



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
WIEN  
Vienna University of Technology

Diplomarbeit

**Strategien zur Wiederherstellung von  
Multifunktionalität in europäischen Innenstädten -  
Maßnahmen zur Stärkung der Lebens- und  
Aufenthaltsqualität**

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades  
eines Diplom-Ingenieurs unter der Leitung von

**Ao.Univ.Prof. Arch. Dipl.-Ing. Dr.techn. Erich Raith**

E 260 Institut für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen

eingereicht an der Technischen Universität Wien  
Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

**Jörn Lusche**

0125734

Universumstraße 31/2/4

1200 Wien

Wien, am

## Kurzfassung

Angesichts der unterschiedlichen Probleme und Herausforderungen, denen die europäischen Innenstädte zusehends ausgesetzt sind, kommt einer breit angelegten Innenstadtentwicklung zur Sicherung und Wiederherstellung von Multifunktionalität eine immer größere Bedeutung zu. Die Lösungswege sind vielfältig und mancherorts wird der Lösungsweg anderer Städte einfach übernommen in der Hoffnung gleiche Erfolge verbuchen zu können. Diese Vorgehensweise bringt allerdings in den seltensten Fällen den gewünschten Erfolg. Die Entwicklung der Innenstadt bedarf einer tiefer gehenden Auseinandersetzung mit den vorhandenen Strukturen und Potenzialen um Ziele der Entwicklung in Form eines nachhaltigen Leitbilds zu erstellen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Herausbildung des einzigartigen Charakters, der eigenen Identität und Tradition der jeweiligen Stadt. Alleinstellungsmerkmale einer Stadt und insbesondere einer Innenstadt herauszubilden, fällt in einer Zeit von ökonomischen Konzentrationsprozessen, dem Verfall des gesellschaftlichen Zusammenhalts, sozialer Polarisierung und anderen ökonomischen und gesellschaftlichen Entwicklungen schwer. Die Innenstädte leiden zusehends an einem Bedeutungsverlust in ökonomischer, sozialer, funktionaler und politischer Hinsicht und dies vor allem bei den eigenen Bewohnern.

Angesichts dieser Situation der Städte sind Maßnahmen, die die Lebens- und Aufenthaltsqualität der eigenen Bewohner in den Innenstädten stärken die aussichtsreichsten Lösungsansätze. In der vorliegenden Arbeit werden die Potenziale und Risiken der vorgestellten Maßnahmen erläutert und ihre Nachhaltigkeit diskutiert.

## Abstract

In view of the different problems and challenges to those the European city centres visibly are put out a bigger and bigger meaning comes up to a broadly invested city centre development of the protection and restoration of multifunctionality. The solution ways are varied and in some places the solution way of other towns is simply copied to register the same results. However, these approaches bring the desired success in the rarest cases. The development of the city centre needs a deeper going discussion with the available structures and potentials around the aims to provide of the development in the form of sustainable model. The formation of the unique character, own identity and tradition of the respective town is important in this coherence. To develop unique characters of a town and in particular a city centre is difficult in a time of economic concentration processes, the decay of the social cohesion, social polarisation and other economic and social developments. The city centres suffer visibly from meaning losses

in economic, social, functional and political regard and this above all with own inhabitants.

Just this situation of the towns makes measures which strengthen the quality of life and stay quality of own inhabitants in the city centres, to the solution attempts richest in view. The potentials and risks of the introduced measures are explained and its sustainability is discussed.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Motivation und Struktur .....</b>	<b>6</b>
1.1	Einleitung .....	6
1.2	Motivation zur vorliegenden Arbeit.....	6
1.3	Problemstellung der vorliegenden Arbeit .....	6
1.4	Zielsetzung und Fragestellungen der Arbeit .....	7
1.5	Aufbau und Struktur der Arbeit .....	8
1.6	Methodik zur Erstellung der Arbeit.....	8
<b>2</b>	<b>Europäische Urbanität.....</b>	<b>10</b>
2.1	Die europäische Stadt.....	10
2.1.1	Der Sozialraum .....	13
2.1.2	Der Wirtschaftsraum .....	16
2.1.3	Der politische Raum.....	18
2.1.4	Der öffentliche Raum .....	19
2.1.5	Der mediale Raum .....	21
2.1.6	Der architektonische Raum.....	22
2.1.7	Multifunktionalität als wesentlicher Aspekt der europäischen Urbanität .....	25
2.2	Folgerungen.....	26
<b>3</b>	<b>Die Innenstädte in Europa.....</b>	<b>27</b>
3.1	Der Begriff ‚Innenstadt‘ .....	27
3.2	Die Bedeutung der Innenstadt für die Gesamtstadt.....	28
3.3	Von den Passagen bis zu den Shopping Malls und Fußgängerzonen .....	30
3.4	Vom reinen Versorgungseinkauf zum Erlebniseinkauf, die Idee der Urban Entertainment Center (UEC).....	34
3.5	Städtetourismus .....	36
3.6	Weltkulturerbe.....	39
3.7	Folgerungen.....	42
<b>4</b>	<b>Strategien und Maßnahmen der Innenstadtentwicklung .....</b>	<b>43</b>
4.1	Einleitung .....	43
4.2	Verkehr .....	45
4.2.1	Verkehrsberuhigung.....	45
4.2.2	Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV).....	47
4.2.3	Parkraumschaffung und Parkraumbewirtschaftung .....	47
4.2.4	Beispiel einer Straßenraumaufwertung in Verbindung mit einer Befreiung vom durchgehenden motorisierten Individualverkehr in der Züricher Innenstadt .....	48
4.2.5	Nachhaltigkeit der Verkehrsmaßnahmen.....	52
4.3	Handel und Dienstleistungen .....	54
4.3.1	Bedeutung des Handels für die Innenstadt.....	55

---

4.3.2	Stärkung des Einzelhandels .....	55
4.3.3	Aktionen des Einzelhandels.....	57
4.3.4	Integriertes innerstädtisches Einkaufszentrum (EKZ).....	57
4.3.5	Beispiel eines BID in Hamburg in der Dammtorstraße .....	59
4.3.6	Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Bereich Handel und Dienstleistungen .....	63
4.4	Events .....	65
4.4.1	Zur Abgrenzung des Begriffs ‚Event‘ .....	65
4.4.2	Events als Instrument des Stadtmarketings.....	67
4.4.3	Arten von Events.....	67
4.4.4	Nachhaltigkeit von Events.....	68
4.5	Wohnen.....	69
4.5.1	Die Bedeutung der Innenstadt für den Wohnstandort Innenstadt.....	70
4.5.2	Die Bedeutung des Wohnens für die Innenstadt .....	72
4.5.3	Maßnahmen und Strategien zur Stärkung des Wohnstandortes Innenstadt .....	73
4.5.4	Beispiel der Wohnraumschaffung im innerstädtischen Bereich in Linz .....	74
4.5.5	Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Bereich des Wohnens .....	76
4.6	Stadtgestalterische Maßnahmen und öffentlicher Raum .....	77
4.6.1	Der öffentliche Raum .....	78
4.6.2	Sanierung des Bestands.....	81
4.6.3	Fasadengestaltung.....	82
4.6.4	Beispiele von erlebnisreichen urbanen Orten in Wien und Paris.....	83
4.6.5	Nachhaltigkeit von stadtgestalterischen Maßnahmen .....	86
4.7	Logoarchitektur in der Stadt.....	87
4.7.1	Zu den Begriffen ‚Leuchtturmprojekt‘ und ‚Logoarchitektur‘ .....	88
4.7.2	Stadtimage.....	89
4.7.3	Logoarchitektur am Beispiel des geförderten Wohnbaus der Stadt Wien .....	89
4.7.4	Nachhaltigkeit der Logoarchitektur .....	92
4.8	Sonstige Maßnahmen.....	93
<b>5</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>94</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>98</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>99</b>
	<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>100</b>
	<b>Quellenangaben .....</b>	<b>101</b>

**Hinweis:** Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form der personenbezogenen Bezeichnungen gewählt, selbstverständlich gelten die Aussagen für Männer und Frauen gleichermaßen.

# 1 Motivation und Struktur

## 1.1 Einleitung

In diesem Kapitel wird die Motivation zur vorliegenden Arbeit dargestellt und aus den formulierten Problemstellungen werden die Fragestellungen abgeleitet. In einem weiteren Schritt werden der Aufbau und die Vorgehensweise zur Erstellung dieser Arbeit erläutert.

## 1.2 Motivation zur vorliegenden Arbeit

Die Motivation, eine Diplomarbeit zu diesem Thema zu verfassen, hängt mit einer ausgeprägten Faszination von belebten und lebendigen sowie nie schlafenden Städten zusammen. Ein Interesse an der Thematik der Stadtentwicklung und Stadtsoziologie ist überdies vorhanden. Dem endgültigen Entschluss zur Wahl dieses Themas geht ein Besuch der kleinen Stadt Haigerloch in Deutschland im Jahr 2009 voraus. Eine Stadt in Baden Württemberg mit den dort häufig anzutreffenden Fachwerkhäusern, erhaltenen historischen Bauwerken und einem insgesamt gepflegtem und ansehnlichem Stadtbild. Eine Tatsache fiel jedoch ins Auge: Im Bereich des Zentrums war nahezu keine Menschenseele vorzufinden. Bei einem späteren Einkauf im oberen Teil der Stadt in einem Gewerbepark mit unterschiedlichsten Einzelhandelsunternehmen, bot sich ein konträres Bild: Viele Bewohner gingen ihrem alltäglichen Einkauf nach. Es ist ein häufiges Phänomen, dass gerade ein außenstehender Besucher eine Innenstadt ‚nett‘ und ‚schön‘ findet, doch offensichtlich der Alltag der eigenen Bewohner dort nicht stattfindet.

## 1.3 Problemstellung der vorliegenden Arbeit

Die Krise der Innenstädte ist ein weit verbreitetes Thema in Tageszeitungen, der einschlägigen Fachliteratur sowie auf verschiedensten kommunalen und nationalen bzw. internationalen Fachtagungen. In diesem Zusammenhang wird unter anderem vom Bedeutungsverlust, der funktionalen Aushöhlung, der Banalisierung und Musealisierung der Innenstädte geredet.

Zum Einen ist die Ausprägung der innerstädtischen Probleme in unterschiedlicher Intensität vorhanden, zum Anderen sehen sich die Innenstädte im kontinentalen Ver-

gleich mit unterschiedlichen Problemen, resultierend aus den verschiedenen ökonomischen, räumlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Entwicklungen in den Städten insgesamt, konfrontiert. Aufgrund dieser Entwicklungen hat die europäische Innenstadt im 20. Jahrhundert tiefgreifende Veränderungen ihrer Funktionen erfahren. Klassische Funktionen, die noch im 19. Jahrhundert den Charakter der Innenstadt prägten, sind überwiegend verschwunden. Andere Funktionen haben sich gewandelt oder sind im Wandlungsprozess begriffen. Die städtischen Funktionen sind nicht mehr an einem zentralen Ort gebunden, brauchen mehr Platz oder sind in Räume und Organisationsformen anderer Art und Qualität abgewandert. Folglich leiden viele europäische Innenstädte an einer funktionalen Aushöhlung und damit einhergehend an einem Bedeutungsverlust. Zudem ist eine fortlaufende soziale Entmischung zu beobachten.

In einer zunehmenden Konkurrenz der Städte im Wettkampf um Investoren, Arbeitsplätze, Bevölkerung, Steuern und Touristen sind vermehrt Lösungswege zu beobachten, die auf eine positive mediale Wirkung und ein positives Stadtimage nach außen zielen. Ob in diesen Fällen die Bedeutung der Innenstadt für die eigenen Bewohner in ausreichendem Maße wieder hergestellt wird, ist zu hinterfragen.

#### **1.4 Zielsetzung und Fragestellungen der Arbeit**

Zum Einen gilt es herauszufinden, ob es langfristige positive Veränderungen der ökonomischen, räumlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Entwicklungen für die Bedeutung und Funktionalität der Innenstädte gibt. Daraus lässt sich ableiten, welche Funktionen wieder in den Innenstädten verortet werden können, möglicherweise in neuer Form, Umgebung und Qualität. Zum Anderen werden in der vorliegenden Arbeit insbesondere Maßnahmen im Bereich der Innenstadtentwicklung untersucht, die für den Bewohner einer Stadt positive Wirkungen erzielen. Hierbei stehen diejenigen Strategien und Maßnahmen im Fokus, die zu einer Steigerung der Lebens- und Aufenthaltsqualität, zur Bildung einer Stadtidentität und zu Selbstbewusstsein und Stolz bei den Bewohnern beitragen. Eine zentrale Frage der Maßnahmen bildet ihre Nachhaltigkeit. Entscheidend ist, welche langfristigen Wirkungen für die Bewohner erzielt und in welchem Ausmaß diese zum Besuch der Innenstadt bewegt werden können. In diesem Zusammenhang stellen sich grundlegende Fragen:

- Welche Maßnahmen können zu einer verbesserten Lebens- und Aufenthaltsqualität beitragen?
- Wie kann die Multifunktionalität in den Innenstädten erhalten oder ausgebaut werden?

- Welche Nutzungen sind in den Innenstädten zu forcieren?
- Wie kann die Identifikation der Bewohner mit ihrer Innenstadt gestärkt werden?
- Welche Maßnahmen führen zur Belebung der Innenstädte durch Besucher und insbesondere Bewohner?

## **1.5 Aufbau und Struktur der Arbeit**

Zu Beginn wird im Kapitel 2 die europäische Stadt mit ihren unterschiedlichen Räumen und Entwicklungstendenzen beschrieben um ein grundlegendes Verständnis von der europäischen Stadt und ihren charakteristischen Merkmalen zu erlangen. Das Kapitel 3 geht vertiefend auf die Bedeutung der europäischen Innenstadt ein und thematisiert stadtentwicklerische Strategien mit denen Innenstädte wieder in das gesamtstädtische bis hin zum internationalen Zentrum gerückt werden sollen.

Das Kapitel 4 befasst sich dann ausschließlich mit Maßnahmen, die positive Wirkungen für die Bewohner einer Stadt erwirken. Diese Maßnahmen werden auf ihre nachhaltige Wirkung hin untersucht.

Abschließend folgt in einem Gesamtergebnis die Herausbildung der Potenziale und Risiken der untersuchten Maßnahmen.

## **1.6 Methodik zur Erstellung der Arbeit**

Zur Bearbeitung der gewählten Thematik wird auf die Analyse vorhandener Literatur sowie auf aktuelle Quellen aus dem Internet zurückgegriffen.

Im ersten Schritt wird die europäische Stadt im Allgemeinen mit ihrer spezifischen soziokulturellen und stadträumlichen Charakteristik erläutert, um eine theoretische Grundlage der Thematik zu erlangen. Die soziale, ästhetische, räumliche, politische und ökonomische Entwicklung bzw. der Wandel der europäischen Stadt wird in einzelnen Unterkapiteln dargelegt und mit Fallbeispielen verschiedener europäischer Städte ergänzt. Anschließend wird die Entwicklung der europäischen Innenstädte dargestellt. Zu Beginn wird auf deren allgemeiner Bedeutung eingegangen und in den weiteren Unterkapiteln die Entwicklungstendenzen im Bereich des Handels mit seinen jeweiligen Organisationsformen und im Bereich des Städtetourismus erläutert. Die positiven und negativen Auswirkungen dieser Entwicklungen auf die innerstädtischen Bereiche werden dargestellt.

Im zweiten Schritt werden gezielt Maßnahmen untersucht, die zu einer gesteigerten Lebens- und Aufenthaltsqualität für die Bewohner in den Innenstädten führen. Diese

---

Maßnahmen werden in einzelnen Unterkapiteln beschrieben und auf ihre nachhaltige Wirkung hin untersucht während auf wesentliche Anforderungen zur optimalen Umsetzung der Maßnahmen verwiesen wird. Fallbeispiele zu den einzelnen Maßnahmen, in denen die wesentlichen Anforderungen bestmöglich erfüllt werden, sollen die Vorteile der Maßnahmen im Einzelfall darstellen.

Im dritten und abschließenden Schritt folgt eine Zusammenfassung der unterschiedlichen Maßnahmen mit Hervorhebung ihrer Potenziale und Risiken.

## 2 Europäische Urbanität

Dieses Kapitel widmet sich der Charakteristik der europäischen Stadt und des Stadtlebens mit dem Ziel, einen Überblick über die Bedeutung und Entwicklung in sozialer, ästhetischer, räumlicher, politischer und ökonomischer Hinsicht zu erlangen. Diese Basis ist Grundlage für die weitere Auseinandersetzung mit der Thematik und für das Verständnis der Entwicklungsrisiken und Entwicklungspotenziale.

Zu Beginn wird die Charakteristik der europäischen Stadt dargelegt und in den weiteren Kapiteln werden die einzelnen Räume der europäischen Stadt vertiefend beschrieben und auf deren Entwicklungen eingegangen.

Abschließend werden aus den Entwicklungen in den unterschiedlichen Räumen Folgerungen abgeleitet.

### 2.1 Die europäische Stadt

Max Weber, deutscher Soziologe zu Beginn des 20. Jahrhunderts, beschäftigte sich mit der Frage, warum die europäischen Städte zum Geburtsort des Kapitalismus wurden, während in Städten außerhalb Europas diese Entwicklung nicht stattfand. Aus dieser Fragestellung und der Erarbeitung der Thematik entstand die Definition des Typus der ‚europäischen Stadt‘.<sup>1</sup> Fünf Merkmale hat Weber als die wichtigsten Charakteristika herausgearbeitet:<sup>2</sup>

- die Befestigung durch Stadtmauern
- die städtische Marktfunktion mit einer autonomen Gewerbeaufsicht der Städte, der ökonomische Sitz von Handel und Gewerbe
- die selbständige Gesetzgebung und Rechtssprechung in der Stadt als Gerichtsbezirk
- der Verbandscharakter der Stadt als schwurgemeinschaftliche Verbrüderung, die soziale Organisation der Stadt
- die politische Autonomie, die Selbstverwaltung und die Selbstbestimmung der Stadtbürger

---

<sup>1</sup> vgl. Häußermann 2001, S.245

<sup>2</sup> Nippel 1999, S.100-145

Mit der Eingliederung der autonomen Städte in die Territorialstaaten verlor diese Charakterisierung von Max Weber ihre Gültigkeit. Die Städte waren keine autonomen Einheiten und bildeten keine speziellen Gesellschaften mehr, sondern waren mit den nationalen Ökonomien und den nationalen Gesellschaften eng verbunden.<sup>3</sup>

Um das Besondere der heutigen europäischen Stadt zu beschreiben, schlägt Walter Siebel, wissenschaftlich aktiver und publizierender deutscher Soziologe, fünf Merkmale vor. Hierzu ist anzuführen, dass nicht jedes Merkmal auf jede Stadt in gleichem Umfang zutrifft, außerdem sind einzelne dieser Merkmale ebenso in Städten außerhalb Europas zu finden. In ihrer Summe aber beschreiben folgende Merkmale einen Idealtypus der europäischen Stadt:<sup>4</sup>

- In der europäischen Stadt ist die bürgerliche Gesellschaft entstanden und die Bauten und Strukturen vieler Innenstädte zeugen heute noch von ihrer Gründungsepoche. Diese *Präsenz einer vormodernen Geschichte* im Alltag des Städters bildet ein erstes Merkmal.
- Die Besonderheit der *europäischen Stadtgeschichte* ist die *Emanzipationsgeschichte* der Bürger. Zum Einen die Emanzipation des Wirtschaftsbürgers aus den geschlossenen Kreisläufen der Selbstversorgung zur offenen Organisation der Ökonomie als Marktwirtschaft. Zum Anderen die des politischen Bürgers aus den feudalistischen Herrschaftsverhältnissen, der somit zum freien Bürger einer selbstverwalteten Stadtgemeinde wird. Die europäische Stadt beinhaltet das Versprechen, sich als Städter aus beengten politischen, ökonomischen und sozialen Verhältnissen befreien zu können.
- Die europäische Stadt ist Ort einer besonderen, *einer urbanen Lebensweise*, die den Stadtbewohner vom Landbewohner unterscheidet. Durch die Polarität von Öffentlichkeit und Privatheit, der Trennung von öffentlichem und privatem Leben, von Arbeit und Freizeit, wird die urbane Lebensweise vom Soziologen Hans Paul Bahrdt definiert.<sup>5</sup> Diese Polarität wird am Gegenüber von Marktplatz als Sphäre des Öffentlichen und der Wohnung als Sphäre des Privaten entwickelt. Die Sphäre des Öffentlichen ist nach Bahrdt ein System ‚unvollständiger Integration‘. Die Marktteilnehmer treten sich mit einem Teilaspekt ihrer Persönlichkeit gegenüber und werden somit oft nur als Kunden oder Verkäufer für andere sichtbar. Unvollständige Integration bedeutet auf städtische Situationen bezogen eine Flüchtigkeit

---

<sup>3</sup> vgl. Häußermann 2001, S.246

<sup>4</sup> vgl. Siebel 2004, S.12-18

<sup>5</sup> vgl. ebd., S.14

der Begegnungen, Unpersönlichkeit, gepflegte Distanz sowie Anonymität.<sup>6</sup> Der öffentlichen Sphäre steht die abgeschlossene private Sphäre, unterteilt in die Bereiche Produktion (Betrieb) und Reproduktion (Wohnung), gegenüber.

- Der starke *Gegensatz von Stadt und Land, Zentralität, Größe, Dichte und Mischung der sozialen Gruppen und städtischen Funktionen* bilden die Gestalt, die Silhouette, die oftmals von weitem schon als ein Konglomerat an Häusern wahrnehmbar und somit eindeutig abgrenzbar ist, ein weiteres Merkmal der europäischen Stadt.
- Die europäische Stadt ist eine *geplante und regulierte Stadt*. Mit technischen und sozialen Infrastrukturen, dem sozialen Wohnungsbau, der kommunalen und staatlichen Sozialpolitik und einem vielfältigen Instrumentarium einer sozialen Stadtplanung sind ihre Lebensbedingungen, politischen Konflikte und sozialen Verhältnisse zu erklären.

Die Präsenz der Geschichte im Alltag des Städters, das Versprechen auf ökonomische und politische Emanzipation, der besondere Ort einer urbanen Lebensweise, die Gestalt der europäischen Stadt mit dem starken Gegensatz von Stadt und Land und die sozialstaatliche Regulierung sind jene fünf Merkmale, die in ihrer Summe den Begriff der ‚Traditionellen europäischen Stadt‘ beschreiben. Jedes dieser Merkmale unterliegt allerdings dem sozialen Wandel. Somit verlieren Merkmale ihre Zusammenhänge, verändern ihre Ausprägung oder werden bedeutungslos. Die Frage nach der Zukunftsfähigkeit der europäischen Stadt und dem Verhältnis ihrer baulich-räumlichen Form sowie der gesellschaftlichen Basis stellt sich.

Mit der Frage, inwieweit diese Merkmale noch die heutige städtische Realität beschreiben, beschäftigen sich Stadtsoziologen seit vielen Jahren. Eine der vorrangigsten Erkenntnisse ist, dass die urbane Lebensweise allgegenwärtig geworden ist. „Marktförmige Organisation der Ökonomie, demokratische Verfasstheit der Politik, Berufstätigkeit außerhalb der Landwirtschaft und die urbane Lebensweise, all das, was in der europäischen Geschichte die Stadt als besonderen Ort gekennzeichnet hat, taugt nicht mehr, um Stadt und Land zu unterscheiden. Der Stadt ist das gesellschaftlich Andere, das Land, abhanden gekommen.“<sup>7</sup> Anonymisierung und Rationalisierung, Bürokratisierung, Technisierung und die Verbreitung der Massenkommunikation finden sich heute in der Stadt als auch auf dem Land. In den folgenden Unterkapiteln werden die Verän-

---

<sup>6</sup> vgl. Löw, Steets, Stoetzer 2008, S.94-95

<sup>7</sup> Siebel 2004, S.25

derungen und Entwicklungen der verschiedenen Räume der europäischen Stadt umrissen.

### 2.1.1 Der Sozialraum

Einerseits ist die Stadt ein Funktionsraum, in dem unterschiedliche Nutzungen an verschiedenen Orten polarisiert sind. So gibt es zum Beispiel reine Wohn- oder Industriegebiete. Andererseits ist die Stadt auch in verschiedene Sozialräume gegliedert, in denen soziale Ungleichheiten erkennbar sind.

Häußermann und Siebel prägten den Begriff der ‚Dreiteilung der Städte im sozialräumlichen Bereich‘ bereits 1987. In der Publikation ‚Soziale Stadt, Sozialraumentwicklung, Quartiersmanagement‘ von Michael Krummacher, die sich mit Stadtentwicklung und Sozialraum auseinandersetzt, wird dieser Begriff modifiziert und vier sozialräumliche Strukturen werden genannt:<sup>8</sup>

- „[...] die international ausgerichtete, wettbewerbsfähige Stadt mit baulich-räumlichen High-lights, glanzvollen Geschäfts- und Kultureinrichtungen, die ein Metropolen-Image vermitteln sollen.“
- bevorzugte „Wohnstandorte der Reichen und Wohlhabenden meist am Rande der Kernstädte“
- „[...] die „Normale-Leute-Stadt“ mit ihrer baulich-räumlichen und infrastrukturell mehr oder weniger gut ausgestatteten Mietwohnungsstruktur, [...]“
- die ‚Arme-Leute-Stadt‘, die von einer hohen Langzeitarbeitslosigkeit, großen Müll- und Umweltbelastungen, baulichem und räumlichen Verfall und Instandhaltungsrückständen geprägt ist.

Die Umstände in der ‚Arme-Leute-Stadt‘ führen zu einer Abwanderung der Besserverdienenden, die sich die Miete in Stadtteilen mit gehobenen Wohnumständen leisten können. An ihre Stelle ziehen Menschen, die sozial schlechter gestellt sind. Folglich ist die Gefahr einer Abwärtsspirale gegeben.

„Die Gesamtsituation des Lebens im benachteiligten Quartier wird geprägt durch kollektive und individuelle Problem- und Notlagen, die zusammen mit den räumlichen Defiziten zu Konflikten und Konkurrenzen um knappe Ressourcen [...] führen und in zunehmende soziale und interkulturelle Konflikte, Gewaltbereitschaft und Rassismus münden können. Aus dem benachteiligten Quartier wird so ein benachteiligendes Quartier.“<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Krummacher [u.a.] 2003, S.36 u.37

<sup>9</sup> ebd., S.43

Die expandierende industrielle Großstadt war im zwanzigsten Jahrhundert der Ort mit dem die Hoffnung auf ökonomischen Erfolg und sozialer Integration verbunden war. Expandierende Arbeitsmärkte für gering qualifizierte Zuwanderer in den westlichen Gesellschaften boten diesen die Chance auf ökonomische Integration. Das Neben- und Miteinander von Arm und Reich, Jung und Alt, sowie den Eingesessenen und Zugezogenen ermöglichte eine soziale Integration und eine produktive Auseinandersetzung mit dem Fremden. In der Stadt kann trotz Fremdheit Austausch und Kommunikation zu Stande kommen. In der Vergangenheit und der Gegenwart stellt diese hohe Dichte und Mischung der sozialen Gruppen eine besondere Qualität der europäischen Stadt dar.<sup>10</sup>

Heute sind in Europa segregierte Gebiete bzw. Räume in den Städten vorhanden. Der Segregationsbegriff beschreibt im Allgemeinen alle Formen der Herstellung homogener Räume. Diese Räume entstehen aufgrund gruppenbezogener Siedlungspraktiken oder durch gezielte Stadtplanung. Im letzteren Fall soll die Planung einem Kontrollgewinn, im Sinne von sozialer Kontrolle, dienen.<sup>11</sup> Es stellt sich die Frage, welche Veränderungen oder Kräfte zu dieser Entmischung der Gesellschaft und somit zu homogenen Räumen führen können.

Als erstes ist hier auf das Phänomen der Suburbanisierung einzugehen. Die kompakte Stadt des 19. Jahrhunderts mit einer großen Dichte und Mischung von Arm und Reich hat sich aus einer Gesellschaft entwickelt, die so nicht mehr existiert. Die große Armut, die Zwänge unterentwickelter Transportsysteme und eine massive Zuwanderung führten zur Dichte der europäischen Stadt. Der wachsende Wohlstand und die dadurch entstandene Individualisierung der Bevölkerung mit einer starken Zunahme des motorisierten Individualverkehrs, das aufgekommene Bedürfnis nach mehr Wohnfläche, der Wunsch den sozialen Problemen der Stadt zu entfliehen, haben zur Suburbanisierung geführt. Die Suburbanisierung der Bevölkerung ins Umland geht auch einher mit dem Wunsch nach einer homogenen Nachbarschaft, nach Sicherheit und besseren Bildungschancen für die Kinder. Diese Umzugsmotive sind heute von wachsender Bedeutung. Die Stadt droht aus dieser Perspektive zum Sammelbecken sozial Schwacher zu werden. Der Umzug der Bevölkerung in das Umland hat aber nicht nur soziale Folgen, sondern zudem ökonomische, politische sowie kulturelle. Hierzu wird in den folgenden Unterkapiteln näher eingegangen. Suburbanisierung trägt wesentlich zur Auflösung der Gestalt der europäischen Stadt bei, wenn man die drei Merkmale ‚Zentralität‘, ‚Stadt-Land-Gegensatz‘ und ‚Mischung ihrer Bevölkerung‘ zur Grundlage nimmt.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> vgl. Siebel 2004, S.16

<sup>11</sup> vgl. Löw, Steets, Stoetzer 2008, S.39

<sup>12</sup> vgl. Siebel 2000, S.29-30

Dieser Trend des Umzugs ins Umland wird heute aufgrund gesellschaftlicher Veränderungen geringer. „Suburbanisierung ist ein Familienmodell“.<sup>13</sup> Die Lebensweisen verändern sich, neue Formen des Zusammenlebens bilden sich, wie beispielsweise die der Wohngemeinschaften oder Patchwork-Familien. Auch der Anteil an Single- und Alleinerziehendenhaushalten wächst stetig. Mit dem Rückgang der traditionellen Kernfamilie geht ein geringerer Wunsch nach dem Eigenheim im Grünen einher. Dies hängt einerseits mit der steigenden Kinderlosigkeit, und andererseits mit dem Bedarf einer urbanen Umgebung in vielen hochqualifizierten Dienstleistungsberufen zusammen. „Sie brauchen vielfältige Arbeitsmöglichkeiten, Informationen, Anregungen, und Begegnungen mit dem Fremden als Voraussetzungen für die geforderte Kreativität, zur Reduktion von Unsicherheit sowie zur Aufrechterhaltung ihrer Beschäftigungsfähigkeit.“<sup>14</sup> Insoweit besteht eine Nachfrage nach Innenstadt als Lebens- und Wohnort und diese wird durch die Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt und der Lebensweisen noch zunehmen. Vor allem der Arbeitsmarkt hat sich in diesem Zusammenhang dahingehend verändert, dass stabile langfristige Einkommen, die eine Kreditfähigkeit zum Aufbau von Eigentum gewähren, nicht mehr garantiert sind. Diese Punkte führen zur Schwächung der Triebkräfte der Suburbanisierung und stärken wieder die Position der Kernstädte.<sup>15</sup>

Andererseits kommt es in den Kernstädten zu sozio-ökonomischen Aufwertungen städtischer Arbeiterwohngebiete durch den Zuzug mittelständischer Milieus, der sogenannten Gentrifizierung. Homogene arme Stadtteile werden durch eine Durchmischung zu homogenen reichen Stadtteilen. Am Anfang dieses Prozesses steht unter anderem der Zuzug der sogenannten Pioniere, der Studierenden und Künstler. In weiterer Folge erhöht sich das kulturelle Angebot, neue Geschäfte entdecken den Stadtteil, wie zum Beispiel Bioläden und Second-Hand-Läden. Mit der Aufwertung des Viertels durch die subkulturelle Szene wird dieses für die sogenannten Gentrifizierer interessant. Hierbei handelt es sich um wohlhabende Personengruppen des Mittelstands. Ab diesen Zeitpunkt werden Wohnungen saniert oder in Eigentum umgewandelt, Mietpreise steigen und die bestehende Bevölkerung wird, sofern sie die höheren Mieten nicht mehr tragen kann, verdrängt. Die Folge ist eine Segregation in Reich und Arm.<sup>16</sup> Die Konsequenz solcher Entwicklungen ist, dass sich die Stadt von einem Ort der Integration zu einem Ort der Ausgrenzung entwickelt. Wer nicht über Arbeit, Geld, soziale Beziehungen und politische Bürgerrechte verfügt, droht ins Abseits zu rutschen. Gesellschaftlich Margi-

---

<sup>13</sup> Siebel 2004, S.44

<sup>14</sup> ebd., S.45

<sup>15</sup> vgl. ebd., S.44-45

nalisierte, wie Arme, Langzeitarbeitslose oder Migranten werden in benachteiligte Quartiere gefiltert.<sup>17</sup>

Diese Gentrifizierungs-Prozesse sind beispielsweise in Wien nicht so ausgeprägt wie in anderen europäischen Städten. Dies liegt unter anderem an sozialen Maßnahmen wie der Mietbeihilfe, einer Hilfestellung damit die gleichen Bewohner auch nach einer Sanierung in den Vierteln wohnen bleiben können. Somit wird in Wien dem Markt das Feld nicht gänzlich überlassen, wie es in anderen Städten häufig der Fall ist. Das Ziel der Stadtregierung ist eine Durchmischung der Bevölkerung auch nach einer Aufwertung eines Viertels. Das dieses Ziel auf Dauer durch den Druck des Marktes schwer zu erreichen ist, soll anhand des Karmeliter Viertels in Wien Leopoldstadt aufgezeigt werden. Nach einem umfangreichen Sanierungsboom in den 1996-er Jahren wurde das Viertel durch Eigentümer aufgewertet, die ihre heruntergekommenen Häuser renovierten und durch die Stadt, die unter anderem Straßen und Plätze sanierte.<sup>18</sup> In dem Buch ‚Stadtkultur & Urbanität‘ hat Julia Ortner, eine bei der Stadtzeitung Falter tätige Politik-Redakteurin, die Situation im Karmeliter Viertel wie folgt beschrieben:

„Die neue Beliebtheit des Viertels lässt sich allerdings auch an den Mieten ablesen, die in den vergangenen Jahren massiv gestiegen sind – im Karmeliter Viertel zahlt man heute für eine generalsanierte Altbauwohnung beinahe so viel wie in der City. Die alten Bewohner des Grätzels werden hier nicht schnell und brutal abgesiedelt – eher langsam und sanft abgedrängt, durch den Druck des Marktes. Zuwanderer können sich die generalsanierten Häuser rund um den Markt nicht mehr leisten und ziehen weiter hinein in den zweiten Bezirk, Richtung Volkertmarkt und Prater. Derzeit findet man im Karmeliter Viertel noch dieses entspannte Nebeneinander von Bohemiens, Aufsteigern, Promis, Zuwanderern und der orthodoxen jüdischen Gemeinde. Eine Mischung, die der Gegend ihren Charme verleiht. Nur wie lange noch? Denn der Boom auf der Mazzes-Insel wird in den nächsten Jahren jedenfalls weitergehen und stärker werden [...]“<sup>19</sup>

### 2.1.2 Der Wirtschaftsraum

Dieses Unterkapitel geht auf Veränderungen im Bereich der Ökonomie der Stadt in Bezug auf den Arbeitsmarkt und den Handel ein.

In engem Zusammenhang mit den Bodenpreisen auf den Immobilienmärkten formt sich die räumliche Struktur der Städte. „The spatial form of cities was an outcome of com-

---

<sup>16</sup> vgl. Löw, Steets, Stoetzer 2008, S.41-42

<sup>17</sup> vgl. Siebel 2004, S.24

<sup>18</sup> vgl. Antalovsky 2007, S.59-62

<sup>19</sup> ebd., S.60-61

peting demand for space, and land uses changed from commercial, to industrial to residential at the margins of the ability of different users to 'bid' for the land."<sup>20</sup> Die Wirtschaftssubjekte, einerseits Betriebe und andererseits private Haushalte, formen mit ihren Entscheidungsprozessen im Bereich des Arbeits- und Immobilienmarktes die räumlichen Strukturen der Städte.<sup>21</sup> Im Zuge der Suburbanisierung, dem Wachstum der Städte weit über die kommunalen Grenzen hinaus, waren die Kernstädte nicht nur sozial, kulturell und politisch die Verlierer, sondern auch in ökonomischer Hinsicht. Die aktiven und finanzstarken Haushalte und Betriebe sind im Umland angesiedelt. Dadurch wird die Finanzbasis der Kernstädte stark geschwächt. Viele Arbeitsplätze sind heute im Umland zu finden, die Kernstädte in Deutschland haben beispielsweise „nur noch in einem Segment des Arbeitsmarkts absolute Zuwächse, nämlich bei den modernen, produktorientierten Dienstleistungen, während sie in allen anderen absolute Verluste aufweisen“<sup>22</sup>. Die europäische Stadt als ökonomisches Zentrum der Gesellschaft besteht folglich nicht mehr. Das Umland ist heute nicht mehr abhängig von der zentralen Kernstadt, sondern „ein regional und dezentral organisiertes, netzartiges Geflecht eigenständiger Gemeinden“<sup>23</sup>. Mit diesen Veränderungen gehört das Bild der Siedlungsstruktur von Zentrum und Peripherie der Vergangenheit an.<sup>24</sup>

Neben den Arbeitsplatzverlusten in den Kernstädten ist die Abwanderung des Handels eine einschneidende ökonomische Veränderung, vor allem weil Markt und Handel zu den Gründungsfunktionen der europäischen Stadt gehörten. Verschiedene Ursachen haben zu dieser Abwanderung des Handels geführt. Mit der Abwanderung der Bevölkerung ins Umland sind auch Teile des Handels ins Umland gezogen, um ihren Kunden nah zu sein. Die Konzentration und der Strukturwandel im Einzelhandel führten zu einem deutlichen Überhang an Filialbetrieben, die ihrerseits im Vergleich zu klassischen innerstädtischen Einzelhändlern weniger an einen Standort gebunden sind. Neue Betriebsformen, wie die Urban Entertainment Centers oder die großen Shopping-Centers (vgl. Unterkapitel 3.3 u. 3.4) versuchen ihren Kunden alles unter einem Dach anzubieten. Diese Betriebsformen benötigen dadurch keine urbanen Nachbarschaften mehr, sondern richten sich bei der Wahl ihres Standortes rein nach Flächenangebot und Erreichbarkeit mit dem PKW. Dieser Flächenbedarf kann nur in Ausnahmefällen in den Kernstädten gedeckt werden. Letztendlich führt auch ein neues Einkaufsverhalten

---

<sup>20</sup> Löw, Steets, Stoetzer 2008, S.124, zitiert Bridge, G.; Watson, S.[Hrsg.], in: A companion to the City, 2003, S.102

<sup>21</sup> vgl.ebd., S.124

<sup>22</sup> Siebel 2000, S.29

<sup>23</sup> Siebel 2004, S.41

<sup>24</sup> vgl. Siebel 2000, S.29 u. Siebel 2004, S.40-41

der Bevölkerung zu Veränderungen. Berufstätige bevorzugen den ‚wöchentlichen Kofferraumeinkauf‘ in gut mit dem PKW erreichbaren Einkaufszentren. Auch der Anteil des E-Commerce wird weiter steigen.<sup>25</sup>

Für die europäische Stadt gehen diese Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt und im Handel mit einer Schwächung der Finanzbasis und der Position als ökonomisches Zentrum der Gesellschaft einher.

