, um die Sicherung von Beschäftigung in zukunftsträchtigen Wirtschaftsbereichen und um neue Steuerungsformen gesellschaftlicher Selbstorganisation ausgesetzt sehen, ist die Bindung des kreativen Kapitals an den Standort von großem Interesse.

Die Gründe für eine ortsgebundene Standortqualität und eine lokal gebundene zivilgesellschaftliche Struktur sozialer Kreativität werden in drei Argumentationslinien verfolgt:

- Räumliche Nähe ermöglicht eine direkte Face-to-Face Kommunikation, daher entstehen innerhalb des Systems kreativer Orte Clusterbildungen.
- Für die Face-to-Face Kommunikation an diesen kreativen Orten ist eine Form des Wissensaustausches besonders wichtig: Das Kommunizieren mit dem „tacit knowledge“, also einem impliziten personen- und ortsbezogenen Wissen.
- Im Rahmen dieser Kommunikationsstrukturen entstehen neue Formen von sozialem Kapital, welches insbesondere in der Stärke von schwachen sozialen Beziehungen (weak/ strong ties) eine Ressource des Ortes darstellt.

Die Förderung von Kultur und Kreativität ist seit einigen Jahren zu einem zentralen Leitbild der Stadterneuerung und Stadtentwicklung geworden (vgl. Kunzmann 2002;

Peck 2005; Scott 2006). Die StadterneuererInnen und StadtentwicklerInnen haben das kulturelle Feld als einen Motor entdeckt und in ihre Instrumente wie strategische Leitbilder, Stadtentwicklungspläne oder Rahmenpläne integriert. Die Gründe für die gestiegene Akzeptanz dieses „weichen“ Politikfeldes der Kultur innerhalb der Stadtplanung liegen in dem seit den 1970er Jahren stattfindenden grundlegenden gesellschaftlichen Wandel hin zur Wissensgesellschaft. Im Zuge dieses sozialen, ökonomischen und kulturellen Wandels sind für die Stadtplanung traditionelle Instrumente der Standortentwicklung – wie Infrastrukturausbau, Verkehrsanschlüsse etc. – weniger bedeutsam geworden. Der gesellschaftliche Wandel führte zu einem Bedeutungsgewinn immaterieller Werte wie Wissen, Kultur und Kreativität in zahlreichen Lebensbereichen:

„Cultural resources are the raw materials of the city and its value base; its assets replacing coal, steel or gold. Creativity is the method of exploiting these resources and helping them grow.” (Landry 2000: 7).

In der Stadterneuerung und Stadtentwicklung wurde dieser Entwicklung Rechnung getragen, indem die veränderten Ansprüche an die lokale Steuerung der Stadtpolitik im Sinne eines Urban Governance unter Einbezug des kulturellen Feldes umgesetzt werden:

„Many city authorities and urban development agencies all over the world are increasingly using culture-related activities as tools of urban redevelopment, or revitalization. This strategy has been used to promote the civic identity of cities, to market cities internationally and, in particular, to boost the economic fortunes of cities experiencing industrial decline!” (UN-Habitat 2004: 32)

Als erster Bereich der Stadtplanung wurden im Rahmen der Strategien der Stadterneuerung kulturelle Aspekte berücksichtigt. Die Gründe für den Einbezug kultureller Strategien im Rahmen der Stadterneuerung liegen darin, dass diese vorwiegend im Ansatz bereits vorhanden waren. Mit dem Paradigmenwechsel in der Stadterneuerung der 1970er Jahre wurde die Weiterentwicklung der sozialen, ökonomischen sowie kulturellen Strukturen unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen als Leitziel festgeschrieben:

„When Michael Parkinson together with Franco Bianchini published 'Cultural Policy and Urban Regeneration' in 1993, culture had already become commonly accepted theme in urban regeneration” (Kunzmann 2004: 388).

