
***Das
ideale
Wohnen***

Frank Lloyd Wrights „Usonia“ Des Glückes Unterpfand

„Usonia“ ist Frank Lloyd Wrights Traum von einem besseren, schöneren und glücklicheren Amerika. Der Name lässt sich als Programm verstehen: Er kann als Abkürzung für die Vereinigten Staaten von Nordamerika gelesen werden und spielt gleichzeitig durch das eingeschobene „i“ auf „Utopia“ an. Wright erklärte das Wort 1939 bei einer Vortragsreihe in London so: „Vereinigte Staatler‘ klingt nicht gut, und uns ‚Amerikaner‘ zu nennen, sind wir nicht berechtigt. Die Südamerikaner nehmen es uns ... übel...“¹ Er habe den Begriff von Samuel Butler, dem Autor von „Erewhon“ (1872), übernommen. Doch in diesem satirischen Roman, dessen Titel William Morris in seinen „News from Nowhere“ (1890) aufgriff und umdrehte, so dass das „Nirgendwo“ wieder lesbar wurde, findet sich das Wort nicht. Vielleicht hat Wright es schon bei seiner ersten Europa-Reise 1910 kennen gelernt, als diskutiert wurde, von den USA künftig als „USONA“ zu sprechen, um eine Verwechslung mit der gerade gegründeten „Union of South Africa“ zu vermeiden.²

Zwar bezieht Wright den Begriff auch auf das Amerika seiner Zeitgenossen, doch meint „Usonia“ eigentlich eine künftige Gesellschaft. Die amerikanische Nation versteht Wright als ein „Experiment“, das noch lange nicht abgeschlossen ist. Demokratie ist nicht ein für allemal gegeben, sondern etwas zu Verwirklichendes. Sie bleibt ein Auftrag, der nicht zuletzt aus der kurzen, aber großen amerikanischen Vergangenheit erwächst, für die Wright Männer wie George Washington, Ralph Waldo Emerson, Walt Whitman, Henry David Thoreau, Henry George und Louis Sullivan als Kronzeugen anführt.

Das „Evangelium der Individualität“ ist nach Wright das Glaubensbekenntnis der Demokratie, Walt Whitman sein Verkünder. In seiner Schrift „Demokratische Ausblicke“ (1871) erhob Whitman das „Prinzip der Individualität“ zum Grundprinzip echter Demokratie, die als „...leidenschaftliches, absolutes Glaubensbekenntnis...in wirklich großem Maßstab gänzlich der Zukunft vorbehalten ist.“³ Wright, der Whitman in einer Taschenbuchausgabe bei Ausritten mit seinem schwarzen Hengst mitzunehmen pflegte, war der Visionär dieser Zukunft. Seinem usonischen Manifest mit dem Titel „When Democracy Builds“ (1945) stellte er Zeilen von Whitman voran, die den von Wright geteilten Glauben an die Größe Amerikas besingen. Vorgetragen wird die Zukunftsschau des Architekten in einer Sprache, deren Kraft und Pathos wie von Whitman geerbt scheinen.

Dass Einigkeit und Recht und Freiheit des Glückes Unterpfand sind, weiß die Hymne der deutschen. In den USA, die aus der Befreiung vom kolonialen Joch geboren sind, rangiert die Freiheit in der Werthierarchie an oberster Stelle. Die Nation wie das Individuum haben ein Anrecht auf sie. In der berühmten Grundrechteerklärung („Bill of Rights“) des Staates Virginia von 1776 wird im ersten Artikel das „Recht auf Leben und Freiheit“ neben der „Möglichkeit, Eigentum zu erwerben und zu behalten und Glück und Sicherheit zu erstreben und zu erlangen“, genannt.⁴ Freiheit bedeutet auch für Wright die wichtigste Voraussetzung für Glück: „... in dem gleichen Maß, in dem Freiheit erreicht wird, wird ihr Nebenprodukt, ‚Glück‘ genannt, die Folge sein, womit, wie ich vermute, unschuldiges Leben gemeint ist.“⁵

Dass nur Grundbesitz die Freiheit und damit das Glück der Bürger garantiere, hatte schon einer der Väter der amerikanischen Nation zu bedenken gegeben: John Adams sah 1776 „... die einzige Möglichkeit, die Machtverteilung zugunsten gerechter Freiheit ... zu sichern, darin, jedem Mitglied der Gesellschaft den Erwerb von Land leicht zu machen; das Land in kleine Einheiten aufzuteilen, damit die Massen Grundbesitz erwerben können.“⁶ Wahre Freiheit und „pursuit of happiness“ lassen sich auch für Wright ohne Grundbesitz nicht denken. „Broadacre City“, das städtebauliche Modell Usoniens, soll sich deshalb auf den Besitz von mindestens einem oder besser mehreren „acre“ Land (ein „acre“ entspricht etwa 4047 Quadratmetern) für den einzelnen gründen. Hier endlich befreit sich der Mensch aus seinem tristen Dasein als „Mietling“: „Lebt erst auf seinem eigenen Grunde, dann muss er seinem Charakter gemäß und durch seine freiwillige Arbeit Geborgenheit und Wohlsein im ‚Suchen nach dem Glück‘ finden. Die einzig sichere Grundlage für sein Glück ist seine Erfahrung mit dem guten Boden und dessen kluge, in richtige Bahnen geleitete Verwendung.“⁷ Die Bodenreform muss dem künftigen Usonien den Weg bahnen. Henry George war im 19. Jahrhundert ihr Vordenker gewesen, auf den sich Wright berufen konnte. Schon Wrights „lieber Meister“, Louis Sullivan, war ein Anhänger der Theorien des amerikanischen Volkswirtschaftlers gewesen. George hatte die Ursachen der sozialen Not im Privateigentum an Grund und Boden erkannt und dessen Aufhebung gefordert. Die Antwort auf die Frage, wie sich diese Reform politisch verwirklichen ließe, bleibt Wright freilich schuldig. Räumlich zumindest ist es kein Problem, allen Amerikanern ihr eigenes Stück Land zu geben, so rechnet Wright vor, denn „... der Staat Texas könnte alle Menschen, die wir haben, mit einem Minimum von einem Acker Land für jeden aufnehmen, und dann wäre das übrige Usonia menschenleer.“⁸

Von Oak Park nach Usonien

„Broadacre City“ ist den Ideen, wie sie in der Gartenstadtbewegung formuliert wurden, auf das engste verwandt – bis hin zur Allianz mit der Bodenreform. Wenn Wright von einer „Hochzeit von Stadt und Land“⁹ sprach, schloss er sich Ebenezer Howards Lösungsvorschlag für das Problem der ausufernden Großstädte im Grundsatz an. 1930 hatte Wright begonnen, Vorschläge zur Dezentralisation zu erarbeiten. Sein Buch mit dem programmatischen Titel „Disappearing City“ erschien 1932. 1935 wurde das Modell einer typischen Sektion von „Broadacre City“, von der „Taliesin Fellowship“ erarbeitet, in New York ausgestellt, wo es 40000 Menschen in der Radio City Music Hall sahen. Vor der Negativfolie der in den Augen Wrights wenig lebens- und liebenswerten Stadt New York konnte das Modell seine ganze visionäre Kraft entfalten.

Chicago jedoch, die Metropole im Westen, liebte er als „Garden City“, als „urbs in horto“ aufgrund ihres großzügigen Systems von Parkanlagen und der grünen Vorstädte, darunter Oak Park, wo seine Architektenkarriere begonnen hatte. Auch Howard war hierher gereist. Wrights Prärie-Häuser in Oak Park gaben einen Vorgeschmack auf die „demokratische“ Architektur Usoniens. Richard Guy Wilson hat auf diesen Aspekt der Präriemetapher und ihre Verbindung mit der Dichtung Whitmans aufmerksam gemacht: „Der Dichter Walt Whitman ... hatte prophezeit, dass aus den Prärien des Westens ein neuer Mensch hervorkommen werde – der Adam Amerikas, dem eine neue Kunst und eine neue Architektur zur Verfügung stehen müsse, damit er eine neue demokratische Gesellschaft schaffen könne.“¹⁰

Kennzeichen der Prärie-Schule war die Horizontalität. In einem Aufsatz aus dem Jahre 1918 heißt es, dass die „horizontalen Linien“ für die Anhänger dieser Architektenschule einen „Widerhall des Geistes der Prärien des weiten Mittleren Westens“ bedeuten und für sie das „Wesen der Demokratie“ verkörpern.¹¹ In der Breite liegt auch für „Broadacre City“ das Heil, nicht in der schwindelerregenden Höhe der Wolkenkratzer, die überdies lange Schatten werfen. Das Hochhaus soll in der usonischen Zukunft nur noch als „Interimskrankenhaus“ für „eingefleischte Städter“ dienen.

Schönheit und Sparsamkeit

Die organische Architektur Usoniens findet ihr Maß in den Bedürfnissen ihrer Bewohner. Diese sollen an der Planung beteiligt werden. Wrights usonische Vision entspricht unter diesem Aspekt ganz den Einsichten Henry David Thoreaus. Architektonische Schönheit, so der Einsiedler am Waldensee, könne nur „von innen heraus“ wachsen, nämlich „aus den Bedürfnissen und Eigentümlichkeiten des Bewohners, welche

„Ein amerikanischer Traum“

der eigentliche Baumeister ist...“¹² Und Thoreau hatte erkannt, wie elementar letztlich diese Bedürfnisse waren: „Bedenke nur erst, welches eines leichten Schutzes du bedarfst!“¹³ Thoreaus Reflexionen über das Wohnen waren ein Plädoyer für Einfachheit und Sparsamkeit, das in der Zeit der großen Depression neue Beachtung verdiente. Das selbstgezimmerne Blockhaus seiner Eremitage kostete gerade einmal 28 Dollar. Für ganze 5500 Dollar entstand das erste der usonischen Häuser für die Familie Jacobs 1936 – ein nicht minder bemerkenswerter Preis, den Wright entsprechend hervorhob. Wright hatte damit ganz im Sinne Thoreaus den Beweis erbracht, „... dass die wahre Basis der Kunst, organische Gebäude schön zu bauen, auch zugleich große Ersparnisse bedeutet.“¹⁴ – Ein weiterer Grund für den Hausbesitzer glücklich zu sein!

Im Schatten der Mauer

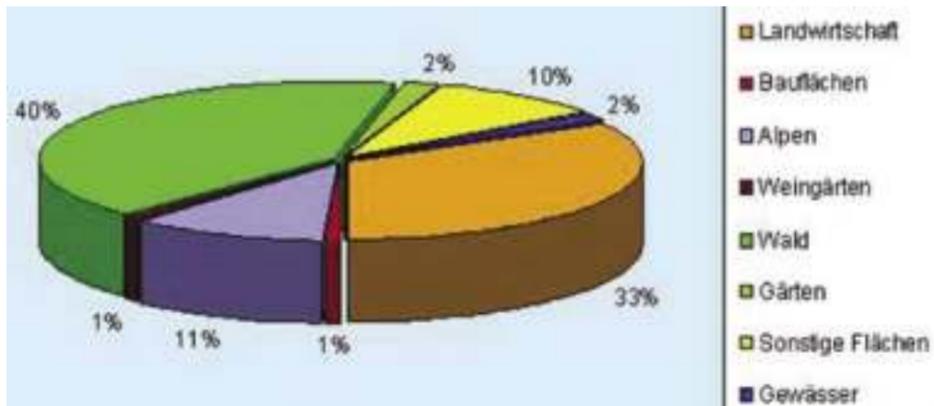
Die Geschichte des Wohnens, wie sie Thoreau in „Walden“ skizziert, geht einher mit einer fortschreitenden Entfremdung von der Natur: „Zuletzt wissen wir gar nicht mehr, was es heißt, in freier Luft zu leben... Es wäre vielleicht besser wenn wir mehr Tage und Nächte verlebten, in welchen uns keine Mauern von den Himmelskörpern trennten ...“¹⁵ Damit beraubten sich die Menschen selbst ihres Glückes, wie Walt Whitman wusste: „Natur, in größerem Zusammenhang betrachtet, schließt Ästhetik, Gefühl, Religion – und menschliches Glück ein.“ Nur „in der Beziehung zum Himmel, zur Luft, zum Wasser, zu den Bäumen“ lasse sich „Glückseligkeit“ entdecken.¹⁶ Deshalb auch gilt Wrights ganze Sympathie dem unter freiem Himmel lebenden Nomaden, der zugleich der „Prototyp des Demokraten“ gewesen sei, während Sozialisten, Kommunisten und Nazi-Mitläufer vom Höhlenbewohner abstammten. So geht der Schritt aus dem „Schatten der Mauer“ in Richtung Demokratie. Wrights organische Architektur nimmt Thoreaus und Whitmans Ruf „retour à la nature“ auf und trägt der Natur in vielfältiger Hinsicht Rechnung: Sie ordnet sich in der Landschaft unter, verwischt die Grenzen zwischen Draußen und Drinnen, öffnet sich Licht und Luft und bietet eine Weiträumigkeit, die den Weiten des amerikanischen Kontinents entspricht. Der Architekt, der sich anschickte, die Zukunft Amerikas zu bauen, versprach die usonische Versöhnung von Mensch und Natur, die schließlich zu einer neuen Selbstvergewisserung des Individuums führt: „Leben, Liebe und ‚Suchen nach Glück‘ ist keine ins Leere stoßende Redensart, keine Irrlicht mehr.“¹⁷

Das Ende des Traums

Oberflächlich gesehen mögen amerikanische Vorstädte heute entfernt an „Broadacre City“ erinnern – aufgelockert, weitflächig und vom Automobilverkehr gezeichnet. Arme und reiche, weiße und schwarze „Suburbs“ zeigen jedoch, dass „Usonian“ noch immer fern ist. Ganz zu schweigen von der Architektur. Geblieben sind Dutzende von einfachen, schönen „Usonian Houses“ und noch mehr glückliche Bewohner. Und das ist mehr als genug.

Heyden, Thomas: Ein amerikanischer Traum,
in: Der Architekt 8/97, S. 485 - 487

- 1 Frank Lloyd Wright: Die Zukunft der Architektur, München 1966, S. 201
- 2 Vgl.: John Sergeant: Frank Lloyd Wright's Usonian Houses. Designs for Moderate Cost One-Family Homes New York 1984, S. 16
- 3 Walt Whitman: Demokratische Ausblicke (1871), zit. Walt Whitman: Ich rufe Erde und Meer an, Freiburg i. Brsg. 1987, S. 106f
- 4 Die Grundrechtserklärung Virginias, 12. Juni 1776, zit. n.: Die Amerikanische Revolution und die Verfassung 1754-1791 Angela und Willi Paul Adams (Hrsg.), München 1987, S. 259
- 5 Frank Lloyd Wright: Modern Architecture (1931) zit. n.: Frank Lloyd Wright: Schriften und Bauten, München 1963, S. 185
- 6 John Adams an James Sullivan, 26. Mai 1776, zit. n.: Die Amerikanische Revolution ... (wie Anm. 4), S. 255
- 7 Frank Lloyd Wright: Usonian. When Democracy Builds Berlin 1995, S. 160
- 8 Frank Lloyd Wright: (wie Anm. 1), S. 200
- 9 Vgl.: John Sergeant: (wie Anm. 2), S. 134
- 10 Richard Guy Wilson: Chicago und die internationalen Arts-and-Crafts-Bewegungen in: Chicago-Architektur 1872-1922. Die Entstehung der kosmopolitischen Architektur des 20. Jhdts. John Zukowsky (Hrsg.), München 1987, S. 219
- 11 Vgl. ebd.
- 12 Henry David Thoreau Walden oder Leben in den Wäldern, Zürich 1979, S. 56f
- 13 a.a.O., S. 40
- 14 Frank Lloyd Wright (wie Anm. 7), S. 98
- 15 Henry David Thoreau (wie Anm. 12), S. 121
- 16 Walt Whitman (wie Anm. 3), S. 121
- 17 Frank Lloyd Wright (wie Anm. 7), S. 157