### 2.1.3 Der politische Raum

Für die politischen Entscheidungen innerhalb der Stadtgrenzen ist die gewählte Kommunalpolitik zuständig, die das Recht auf kommunale Selbstverwaltung im Rahmen der Gesetze ausübt. Die Stadtbürgerschaft wählt die gewünschten Vertreter in die Kommunalpolitik, die ihrerseits als Hauptaufgabe die Lösung von Konflikten in den Bereichen Wohnen, Arbeiten, Erholung und Verkehr haben. Das Ziel dieser gewählten Vertreter ist, politisch tragfähige Kompromisse der kommunalen Öffentlichkeit zu präsentieren.

Heute ist dies allerdings aufgrund der modernen Siedlungsformen bedeutend schwerer zu bewerkstelligen, da diese eher regional organisiert sind. Die Bevölkerung wird zum Kunden städtischer, vorstädtischer oder ländlicher Angebote. Walter Siebel beschreibt die Situation wie folgt: „Man wohnt in A, arbeitet in B, kauft ein in C und fährt durch D mit dem Auto.“<sup>26</sup> Folge dieser Entwicklung ist der Verlust des interessierten Stadtbürgers, der Konflikte zwischen Wohnen, Arbeiten, Verkehr und Erholung innerhalb der Stadt austragen muss, somit selbst Kompromisse formuliert und politisch mitträgt. Funktionierende kommunale Selbstverwaltung bedarf einer Stadt, die ihren Bewohnern als Einheit des Alltags dient.<sup>27</sup>

Ein weiteres gravierendes Problem der Städte ist die marode Finanzlage der kommunalen Haushalte. Viele Ursachen haben zu dieser Situation geführt, unter anderem die Bevölkerungsverluste und die Ansiedlung von prosperierenden Betrieben im Umland (vgl. Punkt 2.1.2), zudem ein Anwachsen der Aufgaben, die auf kommunaler Ebene zu lösen sind. In Deutschland und Österreich werden bestimmte Maßnahmen immer häufiger zentral durch die jeweiligen nationalen Regierungen getroffen, die Umsetzungen und vor allem Finanzierungen dieser Beschlüsse obliegen den Kommunen. Beispielsweise ist die Situation in Deutschland wie folgt zu verstehen: „So beschließt der Bund Mindeststandards für die Versorgung mit Plätzen in Kinderbetreuungseinrichtungen

---

<sup>25</sup> vgl. Siebel 2000, S.29, S.32 u. Siebel 2004, S.39

<sup>26</sup> Siebel 2004, S.23

und überlässt die Finanzierung den Kommunen. Oder aber es werden den Städten die sozialen Folgeprobleme der Arbeitsmarktentwicklung und der Zuwanderungspolitik überlassen.<sup>28</sup> Nationalpolitische Entscheidungen können zudem zu Einnahmenverlusten auf kommunaler Ebene führen. Ein Beispiel dafür ist der verminderte Mehrwertsteuersatz von 7 statt 19% für Hotelübernachtungen in Deutschland, der auf Bundesebene im Jahre 2009 beschlossen wurde und nun auf kommunaler Ebene zu starken Mindereinnahmen führt.

#### 2.1.4 Der öffentliche Raum

Der städtische Raum ist in öffentliche und private Räume unterteilt. Unterschieden werden diese Räume in juristischer, funktionaler, sozialer und symbolischer Dimension. Aus juristischer Sicht untersteht der öffentliche Raum öffentlichem Recht, der private Raum Eigentums- und privaten Hausrecht. Auf funktionaler Ebene sind dem öffentlichen Raum die Marktfunktion, Freizeit, kulturelle und politische Funktionen, dem privaten Raum die Produktion und Reproduktion in Betrieb und Wohnung zugeordnet. Durch eine soziale Definition wird der öffentliche Raum vom privaten Raum differenziert. Im öffentlichen Raum herrscht eine ritualisierte Anonymität, ein stilisiertes und distanzierendes Verhalten. Intimität, Körperlichkeit und Emotionalität zeichnen den privaten Raum aus. Symbolisch wird mit architektonischen und städtebaulichen Merkmalen Offenheit und Geschlossenheit, Exklusivität und Zugänglichkeit signalisiert.<sup>29</sup>

Die Polarität von Öffentlichkeit und Privatheit ist mit einem normativen Ideal von „bürgerlicher Öffentlichkeit als durchgesetzte Demokratie und gesellschaftlicher Integration ohne Verneinung von Differenz aufgeladen“<sup>30</sup>. Dieses Ideal wurde schon in der Vergangenheit nie erfüllt, da der öffentliche Raum auch immer schon ein exklusiver Raum war. Heute hat sich allerdings die Qualität des Abstandes zwischen dem Ideal und der Wirklichkeit geändert. Das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit unterliegt einem ständigen Wandel, der die zuvor beschriebenen Dimensionen betrifft: die juristische, funktionale und soziale.<sup>31</sup> Daraus ergeben sich die Fragen wie sich der Wandel im Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit in der heutigen europäischen Stadt darstellt und wie es um die heutige Situation des öffentlichen Raums steht.

---

<sup>27</sup> vgl. ebd., S.22-23

<sup>28</sup> ebd., S.33

<sup>29</sup> vgl. Siebel 2000, S.31

<sup>30</sup> Siebel 2004, S.15

<sup>31</sup> vgl. ebd., S.27-28

In funktionaler Dimension kann man heute von einer Privatisierung der Stadt sprechen. Es herrscht eine Zunahme der Privatisierung von Funktionen des öffentlichen Raums, vor allem bei der Marktfunktion. Mit Passagen und Kaufhäusern begann dieser Wandel zu Beginn des 19. Jahrhunderts und vollzieht sich bis heute über die neuen Organisationsformen von Shopping-Centers bis Urban Entertainment Centers (vgl. Unterkapitel 3.3 u. 3.4). In diesen Fällen kommt es zu einer Einhausung der Marktfunktion, zur Verlagerung von Funktionen zwischen öffentlichen und privaten Räumen. Damit einhergehend verläuft zugleich eine juristische Privatisierung der Stadt. „An die Stelle der öffentlich verfassten Kommune ist eine privatrechtlich verfasste Gemeinschaft von Pächtern und Eigentümern getreten, anstelle der öffentlichen Planung die Produktion von Stadt durch einen Developer, anstelle der politischen Administration ein privates Management.“<sup>32</sup> Es entstehen somit eingehauste städtische Märkte, die gegen den unkontrollierten Zustrom von ‚Jedermann‘ durch technische Überwachungssysteme und private Sicherheitsdienste abgesichert sind. Auch die Bereiche, die den Funktionen der Freizeit zugeordnet waren, werden zunehmend privatisiert. Sobald der Markt den öffentlichen Raum erobert, wird dieser verstärkt zu einem Ort des Konsums.<sup>33</sup> Zwei Beispiele aus Wien sollen diese Situation veranschaulichen:

- Einige Uferabschnitte des Donaukanals wurden der Gastronomie überlassen, die Betreiber verwandelten die Grünstreifen in einen Sandstrand, bieten Liegestühle und Sonnenschirme an. Im Sommer lädt der Donaukanal zum Strandvergnügen ein. Die Konsequenz solcher Freizeitangebote ist das Schaffen zusätzlicher exklusiver Räume. „Die Alleinerzieherin aus Favoriten kauft sich hier keinen Cocktail, der Sandler traut sich nicht in den Liegestuhl [...] das heißt hier vor allem eines: Konsumzwang.“<sup>34</sup>
- Auf Wiens großen Einkaufstraßen werden immer mehr Gastgärten eröffnet, die teilweise einen beachtlichen Abstand zum Stammlokal aufweisen. Der öffentliche Raum wird für diejenigen, die nicht willens oder in der Lage sind zu konsumieren, zunehmend kleiner.<sup>35</sup> „Wer draußen abhängen will, muss dazu auch immer öfter etwas konsumieren. Und damit bleibt für manche, die nicht beim großen Konsumieren mitmachen können, nicht mehr viel Platz auf den Straßen: Obdachlose, Al-

---

<sup>32</sup> ebd., S.29-30

<sup>33</sup> vgl. ebd., S.28-31

<sup>34</sup> Antalovsky 2007, S.66

<sup>35</sup> vgl. ebd., S.63-66

koholranke, Drogensüchtige. Die Menschen, die am Rand stehen passen nicht so gut in die kommerzialisierte, saubere Stadt.“<sup>36</sup>

Zusätzlich wird die soziale Differenzierung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit durch das Eindringen der Privatsphäre in den öffentlichen Raum aufgeweicht, beispielsweise durch den Handynutzer, der lautstark telefoniert und so seine Mitmenschen an seinem privaten Gespräch teilhaben lässt oder dem Talkshowgast, der seine Intimsphäre der Öffentlichkeit preisgibt.<sup>37</sup>

### 2.1.5 Der mediale Raum

Der öffentliche Raum verliert seine politische Funktion aufgrund einer Verschiebung der Interessen von der lokalen Öffentlichkeit zur überlokalen Öffentlichkeit durch die Massenmedien. ‚Öffentlich‘ bezeichnete im Ursprung ein politisches Geschehen, das sich erwartbar vor den Augen aller abspielte. Die Erweiterung des Erfahrungsraums der Individuen auf einen globalen Maßstab durch die Massenmedien führte dazu, dass heute die öffentlichen Kommunikationsmittel der Massenmedien die Herstellung einer politischen Öffentlichkeit übernehmen. Politische Öffentlichkeit bildet sich heute in der Privatsphäre der Wohnung. Die heutigen Informations- und Kommunikationstechniken schwächen zudem die Funktion des öffentlichen Raums als städtischer Kommunikationsraum. „Der Erfahrungsaustausch an der Straßenecke wird ersetzt durch das wortlose Fernsehen, der Schaufensterbummel durch die Recherche am PC-Monitor.“<sup>38</sup> Das öffentliche Leben wird zunehmend entlokalisiert, räumliche Nähe ist kein bedeutendes Kriterium mehr für die Wahl von Wohn-, Arbeits- und Infrastrukturstandorten. Die Stadt als besonderer Ort, wo am öffentlichen Leben teilgenommen werden kann, geht durch die Massenmedien verloren. Mit der Zunahme der Überlokalität des öffentlichen Lebens geht eine Aushöhlung der lokalen Öffentlichkeit einher, das zu einer Beschleunigung des Verlustes der Funktionen des öffentlichen Stadtraums führt. Die Medien haben inzwischen den öffentlichen Raum als Ort der Massenkommunikation durch „Großbildschirme in U-Bahnstationen und an zentralen Stadtplätzen“<sup>39</sup> vereinnahmt. Diese Prozesse führen zu einer verstärkten Anonymität im öffentlichen Raum. Man interessiert sich mehr für die neuesten Nachrichten aus Brüssel, als für den Mitmenschen der neben einem steht. Ein komplexes Spektakel an Zeichen wird heute im öf-

---

<sup>36</sup> ebd., S.62

<sup>37</sup> vgl. Siebel 2004, S.30

<sup>38</sup> Schubert 2000, S.42

<sup>39</sup> ebd., S.43

fentlichen Raum inszeniert um die Stadtbevölkerung noch erreichen zu können.<sup>40</sup> Diese Zeichen reichen von „Werbezeichen, Aufschriften und Warenzeichen über Verkehrszeichen, Schilder, Plakatwerbung, audiovisuellen und Printmedien bis zu künstlerischen Symbolen, Inschriften und Graffiti, die eine erhöhte Stimulation im Tempo der Großstadt auslösen“<sup>41</sup>.

### 2.1.6 Der architektonische Raum

Die urbane Architektur gewinnt in der Wissensgesellschaft stark an Bedeutung. Die Unternehmen haben einen gestiegenen Anspruch an Repräsentation und Corporate Identity bzw. Corporate architecture und die Städte demonstrieren mit Event- und Erlebniswelten ihre urbanen Qualitäten. Moderne Wissens- und Kulturproduzenten bedürfen urbaner Milieus, die differenzierte Lebensstile und Kreativität fördern. Hier liegen die großen Chancen der Städte, ihre wirtschaftliche Entwicklung durch die Ansiedlung von Unternehmen der Wissensgesellschaft positiv zu beeinflussen. Innovationsorientierte Unternehmen richten ihre Standortentscheidungen nach der Verfügbarkeit eines hochwertigen Wohnumfelds und nach einem attraktiven Gemeinwesen für ihre Mitarbeiter.

In der Nachkriegszeit, als Architektur und Stadtarchitektur nur der Maxime ‚form follows function‘ folgten, ließen sich die Städte und ihre Architekturen immer weniger räumlich und geschichtlich verorten, ihre Identität, ihr ‚genius loci‘, ging verloren.<sup>42</sup> Standardisierung und Serie waren die Leitbegriffe der Güterproduktion und des Städtebaus.<sup>43</sup> „Die Trostlosigkeit der Schlafstädte, die Menschenfeindlichkeit der vom Verkehr okkupierten Innenstädte, die radikale Sanierung der Stadtzentren, die Einfallslosigkeit des Wiederaufbaus nach dem zweiten Weltkrieg, die Eintönigkeit des Funktionalismus“<sup>44</sup> wurden seit den 1970er und 1980er Jahren in Frage gestellt. Es folgte eine Gegenreaktion der europäischen Städte in Form einer schonenden Stadtsanierung. Bestehende soziale Netzwerke wurden erhalten und ältere Bauten renoviert statt ersetzt, neue Stadträume für Fußgänger wurden geschaffen um menschliche Begegnungen zu fördern, neue Kriterien des Städtebaus wie Energiesparsamkeit und Umweltschonung entstanden.<sup>45</sup> Dies sind nur einige Ansätze, die diese neue europäische Vision von Stadt auslöste. Im Wettbewerb der Städte und Regionen gewann eine vorhandene Stadtidentität, das

---

<sup>40</sup> vgl. ebd., S.42-44

<sup>41</sup> ebd., S.44

<sup>42</sup> vgl. Bornberg, Habermann-Nieße, Zibell 2009, S.155-170

<sup>43</sup> vgl. Ipsen o. Jahr, S.1

<sup>44</sup> Kaelble 2001, S.273

<sup>45</sup> vgl. ebd., S.273

Besondere, der Geist des Ortes, als weicher Standortfaktor zunehmend an Bedeutung. Seit den 1990er Jahren ist verstärkt ein neuer Ansatz in der Architektur zu beobachten: Der Versuch, die Form mit dem Inhalt in besonderer Weise kommunizieren zu lassen. Die Funktion eines Bauwerks wurde um seinen symbolischen Gehalt erweitert.<sup>46</sup> Dieser neue Ansatz fand auch Einzug in die Freiraumplanung: „Ein konzeptionell geprägter Planungsansatz versucht, die besonderen Merkmale herauszuarbeiten und im Entwurf zu thematisieren. Insbesondere sind dabei die Dimension des Raumes, die Ausformung seiner Grenzen und seine Gliederung von Bedeutung.“<sup>47</sup>

Mit Blick auf die heutige Gestaltung und die Architektur der Städte im Vergleich, ist die ‚Individualisierung‘ und Überwindung der Standardisierung des Städtebaus sichtbar schwer plan- und umsetzbar. Die Städte gleichen sich untereinander in ihrer Architektur, in der Gestaltung der Freiräume und des öffentlichen Raums. Bürobauten, Shopping-Center und Wohnbauten der Großsiedlungen sind in verschiedenen Städten in ihrer Formensprache ähnlich. Der öffentliche Raum wird mit vergleichbaren Bepflasterungen, Wasserspielen, Beleuchtungen und sonstigen Stadtmöblierungen versehen. Die Standardisierung des Städtebaus wird in einigen Städten mit einer Corporate Identity (CI) des öffentlichen Raums verstärkt. In diesen Städten gleichen sich die verschiedenen Orte innerhalb der eigenen Stadtgrenzen beispielsweise durch ähnliche Beleuchtungen, Sitzmöblierungen und künstlerisch gestalteten Objekten. Das Ziel dieser Maßnahme ist in der Regel, einen Stadtteil wieder erkennbar zu repräsentieren und die Zusammengehörigkeit spürbar zu machen. Das Besondere des einzelnen Ortes und seine Geschichte werden in diesen Fällen oft nicht gestalterisch akzentuiert.<sup>48</sup>

Mit der Konzentration der Städte auf Event- und Erlebniswelten wird vielerorts auf den wachsenden Städtetourismus als gewinnbringende Einnahmequelle für die Städte gebaut. Zwei wesentliche Tendenzen sind in diesen Fällen zu unterscheiden. Zum Einen werden historisch erhaltene Innenstadtbereiche zur touristischen Kulisse gestaltet, fungieren somit als innerstädtischer Themenpark mit beispielsweise Museumspfaden oder Geschichtspfaden. Zum Anderen werden künstliche Erlebniswelten geschaffen, die bestenfalls mancherorts einen geschichtlichen Bezug zur jeweiligen Stadt besitzen. Diese Einrichtungen stellen tendenziell für die Bewohner eine alternative zur Innenstadt dar, ohne mit den „[...] scheinbaren ‚Unwägbarkeiten‘ einer Großstadt wie Obdachlosen, Bettlern oder ausländischen Jugendlichen konfrontiert zu werden“<sup>49</sup>. Durch

---

<sup>46</sup> vgl. Bornberg, Habermann-Nieße, Zibell 2009, S.157

<sup>47</sup> Bartholomäus u.a. 2009, S.88

<sup>48</sup> vgl. Ipsen o. Jahr, S.1-5

<sup>49</sup> Roost 2000, S.133

ihre immer gleiche Mischung von abwechslungsreicher Inszenierung und ihre beruhigende Vorhersagbarkeit, lassen sich die künstlichen Erlebniswelten hervorragend vermarkten und bilden somit einen wachsenden Markt.<sup>50</sup> Diese Bauten hausen nicht nur die Marktfunktion ein, sondern versuchen alle städtischen Funktionen einzuhausen. Eine künstliche Urbanität unter einem Dach, ohne soziale Vielfalt und auf privatem Grund, wird mit ihnen geschaffen. Die architektonische und räumliche Beziehungspflege zur gewachsenen Umgebung ist nicht mehr von Bedeutung. Der Innenraum dieser Bauten, mit einer inszenierten Urbanität, steht im Mittelpunkt.

Eine gegenläufige Tendenz zum fortlaufenden Verlust des öffentlichen Raums und zur Einhausung der städtischen Funktionen bildet die Neuplanung und Schaffung von Stadtplätzen. Diese verloren in der Nachkriegszeit ihre vielfältige Nutzbarkeit als Verkehrsfläche, als sozialer Raum, als Marktplatz, als Treffpunkt und als Versammlungsort. Dieser Bedeutungsverlust der Stadtplätze war unter anderem auf den gestiegenen Individualverkehr zurückzuführen, die Plätze wurden für den reibungsfreien Verkehrsfluss optimiert. Mit der heutigen Rückgewinnung des vom Verkehr beschlagnahmten öffentlichen Raums, erhalten die Stadtplätze schrittweise ihre Bedeutung für die Öffentlichkeit zurück. Vor allem belebte und bespielte Stadtplätze spiegeln die urbane Qualität einer Stadt wider.

Mit den Chancen der Städte, sich im Wettbewerb um Unternehmensniederlassungen durch ihre eigene Identität und ihre vorhandenen urbanen Qualitäten durchzusetzen, sind aber auch besondere Herausforderungen verbunden. Besonderes Augenmerk ist auf den öffentlichen Raum zu richten, der durch architektonische Zeichen und exklusive Materialien zunehmend Gruppen ausgrenzt. „Marmor, verspiegelte Glasflächen, goldfarbene Einfassungen, Palmen und andere elitäre Zeichen wirken als stumme, aber wirksame soziale Filter.“<sup>51</sup> Eine der Voraussetzungen für ein kreatives, urbanes Klima ist jedoch gerade auch eine räumliche und gesellschaftliche Zusammenführung unterschiedlicher Milieus in der Öffentlichkeit.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> vgl. ebd., S.129-135

<sup>51</sup> Bornberg, Habermann-Nieße, Zibell 2009, S.166, zitiert Häußermann u.a., in: Stadtpolitik, 2008, S.304

<sup>52</sup> vgl. ebd., S.166

### **2.1.7 Multifunktionalität als wesentlicher Aspekt der europäischen Urbanität**

Wesentlich für die europäische Urbanität waren immer die städtische Öffentlichkeit, ein gewisser Stolz, eine Intellektualität und eine Distanziertheit. Öffentlich nutzbare Stadträume bilden das Grundelement der verstädterten bürgerlichen Gesellschaft und der freie Zugang zu Informationen eine notwendige Voraussetzung von Demokratie. Somit bedarf es frei zugänglicher Orte an denen Waren und Güter, Informationen und Kommunikation ausgetauscht werden können. Orte für die Repräsentation und Darstellung der unterschiedlichen sozialen Gruppen und Individuen mit ihren verschiedenen Lebenswelten und Lebensformen. Durch die soziale Vielfalt werden an diesen Orten kulturelle und soziale Widersprüche deutlich und gelangen ins Bewusstsein der Bürger. Die Qualität der Urbanität wird durch die Überraschung, das Unvorhersehbare und das Fremde geprägt. Eine funktionale und soziale Entmischung von Stadtgebieten schränkt die Entstehung von Urbanität ein und verhindert eine städtische Vielfalt zu erleben.<sup>53</sup>

Die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte haben zur funktionalen und sozialen Polarisierung geführt. Diese sind auf die strikte Trennung von Wohnen, Arbeit, Freizeit und Verkehr, sowie auf gesellschaftliche Veränderungen, die Medialisierung, sozialräumliche Verschiebungen, die zunehmende Privatisierung des öffentlichen Raums, neue Kommunikationsmittel und die Individualisierung zurückzuführen. Entgegen dieser entmischten und monofunktionalen Entwicklung steht die Multifunktionalität in der europäischen Stadt für eine funktionale, kulturelle und soziale Mischung. Gesellschaftliche Anforderungen und städtische Räume finden, in einer von Offenheit und Entwicklungsfähigkeit geprägten multifunktionalen Stadt, zueinander. Das setzt ein stetiges Um- und Neudefinieren der städtischen Funktionen in einem Prozess des permanenten Wandels voraus. Ein hoher Grad an Flexibilität der städtischen Räume, für Um- und Nachnutzungen brach gefallener Flächen oder Gebäude, ist von entscheidender Bedeutung für die Entwicklungsfähigkeit der europäischen Stadt. Diese Multifunktionalität, die vor allem die innerstädtischen Bereiche in der Vergangenheit auszeichnete, gilt es wiederherzustellen, auszubauen oder zu bewahren.

---

<sup>53</sup> vgl. Siebel 2004, S.119-145

## 2.2 Folgerungen

Aus den beschriebenen Entwicklungen der einzelnen Räume der europäischen Stadt, die auf gesellschaftliche, ökonomische, soziale und kulturelle Veränderungen zurückzuführen sind, lassen sich folgende Potenziale und Risiken für die Stadtentwicklung ableiten:

	<b>Potenziale</b>	<b>Risiken</b>
<b>Sozialraum</b>	+ der Lebens- und Wohnort Innenstadt wird für viele Bevölkerungsgruppen wieder interessanter, mit kommunalen Regulierungen kann aktiv homogenen Räumen entgegengewirkt werden	- weitere Zunahme homogener Räume durch Segregationsprozesse - Gentrifizierungsprozesse, die zur Ausgrenzung marginalisierter Bevölkerungsgruppen führen
<b>Wirtschaftsraum</b>	+ Zuwächse im Segment des Arbeitsmarktes bei den modernen produktorientierten Dienstleistungen + neue Märkte und Zielgruppen ergeben sich aus dem wachsenden Interesse am Lebens- und Wohnort Innenstadt	- steigende Arbeitsplatzverluste durch weitere Betriebsansiedlungen im Umland - anhaltender Konzentrationsprozess und struktureller Wandel im Einzelhandel führen zu einem Überhang an Filialbetrieben - neues Einkaufsverhalten der Bevölkerung
<b>Politischer Raum</b>	+ die Stadt muss ihren Bewohnern als Einheit des Alltags dienen mit den Funktionen Arbeit, Wohnen, Erholung und Freizeit	- weiterer Verlust des interessierten Stadtbürgers - marode Finanzlage der kommunalen Haushalte
<b>Öffentlicher Raum</b>	+ Mischung und Miteinander der Bevölkerung im öffentlichen Raum + Vielfalt und Lebendigkeit im öffentlichen Raum schaffen	- die weitere Privatisierung von Funktionen des öffentlichen Raums - öffentlicher Raum wird zum Ort des Konsums
<b>Medialer Raum</b>		- Überfrachtung des öffentlichen Raums mit Zeichen
<b>Architektonischer Raum</b>	+ die urbanen Qualitäten einer Stadt, wie ein attraktives Wohnumfeld mit einer hohen Dichte und einer guten Infrastruktur, gewinnen im Wettbewerb der Städte um Unternehmensansiedlungen an Bedeutung + Bedeutung des Wohnangebots und der Qualität der Wohnungen steigt	- Ausgrenzung von Gruppen durch architektonische Zeichen und exklusive Materialien - Einhausung städtischer Funktionen

Tab.1: Potenziale und Risiken in der Entwicklung europäischer Städte  
(Eigene Darstellung)

### 3 Die Innenstädte in Europa

Dieses Kapitel umreißt die wesentlichen Entwicklungstendenzen in den europäischen Innenstädten. Zu Beginn wird der Begriff ‚Innenstadt‘ erklärt und vor allem, auf welche Stadtgebiete sich der Begriff in dieser Arbeit bezieht. Es folgt eine Erläuterung der Bedeutung der Innenstadt für die Gesamtstadt und in den darauffolgenden Unterkapiteln werden die Entwicklung des Handels in seinen unterschiedlichen Organisationsformen, die Entstehung und Bedeutung von Urban Entertainment Center, der Städtetourismus und das Weltkulturerbe in den Innenstädten und die daraus entstehenden Folgen erläutert. Punktuell werden Beispiele europäischer Städte für die beschriebenen Entwicklungen aufgeführt, aber grundsätzlich sind die folgenden Erläuterungen in allgemeiner Hinsicht für die europäischen Innenstädte zu verstehen.

Abschließend werden aus den gesammelten Erkenntnissen Folgerungen abgeleitet.

#### 3.1 Der Begriff ‚Innenstadt‘

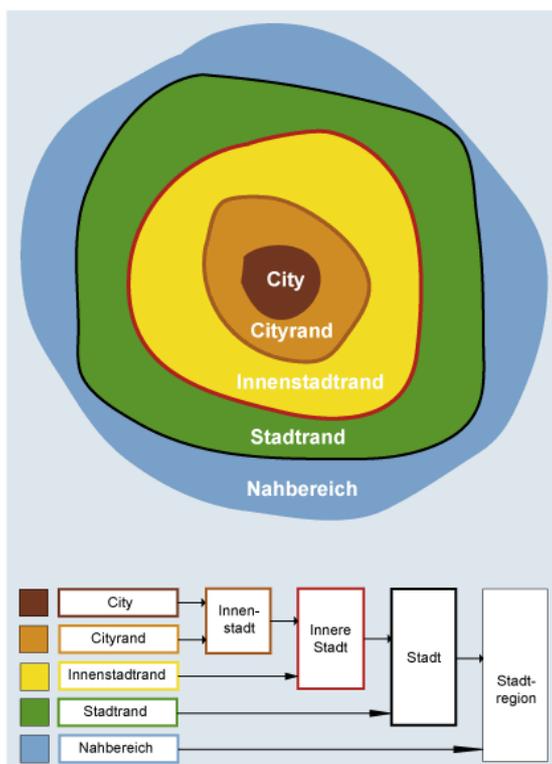


Abb.1: Lagetypen in der Stadt  
([www.bbsr.bund.de](http://www.bbsr.bund.de))

Eine allgemeingültige Definition des Begriffs ‚Innenstadt‘ gibt es aufgrund der unterschiedlichen örtlichen Verhältnisse nicht. Für Großstädte lassen sich nach dem Ord-

nungsschema der geografischen Lage vier Lagetypen in der Stadt unterscheiden. Die Stadtteile werden nach ihrer Lage in Bezug zum Hauptzentrum der Stadt unterschieden.<sup>54</sup> So ergeben sich nach diesem Schema folgende städtische Lagetypen:<sup>55</sup>

- City und Cityrand: Zumeist charakterisiert durch Fußgängerzonen und angrenzende Gebiete, die nach Einzelhandelsmerkmalen in 1a- oder 1b-Lagen unterschieden werden.
- Innenstadtrand: Oftmals durch eine sehr dichte Wohnbebauung mit kleineren Stadtteilzentren charakterisiert.
- Stadtrand: Diese Stadtteile sind sehr unterschiedlich geprägt, vom dörflichen Charakter bis hin zur extrem verdichteten Großsiedlung.

Die vorliegende Diplomarbeit konzentriert sich auf die Bereiche City, Cityrand und Innenstadtrand. Unter dem verwendeten Begriff ‚Innenstadt‘ ist demnach die innere Stadt zu verstehen (vgl. Abb.1). Zur begrifflichen Vereinfachung wird in dieser Arbeit von der Innenstadt gesprochen, wobei sich die untersuchten Maßnahmen auf Teile oder auf die innere Stadt in ihrer Gesamtheit beziehen.

## 3.2 Die Bedeutung der Innenstadt für die Gesamtstadt

Die europäischen Innenstädte sind Ausdruck und Abbild des städtischen Lebens. Sie bilden die Zentren der jeweiligen Städte, sind Orte der lokalen Geschichte und des kulturellen Erbes, der politischen und gesellschaftlichen Auseinandersetzung, der lokalen Demokratie, des bürgerschaftlichen Engagements, der sozialen und gesellschaftlichen Kontakte und der Öffentlichkeit. Außerdem zeichnen sie sich durch den lokalen Ideenaustausch und der Innovation, des Kulturschaffens und der Bildung, der Vielfalt, der Lebendigkeit und der Multifunktionalität aus. Sie bieten eine Vielfalt an Teilnahmemöglichkeiten sowohl des Marktes als auch des Tausches, des Handels und der Dienstleistungen. Städte werden häufig von Besuchern über das Bild, das über die jeweilige Innenstadt vermittelt wird, definiert. So sind gerade Innenstädte immer auch Aushängeschilder der jeweiligen Städte. An Innenstädten lassen sich die Bedeutung, die Kultur sowie das wirtschaftliche und gesellschaftliche Klima der Gesamtstadt ablesen. Für die eigenen Bewohner sind die Innenstädte zugleich Orte des Bürgerstolzes, der Identifikation und der Zugehörigkeit.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung A sowie BMVBS 2010, S.11

<sup>55</sup> vgl. ebd.

<sup>56</sup> vgl. Frauns, Scheuven 2010, S.6

Diese geschilderten Bedeutungen und Eigenschaften der Innenstädte in Europa haben in der Vergangenheit an Klarheit und Eindeutigkeit verloren. Wie die Merkmale der traditionellen europäischen Stadt ihre Zusammenhänge und ihre Ausprägung verlieren oder bedeutungslos werden, so erlebt auch die Innenstadt einen Funktions- und Strukturwandel. Mit der demografischen Entwicklung und dem sozialen Wandel der Gesellschaft entstehen für sie neue und vielfältige Herausforderungen. Die Veränderung der Altersstrukturen, die Internationalisierung der Gesellschaft, eine anhaltende Zuwanderung und der Wandel der Lebensstile werden zu weiteren Neuinterpretationen der Funktionen und Strukturen der Innenstadt führen müssen um die Zukunftsfähigkeit dieser als Identifikationsorte der Gesellschaft und Kristallisationspunkte des Alltagslebens der Menschen sichern zu können. Die Stärkung der nichtökonomischen Funktionen in der Innenstadt rückt dabei verstärkt in den Fokus. Zu diesen Funktionen darf vor allem der öffentliche Raum und seine Bedeutung für den Zusammenhalt der Gesellschaft gezählt werden (vgl. Punkt 2.1.4 und 4.6.1). Die Ausrichtung auf materielles Wachstum hat zum Teil die Verantwortlichen in den Städten selbst zum Handeln gegen die eigenen Innenstädte verleitet, sei es durch übermäßige Flächenexpansionen am Stadtrand für den Handel, Gewerbenutzungen und Wohnflächen für das ‚Wohnen im Grünen‘ sei es durch gezielte Förderungen, wie Eigenheimförderungen oder die Bereitstellung günstiger Grundstücke für Unternehmensansiedlungen am Stadtrand. Es ließen sich weitere Beispiele aufzählen, mit denen gezielt und durchaus gewollt im Sinne eines Wachstums neue Gebiete gefördert und geschaffen wurden. Zu beobachten ist aber, dass die eingetretenen oder noch eintretenden Veränderungen in den Innenstädten und die damit einhergehenden Herausforderungen auf zum Teil nicht steuerbare Kräfte zurückzuführen sind.<sup>57</sup>

Vor allem im Bereich der Einzelhandelslandschaft, die von Konzentrationsprozessen und der Filialisierung geprägt ist, werden die Innenstädte gravierenden Herausforderungen gegenüberstehen. Dem stetigen Verkaufsflächenzuwachs stehen rückläufige Flächenproduktivitäten, Veränderungen im Einkaufsverhalten und eine Nachfrageschwäche entgegen. Flächenexpansion und die Dezentralisierung bzw. Zentralitätsverlagerungen von Einzelhandelsnutzungen gefährden zudem die Funktionsfähigkeit der Innenstädte als zentraler Einzelhandelsstandort. Daraus ergibt sich für die Innenstädte eher die Notwendigkeit einer nachhaltigen Qualifizierung und Inszenierung der bereits vorhandenen Flächen als eine Erweiterung der Flächen und Angebote.<sup>58</sup> Diese wirtschaftsstrukturellen Veränderungen und alle mit ihnen verbundenen Prozesse lassen

---

<sup>57</sup> vgl. ebd., S.12-15

<sup>58</sup> vgl. ebd., S.13

sich nicht steuern und daraus ergeben sich die Notwendigkeiten nach neuen Lösungen und vor allem Funktionen zu suchen anstatt am alten Bild der zentralen Handelsfunktion in den Innenstädten festzuhalten.

In den folgenden Unterkapiteln werden die Maßnahmen thematisiert, mit denen unter anderem auf die Bedeutungsverluste in den Innenstädten reagiert wird. Durch diese wird versucht, die Innenstädte nicht ausschließlich gesamtstädtisch in den Mittelpunkt zu rücken, sondern nach Möglichkeit als regionales, überregionales und ferner internationales Zentrum zu positionieren.

### **3.3 Von den Passagen bis zu den Shopping Malls und Fußgängerzonen**

Der Handel als städtische Funktion hat seit jeher die Stadtstruktur, das Stadtbild, die Stadtwahrnehmung sowie das urbane und öffentliche Leben beträchtlich mitgeprägt. An den ursprünglichen Gedanken des Marktes in der mittelalterlichen Stadt in Europa orientiert, begann das Entstehen neuer Organisationsformen des Handels mit der industriellen Entwicklung und ihrer Warenproduktion. Im Folgenden soll kurz die innerstädtische Entwicklung im Bereich des Handels in ihren verschiedenen Erscheinungsformen vorgestellt werden.