In der Stadterneuerung wurden Strategien zur Förderung von kulturellen Veranstaltungen, Events, Festivals erprobt, um Erneuerungsprozesse in Gang zu setzen. Diese Strategien einer kulturellen Erneuerung fanden insbesondere Anklang

im Rahmen der Maßnahmen zur Förderung benachteiligter Stadtquartiere. Mit kulturellen Initiativen und Maßnahmen soll ein weiteres Abrutschen dieser Zielgebiete der Stadterneuerung verhindert werden. Die kulturelle Dimension der Stadtentwicklung ist dementsprechend auch an den Bodenmarkt und die ökonomische Aufwertung geknüpft. Kultur wurde mit lokaler Ökonomie und stadtplanerischen Entwicklungszielen in Verbindung gebracht:

„The cultural dimension to development – a form and function of land-use and economic planning – is therefore seen as an important component of economic and social policy, rather than an aspect of society which is peripheral or at least subsidiary to the political economy and public sphere.” (Evans 2001: 3).

Die klassische ressortimmanente Sichtweise auf eine städtische Kulturpolitik liegt in der Förderung und Subvention von Hochkultur wie Museen, Opern und Theatern. Das Verständnis der klassischen Kulturförderpolitik wurde in den letzten Jahren ausgeweitet und ihr ein weiter gefasster Kulturbegriff zu Grunde gelegt. Kulturelle Lebensweisen und Praktiken, Alltagskulturen, lokale kulturelle Initiativen, symbolische kulturelle Raumproduktionen von bestimmten sozialen Gruppen u. dgl. wurden als Voraussetzung für die Vielfalt des städtischen Lebens in den Blick genommen:

„During recent years, culture has taken on a more instrumental meaning. It now represents the ideas and practices, sites and symbols, of the symbolic economy. This new concept of culture is increasingly being used to shape city strategies in the face of globalization and global competition, on the one hand, and local resistance, on the other” (UN-Habitat 2004: 32).

Stadtplanung versucht das kulturelle Kapital der BewohnerInnen oder des Stadtviertels zu aktivieren und instrumentell für einen Erneuerungsprozess einzusetzen:

„Most visibly, it is encouraging the redevelopment of urban spaces in terms of cultural capital. On the assumption that culture can be a motor of employment growth, it is directing investment toward new cultural industries and cultural districts. And the common denominator has been found in developing new public spaces of consumption, whose cultural amenities are intended to harmonize different social interests and improve the quality of urban life” (UN-Habitat 2004: 32).

Bei den Verfahrensweisen der Stadterneuerung und Stadtentwicklung, die Kultur und Kreativität als Motor von Entwicklung zu Grunde legen, lassen sich in vier strategische Ziele unterscheiden:

1.1 Strategien zur Steigerung der Identifikation der BewohnerInnen mit ihrer Stadt und dem Stadtquartier

Die Alltagskulturen der StadtbewohnerInnen sind die Voraussetzung für die Vielfalt und Heterogenität des städtischen Lebens. Im Zuge der Einwanderung ethnisch vielfältiger sozialer Gruppen hat sich eine multikulturelle Stadtgesellschaft gebildet. Kultur wird dabei als ein Schlüssel zur Integration und Identifikation der unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen angesehen. Die Lebensqualität in den Städten hängt unter anderem von der Möglichkeit der individuellen oder gruppenbezogenen Entfaltungsmöglichkeiten über kulturelle Teilhabe statt. In diesem Sinne verdeutlichen die Strategien der Stadtplanung, dass die Lebenswelten, Werthaltungen und Alltagskulturen der Bevölkerung für die Identifikation mit der Stadt oder dem Stadtviertel wesentliche Bedeutung besitzen. Diese Planungskultur verlangt die Partizipation und Einbeziehung differierender sozialer Gruppen in den Planungsprozess der Stadtentwicklung.

1.2 Strategien zur Positionierung der Stadt innerhalb des Städtewettbewerbs

Der Kultur wird in den Strategien des Marketings der Städte und somit der Positionierung innerhalb des Städtewettbewerbs eine zentrale Rolle beigemessen. Leitbilder wie „kreative Stadt“ oder „Kulturhauptstadt“ werden eingesetzt, um internationale Aufmerksamkeit zu erreichen. Diese Strategie zielt auch darauf ab, BesucherInnen in die jeweilige Stadt zu locken. Die Strategie der Planung bezieht sich in diesem Feld meist auf die Entwicklung von kulturellen Flugschiffprojekten, welche eine Ausstrahlungskraft entwickeln sollen. Das Guggenheim Museum in Bilbao oder das Museumsquartier in Wien haben als Leuchtturmprojekte der kulturellen Stadtplanung mit ausgefallenen architektonischen Symbolsprachen einen kulturellen Eigensinn der Stadt entwickelt, welcher eine Attraktivitätssteigerung darstellt.