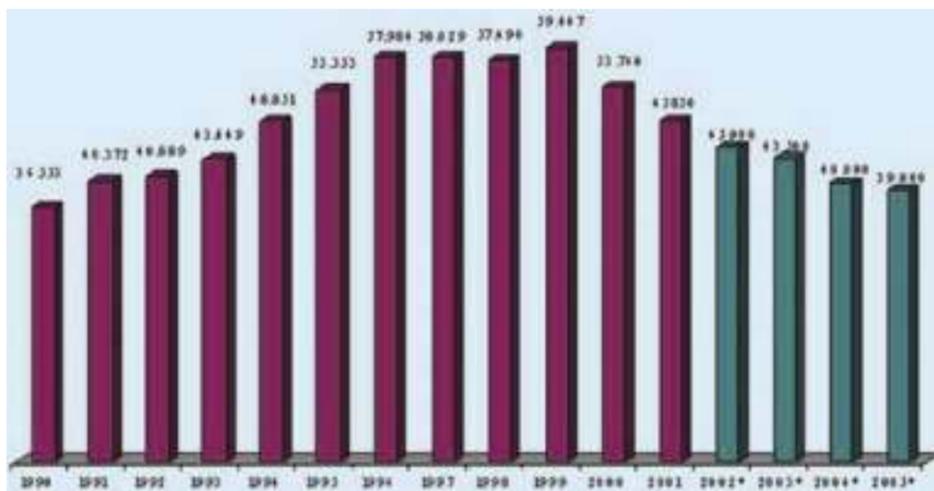


Theoretisch bebaubar: 8 – 10% der Landesfläche

Für Wohnbauten werden jährlich 2,8 bis 3,6 Millionen m² Grund verbaut

Flächennutzung in Österreich

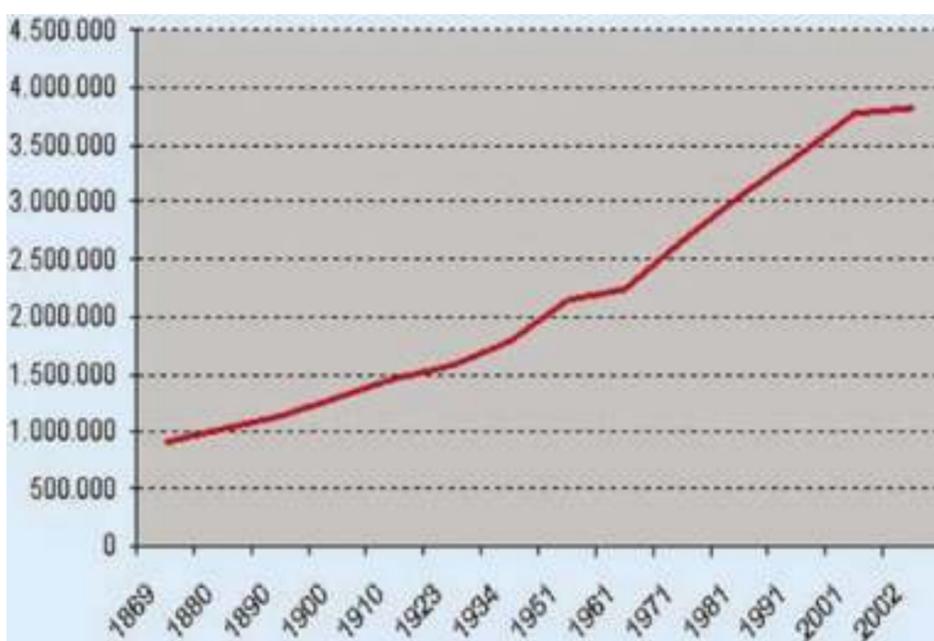
Quelle: S-REAL



Quelle: Statistik Österreich, WIFO, Euroconstruct, Dezember 2002

Fertiggestellte Wohnungen 1990-2005

Quelle: S-REAL



Gut ersichtlich ist die signifikante Aufwärtsentwicklung von 1961 bis 2001.

Entwicklung des Wohnungsbestandes 1869-2002

Quelle: S-REAL

Das ideale Wohnen

Jahr	Familien insgesamt	Ehepaare ohne Kinder	Lebensgem. ohne Kinder	Ehepaare mit Kinder	Lebensgem. mit Kinder	Alleinerzieher(in)
1971	1.929.000	588.000	29.000	1.065.000	23.000	224.000
1981	1.986.000	569.000	49.000	1.079.000	33.000	257.000
1991	2.109.000	600.000	88.000	1.046.000	52.000	323.000
2001	2.277.000	644.000	123.000	1.059.000	59.000	383.000

Starker Anstieg an kinderlosen Ehepaaren, Lebensgemeinschaften ohne Kinder und Alleinerziehern. = Neue Lebensstile

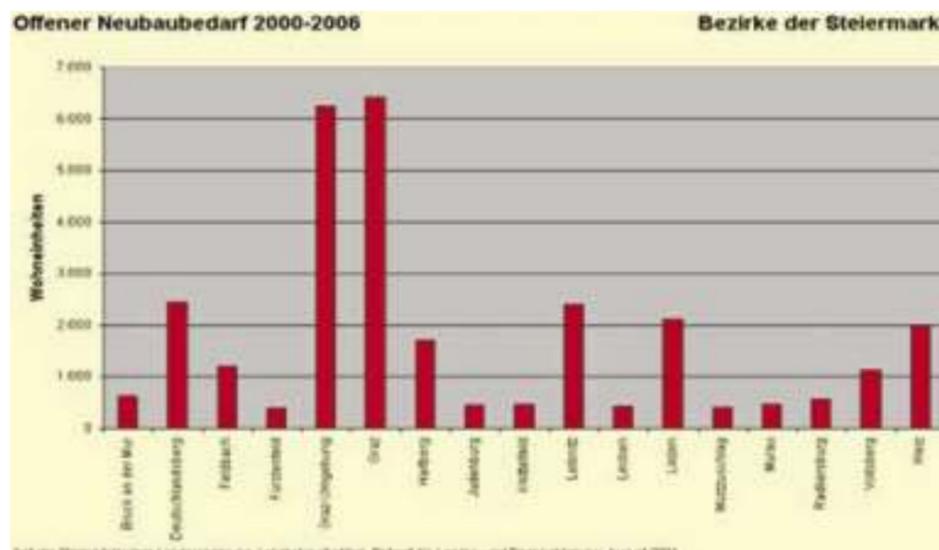
Entwicklung der Familienstruktur 1971 - 2001

Quelle: S-REAL

	1991	in %	2001	in %
bis unter 45 Nm ²	402.216	13	318.700	9
45 bis unter 60 Nm ²	437.048	15	428.100	13
60 bis unter 90 Nm ²	974.681	33	1.090.700	33
90 bis unter 130 Nm ²	751.388	25	876.700	27
130 und mehr Nm ²	402.271	14	584.500	18
Summe	2.967.604	100	3.298.700	100

Hauptwohnsitze nach Nutzfläche 1991 - 2001

Quelle: S-REAL



Offener Neubaubedarf in der Steiermark 2000-2006

Quelle: S-REAL

Das Eigenheim zwischen Öko

1. Die Verdichtung der Innenstädte ist kein Patentrezept

Vor jeder Wahl beginnt öffentlich oder halböffentlich eine Grundsatzdebatte zur künftigen Entwicklung der Städte, besonders zu dem beliebten Thema des künftigen Flächenwachstums und den künftig erforderlichen Subventionen. Auch gegenwärtig prallen Meinungen und Wertungen aufeinander. Die Bundesregierung verkündet in ihren Perspektiven für Deutschland, dass bis 2020 statt 130 nur noch täglich 30 Hektar zur Bebauung umgewidmet werden sollen. In einer breit angelegten Aktion malen die Verbände der Wohnungswirtschaft von den Bausparkassen über den Gesamtverband der Wohnungsunternehmen bis hin zur Bauwirtschaft ein Schreckensgemälde für den Fall, dass die Eigenheimzulage gekürzt oder sogar ganz abgeschafft werden sollte. Für sie ergeben sich „massive Auswirkungen auf Wachstum und Beschäftigung“. Sie warnen: „Würden 50 000 Ein- und Zweifamilienhäuser nicht gebaut, etwa als Folge einer Kürzung der Eigenheimzulage, wären davon jährlich fast 200 000 Arbeitsplätze betroffen.“ Nach diesem kaum mehr steigerungsfähigen Totschlagargument wimmelt es vor weiteren Anklagen: „Beeinträchtigung der Familienförderung, Gefährdung von Maßnahmen zur sozialen Stabilisierung, Missachtung der Nachfragerwünsche“. Gleichzeitig versuchen die Verbände nachzuweisen, dass die Suburbanisierung durch die Eigentumsbildung sich verlangsamt habe.

Im Kontrast zur Hochstilisierung des Wohneigentums zu einem ökofreundlichem Wachstumsmotor schreibt Hanno Rauterberg in der Wochenzeitung „Die Zeit“ eine ganzseitige Zukunftsvision, in der er das gemütliche Häuschen am Stadtrand zum „unheimlichen Heim“ und zur „Ökosünde“ erklärt, das über kurz oder lang unsere Städte entleeren wird. Als Folge werde es Grün „nicht mehr als Landschaft, sondern nur noch als Schrebergarten oder als Golfplatz“ geben. Rauterberg beschwört seine Horrorvision einer Überproduktion am Wohnungssektor auch für westdeutsche Städte nach dem Muster von Schwedt in Ostdeutschland, wo „gerade erst wieder 260 Eigenheime fertig werden, zugleich reißt man in der Stadt einige tausend Wohnungen ab, weil einem zum Leerstand nichts anderes mehr einfallt“. Seine Folgerung: „Wenn wir Ernst machen wollen mit der kompakten Stadt, wenn wir die Zersiedlung beenden und den drohenden Wohnungsleerstand verhindern möchten, dann muss diese Eigenheimförderung umgewandelt werden.“

Damit sind die Propagandapole definiert: Für die einen ist das Eigenheim ökologisch unproblematischer Wachstumsmotor, und die Förderung liefert den Sprit dazu. Für die anderen ist die Eigenheimzulage Verlockung zur Ökosünde, zur Stadtzer-

störung und zur volkswirtschaftlichen Verschwendung durch Wohnungsleerstand und eine Auflockerung der Städte.

Es ist richtig, dass hohe Baudichten zu räumlich kleineren Städten führen. Allerdings zeigen die Märkte nicht nur in Deutschland, dass hohe Baudichten nur in sehr begrenzten Innenstadtbereichen als hochwertig angesehen und akzeptiert werden. Ebendort, wo Dichte kompensiert wird durch die Nähe zu zentralen Einrichtungen und durch Mischung von hochwertigen, anregenden und attraktiven Nutzungen. Leider sind die Innenstadtbereiche, in denen die von Rauterberg sehr verkürzt dargestellten attraktiven Mischnutzungen möglich sind, sehr begrenzt. Schon eine Mischung von modernen Büros mit modernen Wohnbauten wird kaum mehr als attraktivitätssteigernd erlebt. Da es in jeder Stadt nur eine begrenzte Menge von attraktiven Kneipen, Boutiquen, Theatern, Diskotheken, Wochenmärkten oder Luxusläden gibt, sind die hochwertigen Stadträume mit Mischnutzung äußerst knapp. Nur eine Minderheit kann dort leben. Nur ein Bruchteil des Geschosswohnungsbestandes liegt in den vielfältigen Gründerzeitquartieren. Die große Boomzeit des Geschosswohnungsbaus in den Großstädten waren die sechziger und siebziger Jahre - nicht gerade Jahrzehnte eines besonders attraktiven Städtebaus und schon gar keine Jahrzehnte der Mischung.

Es ist unfair und fuhr am Problem vorbei, die zugegeben oft einförmig gebauten Einfamilienhausgebiete einer Mittelschicht, die sich allerdings alle in wenigen Jahren mit einer grünen Hülle umgeben, mit den großbürgerlichen heute aufgewerteten und baulich ergänzten Vorkriegswohngebieten zu vergleichen. Auch die romantischen Mischungsapostel sollten nicht übersehen, dass die Tatsache, dass ein Büroarbeitsplatz nicht stinkt und lärmt, ihn noch lange nicht zu einem besonders attraktiven Nachbarn für Wohnungen macht. Sie sollten auch akzeptieren, dass nicht alles rund um die Uhr lebendig und belebt sein kann. Die meisten Menschen halten sich in den Wohnungen auf, sie verreisen oder frequentieren die typischen spezialisierten Freizeitorte. Im Ergebnis gibt es jeweils völlig zwingend und völlig akzeptabel nur kleine, besonders dafür geeignete Stadtbereiche, die wirklich belebt sind. Die Menschen wissen schon, warum sie in der Masse weiterhin für eine Trennung von Wohnen und Arbeiten optieren, und sie werden auch in Zukunft in den Neubaugebieten die Dichten von Gründerzeitquartieren unabhängig von jeder staatlichen Förderung ablehnen, weil diese Dichten eben nur in eng begrenzten Gebieten Vorteile bringen.

Die in den Städten vorhandenen Flächenreserven sollten besser ausgeschöpft werden. So sollte es systematisch möglich sein, Wohnungen in Büros umzuwandeln, notfalls gegen Zahlung einer Umwidmungsgebühr. Dann könnten Freiberufler im Zweifamilienhaus arbeiten oder eine Nachbarwohnung dazu mieten. Solche Nutzungsmischungen hätten den Vorteil, dass

sie aus dem unmittelbaren Bedarf einzelner Haushalte entspringen und nicht als Ergebnis abstrakter Prinzipienplanungen daher kämen.

Rauterberg verheddert sich noch in einem zweiten Knäuel von Vorurteilen. Seine Klage über die 130 Hektar, die tagtäglich neu versiegelt und „verbraucht“ werden, richtet sich einzig und allein gegen die Eigenheime. Das ist empirisch falsch, aber auch unlogisch. Tatsächlich wurden in den Stadtregionen der Bundesrepublik Jahr für Jahr weit mehr Geschosswohnungen als Einfamilienhäuser gebaut. Bezogen auf die Wohnfläche brauchen städtische Eigenheime allenfalls 20 Prozent mehr Bauland. Im Ergebnis sind zum Beispiel die Siedlungsflächen je Einwohner in Holland bei weit höherem Eigenheimanteil niedriger als in der Bundesrepublik.

Außerdem wäre es unsinnig, das Flächenwachstum der Städte nur den Haushalten anzulasten, die in neu gebaute Wohnungen ziehen. Zusätzliche Neubauflächen werden bei konstanter Bevölkerung logischerweise von jedem verursacht, der seine Wohnflächen steigert, ganz gleich ob er in eine größere Wohnung umzieht oder, was fast noch häufiger ist, in der Familienwohnung verbleibt, wenn die Kinder ausgezogen sind. Der Neubau am Stadtrand ist bei konstanter Bevölkerung immer ein Reflex aller Anspruchssteigerungen und nicht nur von denen verursacht, die neue Wohnungen beziehen. In den nächsten zwanzig Jahren werden die Wohnflächenansprüche der Menschen allein durch die Alterung nochmals um fast ein Viertel steigen, weil die jeweils älteren Menschen in größeren Wohnungen leben. Alterung bedeutet wachsende Städte.

Wer den Neubau am Stadtrand drosseln will, der muss die Steigerung der Wohnflächen je Einwohner verringern. Das würde erfordern, ältere Ehepaare oder Singles dazu zu bewegen, aus ihren großen ehemaligen Familienwohnungen in kleinere Wohnungen umzuziehen. Eine solche Entwicklung kann künftig in gewissem Umfang eintreten. Aber es ist fraglich, ob die mehr als eine Million Singles über Sechzig, die in Einfamilienhäusern leben, bereit sein werden, diese Einfamilienhäuser für junge Familien frei zu machen. Das Wachstum der Städte ist Folge tief verwurzelter Lebensstile und fundamentaler Bedürfnisse der Menschen. Den meisten Menschen sind 300 Quadratmeter eigener Garten wichtiger als viele freie Hektar Wiesen oder Rübenacker.

Auch gibt es nicht genügend Stadtbrache - allenfalls in einigen ostdeutschen Städten -, um den überwiegenden Teil dieses Neubaus darauf unterzubringen. Die Menschen werden auch künftig weiterbauen und ohne schlaflose Nächte mit dem Vorwurf leben, „Ökosünder“ zu sein. Allerdings wird hier oft scheinheilig diskutiert. Mein Eigenheim ist noch ökologisch verträglich, doch dein Eigenheim wird zur ökologischen Sünde. In einem strengen Sinne unmoralisch verhalten sich

sünde und Wachstumsmotor

letztlich alle, die in großen Wohnungen zu mehr als 40 Quadratmeter je Person leben und sich in Zeitungen, Kommissionen oder Parteien für mehr Rationierung von Bauland einsetzen. Die Anhänger einer Rationierung müssen entweder den eigenen Wohnkonsum einschränken oder allen anderen die Flächen zubilligen, die sie sich selbst genehmigen.

Allerdings wird Rationierungspolitik an Boden verlieren, weil die Alterung der Bevölkerung zwischen verschiedenen Kommunen zu einer Konkurrenz um knapper werdende junge Haushalte führen wird. Viele Kernstädte versuchen schon jetzt, möglichst viele junge Menschen in ihren Stadtmauern zu halten. Die Umlandgemeinden, die oft noch rascher altern, werden genauso mit preiswertem Bauland jüngere Haushalte anlocken wollen. Damit sind die ökologischen Argumente nicht widerlegt. Sie sind allerdings weit übertrieben, denn als Folge der langfristig schrumpfenden Bevölkerung in der Bundesrepublik wird sich das Wachstum der Siedlungsflächen verlangsamen und auf lange Sicht in 40 bis 50 Jahren ohnehin zum Erliegen kommen oder sogar wieder umkehren. Die zusätzlichen Flächen, die in den nächsten 20 bis 30 Jahren benötigt werden - vielleicht drei oder maximal vier Prozent der Fläche der Bundesrepublik - lassen sich bei effektiver Planung ohne Mühe und ohne Einschränkung des Naturgenusses zu den gegenwärtigen Baudichten bereitstellen. Planung muss dafür sorgen, dass in den Stadtregionen ausreichende Grünflächen als absolute Tabuzonen von Bebauung freigehalten werden, und die Bautätigkeit ordnen, damit Investitionen jeweils an verkehrsgünstig erschlossenen Standorten konzentriert werden.