Am Anfang dieses Prozesses stand Ende des 18. Jahrhunderts die Herausbildung der Passage als europäischer Bautyp der Innenstädte. Mit der aufblühenden Luxusindustrie in den Städten begann das Suchen nach neuen Absatzformen, was schließlich zum Entstehen der Passage als Ort der Luxuswaren und der Mode führte. Die Kundschaft bildete das obere Bürgertum mit den „[...] Erscheinungen wie dem Flaneur, dem Bohemien und dem Boulevardier und ihren weiblichen Entsprechungen [...]“<sup>59</sup>. Charakteristisch für die Passagen war vor allem die Verknüpfung des Netzes aus Straßen und Plätzen einer dicht bebauten Innenstadt, ihre Durchwegung privaten Geländes in Blockinnenbereichen und ihre repräsentative Gestaltung im Inneren. Passagen öffneten sich nach mehreren Seiten mit auffälligen Eingängen und bildeten städtische Durchgangsräume. Somit bildeten sie mit ihrer Verbindungsfunktion einen transitorischen Charakter.<sup>60</sup> Nur eine permanente Frequenz garantierte ihr ökonomisches Überleben, dies bedingte ihre zentrale innerstädtische Lage, in attraktiver Umgebung von belebten Plätzen und Straßen. Passagen waren bei Tag und Nacht der Öffentlichkeit zugänglich. Auf den vermehrten Wunsch der Kunden zu flanieren und verweilen, sich zu amü-

---

<sup>59</sup> Geist 1969, S.33

<sup>60</sup> vgl. ebd., S.83

sieren und unterhalten, trat neben die reine Handelsfunktion von Kauf und Verkauf die Errichtung begleitender Einrichtungen, wie zum Beispiel diverse gastronomische Betriebe, Theater, Konzertsäle, Klubs und Bäder. Die Passagen wurden somit zu gesellschaftlichen Treffpunkten.<sup>61</sup>

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde die Passage vom Warenhaus abgelöst. Die einsetzende industrielle Warenproduktion mit ihrem Massenangebot führte zu dieser damals neuen Organisationsform. Eine breitere Käuferschicht sollte mit den angebotenen Waren zu festen Preisen, mit Umtauschmöglichkeit, keinem Kaufzwang, Barzahlung und reduzierten Preisen, angesprochen werden.<sup>62</sup> Das Warenhaus war nicht mehr für das obere Bürgertum und Flaneure konzipiert. Es zielte auf die Masse aller sozialen Schichten ab. Architektonische und dekorative Mittel, wie repräsentative Fassaden und prachtvolle Innenausstattungen, wurden mit dem Ziel der Steigerung der Kauflust verwendet. Ökonomische Überlegungen zum wachstumsorientierten Warenabsatz bestimmten zusehends die Konzeption des Warenhauses. Die Anordnung und Abfolge des Warenangebots waren wohl überlegt und ein distanzierendes Betrachten und Flanieren waren nicht mehr möglich. Die städtebaulichen Funktionen der Passagen, wie die der Verbindung von Straßen und Plätzen und dem Angebot an öffentlichem Raum, charakterisierten nicht mehr das Warenhaus.<sup>63</sup>

Mitte des 20. Jahrhunderts entstanden in den USA außerhalb der Städte Shopping Center, die in weiterer Folge unter einem Dach zusammengefasst zu Shopping Malls wurden. Charakteristisch für diese Organisationsformen ist ihre zentrale Planung der Errichtung, das großzügige Angebot an PKW-Stellplätzen und ein zentrales Management. Als ein Produkt der schnellen Verbreitung des Automobils wurden die Center bzw. Malls vor allem an Straßenkreuzungen, Autobahnanschlüssen oder Ausfallstraßen errichtet. Diese direkte Erreichbarkeit mit dem PKW und die Verbindung der Autoabstellplätze mit den Centern bzw. Malls war eine grundlegende Bedingung für ihr Funktionieren. Im Ursprung sind sie suburbane Einrichtungen, die sich eine eigene Frequenz schaffen müssen und sich stark an Autokunden orientieren. Im innerstädtischen Bereich gelegen nutzen diese Einrichtungen die vorhandenen Frequenzen und sind in der Regel große, überdachte, eigene und nach innen gekehrte Gebäudekomplexe, die die Besucherschaft in das Innere saugen und zum möglichst langfristigen Aufenthalt anregen sollen. Außerdem wirken sie wie implantierte Monolithe in der gewachsenen Stadtstruktur. Für innerstädtische wie auch für die im Umland gelegenen

---

<sup>61</sup> vgl. Dörhöfer 2008, S.22-29

<sup>62</sup> vgl. Geist 1969, S.81-82

<sup>63</sup> vgl. ebd., S.81-82 sowie Dörhöfer 2008, S.27-29

Center und Malls gilt, dass diese aus einer Mischung aus Einzelhandels-, Gastronomie und Dienstleistungsbetrieben bestehen. Das Konzept der Shopping Center fand in Europa in den 1970-er Jahren Einzug. Zu Beginn als großflächige, PKW orientierte Fachmärkte außerhalb der Stadtgrenzen gelegen, werden seit den 1980er Jahren Shopping Center in den europäischen Innenstädten geplant und mit der städtebaulichen Absicht der Revitalisierung vernachlässigter Stadtteile oder brachliegender Areale errichtet.<sup>64</sup> In Punkt 4.3.4 wird auf die Planung von Shopping-Center in innerstädtischen Lagen näher eingegangen.

Die Entwicklung der verschiedenen Organisationsformen des Handels hat direkte Auswirkungen auf die Innenstadt. Vergleicht man die Passage des 19. Jahrhunderts mit der Mall bzw. dem Shopping-Center des 20. Jahrhunderts, so werden grundsätzliche urbane Unterschiede deutlich.

- Die Passage wurde in einer bestehenden Baustruktur integriert, verknüpfte Straßen und Plätze, hatte eine Verbindungsfunktion und schuf auf privatem Grund im Blockinnenbereich öffentlichen Raum bei Tag und Nacht. Die Mall bzw. das Shopping-Center sind nach innen gekehrte, eigene Gebäudekomplexe, die Kunden von der vorhandenen Frequenz abschöpfen und langfristig halten sollen.
- Die Passage war als verbindendes Glied zwischen belebten innerstädtischen Orten, ein urbaner, weltoffener und großstädtischer Durchgangsraum bei Tag und Nacht. Die Mall bzw. das Shopping-Center sind kontrollierte und gelenkte Innenräume, die selbst ein Zentrum bilden und nachts geschlossen sind.
- Die Passage wurde durch ihre begleitenden Einrichtungen zum gesellschaftlichen Treffpunkt. Das Flanieren, Amüsieren, Verweilen und Ausruhen wurden in der Passage neben der reinen Handelsfunktion angeboten. „Die multifunktionalen Einrichtungen der Passage – vom Theater bis zum Konzertsaal, vom Kabarett bis zum Panoptikum, vom Caféhaus bis zum Tanztee,[...], vom Laden bis zur Hotelpension – waren zwar auch auf Konsum und Vergnügen eingestellt, erhielten aber nicht zuletzt durch Wohnungen und Werkstätten einen vielfältigen und differenzierten Charakter.“<sup>65</sup> Die Mall bzw. das Shopping-Center ist ein konsumorientierter und monofunktionaler Ort. Der Handel und Konsum stehen im Mittelpunkt und somit zielen ihre Einrichtungen auf die stete Zirkulation des Massenpublikums, durch das Gebäude in die Geschäfte hinein. Rastlosigkeit, Gedränge und Eile prägen ihren

---

<sup>64</sup> vgl. Dörhöfer 2008, S.29-38

<sup>65</sup> ebd., S.37

Charakter. Die Geselligkeit und das soziale Miteinander spielen in dieser Organisationsform keine Rolle mehr.<sup>66</sup>

In den 1950er und 1960er Jahren begann in vielen europäischen Städten die Planung und Errichtung von Fußgängerzonen. „Unter einer Fußgängerzone versteht man in der Regel einen Bereich mit einer oder mehreren Geschäftsstraßen in die, von einigen genau definierten Ausnahmen abgesehen, keine Kraftfahrzeuge einfahren dürfen.“<sup>67</sup> Zurückzuführen ist diese Entwicklung einerseits auf den zunehmenden Kfz-Verkehr und der mit ihm einhergehende Verlust an Attraktivität der Stadtzentren mit ihren Einkaufsbereichen, andererseits auf das seinerzeit gültige städtebauliche Grundprinzip der Funktionstrennung. Das Einkaufen sollte in Fußgängerzonen, die Symbol des prosperierenden Wirtschaftslebens und zentraler Ort des anspruchsvollen Massenkonsums waren, stattfinden. Dies führte vor allem dazu, dass in Fußgängerzonen Fachgeschäfte jeglicher Art und andere Betriebsformen des Einzelhandels sowie in größeren Städten große Kauf- und Warenhäuser zu finden waren. Diese Häuser fungierten als Frequenzbringer, die für die Belebung der gesamten Fußgängerzone und somit Innenstadt sorgten. Durch eine gestiegene Konkurrenz im Handel ist neben einer Krise von Kauf- und Warenhäusern die Krise des Einzelhandels spürbar. „>Trading Down<-Prozesse sind ablesbar, Leerstände nehmen zu und immer weniger Facheinzelhändler können sich im Wettbewerb behaupten.“<sup>68</sup> Neben diesem handelsbezogenen Strukturwandel leiden die Fußgängerzonen an den Entwicklungstendenzen die mit den Begriffen der ‚Banalisierung‘ und ‚Filialisierung‘ beschrieben werden. Die Banalisierung bezieht sich vor allem auf die gesichtslose Architektur der Geschäftsgebäude, die in ihrer Gestaltung und ihrem Erscheinungsbild austauschbar, homogen, einfach und anspruchslos wirken. Das Bild der Stadtzentren wird durch diese Entwicklung zusehends banalisiert. Mit der Filialisierung geht eine Standardisierung des Warensortiments und zugleich der Geschäftsmodelle einher, eine Gleichförmigkeit entsteht durch den Verlust des Abwechslungsreichtums an privat betriebenen individuellen Geschäften.<sup>69</sup> Diese Entwicklungstendenzen in den Fußgängerzonen stellen die Verantwortlichen der Stadtzentren vor neue Herausforderungen, um neue Konzepte und Strategien für die Entwicklung der Innenstädte und ihrer Fußgängerzonen zu finden. „Die Attraktivität einer Fußgängerzone in einer Innenstadt ist jedoch nicht nur vom Fehlen eines störenden Kfz-Verkehrs und viel Fläche für den Fußgängerverkehr abhängig, sondern in erster Linie

---

<sup>66</sup> vgl. ebd., S.37

<sup>67</sup> Zottl, Wisser 2007, S.8, zitiert Koerdt, Arne, in: Planung und Realisierung autonomer und autofreier Quartiere. Ein Konzept zur Verringerung verkehrsbedingter Probleme, 1999, o. Seite

<sup>68</sup> Brune, Junker, Pump-Uhlmann 2006, S.11

von der Qualität der Architektur, der Vielfalt und Modernität der Geschäfte und nicht zuletzt der Urbanität und des Ambientes der Stadt.<sup>70</sup> Dieses Statement nennt die weitreichenden Konsequenzen für die Planung, insbesondere für die Erweiterung der Fußgängerzonen wie diese vielerorts durchgeführt wird. Es zeigt sich: Zur Schaffung einer attraktiven Fußgängerzone gehört die Schaffung eines attraktiven Stadtraums, der Besucher und Bewohner eine anziehende Attraktivität vermittelt.

Im folgenden Unterkapitel soll eine weitere Entwicklung einer Handelsorganisationsform vorgestellt werden, die vom Versorgungseinkauf bis hin zum Erlebniseinkauf fungiert.

### **3.4 Vom reinen Versorgungseinkauf zum Erlebniseinkauf, die Idee der Urban Entertainment Center (UEC)**

Einkaufen hat zunehmend den Charakter einer Freizeitbeschäftigung angenommen. Dem Versorgungseinkauf, der dem Erwerb lebensnotwendiger Güter dient und auf rationalen Kaufentscheidungen beruht, steht der Erlebniseinkauf, bei dem der Vergnügungsaspekt im Vordergrund steht, gegenüber. Der Erlebniseinkauf ist von Spontanität und Zeitintensivität geprägt.<sup>71</sup> Aus diesem Wandel des Einkaufsverhaltens ergibt sich die Schwierigkeit einer Einschätzung des Kaufverhaltens beim Konsumenten. Zusätzlich stagnieren die Umsätze des Einzelhandels im Allgemeinen, was letztendlich zur Idee der Urban Entertainment Center (UEC) führte. Bei diesen Centern stehen das Vergnügen und die Unterhaltung im Vordergrund. Freizeit, Unterhaltung, Gastronomie und Handel sind in einem UEC in einer Hybridform vereint. Die Entertainment-Nutzungen sollen den Schwerpunkt eines UEC bilden, zum Beispiel mit Multiplex-Kinos, Discos und Theater. Sie bilden in diesem Fall die Ankermieter, die Mieter die eine Grundbesucherfrequenz generieren. Der Einzelhandel und die Gastronomie bilden nur ein ergänzendes Angebot, sind wirtschaftlich aufgrund der mit ihnen zu erzielenden höheren Mieteinnahmen aber die entscheidenden Komponenten eines UEC. Drei Typen eines UEC sind grundsätzlich betreffend ihres Angebotsschwerpunkts zu unterscheiden. Einzelhandelsorientiert mit beispielsweise einer Shopping-Mall, einem Einkaufszentrum oder unterschiedlichen Fachmärkten, abendunterhaltungsorientiert mit Multiplex-Kinos oder einem Musicaltheater oder themenorientiert mit Erlebniswelten in Form von Events, Ausstellungen oder Museen als Ankermieter. Dieser letztgenannte

---

<sup>69</sup> vgl. BMVBS 2010, S.12-17

<sup>70</sup> Kloss 2009, S.222 u. 223

<sup>71</sup> Projekt Freizeit in der Stadt 2007, S.32-35

Typ eines themenorientierten UEC ist vergleichbar mit einem Themenpark mit einem spezifischen Oberthema an dem sich die Angebotskomponenten orientieren. Das gewählte Thema muss am gewählten Standort glaubwürdig sein und sollte nach Möglichkeit einen örtlichen Bezug aufweisen.<sup>72</sup>

Gemein ist den Centern vor allem, dass sie eine künstliche Urbanität generieren. Die Öffentlichkeit wird simuliert, denn UEC sind private Räume und somit nicht jedem grundsätzlich frei zugänglich. „Den Verlust an öffentlichem Raum und sozialer Vielfalt scheinen die Besucher dagegen nicht zu bemängeln.“<sup>73</sup> Die Besucher fühlen sich innerhalb dieser Komplexe sicher, auch wenn dieses Sicherheitsgefühl durch eine vollständige Kontrolle mittels Videoüberwachung, Hausrecht und Sicherheitsdienste erreicht wird.<sup>74</sup> Das Gefühl von Sicherheit, Wetterschutz und die leichte Erreichbarkeit mittels PKW-Stellplätzen sind die großen Stärken der UEC. Das Prinzip möglichst viele Funktionen, wie Freizeit, Vergnügen, Erholung und Handel unter einem Dach und zentral gemanagt anzubieten, lässt aus diesen Einrichtungen eine starke Konkurrenz zu den gewachsenen Innenstadtbereichen erwachsen. Je professioneller der Mix der einzelnen Betreiber gemanagt wird, desto erfolgreicher sind diese Center. Jedoch stehen auch die Center in einer wirtschaftlichen Konkurrenz zueinander und im Wettbewerb um Besucher ist eine Profilierung eines Centers ohne spezifisches Oberthema oftmals schwer umsetzbar, insbesondere da die Filialisierung bzw. die Konzentrationsprozesse des Handels die Center wie auch die Innenstädte vor das gleiche Problem der Austauschbarkeit und Gleichnis stellen. Ein Blick auf die vorhandenen Einzelhändler verschiedener UEC, wie beispielsweise Water Front in Bremen, CentrO in Oberhausen oder Plus City in Linz veranschaulicht dies.<sup>75</sup> Aber auch die Profilierung durch ein spezifisches Oberthema mit Ortsbezug führt nicht zwangsläufig zum gewünschten oder erhofften Erfolg. Das UEC Water Front in Bremen wurde 2004 als UEC Space-Center mit Themenschwerpunkt Raumfahrt, in Bezug zum Wissens- und Wirtschaftsstandort Bremen im Bereich Raumfahrt, als größter deutscher Indoor Freizeitpark eröffnet und aufgrund mangelnder Besucherzahlen im gleichen Jahr geschlossen.<sup>76</sup> Im Jahr 2008 wurde nach erfolgreichen Umbaumaßnahmen das UEC Water Front neu eröffnet. Im Allgemeinen gilt für UEC, die themenorientiert mit Erlebniswelten fungieren, ständig in die Erneuerung der Attraktionen investieren zu müssen, um eine hohe Besucherwiederholungsrate garantieren zu können. Abendunterhaltungsorientierte UEC mit einem

---

<sup>72</sup> vgl. ebd., S.172-176

<sup>73</sup> Roost 2000, S.133

<sup>74</sup> vgl. Projekt Freizeit in der Stadt 2007, S.175

<sup>75</sup> vgl. Water Front, CentrO sowie Plus City

<sup>76</sup> vgl. Space Center

Angebotsschwerpunkt auf Kultur und Unterhaltung, mit dem Einzelhandel begleitend als Tagesfrequenzbringer und somit einem höherem wirtschaftlichen Ertrag, werden als klassisches UEC bezeichnet.<sup>77</sup> Die Ausformung der UEC innerhalb Europas ist zu meist eher als eine Art der Erweiterung eines reinen Shopping-Centers zu sehen. Die reine Handelsfunktion wird mit den Angeboten für Freizeit, Unterhaltung, Erholung und Erlebnis angereichert.

UEC bilden kritisch betrachtet eine Verschärfung der negativen Eigenschaften der Malls und Shopping-Center für die Funktionalität und Urbanität der Innenstadt. Sie versuchen nicht nur die Kaufkraft aus ihrer Umgebung abzuschöpfen, sondern das urbane Leben durch vielfältige Funktionsangebote zu imitieren. Der Besucher soll sich ausschließlich und ganztags in ihnen aufhalten. Somit werden auf die Bedürfnisse der Besucher zugeschnittene Angebote zur Erholung, Freizeit und Unterhaltung, neben den reinen Handelsfunktionen, geschaffen. Die Angebote sind in der Regel rein konsumorientiert. UEC müssen für ihre Funktionalität keinen Bezug zur gebauten städtischen Umgebung und zu gewachsenen Strukturen nehmen. Sie bilden selbst einen Anker in der Stadt und inszenieren eine rein künstliche Urbanität unter privatem Recht und unter Ausschluss ‚auffälliger‘ Personen. Es gab zum Beispiel in Deutschland bisher einige konkrete Planungen von UEC in innerstädtischen Bereichen oder in angrenzenden Lagen. Keine dieser geplanten Center sind in der vorgesehenen Ausformung bisher realisiert worden, sondern in abgeschwächter Version eines erweiterten Shopping-Centers.<sup>78</sup>

### 3.5 Städtetourismus

Der Städtetourismus ist ein florierender Markt mit jährlichem Zuwachs. Vielerorts ist er zu einer wesentlichen Einnahmequelle für die kommunalen Haushaltskassen nach dem Strukturwandel von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungs-, Informations- und Wissensgesellschaft geworden.<sup>79</sup> Unter Städtetourismus sind Reisen von Personen in unterschiedlich große Städte zu verstehen, „[...] die die jeweilige Stadt insgesamt und/oder eine Gelegenheit/Einrichtung, die es nur in dieser Stadt gibt, zum Reiseziel haben“<sup>80</sup>. Der Städtetourismus ist heute komplexer denn je mit vielen unterschiedlichen Typen von Städtetouristen und ihren Interessen, die immer spezialisierter, multioptionaler und anspruchsvoller werden. Neben den Kulturtourismus, in dessen

---

<sup>77</sup> Projekt Freizeit in der Stadt 2007, S.175

<sup>78</sup> vgl. Roost 2000, S.134 sowie Wikipedia C, D u. E

<sup>79</sup> vgl. ifmo - Institut für Mobilitätsforschung 2004, S.179-180

<sup>80</sup> Mückenberger, Timpf 2007, S.302

Mittelpunkt das klassische kulturelle Stadterlebnis mit den historischen Bauten und Ensembles, Museen und Theater steht, treten Unterhaltung und Shopping sowie spezielle Interessen vermehrt in den Fokus. Folglich ergeben sich neuere unterschiedliche Typen von Städtetouristen. Städtetouristen, die bestimmte Ambientes an unterschiedlichen Orten suchen, und Städtetouristen, deren Interesse sich zwischen kulturellem Gehalt und Authentizität und einer künstlich bzw. neu geschaffenen Attraktion bewegt.<sup>81</sup> Diese Typen von Städtetouristen lassen sich in einer Typologie auf zwei Achsen anordnen:

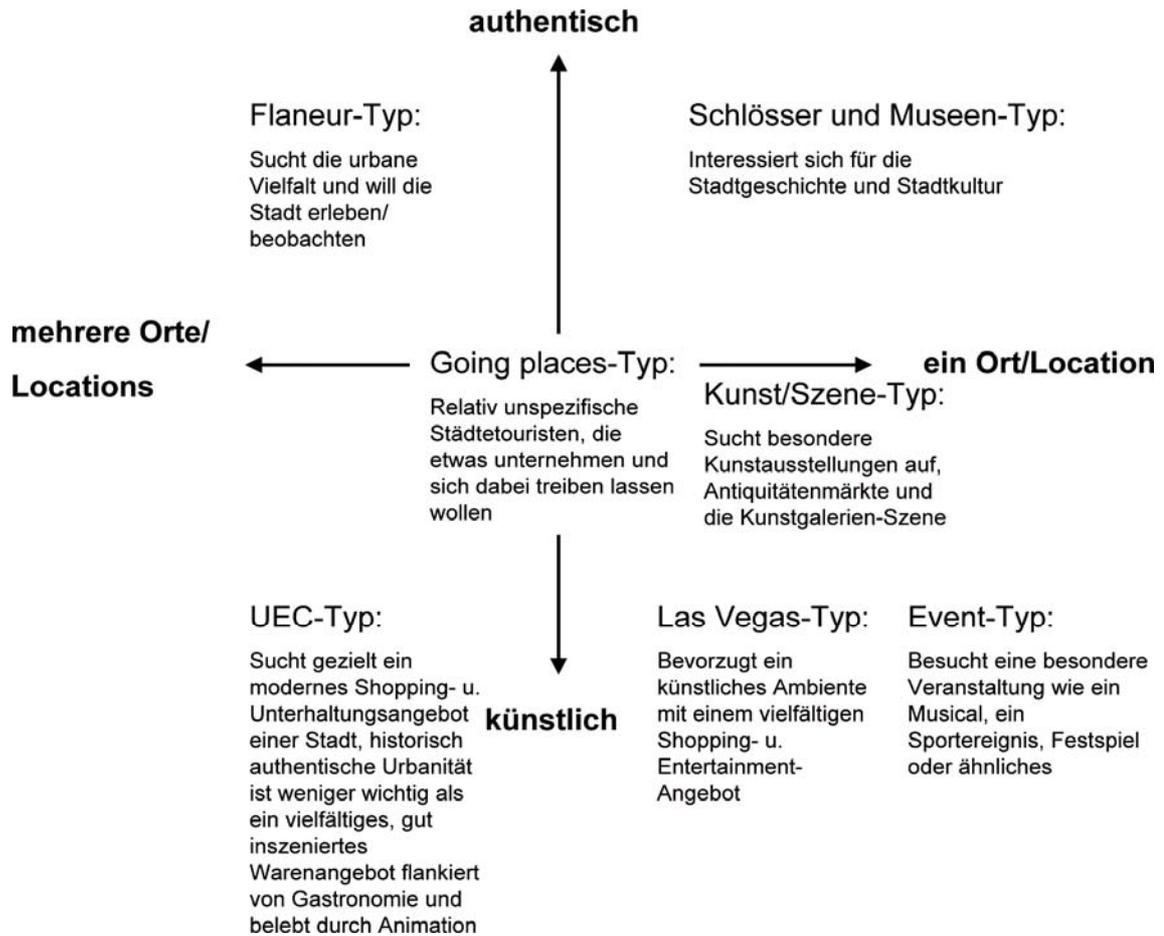


Abb.2: Typologie von Städtetouristen  
(Eigene Darstellung nach Mückenberger, Timpf 2007, S.304 u.305)

Bei dieser Einordnung der unterschiedlichen Städtetouristen nach individuellen Erlebnisinteressen wird deutlich, dass es der authentischen, historisch gewachsenen Stadt für einen großen Teil der heutigen Städtetouristen nicht mehr bedarf.<sup>82</sup> Attraktivitätssteigerungen im städtetouristischen Bereich werden vor allem durch eine Kombination aus Sightseeing und Lifeseeing (Eventbesuche) erzielt. Am Beispiel Hamburg lässt sich dies verdeutlichen: Die traditionellen Angebote, wie Hafen, Landungsbrücken, St.

<sup>81</sup> vgl. ebd., S.304

<sup>82</sup> vgl. ebd., S.304-305

Pauli wurden sukzessive durch neue Erlebniswerte ergänzt und dies hat letztendlich zu einer Kulturvielfalt beigetragen, die wiederum eine erhöhte Zahl an Übernachtungsgästen zur Folge hatte. Allem voran hat der Start der Musicals (z.B. Cats oder Phantom der Oper) in den 1980-er Jahren zu einer positiven Tourismusedwicklung beigetragen.<sup>83</sup> Weitere Erlebniswerte wie die Errichtung von Einkaufspassagen und Galerien, die Etablierung von Kunstmeilen (z.B. Deichtorhallen und Kunsthaus) sowie die Durchführung von Großveranstaltungen (z.B. Hafengeburtstag und Alstervergnügen) haben ebenfalls zu einer positiven Entwicklung beigetragen.<sup>84</sup> Beim Ereignis direkt dabei zu sein, gehört nach dem Tourismusexperten Horst W. Opaschowski zur Zukunft des Tourismus. So stellen Events, welcher Größenordnung und Ausrichtung auch immer, die Zauberformel für die Attraktivitätssteigerung im Tourismus dar. Damit verbunden ist ein Risikofaktor von Opaschowski folgendermaßen formuliert: „Besteht nicht die Gefahr, dass durch die allgemeine Eventlawine die Reizschwelle so erhöht wird, dass viele Events, die bis dahin massenhaft Besucher anzogen, ihre Attraktivität verlieren?“<sup>85</sup> Ähnlich verhält sich die Gefahr in Städten, die als Gesamtstädte oder in gut erhaltenen Ensembles ihrer Innenstädte zu touristischen Attraktionen wurden. Vielfältiges urbanes Leben kann dort durch die Konzentration auf den Tourismus kaum noch stattfinden. Wohnbevölkerung und normaler Einzelhandel werden durch Gastronomie, Galerien und Souvenirshops ersetzt. Eine Aushöhlung der Funktionsmischung gerade in den Innenstädten ist die Folge. Dies bedingt vor allem die Gefahr der Musealisierung dieser, sodass sie zu mehr oder weniger gut frequentierten Kulissen werden. Kritisch formuliert die Soziologin und Stadtplanerin Felizitas Romeiß-Stracke hierzu: „Denn wer weiß denn, wie lange Touristen eine schön restaurierte, aber sterile Stadt-Kulisse attraktiv finden?“<sup>86</sup> Dieser Entwicklung muss nicht nur wegen der Erhaltung des Lebensraums Innenstadt entgegengewirkt werden, sondern auch aus wirtschaftlichen Gründen. Soziale und funktionale Vielfalt, eine lebendige Urbanität, Verwaltungen und Wirtschaftsunternehmen sowie eine breite Wohnbevölkerung sind Faktoren gegen die zu starke Abhängigkeit vom Tourismus.<sup>87</sup>

---

<sup>83</sup> Hamburg Tourismus Homepage

<sup>84</sup> vgl. Opaschowski 2002, S.259

<sup>85</sup> ebd., S.260

<sup>86</sup> Mückenberger, Timpf 2007, S.300

<sup>87</sup> vgl. ebd., S.300

### 3.6 Weltkulturerbe

Die UNESCO hat 1972 das internationale Übereinkommen zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt verabschiedet, die Welterbekonvention. Dieses Übereinkommen, ratifiziert von derzeit 187 Staaten, ist das international bedeutendste Instrument zum Schutz des kulturellen und natürlichen Erbes der Völkergemeinschaft.<sup>88</sup> Die Welterbekonvention ist eine Vereinbarung zwischen Staaten zum Schutz von Gütern, die im Interesse der Menschheit zu erhalten sind. Wesentlich ist bei dieser Vereinbarung, dass sich jeder Vertragsstaat für die Mobilisierung aller Kräfte zum Erhalt der Denkmäler unter vollen Einsatz seiner eigenen Hilfsmittel und gegebenenfalls unter Nutzung internationaler Unterstützung und Zusammenarbeit sowie zur Mithilfe zum Schutz von Denkmälern innerhalb der Staatengemeinschaft verpflichtet. Als Kulturerbe gelten laut der Konvention Kulturgüter von außergewöhnlich universellem Wert aus historischen, künstlerischen oder wissenschaftlichen Gründen. Es ist Aufgabe jedes Vertragsstaats die Kulturgüter in seinem Hoheitsgebiet zu erfassen und zu bestimmen. Die Staaten reichen die Nominierungsanträge über Vorschlagslisten ein. Die Aufnahme in die Welterbeliste der UNESCO erfolgt nach der erfolgreichen Vergabe des Welterbetitels durch die jährlich stattfindende Versammlung des Welterbekomitees.<sup>89</sup> Im Jahr 2007 waren mehr als 200 Welterbestätten Innenstadtbereiche.<sup>90</sup> Was die Ernennung ganzer Innenstadtbereiche zum Weltkulturerbe für Folgen für die Innenstadtentwicklung hat, welche Nutzen und Risiken mit dieser verbunden sind, wird im Folgenden dargelegt.

Die Aufnahme in die Liste der Weltkulturerbestätten ist seitens der UNESCO mit keinen finanziellen Zuwendungen verbunden. Zu den allgemeinen nutzbringenden Folgeerscheinungen der Auszeichnung ‚Weltkulturerbe‘ lassen sich der Schutz des kulturellen Erbes durch die internationale Staatengemeinschaft, die finanzielle Unterstützung durch Mittel aus dem Welterbefonds und ein Prestigegewinn sowohl für die Stadt, als auch für den gesamten Staat nennen. Mit der Gewinnung von internationalem Ansehen geht eine Verbesserung der finanziellen Zuwendungen auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene, durch eine erhöhte Wahrnehmung der Bedeutung des Weltkulturerbes, einher. Zusätzlich führt die erhöhte Wahrnehmung zu einer Verbesserung der Abstimmung der Maßnahmen und zu einer erhöhten Zusammenarbeit der zuständigen Stellen für den Innenstadtbereich. Letztendlich ist ein gesteigertes touristisches Interesse eine nutzbringende Folgeerscheinung der Auszeichnung.<sup>91</sup>

---

<sup>88</sup> vgl. Deutsche UNESCO-Kommission e.V. Homepage

<sup>89</sup> vgl. Schweitzer 2007, S.6-11

<sup>90</sup> vgl. ebd. 2007, S.37

<sup>91</sup> vgl. Luger, Wöhler 2008, S.173-182

Zwischen dem Denkmalschutz mit dem Ziel des Bewahrens und der Stadtentwicklung mit dem Ziel der Gesamtentwicklung der Stadt in kultureller, ökologischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Hinsicht bestehen immer wieder Konflikte. Stadtentwicklungspolitik wird insbesondere von Überlegungen der Wirtschaftlichkeit und Standortattraktivität zunehmend beeinflusst. Durch die wachsende Konkurrenz zwischen den Städten im Wettkampf um Investoren, Arbeitsplätze, Bevölkerung, Steuern und Touristen werden immer häufiger Großprojekte, wie Büroobjekte, Einkaufszentren oder Fernbahnhöfe seitens der Stadtentwicklung angestrebt. Verbunden sind diese Bestrebungen mit der Hoffnung, einen bedeutenden Impuls für die Wirtschaft und einen Imagegewinn für die Stadt zu gewinnen. „Doch in der Art, wie diese Großprojekte auf das städtische Gefüge positiv einwirken, können sie auch in das bestehende Stadtbild eingreifen.“<sup>92</sup> Dies hat zur Folge, dass es immer häufiger in der Zusammenarbeit zwischen den Akteuren des Denkmalschutzes und denen der Stadtentwicklung zu Konflikten kommt. In den Welterbestätten wird die Problematik zusätzlich durch die Einbindung der UNESCO in die Belange der Bewahrung des städtischen Erbes verschärft.<sup>93</sup> So steht prosperierende ökonomische Entwicklung durch großflächige städtische Bauvorhaben seitens der Stadtentwicklung den Forderungen nach Bewahrung und Erhaltung durch den Denkmalschutz und der UNESCO gegenüber. Die historischen Städte stehen heute unter großem Druck, ausgehend von vielfältigen Bedürfnissen der Mobilität, der Wirtschaft, des Wohnens, der Dienstleistungsgesellschaft und anderer Entwicklungen. Der Frage, wie sie bewahrt und gleichzeitig entwickelt werden können, wurde im Jahr 2005 in einer internationalen Konferenz in Wien nachgegangen. Initiator dieser Konferenz war das Welterbekomitee der UNESCO, dazu veranlasst durch zeitgenössische architektonische Eingriffe in historischen Städten, die bestehende Kulturgüter gefährden. Diese Konferenz, mit dem Titel ‚Welterbe und zeitgenössische Architektur – Vom Umgang mit der historischen Stadtlandschaft‘ resultierte mit der Verabschiedung des ‚Vienna Memorandum‘, in dem Grundsätze und Ziele sowie Leitlinien für das Erhaltungsmanagement und die Stadtentwicklung formuliert und abschließend Wege und Mittel sowie Empfehlungen dargelegt wurden. Der Grundgedanke des Memorandums richtet den Blick auf gestalterische Qualitäten, wie Rücksicht auf Maßstab, Volumen und Höhe der Bauprojekte sowie auf eine hohe Qualität der Gestaltung des öffentlichen Raums. Das Hauptziel ist die zeitgenössische Architektur in Einklang mit der Erhaltung historischer Bauten zu bringen.<sup>94</sup>

---

<sup>92</sup> Schweitzer 2007, S.35

<sup>93</sup> vgl. ebd. 2007, S.29-37

<sup>94</sup> vgl. ebd., S.7-21 u. S.65-73

Der Titel Weltkulturerbe ist eine Art touristisches Qualitätssiegel für die jeweilige Stadt und die Kulturerbeindustrie führt zu Nutzen bei gleichzeitigem Risiko. Die Einnahmen, insbesondere durch den Tourismus, dienen einerseits der Finanzierung des Erhalts des Welterbes, andererseits führt eine allgemeine Begeisterung für das Welterbe zur Zerstörung der traditionellen Tätigkeiten in innerstädtischen Bereichen. Die Stadtzentren verkommen oft zu reinen Destinationen für Freizeit und Massentourismus während traditionell örtliche Aktivitäten und Nutzungen zurückgehen oder ganz verschwinden. Der Autor Robert Hoffmann, Professor für Neuere und Österreichische Geschichte an der Universität Salzburg, beschreibt die Situation in der Stadt Salzburg folgendermaßen:

„ Ob die Altstadt aber – außerhalb der Tourismuswirtschaft – heute noch eine wesentliche gesellschaftlich-kulturelle Sinnstiftungs-Funktion erfüllt, sei in Frage gestellt, vor allem wenn man bedenkt, dass die sie heute lediglich 3,5 Prozent der Salzburger Stadtbevölkerung beherbergt und damit die raumbezogene Identität der Salzburger weit weniger prägt, als man angesichts der weltweiten Berühmtheit des Stadtkerns annehmen würde. Wenn aber die Salzburger Altstadt sogar für die Einheimischen nur mehr sehr bedingt eine aus dem historisch-kulturellen Entstehungskontext resultierende identitätsstiftende Rolle spielt, dann geht die Annahme einer weitgehenden Bezugslosigkeit beim massentouristischen Publikum nicht weit.“<sup>95</sup>

Als wichtiger Faktor der Wirtschaftsentwicklung wird die Kulturerbeindustrie ohne Lenkung in entsprechenden Bahnen diese Entwicklung vorantreiben. Als Thema zur Abwehr dieser Gefahr wurde während der zuvor erwähnten Konferenz die urbane Nutzungsmischung genannt. Das Überleben und die Entwicklung historisch städtischen Erbes wird von einem „[...] Mix von Aktivitäten und Nutzungen, soziale, aber auch räumliche und architektonische Durchmischung, wobei jedoch die Zerstörung und Fragmentierung der städtischen Umwelt zu vermeiden sind“<sup>96</sup> abhängen.<sup>97</sup>

---

<sup>95</sup> Luger, Wöhler 2008, S.134

<sup>96</sup> ebd., S.23

<sup>97</sup> vgl. ebd., S.23

### 3.7 Folgerungen

Aus den beschriebenen Entwicklungen der Organisationsformen des Handels, des Städtetourismus und der Ernennung zum Weltkulturerbe, lassen sich folgende Auswirkungen für die Innenstadt ableiten:

	<b>Positive Auswirkungen</b>	<b>Negative Auswirkungen</b>
<b>Handel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ bedingte Belebung der Innenstadt</li> <li>+ Stärkung der Funktionalität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nach innen gekehrte, eigene Gebäudekomplexe</li> <li>- kontrollierte und gelenkte Innenräume</li> <li>- Zentralitätsverlust</li> <li>- Konsumorientierung</li> <li>- Monofunktionalität</li> <li>- Banalisierung</li> <li>- Filialisierung</li> <li>- Zunahme an privaten Räume</li> <li>- Einhausung der Marktfunktion und der Öffentlichkeit</li> </ul>
<b>Städtetourismus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ jährlicher Zuwachs</li> <li>+ wesentliche Einnahmequelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zu viele Events können zum Überdruß führen</li> <li>- Aushöhlung der Funktionsmischung</li> <li>- Gefahr der Musealisierung</li> </ul>
<b>Weltkulturerbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Prestigegewinn</li> <li>+ Verbesserung der finanziellen Zuwendungen</li> <li>+ Verbesserung der Abstimmung der Maßnahmen</li> <li>+ erhöhte Zusammenarbeit der zuständigen Stellen</li> <li>+ gesteigertes touristisches Interesse</li> <li>+ wichtiger Faktor der Wirtschaftsentwicklung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gefahr des Rückgangs von traditionell örtlichen Aktivitäten und Nutzungen</li> <li>- Innenstadt wird zu einem reinen Ort für Freizeit und Massentourismus</li> </ul>

Tab.2: Positive und negative Auswirkungen für die Innenstadt  
(Eigene Darstellung)

## 4 Strategien und Maßnahmen der Innenstadtentwicklung

### 4.1 Einleitung

Dieses Kapitel gibt eine Übersicht der Maßnahmen, die zur Stärkung der Lebens- und Aufenthaltsqualität der Innenstadt beitragen können. Ziel der Innenstadtentwicklung ist es, den Bedeutungsverlust der Innenstädte als soziale, wirtschaftliche, kulturelle und politische Mitte der Region aufzuhalten. Ein besonderes Augenmerk liegt auf den Chancen, die sich durch bauliche Stadterneuerungsmaßnahmen ergeben, wobei auch die ‚weiche‘ Dimension der Stadterneuerung berücksichtigt wird.