1.3 Strategien zur Aufwertung von städtischen Teilgebieten

Kultur wird als Motor für den Aufwertungsprozess in benachteiligten städtischen Teilgebieten eingesetzt. Mit dem Anbringen einer Erläuterungstafel, einer Gedenkplakette, dem Aufstellen eines plastischen Kunstwerks o. ä. sollen Prozesse der Gentrification angestoßen werden und im Gefolge kultureller Neuerungen auch eine soziale und ökonomische Aufwertung stattfinden.

1.4 Strategien zur Steigerung der ökonomischen Tätigkeit

Im Rahmen dieser Strategie wird Kultur in Verbindung mit der Ökonomie gesehen. Der Bereich der Kulturökonomie gilt der Stadtplanung als ein Hoffnungsträger für die innerstädtische Ökonomie. In diesem Bereich sind Beschäftigungszuwächse zu verzeichnen. In einigen Städten werden integrierte Konzepte zwischen Wirtschaftsförderung, Kulturförderung und Stadtplanung eingesetzt, um die ökonomischen Ressourcen kultureller Aktivitäten zu nutzen.

Diese vier strategischen Ausrichtungen finden alle im Kontext einer veränderten lokalen Steuerung im Rahmen von Urban-Governance Modellen statt. Für eine kulturelle Planung rücken die aktivierenden Formen von Stadtpolitik in den Vordergrund. Auf der einen Seite richtet kulturelle Planung ihren Blick auf konkrete Infrastrukturen und Orte in der Stadt:

„Planning for culture in this sense adopts industrial and economic resource planning and distribution, whilst the physical aspects of public culture – facilities, amenities, the public realm: a cultural infrastructure – directly contribute to urban design and the relationship between land use, access and transport” (Evans 2001: 2).

Durch Investitionen in kulturelle Leuchtturmprojekte können mit Strategien der top-down Planung Erfolge erzielt werden:

„Although the cultural flagships and the designated and self-styled cultural cities and industries receive most attention from both historical and contemporary perspectives, the creation, planning and support of cultural amenities for primarily local communities, and for artists themselves (e.g. education, training, small-scale production, studios), has much wider application and tradition” (Evans 2001: 2).

Auf der anderen Seite speisen sich die kulturellen Ressourcen auch aus der Kommunikation und Lebenswelt der BewohnerInnen. Im Rahmen dieser Ansätze müssen bottom-up Strategien eingesetzt werden, um der lebensweltlichen Entwicklung kultureller Ressourcen gerecht zu werden. Insgesamt fordert das Feld der kulturellen und kreativen Entwicklung von Städten einen integrierten Planungsansatz, der einen Mix aus unterschiedlichen strategischen Zielen vereinbaren kann:

„The Creative City method is different also because it highlights the significance of pilot projects and new kinds of indicators and introduces fresh ideas like a strategy of influence to open people’s thinking. Creative City strategy-making differs in being holistic and valuing connections, in being people-centred rather than land use focused. This is because it is people’s skills and creativity which drive urban development” (Landry 200: 168).

In kulturelle Orte zu investieren kann mehr bedeuten als Investitionen in die materielle oder programmatische Ressource des Raumes. Die soziale und kulturelle Identität und damit auch Aktivität an diesen Orten entsteht in „bottom-up“-Prozessen und damit unter Einbeziehung der Bevölkerung. Ein Prozess, in dessen Verlauf aus einem Ort ein kultureller Raum wird, der durch Wahrnehmungs-, Kommunikations- und Erinnerungsprozesse konstituiert wird. Es ist ein Verstehensprozess, der die dortigen baulich-manifesten Gegebenheiten, die Nutzungen und die künftigen Bedürfnisstrukturen von BewohnerInnen und AkteurInnen aufeinander bezieht. AkteurInnen, StadtbewohnerInnen, KünstlerInnen und zukünftige NutzerInnen sind über Partizipations- und Beteiligungsverfahren (z. B. durch Open-Space Foren oder Zukunftswerkstätten) an der Planerstellung zu beteiligen. In einen kulturellen Raum zu investieren, das bedeutet, die kulturelle Vielfalt städtischer Prozesse schon im Vorfeld der Planungen einzubeziehen. Die Schaffung urbaner sozialer und kultureller Orte erfordert einen kommunikativen Prozess zwischen ArchitektInnen, Bauherren, InvestorInnen, städtischen Verwaltungsressorts, Institutionen vor Ort und den BewohnerInnen.