2. Die Eigenheimzulage ist kein Luxusgeschenk des Staates

Die deutsche Wohnungspolitik ist seit Jahrzehnten auf Förderung fixiert. Völlig vernachlässigt wurde eine systematische Verbesserung der Angebotsbedingungen. Internationale Vergleiche machen sogar deutlich, dass die hohe deutsche Förderung nahezu sämtlicher Investitionen im Wohnungssektor dazu beigetragen hat, die kostentreibenden Angebotsbedingungen auf Dauer aufrechtzuerhalten. In der Umkehrung folgt daraus, dass ein großer Teil der Förderung bei Mietwohnungen und Eigenheimen in sinnlosen Kosten und überhöhten Bodenpreisen verpufft ist. Angesichts der in Zukunft dramatisch ansteigenden Haushaltsengpässe, die aus der Alterung der Bevölkerung resultiert, werden alle öffentlichen Ausgaben auf den Prüfstand kommen.

Widerstand gegen Haushaltskürzungen wird wenig nutzen, denn der Widerstand gegen Steuererhöhungen wird noch größer sein. Es muss gespart werden - auch im Wohnungssektor.

Dieser Sparzwang wird unabhängig von Wahlergebnissen und Parteien. Fast alle Lobbyisten vertreten dennoch die Strategie: „Wagenburgen bauen und die eigenen Subventionen verteidigen. Dann kommt man zumindest später dran.“ Rational wäre es dagegen, im Wohnungssektor die Chancen zur Steigerung der Produktivität und zur Kostensenkung zu nutzen, um bei allmählich sinkenden Subventionen keine Verschlechterungen in der Wohnungsversorgung und Verringerung in der Eigentumsbildung hinnehmen zu müssen. Der Abbau von Subventionen und die Verbesserungen der Angebotsbedingungen sollten Hand in Hand gehen. Hier wird immer wieder der falsche Eindruck erzeugt, als sei die Eigenheimzulage ein besonderes Luxusgeschenk des Staates. Tatsächlich wird Wohneigentum in der Bundesrepublik seit Jahrzehnten weniger gefördert als Mietwohnungen. Die Mietverbilligungseffekte, die durch steuerliche Abschreibungen, Verlustverrechnung, Sofortabschreibungen von Instandhaltungsaufwand, durch die Förderung des sozialen Mietwohnungsbaus oder das Wohngeld erreicht werden, sind höher als die Entlastungswirkungen beim Wohneigentum.

In den kommenden Diskussionen zur Umgestaltung des Fördersystems im Wohnungssektor sollte klar sein, Eigentumsfreundlichkeit kann nur am Marktergebnis gemessen werden. Die Bundesrepublik ist gemessen an ihren Ergebnissen in der Eigentumsbildung trotz hoher Förderung ein eigentumsfeindliches Land. Hätten in Westdeutschland in den letzten dreißig Jahren die Rahmenbedingungen von Holland oder Großbritannien gegolten, dann gäbe es fünf Millionen zusätzliche Wohneigentümer. Das trotz hoher Förderung magere Ergebnis in der Eigentumsbildung in Westdeutschland geht auf verschiedene Ursachen zurück. Am wichtigsten dürfte die eigenheimfeindliche Haltung der Stadtplanung in allen Stadtregionen sein. Die deutsche Normvorstellung, dass Städte gefälligst aus großen Häusern mit kleinen Wohnungen bestehen sollten, hat in der Konsequenz das Eigenheim in der Stadt knapp und teuer gemacht, so dass es trotz aller Förderung zu einem Luxusgut geworden ist. Nicht irgendwelche marktwirtschaftlichen Knappheiten, sondern Knappheit an bebaubarem Boden haben dazu geführt, dass der Anteil der Geschosswohnungen in Deutschland im europäischen Vergleich Spitzenwerte erreicht. Diese Rationierung folgt einer elitären Position von Meinungsführern, die das Eigenheim zu einer Wohnform für kleinbürgerliche Spießler und ökologische Ellenbogenmenschen machen wollen. Urban, weltoffen oder aufgeklärt kann man offensichtlich nur auf der Etage sein. Dabei ist der Anteil der Eigenheime in der Region London größer als in der ausgesprochen eigenheimfeindlichen Region Stuttgart. Man muss es deutlich aussprechen: Der deutsche Lebensstilpaternalismus, der aus der Rationierungsplanung gegen die Eigenheime und von selbsternannten Lebensstilzensoren bis in die

jüngste Vergangenheit artikuliert und praktiziert wird, sollte aufhören.

Nachfragegerechte Planung, wie sie in Holland über Jahrzehnte praktiziert wurde, würde zu einer anderen Zusammensetzung der Bauformen führen. Die meisten Menschen haben - und das ist millionenfach artikuliert und praktiziert worden - ein fundamentales Bedürfnis nach dem eigenen Haus. Vor allem Familien wollen auf der Erde und nicht auf der Etage leben.

Es gibt keinen rationalen Grund, ihnen das zu verwehren. Es bleibt immer noch eine große Gruppe, die unbedingt innerstädtisch leben will und die Etage akzeptiert. Die Vielfalt der Bedürfnisse wird immer eine Vielfalt der Bauformen und auch der Baudichten hervorbringen. Allerdings ist schon jetzt absehbar, dass der herbeigeplante übergroße Anteil an banalen Geschosswohnungsbauten in deutschen Städten künftig dazu führen wird, dass der Wohnungsbau überwiegend in kleinen Häusern mit wenigen Wohnungen weitergeht, obwohl vielerorts Wohnungen leer stehen.

Es gibt keinen Grund, diese nicht mehr anpassbaren oder nur zu unsinnigen Kosten aufwertbaren Bauten nicht abzureißen. Solche Abrisse stehen weder für wohnungspolitisches Versagen noch für Ökosünden. Sie sind Zeichen eines Fortschritts in der Wohnungsversorgung und dafür, dass in vergangenen Bauperioden viel zu viele Wohnungen an den Wünschen der Bewohner vorbeigebaut wurden. Die Subventionen haben es erleichtert, dass sich abstrakte städtebauliche und architektonische Prinzipien gegenüber den Wünschen durchsetzen konnten. Das führt vielfach, lange vor der technischen Funktionsunfähigkeit, zum frühen und verschwenderischen ökonomischen Ende, denn die Menschen können sich besseres Wohnen leisten und sollten es an hinreichend vorhandenen geeigneten Standorten bekommen.

Den Verbänden muss man bei ihrem vorsorglichen Lamento gegen Einschränkungen der Wohneigentumsforderung entgegenhalten: Wichtiger als Förderung ist eine nachfragegerechte Baulandpolitik, die zu sinkenden Baulandpreisen führt. Gelingt es, die Bodenpreise im Durchschnitt nur um 50 Euro zu senken, dann wäre der Wegfall der Eigenheimzulage schon kompensiert. Mehr Rationalität und Effektivität im Wohnungssektor ermöglichen einen allmählichen Abbau aller Subventionen - bei Mietwohnungen und auch der Eigenheimzulage -, wobei mehr Wohneigentum gebildet werden wird als bisher. Wenn mehr Effektivität zu einem weiteren Abbau der Beschäftigung in der Bauwirtschaft führt, dann ist dies erwünscht. Es kann doch wohl kein rationales Ziel sein, eine bestimmte Zahl von Beschäftigten in der Bauwirtschaft noch dazu bei schrumpfender Bevölkerung zu erhalten.

Zwei große Themen stehen in der Zukunft an: Wohneigentumsbildung und Alterssicherung besser zu verbinden und zu

Das Eigenheim zwischen Öko

stärken sowie die wachsenden Aufgaben des Stadtumbaus in Ost und in West zu bewältigen. Schon in der nächsten Legislaturperiode wird es eine Reform des Riestersparens geben müssen, weil die jetzige Lösung zu kompliziert ist und wahrscheinlich ein Reifall werden wird. In dieser Reform wird das Wohneigentum den anderen Anlageformen gleichgestellt werden müssen. Die Optimierung des Sparens für das Alter ist eben nicht nur eine Portfolioentscheidung zur Optimierung von Vermögensanlageformen. Wohneigentümer sparen mehr als Mieter. Sie sammeln neben dem Immobilienvermögen zusätzlich ein größeres Geldvermögen an. Die Entscheidung für Wohneigentum beinhaltet eine Entscheidung für einen sparsamen Lebensstil. Deshalb sollte die Verwendung der Beträge des Alterssicherungssparens für das Wohneigentum den übrigen Verwendungen gleichgestellt werden.

Die dramatische Regionalisierung der wohnungspolitischen Aufgaben - in München wird es noch mindestens zwanzig Jahre lang Wohnungsmangel geben, während schon jetzt in Leipzig zwanzig Prozent aller Wohnungen überflüssig sind - erfordert eine Antwort des Staats. Statt der vielfältigen Sondersubventionen und Sonderprogramme sollten die Kommunen von Bund und Ländern künftig nur noch eine einheitliche bedarfsorientierte Stadtentwicklungshilfe erhalten, die alle Förderaufgaben abdeckt. Sie kann in der Summe weit geringer sein als die Summe aller bisherigen Förderungen. Sie hätte den Vorteil, dass öffentliche Mittel dorthin gelenkt werden, wo es sichtbares und schädliches Marktversagen gibt. In Leipzig könnten aus dieser Förderung die Eigentumsbildung auf Recyclinggrundstücken oder in modernisierten Altbauten gefördert werden, während in München der Baulandmangel überwunden wird. Die Regionalisierung der Probleme wird den Kommunen eine größere Verantwortung auferlegen. Der Staat sollte sie in die Lage versetzen, dieser Verantwortung gerecht zu werden. Dabei kann das Subventionsvolumen sogar verringert werden. Daraus werden sich keine negativen Auswirkungen auf das Wachstum ergeben, denn die eingesparten Subventionen setzen Kaufkraft bei den Steuerzahlern frei. Wäre es anders, dann wären Subventionen für den Wohnungssektor schon längst als wundersames Perpetuum mobile der Wachstumspolitik anerkannt.

Ulrich Pfeiffer

Mai 2002

empirica paper Nr. 63

<http://www.empirica-institut.de/kufa/empi063up.pdf>

sünde und Wachstumsmotor



Das Haus mit Garten

Der Abschied vom Nicht-Städtischen kann ohne eine Betrachtung des Phänomens Einfamilienhaus naturgemäß nicht erfolgen. Und vorweg: Der Abschied vom Nicht-Städtischen, um sich 100% Stadt zu widmen, wird keinen Abschied vom Haus mit Garten bedeuten, ganz im Gegenteil. Stellt doch gerade das Haus im Grünen ein Symbol für jene Suburbanisierung um die traditionellen Städte dar, welche im ausgehenden letzten Jahrhundert die nunmehr weit fortgeschrittene Entwicklung einer städtischen Agglomeration von Beginn an und vielleicht am sichtbarsten mitgeprägt hat. Und auch jene Begriffe, welche für diese Stadtentwicklung lange Zeit prägend waren, wie etwa Zersiedelung oder Peripherie, beziehen sich unausgesprochen auf das Haus im Grünen, auch wenn diese Begriffe sinngemäß Veränderungsphänomene im größeren Zusammenhang ansprechen, wie einen negativ konnotierten Landschaftsverbrauch im Falle des Begriffes Zersiedelung oder ein neues Komplementär zum Zentrum im Falle des Begriffes Peripherie.

Doch beachtenswert ist der Umstand, dass das Phänomen des gewöhnlichen Einfamilienhauses zwar unter dem Vorwand der genannten gesamtstädtischen Rahmenbegriffe thematisiert wird, die Debatte sich aber sehr oft in einer formalen Kritik am Objekt selbst erschöpft. Die Beschworung des Unterganges der „europäischen Stadt“ im kulturpessimistischen Sinne wird unter anderem gerne mit einem überheblichen oder zumindest belehrenden Verweis auf die einzelnen Highlights des familiären Selbstbaus begleitet, welche sich als zeitloses Erfolgsmodell vor den Toren der Stadt präsentieren. Folgerichtig findet diese formale Kritik am einzelnen Haus entsprechend Eingang in das Fach, wenn etwa in weiten Teilen Österreichs das gemeinte Thema der Zersiedelung und somit das räumliche Problem über Instrumente des Ortsbildschutzes also als formales Problem behandelt wird. Und auch profunde Kenner der Materie über die nationalen Grenzen hinweg sind nicht gefeit vor diesem Dilemma. In einem Interview (1) konstatiert der holländische Architekturhistoriker Bart Lootsma zum Thema des Städtebaues unter anderem eine europaweite Entwicklung in Richtung privatfinanzierter Einfamilienhäuser und teilt somit die Aussagen dieses Artikels, unterstellt aber gleichzeitig dass „die meisten davon ohne Architekten realisiert werden“, was in weiterer Folge widerlegt werden muss.

Dieser immanente Widerspruch sowie die Robustheit dieses Archetyps des privaten Wohnens gegenüber vielfacher Anfeindungen aus den akademisch geführten Debatten der Architekten- und Stadtplanerschaft war Anlass einer bewusst vorurteilsfreien Recherche, dem Phänomen des Hauses im

Grünen gegenüber zu treten. Doch wie also „vorurteilsfrei“ vorgehen bei einem Thema, welches wie wenige andere durchdrungen ist von allen Lebens- und somit Forschungsbereichen, dessen große Komplexität gemessen an seinem vergleichsweise einfachen äußeren Erscheinen, dem Haus mit Garten, seit gut 100 Jahren die Entwicklung unserer politischen, sozialen wie eben räumlichen Gesellschaftsformen so maßgeblich mitbestimmt? Zwischen staatlicher Eigenheimförderung und Pierre Bourdieu, zwischen kompakter Stadt und dem idealen Wohnwunsch von angeblich 75% der mitteleuropäischen Bevölkerung?

Ein Reisebericht aus Europa

Die angesprochene Motivationslage zwischen dem Einfamilienhaus als Partikel in der Stadtlandschaft und als formalem Phänomen sowie die Debatten darüber legten nahe, diese Eckpunkte selbst zum Rahmen zu machen. Die Folge war eine 12.000-km-Entdeckungsreise durch 11 Länder Mitteleuropas, der der Nukleus „Einfamilienhaus“ als Ziel und gleichzeitig als Ausgangspunkt im wahrsten Sinne zugrunde gelegt wurde. Entlang zweier willkürlich festgelegter Linien quer durch Europa wurden die tangierten bekannten und unbekanntesten Stadtlandschaften mit dem Auto auf der Suche nach offensichtlich neueren Häusern durchstreift. Mit einer Pocketkamera wurden die so zufällig aufgespürten über 400 anonymen Beispiele aus jeweils vier Perspektiven, von der Einbettung in der Umgebung über Schräg- und Frontalaufnahme bis zu einem charakteristischen Detail dokumentiert. Parallel dazu wurden Gespräche mit einschlägigen nationalen Experten geführt, um den jeweiligen regionalen Entstehungsprozessen und Traditionen bei der Verwirklichung des Traumes vom eigenen Haus auf die Spur zu kommen.

Gemeinsam mit dem Auftreten dieser neuen Häuser in kommerziellen wie pädagogischen oder fachlichen Medien wie Katalogen, Zeitschriften, TV- und Radiospots wurden 120 ausgewählte Beispiele von Haus mit Garten aus den elf Ländern Europas schlussendlich in einer dokumentarischen Diaton-Text-Installation sowie in einem Katalog im Rahmen des Kunstfestivals „steirischer herbst“ veröffentlicht. Unter dem Titel „Heimlich / Eine Forschungsreise nach dem Traum vom eigenen Haus“ (2) brachte dieser dokumentarische Reisebericht empirisch auch wesentliche Erkenntnisse zum besseren Verständnis der angesprochenen Motivationslage und dem Zustandekommen eines unbestrittenen Idealtyps.