Die Stärkung der Innenstadt ist in jedem Fall für jede Stadt mit der Orientierung an ihren lokalen Möglichkeiten und dem Ziel einen eigenständigen Weg zu finden und diesen konsequent zu beschreiten, verbunden. Jede Stadt muss ihr eigenes Leitbild für die Entwicklung ihrer Innenstadt entwerfen, „weil sich die Anforderungen von großen und kleinen Städten unterscheiden, auch regionale strukturelle Unterschiede zu berücksichtigen sind, weil sich die Ausgangssituation und die Zukunftsperspektiven von Ort zu Ort unterscheiden und nicht zuletzt auch die örtlichen politischen Machtverhältnisse die jeweiligen Gestaltungs-/Handlungsmöglichkeiten aber auch die Ziele/Prioritäten beeinflussen“<sup>98</sup>. Innenstadtentwicklung muss breit angelegt sein und sollte nicht auf Aktivitäten und Maßnahmen in einzelnen Bereichen setzen. Eine Multifunktionalität in der Innenstadt soll nach der Überwindung des proklamierten Leitziels der radikalen funktionalen Trennung der Stadtfunktionen Wohnen, Freizeit, Arbeit und Verkehr, wie es in der Charta von Athen im Jahre 1933 gefordert wurde, angestrebt werden und zum heutigen Planungsverständnis der kommunalen Planung gehören. Will sie erfolgreich sein, so muss die Sicherung und Wiederherstellung von Multifunktionalität in der Innenstadt ein zentrales Ziel sein.<sup>99</sup> Die Multifunktionalität beinhaltet mehr als eine Mischung städtischer Funktionen, sie beinhaltet die Zusammenführung der Bürger im städtischen Raum und öffentliche Räume für Kommunikation und Informationsaustausch. Die Innenstadt muss zum vielfältigen Ort der sozialen, kulturellen und funktionalen Mischung werden. Die Voraussetzungen für eine Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit sind zu schaffen. Der stetige Funktionswandel setzt ein kontinuierliches Um-

---

<sup>98</sup> Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.16

und Neudefinieren der Funktionen voraus, damit die städtischen Räume der Innenstadt den gesellschaftlichen Anforderungen entsprechen.

Ein zentrales Ziel dieser Arbeit ist es, die Strategien zu untersuchen, die vor allem zu mehr Lebens- und Aufenthaltsqualität in den Innenstädten für die Bewohner einer Stadt führen. Oftmals werden Leitbilder für die Innenstadt entworfen, die in erster Linie auf die Außenwahrnehmung, das heißt auf das Stadtimage gegenüber Besuchern, Touristen oder Unternehmen zielen. Diese Strategien sind bei Innenstädten, die ihren Bewohnern noch als Teil der Einheit des alltäglichen Lebens dienen, durchaus nachvollziehbar und wünschenswert. Jedoch verfolgen auch Städte mit gravierenden Bedeutungsverlusten zunehmend derartige Strategien, vor allem solche, die auf einen verstärkten Stadttourismus zielen. Diese Arbeit widmet sich den Strategien, die auf die Bewohner der eigenen Stadt zielen, einen positiven Effekt für die Innenstadt haben und daraus ein positives Stadtimage nach Außen bilden. In diesem Zusammenhang sind Aspekte wie Begegnung, Kommunikation und Informationsaustausch von hoher Bedeutung. Zufriedene und stolze Bewohner einer Stadt sollen als Werbung für die Stadt nach Außen fungieren. Folglich stehen die Bewohner, ihre Bewusstseinsbildung für die Innenstadt und ihre Identifikation mit dieser im Mittelpunkt. Aus den bereits erarbeiteten Entwicklungstendenzen der europäischen Stadt und der Innenstadt und den daraus gewonnenen Erkenntnissen über die Potenziale ergibt sich die Konzentration auf mögliche Maßnahmen in den Bereichen Verkehr, Handel und Dienstleistungen, Events, Wohnen, stadtgestalterische Maßnahmen sowie die Logoarchitektur in der Stadt. Diese Maßnahmen sollen in der kombinierten Anwendung zu einer besseren Lebens- und Aufenthaltsqualität für alle Bewohner in der Innenstadt führen. Jeder einzelne Bereich wird auf seine nachhaltige Wirkung für die Innenstadtentwicklung untersucht. Unter nachhaltiger Wirkung ist die langfristige positive Wirkung der Maßnahmen für die Bewohner zu verstehen.

---

<sup>99</sup> vgl. ebd. S.16-31

## 4.2 Verkehr

Alle Maßnahmen, die im Bereich des Verkehrs zur Stärkung der Innenstadt getroffen werden, sind immer mit einer ausgeprägten ideologischen Debatte zwischen den Betroffenen und Verantwortlichen verbunden. Wie in einem Positionspapier der Industrie und Handelskammer in Deutschland formuliert, sei der motorisierte Individualverkehr das wichtigste Verkehrsmittel im Einkaufsverkehr und darf nicht weiter aus den Innenstädten verdrängt werden.<sup>100</sup> Außerdem müsse der Mensch wieder im Mittelpunkt der Verkehrspolitik und Verkehrsplanung stehen, wie es im Verkehrsleitbild der Stadt Salzburg vom Jahr 1997 formuliert ist.<sup>101</sup> Diese konträren Standpunkte ergeben die politische Schwierigkeit einer sinnvollen, zukunftsfähigen und vor allem von jedem mitgetragenen verkehrspolitischen Maßnahme im Rahmen der Innenstadtentwicklung. Nur ein größtmöglicher Konsens kann zu einer von Bürgern und Interessengruppen mitgetragenen Verkehrspolitik beitragen.

Verkehrspolitische Maßnahmen können im Bereich der Vermeidung, Verlagerung, Verbesserung und Beruhigung des Verkehrs liegen. Im Folgenden sollen Verkehrsmaßnahmen und die mit ihnen verbundenen Vorteile für die Innenstadt dargestellt werden. Es werden die Bereiche Verkehrsberuhigung, öffentlicher Personennahverkehr und Parkraumschaffung und –bewirtschaftung näher betrachtet. Abschließend wird die nachhaltige Wirkung von getroffenen Maßnahmen dargelegt.

### 4.2.1 Verkehrsberuhigung

Ein probates Mittel um den motorisierten Verkehr zu verlangsamen oder zu verdrängen sind Tempo-30-Zonen oder verkehrsberuhigte Bereiche. Zu den Hauptzielen dieser Maßnahmen gehören die Verringerung der Unfallgefahr sowie eine niedrigere Lärm- und Schadstoffbelastung. Viele Städte haben so in ihren Innenbereichen Fußgängerzonen eingerichtet, wobei die Errichtung einer Fußgängerzone mit einem hohen finanziellen und planerischen Aufwand verbunden ist, da der Straßenraum an die Bedürfnisse des Fußverkehrs angepasst werden muss. In diesen Zonen hat der Fußgänger absoluten Vorrang vor allen anderen Verkehrsteilnehmern, denen im Allgemeinen die Zufahrt untersagt ist. Ausnahmen bestehen für bestimmte Verkehrsteilnehmer, wie beispielsweise Zulieferer und den öffentlichen Nahverkehr, und das zu geregelten Zeiten.

---

<sup>100</sup> vgl. Stippler, Müller 2001, S.17

<sup>101</sup> vgl. Stadt Salzburg, S.2

Da nicht immer in innerstädtischen Gebieten die Voraussetzungen für Fußgängerzonen gegeben sind, wurde zum Beispiel 1996 in Burgdorf in der Schweiz eine sogenannte ‚Flanierzone‘ als Pilotprojekt eingerichtet. „Ziel war es, eine Alternative zur Fussgängerzone zu entwickeln, die dem Fussverkehr - unter angepasster Zulassung des motorisierten Verkehrs - das ‚Flanieren‘ in attraktiver Geschäftsumgebung ermöglicht.“<sup>102</sup> Nachdem dieses Pilotprojekt zum Erfolg führte, wurde es 2001 von ‚Flanierzone‘ in ‚Begegnungszone‘ umbenannt und seit dem 1. Januar 2002 in der gesamten Schweiz zugelassen. Die Begegnungszone stellt den Fußgängern die Verkehrsfläche in Wohn- und Geschäftsbereichen für Spiel und Sport, zum Einkaufen und Flanieren oder als Begegnungsstätte zur Verfügung. Die Höchstgeschwindigkeit beträgt 20 km/h, Fußgänger haben gegenüber dem Fahrzeugverkehr Vorrang. Das Parken ist nur an ausgewiesenen Stellen erlaubt. Die Einrichtung sogenannter Begegnungszonen ist für Nebenstraßen in Bereichen mit Wohn- und/oder Geschäftsnutzung vorgesehen.<sup>103</sup>

Ähnlich diesem Prinzip aus der Schweiz ist das Prinzip des ‚Shared Space‘, das vom niederländischen Keuning Institut unter der damaligen Leitung von Hans Mondermann entwickelt wurde. Bei diesem Prinzip wird eine Mischung aller Verkehrsarten im öffentlichen Straßenraum angestrebt. „Bei Shared Space handelt es sich in erster Linie um eine Haltung mit dem Ziel der gegenseitigen Rücksichtnahme, die bezogen auf den Verkehr als eine Gestaltungsphilosophie oder ein Gestaltungsprinzip zum Tragen kommt. Straßenräume sollen in partizipativen Prozessen so gestaltet werden, dass alle Funktionen in ein Gleichgewicht gebracht werden und Kraftfahrzeuge eher als Gäste in diesen Räumen unterwegs sind.“<sup>104</sup> Wie diese Philosophie im Konkreten aussieht, muss jede Gemeinde für sich durch ein interdisziplinäres Team ausarbeiten. Bewohner, Nutzer, Beschäftigte und Fachleute mit ihren Wünschen, Kenntnissen und Fähigkeiten sollen an der Ausarbeitung teilhaben. Damit setzt Shared Space auf politische Verantwortlichkeit und Partizipation und verlangt Eigenverantwortlichkeit der Bürger während der Planung und im alltäglichen Umgang mit den neuen Verkehrssituationen.<sup>105</sup>

Gemeinsamkeiten des Modells ‚Shared Space‘ und der ‚Begegnungszone‘ liegen in den gleichen Ansätzen, zum Einen ist die Umsetzung bei beiden mit partizipativen Prozessen verbunden und zum Anderen gehen beide von der Philosophie einer möglichst zurückhaltenden Verkehrsregelung, welche die Organisation des Verkehrsgeschehens

---

<sup>102</sup> Schweizer, S.1

<sup>103</sup> vgl. Schweizer, S.1-2 sowie Begegnungszonen Home

<sup>104</sup> Gerlach, Ortlepp, Voß 2009, S.5

<sup>105</sup> vgl. ebd., S.5

den Beteiligten überlässt, aus. Ein wesentlicher Unterschied der Modelle liegt in ihrer Umsetzung, da für die Begegnungszone in der Schweiz bereits im Jahre 2002 ein rechtlicher Rahmen gesetzt wurde wohingegen in den übrigen europäischen Ländern für das Modell ‚Shared Space‘ ein solcher Rahmen und eine klare Regelung für dessen Beschilderung fehlt. „Der Vortritt für Fussgänger ist nicht mehr nur eine nette Geste der Autolenkenden, sondern eine klare rechtliche Regelung, die Limitierung der Höchstgeschwindigkeiten auf Tempo 20 erlaubt es, alle schneller Fahrenden zu büssen. Das generelle Parkverbot (ausser auf markierten Feldern) sorgt auch hier für eine durchsetzbare Regelung.“<sup>106</sup>

### 4.2.2 Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)

Eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt ist eine wichtige Voraussetzung für die Erhaltung von Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit für Menschen und Unternehmen. Dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) kommt hier eine wesentliche Rolle zu. Durch seine vermehrte Nutzung wird der öffentliche Straßenraum durch den motorisierten Verkehr weniger belastet. Außerdem sind Innenstädte räumlich begrenzt und oft nicht in der Lage ein erhöhtes Aufkommen des motorisierten Individualverkehrs zu kompensieren. Somit sind der weitere Ausbau und insbesondere die großräumige, städtische Anbindung des ÖPNV an die Innenstadt wichtige Aufgaben der Verkehrsplanung. Auf politischer Ebene sind Anreize zur Nutzung des ÖPNV zu setzen, beispielsweise mit steuerlichen Anreizen für den Umstieg für Pendler sowie finanzielle Anreize für Dienstgeber und Dienstnehmer, wie dies zum Beispiel im Verkehrskonzept der Stadt Salzburg aufgeführt ist.<sup>107</sup> P+R Anlagen am Stadtrand mit direkter ÖPNV Verbindung in die Innenstadt oder mit regelmäßigen Shuttle-Bus Verbindungen könnten die Nutzung des ÖPNV weiter verstärken.<sup>108</sup>

### 4.2.3 Parkraumschaffung und Parkraumbewirtschaftung

Die Erreichbarkeit der Innenstädte mit dem PKW wird auch zukünftig die Städte vor großen Herausforderungen stellen. Im Wettbewerb mit den autogerechten Einkaufszentren außerhalb der Stadt mit reichlich vorhandenen und kostenlosen Parkplätzen bestehen klare Nachteile für den Standort Innenstadt. Für eine Entlastung des Straßenraums vom ruhenden Verkehr kommt der Bau von Parkhäusern und Tiefgaragen sowie Parkplätzen in Innenstadtnähe in Frage. Alle Parkplatzeinrichtungen in Innen-

---

<sup>106</sup> Schweizer S.12

<sup>107</sup> vgl. Stadt Salzburg, S.4-5

<sup>108</sup> vgl. Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.29

stadtnähe sollten mit dem ÖPNV-Netz verbunden sein oder Shuttle-Dienste anbieten. Um den Parkplatzsuchverkehr zu mindern sind Verbesserungen des Parkleitsystems anzustreben.<sup>109</sup> Mit der Parkraumbewirtschaftung, also der zielgerichteten Steuerung des Verhältnisses von Parkplatzsuchverkehr zur Anzahl verfügbarer Parkplätze, wird versucht, den motorisierten Individualverkehr auf das notwendige Ausmaß zu beschränken.<sup>110</sup> Die Stadt Wien sieht beispielsweise die Parkraumbewirtschaftung als ein zentrales und besonders wirksames Instrument zur Verbesserung des Stadtverkehrs. „Sie dient der Verteilung der knappen Stellplätze und der Reduktion des Autoverkehrs auf ein stadtverträgliches Maß. Die Parkraumbewirtschaftung zeigt einen nachhaltigen Lenkungseffekt auf die Verkehrsmittelwahl und das Verkehrsverhalten. Sie trägt zur deutlichen Entspannung der Parksituation tagsüber bei. Weitere Auswirkungen ergeben sich infolge des verringerten Autoverkehrs: Luftverschmutzung und Lärm nehmen ab, die Lebensqualität erhöht sich.“<sup>111</sup>

#### **4.2.4 Beispiel einer Straßenraumaufwertung in Verbindung mit einer Befreiung vom durchgehenden motorisierten Individualverkehr in der Züricher Innenstadt**

Im Rahmen einer Aufwertung der Innenstadt sollen in Zürich die Fußgängerbereiche erweitert, der Fahrradverkehr attraktiver gestaltet, der öffentliche Verkehr priorisiert und der motorisierte Individualverkehr eingeschränkt werden. Seit Anfang der 1990er Jahre verfolgt die Stadt Zürich dieses Verkehrskonzept in Verbindung mit einer steten Aufwertung der Straßenräume im innerstädtischen Bereich.<sup>112</sup>

Das folgende Beispiel der Neugestaltung des Limmatquais in der Züricher Altstadt (vgl. Abb.3) soll die direkten Auswirkungen von einer Befreiung vom motorisierten Individualverkehr auf den Fuß- und Radverkehr aufzeigen. Eine Vorher-, Zwischen und Nachher- Erhebung durch die Stadt Zürich durch Zählungen und Beobachtungen in den Jahren 2004, 2005 und 2008 lassen direkte Vergleiche zu. Die Beobachtungen dokumentieren zudem Auswirkungen auf die Aufenthaltsnutzung im neugestalteten Stadt- raum.

Der Limmatquai ist eine für die Bevölkerung, den Handel und den Verkehr bedeutende Achse innerhalb des Stadtgefüges in Zürich entlang des Flusses Limmat. Über eine lange Zeit wurde um eine Aufwertung dieser zentralen Achse für den Fuß- und Fahr-

---

<sup>109</sup> vgl. ebd., S.29-30

<sup>110</sup> vgl. Wikipedia A

<sup>111</sup> Stadt Wien A

<sup>112</sup> vgl. Stadt Zürich A, S.4

radverkehr politisch verhandelt, bis im Jahr 2003 eine politische Entscheidung fiel: Die Befreiung des mittleren Teils des Limmatquais vom Durchgangsverkehr. Im darauffolgenden Jahr 2004 wurde diese politische Entscheidung mit der Sperrung für den motorisierten Individualverkehr zwischen Rudolf-Brun- und Münsterbrücke umgesetzt. Von dieser Sperrung ausgenommen blieben der ÖPNV, Taxifahrten und der Lieferverkehr bis 12Uhr Mittag. Im Jahr 2006 folgte eine bauliche Umgestaltung des Bereichs mit einer teilweisen Verbreiterung und Pflasterung der Gehflächen und Einebnungen der Bereiche zwischen Fahrbahn und Gehweg, um ein leichteres Ausweichen der Fahrradfahrer auf die Gehwege zu ermöglichen. Weiters entstanden ein Platz von ca.600m<sup>2</sup>, eine direkt über dem Wasser liegende Plattform und der Bau einer neuen Anlegestelle für die Limmatschiffe zwischen der Rathaus- und Rudolf-Brun-Brücke.<sup>113</sup>

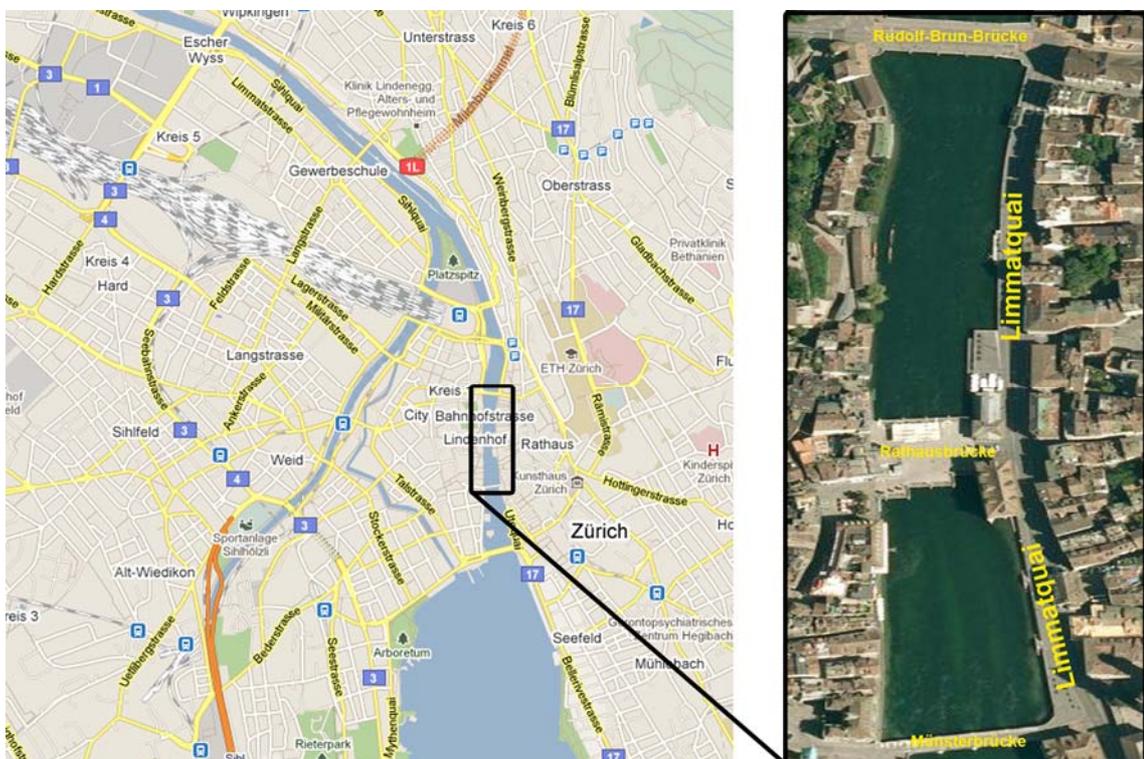


Abb.3: Stadplanausschnitt von Zürich sowie Lage (links) des Limmatquais (rechts) (Eigene Darstellung)

<sup>113</sup> vgl. Stadt Zürich B, S.7-8

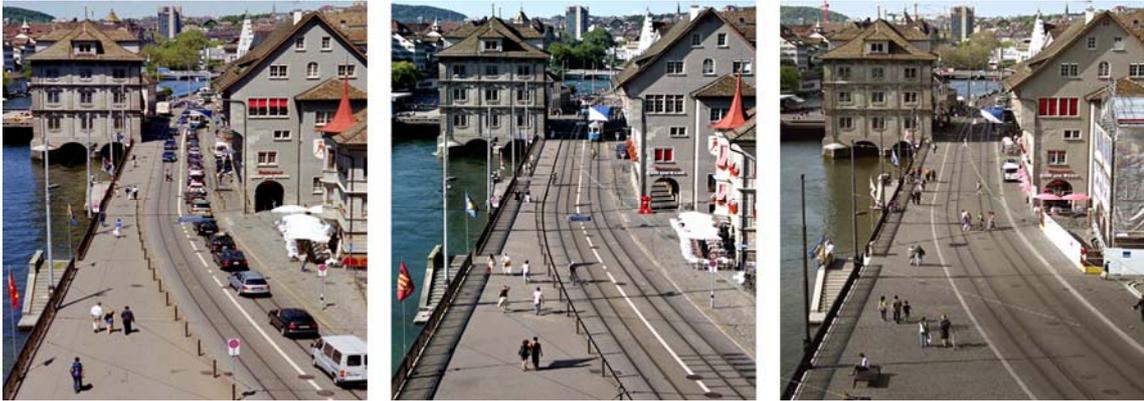


Abb.4, Abb.5, Abb.6: Situationen am Limmatquai 2004 (links), 2005 (Mitte) und 2008 (rechts) (Stadt Zürich)

Diese verkehrspolitischen und baulichen Umgestaltungsmaßnahmen haben zu einer umfassenden Aufwertung des Straßenraums im Bereich des Limmatquais geführt. Der Fußverkehr ist in den Jahren 2004 bis 2008 um 17% gestiegen, der Fahrradverkehr um 18%. Diese Frequenzsteigerungen sind ohne starke Frequenzeinbußen in den direkt benachbarten Gassen zustande gekommen. Nach den Gesamtzahlen ergibt sich eine Zunahme des Fußverkehrs von 5% und des Fahrradverkehrs von 12% im gesamten Bereich zwischen Rudolf-Brun-Brücke und Münsterbrücke, einschließlich der unmittelbaren Parallelgassen des Limmatquais auf beiden Flussseiten. Interessant an dem Ergebnis der Erhebung ist die Feststellung, dass nach der Sperrung des motorisierten Individualverkehrs im Jahr 2005 eine signifikante Steigerung des Fußverkehrs am Limmatquai von 11% gegenüber dem Jahr 2004 festzustellen war. Dies bedeutet, dass nahezu zwei Drittel der Frequenzsteigerung am Limmatquai bis zum Jahr 2008 lediglich auf die Attraktivitätssteigerung durch die Befreiung vom Verkehr für die Fußgänger zurückzuführen sind.<sup>114</sup>

Weitere Beobachtungen in den drei Jahren 2004, 2005 und 2008 haben sich auf die Aufenthaltsnutzung am Limmatquai im Allgemeinen konzentriert. Wie der Abb.7 zu entnehmen ist, verweilen im Jahr 2008 doppelt so viele Menschen am Limmatquai als im Jahr 2004. Auch hier zeigt sich bereits eine Verdopplung der Zahlen nach der Befreiung vom motorisierten Individualverkehr.

<sup>114</sup> vgl. ebd., S.12-21

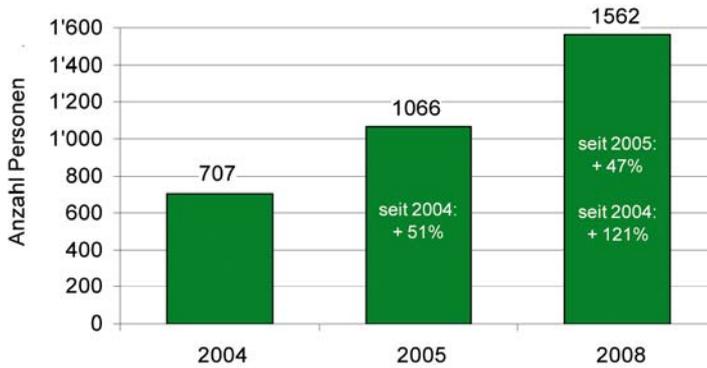


Abb.7: Verweilende Personen am Limmatquai im Vergleich der Jahre 2004, 2005 und 2008 (Stadt Zürich)

Die Zunahme der Personen im Straßenraum wird in der Erhebung weiters noch hinsichtlich der Aufenthaltsnutzung untersucht (vgl. Abb.8). Einen wesentlichen Anteil der Nutzer machen die Besucher der Straßencafés aus, deren Sitzplatzangebot sich gleichzeitig seit 2004 um 45% erhöht hat. Interessant sind die Zunahmen der Nutzungen der Personen, die auf Bänken sitzend, stehend im Straßenraum oder auf Treppen sitzend verweilen. Der extreme Anstieg der Personen, die auf Bänken sitzend verweilen, ist grundsätzlich auf die Verzehnfachung des öffentlichen Sitzangebots nach der baulichen Umgestaltung zurückzuführen. Mit der Steigerung des Sitzplatzangebots und dessen Nutzung ist andererseits die Nutzung der informellen Sitzgelegenheiten, wie zum Beispiel Mauern und Treppen, zurückgegangen. Im Zusammenhang mit der insgesamt höheren Anzahl an Personen am Limmatquai steht die Nutzung der stehend im Straßenraum Verweilenden. Die Steigerung der Zahl dieser Personengruppe ist vom Jahr 2004 zum Jahr 2005 signifikant:

„Deutlich angestiegen ist die Zahl der Personen, die stehend verweilen, was darauf hin deutet, dass die Menschen vermehrt stehen bleiben, um Geschäftsauslagen zu betrachten, über den Fluss zu schauen oder dem Leben auf der Strasse zuzusehen. Der grössere Zuwachs mit fast einer Verdreifachung der stehenden Personen war mit der Befreiung vom Motorfahrzeugverkehr zu verzeichnen. Mit der Umgestaltung hat deren Zahl nochmals um einen Drittel zugenommen.“<sup>115</sup>

Dies deutet darauf hin, dass die Menschen nach der Befreiung vom Durchgangsverkehr und der damit einhergehenden größeren Ruhe bedeutend häufiger stehen bleiben, das seinerseits zur Steigerung der Wahrnehmung des Straßenraums und der Mitmenschen führt. Der Straßenraum hat so gesehen bereits durch die verkehrlichen Maßnahmen an Attraktivität gewonnen.<sup>116</sup>

<sup>115</sup> ebd., S.41

<sup>116</sup> vgl. ebd., S.36-52

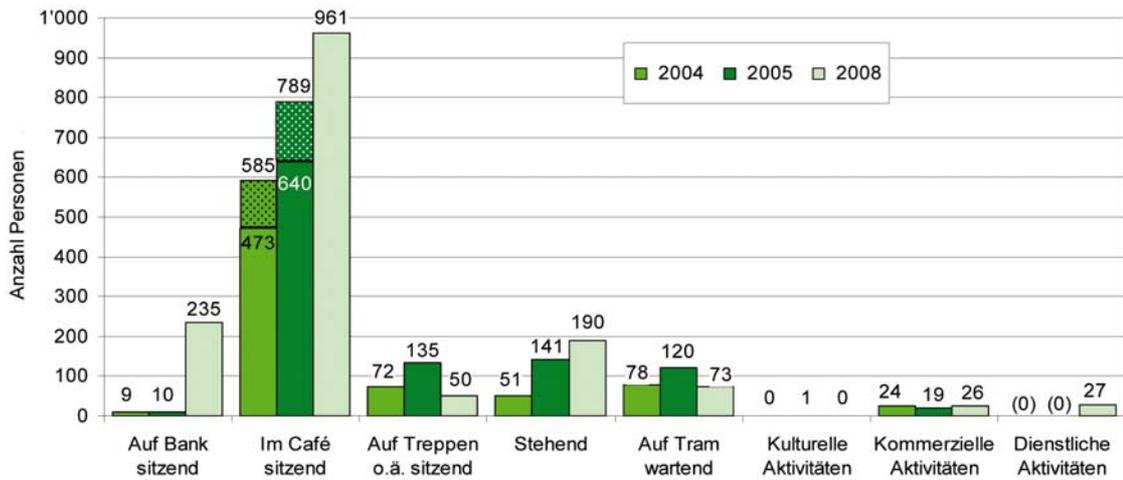


Abb.8: Aufenthaltsnutzung am Limmatquai im Vergleich der Jahre 2004, 2005 und 2008 (Stadt Zürich)

#### 4.2.5 Nachhaltigkeit der Verkehrsmaßnahmen

Wie zu Beginn des Kapitels beschrieben, ist die Erreichbarkeit der Innenstädte ein polarisierendes Thema aus Sicht der unterschiedlichen Interessengruppen. Im Kern dreht sich dieses Thema um die Frage: Wie stark soll der PKW aus den Innenstädten und aus deren Straßenräumen verdrängt werden? Die wesentlichen Vorteile einer Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs liegen in einer niedrigeren Lärm- und Schadstoffbelastung sowie einer höheren Verkehrssicherheit, der Rückgewinnung des Straßenraums für die Menschen und folglich in einer gesteigerten Lebens- und Wohnqualität. „Wichtig ist, dass nicht nur verkehrlich argumentiert wird, sondern auch städtebaulich: Die Straße als Lebensraum muss mit ihren positiven Seiten herausgestellt werden, um eine neue Lust am Flanieren, Kommunizieren und Inszenieren zu beflügeln.“<sup>117</sup> Somit erscheinen gerade Maßnahmen im Bereich des Verkehrs als wesentlich für eine Steigerung der Attraktivität einer Innenstadt.

Die Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Bereich des Verkehrs liegt in deren konsequenter Umsetzung. Um eine höhere Aufenthaltsqualität in den Innenstädten zu erreichen bedarf es einer umfassenden gestalterischen Aufwertung des Straßenraums. Eine Stadtpolitik, die nur mit dem Instrument der Parkraumbewirtschaftung versucht den Verkehr zu reduzieren, wird wenig am routinemäßigen Verhalten der Menschen ändern. Das Ziel muss deshalb sein, die Menschen mit einer hohen Qualität des neu gewonnenen öffentlichen Raums vom reduzierten Autoverkehr zu überzeugen und wieder zum Verweilen anzuregen. Die Verlangsamung des Verkehrs, insbesondere die Mischung aller Verkehrsarten im Straßenraum zielt auf eine grundlegende Verhaltensän-

<sup>117</sup> Monheim 2008, S.7u.8

derung bei den Verkehrsteilnehmern ab. So wird der Straßenraum nicht mehr als Transitstrecke betrachtet, sondern eine erhöhte Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und Rücksichtnahme stehen im Vordergrund. Bei Geschwindigkeiten unter 30 km/h ist ein erhöhter Blickkontakt zwischen den Menschen und ihrer Umgebung zu erwarten. Diese Tendenz wird durch die Reduzierung der Verkehrsregeln zusätzlich verstärkt, beispielsweise beim Shared Space Prinzip oder bei den Begegnungszonen.<sup>118</sup> Rücksichtnahme und Miteinander der Menschen werden wieder gestärkt, zwei wesentliche Verhaltensweisen, die unter anderem aufgrund der strikten funktionalen Trennung der Verkehrsarten im Straßenraum im Hintergrund standen.

Dem Straßenraum und dem ÖPNV kommt durch den demografischen Wandel eine erhöhte Bedeutung zu. Mit der Alterung der Gesellschaft werden barrierefreie Straßenräume zunehmend wichtiger. Viele Menschen mit eingeschränkter Mobilität sind von guten ÖPNV Anschlüssen und Verbindungen abhängig. Für sie stellt der ÖPNV die Sicherung der Mobilität dar. Die Stadt der kurzen Wege muss ihre infrastrukturelle Dichte beibehalten und womöglich ausbauen. Eine hohe Dichte und Nutzungsmischung in den Innenstädten ermöglichen ihren Bewohnern, eine Vielzahl ihrer Ziele zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV zu erreichen. Diese stadtstrukturellen Vorteile in den Innenstädten bilden mit Blick auf die Alltagsmobilität das Potenzial für die Innenstädte. Dazu muss eine Verknüpfung der kurzen Wege gelingen, indem die unterschiedlichen Orte des Lebensalltags, wie Wohnung, Arbeitsplatz, Geschäfte, Schule, Sport und Freizeit zusammengeführt werden.<sup>119</sup> Des Weiteren wird auch der steigende Anteil an Familien, sofern sich diese für das Wohnen in der Innenstadt entscheiden, und Migranten zukünftig verstärkt vom ÖPNV-Angebot abhängig sein, um die eigenen Mobilitätsansprüche zu befriedigen. Dies hängt für die erwähnten Gruppen unter anderem mit wirtschaftlichen Veränderungen zusammen. Wirtschaftliche Veränderungen betreffen beispielsweise die Höhe der Treibstoffpreise, die den Weg zwischen Wohnung und Arbeit mit dem PKW immer unattraktiver und unbezahlbarer werden lassen. Außerdem gehen oft beide Erwachsene pro Haushalt einer Erwerbstätigkeit nach, wozu zwei PKWs erforderlich wären, aber oft nicht leistbar sind.<sup>120</sup>

Die Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs in den Innenstädten und eine Optimierung des Fuß-, Rad- und öffentlichen Verkehrs ist im Sinne der weltweiten Klimaschutzziele einer CO<sup>2</sup>-Reduzierung zu begrüßen. Die Innenstädte können unter Nutzung ihrer strukturellen Vorteile ihre Bewohner motivieren und überzeugen, ihre

---

<sup>118</sup> vgl. Shared Space 2005, S.11-16

<sup>119</sup> vgl. BMVBS 2010, S.23

<sup>120</sup> vgl. Siebel 2009, S.38

Wege in Zukunft vermehrt umweltverträglich zurückzulegen und damit einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Der Organisation eines stadtverträglichen Verkehrs bei gleichzeitiger Erfüllung unterschiedlicher Mobilitätsbedürfnisse wird zukünftig eine hohe Aufmerksamkeit beizumessen sein. Von zunehmender Bedeutung ist in diesem Zusammenhang beispielsweise der Ausbau von ‚Park and Ride‘ Systemen, Carsharing-Modellen und ein flächendeckendes Netz von öffentlichen Fahrradmietstationen.<sup>121</sup>

Im Mittelpunkt aller verkehrspolitischen Entscheidungen und deren gestalterischen Umsetzung stehen primär die Belange der Betroffenen und somit sollten Bewohner und Interessenverbände an diesen Entscheidungen beteiligt werden. Die überzeugenden Vorteile urbanen Stadtlebens und einer Mobilität mit wenig Autoverkehr müssen in partizipativen Entscheidungsfindungen offensiv und mutig dargestellt werden und durch eine hohe Qualität der öffentlichen Räume sinnlich wahrnehmbar gemacht werden. Daraus entsteht eine neue Kommunikationsqualität, die Voraussetzung für eine erfolgreiche nachhaltige Verkehrskultur ist. Der Überzeugungsarbeit kommt im Bereich des Verkehrs ein sehr hoher Stellenwert zu, wie im Verkehrsleitbild der Stadt Salzburg von 1997 formuliert: „Es ist Aufgabe der Politik, Überzeugungsarbeit dafür zu leisten, daß in Hirnen und Herzen der Menschen eine breite Basis der Akzeptanz und Zustimmung zu einer Neuorientierung geschaffen wird.“<sup>122</sup>

### 4.3 Handel und Dienstleistungen

Die Innenstadt ist einerseits Arbeitsort für Bewohner und Pendler, andererseits ein wichtiger Ort zum Austausch von Waren und Gütern sowie hochwertigen Dienstleistungen. „Ein gutes, ausgewogenes Angebot an Geschäften, Restaurants, Cafés aber auch speziellen Dienstleistungen (Banken, Ärzte, Rechtsanwälte etc.) wird als ein zentraler Schlüssel für eine attraktive und lebendige Innenstadt angesehen.“<sup>123</sup> Die Steigerung der Attraktivität der Innenstädte durch stadträumliche und funktionale Strukturverbesserungen stärkt den Handel. Dies kann durch ein verbessertes Entertainment wie beispielsweise durch Events sowie ein verbessertes Stadtmarketing erzielt werden.<sup>124</sup>

In den folgenden Unterkapiteln wird die Bedeutung des Handels für die Innenstadt dargestellt, sowie mögliche Maßnahmen zu seiner Stärkung durch eigene Zusammenkünfte der Gewerbetreibenden, Aktionen des Einzelhandels und der Errichtung ei-

---

<sup>121</sup> vgl. BMVBS 2010, S.23-28

<sup>122</sup> Stadt Salzburg, S.8

<sup>123</sup> Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.30

<sup>124</sup> vgl. Brune, Junker, Pump-Uhlmann 2006, S.65-71 sowie Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.30-31

nes Einkaufszentrums vorgestellt werden. Abschließend wird eine Einschätzung über die Nachhaltigkeit der Maßnahmen gegeben.