Jenseits von „top-down“ Strategien und „bottom-up“ Ansätzen bilden sich gemischte Formen der Planung heraus. Diese gemischten Verfahren erfordern – im Gegensatz zu umfassenden kostspieligen städtebaulichen Investitionen in die „Hardware“ der baulich-manifesten Strukturen – eine kreative Planungshaltung, die Nutzungen nicht vorgibt, sondern Räume als temporäre Möglichkeitsräume für Aneignungen und Vernetzungen bereitstellt.

Um die Wir-, Orts- und Ich-Ressourcen der kreativen Milieus für die Stadtplanung nutzbar zu machen, braucht Stadterneuerung und Stadtentwicklung eine Sensibilität und Offenheit. Zumeist fehlen wichtige Informationen über die Organisation von Arbeit und Leben für die PlanerInnen. Kunzmann sieht für die Stadtplaner deshalb eine große Herausforderung im Bereich einer kulturellen Planung:

„To sum up, spatial planners have to be more creative when it comes to strengthening the cultural dimension in urban and regional development in order to support those who produce culture. Cultural rhetoric will not be helpful, nor hunting for fashionable mainstream events and initiatives at the various tiers of planning and decision making. Cities and city planners have to be prepared for planning in multicultural environments” (Kunzmann 2004: 399).

Die Entwicklung und Förderung von Kreativität in der Stadt sind dabei eine Aufgabe unterschiedlicher städtischer AkteurInnen. Bei dieser Aufgabe sind dementsprechend AkteurInnen der Stadtplanung, der Stadterneuerung, der Wirtschaftsförderung, der städtischen Kulturpolitik sowie der Künste herausgefordert.

Im Folgenden werden 12 Thesen dargestellt, wie eine Stadtpolitik für die kreative Stadt aussehen könnte.

1.4.1 Kreativ Steuern!

Die Gestaltung einer kreativen Stadt braucht den Mut, eingetretene Pfade und Routinen zu verlassen. Da die „kreative Stadt“ eine Verbindung zwischen unterschiedlichen Lebens- und Arbeitsbereichen und den jeweiligen städtischen Orten hervorbringt, ist die Steuerung dieser Zusammenhänge keine sektorale Aufgabe mehr. Ziel sollte es sein, über Ressortgrenzen hinweg Partnerschaften und Kooperationen zu suchen. Die Fachverwaltungen Verkehr, Grünraum, Ver- und Entsorgung, Schule, Jugendarbeit, Umwelt, Stadtplanung, Wohnen, Kultur, Sozialarbeit und Gewerbe sollten nach räumlichen Organisationseinheiten in ressortübergreifenden Arbeitsgruppen ganzheitliche Ansätze zur Problemlösung entwickeln können. Enge fachspezifische Herangehensweisen an ein bestimmtes Thema sollten dabei zugunsten integrierter Planungsauffassungen aufgegeben werden. Für die Aufgabe einer Attraktivitätssteigerung der kreativen Stadt sind viele unterschiedliche AkteurInnen herausgefordert. In solchen ressortübergreifenden Arbeitsgruppen sollte die Stadtplanung die Federführung behalten, in der sie nicht nur eine Rolle als Moderatorin einnimmt, sondern auch Zielvorgaben aus übergeordnetem Interesse formuliert.

1.4.2 Wissensaustausch fördern!

Die Bedürfnisse und Erfordernisse der „kreativen Milieus“ müssen erhoben und aufbereitet werden. Ziel ist es, den Akteurinnen und Akteuren der Stadtpolitik Informationen und Wissen über die Lebens- und Arbeitszusammenhänge von Kleinunternehmerinnen und Kleinunternehmern und ihren Mikrostandorten zu geben. Das Bewusstsein über Chancen und Schwierigkeiten von Solo-Selbständigen und Kleinunternehmerinnen und Kleinunternehmern und ihren Arbeitsbedingungen sollte gestärkt werden. Dabei sind Schnittstellen und Austauschplattformen zwischen den Akteurinnen und Akteuren in den Milieus und zwischen den Akteurinnen und Akteuren der Stadtpolitik zu etablieren.

