

# Die Stadt als Koproduktion

Wie baut man eine Stadt für Kreative? Indem man sie selbst zu Stadtentwicklern macht. Denn das Potenzial der »Creative City« liegt in den Städten selbst, in der Mischung und in den »kreativen Milieus«.

VON NORBERT PHILIPP

Wie man Städte für Autos plant, das weiß man längst. Wie man Familien, Migranten, Studenten und Ältere sozial mischt, daran versuchen sich die Stadtplaner gerade. Aber wie man „Creative Cities“ baut, das müssen die meisten Städte noch üben. Und dabei müssen sie auch lernen, loszulassen: nicht nur die Stadträume selbst und was in ihnen geschieht, sondern auch ihr ureigenstes Werkzeug – die Planung.

Das Klischeebild des Kreativen, das quetscht man gerne in einen Rahmen aus rotem Backstein. Aus den Gewerbehöfen und Fabriken sind die alten Industrien längst ausgezogen, um nun die Ökonomen und Städte auf anderen Erdteilen wachsen zu lassen. Im Wunschdenken der europäischen Städte stehen die neuen Industrien schon Schlange. Und können es gar nicht erwarten, Ideen und Innovationen zu produzieren. Die beliebteste Strategie: Unternehmen herbeifördern und einquartieren. Auf gut verkabelten, schicken Quadratmetern, die ein wenig postindustrieller Charme durchwehen darf. Ein paar stadtentwicklerische Aufgaben müssen sie dabei auch erfüllen, positiv aufs Grätzl ausstrahlen ist noch die einfachste davon.

In Wien clustert die Stadt Ähnliches mit Ähnlichem und schnürt Branchen in St. Marx zum „Media Quarter“. Anderswo gruppieren sich Kreative in „Co-Working Spaces“ unter einem Loft-Dach á la Schraubenfabrik und Rochuspark. Schließlich kann das eigene Ein-Mann-Unternehmen, wie der Name sagt, schon recht einsam machen. Projektentwickler, die auf Sozio-



»Der Stadtplanung in Wien fehlt der Mut, Entwicklungen und Orte unbestimmt zu lassen. Die Stadt sollte mehr Räume zur Selbstorganisation öffnen.«

**OLIVER FREY**

Leiter des Arbeitsbereichs Urbanistik an der TU Wien // privat

logen hören, ziehen noch ganz andere Konzepte hervor: Freizeit und Beruf sind nur noch schwer zu trennen, deshalb sollten es auch die Immobilien nicht versuchen. Und zwischen den Häusern streuen die restlichen Kreativnomaden. Den Schreibtisch haben sie in der Umhängetasche dabei, den Bürostuhl immer dort, wo sie sich gerade sozial oder technisch vernetzen.