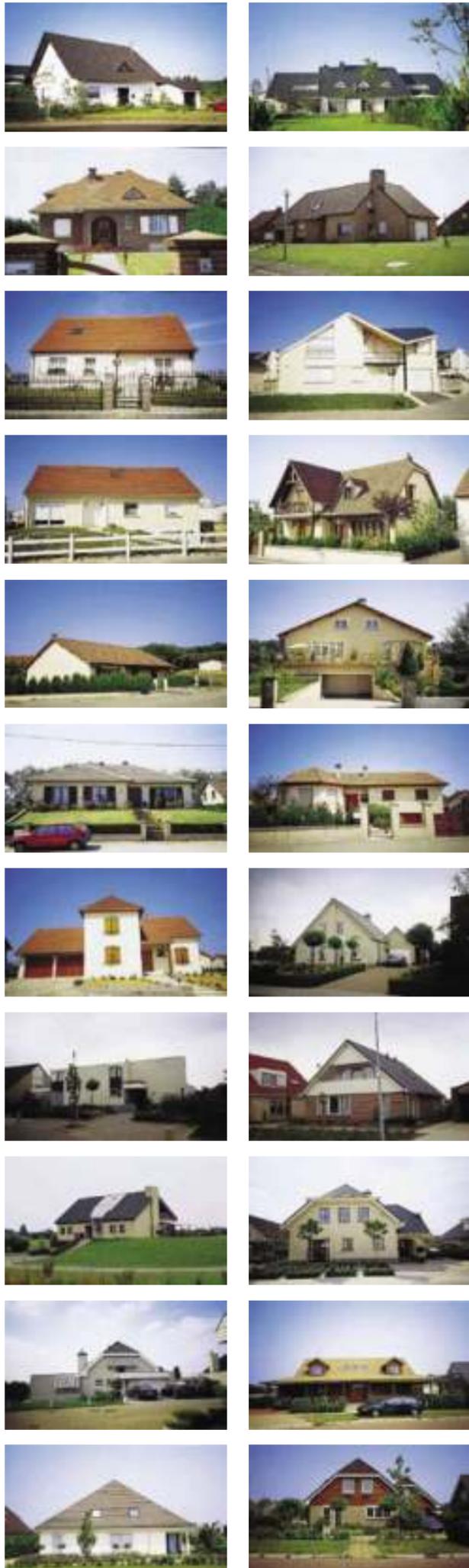
Eine perfekte Location

Im formalen Bereich zeigt der Blick auf die Häuser selbst eine grundsätzlich andere Ästhetik als noch jene, welche sich uns aus den 70er Jahren ins Gedächtnis schrieb. Im Vergleich zu



Das ideale Wohnen

Ein Europa der Einfamilienhäuser | Harald Saiko



früher eher „eigengestalteten“ Häusern, könnte die Charakteristik der neuen Häuser vielleicht mit der Schaffung eines perfekten Ambientes in perfekter Ausführung beschrieben werden, quasi einer perfekten Location. Gemeint ist damit eine Homogenität, die die älteren Beispiele mit ihren an- und eingefügten Versatzstücken vermissen lassen, wo das Selbstgemachte spürbar bleibt. Das Zustandekommen dieses nunmehr geglätteten Äußeren könnte sich nach genauerem Hinsehen über das Detail erschließen: Kleine Kellerfenster mit Sprossen- teilung, zwischen den Schichten der Fassaden verschwundene Rollläden ohne sichtbare Kästen und Führungen, farblich abgestimmte Innenschalungen von Dachüberständen erzeugen durch die Ausprägung der einzelnen Details und deren Fügung eine homogene Erscheinung ohne Brüche und Körperhaftigkeit. Einer Haut gleich, erinnert dieses Äußerliche an die Ästhetik der Bausätze von Modelleisenbahnhäuschen mit ihren dünnen, gestanzten Teilen in bunten Farben.

Dem Bild dieses Bausatzes entspricht auch die Beobachtung des Bestandes eines Bilddepots über die nationalen Grenzen hinweg, in dem ohne erkennbare Ordnung Zitate gelagert werden. Die Baugeschichte bis hinauf zur Moderne, Traditionen verschiedenster Regionen dienen als Katalog zur Entlehnung. Der Einzelne einer immer breiter werdenden Mittelschicht kann mittels bildhafter Fragmente die individuell beste Lösung seines gewünschten und leistbaren Ambientes, das Haus mit Garten, zusammenstellen. Der Bildspeicher der Medien, der Urlaubsreisen, der gebauten neuen und alten Häuser vergrößert sich dabei ständig um die ursprünglich aus ihm entnommenen und neu arrangierten Vorbilder, was die tendenzielle Angleichung der Bilder verstärkt.

Eindrucksvoll bestätigt die Reise, dass das Zustandekommen des Äußerlichen dieser Häuser keine nationalen Grenzen kennt, wenn die 120 ausgesuchten Beispiele vergleichbar nebeneinander gestellt werden: Natürlich kann ein regional traditioneller Typus als Vorbild dienen, sei es das Bauernhaus mit Giebelverschalung und Krüppelwalm, doch kann es genauso gut 1000 km entfernt in gleicher Form aufgespürt werden. Andererseits können aber auch nicht regionale Typen als Vorbild dienen, wie z.B. der eingeschossige Bungalow aus der Moderne oder der miniaturisierte Herrschaftssitz mit Mansarddach, wie sie entlang der Linien durch 11 Länder Europas immer wieder vorgefunden wurden.

Das selbstgemachte Ideal

Der entstehenden Gefahr der Entindividualisierung des Bildes und damit des persönlichen Ambientes durch diese latente Angleichung ist sich das europäische Individuum offensichtlich (unterbewusst) bewusst. Nur logisch ist also die Reak-

tion, dass identitätsstiftende Mitbestimmung und neue Formen der Eigenleistung diesen Mangel kompensieren sollen. Der Self-Made-Trend ist also nicht mehr nur Eigenleistung als Kostenersparnis sondern Teil des Life Style und macht manuelle Mitarbeit zur Freizeitbetätigung aller, auch gehobener sozialer Schichten. Diese Vermutung wurde vom Marketingchef eines internationalen Baumarktkonzerns auch bestätigt, bis hin zur Aussage dass laut Marktforschung neuerdings Frauen die am stärksten wachsende Zielgruppe bei der Verwirklichung des Traumes vom eigenen Haus und folglich des Baumarktkundenkreises sei.

Dass die so entstandene Kombinatorik vorgestanzter Elemente aus einem universalen Hausbaukasten nicht nach baukünstlerische Originalität im herkömmlichen Sinn strebt ist klar. Es dürfte sich dabei vielmehr um die materielle Verwirklichung einer Bedürfnislage handeln, die im gesamtgesellschaftlichen Maßstab wirkt und auf Abgrenzung bei gleichzeitiger Einbettung zielt. Man bewegt sich also in einem Paradigma bewährter Gestaltungsmittel wie Tektonik, Fassadenoberflächen etc. und verlagert die Formulierung individueller Abweichungen auf das Arrangement von – selbstgemachten - Details, wobei der Vorgarten genauso dazugehört wie das immer beliebtere Biotop.

Die Produktion des Bildes

Der Hinweis über das Zustandekommen des „formalen Projektes“ durch vermehrtes Self-Made verweist auf eine weitere beiläufige Erkenntnis aus der Erkundungsreise, welche im ersten Moment nicht weiter verwundert: In seiner europäischen Variante ist der Vorgang des Hausbaus kein einheitlicher!

So sind zum Beispiel Fertighäuser ein rein skandinavisches und erst seit Mitte der 70er Jahre ein quantitativ relevantes Phänomen im deutschsprachigen Raum, in anderen Ländern wie etwa den Benelux-Staaten oder auch Frankreich existieren derartige Firmen schlichtweg überhaupt nicht. In diesen Ländern herrschen dafür Häuser von Generalunternehmern als Träger von Planung und Ausführung im herkömmlichen Sinn vor, in den Reformstaaten finden sich noch archaische Eigenbaumodelle, wo aber die Vorbilder des angrenzenden „Westen“ diffundieren und nachgebaut werden. Recherchiertes Faktum ist jedoch, dass ein großer Teil dieser Organisationsformen sich ausgebildeter und befugter Architekten bei der Planung der Häuser bedient, bis hin zum belgischen Modell, das die Planung jedes (!) Eigenheimes durch einen Architekten zwingend vorschreibt. Ein Umstand, der von der Architektenschaft anderer Länder heftig gefordert wird, jedoch bei Ansicht der Ergebnisse zu keinen erkennbaren ästhetischen Auswirkungen oder gar qualitativen Unterschieden im Ver-

gleich der untersuchten Länder zeigt.

Dieses Faktum darf als Hinweis gelten, dass das Ideal des Wohnens als Bild bzw. Wunschvorstellung ein derartig persönliches Motiv darstellt, welches durch rationale Argumentation oder Veränderung der Planungs- und Produktionsstruktur allein nicht beeinflusst werden kann. Doch die Suche nach dem goldenen Vlies der Erkenntnis, wie denn die 75% von ihrem Vorhaben Häuslbauer zu werden abgebracht werden könnten, verlässt den Pfad der eingeschlagenen Entdeckungsreise.....

Was von der Reise zu den Häusern berichtet werden kann, ist der Umstand dass sich die individuellen Lösungen des Hauses mit Garten einander im Ergebnis oft zum Verwechseln ähneln und diese fertig gestellten Eigenheime in ihrer Homogenität kaum mehr Rückschlüsse auf die Entstehungsart zulassen. Sichtbar werden die kulturspezifischen Unterschiede immer geringer, verschwinden zusehends unter dem Mantel einer gemeinsamen Produktions-, Vermarktungs- und Informationsstruktur mit dem gemeinsamen Ziel der Idealerfüllung. Als einzig verbindendes Merkmal der Baudurchführung kann wenn überhaupt eine Verschiebung von den tradierten zahlreichen Akteuren gesehen werden, hin zu immer häufiger auftretenden Developer-ähnlichen Organisationsformen einerseits und deren Konsumenten andererseits. Das ursprünglich arbeitsteilige Vorgehen beim Hausbau verdrängend, verstärkt diese Methode natürlich nochmals die angesprochene Angleichung, egal ob es sich um eine vom selben Produzenten aufgeschlossene und mit Fertighäusern bebaute Wohnstraße in Österreich oder vom gleichen Systemeubouw errichtete Dörfer in der Randstad Hollands handelt. Es liegt nahe, dass diese Produktionen in ihrer ökonomischen Optimierung einerseits und in ihrer ästhetischen Wunscherfüllung andererseits keine großen Abweichungen vom allgemeingültigen Standard zulassen, aber durch ihren Multiplikationseffekt die permanente Veränderungen desselben beschleunigen.

Netzwerk Stadt

Wohnbau dieser Art, Additionen oder Gruppierungen neuester Einfamilienhäuser, weisen aber auch ganz deutlich auf eine andere Ebene, nämlich seine Positionierung. Denn folgt man der Logik der Entdeckungsreise hin zum einzelnen Haus, so werden die Spuren der Einbindung dieser Häuser, die Straßen, die Infrastrukturen, sowohl die Sichtbaren wie auch die Unsichtbaren, also letztendlich dem Beziehungsgeflecht der Stadt augenscheinlich und selbstverständlich.

Ein Initialpunkt dieses Erlebens war ein Partikel in der Landschaft Belgiens, das Austausch und Überlagerung von urbanen Funktionen mit landschaftlichen Bildern besonders deutlich macht: In bewaldeten Hügeln südlich von Waterloo - in

erheblicher Entfernung von ca. 50 km zur Hauptstadt Brüssel - verbirgt sich abseits einer kleinen Straße eine äußerst luxuriöse Ansammlung von Häusern mit Garten. Rund zwanzig repräsentative Gebilde entlang eines geschwungenen Weges beherbergen den an den Zäunen befestigten Schildern nach hohe Beamte und Botschaftsresidenzen. Die bloße Existenz einer nahen Autobahnauffahrt ist Symbol einer Vernetzung, die aber vor allem unsichtbar in Form der Telekommunikation gegeben sein muss, die diese Lage so wichtiger Entscheidungsträger in unberührter ländlicher Umgebung ermöglicht. Dass die Möglichkeit solchen Austausches nicht an finanzielle Potenz allein gebunden ist, zeigt ein anderes entdecktes Beispiel aus Holland: Aus Kostenersparnis bauen sich dort deutsche Bundesbürger ein Haus mit Garten, arbeiten aber weiterhin in der Stadtlandschaft Ruhrgebiet, wiederum ist nur die Autobahn die sichtbare Verbindung zwischen den beiden „Heimaten“ dieser Menschen.

Jedenfalls können die auseinander gedrifteten Funktionen, in diesen Beispielen jeweils Arbeiten und Wohnen, nicht mehr im Netz einer klassisch gedachten europäischen Stadt gesehen werden sondern erfordert eine Sichtweise von Stadt, wie sie durch die vorliegende Textsammlung gefördert werden soll. Eine Sichtweise welche für denjenigen ganz von selbst eintritt, der ein städtisches Europa „erfährt“, wie man es sonst als Tourist oder Geschäftsreisender zwischen Stadtzentren und den ausgewählten Zielpunkten der Flughäfen, Firmensitze oder Universitäten nicht zu Gesicht bekommt. Es ist also weder eine Altstadt mit ihren angrenzenden, weniger homogenen Erweiterungsquartieren in Sicht noch die Metropole des Fritz Lang. Es ist die vertraute Stadt der Einfamilienhäuser und am Weg zu ihnen die vertraute Stadt der Einkaufszentren, der Hallen von Gewerbeparks und Fitnesscenter, der McDrives und Blumenstände, der Autohändler und Baumärkte, der Wiesen mit Kühen und Restflächen - über Stunden und Stunden und tausende Kilometer.

Das Haus im Mittelpunkt

Natürlich stellt sich während der Wahrnehmung, meist aus dem Blickwinkel des Autofahrenden, wieder und wieder die Frage, wie diese Abfolge von physischen, sozialen, kulturellen, ökonomischen Komponenten in verschiedenen Maßstäben figuriert und im Raum realisiert Stadt sein kann, nachdem ihre dreidimensionale Verwirklichung in ihrer Heterogenität eine solche im klassischen Verständnis nicht zeigt. Hilfreich bei der Suche nach einer Struktur kann dabei F.L. Wrights Idealstadtentwurf „Broadacres“ aus der ersten Hälfte (!) des Jahrhunderts sein, der die hier besprochene Entwicklung prophetisch vorwegnimmt - wenn auch in seiner amerikani-



Das ideale Wohnen

Ein Europa der Einfamilienhäuser | Harald Saiko



schen Variante und mit teils anderen Motiven als Hintergrund: „Das wahre Zentrum, die einzige zulässige Zentralisierung in der Demokratie Usonias, ist das einzelne Haus.“ (3) schreibt Wright zu diesem Projekt, und meint damit, das Einfamilienhaus aus seiner Abhängigkeit von der Stadt zu befreien und zum Mittelpunkt des Lebens zu machen. Und das funktioniert allemal, auch als Fremder irgendwo zwischen Maribor und Almere, wenn man beim Cruisen in irgendeiner Stadt agglomeration wieder einmal bei einem Haus mit Garten angekommen ist, vorbei an den notwendigen Komponenten des europäischen Alltagslebens.

Denn nimmt man dieses Haus als Ausgangspunkt, als Mittelpunkt der darin lebenden Stadtbewohner, kann die Struktur, das Funktionieren dieser Stadt frei nach Robert Fishman an deren täglichen Handlungen nachvollzogen werden. Die Bewohner schaffen sich ihre Stadt anhand der Ziele, die sie innerhalb einer zumutbaren Zeit erreichen können. Das Muster, das diese Zielpunkte bilden, stellt für die betreffenden Personen „die Stadt“ dar. Je größer die Zahl der Zielpunkte, um so reicher und vielfältiger ist die „Stadt“ für die Bewohner, diese Stadt ist eine Stadt à la carte.

Und diese Stadt ermöglicht naturgemäß für viele Lebensbereiche ideale Möglichkeiten zur Verwirklichung individueller Lösungen: So kann der Gewerbe- oder Industriepark auf der grünen Wiese Hallen nach neuesten Erkenntnissen der Effizienz errichten und erweitern ohne vom Platz her eingeschränkt zu sein, die Lage wird nicht mehr von den wenigen Eisenbahnlinien bestimmt, sie kann irgendwo entlang der unzähligen Straßen gewählt werden. Das gleiche gilt analog für Einkaufszentren, Büroparks etc. also fast alle bisher sehr städtischen Funktionen, bis hin zum Wohnen, wie die eingangs erwähnten Beispiele aus Belgien und Holland beweisen, wo sich Einzelne aus völlig gegensätzlichen Motiven das Haus im Grünen als individuell beste Lösung des Wohnens gewählt haben. Die Freiheit, nach persönlichen Möglichkeiten sowie den vorhandenen Angeboten und Attraktivitäten einen eigenen Standort des Wohnens in der Stadt à la carte zu wählen und diesen Wunsch mit individueller Bildgestaltung zu verbinden, macht die Variante des Hauses mit Garten sicher auch in Zukunft für sehr viele Lebensstile zum idealen Wohnen in der Stadt.