1.4.3 Formulierung der inhaltlichen strategischen Planungsziele zur „kreativen Stadt“

Die kreative Stadt erfordert die Formulierung jeweils an den Ort spezifisch angepasster strategischer Leitziele. Diese reichen von Konzepten zum Abbau sozialer und baulicher Barrieren, zur Durchsetzung von Gender-Aspekten, zur Berücksichtigung sozialräumlicher Diversitäten und zum Abbau sozialräumlicher Disparitäten und Ungleichheiten. Eine Mitbestimmung lokaler Bevölkerungsgruppen, lokal ansässiger Gewerbetreibender und unterschiedlicher Abteilungen des politisch-administrativen Systems sollte bei der Planung und Gestaltung der „kreativen Stadt“ intensiv berücksichtigt werden.

1.4.4 Die „kreative Stadt“ braucht öffentliche Diskussionen und Informationen

Um die wechselseitigen Verflechtungen zwischen baulichen und sozialen wie gesellschaftlichen Strukturen zu erfassen, müssen quantitative und qualitative relationale Sozialraumanalysen durchgeführt werden. Das dadurch gewonnene Wissen und die aufbereiteten Informationen dienen als Grundlage für die Formulierung der je spezifischen planerischen Maßnahmen und Strategien. Um diese Datengrundlagen zu erhalten, müssen unterschiedliche Akteurinnen und Akteure und Forscherinnen und Forscher in den Prozess der Datenerhebung eingebunden werden. Die weit gefächerte Gemeinwesenarbeit in Wien mit einer gut verankerten sozialräumlichen Jugend- und Sozialarbeit sowie die in den Wohngebieten tätigen Gebietsbetreuungen können für diese Aufgabe ihre Kompetenz und ihr Wissen beisteuern. In dem Prozess der Informationsgewinnung spielen die Ausbildungs- und Forschungsinstitutionen im Bereich der Planung, Architektur, Sozialwissenschaften und Gemeinwesenarbeit eine weitere zentrale Rolle.

Wichtig ist in dieser Phase planerischer Vorarbeiten, dass die erhobenen Daten und Informationen an die Politik, die Verwaltung und die Bevölkerung weitergegeben werden und eine Rückkoppelung stattfindet. Hierzu dienen offene und kritische Diskussionen in Planungswerkstätten, Foren oder offenen Gremien.

1.4.5 Räume öffnen!

Eine Aufgabe der Stadtplanung kann darin bestehen, Räume zu öffnen und zur Nutzung den „Kreativen Milieus“ zu überlassen. Dabei sind Strategien der Mehrfachnutzung und flexible Vereinbarungen über Nutzungsrechte notwendig. Die Stadtentwicklung sollte kreative Laboratorien und Freiräume fördern. Gerade die Eigenart von Orten, die für andere Gruppen nicht so attraktiv sind, können Impulse für Kreativität und Innovation liefern.

1.4.6 Wettbewerbe/ Ausschreibungen auch für kleine Unternehmen!

Die Stadtplanung sollte darauf einwirken, dass auch junge Unternehmen bei Ausschreibungen und Wettbewerben berücksichtigt werden. Ein stärkeres Zutrauen in die Leistungen junger Unternehmen wäre dafür notwendig. Die Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer betonen in den Interviews (Frey 2008) immer wieder, dass sie ernstgenommen und gleichberechtigt an Ausschreibungen beteiligt werden wollen. Sie fühlen sich gegenüber etablierten Unternehmen zurückgesetzt, wenn sie z.B. nach gewonnenem Wettbewerb den Zuschlag nicht erhalten.

1.4.7 Veraltete Regelungen abbauen!

Die neuen Formen von Arbeit und Leben sind meist nicht in veralteten Verordnungen oder Förderrichtlinien berücksichtigt. Aus diesem Grund werden oftmals kreative Lösungen der Arbeitsorganisation in den Loft-Gebäuden bei Förderungen nicht bedacht.