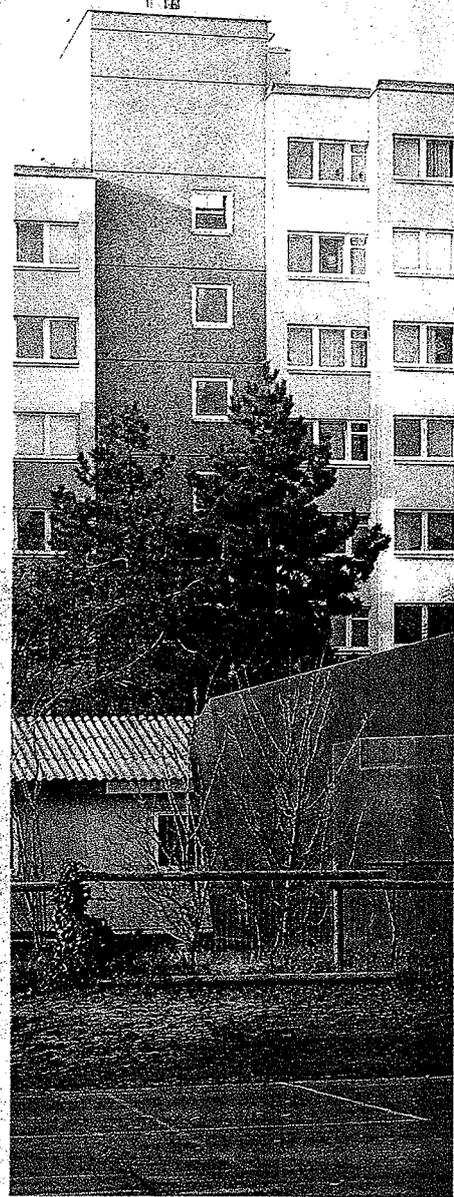
**Kreative Milieus.** Doch die auf Hochglanz polierte Seite der „Creative Industries“ ist nur eine der kreativen Stadt. Für die andere sind die Stadtentwickler jedoch meist blind: Die „kreativen Milieus“ sind eine ausgeprägte Stärke Wiens, wie Oliver Frey, Leiter des Arbeitsbereichs Urbanistik an der TU Wien, meint, „ein Potenzial, das bislang noch weitgehend ungenutzt ist“. Das Revier der „kreativen Milieus“ sind die Stadträume, in denen sich überlagert und überlappt, was die Stadtplanung früher fein säuberlich trennen wollte. Lebensstile und -welten vermischen sich zu einer bunten Melange – in der „amalgamen Stadt“, wie Frey das Modell nennt, das er in Wien ganz deutlich gefunden hat.

Kreuz und quer spannen sich die sozialen und beruflichen Netzwerke durch den Stadtraum, sie treffen an Orten aufeinander, an denen einander auch die Nutzungen und Funktionen überschneiden. An Orten, die nicht das eine sind oder das andere. Sondern alles zugleich. „Amalgam heißt für mich auch, dass es eine Vermischung gibt, von den baulichen Strukturen und dem, was in und mit ihnen passiert“, erklärt Frey. Eine Vielfalt, die Kreative lieben. Aber die Stadtplanung erst zu

schätzen lernen muss. „Aus den Identitäten der Orte und aus den Menschen, die sie auch nutzen, sollte man die Stadt entwickeln.“

Im Milieu der Garagentüftler, Hinterhofbastler, Gehsteigkünstler, Nachbarschaftsgärtner und Greißler am Eck steckt viel Innovationskraft, die oft ungenutzt versickert. Der Mangel an Orten, Flächen und Möglichkeiten ist schuld. Und das deutliche Defizit an stadtplanerischer Courage: „Noch denkt die Stadt zu viel in der Kategorie ‚Creative Industries‘ und zu wenig in ‚kreativen Milieus‘“, meint Frey. Besser sollte man die Masterpläne einrollen und den roten Teppich ausrollen: für jene, die durch ihre Kreativität selbst zu „kleinen“ Stadtentwickler werden können. „Die Stadt sollte den ‚kreativen Milieus‘ mehr Räume öffnen zur Selbstorganisation“, so Frey. Geschäftsflächen etwa, auf denen schon lange niemand mehr Geschäfte macht, Gewerbehöfe ohne Gewerbe oder Branchen, die nur auf die richtigen Ideen warten.

„In vielen Städten hat bereits ein Umdenken stattgefunden“, sagt Landschaftsarchitekt Klaus Overmeyer von „Urban Catalyst“ in Berlin,





## ORTE, NETZE, MILIEUS



„Die amalgame Stadt“ von Oliver Frey, 2009 erschienen im VS Verlag

„allmählich wird das Spektrum der maßgeblichen Akteure in der ‚Creative City‘ weiter aufgespannt“. Die Kreativen sollen zu „Koproduzenten“ der Stadt werden, meint Overmeyer, der die „kreativen Milieus“ in Hamburg untersucht hat. Neben blitzblank, genau durchdacht und sauber definiert schätzen „Creative Industries“ auch andere Qualitäten. „Das Unfertige, das Wandelbare, die Diversität und die Gegensätze“, erklärt Overmeyer. Durch Offenheit entstünden kulturelle Innovationen. Zu beobachten auch in Berlin, wo Baulücken reihenweise zu Eventflächen werden und Brachen zu Gärten, die viel mehr produzieren als gute Luft und Gemüse.