100% Stadt

Die folgende Fragmentierung der Stadt(landschaft) ist hinlänglich bekannt, die Randbedingungen als Voraussetzung ebenso: Vorhandensein von Infrastruktur und Verkehrsanbindungen, eine bestimmte Attraktivität von Lage in Bezug auf Ressourcen, Ort, Naturraum usw. und letztendlich eine jeweils adäquate Möglichkeit Grundstücke zu erwerben und zu

bebauen. Lokale sozialökonomische wie rechtliche Faktoren bestimmen das wie, wann und wie schnell. Und an den angesichts dieser schnellen Entwicklungen wohl allzu rational gedachten Zeigefinger der Bodenverknappung glaubt man nicht mehr, fährt man durch das Europa der Einfamilienhäuser und sieht man wie viel Platz dafür noch vorhanden ist.

So klischeehaft diese Zusammenhänge sind, so einfach das Funktionieren zu sein scheint, so ausgedehnt diese städtischen Flächen und so bevölkerungsreich diese Agglomerationen in Europa bereits heute sind und so selbstverständlich und vertraut diese Städte einem erscheinen, wenn man sie durchfährt - so viel Unverständnis und Unsicherheit lösen sie bei der Frage nach deren „planerischer“ Bearbeitung oder Steuerung aus. Zwischen einem resignativen oder abwertenden Laissez-Fair außerhalb der Zentren und dem nicht zu gewinnenden Kampf um die kompakte Stadt in Konfrontation mit einer natürlichen Entwicklung rund um sie herum finden sich Politiker wie Architekten und Stadtplaner oft gemeinsam in einem schwankenden Boot.

Vielen Passagen dieser Publikation beschäftigen sich mit dieser nicht umkehrbaren Entwicklung unserer Städte und versuchen zuallererst die Logik dieses Prozesses verständlich und nachvollziehbar zu machen um somit eine natürliche Sichtweise auf eine neue, größere und vielfältigere Stadt zu ermöglichen. Eine Reise als fiktiver Bewohner vom eigenen Stadtzentrum aus, dem Haus mit Garten, zu den täglichen Zielen der städtischen Agglomerationen erleichtert diese Sichtweise ungemein.

Das neue Europa der Einfamilienhäuser findet man nicht nur in den dezentralen Städten des Ruhrgebietes oder in der Randstad Hollands, in der Region Stuttgart oder Sopron - es kann genauso gut in Grazland zwischen Andritz und Wildon gefunden werden, einer 100% Stadt übrigens.

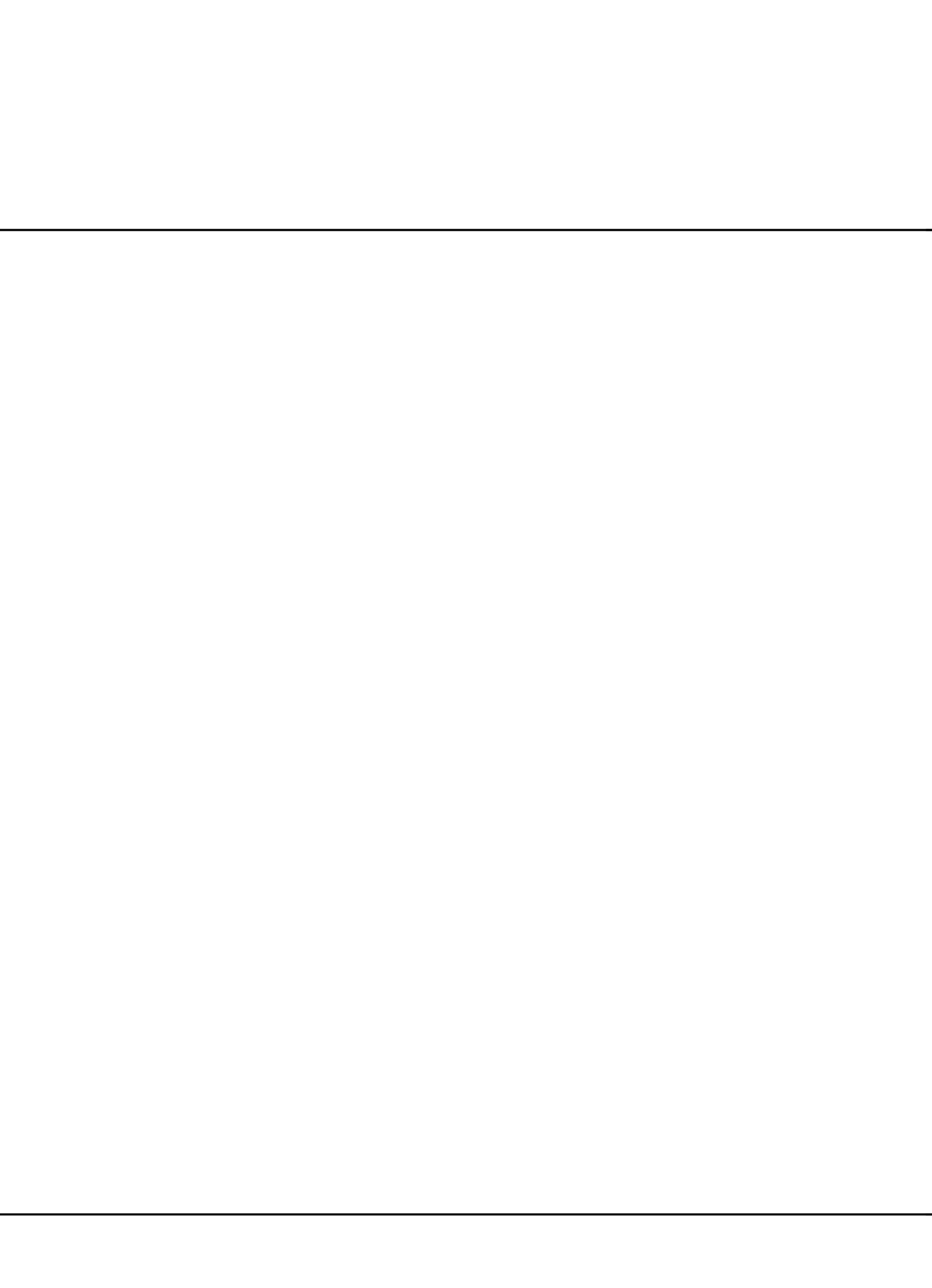
(1): „Blicke über den postmodernen Tellerrand“ Architektur & Bau Forum 07 / April 2003

(2): „Heimlich / Eine Forschungsreise nach dem Traum vom eigenen Haus“ – Harald Saiko & János Kárász – Katalog im Verlag HDA

(3) „Usonien – When Democracy Builds“ Frank Lloyd Wright







***Neues
Wohnen
für neue
Lebensstile***

***Nach der Grazer Schule
Vor einem neuen Prozess***

Lokalität

Die regionale Situation am Standort Graz sowohl betreffend Wohnbau wie auch Stadtentwicklung ausserhalb des historischen Kerns ist in den letzten Jahren von einer weitgehenden inhaltlichen Stagnation geprägt.

Verschärft wird dieser Zustand durch aktuellste Entwicklungen bei den Rahmenbedingungen: Dazu gehört etwa eine massive Einschränkung von Fördermitteln bei gleichzeitig sinkendem Bedarf im Bereich des Wohnbaumarktes, was dazu führt dass die beherrschenden gemeinnützigen Genossenschaften noch weniger risikofreudig sind und ein Depot von bestehenden geförderten Planungen abarbeiten.

Auf Seiten der Stadtentwicklung eskaliert der latente Konflikt der Stadt Graz mit den prosperierenden Umlandgemeinden neuerlich aufgrund eines im März 2003 eröffneten riesigen Shopping-Centers auf der grünen Wiese in der Nachbargemeinde Seiersberg. Das parallele Zusammenbrechen des Stadtbudgets lässt aber von Seiten der Kernstadt keinen Spielraum zum Gegensteuern, etwa in Form von eigenen Förderungen oder aktiver Grundstückspolitik.

Ursprünglich für eine Qualitätssicherung gedachte regulative Instrumente und Gremien sowohl in Wohnbau wie Stadt- und Raumplanung sind längst ihrer Grundlagen entzogen, sind aufgrund ihrer gesetzlich gesicherten Beharrlichkeit aber noch voll funktionsfähig. Durch den fast unumgänglichen und verkrusteten Ablauf frieren diese Strukturen den status quo weiter ein und erschweren so wohl gegen ihren eigenen Willen jede Innovation oder nur schrittweise Veränderung.

In diesem Sinne hat sich der noch vor wenigen Jahren als Ursprung des steirischen Architekturphänomens gehandelte Wohnbau nunmehr völlig jedem Diskurs und auch der regionalen Fachöffentlichkeit entzogen und findet quasi hinter verschlossenen Türen statt.

Demgegenüber stehen zwar einige zarte Ansätze, etwa ein privater bedarfsorientierter Bauträgermarkt im Wohnbau oder erste Reformschritte in der Grazer Stadtverwaltung, jedoch befinden sich diese Ansätze noch in einem frühen Entwicklungsstadium und können noch nicht jene Kraft entfalten, die zu einer nachhaltigen Trendwende notwendig wäre.

Stadtteilentwicklung auf Basis räumlich-funktionaler Zusammenhänge
Wohnbedarfsanalyse durch regionale Lebensstilerhebung auf wissenschaftlicher Basis
Bewertungsmechanismus zur Erstellung konkreter Anforderungsprofile f. d. lokale Situation
Abgestimmte Angebotsbausteine als marktfähige, innovative + realisierbare Wohnprototypen
Aufbau einer nachvollziehbaren und marketingfähigen Argumentationskette

Ein Modell

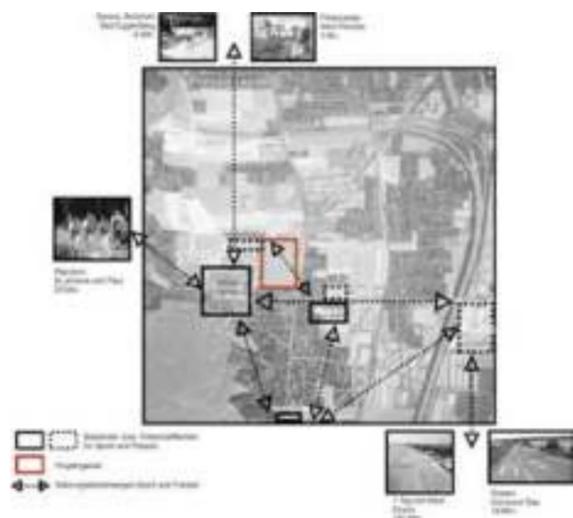
Lokalität

Stadtentwicklung

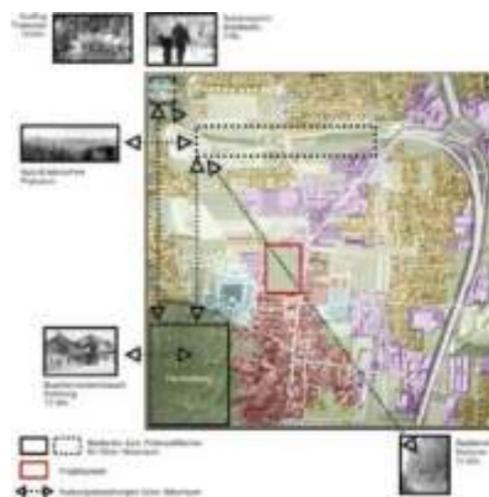
Räumlich-funktionale Analyse der Potenziale
zur Entwicklung von Leitideen und Handlungsempfehlungen

Offene und flexible Leitideen für die neuen Stadtteile und ihre Bereiche bündeln die öffentlichen Interessen und Wunschvorstellungen zu einer thematischen Handlungsempfehlung. Ohne einschränkende planerische Festlegungen ist die gewünschte Entwicklungsrichtung ableitbar und kann zum Zeitpunkt einer Realisierung adäquat und in Abstimmung mit dem Projektgebiet konkretisiert werden.

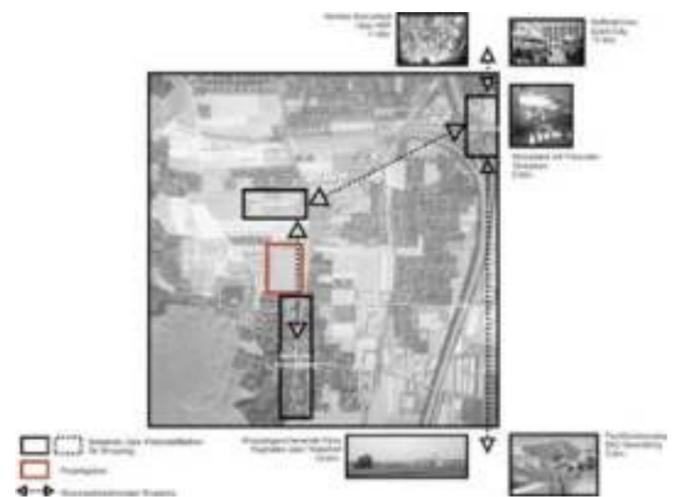
Erkenntlichmachen von Potenzialen



Erkenntlichmachen von Potenzialen



Erkenntlichmachen von Potenzialen



Eine Hinwendung zu einer aktiven Stadtteilbetreuung muss ein flexibles Instrument sein um gewünschte Entwicklungen zu initiieren. Die privaten und öffentlichen Interessen müssen schnell und effektiv in eine gemeinsame Entwicklungsstrategie einfließen, bevor die Ergebnisse in Regulative oder Planungen gegossen werden.

Anlassbezogen wird der betroffene Bereich nach seinen verschiedenen räumlichen, funktionalen und emotionalen Faktoren untersucht um Qualitäten und Defizite zu erkennen. Diese integrative Bewertung der räumlichen, funktionalen und emotionalen Faktoren und Potenziale erfolgt unter Einbeziehung verschiedener fachlicher Experten. Wünschenswerte übergeordnete Ziele wie Durchlässigkeiten, Abschirmungen, Einbindungen usw. werden vom räumlich-funktionalen Stadtteilmanagement in einem offenen und permanent moderierten Prozess unter Einbeziehung der betroffenen Anspruchsgruppen und in Abstimmung mit der übergeordneten Verwaltung zu einer Leitidee formuliert.

User

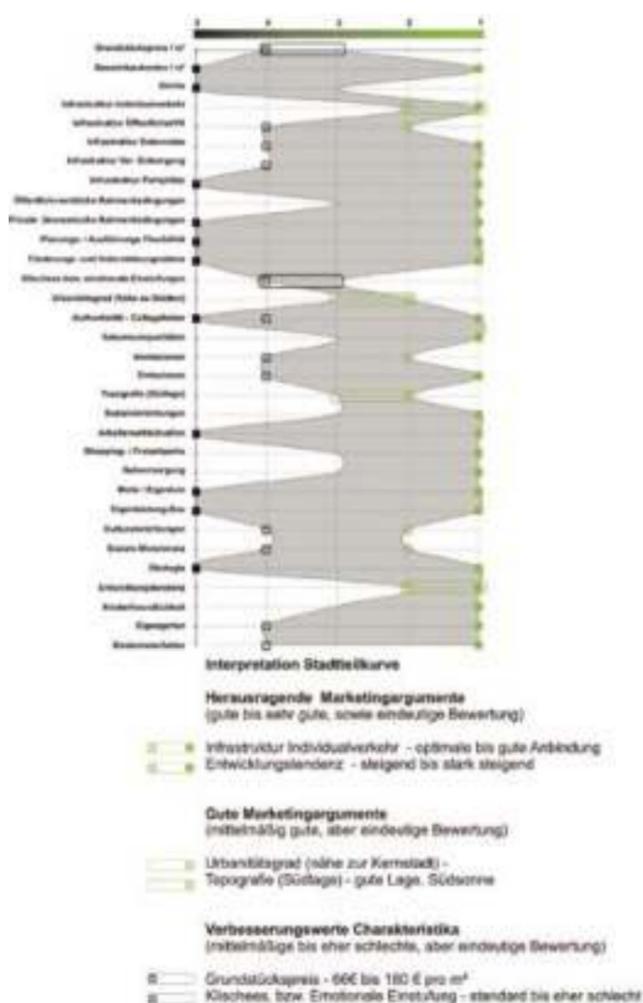
Von (wenigen) sozialen Schichten zu einer Vielfalt an Lebensstilen

Gesellschaftlicher Wandel führt zu sozialer Heterogenität und Komplexität und somit zur bekannten Fragmentierung der westlichen Gesellschaft. Dabei lassen globale Phänomene und regionale Eigenheiten lokale Akteure – die User – entstehen.

Lebensstile

In Lebensstilgruppen werden 'Gleichgesinnte' zusammengefasst. Sie sind geprägt durch eine ähnliche Werthaltung, Moralprinzipien und Lebenskonzeptionen. Dabei sei nochmals betont, dass diese natürlich nicht gänzlich unabhängig von der Schichtzugehörigkeit sind, dennoch können sich Lebensstilgruppen über mehrere Schichten ausdehnen und so umfassendere Milieus ergeben.