### 4.3.1 Bedeutung des Handels für die Innenstadt

„Der Handel prägt auf der einen Seite das Stadtbild und damit auch die Stadtidentität ganz entscheidend und auf der anderen Seite hängt seine Entwicklung auch ganz entscheidend von den Rahmenbedingungen der Stadt ab.“<sup>125</sup> Für viele Besucher sind das Einkaufen und Bummeln die Hauptgründe zum Besuch der Innenstädte. In diesem Zusammenhang stellen der Raumplaner Rolf Junker und der Architekt Holger Pump-Uhlmann fest: „Ein wichtiger Indikator für den Zustand unserer Städte ist der Einzelhandel.“<sup>126</sup> Der Handel hat eine anziehende Funktion für Besucher und trägt somit wesentlich zur erhöhten Frequenz und somit zur Lebendigkeit der Innenstädte bei. Das Konsumverhalten unterliegt einem Wandel. Heute stehen Eventgefühl und Inszenierung beim Einkaufen im Mittelpunkt und die Innenstädte müssen diesen neuen Ansprüchen gerecht werden. Oft werden die Räume der Innenstädte zu Bühnen.<sup>127</sup> Des Weiteren ist der Einzelhandel einer zunehmenden Konkurrenz durch Einkaufszentren und der Filialisierung ausgesetzt. Die stete Filialisierung in den Innenstädten führt nicht nur zur Banalisierung des Einzelhandelsangebots, sondern auch zum Verlust von Individualität und Multifunktionalität während eine expansive Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe an peripheren Standorten den Innenstädten ihre ökonomische Basis entzieht.<sup>128</sup>

### 4.3.2 Stärkung des Einzelhandels

Der innerstädtische Einzelhandel „profitiert von der städtischen Infrastruktur und der Baukultur sowie der Anhäufung weiterer sozialer, kultureller und sonstiger Dienstleistungs- und Angebotsstrukturen“<sup>129</sup>. Die Nutzungsvielfalt sowie Multifunktionalität in den Innenstädten bilden einen entscheidenden Standortvorteil. Mit Initiativen im Rahmen des Citymarketings oder anderer Interessengemeinschaften lokaler Einzelhändler werden diese Standortvorteile durch die Beseitigung der strukturellen Nachteile der gewachsenen Geschäftszentren angestrebt. Vielerorts wird durch ein gemeinsames Vorgehen in freiwilligen Zusammenschlüssen der Gewerbetreibenden versucht, die Attraktivität in den Geschäftszentren zu stärken. Um die Organisationsstruktur und

---

<sup>125</sup> Hatzfeld, Imorde, Schnell 2006, S.11

<sup>126</sup> Brune, Junker, Pump-Uhlmann 2006, S.11

<sup>127</sup> vgl. Hochbau- und Planungsamt 2009, S.4

<sup>128</sup> vgl. Hatzfeld, Imorde, Schnell 2006, S.7

finanzielle Basis solcher Zusammenschlüsse von Gewerbetreibenden, erweitert um die Immobilienbesitzer und Grundstücksbesitzer zu verbessern, werden zunehmend so genannte Business Improvement Districts (BID) eingerichtet. Ursprünglich in Kanada entwickelt, ist das BID inzwischen in Nordamerika stark verbreitet. In Europa sind in den vergangenen Jahren in einigen Ländern, zum Beispiel in Deutschland oder Großbritannien, Initiativen zur Einrichtung von BIDs gestartet worden und erste Gesetze zu deren Einrichtung sind bereits in Kraft getreten. Im Standardwerk „Business Improvement District“ bietet der Autor Lawrence O. Houstoun folgende Definition:

„Ein Business Improvement District (BID) ist ein Organisations- und Finanzierungsmechanismus, der von Grundstückseigentümern und Einzelhändlern genutzt wird, um die zukünftige Entwicklung ihrer Einkaufs-, Büro- und Industriestandorte zu beeinflussen. BIDs basieren auf Landes- und Gemeindegesetzen, die es Grundstückseigentümern und Einzelhändlern ermöglichen, sich zusammenzuschließen und die städtische Steuerhoheit dazu zu nutzen, Grundstücksabgaben festzusetzen. Auf diese Weise entsteht eine verlässliche, mehrjährige Einnahmequelle für eine wirtschaftsorientierte Entwicklung.“<sup>130</sup>

Zusammenfassend dient das Instrument BID der Stärkung von Geschäftszentren und gliedert sich in mehrere Zielsetzungen: Die Beseitigung struktureller Nachteile gegenüber der Konkurrenz von zentral geplanten und gemanagten Shopping-Centern. Die Stärkung der Organisationsstrukturen solcher Zusammenschlüsse durch gesetzliche Rahmenbedingungen und den Ausgleich rückläufiger öffentlicher Leistungen durch leere öffentliche Kassen und einer Gewinnmaximierung für Gewerbetreibende und Grundeigentümer durch eine höhere Anziehungskraft des Geschäftsbereiches. Die Einrichtung von BIDs basiert auf einer Eigeninitiative von Gewerbetreibenden und Grundeigentümern innerhalb eines räumlich definierten Bereichs, mit der sich diese zur Abgabe einer Sondersteuer verpflichten. Die Einnahmen dieser Steuer werden dem Gebiet zur Finanzierung von Maßnahmen zur Aufwertung des Standortes zur Verfügung gestellt. Diese Maßnahmen umfassen unter anderem die Verbesserung der Sicherheit und der Pflege des öffentlichen Raums, Vermarktung, Wirtschaftsentwicklung, Parkplatzangebot und Veranstaltungen.<sup>131</sup>

---

<sup>129</sup> ebd. S.197

<sup>130</sup> Heiß 2006, S.13, zitiert MASSKS/Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes NRW (Hrsg.), in: Stadtplanung als Deal? Urban Entertainment Center und private Stadtplanung. Beispiele aus den USA und Nordrhein-Westfalen, 1999, S.96

<sup>131</sup> vgl. Heiß 2006, S.13-23

### 4.3.3 Aktionen des Einzelhandels

Im Folgenden sollen Maßnahmen, die als Veranstaltungen oder Events des Handels zu verstehen sind und ausschließlich der Steigerung der Kundenfrequenz für den Einzelhandel dienen, vorgestellt werden. Die Maßnahmen im Rahmen von Events zur Steigerung der Lebens-, Wohn-, Freizeit- und Aufenthaltsqualität in den Innenstädten, die ebenfalls zur Frequenzsteigerung, Lebendigkeit und zu einer Stärkung der gesamten Standortattraktivität beitragen und somit auch den Einzelhandel unterstützen, werden im folgenden Unterkapitel 4.4 dargestellt.

Durch gezielte Maßnahmen des Handels kann die Kundenfrequenz in den Innenstädten gesteigert werden und die Einzelhandelsvielfalt den Besuchern näher gebracht werden. Hierzu finden beispielsweise Veranstaltungen wie etwa verkaufsoffene Sonntage, lange Einkaufsnächte oder Schaufensterwettbewerbe Verwendung. Zum Beispiel in der Stadt Klagenfurt: Dort fand unter dem Motto ‚Kunst statt Leere‘ im Jahr 2007 eine Aktion statt, bei der die Schaufenster leerer Geschäfte mit Folien von Bildern fertiger eingerichteter Geschäfte überklebt wurden. Nachteil dieser aktionistischen Veranstaltungen sind jedoch ihre zeitliche Begrenzung und die kurzfristigen Kundenfrequenzsteigerungen. Nachhaltiger und dauerhafter sind Maßnahmen, die zu einer Kundenbindung oder zur Verbesserung der Servicequalität im Rahmen eines Qualifizierungsprogramms für das Verkaufspersonal führen.

Mit Wochen- und Themenmärkten lassen sich die Warenvielfalt, aber auch das Leistungsspektrum der gewerblichen Betriebe präsentieren. Für Themenmärkte bieten sich beispielsweise Floh- und Trödlermärkte, Handwerkermärkte oder Kunstmärkte an. Diese Märkte müssen allerdings eine hochwertige Qualität aufweisen, folglich geplant und gesteuert werden und, wenn möglich einen inhaltlichen Bezug zur Stadt oder der unmittelbaren Umgebung aufweisen.<sup>132</sup>

### 4.3.4 Integriertes innerstädtisches Einkaufszentrum (EKZ)

Eine umstrittene Maßnahme zur Stärkung des Handels und der Innenstadt im Allgemeinen ist die Errichtung von Einkaufszentren. Die Meinungen über positive und negative Wirkungen, insbesondere für die gewachsene Handelsstruktur gehen zwischen Befürwortern und Gegnern stark auseinander. Für die Befürworter bieten innerstädtische Einkaufszentren wichtige städtebauliche und einzelhandelsbezogene Impulse, vor allem erwarten sie von den Projekten Zentralitätsgewinne. Die Gegner sehen in der Errichtung generell einen schweren Eingriff in die gewachsene Innenstadt und den

---

<sup>132</sup> vgl. Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.32-35

dortigen Einzelhandel. Da der Markt für Einkaufsflächen in Österreich und anderen europäischen Ländern von Experten bereits als gesättigt betrachtet wird, werden Kaufkraftverschiebungen im innerstädtischen und regionalen Gebiet und teilweise Trading-down-Effekte durch zusätzliche Einkaufszentren erwartet.<sup>133</sup>

Der Wirtschaftsgeograf Gerd Kühn hat drei wesentliche Merkmale für die planerische Einordnung großer innerstädtischer Einkaufszentren genannt:<sup>134</sup>

- Die Größe an Verkaufsflächen, die eine Beeinflussung der Kaufkraftbindung und somit Auswirkungen auf den bestehenden Handel und gleichzeitig auf die gesamte Innenstadt hat.
- Der Standort des Centers, der die räumliche Integrationsfähigkeit der Einrichtung in den Organismus der Innenstadt wesentlich mitbestimmt. Dieses Merkmal zielt bei innerstädtischen Centers auf den Mikrostandort.
- Die Architektur und bauliche Struktur des Centers, die über Offenheit bzw. Geschlossenheit zum baulichen Umfeld mitentscheidend ist.

Rolf Junker kristallisiert drei Phänomene heraus, die eine Integration von innerstädtischen Einkaufszentren in der Praxis oft problematisch und schwierig erscheinen lassen: Erstens streben Einkaufszentren nach wirtschaftlicher Selbstständigkeit und bedürfen deshalb einer Mindestgröße, zweitens ist ihre Mikrolage oft suboptimal gewählt und führt dadurch zu räumlichen Schiefagen und drittens bewirkt ein Nichteingehen auf die Stadt eine Behinderung der funktionalen und gestalterischen Bezugnahme. Junker plädiert deshalb für eine vorab getätigte Definition des bevorzugten Centers bezogen auf Lage, Größe und Bauform durch die Stadtverwaltung.<sup>135</sup> „Andernfalls geraten sie [die Städte] in eine reagierende Rolle, bei der sie – das haben viele Verfahren gezeigt – zum Spielball strategieverprobter Projektentwickler werden. Eigene städtische Belange rücken dann sehr schnell in den Hintergrund.“<sup>136</sup>

Ist die Entscheidung für ein Center grundsätzlich getroffen, so sind drei wesentliche Punkte, die einer sachgerechten Beurteilungsgrundlage für oder gegen den Bau eines Centers dienen, zu prüfen und zu beachten:<sup>137</sup>

- Maßgeblich ist die für die Stadt verträgliche und passende *Flächengröße* und sekundär die vom Investor gewünschte Größe.

---

<sup>133</sup> vgl. ebd., S.40-41

<sup>134</sup> vgl. Brune, Junker, Pump-Uhlmann 2006, S.23-25

<sup>135</sup> vgl. ebd., S.111-115

<sup>136</sup> ebd., S.115

<sup>137</sup> vgl. ebd., S.115-116 sowie Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.43

- Eine optimale *funktionsräumliche Integration* ist zu planen. Die Center sollen zentral in der Innenstadt liegen und die Einzelhandelsschwerpunkte in keine Schiefelage bringen. Randalagen sind zu vermeiden und Center sollen den Innenstadthandel ergänzen statt ersetzen.
- Die *bauliche Grundstruktur* ist auf die räumliche Beziehungspflege zur Stadt zu prüfen. Diese Prüfung beinhaltet die Untersuchung der Rücksichtnahme auf bestehende Strukturen, die Anzahl und Lage von Zugängen und die beabsichtigten Zugangsregelungen. Die Center sollten sich ihrer Umgebung baulich öffnen und individuelle Lösungen darstellen.

#### 4.3.5 Beispiel eines BID in Hamburg in der Dammtorstraße

Die Freie und Hansestadt Hamburg war die erste Stadt in Deutschland in der das Modell des Business Improvement District (BID) mit dem Gesetz zur ‚Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren‘ im Januar 2005 eingeführt wurde. Damit war die gesetzliche Grundlage, der rechtliche Rahmen zur Bildung öffentlich-privater Kooperationen nach Vorbild der BIDs, geschaffen. Im selben Jahr entstanden die ersten BIDs Deutschlands in Hamburg, das BID Sachsenator gefolgt vom BID Neuer Wall. Zurzeit zählt die Stadt neun eingerichtete BIDs und weitere fünf in Vorbereitung.<sup>138</sup>

Das folgende Beispiel des BID's Opern Boulevard in der Hamburger Innenstadt zeigt die Vorteile dieser öffentlich-privaten Kooperationen zur Aufwertung eines Bereichs (vgl. Abb.9). In der Vorbemerkung zum öffentlich-rechtlichen Vertrag über die Umsetzung des Innovationsbereichs BID Opern Boulevard zwischen den Vertragspartner, der Stadt Hamburg und der BID-Gesellschaft, wird das gemeinsame Ziel wie folgt formuliert:

„Es ist das gemeinsame Ziel der Vertragspartner sowie der Eigentümer der in der Dammtorstraße belegenen Grundstücke, die Dammtorstraße durch eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums und flankierende Marketingmaßnahmen aufzuwerten und dadurch Einzelhandel und Dienstleistungen an diesem Standort zu stärken. Aus der bisherigen Durchgangsstraße Dammtorstraße soll ein Opern Boulevard entstehen, der für Anwohner und Besucher in kultureller wie in kommerzieller Hinsicht gleichermaßen anziehend ist[...].“<sup>139</sup>

In erster Linie führt eine solche Kooperation zwischen der Stadt und den privaten Grundeigentümern zur Aufgabenteilung und somit zur Finanzierungsteilung der anstehenden Maßnahmen. Des Weiteren können durch zusätzliche finanzielle Beiträge der

---

<sup>138</sup> vgl. Stadt Hamburg

Grundeigentümer besondere Gestaltungsmaßnahmen, die über die übliche Qualität städtischer Maßnahmen hinausgehen, finanziert und verwirklicht werden.

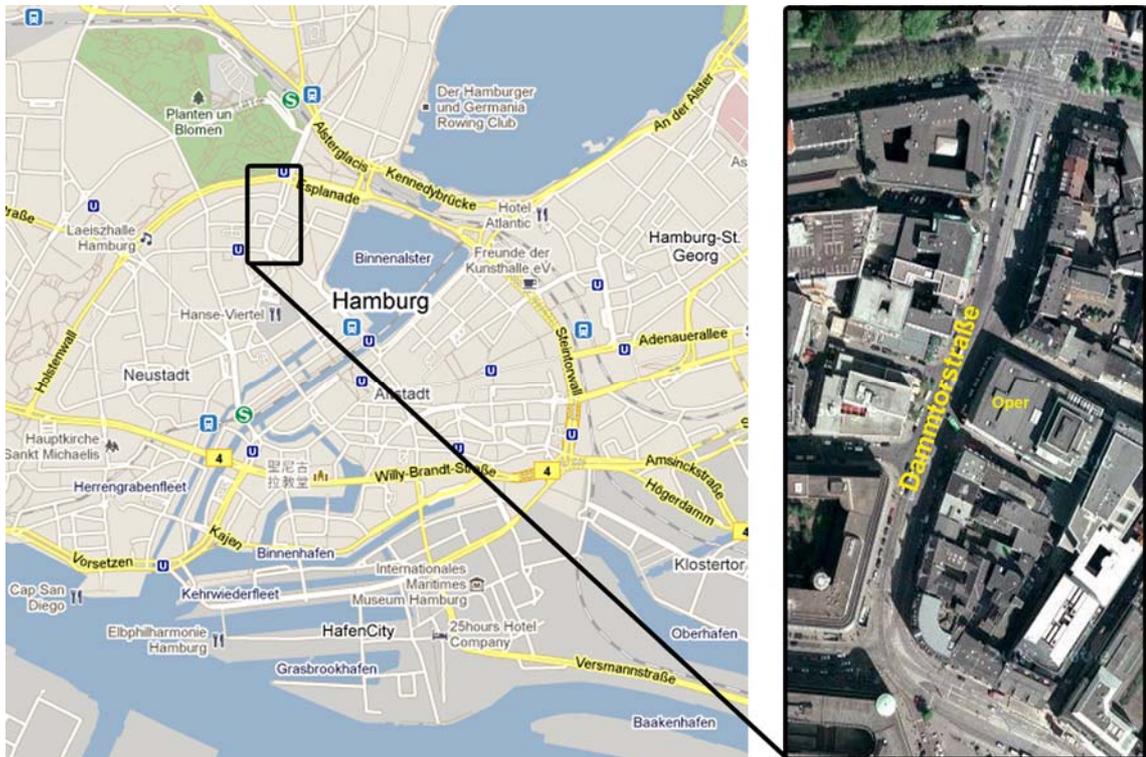


Abb.9: Stadtplanausschnitt von Hamburg sowie Lage (links) der Dammtorstraße (rechts) (Eigene Darstellung)

Das BID Opern Boulevard wurde am 9. April 2011 eingerichtet und mit einer Laufzeit von drei Jahren angesetzt.<sup>140</sup> Der Name des BID's Opern Boulevard leitet sich von den Umgestaltungsabsichten der Dammtorstraße in einen Boulevard und von der Lage der Hamburger Staatsoper in der Dammtorstraße ab - eines der wichtigsten kulturellen Einrichtungen der Stadt. Die Dammtorstraße als stark frequentierte Hauptverkehrsstraße mit vier Fahrspuren, unterdimensionierten Gehwegen und Nebenflächen, vermittelt bislang den Charakter einer Durchgangsstraße (vgl. Abb.12 und Abb.13). Die Oper, die über keinen signifikanten Eingangsbereich verfügt, kommt im vom Verkehr dominierten öffentlichen Raum kaum zur Geltung (vgl. Abb.10 und Abb.11).<sup>141</sup>

<sup>139</sup> Homepage BID-Opernboulevard C, S.1

<sup>140</sup> vgl. ebd., Projektblatt BID Opernboulevard

<sup>141</sup> vgl. Homepage BID-Opernboulevard A, S.2



Abb.10: Hamburger Staatsoper  
(Christoph U. Bellin)



Abb.11: Blick in die Dammtorstraße mit Staatsoper  
(Christoph U. Bellin)



Abb.12: Verkehrssituation in der Dammtorstraße  
(Christoph U. Bellin)



Abb.13: Backsteinarchitektur in der Dammtorstraße  
(Christoph U. Bellin)

Von dieser Lage ausgehend soll in Partnerschaft mit der Stadt Hamburg ein Gestaltungskonzept der Landschaftsarchitekten Breimann und Bruun sowie ein Konzept vom Verkehrsplanungsbüro Argus zur Aufwertung der Dammtorstraße umgesetzt werden.<sup>142</sup> In enger Zusammenarbeit zwischen dem BID Opern Boulevard und den Behörden der Stadt Hamburg mit den planenden Büros Breimann und Brunn sowie Argus ist ein Straßenquerschnitt entwickelt worden, der den verkehrstechnischen Belangen sowie den gestalterischen Wünschen der Grundeigentümer entspricht (vgl. Abb.14,15,16 und Abb.17).<sup>143</sup>

<sup>142</sup> vgl. ebd., S.3

<sup>143</sup> vgl. Homepage BID-Opernboulevard B



Abb.14: Gestaltungskonzept  
(Breimann&Brunn/Argus)



Abb.15, Abb.16, Abb.17: Ansichten nach der Umgestaltung  
(Breimann&Brunn/Argus)

Die Stadt Hamburg wird bei der Neugestaltung der Dammtorstraße den Neubau der Fahrbahn, der Gehwegkanten und des Unterbaus auf den Gehwegen, den geplanten Multifunktionsstreifen (Parkstreifen) sowie die Anpassung der Entwässerung und die Schaffung von Baumgruben finanzieren und ausführen. Das BID Opern Boulevard wird die Planung, Beauftragung und Überwachung der Herstellung der Nebenflächen, vor allem der Gehwege und Multifunktionsflächen, die Umgestaltung des öffentlichen Raums sowie die Erneuerung der Stadtmöblierung und einen finanziellen Beitrag zur Installation neuer Beleuchtungen leisten. Die Ausführungen der Nebenflächen und Möblierung werden – laut Planung - in einer höheren Qualität als bei städtischen Maßnahmen üblich sein. Der von der Stadt üblicherweise verwendete Asphalt für die Deckschicht der Fahrbahn soll durch einen weiteren finanziellen Beitrag des BID's in einer helleren Ausführung aufgetragen werden. Über das BID werden somit die nötigen Mittel beigesteuert um eine höhere Qualität der Pflasterung und der Ausstattungselemente im öffentlichen Raum zu erreichen. Diese höheren Ansprüche an die Qualität und Materialität der Ausführung sind gemeinsame Zielvorstellungen der im BID gemeinsam

agierenden Grundeigentümer.<sup>144</sup> Die Investitionssumme von Stadt und BID beträgt gesamt 4,7 Mio. Euro, von denen das BID einen Anteil von 2,175 Mio. Euro trägt.<sup>145</sup>

#### **4.3.6 Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Bereich Handel und Dienstleistungen**

Eine nachhaltige Wirkung von Maßnahmen im Handels- und Dienstleistungsbereich ist aufgrund des anhaltenden Strukturwandels des Handels schwer einzuschätzen. Der Unternehmenskonzentrationsprozess im Einzelhandel beschleunigt das Wachstum der Betriebsgrößen, wachsende Ansprüche an Flächen und Erreichbarkeit gehen mit dieser Entwicklung einher. Diese Prozesse führen zu einer Suburbanisierung des Einzelhandels und aufgrund der stagnierenden und teilweise sinkenden Einzelhandelsnachfrage zu maßgeblichen Umsatzrückgängen in den Innenstädten. Zu den Folgen dieser Entwicklungen gehören die Schließungen von inhabergeführten und nicht filialisierten Facheinzelhandelseinrichtungen sowie zunehmende Leerstände von Innenstadtimmobilien. Diese Verluste von Individualität und Multifunktionalität werden durch dominante Trends in der Handelsentwicklung hin zur Vereinheitlichung, Anonymisierung und Fremdbestimmung verschärft. Im Ergebnis führen diese Trends zu den allgemein bekannten Phänomenen wie Banalisierung, Filialisierung und McDonaldisierung. Diese Trends des Strukturwandels im Einzelhandel werden voraussichtlich auch in Zukunft anhalten.<sup>146</sup>

Für die Innenstadtentwicklung bedeuten diese Trends, dass über neue Nutzungen nachgedacht werden muss. Dies kann zukünftig wesentlich freier geschehen, wenn der Handel und die Büronutzung schwächer werden. Andere aus heutiger Sicht unrentable Nutzungen, wie das Wohnen oder Freiraumnutzungen, könnten wieder in den Innenstädten ökonomisch möglich werden. Nach Ulrich Hatzfeld, tätig beim deutschen Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, ergeben sich auf mehreren Ebenen Ansatzpunkte neuer Strategien der öffentlichen Planung in den Innenstädten:<sup>147</sup>

- Neue Märkte und Zielgruppen können in Zukunft eine stabile und berechenbare ökonomische Basis für Innenstädte darstellen. Eine Perspektive stellt die Konzentration auf Dienstleistungen für ältere Menschen dar.

---

<sup>144</sup> vgl. Homepage BID-Opernboulevard A, S.5

<sup>145</sup> Handelskammer Hamburg

<sup>146</sup> vgl. Hatzfeld 2006, S.65-66 sowie Siebel 2000, S.29-30

<sup>147</sup> vgl. Hatzfeld 2006, S.74-77

- Komparative Standortvorteile von Innenstädten wie Sicherheit, Unverwechselbarkeit und Statusqualitäten sind weiterzuentwickeln. Von zentraler Bedeutung für eine Profilierung der Innenstädte sind ihre Gestaltqualitäten. Eine kommunale Baukulturpolitik ist ein viel versprechender Ansatz um eine hohe Gestaltqualität zu sichern. Die Dimensionen einer solchen Politik umfassen den Umgang mit Denkmälern, mit dem öffentlichen Raum und mit Neubauvorhaben.
- Die Unterstützung des Nutzungswandels durch die Förderung von Kunst und Kultur in den Innenstädten. Die Kulturwirtschaft gehört gegenwärtig noch zu den wenig vorhandenen Wachstumsbranchen. Kultureinrichtungen wie Museen und Konzerthäuser bilden eine wichtige Grundlage für den Städtetourismus. Darüber hinaus können in den von Anonymisierung und Standardisierung bedrohten Innenstädten neue Identitätsangebote mit künstlerischen Aktionen, Interventionen und Interpretationen formuliert werden. Ein weiterer zukunftsorientierter Bereich für die Innenstadtnutzung stellt der Bildungssektor dar. Innenstädte mit ihrer Erreichbarkeit und ihrem Infrastrukturangebot bieten für Bildungseinrichtungen klare Standortvorteile.
- Neue Partner sind zu gewinnen. Kooperationen der öffentlichen Planung mit privaten Partnern sind auszubauen. Weitere Partner mit Innenstadtbezug müssen in den Planungsprozess und die Umsetzung zur Stabilisierung und Weiterentwicklung von Innenstädten einbezogen werden. Dies betrifft in erster Linie Immobilienbesitzer und Grundeigentümer. Die Verfahrensansätze der Business Improvement Districts sind in diesem Zusammenhang mögliche Mittel zur Umsetzung.
- Neue regionale Kooperationsformen sind zu entwickeln und zu etablieren. Ziel ist im Sinne einer strategischen Allianz eine regionale Arbeitsteilung umzusetzen. Mit diesen Kooperationen sollen die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Umsetzung der Innenstadtentwicklung geschaffen werden. Beispielsweise kann der Einzelhandelsstandort Innenstadt nur gestärkt werden, wenn nicht gleichzeitig Billigstandorte in den Umlandgemeinden zugelassen werden.

Diese Einschätzung eines neuen Umgangs der öffentlichen Planung mit den Folgen des Strukturwandels im Einzelhandel wird zu nachhaltigen Wirkungen für die Innenstädte führen. Die Prozesse der Handelskonzentration und der Flächenzunahme werden unumstößlich trotz innovativer Ideen und finanzieller Unterstützung seitens der Städte, in Form von Steuererleichterungen oder sonstigen Subventionen, voranschreiten. Trotzdem muss versucht werden, alle Möglichkeiten zum Einwirken und Stützen der Handelsfunktion im Inneren der Städte zu nutzen. Vor allem wird eine administrative und organisatorische Unterstützung von Zusammenschlüssen Gewerbetreibender, unter Einbeziehung der Grundeigentümer, von zunehmender Bedeutung sein. Diese

Art der Unterstützung erscheint gerade unter Beachtung der kommunalen Finanzlage die einzig finanzierbare und machbare Hilfestellung der Kommunen für den Einzelhandel zu sein.

## 4.4 Events

„Die Innenstadt ist Ort für Kultur, Identität und Stadterleben.“<sup>148</sup> Besondere Veranstaltungen, die Innenstädte zum Ort für Freizeitaktivitäten und zum Erlebnisraum machen, steigern wahrnehmbar die Attraktivität und führen zu einer Belebung. „Seit jeher sind die Zentren der Städte immer auch Versammlungsort, Bühne, Schauplatz öffentlicher und kultureller Ereignisse. Sie sind Kommunikationsraum und Ort des unverbindlichen Kontaktes von Menschen: man trifft sich, man sieht sich, man begegnet sich.“<sup>149</sup> Um diese Versammlungsorte, Bühnen und Schauplätze weiterhin zu Bespielen und Lebendigkeit, Kommunikation und Gemeinschaft zu schaffen, werden Veranstaltungen und Ereignisse kultureller und künstlerischer Art sowie Aktivitäten für die Freizeit in den Innenstädten initiiert.<sup>150</sup>

Im Folgenden soll der Begriff ‚Event‘ kurz erläutert, seine Bedeutung dargelegt und mögliche Arten von Events zur Steigerung der wahrgenommenen Attraktivität in Innenstädten vorgestellt werden. Zum Schluss wird die nachhaltige Wirkung für die Belebung von Innenstädten durch Events beurteilt.

### 4.4.1 Zur Abgrenzung des Begriffs ‚Event‘

Unter dem Begriff ‚Event‘ werden heute verschiedenste Veranstaltungen mit unterschiedlichen Zielsetzungen verstanden und vermarktet. Aus dem Englischen übersetzt bedeutet der Begriff ‚Event‘ eine ‚Veranstaltung‘ oder ein ‚Ereignis‘. Das ‚Erlebnis‘ steht bei Events im Vordergrund und soll in den Augen der Besucher einzigartig wahrgenommen werden. Somit soll ein Event auch immer etwas Besonderes und Einmaliges bieten und somit eine besondere Veranstaltung, ein besonderes Ereignis, sein. Die charakteristischen Merkmale eines Events sind:<sup>151</sup>

- öffentliche Zugänglichkeit
- bestimmtes Thema zum Feiern oder zur Darstellung als Ziel
- festgelegte Eröffnungs- und Abschlussdaten

---

<sup>148</sup> BMVBS 2010, S.34

<sup>149</sup> Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.31

<sup>150</sup> vgl. BMVBS 2010, S.34-38 sowie Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.31-36

- das Programm kann verschiedene unabhängige Veranstaltungen bzw. Aktivitäten umfassen
- alle zum Programm gehörigen Aktivitäten und Veranstaltungen finden am selben Ort statt
- die Größenordnung ist kein Kriterium für ein Event

In den vergangenen Jahren fand in den Städten eine unüberschaubare Vielfalt an Veranstaltungen statt. Die Wirkung der initiierten Events hängt von der Größe und der Zielrichtung ab. Für die Verantwortlichen der Städte bedeutet dies vor allem Kriterien zur Durchführung von Events festzulegen, um Events zu einem strategischen Wettbewerbsvorteil und zur Inszenierung des Stadterlebnisses zu nutzen. Im Mittelpunkt sollten Qualität, Originalität und Authentizität als wesentliche Merkmale der Events stehen und für die Besucher spürbar werden. In der Studie ‚Innenstadt hat Zukunft‘ wurden grundlegende Kriterien für Events in Städten im Allgemeinen formuliert:<sup>152</sup>

- Events sollen einerseits für Unterhaltung der Innenstadtbesucher, -bewohner und -kunden sorgen, aber andererseits auch die Angebote der Innenstädte an Besuchern und Kunden positiv vermitteln;
- die Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Städten und dem Stadtrand sollen durch Events dargelegt werden, Einzigartigkeit ist anzustreben;
- Events sollen eine Sympathie für die Stadt erzeugen und klare sowie emotionale Botschaften vermitteln.

Grundsätzlich sind heute alle Arten von Events in den Städten Europas zu finden, und es herrscht eine regelrechte Konkurrenz der Städte untereinander um die Aufmerksamkeit von Besuchern und Kunden. Wichtig bei der Planung und der Durchführung von Events ist immer das eigene Profil der Innenstadt zu schärfen. Die Innenstadt ist als Produkt zu begreifen und dieses ist „[...] im Sinne des Marketings konsequent unter Berücksichtigung der Konkurrenzsituation auf die Anforderungen der in Frage kommenden Zielgruppen hin zu entwickeln“<sup>153</sup>. Dabei steht die Einzigartigkeit im direkten Vergleich zu den Konkurrenten auf der Grundlage der örtlich verfügbaren individuellen Potenziale an höchster Stelle.<sup>154</sup>

---

<sup>151</sup> vgl. Studienprojekt Freizeit in der Stadt 2007, S.37

<sup>152</sup> vgl. Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.36

<sup>153</sup> ebd., S.44

<sup>154</sup> vgl. Studienprojekt Freizeit in der Stadt 2007, S.37-38 und Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.35-36 und 44-45

#### 4.4.2 Events als Instrument des Stadtmarketings

Events und Veranstaltungen kommen im Rahmen von Image- und Identifikationsförderung bevorzugt durch das Stadtmarketing zur Anwendung. Mit der Imageförderung wird die Schaffung bzw. die Verbesserung des Stadtimages verfolgt, das heißt wie eine Stadt wahrgenommen wird oder was von ihr wahrgenommen wird. Folglich ist die Imageförderung die Förderung der Selbstdarstellung. Demgegenüber zielt die Identifikationsförderung auf die Förderung der Verbundenheit der Bürger mit ihrer Stadt. Im Mittelpunkt stehen Identifikationsfaktoren wie Besonderheit, Individualität oder Unverwechselbarkeit einer Stadt. Passende Beispiele von Veranstaltungen für Identifikationsförderung sind vor allem Stadtführungen mit dem Ziel bei Einheimischen das Bewusstsein für die Besonderheiten zu wecken oder zugezogenen Bürgern die städtische Kultur näher zu bringen.<sup>155</sup>

#### 4.4.3 Arten von Events

Durch Größe und Zielrichtung der Events werden die Auswirkungen, das Einzugsgebiet und die Funktion mitbestimmt. Events können den Menschen Anlass sein die Innenstadt zu besuchen, Menschen zu begegnen und miteinander in Kontakt zu treten.

Mit kulturellen Events und künstlerischen Veranstaltungen wird die wahrgenommene Attraktivität einer Innenstadt erhöht und so werden öffentliche Räume als Bühne solcher Veranstaltungen genutzt. ‚La Strada‘, ein internationales Straßen- und Figurentheater in der Stadt Graz, ist eine solche kulturell-künstlerische Veranstaltung in Form eines Festivals über neun Tage, das Straßen-, Plätze und Höfe der Stadt sowie Theaterräume als Spielräume nutzt. Dieses Festival „[...] setzt auf anspruchsvolle Projekte mit leichtfüßigem Tiefgang und hofft Impulse zu geben für unvergessliche Augenblicke, Begegnungen und emotionalen Austausch zwischen Publikum, Künstlern und Stadt“<sup>156</sup>. Einzigartig bei diesem Festival ist, dass Produktionen, die für die Stadt Graz erdacht und entwickelt wurden, gezeigt werden. Außerdem werden bewusst vergessene oder ungeliebte Orte der Stadt als Spielraum genutzt und dadurch aufgewertet.<sup>157</sup>

Ein weiteres weit verbreitetes Mittel um Innenstädte mit mehr Leben und Funktionalität aufzuwerten ist die Etablierung von Freizeitaktivitäten in den Innenstädten. Im Sinne von Events sind hier beispielsweise sportliche Wettbewerbe wie das ‚Bike-Festival‘<sup>158</sup>

---

<sup>155</sup> vgl. Datko 2009, S.272-280

<sup>156</sup> La Strada, Festival: Die Stadt ist Bühne

<sup>157</sup> vgl. La Strada, Aktuelles und Festival

<sup>158</sup> Argus Bike Festival

am Wiener Rathaus oder reine Freizeitevents wie der Strand ‚Paris Plage‘ in Paris, ein Stranderlebnis an der Seine, anzuführen.<sup>159</sup>

#### 4.4.4 Nachhaltigkeit von Events

Um eine nachhaltige Wirkung von Events zu erzielen, müssen Qualität, Originalität und Authentizität als wesentliche Merkmale der Veranstaltungen sichtbar werden. Für die Verantwortlichen der Innenstadtentwicklung wird somit eine gezielte Auswahl von Events vorausgesetzt um ein beliebiges Aneinanderreihen von Veranstaltungen zu verhindern. Grundsätzlich muss die Frage nach der Zielrichtung der Events gestellt werden, ob diese das Stadtimage oder die Verbundenheit der eigenen Bewohner mit ihrer Stadt verbessern sollen. Die Beantwortung dieser grundlegenden Frage hängt im Einzelnen von den unterschiedlichen Ausgangssituationen ab. Während in Innenstädten, die im Bewusstsein der Stadtbewohner stark verankert und oft besucht werden, Events zur Verbesserung des Stadtimages über die Stadtgrenzen hinaus angestrebt werden können, stehen für Innenstädte, die unter einem Bedeutungsverlust und strukturellen Mängeln leiden, Events zur Förderung der Verbundenheit ihrer eigenen Bewohner mit der Innenstadt im Vordergrund. In beiden Fällen sind Qualitätskriterien für Veranstaltungen im Rahmen der Innenstadtentwicklung zu formulieren. So bietet sich für jede Stadt die Erstellung eines Kriterienkataloges zur Sicherung der Qualitätsansprüche von Events an, um die beabsichtigten Ziele erreichen zu können. Grundlegende Fragestellungen sind zu bedenken, wie:

- Werden mit den Eventideen aktuelle Bedürfnisse befriedigt?
- Entsprechen die Eventideen dem eigenen Leitbild bzw. der Stadtphilosophie?
- Harmonisieren die Events mit dem Stadtmarketingkonzept und Eventkonzept der Stadt?
- Sind sie personell und finanziell realisierbar?