1.4.8 Kreativität und Diversität fördern!

Noch in weit größerem Maße als bisher sollte Stadtplanung auf die Förderung von Diversität und Kreativität setzen. Die Synergien in ökonomischer, sozialer und kultureller Hinsicht, die mit vielfältigen sozialen und kulturellen Strukturen in der Stadt entstehen, sind groß. Die Orte der Kreativität sind nicht nur von einer vorherrschenden Kultur geprägt, sondern ermöglichen vielfältige Ausprägungen von Kulturen und Subkulturen. Gerade auch abweichende und nicht-ökonomische Lebensstile und Subkulturen bilden einen Nährboden für zivilgesellschaftliche

Neuerungen und können Vorbilder zu neuen Werten und Lebensformen sein. An den Orten und den Nachbarschaften, wo die Toleranz gegenüber Fremdem und Andersartigem hoch ist, mischen sich vielfältige Lebensformen und Kulturen.

1.4.9 Stadtplanung als Moderator

Die Stadtplanung sollte in Zukunft zunehmend in die Rolle des Moderators hineinwachsen. Dies trifft sowohl auf verwaltungsinterne Steuerungsdiskussionen zu, als auch auf die Diskussion mit der Bevölkerung und den privatwirtschaftlichen Akteurinnen und Akteuren. Stadtplanung hat bei der Gestaltung der „kreativen Stadt“ der Heterogenität sozialer Welten Rechnung zu tragen und gegebene Konflikte und gegensätzliche Interessenlagen in der Bevölkerung zu moderieren. Ihr aktiver Part besteht darin, sie durch Methoden der Mediation zwischen den Betroffenen lösen. Dabei sollte über die klassische Rolle der Stadtplanung hinaus die Suche nach Partnerschaften und Kooperationen intensiviert werden.

Fürst beschreibt das Selbstbild der Planerin bzw. des Planers als Übergang von einem „*Gottvater-Modell mit rationalem Steuerungsanspruch*“ (Fürst 2005: 20) zur Planerin bzw. zum Planer als Managerin bzw. Manager und Prozessbegleiterin bzw. Prozessbegleiter. Dieser Wandel des Selbstbildes geht mit einer Zunahme von Offenheit bis hin zur Mehrdeutigkeit und einer Abnahme an Steuerbarkeit einher. Planung reagiert damit flexibler auf auftretende Veränderungen. Die Strategie der Planung sollte darin bestehen, unterschiedliche subjektive Sichtweisen, unterschiedliche Erfahrungen und divergierende Interessen durch Partizipationsprozesse in von der Mehrzahl der Beteiligten (und Betroffenen) getragene Lösungen einzubeziehen.

1.4.10 Stärkung der lokalen Bevölkerung durch Partizipation und Empowerment

Diskussionen in Bürgerforen, Stadtteilinitiativen und Selbsthilfegruppen sollten von der Stadtplanung gehört und deren Einlassungen den Akteurinnen und Akteuren der Stadtpolitik vermittelt werden. Das Handlungsfeld Partizipation, Empowerment und Selbsthilfe kann bei der Gestaltung der „kreativen Stadt“ zu einem zentralen Feld der Förderung und Unterstützung werden. In den Methoden zur Partizipation in der Stadtplanung existieren mehrere Stufen der Beteiligung (vgl. Selle 1996). Von reiner

Information über Mitbestimmung bis hin zur Selbstorganisation können sie zur Zufriedenheit der Bewohnerinnen und Bewohner in ihrem Wohnumfeld beitragen. Die Selbstgestaltung führt zu besserer Integration, da die Bewohnerinnen und Bewohner ihre Räume mitplanen und mitgestalten können.

1.4.11 Ein neues Verständnis: Stadtplanung jenseits von Eindeutigkeiten

Grundlage der Entwicklung von Urban-Governance-Modellen ist ein Verwischen der klaren Trennung von Steuerungsobjekt und Steuerungssubjekt. Dazu konnte es kommen, weil die positivistische Auffassung einer über rationales Verhalten und Handeln gesteuerten Entwicklung gesellschaftlicher Zusammenhänge ins Wanken geraten ist. Das rationale Planungsverständnis, welches von dem Bild eines planenden Fachmannes geprägt war, der unter Zuhilfenahme objektiver wissenschaftlicher Methoden und Instrumente einen „guten“ Plan entwickelt und umsetzt, wurde durch die Erkenntnis eingeschränkt, dass Wissenschaft und Verwaltung in ihren Wertsetzungen und Normen viel stärker als angenommen durch subjektive, emotionale und individuelle Faktoren geprägt sind. Dadurch wurden die Grenzen einer objektiven rationalen Planung sichtbar: Fachliche Kompetenzen reichen nicht mehr aus, um die vielfältigen und heterogenen Lebenswelten der Planungsbetroffenen zu verstehen. Polaritäten haben sich aufgelöst: Heute sitzen die Planerinnen und Planer nicht mehr „dort oben“ und die Betroffenen „dort unten“. Die Vernetzungen, Gemengelagen und Verbindungen der Betroffenen untereinander sind verstärkt ins Blickfeld geraten.