Raum / Funktionsprofil - User



Ein Modell

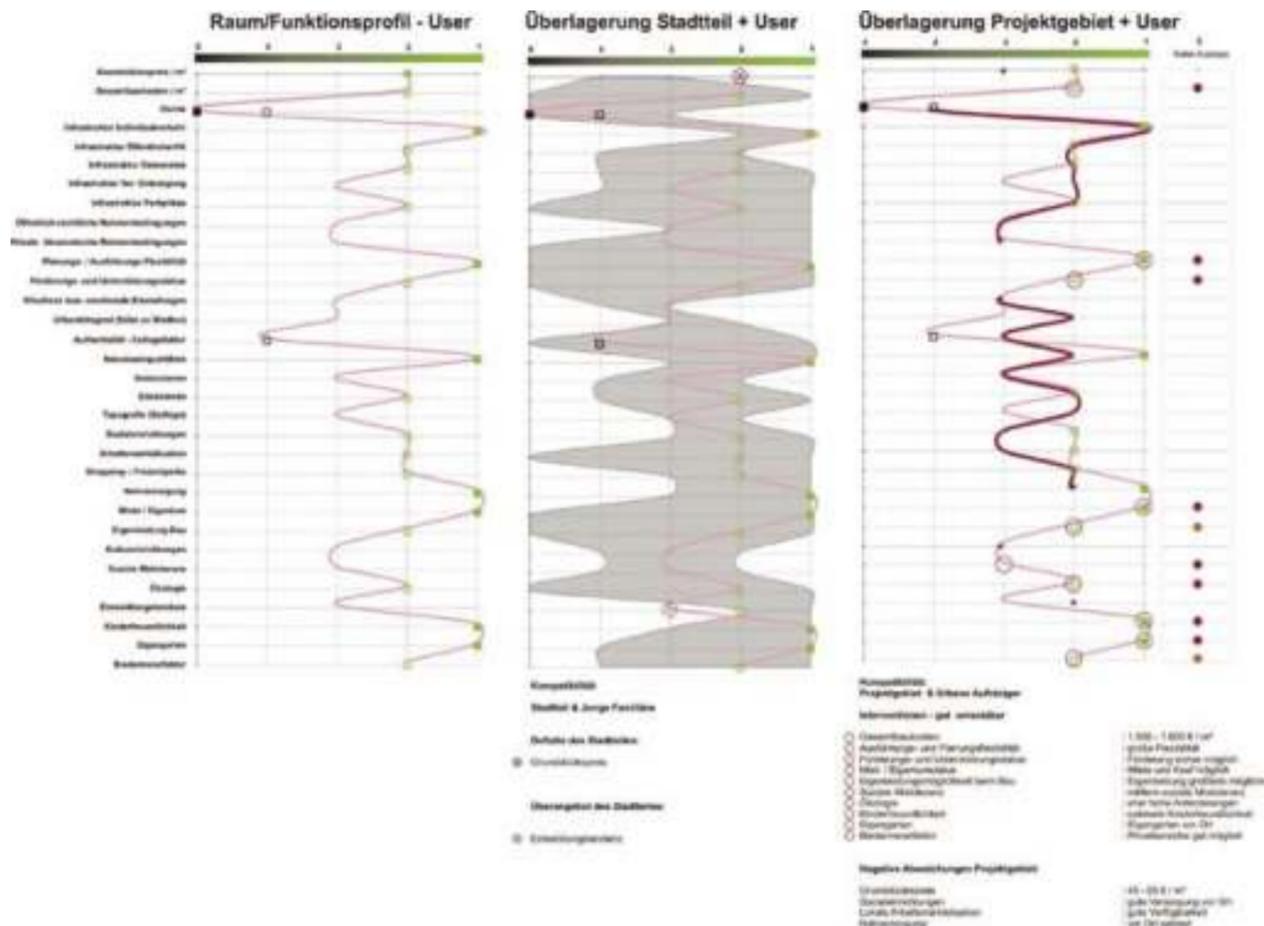
Zielgruppen

Kompatible Lebensstile – Erreichbare User als potenzielle Konsumenten

Der Lebensstilansatz bietet ein Orientierungsschema zur Interpretation und Prognose von individuellem Verhalten, Zielen und Motivationen. Auch auf dem Immobilienmarkt ist die Berücksichtigung dieser Tatsachen zu einem erfolgsentscheidenden Kriterium der Planung und Vermarktung geworden. Um Projekte erfolgreich am Markt platzieren zu können, ist das Wissen um die rationalen und emotionalen Kriterien, nach denen der potenzielle Kunde seine Kaufentscheidung trifft, erforderlich. Bedürfnisse und Wünsche der potenziellen Kunden sollten bereits in die Planung miteinfließen, wofür detaillierte Informationen erforderlich sind. Deswegen wurden von uns in einem ersten Schritt relevante Lebensstilgruppen für den Standort in Graz identifiziert. Die-

Die Überlagerung der erhobenen Wunschvorstellungen (Raum/Funktionsprofil) der ausgesuchten Usergruppen mit den bewerteten Faktoren und Potenzialen von Stadtteil- und Projektgebiet zeigt Übereinstimmungen und Diskrepanzen von Bedürfnissen und grundsätzlichen Möglichkeiten. Diese Überlagerung ist die Basis für das Entwurfsprojekt, wo Qualitäten verstärkt oder Diskrepanzen minimiert werden können. In der Darstellung und Praxis von Verkauf und Marketing kann zielgruppenorientiert auf Basis nachvollziehbarer Faktoren agiert werden.

Raum-Funktionsprofil Jugendlich Familiärer Typ

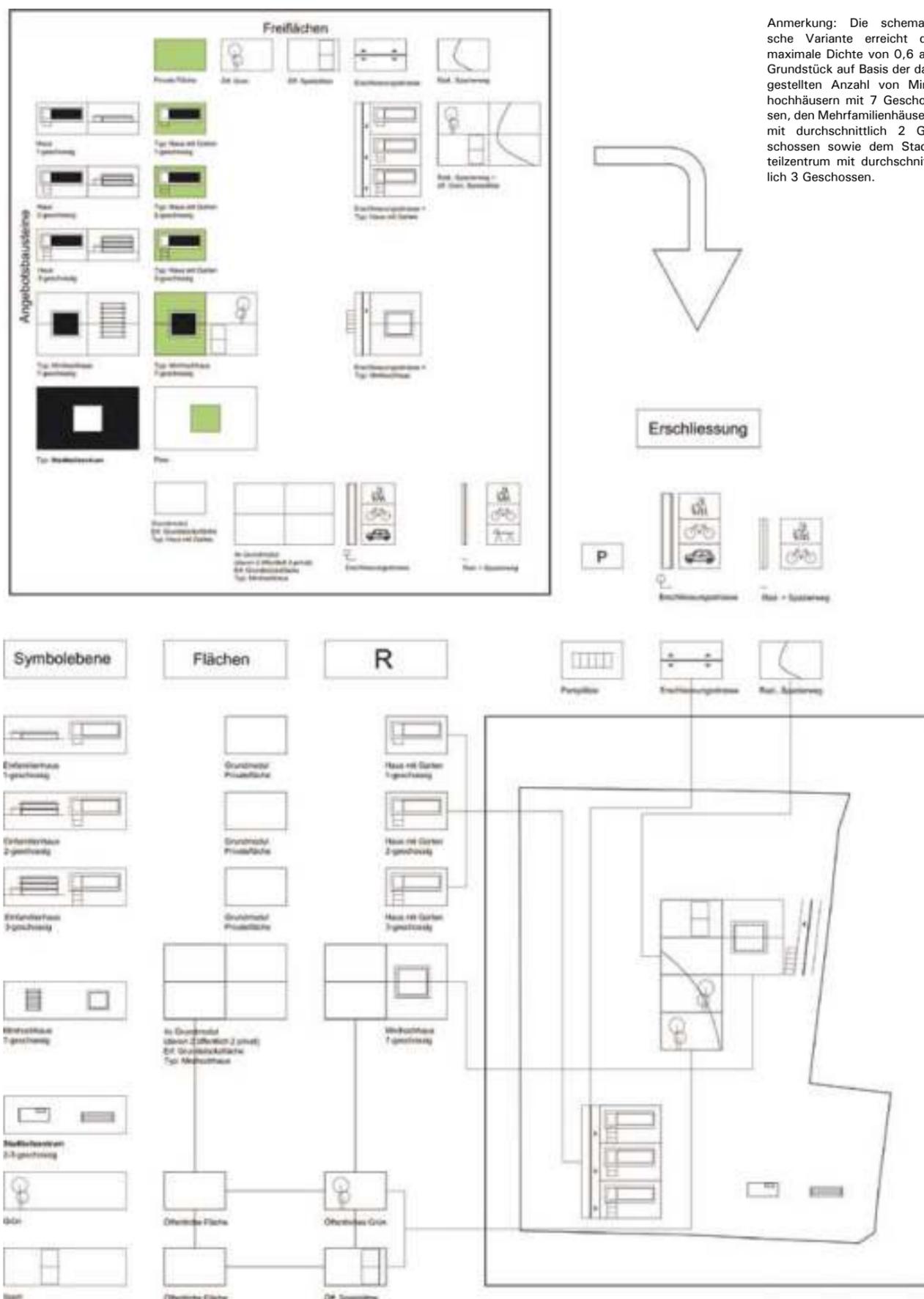


Jugendlich Familiäre weisen ein starkes Suburbanisierungsverhalten auf. Deswegen ist es auch am schwersten, dieser Gruppe ein Angebot an verdichteten Wohnformen zu schaffen, das auf Akzeptanz stößt. Die wichtigsten Motive hinsichtlich des Wohnens sind Grünraum, Eigentum, ein Reich für die Kinder und die Selbstverwirklichung beim Hausbauen.

Programm

Moderierter Planungsprozess zur Ausdifferenzierung des Gesamtprojektes

Als offenes Projekt kann auf Basis der konkreten Angebotsbausteine eine ökonomische Projektentwicklung bis zu einer Realisierungsentscheidung durchgeführt werden.



Ein Modell

Programm

Moderierter Planungsprozess zur Ausdifferenzierung des Gesamtprojektes

Das Programm beschreibt einen schrittweisen Vorgang, welcher den Anforderungen eines ökonomischen Marktes entgegenkommt und qualitäts-sichernde Kriterien beinhaltet. Vorweg definierte Angebotsbausteine dienen zur Einleitung der Projektentwicklung und Grundsatzentscheidung für einen Bauträger bei minimiertem Aquisitionseinsatz der Beteiligten. Die einfachen Bewertungen von Useranforderungen und räumlich-funktionalen Stadtteilqualitäten sind Hilfestellungen in dieser Phase. Nach Realisierungsentscheid durch einen Bauträger kann das bestehende und überprüfte Skelett aus Anforderungen, Möglichkeiten und Angebotsbausteinen zu einem schlüssigen Ganzen für den konkreten Ort ausformuliert werden. Auf Basis der Ziele der Leitidee des Stadtteils sowie der entwickelten Angebotsbausteine wird ab diesem Zeitpunkt ein strukturiertes Verfahren mit den beteiligten Akteuren (Architekt, Landschaftsplaner, Bauträger, Makler, usw.) abgewickelt. Je nach Anzahl der verschiedenen Nachfragen für die Angebote ist die Situierung und Überlagerung der verschiedenen Funktionen am Lageplan zur Erreichung der maximal erzielbaren Dichte zu entwerfen. Vor und während der Realisierungsphase können die künftigen Nutzer sowie weitere Anspruchsgruppen strukturiert und angemessen am Mitbestimmungsprozess beteiligt werden.



Angebotsbausteine

Junge Familiäre

Wunschobjekt Nummer eins ist das freistehende Haus mit Eigengarten, ausgeprägter Kinderfreundlichkeit und hohem Grad an Eigenleistungs- Mitgestaltungsmöglichkeit. Hohen Grundstückspreisen soll mit kostengünstiger Bauweise und einem akzeptablen Gesamtpreis Abhilfe geleistet werden. Die Architektur hat dem Wunsch nach der Möglichkeit Eigenleistung einzubringen, sowie einer geforderten Planungsflexibilität entgegenzukommen. Wichtiges Kriterium für die Kaufentscheidung ist die Verfügbarkeit eines abgrenzbaren Refugiums, direkt dem Objekt zugeordnete geschützte Parkmöglichkeiten sowie ein vorhersehbarer Förderungsstatus.

Ökonomie:

Der offene Grundriss auf einer Ebene nutzt die Gesamtfläche als Wohnfläche, da die Erschließungen als Arbeitsplatz, Schrankraum usw. gestaltet sind. Durch die breitseitige transparente Orientierung nach Süden und zum Garten wird großzügiges Wohngefühl für die ganze Familie auf kostenminimierenden 112m² möglich. Dem geringen Finanzierungsrahmen entsprechend werden die Verkaufspreise von EG über MG zu OG fallend zu gestalten sein. Die Angebote für die Jungen Familien werden sich auf den 2-3 Geschosstyp beschränken.

Ausführung + Eigenleistung:

Die Konstruktion kann je nach Kundenwunsch wahlweise in Ziegelmassiv- oder Holzbauweise ausgeführt werden. Die einfache Disposition des Grundmoduls ermöglicht Eigenleistungen nach Errichtung der Primärkonstruktion mit Raumabschlüssen.

Ökologie + Energiekonzept:

Die Anordnung ermöglicht Niedrigenergiestandard ohne technische Aufrüstung sowie logische Kollektorenflächen auf dem

„Sonnenhaus mit Garten“



Typ: Einfamilienhaus

Urbane Aufsteiger

Das Angebot für diese Lebensstilgruppe ist das „coole und trendige“ urbane Wohnen, gekoppelt mit den zahlreichen Qualitäten dieses Standorts am Stadtrand: Naturraumqualitäten, Sport- und Freizeitgelegenheiten und Nähe zu kulturellen Einrichtungen werden eine Kaufentscheidung erleichtern. Wichtige Kriterien sind optimale Zufahrts- und Einstellmöglichkeiten für Privat-PKWs, Kinderfreundlichkeit der Anlage und die Verfügbarkeit von privaten Grün- / Freibereichen. (Mindestanforderung Dachterrasse). Um unterschiedlichen Wünschen zu entsprechen werden zwei Angebote gemacht: das freistehende Haus mit Garten und das Minihochhaus. Eine Wohnung weist im besten Fall Zusatzfeatures wie vielfältigste Ver- und Entsorgungsanschlüsse und optimierte Datenleitungen auf.

Als Zielprodukt für die Urbanen Aufsteiger wird ein urbaner Punkthausstyp angeboten, der die Anforderungen dieses Lebensstiles thematisiert und pointiert. Identitätsstiftende Selbstinszenierung kann zwischen 70 – 170 m² stattfinden. Eigener Liftzugang direkt in das Appartement, völliger Rundum-Panoramablick in grüne Natur sowie Stadtshilouette, durchgehender Terrassenbereich entlang der gesamten Fassade unterscheiden das Wohnerlebnis erheblich vom gängigen Angebot.

Ausführung + Ökonomie:

Die Grundkonstruktion sind 7 Ebenen auf STB- Stützen. Ein durchgehender Erschließungskern sowie 2 fixierte Versorgungsstränge determinieren die sonst frei disponiblen Grundrissebenen mit einer Nutzfläche von ca. 170 m² und völlig transparenter Fassade. Eine standardisierte Konstruktion und die wiederholte Ausführung machen die Kosten adäquat.

Appartement „Panorama“



Typ: Minihochhaus

Ein Modell

Angebotsbausteine

Urbane Etablierte

Die Entscheidung dieser Personen schwankt zwischen dem freistehendem Einzelhaus mit Eigengarten und einem großzügigem Apartment in einer verdichteten Anlage - danach richtet sich auch das Angebot. Kriterien stellen auch hier eine gute Infrastruktur für private PKWs, gute topografische Lage des Grundstücks (Sonne und Ausblick), sowie Zusatzausstattung in Form von guten Datenleitungen und Ver- / Entsorgungsanschlüsse dar. Die Architektur hat besonders auf eine erhöhte Immissionsempfindlichkeit, sowie auf den Wunsch nach privaten Rückzugszonen - trotz der öffentlichen Ausrichtung dieser Personen - zu reagieren. Eigengärten sind nicht immer gewünscht, eine großzügige Dachterrasse kann teilweise besser den Anforderungen entsprechen.

Als Zielprodukt für die Urbanen Etablierten wird ein urbaner Punkthautyp angeboten, der die Anforderungen dieses Lebensstiles thematisiert und pointiert. Identitätsstiftende Selbstinszenierung kann auf einer frei gestaltbaren solitären Geschossfläche von 170m² stattfinden. Die intensive Wunsch nach privater Rückzugszone wird durch das Besitzen des eigenen Geschosses ohne Nachbarn erreicht, der eigene Lifteingang direkt in das Penthouse verstärkt dieses Gefühl. Völliger Rundum-Panoramablick in grüne Natur sowie Stadtshilouette, durchgehender Terrassenbereich entlang der gesamten Fassade unterscheiden das Wohnerlebnis zusätzlich erheblich vom gängigen Angebot.