Der Überlegung nach der Befriedigung der aktuellen Bedürfnisse kommt im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Wirkung eine besondere Bedeutung zu, da sich die Bedürfnisse und Wünsche der Menschen häufig und kurzzeitig ändern, nach dem Motto: Was heute angesagt ist, kann bereits morgen aus der Mode sein. Trends sind kurzlebig und somit Bedarf der Kriterienkatalog einer permanenten Erneuerung bzw. Erweiterung um den aktuellen Anforderungen zu entsprechen.

---

<sup>159</sup> vgl. Wikipedia B

Diese Betrachtungsweise zeigt die beschränkte Reichweite von Events um eine nachhaltige Wirkung zur Attraktivitätssteigerung des Standortes Innenstadt zu erreichen. Folglich sollten Events nur als begleitende Maßnahmen zu anderen stadtentwicklerischen Maßnahmen betrachtet werden, während der baulichen und stadtstrukturellen Verbesserung der Innenstadt eine größere Bedeutung zu kommen sollte. „Nachhaltigkeit entsteht erst dann, wenn nach dem Kommen und Staunen, das Wieder-Kommen steht.“<sup>160</sup> Die Raumplanerinnen Martina Koll-Schretzenmayr und Gabriela Burkhalter schrieben in diesem Zusammenhang bereits im Jahr 2002:

„Doch Trends sind kurzlebig und die Aufgabe der Stadt- und Raumplanung besteht darin, im Zuge der Umnutzungen, Revitalisierungen und Aufwertungen Stadträume zu schaffen, die kurzlebige Trends überleben. Stadt und Architektur werden heute nicht mehr für drei Generationen gebaut, sondern müssen auf kurzfristige Entwicklungszyklen flexibel reagieren können. Qualitäten in der Außenraumgestaltung, in Städtebau und Architektur, in der Verkehrserschließung, in der Nutzungsmischung sind hierbei eine Zukunftsinvestition.“<sup>161</sup>

## 4.5 Wohnen

Von einer Renaissance des Wohnens in der Innenstadt ist seit der Veröffentlichung einer Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik im Herbst 2005 unter dem Titel ‚Wohnen in der Innenstadt – eine Renaissance?‘ vielfach die Rede.<sup>162</sup> Bisher kann jedoch nur von einem Trend die Rede sein. „Festhalten lässt sich aber sicherlich, dass einige bedeutende Rahmenbedingungen eine verstärkte Orientierung der Wohnstandortwahl an urbanen Lagen oder zumindest eine Abschwächung der Wohnsuburbanisierung wahrscheinlich machen.“<sup>163</sup> Veränderungen der Rahmenbedingungen auf gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und ordnungspolitischer Ebene führen zu einem Wandel des Wohnens. Zu den Ursachen der sich verstärkenden und ausdifferenzierten Nachfrage nach Wohnraum in den Innenstädten sind die Prozesse des demografischen Wandels, zu denen die Schrumpfung, Alterung, Heterogenisierung und Vereinzelung zählen, sowie die Abnahme der Attraktivität des Umlands als Wohnort gegenüber der Stadt aufgrund von Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt, Wandel der Lebensweise, Individualisierung der Zeitstrukturen und Rücknahme der Subventionen, zu zählen.<sup>164</sup>

---

<sup>160</sup> Wirth, Hödl, Januschke 2007, S.36

<sup>161</sup> Koll-Schretzenmayr, Burkhalter 2002, S.2

<sup>162</sup> vgl. Jekel, Frölich von Bodelschwingh 2009, S.13-15

<sup>163</sup> Scheiner 2009, S.47u.48

<sup>164</sup> vgl. Beckmann, Jekel, Frölich von Bodelschwingh 2009, S.5-7 sowie Siebel 2009, S.37-39

Die wieder entdeckte Attraktivität der Innenstadt als Wohnort ist auf ihre Vorteile der kurzen Wege, sozialen Netze und dichten Infrastruktureinrichtungen zurückzuführen. Für die Wohnungspolitik der Städte und Gemeinden stellen sich aufgrund dieser veränderten Situationen neue Fragen und es treten zunehmend Überlegungen auf, „wie in einer Gesellschaft mit sich ausdifferenzierenden Lebensstilen passende Wohnungsangebote in der Stadt zur Verfügung gestellt werden können, wie das Altwerden in der eigenen Wohnung für möglichst viele Menschen zu gewährleisten ist, wie man stärker dem Wunsch eines wachsenden Anteils von Familien nach einem Wohnen in der Innenstadt gerecht werden kann“<sup>165</sup>. Attraktive Wohnangebote in Innenstadtlage werden zunehmend als weiche Standortfaktoren im Bereich des Stadtmarketings und der Identitätspolitik verwendet (vgl. Unterkapitel 4.7).<sup>166</sup>

Vor diesem Hintergrund bietet sich die Wiederentdeckung des Wohnstandortes Innenstadt im Rahmen der kommunalen Wohnungspolitik als eine weitere Maßnahme der Innenstadtentwicklung an. In den folgenden Unterkapiteln wird auf die gegenseitigen Vorteile dieser Tendenz zur Rückkehr der Wohnfunktion in die Innenstadt eingegangen und Maßnahmen und Instrumente der Kommunen vorgestellt. Abschließend wird die Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Bereich des innerstädtischen Wohnbaus beschrieben.

#### **4.5.1 Die Bedeutung der Innenstadt für den Wohnstandort Innenstadt**

Die Innenstadt bietet mit ihren Vorteilen der kurzen Wege, sozialen Netze und dichten Infrastruktureinrichtungen attraktive Voraussetzungen als Wohnstandort für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen, wie beispielsweise Ältere, Familien und einen wachsenden Anteil an ‚lebenslangen‘ Singles. Diese Bevölkerungsgruppen profitieren vor allem von einer urbanen Dichte, die in den Städten weiter zu erhalten und zu stärken ist.<sup>167</sup> Die Attraktivität und Nachfrage des Wohnstandortes Innenstadt ist für diese Gruppen nicht neu, aber aufgrund des demografischen Wandels und gesellschaftlicher Veränderungen wachsend. Zusätzlich wird ebenfalls der Anteil an Migranten weiter wachsen. Für Migranten sind und bleiben Städte die zentralen Orte der sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Integration. Gerade die Innenstädte bieten mit einer leichten Erreichbarkeit aller wichtigen Institutionen, einer Nutzungsmischung, ihrer Zentralität und kurzen Wegen optimale Integrationsbedingungen. Mit der weiteren Zunahme des Bedarfs an hochqualifizierten Arbeitskräften geht ein internationaler Wettbewerb um

---

<sup>165</sup> Beckmann, Jekel, Frölich von Bodelschwing 2009, S.5u.6

<sup>166</sup> vgl. ebd., S.5-12

<sup>167</sup> vgl. ebd., S.12

deren Niederlassung einher. Neben den reinen Anstellungsbedingungen spielen zunehmend weitere Faktoren wie die Qualität des Wohnstandortes, das kulturelle Angebot, Freizeitangebote und Einkaufsmöglichkeiten, das heißt ein insgesamt attraktives Wohnumfeld, eine entscheidende Rolle (vgl. Punkt 2.1.1). Diese gut qualifizierten Migranten werden sich zukünftig das Land und weiters die Stadt aussuchen können, was für die Städte eine Chance und zugleich eine große Herausforderung darstellt.<sup>168</sup>

Für alle beschriebenen Gruppen bieten gerade die Innenstädte attraktive Wohnumfeldbedingungen, sofern sie noch über eine funktionierende urbane Dichte verfügen, allerdings kommt dem Wohnangebot und der Qualität der Wohnungen eine gestiegene Bedeutung zu. Walter Siebel nennt drei wesentliche Tendenzen, die neue Anforderungen an die Wohnqualität stellen:<sup>169</sup>

- die wachsende Nachfrage nach mehr Wohnfläche
- die Wohn- und Lebensweisen werden immer differenzierter
- die Wohnqualität wird zunehmend über erweiterte Dimensionen definiert, insbesondere über wohnungsbezogene Dienstleistungen

Ein wesentlicher Vorteil der Innenstädte liegt in der vorhandenen Vielfalt möglicher Wohn- und Besitzformen, angefangen von der Miete, der Mitgliedschaft in einer Wohnungsgenossenschaft bis hin zum Wohnen als selbst nutzender Eigentümer.<sup>170</sup> Der Schaffung bzw. Anpassung des bestehenden Wohnungsangebots kommt eine erhöhte Bedeutung zu um den aktuellen Wohnbedürfnissen zu entsprechen. Für die öffentliche Hand ist damit die Forderung nach einer stärkeren Differenzierung des Wohnungsangebotes verbunden, indem sie regulierend auf die Vielfalt bei der Anbieterstruktur Einfluss nimmt, beispielsweise mit kommunalen Förderprogrammen im Bereich der Wohnungsbauförderung. Kommunale Förderprogramme zielen heute nicht mehr ausschließlich auf die soziale Wohnraumversorgung im Sinne der Daseinsvorsorge ab, sondern zunehmend auf die Diversifizierung des Wohnungsangebots.<sup>171</sup> Die Wohnqualität wird zunehmend über die Grenzen der eigenen Wohnung hinweg definiert, das heißt über das Wohnumfeld. In diesem Zusammenhang kommt vor Allem dem öffentlichen und halböffentlichen Raum und seiner Inbesitznahme und Nutzungsvielfalt eine erhöhte Bedeutung zu. Durch differenzierte Ausgestaltungen dieser Räume entsprechend den Nutzungsansprüchen der Bewohner können das Image und die Nutzungs-

---

<sup>168</sup> vgl. Dilger, Fürst 2009, S.90-97

<sup>169</sup> vgl. Siebel 2009, S.42

<sup>170</sup> vgl. Dilger, Fürst 2009, S.96

<sup>171</sup> vgl. ebd., S.102-105

qualität der Innenstadt positiv beeinflusst werden.<sup>172</sup> Zudem gewinnt die Qualität der wohnungsnahen Versorgung, die haushaltsbezogenen und sozialen Dienste, die Gesundheitsdienste, die Sicherheit und die Umweltbelastung für die Wohnqualität zunehmend an Bedeutung.<sup>173</sup>

#### **4.5.2 Die Bedeutung des Wohnens für die Innenstadt**

Mit der Wiederbelebung der Wohnfunktion in den Innenstädten geht neben der Rückgewinnung von Multifunktionalität auch der Abbau von Defiziten im wirtschaftlichen, politischen und sozialen Raum einher.

Für den wirtschaftlichen Raum ergibt sich die Chance einer Stärkung der Finanzbasis der Stadt durch die Rückwanderung bzw. Zuwanderung von Haushalten. Umso wichtiger erscheint diese Chance vor dem Hintergrund eines schwächer werdenden Handels und einer schwächeren Büronutzung. Neue Märkte und Zielgruppen ergeben sich aus dem innerstädtischen Wohnen, beispielsweise durch eine Konzentration auf den Dienstleistungssektor für ältere Menschen und Familien.<sup>174</sup> Der politische Raum gewinnt wieder an Stärke. Haben die Bürger in der Innenstadt noch ihren Lebensmittelpunkt, nimmt in Folge das Interesse an der Innenstadtentwicklung wieder zu. So werden Stadtbürger leichter motiviert an Planungsprozessen, Bürgerversammlungen, Zukunftswerkstätten und Stadtteilforen teilzunehmen (vgl. Punkt 2.1.3). Letztlich können die Innenstädte vom Widererstarben des Wohnstandorts Innenstadt sozialräumlich profitieren. Aufgrund der verschiedenen Nachfragegruppen können heterogene Räume geschaffen und somit einer sozialen Entmischung der Innenstadt entgegengewirkt werden. Wichtig ist die Vermeidung einer weiteren Ausdifferenzierung der Innenstadt nach der Zugehörigkeit zu sozialen Schichten. Hier kommt den kommunalen Regulierungen, mit den Instrumenten der Belegungsbindungen für den geförderten Wohnraum, sowie den Quotierungen für bestimmte Bevölkerungsgruppen bei der Wohnungsvergabe, eine erhöhte Bedeutung zu.<sup>175</sup> Für die Bevölkerungsentwicklung in den Innenstädten kommt den Familien eine besondere Rolle zu. Sie wirken der Altersstruktur entgegen und zählen häufig zu den aktiven Bevölkerungsgruppen durch Berufstätigkeit und bürgerschaftliches Engagement. Zudem wirken sie durch ihre Standortbeharrlichkeit sozial stabilisierend.<sup>176</sup>

---

<sup>172</sup> vgl. ebd., S.96-97

<sup>173</sup> vgl. Siebel 2009, S.42-44

<sup>174</sup> vgl. Hatzfeld 2006, S.74

<sup>175</sup> vgl. Dilger, Fürst 2009, S.91

<sup>176</sup> vgl. Jekel, Frölich von Bodelschwingh 2009, S.34

Neben dem Abbau der funktionsräumlichen Defizite profitiert die Innenstadt von der Wohnfunktion vor Allem durch eine allgemeine Belebung mittels der Wohnbevölkerung. Es ist ein bekanntes Bild, dass sich nach Ladenschluss die Innenstadt leert. Die Wohnfunktion bietet für die Innenstädte eine dauerhafte Belebung über die Öffnungszeiten des Handels hinaus und führt somit zu einer verstärkten Nutzung des öffentlichen Raums. „Auch unter Integrationsaspekten kommt dem Freiraum in der Stadt und im Quartier eine große Bedeutung zu, weil die aktive Nutzung des Freiraumes dem traditionellen Lebensstil vieler Zuwanderer entspricht und darüber hinaus auch von der einheimischen Bevölkerung angenommen wird.“<sup>177</sup> Das Wohnen in der Innenstadt entspricht den formulierten Zielen in der ‚Leipzig Charta zur nachhaltigen Europäischen Stadt‘, Menschen, Aktivitäten und Investitionen wieder in die Innenstädte zu holen.<sup>178</sup> Stadtkerne definieren sich neben ihrem Stadtgrundriss, ihrer baulichen Dichte und ihren Fassaden auch „über die Nutzungsmischung, die Erreichbarkeit aller wichtigen Institutionen, über Zentralität, kurze Wege und über einen intensiv genutzten öffentlichen Raum, der Transportweg, Bühne und Zuschauerraum zugleich ist“<sup>179</sup>.

#### **4.5.3 Maßnahmen und Strategien zur Stärkung des Wohnstandortes Innenstadt**

Die Kommunen verfügen über eine breite Palette an Maßnahmen und Instrumenten zur Stärkung des Wohnstandortes Innenstadt. Zu diesen sind insbesondere die kommunalen Förderprogramme, wie die Wohneigentumsförderung, und die Ausnutzung der baurechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten, wie die Sicherung eines Mindestanteils an Wohnnutzung bei Geschäftsimmobilien, zu zählen. Des Weiteren bestehen die Möglichkeiten eines Engagements als Wohnungsmarktakteur und Maßnahmen zur Aufwertung des Wohnumfelds in den Innenstädten durchzuführen.<sup>180</sup> Aufgrund der angespannten kommunalen Haushaltslagen und der damit einhergehenden fehlenden Finanzierungsmöglichkeiten für eigene Förderprogramme, hat sich vor allem in Deutschland die Unterstützung des bauträgerunabhängigen Wohnungsbaus, auch unter der Bezeichnung „Baugemeinschaften“ bekannt, entwickelt. Diese Baugemeinschaften entstehen durch den Zusammenschluss mehrerer Privatpersonen, die selbstgenutztes Wohneigentum schaffen und an der Planung und am Bau aktiv mitgestalten wollen. Daraus ergibt sich der Vorteil, dass individuelle Wohnwünsche innerhalb der Stadt realisiert werden können. Die Kosten dieser Wohnbauten sind in der Regel nied-

---

<sup>177</sup> Dilger, Fürst 2009, S.95

<sup>178</sup> vgl. ebd., S.96

<sup>179</sup> ebd., S.96

riger als der Erwerb vergleichbarer Bauten von Bauträgern zu Marktpreisen. Ein weiterer Vorteil besteht in der Gemeinschaftsbildung von Bewohnern mit ähnlichen Lebenslagen und Wertvorstellungen, was wiederum zu gemeinschaftlichem Interesse für das Wohnumfeld im Stadtteil führt.<sup>181</sup>

Einige Punkte sollten aber grundsätzlich bei allen angewendeten Strategien und Maßnahmen beachtet werden, um den Wohnstandort Innenstadt zu stärken:

- der bestehende Wohnraum entspricht oftmals nicht den Anforderungen neu hinzuziehender Bevölkerungsgruppen
- das Potenzial der Innenstädte mit ihren verschiedenen Gebäudetypen und Besitzformen ist weiter zu stärken
- das Angebot an familiengerechten Wohnraum ist zu stärken
- eine Vielfalt der möglichen Wohnformen ist anzustreben
- letztlich sind Verbesserungen des Wohnumfelds von großer Bedeutung

Bei den Verbesserungen des Wohnumfelds sind insbesondere die Bedürfnisse und Wünsche junger Familien nach Grün- und Freiraum zu berücksichtigen. Hier bieten sich vor allem brachliegende Flächen an, um diese als Freiräume in der Innenstadt zu integrieren. Des Weiteren ist die Öffnung der Innenhöfe als frei zugängliche Räume anzustreben. Bei der Gestaltung der Freiräume müssen die vorhandenen Nutzungsangebote berücksichtigt und gegebenenfalls erweitert werden, andernfalls ist auf einen hohen Grad der Nutzungsoffenheit zu achten. Die Infrastruktur an Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für Kinder und Jugendliche ist zu stärken. In diesem Punkt werden Investitionen in die Erneuerung oder den Ausbau kindergerechter Infrastruktureinrichtungen, wie beispielsweise Hort oder Krabbelstube, von großer Bedeutung sein. Mit diesen Strategien der Gewinnung an Grün- und Freiraum sowie der Investition in die Sozial- und Bildungsinfrastruktur, gewinnt die Innenstadt an Attraktivität als Wohnstandort.

#### **4.5.4 Beispiel der Wohnraumschaffung im innerstädtischen Bereich in Linz**

In der oberösterreichischen Landeshauptstadt Linz wird das innerstädtische Wohnen wieder verstärkt in den Mittelpunkt gestellt. Die Wiederentdeckung der Innenstadt als Wohnort ist in Linz besonders zu beobachten und hängt mit einer starken Rückläufig-

---

<sup>180</sup> vgl. Jekel, Frölich von Bodelschwingh 2009, S.26-29

<sup>181</sup> vgl. ebd., S.27-30

keit der Wanderbewegungen aus der Stadt in die Umlandgemeinden zusammen. Die Zunahme der Nachfrage nach Wohnraum führt zu einer starken Neu-, Zu- und Umbautätigkeit im innerstädtischen Bereich (vgl. Abb.18).

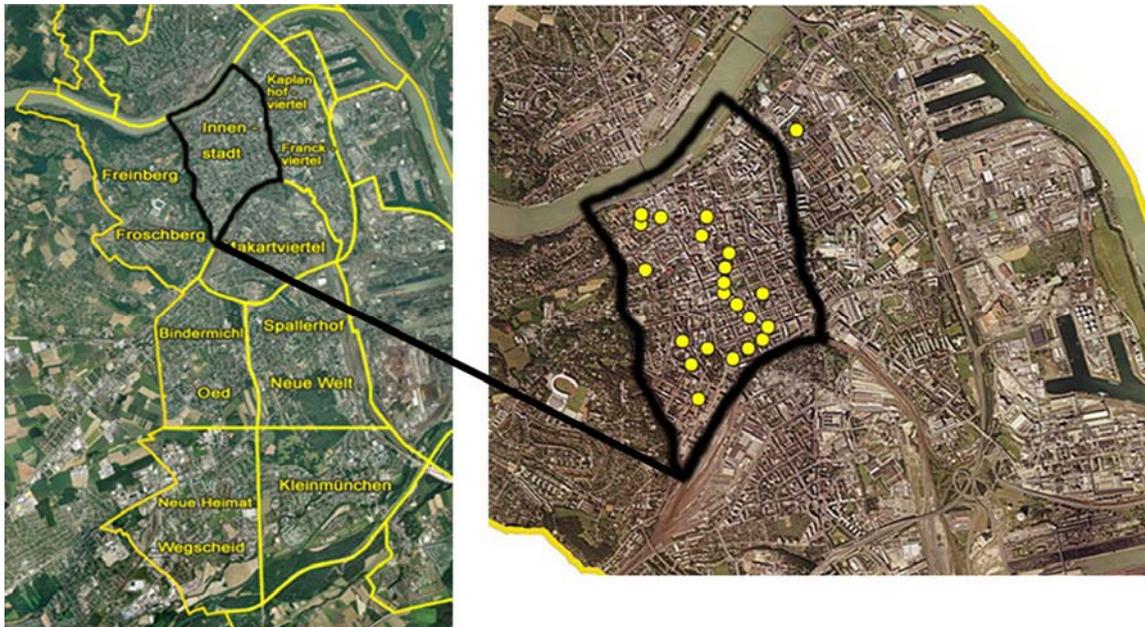


Abb.18: Stadteile von Linz (links) und Konzentration der Wohnbauprojekte auf die Innenstadt (rechts) (Eigene Darstellung)

Dieser Trend steht, wie bereits in Punkt 4.5.1 beschrieben, mit den Vorteilen der Linzer Innenstadt mit ihren kurzen Wegen, Nahverkehrsnetzen und vorhandenen sozialen Netzen in Verbindung. Die Bürger schätzen verstärkt die Vorteile einer dichten Stadt, auch der Anspruch das Arbeits- und Privatleben in einer Stadt verbinden zu können, gewinnt wieder zunehmend an Bedeutung. Die Stadt Linz unterstützt diesen Trend und reagiert mit einer Verstärkung der Wohnbautätigkeit auf die gestiegene Nachfrage nach Wohnraum in der Innenstadt.

Im Jahr 2009 waren in der Innenstadt 500 Wohnungen im Bau sowie weitere 220 in Planung. Durch Baulückenbebauungen, Aufstockungen und Umbauten von Büros in Wohnungen, entstand und entsteht auch zukünftig weiterer Wohnraum in der Innenstadt. Zusätzlich unterstützt die städtische Altbausanierung diesen Trend zur Rückkehr in die Innenstadt. Fördergelder in Höhe von 13,85 Millionen Euro wurden in den letzten drei Jahrzehnten (Stand 2009) in Gebäuderevitalisierungen, vor allem im Bereich der Altstadt mit rund 9 Millionen Euro, investiert.

Die unterschiedlichen Wohnanforderungen, Wohnbedürfnisse sowie Besitzformen werden auf vielfältige Weise beantwortet. Dies hängt mit den Vorteilen der gewachsenen Innenstadt und ihren unterschiedlichen Bodenpreisen und Grundbesitzern zusammen. So sollen mit den neu entstehenden Wohnbauten nicht ausschließlich besser situierte Bevölkerungsschichten angesprochen werden, sondern ebenso junge Familien, denen

eine alternative zum flächenintensiven Einfamilien- bzw. Reihenhauses im innerstädtischen Bereich geboten werden soll. Insoweit werden vor allem zusätzliche bauliche Maßnahmen, wie Dachterrassen, Dachbegrünungen und eine komfortable Ausstattung der Wohnungen forciert.



Abb.19: Verschiedene Wohnhäuser der Linzer Innenstadt  
(Stadt Linz)

Flankiert werden die Wohnbautätigkeiten durch einen Ausbau der Sozial- und Bildungsinfrastruktur durch die Stadt. Ein Neu- und Umbau einer Schule, Neubauten von Kindergarten, Krabbelstube und Hort in der Innenstadt sowie der Neu- und Umbau eines Altenheims sind Teil des Ausbaus der Infrastruktureinrichtungen.<sup>182</sup>

#### 4.5.5 Nachhaltigkeit der Maßnahmen im Bereich des Wohnens

Für die Innenstadt bietet die Wiederentdeckung des Wohnstandortes Innenstadt große Potenziale um verlorene Funktionen und Nutzungen wiederzugewinnen. Demografischer Wandel und gesellschaftliche Veränderungen führen zu dieser verstärkten Nachfrage und bieten somit der Innenstadtentwicklung neue Perspektiven. Die kompakte Stadt mit einer urbanen Verdichtung scheint wieder möglich zu sein. Voraussetzung ist, dass in den Innenstädten Wohnungsangebote geschaffen werden, die den neuen Wohnanforderungen entsprechen. „Städtebau und Architektur ist es bisher nicht ausreichend gelungen, dem suburbanen Wohntyp ‚Eigenheim mit Garten‘ und dem innerstädtischen Wohntyp ‚mehrgeschossiger Blockbau‘ attraktive Wohntypen zum ruhigen, familien- und kindergerechten Wohnen in den städtischen Zentren entgegen zu setzen.“<sup>183</sup> Andererseits fragt Walter Siebel in seinem Beitrag ‚Wohnen in der Innenstadt‘ zu Recht, ob die Differenzierung der Wohn- und Lebensweisen überhaupt sinnvollerweise mit einem entsprechend differenzierten Wohnungsangebot beantwortet werden kann. Siebel verneint dies und stellt folgende Überlegungen an:

„Die Lebensdauer der Gebäude einerseits, Vielfalt, biographische sowie historische Wandelbarkeit und die Widersprüchlichkeit der Wohnwünsche und Wohn-

<sup>182</sup> Stadt Linz

<sup>183</sup> Kiepe 2007, S.3

verhaltensweise andererseits setzen der Anpassung der Wohnung an bestimmte Anforderungen bestimmter Gruppen enge Grenzen. Die gebaute Umwelt muss eine gewisse Neutralität wahren gegenüber dem sozialen Leben, das sich in ihr abspielt. Es gibt eine objektiv gesetzte Distanz zwischen dem Alltagsleben und der gebauten Umwelt. Vielleicht auch deshalb und nicht nur wegen ihrer Größe und Lage sind die einstmals für ganz andere Verhältnisse errichteten Altbauwohnungen in den Innenstädten heute am Markt erfolgreicher als Einfamilienhäuser am Stadtrand.“<sup>184</sup>

Trotz dieser unterschiedlichen Sichtweisen, ob und wie auf die Anforderungen an die Wohn- und Lebensweisen reagiert werden kann, ist das gestiegene Interesse am Wohnen in den Innenstädten vorhanden und stellt somit eine Perspektive für die Innenstadtentwicklung zur Gewinnung von Multifunktionalität und Lebendigkeit dar. Alterung der Gesellschaft, ein wachsender Anteil an Migranten und gesellschaftliche Veränderungen lassen die Innenstädte zum bevorzugten Wohnstandort werden. Diese Entwicklungen eröffnen die Chancen einer weiteren Zersiedlung der Städte entgegenzuwirken, neue Funktionsschwerpunkte nach der Abschwächung des Handels und der Büronutzung in den Innenstädten zu setzen, die öffentlichen Räume zu beleben und letztlich neue Märkte im Dienstleistungssektor zu eröffnen. Die Einschätzung der Nachhaltigkeit aller Bemühungen im Bereich des Wohnens ist allerdings in der Tat schwierig, da alle Überlegungen aus momentaner Sicht heraus stattfinden und gesellschaftliche Veränderungen stetig eintreten und diese auch einen stetigen Wandel der Stadt erzwingen.

#### **4.6 Stadtgestalterische Maßnahmen und öffentlicher Raum**

Für die Innenstädte sollen stadtgestalterische Maßnahmen in erster Linie zu einer unverwechselbaren Identität beitragen. Mit der gebauten Umwelt wird wesentlich dazu beigetragen, wie Bewohner und Besucher eine Stadt wahrnehmen, sich in ihr bewegen und wohl fühlen. Öffentliche Räume und Stadtgestaltung stehen in enger Verbindung und prägen das Image einer Stadt. „Hier bieten sich die größten Chancen, urbane Qualitäten zu schaffen und die Städte gegenüber den eher gleichförmigen suburbanen Siedlungsstrukturen zu profilieren.“<sup>185</sup> Stadtgestalterische Maßnahmen dienen Wohnumfeldverbesserungen und tragen zu einer gesteigerten Lebens- und Aufenthaltsqualität bei. Im Mittelpunkt steht dabei die Schaffung von Stadträumen für Bewohner und Besucher, die zum Flanieren, Verweilen und Erholen einladen.

---

<sup>184</sup> Siebel 2009, S.46

<sup>185</sup> Sander 2006, S.15

Im Folgenden werden der öffentliche Raum, die Sanierung des Bestands und die Fasadengestaltung als mögliche Maßnahmenbereiche vorgestellt um abschließend eine Bewertung der Nachhaltigkeit von Maßnahmen im stadtgestalterischen Bereich geben zu können.

#### 4.6.1 Der öffentliche Raum

Der Gestaltung des öffentlichen Raums kommt insbesondere im Bereich der Innenstadt eine besondere Bedeutung zu. Mit dem öffentlichen Raum wird die Kultur, der Charakter und Status einer Stadt oder eines Stadtteils repräsentiert. Aufenthaltsqualität und Nutzbarkeit von Plätzen, Straßen und Parks müssen unter Berücksichtigung veränderter Nutzungsansprüche von Bewohnern und Besuchern verbessert werden. Mit der Thematisierung der Beispielbarkeit (vgl. Unterkapitel 4.4) des öffentlichen Raums eröffnen sich den Städten vielfältige Möglichkeiten zur Inszenierung und um Identifikation zu schaffen.<sup>186</sup>

Der Begriff ‚Öffentlicher Raum‘ wird im Allgemeinen als Schlagwort verwendet, das eine sehr differenzierte Vielfalt räumlicher Gegebenheiten und Qualitäten beschreibt und keine konkrete allgemein gültige Definition bietet. Die Architekten Schwarz-Viechtbauer und Schwarz haben in einer Studie zur Neuinterpretation des öffentlichen Raums im Werkstattbericht der Stadt Wien folgende Annäherung für den Begriff versucht:

- „Ort der Begegnung, des sozialen Ausgleichs, der vielfältigen Interaktion und der Identifikation
- Ort, an dem Aneignung stattfinden muss, um Inanspruchnahme und Lebendigkeit sicherzustellen
- Bühne der Gesellschaft – ein Ort, den man betritt, um zu sehen und gesehen zu werden
- die Visitenkarte einer Stadt oder eines Stadtteils
- Erholungs- und Freizeitraum
- Aufenthalts- und Transitraum, wird statisch und in unterschiedlichen Geschwindigkeiten bewegt wahrgenommen und erlebt“<sup>187</sup>

Diese Annäherung zeigt die Vielfältigkeit des öffentlichen Raums und spiegelt zugleich die vielfältigen Anforderungen an den urbanen öffentlichen Raum wider. Wesentliche

---

<sup>186</sup> vgl. ebd., S.15

Anforderungen an den öffentlichen Raum sind seine freie Zugänglichkeit, seine Flexibilität und Nutzungsoffenheit sowie unterschiedliche Gebrauchsweisen und Aneignungsmöglichkeiten. Neben den sozialen Qualitäten ist eine qualitätsvolle Gestaltung des öffentlichen Raums nach ästhetischen Kriterien zu erzielen. Eine qualitätsvolle Gestaltung fördert nicht nur das Wohlbefinden von Bewohnern und Besuchern, sondern trägt auch zur Attraktivität und dem Image der gesamten Stadt bei. Eine Strategie für die öffentlichen Räume sollte in der Stadtentwicklungsplanung integriert sein und vor allem die Nutzungsansprüche in ihrer Vernetzung berücksichtigen. Jede Stadt muss individuelle Konzepte und Gestaltungspläne für den öffentlichen Raum vor dem Hintergrund ihrer Geschichte, Defizite, besonderen Qualitäten und Chancen erarbeiten.<sup>188</sup>

Seit dem gesellschaftlichen Strukturwandel der Industriegesellschaft, die eine ausgeprägte Individualisierung der Bürger und eine zunehmende Heterogenität der städtischen Gesellschaft verursachte, unterliegt der öffentliche Raum einem Bedeutungswandel. Seine Nutzung bringt Konflikte, beispielsweise zwischen Interessen der Festivalsierung und Alltagsqualität, Anliegen der Werbung und Stadtgestalt, Kommerz und Kultur, Autofahrer und Flaneure. Die heutige Gefährdung des öffentlichen Raums lässt sich auf den Anstieg des Kraftfahrzeugverkehrs, die Abnahme der Nutzungsvielfalt und Mischung, eine Abnahme der Nutzungsdichte im städtischen Bereich, der Privatisierung und Kommerzialisierung immer größerer Flächen von Plätzen und Straßen (vgl. Punkt 2.1.4) und dem Verlust der Bedeutung als Ort der politischen Repräsentation und Demonstration zurückführen. Diese geschilderte Gefährdung des öffentlichen Raums spiegelt die Komplexität seiner sozialen, kulturellen, ökonomischen und funktionalen Verluste wider. Generelle Ziele und Anforderungen an den öffentlichen Raum lassen sich auf der Basis von Erfahrungen vieler europäischer Städte ableiten. Zu diesen Zielen gehören u.a.:<sup>189</sup>

- Der öffentliche Raum muss zu jeder Zeit uneingeschränkt für die Allgemeinheit ohne Kosten und ohne individuelle oder gruppenbezogene Diskriminierungen zugänglich sein.
- Der öffentliche Raum muss flexibel und nutzungsoffen gestaltet sein und somit bestimmte Gebrauchsweisen nicht ausschließen oder vorprägen.
- Der öffentliche Raum muss sich von seiner Umgebung baulich, topografisch oder vegetativ klar abgrenzen.

---

<sup>187</sup> Schwarz-Viechtbauer, Schwarz 2008, S.7

<sup>188</sup> vgl. Kiepe o. Jahr, S.1

<sup>189</sup> vgl. Reiß-Schmidt o. Jahr, S.1-8 sowie Kiepe o. Jahr

- Der öffentliche Raum ist qualitativ zu gestalten.
- Der öffentliche Raum muss gesamtstädtisch betrachtet werden und ein vernetztes Gesamtsystem unterschiedlicher Bedeutungsbeziehungen im Bewusstsein von Nutzungsgruppen bilden.

Hartmut Häußermann hat in seinem Essay ‚Lebendige Stadt, belebte Stadt oder inszenierte Urbanität?‘ auf drei Begriffe verwiesen, die erlebnisreiche Szenen an urbanen Orten kennzeichnen: Ungleichheit, Ungleichzeitigkeit und Ungleichwertigkeit. Eine Ungleichheit hervorgerufen durch verschiedene Menschen und Aktivitäten mit unterschiedlichen Lebensstilen, verschiedenartigen Verhaltensweisen und unterschiedlichen Selbstpräsentationen. Ungleichzeitigkeit durch verschiedene Baustile und Funktionen aus unterschiedlichen Epochen der Geschichte einer Stadt machen gesellschaftliche und städtische Entwicklungen bewusst. Ungleichwertigkeit, bezogen auf die Bewertung von Boden und Gebäuden als ökonomischer Prozess mit unterschiedlichen Konsequenzen innerhalb der Städte. Ob die Nutzung von Gebäuden sich ändert, Bewohner ausgetauscht werden oder Gebäude umgebaut werden, hängt auch von den Eigentumsstrukturen und somit von den Entscheidungen der Eigentümer ab. Unter diesen Bedingungen können entwertete Bereiche in Städten entstehen, die wiederum nichtökonomischen, unrentablen oder ökonomisch schwachen Aktivitäten eine Chance geben. Diese sind häufig die innovativen oder provokativen Aktivitäten, die attraktive und erlebnisreiche Atmosphären generieren. Hartmut Häußermann kommt zu dem Schluss, dass Ungleichheit, Ungleichzeitigkeit und Ungleichwertigkeit nicht planbar sind. „Sie entziehen sich der bewussten Gestaltung und können nur entstehen in einer historischen Entwicklung, die von keinem steuernden Zentrum dominiert wird.“<sup>190</sup> Entscheidend für die Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit sind laut Häußermann die Voraussetzungen um eine belebte Stadt zu schaffen. Die Frage nach dem Platz der Bürger neben Geld und Macht in der Gestaltung des städtischen Lebens dürfte für die Entfaltung von entscheidender Bedeutung sein.<sup>191</sup>

Diese Überlegungen zur Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit für belebte und erlebnisreiche Szenen in Städten, setzen wesentliche städtebauliche Rahmenbedingungen voraus. Wichtige Voraussetzungen sind vor allem sozial, kulturell und funktional homogenen Orten entgegen zu wirken. Monofunktionalität sowie Exklusivität von städtischen Bereichen verhindern funktionale und kulturelle Vielfalt. „Erlebniswert hat ein städtisches Quartier nur dann, wenn man dem Fremden, dem Unerwarteten begegnet, wenn sich die Wege von Menschen, die mit den unterschiedlichsten Zielen und Zwecken

---

<sup>190</sup> Brune, Junker, Pump-Uhlmann 2006, S.35

unterwegs sind, überkreuzen und sich dadurch die unverhofftesten Kombinationen und Szenarien ergeben.“<sup>192</sup> Des Weiteren ist eine Steigerung der Nutzungsdichte anzustreben. Hier bieten sich in den Innenstädten neben den kulturellen und handelsbezogenen Einrichtungen, vor allem die Wiederentdeckung des Wohnstandorts Innenstadt (vgl. Unterkapitel 4.5) sowie die Schaffung von Freizeitangeboten (vgl. Unterkapitel 4.4) an. Der Rückgewinnung des Straßenraums für den Fußverkehr kommt schließlich aus verschiedenen Gründen eine höhere Bedeutung zu. Die Wahrnehmung einer Stadt und flüchtige öffentliche Kontakte bedürfen einer gewissen Gelassenheit des Gehens und Orte zum Verweilen. Viele Straßen werden heute gerade im motorisierten Verkehr nur mehr ‚röhrenartig‘ wahrgenommen, den technischen Funktionen des Verkehrs mit Ampelanlagen und Schildern dienend.<sup>193</sup>

Aus diesen Erläuterungen wird ersichtlich, dass der öffentliche Raum nicht isoliert betrachtet und erfolgreich geplant werden kann. In dem bereits erwähnten Werkstattbericht zur Neuinterpretation des öffentlichen Raums der Stadt Wien wird formuliert:

„Der öffentliche Raum ist ein Produkt seiner Wechselwirkung und –beziehung mit der Umgebung und Umbauung, dem städtebaulichen Rahmen und der wirtschaftlichen Infrastruktur. Es sind attraktive Stadträume, Fassaden und Geschäfte, die zum Flanieren und Aufenthalt im öffentlichen Raum einladen. Anstrengungen um den öffentlichen Raum können daher nicht auf diesen beschränkt bleiben, sondern müssen auch seine Schnittstellen einbeziehen.“<sup>194</sup>

In den folgenden Kapiteln soll auf die Sanierung des Bestands und die Fassadengestaltung eingegangen werden, die in enger Wechselwirkung mit dem öffentlichen Raum stehen.