Ziel ist es, eine Stärkung der zivilgesellschaftlichen Strukturen gegenüber Markt und Staat zu erreichen. Um eine Akzeptanz dieser neuen Sicht von Planung zu fördern, bieten sich neue Verfahrensweisen an. Hierunter fallen insbesondere Konzepte wie: Planung der „Nicht-Planung“, Zielvereinbarungen zwischen den Akteurinnen und Akteuren, der Ausgleich zwischen Gemeinwohl und partikularen Interessen, Absicherung und Verantwortung evtl. auch Haftung, der Umgang mit dem vermeintlichen „Recht des Stärkeren“ (vgl. Frey 2007).

Förderung urbaner Vielfalt und Toleranz in den Quartieren und Nachbarschaften sowie eine soziale Mischung und Heterogenität von sozialen und kulturellen Lebensentwürfen sowie die Erzeugung einer anregenden Urbanität im städtebaulichen und sozialen Sinn können durch neue Planungsansätze befördert

werden. Es müssen neue Formen des kreativen Urban Governance eingesetzt werden, um neue kreative Institutionen und Akteurinnen und Akteure zu unterstützen. Es sollten aber auch Investitionen in innovative sozialräumliche Netzwerke gewagt werden. Strategien der Stadtplanung können dabei sein: Etablierung städtischer Plattformen, Foren, think-tanks oder Netzwerke von innovativen städtischen Akteurinnen und Akteuren(vgl. für „creative governance“ in regionalen Kontexten Kunzmann 2004: 7). Diese Stärkung kreativer und innovativer Ideen braucht ganz konkrete Orte mit einem offenen Zugang und flexiblen räumlichen Strukturierungen und Anordnungen. Lernprozesse und Innovationen werden durch vielfältige Begegnungsmöglichkeiten und offene Raumstrukturen unterstützt.

1.4.12 Eigenentwicklungen zulassen und Möglichkeitsräume entwickeln

Der Einsatz kreativer Methoden im Sinne von Urban Governance durch die Stadtplanung bedeutet, Offenheit gegenüber zukünftigen Entwicklungen an bestimmten Orten zuzulassen. Flexibilität und Diversität in der Entwicklung dieser Orte zu ermöglichen führt zur Schaffung von Regelungen und Normsetzungen, welche zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten für vielfältige Nutzungen und Bebauungen offen halten. Die Stadtplanung gibt dann nicht mehr eindeutig vor, innerhalb welchen Rahmens weitere künftige Entwicklungen stattzufinden haben. Eine derart uneindeutige und unklare Definition von Nutzungs- und Bebauungsregelungen kann indes auch vielfältige Formen von Konflikten um den städtischen Raum hervorrufen.

Die Steuerungsstile des Urban Governance sollten es ermöglichen, dass Konflikte ausgehalten und ausgetragen werden. Mit diesem Vorgehen sollte zwischen unterschiedlichen Interessen vermittelt werden können (empowerment). Aufgabe der Stadtplanung ist es, der zunehmenden Heterogenität sozialen Lebens in Regulationsformen Rechnung zu tragen und nicht nur dominanten Gruppen zur Durchsetzung ihrer Interessen zu verhelfen. Diese offene Stadtplanung im Sinne einer „Nicht-Planung“ sollte unauffällig sein, sparsam vorgeben, vor allem ermöglichen. Auf keinen Fall aber ist das Zulassen von bottom-up-Prozessen der Selbstregulierung mit einem permissiven Laissez-faire zu verwechseln. Für die Planerinnen und Planer würde dies die Anerkennung ungesteuerter und unplanbarer Prozesse bedeuten. Das bewusste Zugestehen offener Entwicklungsräume könnte zu einem Kennzeichen für zeitgemäße Planungsmethoden werden, zumal Aneignungen von Orten auch