Ausführung + Ökonomie:

Die Grundkonstruktion sind 7 Ebenen auf STB- Stützen. Ein durchgehender Erschließungskern sowie 2 fixierte Versorgungsstränge determinieren die sonst frei disponible Grundrissebene mit einer Nutzfläche von ca. 150 m² und völlig transparenter Fassade. Eine standardisierte Konstruktion und die wiederholte Ausführung machen die Kosten adäquat.

Penthouse „à la Carte“



Typ: Minihochhaus



Info-Tel.
0316/253802

SELBSTBAUMÖBEL

EURO SHOPPING

CONRAD **Praktiker**

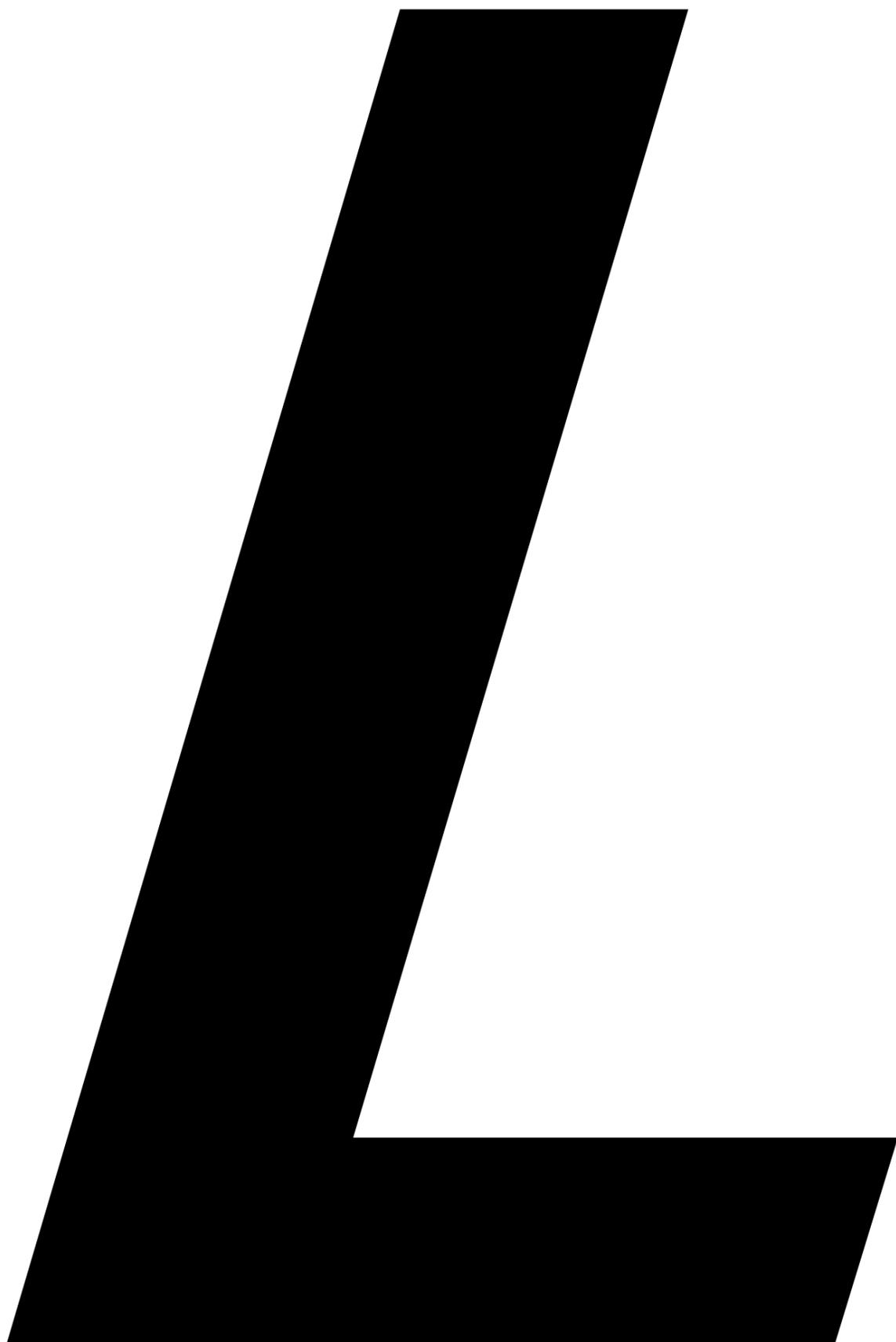
kik **Beate Uhse**

PAGRO

Info-Tel.
0316/253802



P

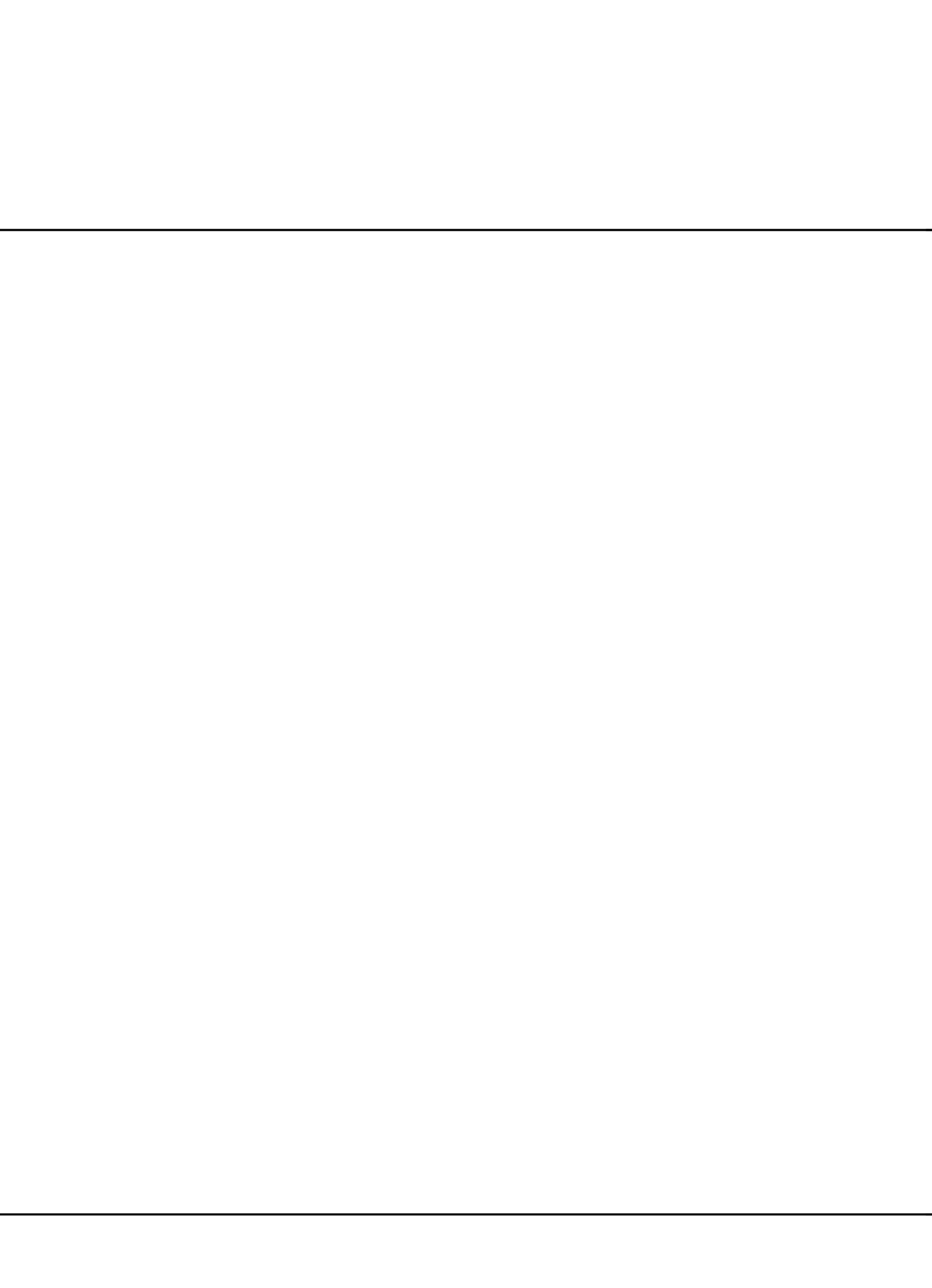


Idee + Konzeption: Harald Saiko

Perfekte Location

PL





Perfekte Location Motivation & Idee

Das vorliegende Thema der Veränderungen des Wertes von Architektur entspringt einem scheinbar paradoxen Phänomen: Während vielerorts konstatiert wird, es gäbe eine Krise des Berufsstandes der Architekten und deren Leistung verliere an Wert, könnte gleichzeitig aufgrund einer ungeahnten globalen Bilderflut eine Renaissance von neuen Architekturen vermutet werden. Als Symbol dieser neuen Anerkennung von zeitgenössischer Architektur dient nicht zuletzt das junge Zeitgeistmagazin „Wallpaper“, welches anerkannte Architekturen vorstellt aber auch ganze Berichte über Reisen, Mode usw. quasi in „architektonische“ Bühnenbilder verpackt. Der Umstand von Architektur als Rahmen menschlichen Handelns wäre dem Grundsatz nach nicht so neu, man vergleiche hier nur Ken Adam, der dieses Thema in den 60ern für die Welten des James Bond und vor allem seiner Gegenspieler auf den Punkt gebracht hat: Ken Adam wurde als ausgebildeter Architekt zum Bühnenbildner großartiger Architekturen, der als universeller Creator gleich auch schießende Kugelschreiber und fliegende Rucksäcke entwarf. Diesem Erfolg liegt also ein traditionelles Berufsbild eines Kreativen sowie eine aufwändige elitäre Produktion zugrunde.

Demgegenüber kann den heutigen Bilderwelten eine derartige Einzigartigkeit nicht mehr zugeordnet werden, sodaß der populäre Erfolg der dargestellten Kombinationen von Lebensstilen und gestalteten Hintergründen fasziniert, zumal eindeutige Autoren diesen monatlichen Darstellungsserien meist nicht zuordenbar sind.

Betrachtet man also die eingangs erwähnten Lifestylesettings in Wallpaper, so verweisen deren beschriebene Merkmale auf weitere populäre Gestaltungen unserer Zeit: Die Welten der Musikvideos oder Computerspiele, der Fernsehstudios mit ihren bespielten Bluescreens oder zusammengezimmerten Seifenopernbühnen, der Inszenierungen in Shopping-Malls bis hin zum Design-Hotel und letztendlich dem endlos variierten Produkt des trauten Heimes.

Derart generierte Architektur spielt also offensichtlich eine wesentliche Rolle bei der Wertbildung der heutigen User, den Konsumenten. Ihre Akzeptanz lässt sich dabei von Seiten der „ProduzentInnen“ mit einer ansonsten in der Architektur nicht existierenden Geschwindigkeit abfragen. Die dabei entstehende Wechselwirkung entwickelt eine Eigendynamik, deren Ergebnis nicht vorhersagbar ist und sich oft gängiger Eingriffsmöglichkeiten entzieht, beziehungsweise der linearen Abfolge von Bedarf, Idee, Umsetzung widersetzt.

Betrachtet man die Beispiele von Ambiente für verschiedenste – dargestellte - Lebenssituationen in ihrer konkreten Erscheinungsform, wird schnell klar, daß sie außerdem keine ähnliche Ästhetik im herkömmlichen gestalterischen Sinne oder gar ein Stil verbindet. Ihnen gemeinsam ist höchstens der Versuch, für die jeweilige Bespielung eine möglichst perfekte Inszenierung darzustellen. Folgerichtig ist diese Inszenierung nicht unbedingt an einen Ort im traditionellen Sinn gebunden, sondern je nach Bedarf lokalisiert, temporär oder virtuell generiert genauso wie in dauerhafte edle Materialien gekleidet.

Für Architekturschaffende, immer schon Gestalter von Lebenswelten ihrer jeweiligen Zeit, muss es also von Interesse sein, mittels welcher Medien und Werkzeuge derartige Gestaltungen generiert werden und worauf ihr scheinbarer Erfolg also Wert basiert. Dabei kann es nicht um ein unreflektiertes Nachvollziehen von Mechanismen gehen, um als Architekt neue Entwurfsaufgaben in anderen Bereichen zu erschließen.

Sehr wohl aber ist die Frage nach den neuen Aktionsfeldern und deren Transformationen im Zuge medialer Veränderungen berechtigt um die Konstruktion der Location bewusster Inszenierung und deren angestrebte und als solche wahrgenommene Perfektion erkennen zu können.

Harald Saiko

Es ist hier nicht die Rede vom „perfekten Haus“, „Raum“ oder „Territorium“, sondern von einer „perfekten Location“, einer Stelle also, einem Platz, einer sehr besonderen Lage oder auch Örtlichkeit, der Perfektion zugesprochen wird.

Dieser locus wird form- und materialunabhängig gedacht, ist also zuallererst ein Prinzip, das sich in sehr unterschiedlicher Weise konkretisiert, und ist eine ideelle Lage, die sich entlang voneinander abweichenden Parametern verorten lässt, sich wiederfindet in den postmodernen Idyllen des New Urbanism ebenso wie in den stil- und szenebildenden Projektionen von Zeitgeistmagazinen, in material- und designästhetischen Produkten ebenso wie in den Lebensweltsurrogaten vernetzter Communities.

Dabei wird die im Begriff „perfekt“ angelegte Doppeldeutigkeit für die Programmatik der Untersuchung gezielt genutzt: Das lateinische „perficere“ meint das Vollenden, das Abschließen, das zu einem, guten, Ende bringen, auch im Sinne der „vollendeten Zeit“ des Perfekt, der Vergangenheit (die eine einmalige Handlung bezeichnet, die zwar lange vergangen sein kann, aber in ihren Auswirkungen noch in die Gegenwart hinüber reicht). Die „perfectio“ wiederum zielt auf die Vollkommenheit eines Gegenstandes oder Tatbestands, meint also die, einer normativen Ästhetik folgenden Leistungs- und Bewertungskriterien (entschieden nachklassisch aber eingebürgert).¹ Somit qualifiziert sich die Perfekte Location als zugleich „vollendet“ und „vollkommen“. Die vollendete Location wäre jene, die das neuzeitliche Programm einer totalitären Unterwerfung der Natur unter eine zweite, gänzlich artifizielle Natur des Menschen repräsentiert und abschließt, die vollkommene Location jene, die das zeitgenössische Wohn- und Körpercurriculum einer postmodernen Lebenswelt – wiederum totalitär oder doch ambivalent? – einlöst. Auch beim Film wird von „Location“ als einem ausgewählten, „authentischen“ Drehort gesprochen, einem perfekten Ort also zur Darstellung und Inszenierung von Geschichten (von „Vollendung“ also), der seine Trivialität bzw. Banalität vergessen lässt ob seiner Durchdringung mit narrativer Gewalt, mit einer blendenden stilistisch-„vollkommenen“ Opulenz, oder schlicht wegen seiner referentiellen Lobpreisung einer dennoch filmisch nie einholbaren Außenwirklichkeit.

In dem dieserart besprochenen Wortverständnis manifestiert sich eine sozio-kulturelle Genese von Raum, die zentral an unterschiedliche gesellschaftliche Entwicklungstendenzen gekoppelt ist. Dabei zeichnet sich die Perfekte Location – als zeitgenössischer gesellschaftlicher Raum – durch folgende Komponenten aus: Sie besitzt ein materielles Substrat, wird innerhalb einer gesellschaftlichen Praxis angeeignet und genutzt, wird institutionell und ästhetisch-normativ reguliert und

sie generiert ein räumliches Zeichensystem.² Entlang der folgende Eigenschaftsbündel soll eine allgemeine Charakteristik der Perfekten Location versucht werden.

Die Formalisierung der Arbeits- und Lebenswelten
Standardisierungen und Formalisierungen, die sich in alltäglichen Kommunikationssituationen ebenso feststellen lassen, wie im Produktdesign und an Arbeitsmarktprofilen, werden immer „perfekter“. Die Perfektionierung der Verfahren und Produkte, der Interaktionen und Körper mittels formaler Imperative erreicht absolute Dimensionen, schließt also an und ab mit einer Dynamik, die als Natur- und Körperbeherrschung in die neuzeitliche Wissenschaft, Technik und Lebensführung eingeschrieben ist. Die Perfekte Location, die solcherart entsteht, ist also eine, die stark durch ökonomische, soziale und ästhetische Standardisierungen reglementiert ist. Die gesellschaftliche Praxis wiederum, d.h. die Aneignung und Nutzung der ideellen und idealisierten „Lagen“, inklusive jener des eigenen Körpers, wird also wesentlich bestimmt über formalisierte Gebrauchsweisen, die kaum oder gar nicht an den jeweiligen „Inhalten“ interessiert sind.