#### **4.6.2 Sanierung des Bestands**

Sanierungsmaßnahmen im Rahmen der Stadterneuerung tragen wesentlich zur Aufwertung der Innenstädte bei. Diese Maßnahmen beziehen sich im Allgemeinen auf die Beseitigung baulicher Mängel und auf die Anpassung der Bausubstanz an heutige Anforderungen. Die Folge für die Innenstädte ist eine Aufwertung der Lebens- und Aufenthaltsqualität. Maßnahmen im Gebäudebereich reichen von denkmalgerechter, qualitativ hochwertiger Sanierung bis zur Unterstützung moderner Architektur. Der Anpassung des Gebäudebestands an heutige Ansprüche kommt zunehmend eine hohe Be-

---

<sup>191</sup> vgl. ebd., S.31-35

<sup>192</sup> ebd., S.33

<sup>193</sup> vgl. Reiß-Schmidt o. Jahr, S.3

<sup>194</sup> Schwarz-Viechtbauer, Schwarz 2008, S.95

deutung zu und hier vor allem der Neuorganisation der Erdgeschosszonen in Bezug auf den öffentlichen Raum. Steigender Leerstand im ehemals von Geschäften und Betrieben genutzten Erdgeschossbereich führt zum Verlust von Attraktivität. Neue Nutzungsmöglichkeiten gerade für die Erdgeschosszonen sind zu finden und sollten je nach dem innerstädtischen Bereich bestimmten Mindestkriterien entsprechen:

- Die neue Nutzung darf nicht zu Nutzungskonflikten beispielsweise durch Lärm- oder Schadstoffbelastungen führen.
- Sie muss einem Mindestmaß an Kunden- bzw. Besucherfrequenz entsprechen und zur Belebung des öffentlichen Raums beitragen.
- Sie sollte nicht rein privatem Nutzen entsprechen sondern immer einen Nutzen für breitere Bevölkerungsschichten mit sich bringen.

Die hier formulierten Mindestkriterien sollen nur beispielhaft grundsätzliche Voraussetzungen für belebte, öffentliche Stadträume durch die richtige Wahl von Erdgeschossnutzungen widerspiegeln. Die Akteure der Innenstadtentwicklung sollten einen Kriterienkatalog für die Nutzung der Erdgeschosszonen erstellen um Fehlnutzungen zu vermeiden und positiv auf die Attraktivität und Belebung der Innenstädte einzuwirken. Welche Kriterien im Einzelnen formuliert und zu erfüllen sind, hängt von den gegebenen Rahmenbedingungen ab. In vielen europäischen Städten werden leerstehende Erdgeschosszonen oder ganze Gebäude zur Um- und Zwischennutzung durch Künstler und Kreative bereitgestellt. Auch kommunale Einrichtungen der Daseinsvorsorge und der Kultur bieten Nutzungsmöglichkeiten für leerstehende Gebäude und führen zur Belebung der Innenstädte. Der Wegzug aus der Innenstadt von kommunalen Verwaltungseinrichtungen wird, unter Beachtung der kompakten Stadt der kurzen Wege und der Belebung durch Kundenfrequentierung, verstärkt in Frage gestellt. In innerstädtischen Wohnbereichen bieten sich soziale Einrichtungen oder semiprivate Nutzungen, die Verbesserungen für die Bewohner darstellen, wie beispielsweise Kinderspiel-, Gemeinschafts- oder Fahrradräume an.<sup>195</sup>

#### **4.6.3 Fassadengestaltung**

Mit festgelegten Kriterien zur Fassadengestaltung lässt sich die Umgebung und Umbauung des öffentlichen Raums positiv beeinflussen und dieser sollte zum Aufenthalt und Flanieren einladen. Die Gestaltung der Fassade bestimmt in hohem Maße das Erscheinungsbild eines Gebäudes und gleichzeitig die ästhetische Wirkung des Gebäudes auf das Gesamtgefüge der umgebenden Bebauung. Auch in diesem Punkt

kommt der Fassadengestaltung speziell in der Erdgeschosszone eine wesentliche Rolle zu, da gerade hier die Wechselwirkung mit dem öffentlichen Raum besonders ausgeprägt ist. Anzustreben sind Fassadengestaltungen im Erdgeschossbereich, die eine Verbindung von äußerem mit innerem Raum eingehen und einer Introvertiertheit der Gebäude entgegenwirken. Abweisende Sockelzonen zum Beispiel lassen keine Interaktion zwischen innen und außen zu, zwischen den geschlossenen und freien Räumen des Straßenraumes. Eine funktionierende und entsprechend gestaltete Erdgeschosszone sorgt für die Übergänge zwischen Privatem und Öffentlichem indem sie halböffentliche Räume schafft. Im historischen Bestand besteht eine weitere gestalterische Möglichkeit im Sockelbereich durch die räumliche und optische Erweiterung der Straßenräume hin zu den vorhandenen innenliegenden Höfen. Bei den Gestaltungen sind die öffentlichen Interessen wie Orientierung und Identitätserhalt von Stadträumen zu berücksichtigen.<sup>196</sup>

#### **4.6.4 Beispiele von erlebnisreichen urbanen Orten in Wien und Paris**

Die folgenden Beispiele in Wien und Paris sind in Anlehnung an die Überlegungen zur Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit an urbanen Orten von Hartmut Häußermann (vgl. Punkt 4.6.1) gewählt. Der Schwedenplatz in Wien sowie der Place Georges Pompidou vor dem Centre Pompidou in Paris (vgl. Abb.20 und Abb.21) erfüllen die städtebaulichen Rahmenbedingungen um erlebnisreiche Szenen entstehen zu lassen. Beide Plätze befinden sich in den jeweiligen Innenstädten und zeichnen sich durch eine ausgeprägte Frequentierung verschiedenster Bevölkerungsgruppen mit den unterschiedlichsten Zielen aus. Die direkte Umgebung ist in beiden Fällen von einer starken Multifunktionalität geprägt.

---

<sup>195</sup> vgl. Fassmann, Hatz, Matznetter 2009, S.147-158

<sup>196</sup> vgl. Bretschneider 2008, S.1-15

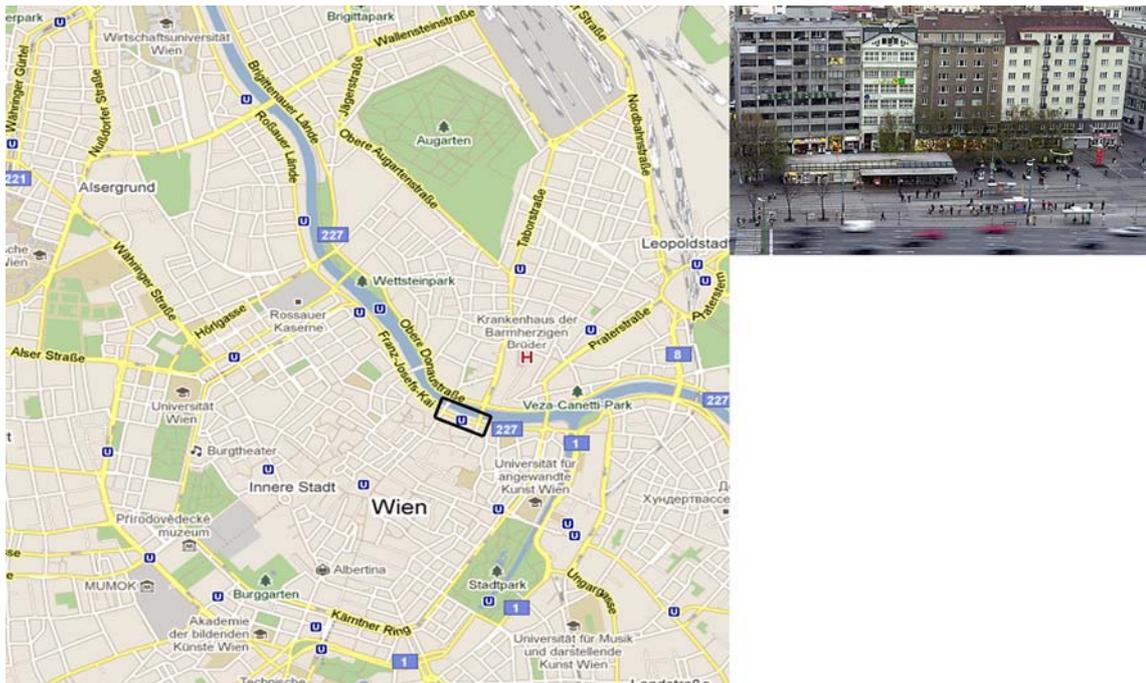


Abb.20: Stadtplanausschnitt von Wien mit Lage und Bild vom Schwedenplatz (Eigene Darstellung)

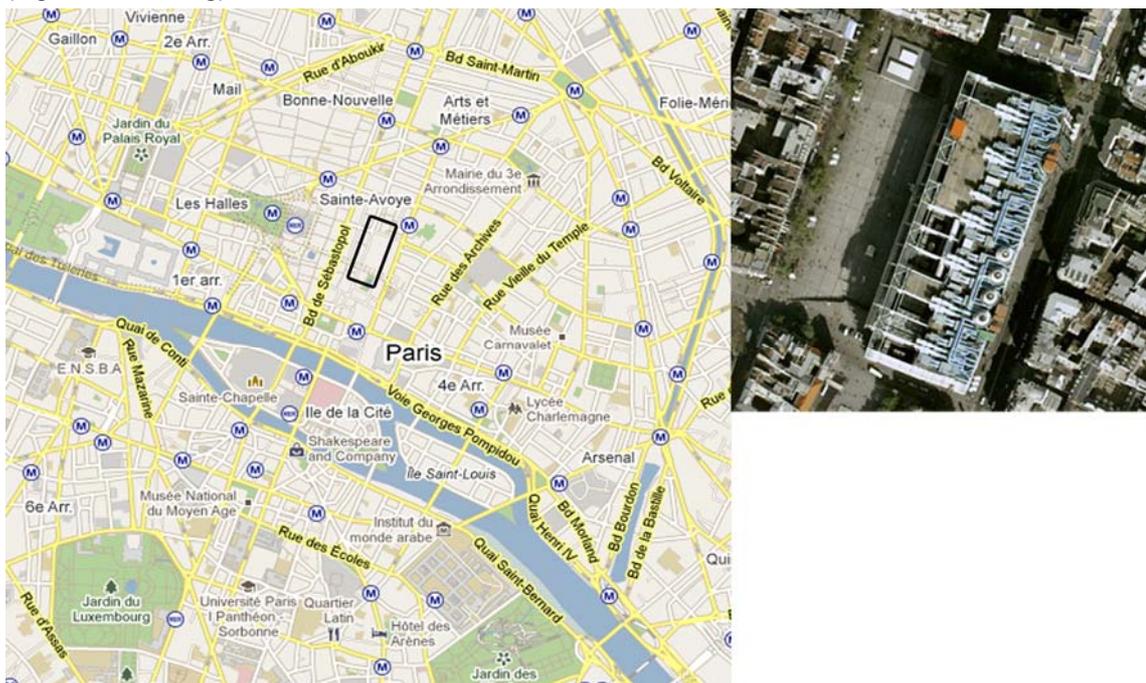


Abb.21: Stadtplanausschnitt von Paris mit Lage und Bild vom Place Georges Pompidou (Eigene Darstellung)

Der Schwedenplatz ist Verkehrsknotenpunkt sowie Wohn- und Geschäftsbereich und von Imbissständen und Eissalons geprägt. Unweit des Platzes befinden sich das ‚Bermudadreieck‘ mit unzähligen Lokalen, der Donaukanal mit der im Jahr 2010 fertig gestellten Anlegestation des Twin-City Liners, eine tägliche Schiffsverbindung zur benachbarten slowakischen Landeshauptstadt Bratislava, und ebenfalls unzähligen Lokaltäten am Kanal. Diese Gegebenheiten und die Lage des Schwedenplatzes inmitten der vielfältigen Umgebung lassen den Platz Tag und Nacht belebt sein. Einer sozialen

Mischung der Bevölkerungsgruppen stehen keine Exklusivität des Platzes sowie kein Konsumzwang im Wege. So ergeben sich genau an diesem Ort diese unverhofften Kombinationen und unerwarteten Begegnungen, sitzen Geschäftsmänner neben Obdachlosen. Die Anzahl der Sitzbänke wurde als Reaktion auf die hohe Frequentierung und die zunehmende Anzahl an Imbissständen durch die Stadt Wien in den vergangenen Jahren erhöht. In näherer Zukunft soll eine umfassende Neugestaltung des Schwedenplatzes in Angriff genommen werden.



Abb.22, Abb.23: Situationen am Schwedenplatz  
(Eigene Fotos, aufgenommen am 25.06.2011)

Den Place Georges Pompidou vor dem weltberühmten Pariser Centre Pompidou zeichnet ebenfalls eine starke Belebung und Vielfalt aus (vgl. Abb.24 und Abb.25). Die Multifunktionalität ist auch hier durch umliegende Wohn- und Geschäftsbereiche, Lokale und vor allem dem Centre Pompidou als kulturelle Einrichtung internationalen Ranges, gegeben. Besonders zeichnet sich dieser Platz durch das Fehlen einer Stadtmöblierung aus. Es sind weder Bänke noch informelle Sitzgelegenheiten wie Stufen oder Mauern vorhanden. Dies steht jedoch der Belebung des Platzes nicht entgegen, so wird dieser auf vielfältige Weise angeeignet.



Abb.24, Abb.25: Situationen auf dem Place Georges Pompidou  
(www.flickr.com)

Beide Orte sind als Paradebeispiele für eine positive Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit zu sehen. Die städtebaulichen Voraussetzungen zur Vermeidung homoge-

ner Orte sind in beiden Fällen durch eine soziale, funktionale und kulturelle Vielfalt am Ort und in der unmittelbaren Umgebung, gegeben. Die Orte sind für alle Bevölkerungsgruppen frei zugänglich und können auf vielfältige Weise angeeignet werden. Es sind erlebnisreiche Orte der Begegnung, der vielfältigen Interaktion und des sozialen Ausgleichs.

#### 4.6.5 Nachhaltigkeit von stadtgestalterischen Maßnahmen

Die Nachhaltigkeit aller Maßnahmen bezüglich des öffentlichen Raums mit den begleitenden stadtgestalterischen Maßnahmen wird von den für jede Stadt zu formulierenden Kriterien für soziale und ästhetische Qualität des öffentlichen Raums abhängen. Diese Kriterien sind im Dialog mit den Anwohnern, Nutzern und mit der Öffentlichkeit zu erarbeiten um das jeweils Angemessene zu realisieren.<sup>197</sup> Von besonderer Bedeutung wird die Grundhaltung der Stadt gegenüber den öffentlichen Räumen sein. Entscheidend ist die Frage, wie öffentlich der öffentliche Raum sein soll. „Für jedermann/-frau und ohne besondere Legitimation zugänglich ist der öffentliche Raum zugleich Inbegriff und Symbol für Gleichheit, Toleranz und demokratische Stadtkultur.“<sup>198</sup> Hartmut Häußermann beschreibt den Begriff ‚Stadtkultur‘ umfassend mit einer bestimmten Art und Weise zu leben. Stadtkultur bezeichnet eine öffentliche und demokratische Form der Entscheidung über die Entwicklung des Gemeinwesens, ihre Charakteristik ist seit der Antike die Offenheit gegenüber dem Fremden sowie kultureller und intellektueller Innovation.<sup>199</sup> Diese beschriebene Offenheit der Stadtgesellschaft muss über die öffentlichen Räume erzielt werden. Inwieweit es gelingt, eine tolerante und weltoffene Stadtkultur zu erhalten und zu formen, wird von den Möglichkeiten zur Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit im öffentlichen Raum abhängen. Dies steht seinerseits mit den sozialen, kulturellen und funktionalen Rahmenbedingungen, wie bereits im Punkt 4.6.1 beschrieben, zusammen. Das Nebeneinander und Miteinander der Stadtbürger muss im Mittelpunkt stehen, unterstützt durch öffentliche Räume, die spontane Kommunikation und Begegnungen sowie Kontakte fördern. Bedeutungsgewinne erhalten die öffentlichen Räume durch den Verlust von Bindungen in globalisierten Arbeits- und Freizeitwelten, die örtliche Bindungen und Identitäten wieder wichtiger werden lassen. „Die virtuelle Begegnung im ortlosen ‚chatroom‘ kann das soziale Miteinander, die reale Begegnung auf Straßen und Plätzen, für die meisten Menschen nicht ersetzen.“<sup>200</sup>

---

<sup>197</sup> vgl. Kiepe o. Jahr, S.1-2

<sup>198</sup> ebd., S.1

<sup>199</sup> vgl. Brune, Junker, Pump-Uhlmann 2006, S.31

<sup>200</sup> Kiepe o. Jahr, S.1

## 4.7 Logoarchitektur in der Stadt

Dieses Unterkapitel widmet sich dem Thema der logoträchtigen Architektur in der Innenstadt. Im Mittelpunkt steht die Logoarchitektur als positives Mittel zur Verbesserung des Stadtimages bei den Bewohnern und die imageprägende Wirkung hervorragender Architektur über die Stadtgrenzen hinaus. Es wird dargestellt, wie mit dem Medium Architektur die eigene Stadtidentität vermittelt werden kann. Einzelne hervorragende, innovative Gebäude innerhalb der Stadt können zu einer Logoarchitektur für die Stadt werden und somit das Stadtimage positiv beeinflussen. Anders als in den zuvor erläuterten Unterkapiteln zu möglichen Maßnahmen zur Innenstadtaufwertung, ist dieses Unterkapitel thematisch eher gesamtstädtisch zu betrachten. Mit den Logoarchitekturen lassen sich in der Gesamtstadt positive Imageverbesserungen erzielen, von denen alle Stadtteile profitieren und letztendlich auch die Innenstadt.

Das Buch von Jons Messedat ‚Corporate Architecture: Entwicklung, Konzepte, Strategien‘ befasst sich mit dem Thema Corporate Architecture, ein Bestandteil des Corporate Identity bei Unternehmen, als mögliche Ausdrucksform der Unternehmenskultur. Beim Bestreben nach Unverwechselbarkeit und Abgrenzung zur Konkurrenz kommt der Architektur von Unternehmensgebäuden eine immer wichtigere Rolle zu. Das Corporate Architecture erweitert die Anforderungen an die Architektur wie Nutzbarkeit, Bauqualität und Wirtschaftlichkeit um einen neuen Aspekt: die Gestaltung des Gebäudes entsprechend der Identität des Nutzers. „Die Architektur soll eine Aussage zu einem Produkt machen, wieder erkennbar sein, einer Grundidee folgen oder ein Wertesystem bis hin zu einem bestimmten Lebensgefühl vermitteln.“<sup>201</sup> Auch in Städten kann das Prinzip vom Corporate Architecture übernommen werden allerdings soll die Architektur in einer Stadt keine Aussage zu einem Produkt machen. „Es geht um die Darstellung der Stadt in ihrer Gesamtheit, in ihrem Selbstverständnis, in Kommunikation, Verhalten und ihrem Erscheinungsbild“<sup>202</sup> Für Städte gilt es mit ihren Gebäuden ein Wertesystem und Lebensgefühl zu vermitteln und einer Grundidee zu folgen.

Im Folgenden werden die Begriffe ‚Leuchtturmprojekt‘ und ‚Logoarchitektur‘ umrissen, das Stadtimage erläutert und anschließend die Logoarchitektur am Beispiel des geförderten Wohnbaus der Stadt Wien dargestellt. Letztlich wird auf die Nachhaltigkeit der Logoarchitektur zur Image- und Identifikationsförderung eingegangen.

---

<sup>201</sup> Messedat 2005, S. 12

<sup>202</sup> Beyrow 1998, S.15

### 4.7.1 Zu den Begriffen ‚Leuchtturmprojekt‘ und ‚Logoarchitektur‘

In den letzten Jahrzehnten bis in die Gegenwart sind in vielen europäischen Städten, beispielsweise in Hamburg mit der Elbphilharmonie oder in Berlin mit dem Sony Center, so genannte ‚Leuchtturmprojekte‘ realisiert worden. Allen städtebaulichen Großprojekten gemein ist das Ziel, durch die Realisierung die Attraktivität der Metropolregionen zu steigern und Wirtschaftswachstum zu generieren. Städtebauliche Leuchtturmprojekte sollen neben dem eigentlichen Zweck eines ökonomischen Impulses auch eine Signalwirkung für zahlreiche Folgevorhaben haben. Außerdem geben sie dem öffentlichen Leben in der Region eine imageprägende Bedeutung und erfahren eine überregionale Wahrnehmung. „Im Kontrast zu den monofunktionalen Strukturen, die die Außenentwicklung über Jahrzehnte prägten, werden in den neuen Stadtteilen oder Quartieren Ansiedlungen von expandierenden Unternehmen und neue, moderne Arbeitsplätze sowie neue, attraktive Wohnformen eng mit Einrichtungen für Dienstleistungen, Handel, Kultur und Freizeit verbunden.“<sup>203</sup> Leuchtturmprojekte setzen eine große Investition seitens öffentlicher und privater Investoren voraus, sind mit einer umfassenden stadtentwicklerischen Planung und einem großen kommunikativen Aufwand verbunden. Die hohe Dichte der Neubauquartiere mit dem üblichen Fehlen von Gebrauchsspuren und sichtbaren Alterungsprozessen sowie eine moderne Architektursprache, führen zu einer deutlichen Absetzung gegenüber der gewachsenen Umgebung. Zusätzlich führt das in der Regel hohe Kauf- und Mietpreisniveau eher zu einer Konzentration ‚Besserverdienender‘ im Stadtteil bzw. Quartier. In der Regel sind die neuen Quartiere von einer Insellage geprägt.<sup>204</sup>

Im Unterschied zu den Leuchtturmprojekten, die städtebauliche Großprojekte darstellen, können einzelne Gebäude für eine Stadt zur ‚Logoarchitektur‘ werden, sofern diese das stadt eigene Wertesystem und Lebensgefühl widerspiegeln. Durch die Vorgabe von Leitbildern und Gestaltungsrichtlinien seitens der Stadtverwaltung, verbunden mit Förderungen, wird aktiv auf die Architektur im Stadtgebiet eingewirkt. Besonders hervorragende und innovative Gebäude können in einer Stadt bei Bewohnern und Besuchern zur Bildung eines positiven Stadtimages beitragen sowie nach außen als Werbeträger für die Stadt fungieren. Städtische Logoarchitekturen können in allen Gebäudearten innerhalb einer Stadt entstehen, beispielsweise im Wohnbau, Kulturbau oder einem Verwaltungsbau.

---

<sup>203</sup> Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung B

<sup>204</sup> vgl. ebd. sowie ebd. C

### 4.7.2 Stadtimage

Ein Image beinhaltet alle objektiven und subjektiven Vorstellungen einer Person oder Personengruppe bezüglich beliebiger Meinungsgegenstände, wie zum Beispiel Personen, Länder, Städte, Produkte und Unternehmen. Der Mensch bildet durch die Auseinandersetzung mit seiner Umwelt ein Image als Vorstellungsbild. Dieses entsteht durch viele Komponenten, wie Wissen, Erfahrung, glaubhafte Information, eigene Gefühle, Wünsche und Erwartungen. Zu diesen Komponenten haben zusätzlich noch Gruppenzugehörigkeit, Lebensstil und Ideologie einen Einfluss. Das Stadtimage umfasst demzufolge die Ganzheit aller Vorstellungen einer Person oder Personengruppe mit einer Stadt. Mit der Definition eines Soll-Zustandes, der sich in der Formulierung einer Stadtphilosophie niederschlägt, wird die Position und Funktion einer Stadt gegenüber den verschiedenen Interaktions- und Zielgruppen bestimmt. Diese Philosophie beinhaltet Ziele, Zwecke, Potentiale, Werte, Normen und Verhaltensweisen einer Stadt und bildet den Rahmen für eine angestrebte Stadtidentität nach innen und außen. „Im Konkurrenzkampf der Städte und ihrer Attraktivität für Unternehmen, Bürger, Touristen wird eine eigenständige unverwechselbare, positive Stadtidentität immer wichtiger, die nicht nur allgemeingültige, austauschbare Qualitäten, sondern eben auch die jeweils spezifische Qualitäten einer Stadt betont.“<sup>205</sup> Informationen über die Stadtidentität werden über die Daseinsgrundfunktionen Wohnen, Arbeiten, Bildung, Versorgung, Erholung und Verkehr ausgesandt.<sup>206</sup>

Für die Stadtverwaltung bietet sich beispielsweise der geförderte Wohnbau als Instrument an, um aktiv und positiv auf das Stadtimage einzuwirken. Mit Hilfe eines eigens erstellten Förderungskatalogs kann lenkend auf die Wohnbauarchitektur und die gewünschten Qualitäten eingewirkt werden. Weiters bieten vor allem öffentliche Bauten, wie Schulen oder öffentliche Bibliotheken, den Städten umfangreiche Möglichkeiten zur Darstellung der eigenen Stadtidentität und können zum Aufbau eines positiven Stadtimages beitragen.

### 4.7.3 Logoarchitektur am Beispiel des geförderten Wohnbaus der Stadt Wien

Im Wettbewerb zwischen den Städten um Unternehmensansiedlungen und Bevölkerungszuwächse wird ein positives Stadtimage als weicher Standortfaktor für die Städte immer bedeutender und in diesem Zusammenhang spielt die Architektur als Instrument

---

<sup>205</sup> Kutschinski-Schuster 1993, S.132

<sup>206</sup> vgl. ebd., S.129-147

eine wesentliche Rolle. Die Architektur als positiver Imageträger, als Marketingobjekt für die Stadt. In der Stadt soll die Architektur ein Wertesystem und Lebensgefühl vermitteln und einer Grundidee, einem individuell formulierten Leitbild, folgen. Ein Beispiel dafür ist der geförderte Wohnbau der Stadt Wien.

Die städtischen Verantwortlichen im Bereich des Wohnbaus haben nicht ausschließlich das Ziel Wohnflächen und –bauten zur Verfügung zu stellen, sondern vielmehr den Stadtbewohnern qualitativ hochwertige Wohnungen bereitzustellen. Diese Qualität beinhaltet über die Grundbedürfnisse hinaus energiesparsame und barrierefreie Bauwerke, sowie kindergerechte und vor allem flexible Wohnbauten. Im Vorwort des Buches ‚Wiener Winner - Wohn\_bau 1995-2005‘, in dem die Siegerprojekte im geförderten Wohnbau der Stadt Wien innerhalb eines Jahrzehnts vorgestellt werden, wird die Position der Stadt Wien zum geförderten Wohnbau erläutert:

„Was ist die Aufgabe politischer Entscheidungsträger, Bauherren und Architekten im geförderten Wohnbau? Alleine Wohnungen bauen, würde dem heutigen Anspruch nicht genügen. Daher haben wir Mitte der 1990er Jahre begonnen, diesen gehobenen Erwartungen zu entsprechen und neue Modelle zu entwickeln. [...] Es ging und geht darum, praktikable Lösungen mit kreativen Ideen in Einklang zu bringen. Mit allen Einschränkungen, die durch die Vorgaben der Sparsamkeit, der Verhältnismäßigkeit und der Zweckmäßigkeit gegeben sind. [...] Politik ist die Kunst des Machbaren und in kaum einem anderen Feld spiegelt sich diese Definition in diesem Maße wider wie in der Architektur, insbesondere dem sozialen Wohnbau. [...] Architektur jedoch ist unausweichlich. Sie beeinflusst jeden Einzelnen und alle unmittelbar. Sie wirkt auf Verstand und Gefühl, sie kann ansprechen, zum Glücklichen einladen, sogar stolz machen.“<sup>207</sup>

Die Stadt vermittelt mit diesen Wohnbauten ein Wertesystem und Lebensgefühl. Ein Wertesystem wird beispielsweise durch die Reduktion von Emissionen und den Energieverbrauch vermittelt. Dies kann erreicht werden über Zentralheizungen, Fernwärmeanschlüsse oder Niedrigenergie- und Passivenergiehäuser.<sup>208</sup> Die Stadt stellt sich als umweltbewusste Institution dar. Der zweite wichtige Faktor ist es ein Lebensgefühl zu vermitteln. Dies wird beispielsweise mit Wohnbauten vermittelt, die auf spezielle Bedürfnisse für Jung und Alt eingehen, wie es in der Wohnhausanlage LEE im 10. Wiener Gemeindebezirk durch flexible Grundrisse verwirklicht wurde (vgl. Abb.26).<sup>209</sup>

---

<sup>207</sup> Pándi 2005, S.8

<sup>208</sup> vgl. Stadt Wien B

<sup>209</sup> vgl. Querkraft

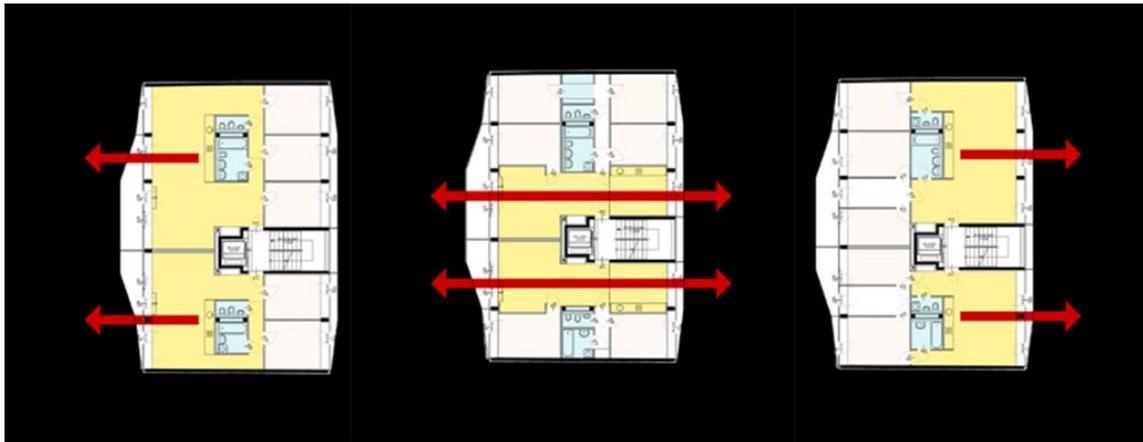


Abb.26: Flexible Grundrisse der Wohnungen im Wohnhaus LEE mit Hof-, Quer- oder Straßenorientierung (www.querkraft.at)

Durch den von der Stadt eingeführten Bauträgerwettbewerb werden Förderungen entsprechend den Qualitäten der Wohnbauten vergeben. Die Förderungen werden aufgrund einer Projektbewertung gewährt, die die Kriterien Architektur, Ökonomie und Ökologie berücksichtigt. Der Bereich Architektur wird in die Subkriterien Stadtstruktur, Wohnstruktur (Wohntypologie, Grundriss, Erschließung), Erscheinungsbild (Gestalt/Identität, Oberflächengestaltung) und Innovationspotenzial gegliedert.<sup>210</sup> Die Anforderungen an die Wohnbauten spiegeln das Verhalten der Stadt gegenüber ihren Bewohnern wider. Qualitativ hochwertige Wohnbauten, welche auf Veränderungen der Lebenssituationen ihrer Bewohner, die zum Beispiel durch Nachwuchs, Behinderung oder Alterung eintreten, sollen gefördert werden. Eine Stadt, die sich von ihren Wohnbauten kreative und innovative Lösungen für das alltägliche Leben der Bewohner wünscht, nimmt Rücksicht auf die Lebensumstände ihrer Bewohner. Durch geförderte Wohnbauten steigt das Image der Stadt Wien durch eine gesteigerte Publicity der Stadt in der nationalen und teilweise sogar internationalen Presse. Artikel über besonders innovative Wohnbauten werden verfasst und nicht nur in Fachzeitschriften, wie z.B. in der Schweizer Zeitschrift ‚Wohnen‘ mit dem Artikel ‚Ökoarchitektur einmal anders‘<sup>211</sup>, sondern auch in Tageszeitungen veröffentlicht, wie z.B. in der Presse ‚Nichts als städtische Poesie‘<sup>212</sup>, ‚Die Lust am Faltenrock‘<sup>213</sup> oder im Standard ‚Silbergrau und immergrün schillernde Baulücke‘<sup>214</sup>. In diesen Fällen wird die Architektur zum Marketingobjekt, die Wohnbauten fungieren in dem Moment nach außen als Werbeträger für die Stadt Wien. Selbstverständlich werden die Förderungen der Stadt in den Artikeln

<sup>210</sup> vgl. Pándi 2005, S.276

<sup>211</sup> Grzonka 2011

<sup>212</sup> Czaja 2004

<sup>213</sup> Leeb 2011

<sup>214</sup> Marboe 2004

und Zeitungsbeiträgen miterwähnt, was zur Bildung eines positiven Stadtimages beiträgt.



Abb.27: Bike City  
(Rupert Steiner)



Abb.28: U31 Wohngebäude  
(www.svw.ch)

Dieses Beispiel spiegelt einen Bereich wider, wie über den geförderten Wohnbau eine Stadt ihr eigenes Selbstverständnis mit Hilfe der Architektur ausdrücken kann. Im vorigen Kapitel wurde bereits auf den öffentlichen Raum und seine Gestaltung als mögliche Ausdrucksform der städtischen Kultur und ihren Charakter verwiesen. Die Qualitäten der Architektur und die Gestaltung des öffentlichen Raums müssen über die Grundbedürfnisse hinausgehen und zusätzlich das städtische Wertesystem und Lebensgefühl vermitteln. Die eigene Stadtidentität wird erlebbar gemacht und zur Abgrenzung und Profilierung gegenüber anderen Städten verwendet.

#### 4.7.4 Nachhaltigkeit der Logoarchitektur

Eine eigenständige, unverwechselbare und positive Stadtidentität wird nach Kutschinski-Schuster im Konkurrenzkampf zwischen den Städten immer wichtiger. Diese Identität soll nicht nur allgemeingültige Qualitäten aufweisen, sondern vor allem die jeweils spezifische Qualität einer Stadt betonen.<sup>215</sup> Der Erfolg von Architektur als mögliche Ausdrucksform der Stadtidentität wird von der konsequenten Gestaltung der eigenen Stadtphilosophie abhängen, die die Zielvorstellungen und Ideen sämtlicher städtischer Akteure berücksichtigen muss. Basis für die Entwicklung von Leitbildern zur Änderung, zum Ausbau oder zum Stützen dieser Identität, ist die eigene Stadtgeschichte, die vorhandene Identität und der Ist-Zustand. Diese Leitbilder dürfen nicht im Widerspruch zu anderen städtischen Aktivitäten stehen, sofern sie glaubwürdig und erfolgreich vermittelt werden sollen.<sup>216</sup> Je klarer sich die Stadt ihrer eigenen Identität und ihrer Ziele bewusst ist, desto eher kann die Architektur zum Ausdrucksmittel dieser verwendet werden und bei den eigenen Bürgern zu einer Identifikation mit der Stadt

<sup>215</sup> vgl. Kutschinski-Schuster 1993, S.132

<sup>216</sup> vgl. ebd., S.134

führen. „Mit seiner Identifikation, der Ortsidentität, erlebt und definiert sich der Bürger einer bestimmten Stadt und grenzt sich somit gegenüber anderen ab.“<sup>217</sup> Die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt hängt von globalen Symbolen, wie „der Name dieser Stadt und bestimmte herausragende, unverwechselbare Merkmale wie Architektur, geografische Elemente und kulturelle Ereignisse“<sup>218</sup> ab.

## 4.8 Sonstige Maßnahmen

Der Vollständigkeit halber wird im Folgenden eine weitere angewendete Maßnahme zur Innenaufwertung und –belebung genannt.