spontan „von unten“ und ohne Planungen erfolgen können. Stadtplanung hat auch die Aufgabe, solchen Entwicklungen einen Raum zu geben. „Nicht-geplante“ Räume können Entwicklungsmöglichkeiten und Mehrfachnutzungen im öffentlichen Raum schaffen. Dabei geht es auch um das Verhältnis zwischen gebauten öffentlichen Räumen und Sozialräumen. Beides sind gesellschaftliche Strukturen, die auch auf Eigensinn aufbauen und eine Eigenentwicklung nehmen können. Selbst der von Rationalität geprägte Popper formulierte in seinem Aufsatz über die „*offene Gesellschaft und ihre Feinde*“ die Aufgabe der Planung wie folgt:

„Wir müssen ins Unbekannte, ins Ungewisse, ins Unsichere weiterschreiten und die Vernunft, die uns gegeben ist, verwenden, um, so gut wie wir es eben können, für beides zu planen: nicht nur für die Sicherheit, sondern zugleich auch für die Freiheit“ (Popper 1980: 268).

Literatur

- Aydalot, Philippe (1986): *Milieux Innovateurs en Europe*. Paris: Verlag
- Deinet, Ulrich/ Reutlinger, Christian (Hrsg.) (2004): *Aneignung als Bildung in Zeiten entgrenzter Lernorte*. Beiträge zum Bildungsverständnis der Sozialpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Evans, Graeme (2001): *Cultural planning – an urban renaissance?* London/ New York: Routledge
- Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class*. Basic Books
- Frey, Oliver (2004): *Urbane öffentliche Räume als Aneignungsräume*. Lernorte eines konkreten Urbanismus. In: Deinet/ Reutlinger (Hrsg.) (2004): 219-234
- Frey, Oliver (2006): *Ein neuer Stadttypus in der Wissensgesellschaft*. Die amalgame Stadt der kreativen Milieus. In: *Historisches Forum*. http://edoc.hu-berlin.de/e_histfor/8. Abgerufen am 15.11.2007
- Frey, Oliver (2007): *Sie nennen es Arbeit*. Die „Planung der Nicht-Planung“ in der amalgame Stadt der kreativen Milieus. In: *dérive* 26. 2007. 24-28
- Frey, Oliver (2008): „Die amalgame Stadt“; VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008
- Frey, Oliver (2008): *Von der Partizipation als eine integrierte Strategie von "Urban Governance" zur regulierten Selbststeuerung und Selbstorganisation in der Raumplanung*. In: Hamedinger/ Frey/ Dangschat/ Breitfuss (Hrsg.) (2008): 224-249
- Fürst, Dietrich (2005): *Entwicklung und Stand des Steuerungsverständnisses in der Raumplanung*. In: *DISP* 4/163. 2005. 16-27
- Hamedinger, Alexander; Frey, Oliver; Dangschat, Jens S., Breitfuss, Andrea: (2008) (Hrsg.): *Strategieorientierte Planung im kooperativen Staat*; VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden
- Kunzmann, Klaus R. (2004): *An Agenda for Creative Governance in City Regions*. In: *DISP* 3/158. 2004. <http://disp.ethz.ch>. Abgerufen am 15.07.2006
- Landry, Charles (2000): *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan
- Läpple, Dieter (2003): *Thesen zu einer Renaissance der Stadt in der Wissensgesellschaft*. In: Gestring et al. (Hrsg.) (2003): 61-77
- O'Connor, Justin (1999): *The Definition of „Cultural Industries“*. www.mipc.mmu.ac.uk. Abgerufen am 15.07.2006
- Popper, Karl. R. (1980): *Die offene Gesellschaft und ihre Feinde*. 6. Auflage (erstmalig erschienen 1957). Tübingen: Francke Verlag
- UN-Habitat (2004): *The state of world's cities 2004/2005 – globalization and urban culture*
- Peck, Jamie (2005): *Struggling with the creative class*. In: *International Journal of Urban and Regional Research*.
- Selle, Klaus (1996): *Was ist bloß mit der Planung los? Erkundungen auf dem Weg zum kooperativen Handeln*. Dortmund Beiträge zur Raumplanung Bd. 69. 2. Aufl. Dortmund: IRPUD