**Zwischennutzungen.** Berlin verfügt über mehr Brachen, mehr Initiativen und vor allem mehr behördliche Gelassenheit als Wien: „Dort agiert man nach dem Motto ‚Wir schreiten erst ein, wenn wir einen Anlass haben‘“, berichtet Jutta Kleedorfer, Projektkoordinatorin für Mehrfachnutzung der MA 18. Wien dagegen sei „eine sehr regulierte Stadt“. Doch das Planen habe sie sich auch längst abgewöhnt, meint Kleedorfer. Sie vermittelt zwischen „offenen Räumen“ und jenen, die sie su-

**Stadtentwicklung durch kreative Intervention: „parklife“ – eine multifunktionale Gebrauchsskulptur vor der Rennbahnweg-Siedlung. Geplant von Studenten der TU Wien.**

/// Peter Fattlinger

chen, etwa kulturelle und soziale Initiativen. Die verlassenen Standln am Genochmarkt in Wien-Stadlau wurden so schon zur kulturellen Bühne, ein Bauplatz bei der Donau zum Beachvolleyball-Feld. Nur temporär in einer „Zwischennutzung“ zwar, aber lange genug, um das Grätzl zu aktivieren. Auch private Projektentwickler holen sich Kunst und Kultur als Katalysatoren in ihre Nachbarschaft. Etwa auch in die Ankerbrotfabrik in Wien-Favoriten, wo Lofts in allen Größen für die Zielgruppe „Creative Industries“ entstehen. In

der Zwischenzeit dürfen „junge, experimentierfreudige Künstler“, wie Kleedorfer sagt, „Mit-Developer eines unentdeckten Ortes sein“. Und gleichzeitig kräftig am Image der künftig 26.000 Quadratmeter mitpolieren. Manche Nachnutzungsideen haben jedoch weniger Glück und Unterstützung. Im Schöllskino im fünften Bezirk folgte auf Porno, die Kultur. Die Anrainer konnten mit dem ursprünglichen Programm besser leben, die Kultur musste wieder raus.

**Flächen ohne Verwertungsdruck.** Die Stadt Linz wiederum kaufte sich kreativen Raum auf Vorrat: die ehemaligen Austria Tabakwerke, die Immobilie der Linzer Herzen. Seit 2008 warten die Flächen ohne Verwertungsdruck auf ihre Chance und auf Ideen zur Nachnutzung. Ab nächster Woche findet dort Kulturbetrieb auf Probe statt: Das Ars Electronica Festival bespielt erstmals das Industriedenkmal. In Wien gebe es ein ähnliches Objekt, meint Kleedorfer: das Gaswerk Leopoldau, nur 700 Meter von der Endstation der U1 entfernt. Ein Areal, so groß wie sein Potenzial. Vorerst durften die Industriemauern schon für Produktionen der Wiener Festwochen Bühne sein. ///

### STADTENTWICKLUNG VON UNTEN

## KREATIVE MILIEUS

**Definition:** „Sie sind geprägt durch gemeinsam geteilte Denkweisen und Wertvorstellungen. Dabei werden eingetretene Pfade verlassen, wird lustvoll experimentiert. Das prozesshafte Denken bei der Entwicklung von gesellschaftlicher und ökonomischer Innovation steht im Vordergrund.“

**Raum zur Entfaltung:** [www.zwischennutzung.net](http://www.zwischennutzung.net) listet verschiedenste Beispiele aus europäischen Städten auf, wie temporäre Nutzung und andere informelle Methoden zur Stadtentwicklung eingesetzt werden.