Ein weit verbreitetes Mittel stellen kulturelle Einrichtungen, insbesondere Museumsbauten und deren Kulturveranstaltungen, dar. Die Konzentration der Innenstadtentwicklung auf Kulturprojekte hängt mit dem hohen Identitätsvermögen, das über Kultur vermittelt werden kann, dem Einfluss auf die harten und weichen Standortfaktoren einer Stadt und der Hoffnung eines wachsenden Kulturtourismus zusammen. Diese potentiellen Stärken von Kulturprojekten haben mittlerweile zu einem regelrechten Boom bei der Neuerrichtung von Kulturbauten geführt, beispielsweise der Bau der Elbphilharmonie in Hamburg oder die Errichtung des Centre Pompidou in Metz. Einerseits wirken Kulturprojekte identitätsstiftend für die eigenen Bewohner, andererseits verstärken sie vor allem in Verbindung mit einer hohen Qualität der architektonisch-gestalterischen Faktoren das Stadtimage und die Attraktivität einer Stadt.<sup>219</sup> Die nachhaltige Wirkung solcher Anstrengungen für die Innenstädte ist im Wesentlichen vom Erfolg solcher Projekte abhängig. Eine Neupositionierung als Kulturstandort ist mit hohen finanziellen Belastungen und Risiken verbunden. Hier haben Städte, die bereits über ein positives Image bezüglich ihres kulturellen Angebots verfügen, klare Vorteile beim Ausbau dessen. Für Städte, die sich als Kulturstandort erst positionieren wollen, muss diese Maßnahme zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt nicht zwangsläufig mit dem gewünschten Impuls einer Aufwertung des Standortes verbunden sein, vor allem wenn die erwünschten Besucherzahlen und die mediale Aufmerksamkeit ausbleiben.

---

<sup>217</sup> ebd., S.131

<sup>218</sup> ebd., S.132

<sup>219</sup> vgl. El Khafif 2008, S.2-3 sowie BMVBS 2010, S.34-38

## 5 Fazit

In diesem abschließenden Kapitel werden die verschiedenen Maßnahmen und Strategien zur Stärkung der Lebens- und Aufenthaltsqualität in den Innenstädten mit ihren Potenzialen und Risiken zusammengefasst. Positive sowie negative Aspekte der einzelnen Maßnahmen werden abschließend in einer Tabelle übersichtlich dargestellt.

Primär ist die Feststellung, dass ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt werden muss um die Innenstadt insgesamt attraktiver und zukunftsfähiger zu gestalten. Für die Bewohner muss der Besuch der Innenstadt wieder mit einer tieferen Bedeutung verbunden sein, verknüpft mit positiven Gedanken und Gefühlen. Im Mittelpunkt aller Bemühungen um die Aufwertung der Innenstadt steht die Sicherung bzw. Rückgewinnung von Multifunktionalität - die Bereiche Arbeiten, Wohnen, Kultur, Freizeit und Erholung müssen verknüpft und in den Innenstädten verankert werden. Der stadtstrukturelle Vorteil der Innenstädte, mit ihren kurzen Wegen, der hohen Dichte an Infrastruktureinrichtungen und den sozialen Netzen, ist das vorhandene Potenzial um diese angestrebte Multifunktionalität zu erreichen, die einzelnen Strategien und Maßnahmen wirken dabei unterstützend.

Mit den untersuchten Maßnahmen und Strategien lassen sich folgende Ziele für die Innenstadtentwicklung zusammenfassend erreichen:

- Schärfung oder Ausbau des Profils der Innenstadt.
- Förderung der Identifikation der Bewohner mit ihrer Stadt.
- Schaffung einer flächendeckenden Lebensqualität in der Innenstadt.
- Schaffung von Aufenthaltsqualität.
- Stärkung des sozialen Zusammenhalts, Vielfalt und Lebendigkeit.

### **Das Profil der Innenstadt schärfen oder ausbauen**

Mit den in dieser Arbeit beschriebenen Maßnahmen für die Innenstädte ist die Stärkung des eigenen Images und der Stadtidentität nach außen und insbesondere nach innen verbunden. Ein eigenes Profil kann geschärft oder ausgebaut werden um damit eine Abgrenzung von anderen Städten zu erlangen und Einmaligkeit zu suggerieren. Weitreichende imageprägende Konsequenzen haben die Maßnahmen im Bereich des Verkehrs und der stadtgestalterischen Maßnahmen. Dies hängt vom Gelingen der Motivation der eigenen Bewohner zu einem Miteinander und einer erhöhten Rücksichtnahme und der Schaffung integrativer öffentlicher Räume, in denen Begegnung statt-

finden und Kommunikation gefördert werden kann, ab. Eine weitere ebenso bedeutende Maßnahme zur Imageprägung ergibt sich aus der Möglichkeit der Etablierung eines originellen und einzigartigen Events, dass nur mit einer bestimmten Stadt verbunden wird. Originalität und Authentizität sind bei solchen Events zu forcieren.

### **Identifikation der Bewohner mit ihrer Stadt fördern**

Die ästhetischen und sozialen Qualitäten der Verkehrsmaßnahmen, der Events, des öffentlichen Raums und der Gebäude tragen wesentlich zur Identifikation der Bewohner mit ihrer Stadt bei. Beispielsweise fördert ein gut ausgebautes ÖPNV-Netz, die Qualitätskriterien von Events, die ästhetische und soziale Qualität des öffentlichen Raums und die Qualität der Architektur von öffentlichen Gebäuden und Wohnbauten Selbstbewusstsein und führt zu Stolz bei den Bewohnern.

### **Flächendeckende Lebensqualität in der Innenstadt schaffen**

Durch die verkehrlichen Maßnahmen wird vor allem der Straßenraum für die Menschen zurück gewonnen und die Umweltbelastung im innerstädtischen Bereich reduziert. Die Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs führt zur Steigerung der Lebens- und Wohnqualität. Das Wohnen im innerstädtischen Bereich bringt unter anderem den Vorteil weniger vom motorisierten Individualverkehr abhängig zu sein und die Wege – Arbeiten/Bildung, Wohnen, Versorgung und Freizeit – zu Fuß erledigen zu können. So kann einer weiteren Zersiedlung der Städte entgegengewirkt werden. Des Weiteren wird eine Belebung des öffentlichen Raums und eine Steigerung der Nutzung infrastruktureller Einrichtungen im innerstädtischen Bereich mit der Renaissance des Wohnens in der Innenstadt einhergehen. Schließlich führt der öffentliche Raum, der spontane Kommunikation und Begegnungen sowie Kontakte fördert, der Vielfalt und Lebendigkeit entfaltet, zur Stärkung und Verbesserung der Lebensqualität.

### **Schaffung von Aufenthaltsqualität**

Mit einer flächendeckenden Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs gehen eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität und die Steigerung der Wahrnehmung der Innenstadt einher. Der Handel, mit seiner dominierenden Bedeutung zum Besuch der Innenstadt, trägt wesentlich zur Aufenthaltsqualität bei. Zusammenschlüsse von Gewerbetreibenden müssen gefördert und unterstützt werden. Stadtgestalterische Maßnahmen können die Aufenthaltsqualität mit der Schaffung von kommunikativen und vielfältigen öffentlichen Räumen steigern. Verweilen, Kommunizieren, Flanieren sowie Sehen und Gesehenwerden, müssen wieder als Attribute für den Besuch der Innenstadt stehen.

**Stärkung des sozialen Zusammenhalts**

Die Maßnahmen aus den Bereichen Verkehr, Events und stadtgestalterische Maßnahmen wirken stärkend auf den sozialen Zusammenhalt. Durch eine verstärkte Mischung der Verkehrsarten im Straßenraum werden das Miteinander und die Rücksichtnahme unter den Bewohnern gefördert. Events können bei bürgerlicher Mitsprache und Mitorganisation bei den Bürgern zu Zusammengehörigkeitsgefühlen führen, das Wir-Gefühl und damit die bürgerliche Verbundenheit zur eigenen Stadt stärken und somit einen Beitrag zum sozialen Zusammenhalt leisten. Integrative öffentliche Räume, die die Möglichkeiten zur Entfaltung von Vielfalt und Lebendigkeit bieten, können die Integration von Stadtbewohnern unterstützen und fördern sowie eine Stadtkultur, die tolerant und weltoffen ist, erhalten oder formen und leisten somit einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts.

	<b>Positive Aspekte – Potenziale</b>	<b>Negative Aspekte - Risiken</b>
<b>Verkehr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stärkung des Stadtimages</li> <li>+ Stärkung der Stadtidentität</li> <li>+ Identifikationsfähige Stadt – Selbstbewusstsein und Stolz bei den Bewohnern</li> <li>+ Verbesserung der Lebensqualität</li> <li>+ Verbesserung der Aufenthaltsqualität</li> <li>+ Stärkung des sozialen Zusammenhalts durch Miteinander und Rücksichtnahme</li> <li>+ Verbesserung der Umweltqualität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schwere Umsetzung der Maßnahmen durch viele verschiedene Interessengruppen</li> <li>- Maßnahmen sind zum Teil mit sehr hohen Kosten verbunden (P+R Anlagen, Parkhäuser, Shuttle Busse)</li> </ul>
<b>Handel und Dienstleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stärkung des Stadtimages</li> <li>+ Verbesserung der Aufenthaltsqualität</li> <li>+ Stärkung der Funktionalität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oft temporäre Effekte</li> <li>- Gefahr der Subventionierung</li> </ul>
<b>Wohnen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stärkung des Stadtimages</li> <li>+ Stärkung der Stadtidentität</li> <li>+ Verbesserung der Lebensqualität</li> <li>+ Stärkung der Multifunktionalität</li> <li>+ Verbesserung der Umweltqualität</li> <li>+ Etablierung neuer Märkte im Dienstleistungssektor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gentrifizierungsprozesse</li> <li>- Segregationsprozesse - weitere Ausdifferenzierung der Innenstadt nach der Zugehörigkeit zu Milieus</li> </ul>
<b>Events</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stärkung des Stadtimages</li> <li>+ Stärkung der Stadtidentität</li> <li>+ Identifikationsfähige Stadt – Selbstbewusstsein und Stolz bei den Bewohnern</li> <li>+ bedingte Verbesserung der Lebensqualität</li> <li>+ Verbesserung der Aufenthaltsqualität</li> <li>+ Stärkung des sozialen Zusammenhalts und der Integration</li> <li>+ Stärkung des Wir-Gefühls</li> <li>+ Stärkung der Multifunktionalität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oft temporäre Effekte</li> <li>- Verlust von Originalität und Authentizität bei beliebigen Aneinanderreihen von Events</li> </ul>
<b>Stadtgestalterische Maßnahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stärkung des Stadtimages</li> <li>+ Stärkung der Stadtidentität</li> <li>+ Identifikationsfähige Stadt – Selbstbewusstsein und Stolz bei den Bewohnern</li> <li>+ Verbesserung der Lebensqualität</li> <li>+ Verbesserung der Aufenthaltsqualität</li> <li>+ Stärkung des sozialen Zusammenhalts und der Integration</li> <li>+ Stärkung der Multifunktionalität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zunahme privater oder halböffentlicher Räume</li> <li>- Schaffung exklusiver Räume</li> <li>- Regulierung und Ausschluss von unerwünschten Personenkreisen</li> </ul>
<b>Logoarchitektur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stärkung des Stadtimages</li> <li>+ Stärkung der Stadtidentität</li> <li>+ Identifikationsfähige Stadt – Selbstbewusstsein und Stolz bei den Bewohnern</li> <li>+ Verbesserung der Lebensqualität</li> <li>+ bedingte Verbesserung der Umweltqualität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Widerspruch der vermittelten Stadtidentität zu anderen städtischen Aktivitäten</li> </ul>

Tab.3: Auswirkungen der Maßnahmen auf die Innenstadt  
(Eigene Darstellung)

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
BID	Business Improvement District
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
ebd.	ebenda
EKZ	Einkaufszentrum
etc.	et cetera
e.V.	eingetragener Verein
KFZ	Kraftfahrzeug
Mio.	Millionen
o.	ohne
o.ä.	oder ähnliches
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PKW	Personenkraftwagen
S.	Seite
Tab.	Tabelle
u.	und
u.a.	und andere
UEC	Urban Entertainment Center
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

## Abbildungsverzeichnis

Abb.1: Lagetypen in der Stadt.....	27
Abb.2: Typologie von Städtetouristen .....	37
Abb.3: Stadtplanausschnitt von Zürich sowie Lage (links) des Limmatquais (rechts) ..	49
Abb.4, Abb.5, Abb.6: Situationen am Limmatquai 2004 (links), 2005 (Mitte) und 2008 (rechts) .....	50
Abb.7: Verweilende Personen am Limmatquai im Vergleich der Jahre 2004, 2005 und 2008 .....	51
Abb.8: Aufenthaltsnutzung am Limmatquai im Vergleich der Jahre 2004, 2005 und 2008 .....	52
Abb.9: Stadtplanausschnitt von Hamburg sowie Lage (links) der Dammtorstraße (rechts) .....	60
Abb.10: Hamburger Staatsoper .....	61
Abb.11: Blick in die Dammtorstraße mit Staatsoper .....	61
Abb.12: Verkehrssituation in der Dammtorstraße .....	61
Abb.13: Backsteinarchitektur in der Dammtorstraße (Christoph U. Bellin) .....	61
Abb.14: Gestaltungskonzept .....	62
Abb.15, Abb.16, Abb.17: Ansichten nach der Umgestaltung .....	62
Abb.18: Stadteile von Linz (links) und Konzentration der Wohnbauprojekte auf die Innenstadt (rechts).....	75
Abb.19: Verschiedene Wohnhäuser der Linzer Innenstadt.....	76
Abb.20: Stadtplanausschnitt von Wien mit Lage und Bild vom Schwedenplatz .....	84
Abb.21: Stadtplanausschnitt von Paris mit Lage und Bild vom Place Georges Pompidou .....	84
Abb.22, Abb.23: Situationen am Schwedenplatz .....	85
Abb.24, Abb.25: Situationen auf dem Place Georges Pompidou .....	85
Abb.26: Flexible Grundrisse der Wohnungen im Wohnhaus LEE mit Hof-, Quer- oder Straßenorientierung.....	91
Abb.27: Bike City .....	92
Abb.28: U31 Wohngebäude.....	92

## **Tabellenverzeichnis**

Tab.1: Potenziale und Risiken in der Entwicklung europäischer Städte .....	26
Tab.2: Positive und negative Auswirkungen für die Innenstadt .....	42
Tab.3: Auswirkungen der Maßnahmen auf die Innenstadt .....	97

## Quellenangaben

**Antalovsky, Eugen [Hrsg.] 2007:** Stadtkultur & Urbanität. Weitra: Verlag Publication PN°1 Bibliothek der Provinz.

**Argus Bike Festival:** Home.

(<http://www.bikefestival.at/>) Zugriff am 22.11.2010

**Bartholomäus, Heike [Hrsg.] [u.a.] 2009:** Wie viel Gestaltung braucht Stadt? Cottbus: Regia Verlag.

**Beckmann, Klaus J.; Jekel, Gregor; Frölich von Bodelschwingh, Franciska 2009:** Editorial: Wohnen in der Innenstadt – Zwischen Vision und Wirklichkeit. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 47.Jg. 2008/I. S.5-12

**Begegnungszonen Home:** Geschichte der Begegnungszone.

(<http://www.begegnungszonen.ch/home/geschichte.aspx>) Zugriff am 05.11.2010

**Beyrow, Matthias 1998:** Mut zum Profil: Corporate Identity und Corporate Design für Städte. Stuttgart: avedition GmbH.

**BMVBS 2010:** Weißbuch Innenstadt – Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden. Berlin/Bonn: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung.

(<http://www.bmvbs.de/cae/servlet/contentblob/58652/publicationFile/29865/weissbuch-innenstadt-entwurf.pdf>) Zugriff am 20.11.2010

**Bornberg, Renate; Habermann-Nieße, Klaus; Zibell, Barbara [Hrsg.] 2009:** Gestaltungsraum Europäische StadtRegion. Frankfurt a.M. [u.a.]: Peter Lang GmbH.

**Bretschneider, Betül 2008:** Win Wi[e]n: Blockentwicklung Erdgeschosszone. Optimierung des Blocksanierungsprogramms zur nachhaltigen Entwicklung der Erdgeschosszone und der (halb-)öffentlichen Räume.

([http://www.nachhaltigwirtschaften.at/hdz\\_pdf/endbericht\\_0834\\_win\\_wien.pdf](http://www.nachhaltigwirtschaften.at/hdz_pdf/endbericht_0834_win_wien.pdf)) Zugriff am 03.02.2011

**Brune, Walter 1996:** Die Stadtgalerie. Ein Beitrag zur Wiederbelebung der Innenstädte. Frankfurt a. M. [u.a.]: Campus Verlag.

**Brune, Walter; Junker, Rolf; Pump-Uhlmann, Holger [Hrsg.] 2006:** Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen. Düsseldorf: Droste Verlag GmbH.

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung A:** Vergleichende Stadtbeobachtung – Raumabgrenzungen. Innerstädtische Lagetypen. .

([http://www.bbsr.bund.de/clin\\_032/nn\\_22412/BBSR/DE/Raumbeobachtung/Komponenten/VergleichendeStadtbeobachtung/Raemliches/LagetypenIRB/Lagetyp.html](http://www.bbsr.bund.de/clin_032/nn_22412/BBSR/DE/Raumbeobachtung/Komponenten/VergleichendeStadtbeobachtung/Raemliches/LagetypenIRB/Lagetyp.html)) Zugriff am 10.03.2011

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung B:** Imagefördernde Stadtteile in Metropolräumen. Start.

([http://www.bbsr.bund.de/clin\\_016/nn\\_21944/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/Metropolraeume/01\\_\\_Start.html](http://www.bbsr.bund.de/clin_016/nn_21944/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/Metropolraeume/01__Start.html)) Zugriff am 04.02.2011

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung C:** Imagefördernde Stadtteile in Metropolräumen. Ergebnisse.

([http://www.bbsr.bund.de/clin\\_032/nn\\_21944/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/Metropolraeume/03\\_\\_Ergebnisse.html](http://www.bbsr.bund.de/clin_032/nn_21944/BBSR/DE/FP/ReFo/Staedtebau/Metropolraeume/03__Ergebnisse.html)) Zugriff am 09.09.2011

**Centro:** Unsere Shops.

(<http://www.centro.de/shopping-spass/unsere-shops/mieter/alle.html>)  
Zugriff am 15.05.2011

**Czaja, Wojciech 2004:** Nichts als städtische Poesie.

(<http://www.nextroom.at/building.php?id=18267&inc=artikel&sid=11694>) Zugriff am 12.08.2011

**Datko, Götz 2009:** Stadtmarketing als Instrument der Kommunikation, Kooperation und Koordination. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.

**Dilger, Thomas; Fürst, Hans 2009:** Urbaner Wandel und Migration – Renaissance der Stadt? In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 47.Jg. 2008/I. S.89-105

**Deutsche UNESCO-Kommission e.V. Homepage:** Welterbe.

(<http://www.unesco.de/welterbe.html?&L=0>) Zugriff am 07.06.2011

**Dörhöfer, Kerstin 2008:** Shopping Malls und neue Einkaufszentren. Urbaner Wandel in Berlin. Berlin: Dietrich Reimer Verlag GmbH.

**El Khafif, Mona 2008:** Inszenierter Urbanismus. Stadtraum für Kunst, Kultur und Konsum im Zeitalter der Erlebnisgesellschaft. Dissertation: Technische Universität Wien.

**Fassmann, Heinz; Hatz, Gerhard; Matznetter, Walter [Hrsg.] 2009:** Wien - Städtebauliche Strukturen und gesellschaftliche Entwicklungen. Wien [u.a.]: Böhlau Verlag.

**Frauns, Elke; Scheuvs, Rudolf 2010:** Kurs Innenstadt NRW. Positionen, Ansprüche und Forderungen aus dem Netzwerk Innenstadt NRW. Münster: Netzwerk Innenstadt NRW.

([http://www.innenstadt-nrw.de/fileadmin/staedtenetzwerk/Servicebereich/Allgemeine\\_Informationen/Kurs%20Innenstadt%20NRW.pdf](http://www.innenstadt-nrw.de/fileadmin/staedtenetzwerk/Servicebereich/Allgemeine_Informationen/Kurs%20Innenstadt%20NRW.pdf)) Zugriff am 15.03.2011

**Geist, Johann Friedrich 1969:** Passagen ein Bautyp des 19. Jahrhunderts. München: Prestel-Verlag.

**Gerlach, Jürgen; Ortlepp, Jörg; Voß, Heiko 2009:** Shared Space. Eine neue Gestaltungsphilosophie für Innenstädte? Beispiele und Empfehlungen für die Praxis. Berlin: Unfallforschung der Versicherer.

([http://www.udv.de/uploads/tx\\_udvpublications/Broschuere\\_Bsp\\_Shared\\_Space.pdf](http://www.udv.de/uploads/tx_udvpublications/Broschuere_Bsp_Shared_Space.pdf)) Zugriff am 02.11.2010

**Grzonka, Patricia 2011:** Ökoarchitektur einmal anders.

([http://www.svw.ch/data/S26-29\\_9703.pdf](http://www.svw.ch/data/S26-29_9703.pdf)) Zugriff am 12.08.2011

**Hamburg Tourismus Homepage:** Zahlen & Fakten.

(<http://www.hamburg-tourism.de/business-presse/zahlen-fakten/tourismusstatistiken/entwicklung-der-beherbergungen/>) Zugriff am 03.06.2011

**Handelskammer Hamburg:** Vor Ort. BID Opernboulevard.

([http://www.hk24.de/servicemarken/branchen/handelsplatz\\_hamburg/Vor\\_Ort/bid/bids\\_in\\_hh/1336982/BID\\_Opernboulevard.html](http://www.hk24.de/servicemarken/branchen/handelsplatz_hamburg/Vor_Ort/bid/bids_in_hh/1336982/BID_Opernboulevard.html)) Zugriff am 22.06.2011

**Hatzfeld, Ulrich 2006:** Innenstadt als städtebaulicher Kristallisationspunkt für Kontinuität und Wandel. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 45.Jg. 2006/I. S.63-79

**Hatzfeld, Ulrich; Imorde, Jens; Schnell, Frauke [Hrsg.] 2006:** 101+1 Idee für die Innenstadt. Eppstein: Stadtanalyse Verlag.

**Häußermann, Hartmut 2001:** Die europäische Stadt. In: Leviathan. Zeitschrift für Sozialwissenschaft 29. 2 (Juni). 2001. S.237-255

**Heiß, Eric 2006:** Wozu Business Improvement District (BID)? Ein Vergleich zwischen BID und städtebaulicher Sanierungsmaßnahme als Instrumente zur Stärkung von Geschäftszentren. Diplomarbeit. Technische Universität Berlin.

([http://opus.kobv.de/tuberlin/volltexte/2007/1510/pdf/Heiss\\_Eric.pdf](http://opus.kobv.de/tuberlin/volltexte/2007/1510/pdf/Heiss_Eric.pdf)) Zugriff am 17.11.2010

**Hochbau- und Planungsamt 2009:** Innenstadt – Qualität im Zentrum. Megatrends und gesellschaftliche Veränderungen. Basel: Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt.

(<http://www.planungsamt.bs.ch/megatrends.pdf>) Zugriff am 14.11.2010

**Homepage BID-Opernboulevard A:** BID Antrag.

([http://www.bid-opernboulevard.de/downloads/BID-Opernboulevard\\_Antrag.pdf](http://www.bid-opernboulevard.de/downloads/BID-Opernboulevard_Antrag.pdf)) Zugriff am 22.06.2011

**Homepage BID-Opernboulevard B:** BID Projektbeschreibung.

(<http://www.bid-opernboulevard.de/downloads/BID-Opernboulevard-Projektbeschreibung.pdf>) Zugriff am 22.06.2011

**Homepage BID-Opernboulevard C:** Öffentlich-rechtlicher Vertrag.

(<http://www.bid-opernboulevard.de/downloads/BID-Opernboulevard-OR-Vertrag.pdf>) Zugriff am 22.06.2011

**ifmo - Institut für Mobilitätsforschung [Hrsg.] 2004:** Erlebniswelten und Tourismus. Berlin [u.a.]: Springer-Verlag.

**Ipsen, Detlev o. Jahr:** Die Stadt braucht Orte.

(<http://www.architektursalon-kassel.de/anfang.htm>) Zugriff am 10.09.2011

**Jekel, Gregor; Frölich von Bodelschwingh, Franciska 2009:** Stadtpolitik und das neue Wohnen in der Innenstadt – Wohnungsangebot, Anbieterstrukturen und die Bedeutung neuer Wohnformen für die Stärkung des Wohnstandortes Innenstadt. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 47.Jg. 2008/I. S.13-36

**Kaelble, Hartmut 2001:** Die Besonderheiten der europäischen Stadt im 20. Jahrhundert. In: Leviathan. Zeitschrift für Sozialwissenschaft 29. 2 (Juni). 2001. S.256-274

**Kiepe, Folkert o. Jahr:** Der öffentliche Raum: tragendes Element der Europäischen Stadt.

(<http://www.lebendige-stadt.de/web/template2neu.asp?sid=465&nid=&cof=179>) Zugriff am 14.01.2011

**Kiepe, Folkert 2007:** Die europäische Stadt – Auslaufmodell oder Kulturgut und Kernelement der europäischen Union? Einführung und Thesen auf dem Symposium zur Stadtentwicklung am 07.05.2007 in Köln.

(<http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/schwerpunkte/fachinfos/2007/26.pdf>)  
Zugriff am 17.12.2010

**Kloss, Heinz Peter 2009:** Wirkungsanalysen von Planungsprinzipien in der Verkehrsplanung gezeigt am Beispiel der Stadt Salzburg. Dissertation: Technische Universität Wien.

**Koll-Schretzenmayr, Martina; Burkhalter, Gabriela 2002:** Die Stadt: Kulisse der Erlebnisgesellschaft oder urbane Erlebnislandschaft. In: DISP 150. 03/2002. S.2-3

**Krummacher, Michael [Hrsg.] [u.a.] 2003:** Soziale Stadt – Sozialraumentwicklung – Quartiersmanagement. Opladen: Leske + Budrich.

**La Strada:** Die Stadt ist Bühne.

(<http://www.lastrada.at/2008/index.php?idcat=8>) Zugriff am 22.11.2010

**Leeb, Franziska 2011:** Die Lust am Faltenrock.

(<http://diepresse.com/home/spectrum/architekturunddesign/672686/Die-Lust-am-Faltenrock>) Zugriff am 12.08.2011

**Löw, Martina; Steets, Silke; Stoetzer, Sergej 2008:** Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Opladen [u.a.]: Verlag Babara Budrich.

**Luger, Kurt; Wöhler, Karlheinz [Hrsg.] 2008:** Welterbe und Tourismus. Schützen und Nützen aus einer Perspektive der Nachhaltigkeit. Innsbruck: Studienverlag Ges.m.b.H..

**Marboe, Isabella 2004:** Silbergrau und immergrün schillernde Baulücke.

(<http://www.nextroom.at/building.php?id=18371&sid=11986&inc=pdf>) Zugriff am 12.08.2011

**Messedat, Jons 2005:** Corporate Architecture: Entwicklung, Konzepte, Strategien. Ludwigsburg: avedition GmbH.

**Monheim, Heiner 2008:** Stadtentwicklung und Verkehr – zwischen Frustration, Innovation und Hoffnung.

([http://www.vhw.de/fileadmin/user\\_upload/Forum\\_Wohneigentum/PDF\\_Dokumente/2008/200801\\_1093.pdf](http://www.vhw.de/fileadmin/user_upload/Forum_Wohneigentum/PDF_Dokumente/2008/200801_1093.pdf)) Zugriff am 11.11.2010

**Mückenberger, Ulrich; Timpf, Siegfried [Hrsg.] 2007:** Zukünfte der europäischen Stadt. Ergebnisse einer Enquete zur Entwicklung und Gestaltung urbaner Zeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**Nippel, Wilfried [Hrsg.] 1999:** Max Weber. Wirtschaft und Gesellschaft. Die Wirtschaft und die gesellschaftlichen Ordnungen und Mächte. Nachlaß. Teilband 5: Die Stadt. Tübingen: J.C.B Mohr (Paul Siebeck).

**Opaschowski, Horst W. 2002:** Tourismus. Eine systematische Einführung. Analysen und Prognosen. Opladen: Leske+Budrich.

**Pándi, Claus 2005:** Wiener Winner – Wohn\_bau 1995-2005. Wien : Holzhausen Verlag GmbH.

**Plus City:** Übersicht Shops.

(<http://www.plus-city.at/index.php?lan=de&id=2>) Zugriff am 15.05.2011

**Projekt Freizeit in der Stadt [Hrsg.] 2007:** Freizeit und Kommune. Begriffe - Definitionen - Erläuterungen. Berlin: Universitätsverlag der technischen Universität Berlin.

([http://opus.kobv.de/tuberlin/volltexte/2007/1549/pdf/Graue\\_Reihe\\_Heft\\_1\\_Freizeit\\_Kommune.pdf](http://opus.kobv.de/tuberlin/volltexte/2007/1549/pdf/Graue_Reihe_Heft_1_Freizeit_Kommune.pdf)) Zugriff am 17.05.2011

**Querkraft:** Lee Wohnbau.

(<http://www.querkraft.at/?story=13>) Zugriff am 12.08.2011

**Reiß-Schmidt, Stephan o. Jahr:** Der öffentliche Raum: Traum, Wirklichkeit, Perspektiven.

([http://www.urbanauten.de/reiss\\_schmidt.pdf](http://www.urbanauten.de/reiss_schmidt.pdf)) Zugriff am 13.01.2011

**Roost, Frank 2000:** Die Disneyfizierung der Städte. Großprojekte der Entertainmentindustrie am Beispiel des New Yorker Times Square und der Siedlung Celebration in Florida. Opladen: Leske+Budrich.

**Sander, Robert 2006:** Stadtentwicklung und Städtebau im Bestand: Städte unter Veränderungsdruck – Eine Einführung. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 45.Jg. 2006/I. S.5-22

**Scheiner, Joachim 2009:** Lebensstile in der Innenstadt – Lebensstile am Stadtrand: Wohnstandortwahl in der Stadtregion. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 47.Jg. 2008/I. S.47-62

**Schubert, Herbert 2000:** Städtischer Raum und Verhalten. Zu einer integrierten Theorie des öffentlichen Raumes. Opladen: Leske + Budrich.

**Schwarz-Viechtbauer, Karin; Schwarz, Karl-Heinz 2008:** Neuinterpretation öffentlicher Raum. Eine Studienreihe für die Wiener Bezirke im Auftrag der MA 19. Wien: Stadtentwicklung Wien, Magistratsabteilung 18.

(<http://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008036.pdf>) Zugriff am 03.01.2011

**Schweizer, Thomas:** Begegnungszonen in der Schweiz – ein Erfolgsmodell. Zürich: Fussverkehr Schweiz.

([http://www.fussverkehr.ch/fileadmin/redaktion/publikationen/artikel\\_1007\\_begegnungszone.pdf](http://www.fussverkehr.ch/fileadmin/redaktion/publikationen/artikel_1007_begegnungszone.pdf)) Zugriff am 05.11.2010

**Schweitzer, Andreas 2007:** UNESCO-Weltkulturerbe. Motor oder Bremse der Stadtentwicklung in Köln? Wien [u.a.]: LIT Verlag.

**Shared Space 2005:** Raum für alle. Neue Perspektiven zur Raumentwicklung.

([http://www.shared-space.org/files/18445/SharedSpace\\_BRD.pdf](http://www.shared-space.org/files/18445/SharedSpace_BRD.pdf)) Zugriff am 08.12.2010

**Siebel, Walter 2000:** Wesen und Zukunft der europäischen Stadt. In: DISP 141. 02/2000. S.28-34

**Siebel, Walter [Hrsg.] 2004:** Die europäische Stadt. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

**Siebel, Walter 2009:** Wohnen in der Innenstadt. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 47.Jg. 2008/I. S.37-46

**Space Center Bremen:** Homepage.

(<http://www.bremen-space-center.de/>) Zugriff am 15.05.2011

**Stadt Hamburg:** Business Improvement Districts.

(<http://www.hamburg.de/bid-projekte/128982/start.html>) Zugriff am 22.06.2011

**Stadt Linz:** Starker Trend zum Wohnen in der Innenstadt. Presseaussendung vom 26.03.2009.

([http://www.linz.at/presse/2009/200903\\_44858.asp](http://www.linz.at/presse/2009/200903_44858.asp)) Zugriff am 21.06.2011

**Stadt Salzburg:** Verkehrsleitbild der Stadt Salzburg (Ziele und Prioritäten).

(<http://www.stadt-salzburg.at/pdf/verkehr97.pdf>) Zugriff am 09.11.2010

**Stadt Wien A:** Entwicklung der Parkraumbewirtschaftung in Wien.

(<http://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/parkraumbewirtschaftung/index.html>) Zugriff am 10.11.2010

**Stadt Wien B:** Leistungsbericht 2010 der Abteilung Wohnbauförderung und Schlichtungsstelle für wohnrechtliche Angelegenheiten (MA 50).

(<http://www.wien.gv.at/statistik/leistungsbericht/ma50.html>) Zugriff am 15.09.2011

**Stadt Wien [Hrsg.] 2005:** Internationale Konferenz „Welterbe und zeitgenössische Architektur – Vom Umgang mit der historischen Stadtlandschaft“. Dokumentation der Tagung vom 12.05.05 bis 14.05.05 in Wien.

**Stadt Zürich A:** Verkehrskonzept Innenstadt. Aufwertung der Strassenräume.

([http://www.stadt-zuerich.ch/content/dam/stzh/zed/Deutsch/taz/Mobilitaet/Publikationen\\_und\\_Broschueren/Verkehrskonzepte/Verkehrskonzept\\_Innenstadt\\_Bericht.pdf](http://www.stadt-zuerich.ch/content/dam/stzh/zed/Deutsch/taz/Mobilitaet/Publikationen_und_Broschueren/Verkehrskonzepte/Verkehrskonzept_Innenstadt_Bericht.pdf)) Zugriff am 20.06.2011

**Stadt Zürich B:** Das Limmatquai vor und nach der Neugestaltung. Aufenthaltsnutzung, Fuss- und Veloverkehrsaufkommen im Vergleich der Jahre 2004-2005-2008.

([http://www.stadt-zuerich.ch/content/dam/stzh/zed/Deutsch/taz/Fachunterlagen/Publikationen\\_und\\_Broschueren/Verkehr/Fuss\\_und\\_Veloverkehr/Bericht\\_Erhebung\\_Limmatquai\\_09\\_mit\\_TB\\_neu.pdf](http://www.stadt-zuerich.ch/content/dam/stzh/zed/Deutsch/taz/Fachunterlagen/Publikationen_und_Broschueren/Verkehr/Fuss_und_Veloverkehr/Bericht_Erhebung_Limmatquai_09_mit_TB_neu.pdf)) Zugriff am 20.06.2011

**Stippler, Irmgard; Müller, Monica 2001:** Innenstädte beleben. Stadtregionen stärken. Berlin: Deutscher Industrie- und Handelskammertag.

(<http://www.dihk.de/inhalt/themen/branchen/handel/innenstadtpapier.doc>) Zugriff am 09.11.2010

**Studienprojekt Freizeit in der Stadt [Hrsg.] 2007:** Freizeit und Kommune. Begriffe – Definitionen – Erläuterungen. Berlin: Forum Stadt- und Regionalplanung E.V..

([http://opus.kobv.de/tuberlin/volltexte/2007/1549/pdf/Graue\\_Reihe\\_Heft\\_1\\_Freizeit\\_Kommune.pdf](http://opus.kobv.de/tuberlin/volltexte/2007/1549/pdf/Graue_Reihe_Heft_1_Freizeit_Kommune.pdf)) Zugriff am 21.11.2010

**Water Front:** Centerplan.

(<http://www.waterfront-bremen.de/centerplan.php>) Zugriff am 15.05.2011

**Wikipedia A:** Parkraumbewirtschaftung.

(<http://de.wikipedia.org/wiki/Parkraumbewirtschaftung>) Zugriff am 10.11.2010

**Wikipedia B:** Paris-Plage.

(<http://de.wikipedia.org/wiki/Paris-Plage>) Zugriff am 22.11.2010

**Wikipedia C:** 3do (Dortmund).

([http://de.wikipedia.org/wiki/3do\\_\(Dortmund\)](http://de.wikipedia.org/wiki/3do_(Dortmund))) Zugriff am 16.09.2011

**Wikipedia D:** Skyline Plaza.

([http://de.wikipedia.org/wiki/Skyline\\_Plaza](http://de.wikipedia.org/wiki/Skyline_Plaza)) Zugriff am 16.09.2011

**Wikipedia E:** Ocean Park Bremerhaven.

([http://de.wikipedia.org/wiki/Ocean\\_Park\\_Bremerhaven](http://de.wikipedia.org/wiki/Ocean_Park_Bremerhaven)) Zugriff am 16.09.2011

**Wirth, Klaus; Hödl, Markus; Januschke, Oskar 2007:** Innenstadt hat Zukunft. Praktische Ansätze und Entwicklungsperspektiven zur Stärkung der Innenstädte. Wien: Zentrum für Verwaltungsforschung.

([http://www.kdz.or.at/fileadmin/KDZ/Dokumente/Studie\\_Innenstadt\\_hat\\_Zukunft.pdf](http://www.kdz.or.at/fileadmin/KDZ/Dokumente/Studie_Innenstadt_hat_Zukunft.pdf))

Zugriff am 26.10.2010

**Zottl, Anna; Wisser, Bernhard 2007:** Begegnungsraum Innenstadt – Aufwertung und Weiterentwicklung der Klagenfurter Fußgängerzone. Diplomarbeit: Technische Universität Wien.