Im Zusammenhang mit urbaner Architektur spricht Richard Sennett von einer Standardisierung der städtischen Umwelt durch die „Skin-Architektur“ der New-Economy-Unternehmen. „Die Büroarchitektur flexibler Firmen soll eine physische Umgebung garantieren, die sich jederzeit umgestalten lässt – im Extremfall erscheint das „Büro“ als reines Computerterminal. Damit ein Geschäftsmann in Manila problemlos zehntausend Quadratmeter Büroraum in London kauft oder verkauft, braucht dieser Raum selbst die Uniformität und Transparenz des Geldes. So erklären sich auch die Stilelemente der New-Economy-Gebäude: das Äußere mit Design aufgepeppt, das Innere immer neutraler, in Standardausstattung, beliebig einzurichten... Das ist eine Architektur, deren Formen so neutral, so rein, so kristallklar sind, dass sie gar nicht beanspruchen, irgendetwas auszusagen.“³

Mit dieser Entwicklung geht eine Ahistorisierung und Homogenisierung des Lokalen einher. Machen wir noch einen Schritt zurück: Das von John Portman 1977 in Los Angeles realisierte „Bonaventura Hotel“ nimmt bereits vieles von dem vorweg, was heute unter postmoderner Lebenswelt beschrieben wird. Aufgrund seiner Verweigerung, das Gebäude in den städtebaulichen Kontext zu integrieren, vielmehr eine Art „Rauminsel“ auszubilden, bringt das Hotel eine „neue (ästhetische) Kategorie der Abgeschlossenheit“ als „totaler Raum“ zum Ausdruck, die auf das Innere des Hotels abstellt und die Verbindung zum Außen negiert. Frederic Jameson hat dieser baulichen „Logik der Kultur im Spätkapitalismus“ den Namen „Hyper-Raum“ gegeben, ein Raum, in dem die Menschen zu-

nehmend die Fähigkeit verlieren, „den eigenen Standort oder die städtische Totalität, der sie ausgeliefert sind, bewusstseinsmäßig zu verarbeiten und zu lokalisieren“.⁴ Das perfekte, ästhetische Artefakt „Bonaventura Hotel“ verlangt also eine neue gesellschaftliche Raumpraxis.

Im Privaten wiederum ist die Standardisierung des Konsums auffällig. Ein weltweites Netz an Kettenläden einiger weniger Marken, die in allen Großstädten an gleichartigen Orten die gleichen Waren anbieten, vermitteln so etwas wie die Selbstsicherheit des makellosen Konsumierens: Vertrauen gründet nur mehr in dem logofizierten Bekannten der großen Marken, alles Fremde, Kleine, Unkonventionelle wird geflissentlich übersehen. Aber auch den eigenen „Körperkonsum“ – der Körper als kleinste räumliche Einheit – in den Fitnessstudios gilt es hier zu besprechen.

Die sukzessive Angleichung an – standardisierte, homogenisierte – Idealtypen des Ausdrucks (der Waren, wie der Individuen) verhindert jede Art von, nennen wir es einmal „Unordnung“. Die Erwartung an und mit hochformalisierten Systeme zu kommunizieren und diese zu konsumieren steigt ins Undenkliche. Eine mögliche Antwort auf diese Erwartung findet sich in den „Etüden“ eines „Global-Media-Engineered-Housing“ vor, einer Praxis des Entwerfens und Ausführens über Software, die sich an globalen Standards orientiert, bzw. diese zuallererst mithervorbringt.

Individualisierung und Raum

Hinlänglich bekannt und dennoch ein gleich wichtig bleibendes Phänomen und nur scheinbar im Widerspruch zur Formalisierung der Lebenswelten sind die Individualisierungsmanipulationen, -zwänge und -anstrengungen, die westliche Kulturen als Reaktion bzw. Aktion (i.S. einer einfachen Ursache/Wirkung-Dynamik) auf sozio-ökonomische Entwicklungen ausbilden. Sich als „perfekter Zeitgenosse“ zu etablieren, sich mit originellen Wünschen und Ideen einzurichten, anzuziehen, zu reisen, Freizeit zu „gestalten“ ist Imperativ narzisstischer Vollkommenheitsphantasien. Jedoch lässt sich über diese quasi kanonisierte Diagnose hinaus vielleicht sogar das genaue Gegenteil, zumindest aber die Pervertierung des Kanons ebenso behaupten: „Der Narzissmus, dem mit dem Zerfall des Ichs sein libidinöses Objekt entzogen ist, wird ersetzt durch das masochistische Vergnügen, kein „Ich“ mehr zu sein, und über ihrer Ichlosigkeit wacht die heraufziehende Generation so eifersüchtig wie über wenigen ihrer Güter, als einem gemeinsamen und dauernden Besitz.“⁵

Der ideell-religiöse Orientierungsverlust, der die Moderne charakterisiert, wird kompensiert über einen ausgeprägten Produkt-, Organisations- und Körperfetischismus. Ziele werden formuliert von Zeitgeistmagazinen wie Wallpaper, Fernsehserien wie Sex in the City, aber auch in der Inszenierung von

Perfekte Location

Eine Annäherung

Oberflächen, die zumindest suggerieren, dass ihr Benutzer „Teil aller Individuen“ sei. Eingerichtet werden nicht mehr Räume – als stimmige Wohnambiente –, eingerichtet, eingeräumt werden Zitate für Wohnstile. Das Zitat, die Marke, das Logo, sie markieren das Wohnen. Man könnte also von einer „markierten Architektur“ sprechen, die natürlich auch Zugehörigkeit, Distinktion, gar Klassenbewusstsein festlegt. Die Phantasmagorien der Warenwelt, von denen Walter Benjamin sprach, sie sind heute in Phantasmagorien von Zeichenwelten transformiert. Eigentlich ist dasjenige, was als individuelle Lebensweise entworfen wird, eine für und von sehr vielen praktizierte Formalisierung ihrer Lebensweise. „Framing Societies“ bezeichnet diese Prozesse einer „Rahmung“ privater Lebensbereiche durch unterschiedlichste Techniken der Individualisierung.

Aber nicht nur die inszenierte Privatheit, als vermeintlich individuelle, gilt es zu beobachten, auch die Arbeitsprozesse erfahren eine hohe Individualisierung. Foucault hatte bereits in seiner Analyse der Disziplinargesellschaft des 18. und 19. Jahrhunderts darauf verwiesen, dass „es die Physik einer beziehungsreichen und vielfältigen Macht“ zu beobachten gilt, die ihre größte Intensität in den Körpern erfährt, die durch räumliche „Beziehungen individualisiert werden“.⁶ Die frühkapitalistische Umstrukturierung der Arbeit hatte zur Entwicklung eines neuen Produktionsraums geführt, dem der Manufaktur. In dieser gelang eine hocheffiziente Form der Arbeitsteilung über Parzellierung, Disziplinierung und Individualisierung. Ein „leerer“, „analytischer“ Raum schuf für die Kontrolle der Besitzer eine Ordnung der Sichtbarkeit, die den einzelnen Arbeiter auf seine Arbeitskraft reduzierte und ihn aus dem handwerklich-familiären Produktionskontext dislozierte. Demgegenüber erwarten heute deshierarchisierte Produktionsprozesse von den einzelnen Arbeiter und Angestellten eine „flexible Arbeitsplatzgestaltung“, die aus ihnen ein self-management-profi insoferne machen, als sie ihrer Entlastung quasi „kreativ“ in einer raschen Suche und Anpassung an neuen Arbeitsbedingungen begegnen müssen. Der Arbeitsraum, also jener Ort, an dem sich der Arbeiter, Angestellte als Teilproduzent identifiziert, wird in einem Ausmaße individualisiert, dass die Anerkennung nur mehr über extrem gesteigerte Leistung und Konkurrenz einstellt.

Die fluchträumliche Feier

Vor dem „Elend der Welt“ werden Schutzräume aufgesucht, die der Unübersichtlichkeit, der Komplexität, möglicherweise auch der Formalisierung und Individualisierung trotzen und scheinbar archaische Werte wieder aktivieren wie Gemeinschaft, Nähe und Vertrauen.

Vielleicht ist das fluchträumliche Verhalten generell als Reak-

tion auf die Auswirkungen und Überforderungen der Globalisierung zu verstehen. „Alle bauen sich ihr eigenes Schneckenhaus-Leben – in der Hoffnung, der Taifun der Globalisierung möge sie verschonen und nur die Grundlagen und Gewissheiten, auf denen der Nachbar sein Haus errichtet hat, durch die Luft wirbeln.“⁷

Diese Lokationen sind insoferne „perfekte“, als sie Surrogate erzeugen, deren Wärme und Intimität alles übertreffen, was die Realwelt aufzubieten hat. Wir denken hier vor allem an die „Virtual Paradises“, die über netzbasierte Computerspiele erzeugten Communities als Lebensweltsurrogate für „heimatlose“ Zeitgenossen, aber auch an die „New Urbanism“-Gemeinschaften, die insofern „virtuell“ sind, als sie nur der Möglichkeit nach ein Heilsversprechen anbieten, jedoch in schroffer Gegensätzlichkeit zur Realität verbleiben und in der Gefahr stehen, von dieser stets eingeholt zu werden.

Diese Versuche eines, mit Giddens gesprochen „reembeddings“, also einer Wiedereinbettung des Individuums in kleinräumliche Verhältnisse, sind ebenso bei einem Utopisten wie Gregg Lynn und seinem „embryologischen Haus“ festzustellen, das man ja auch als uterus Glückseligkeitsversprechen begreifen könnte, als „holistisches“ Wunder: „Meine Häuser sollen so harmonisch sein, wie es die klassische Architektur war. Ich will aber nicht deren strenge Ordnung, sondern eher eine bewegliche, interaktive Struktur. In der Harmonie wird Ordnung sichtbar und auch Schönheit.“⁸ Zum anderen kann die Verwendung bestimmter Materialien wie Holzfurnier, farbiges Glas auch als Wiederversinnlichung des Alltags über die Inszenierung von Oberflächen verstanden werden. „New Surfaces“ sollen vor allem vor der Trostlosigkeit und den Gewalteinbrüchen post-urbaner Lebensverhältnisse ablenken und Architekten, die sich in Designaufgaben verlieren, sind oftmals willkommene Begleiterscheinung von „Modernitätsverlust“. Insofern liegt diesen Perfekten Location eine „gnostische“ Tendenz inne.

Nun mag, wer diese Charakteristika von Perfekten Location liest, der gesellschaftskritische Ton überraschen. Tatsächlich stimmt unser Ausgangspunkt überein mit jener Tendenz, den von der Wirtschaft und ihrer Globalisierung geprägten neuen „flexiblen Lebensweisen“ – die ja immer auch eine Dezentralisierung und Delokalisierung des konkreten Aufenthaltsortes des Einzelnen implizieren – eine real gebaute oder eine rein virtuelle Wohn- und Lebensidylle entgegenzustellen. Der entwerfende und ausführende Gestalter (Architekt?) ist zugleich Regisseur, Designer und Programmierer dieser neuen Wohnlandschaften, muss sich also umfassende Kompetenzen zur Bedürfnisbefriedigung „postmoderner“ Individuen aneignen. Perfekte Location sind also zuallererst als Reaktion auf Dynamiken globaler Produktionszusammenhänge und auf Redukti-

onen erlebbarer Lebenszusammenhänge einzusehen. Sie tauchen unzählig an den unterschiedlichsten Orten auf und ihre soziale Mächtigkeit und Normalität lässt sie zu einem notwendigen und vielversprechenden Gegenstand kultureller Analysen und Diagnosen werden. Niemand kann sich ihrer vielen Antlitze entziehen. Die fünf hier präsentierten Texte markieren einen Anfang in einer noch ausstehenden umfassenden Beschäftigung mit den Perfekten Location unserer Zeit.

Marc Ries



Perfekte Location



Griabaßdi





I

Städte sind immer in Bewegung, schwer zu überschauen und schwer zu begreifen – so der wohl konstanteste Gemeinplatz der europäischen Stadtliteratur der letzten Jahrhunderte. In dieser Verlegenheit dienen Visionen der Stadt dazu, das Nichtüberschaubare als ein Ganzes vorstellbar, das schwer Fassbare einem konzentrierten Zugriff verfügbar zu machen. In diesem ordnenden und orientierenden Sinne funktionieren schon die großen christlich-europäischen Stadttypoi, die Hure Babylon, das himmlische Jerusalem, doch schließlich auch der Moloch Manhattan oder die Bankmetropole Frankfurt.

Visionen von dem, was die Stadt vermutlich ist, was sie sein soll oder werden könnte, dienen nicht nur der Betrachtung und Rezeption, sondern auch ihrer Produktion. Sie vermitteln Perspektiven und Standpunkte, sie bieten ein Wissen darum an, wie Städte zu begreifen und herzustellen sind. Deshalb spielen im Wahrnehmen und Deuten wie im Planen und Bauen Visionen von Verwaltungen und BürgerInnen, aus Architektur und Stadtplanung nebst vielen anderen verschiedener Interessenten an Städten eine wesentliche Rolle.

Konflikte werden immer dann besonders sichtbar und deutlich, wenn es um Visionen für den Neubau oder die Erneuerung ganzer Städte oder Stadtteile geht – und damit um die Frage, wer welche Bilder der Stadt durchsetzen kann. Denn in Bildern und Visionen der Stadt wird ein je spezifisches Erfassungs- und Zugriffswesen erzeugt, vermittelt und propagiert, das schließlich materielle Realität annehmen soll.

Wenn von Stadtvisionen der neunziger Jahre die Rede ist, so geht es um ein Jahrzehnt, in dem Visionen von der Stadt eine eigene und materiell folgenreiche Rolle gespielt haben. Das gemeinsame Merkmal der charakteristischen Stadtvisionen der letzten zehn Jahre sehe ich darin, dass sie Bilder von Städten und neuen Orten in Städten entwerfen, in denen keine Orte mehr vorgefunden werden und, noch mehr, die keine Orte mehr zu haben, geschweige denn zu sein scheinen.

Das lässt zwar den territorial nicht fixierten Raum der kommunikativen Netze assoziieren, doch utopische Netzstädte und Überlegungen zur Veränderung urbaner Funktionen durch neue Technologien haben die Visionen von ortlosen Städten nicht erzeugt, auch wenn Folgen telekommunikativer Entwicklungen mittelbar darin eine Rolle spielen. Die Stadtvisionen, in denen vorgefundene Orte ignoriert und ihre Territorien für Visionen verfügbar werden, haben andere und vielfältige Quellen. Es stellt sich die Frage, wie das Verschwinden der Orte aus Stadtvisionen mit Veränderungen und Erfahrungen in den Städtebauten Europas und US-Amerikas zusammenhängt.

II

Man muss natürlich erklären, in welchem Sinne davon die Rede ist, dass Städte spätestens in den neunziger Jahren als

räumliche Gebilde gelesen worden sind, die keine Orte (mehr) haben oder sind. Wenn ich „Städte ohne Orte“ meine, verwende ich einige Bestimmungsstücke der idealtypischen Beschreibung, die der französische Anthropologe Marc Augé vom „anthropologischen Ort“ gegeben hat:

Ein Ort befindet sich an einem Platz auf der Erdoberfläche, den man unter Rekurs auf Längen- und Breitengrade in aller gerade wünschenswerten Genauigkeit lokalisieren kann. Er ist also an ein bestimmtes Territorium gebunden. Der Ort entsteht an einer Kreuzung von Verkehrs- und Kommunikationswegen, also von möglichen Handelswegen, um die sich einen bestimmten Zeitraum relativ stabile Gruppe von Menschen niedergelassen hat oder an den sie immer wiederkehrt. Diese Gruppe verbindet sich untereinander und mit diesem Platz dadurch, dass sie in verschiedenen Praktiken wiederholt Bezug auf die Gruppe und auf den konkreten gemeinsamen Raum nimmt. Das ist eine sehr abstrakte Beschreibung des anthropologischen Ortes, die sich gerade wegen dieser Abstraktheit leicht auf den Kern einer möglichen Stadt beziehen lässt, auf einzelne Viertel, auf besondere Plätze – auf jeden Ort mit einem nicht nur individuellen Wiedererkennungswert. Diese abstrakte Bestimmung erlaubt aber auch, das zu bezeichnen, was in den neunziger Jahren aus Stadtvisionen verabschiedet wird: Denn ein immer wiederkehrendes Motiv von Stadtdiskussionen ist die Auflösung solcher Orte in – und nun folgen große Stichwörter – Globalisierungs-, Beschleunigungs-, Migrations- und Virtualisierungsprozessen. Orte verschwinden in der Deregulierung räumlicher und zeitlicher Bezugssysteme, in der Auflösung territorialer, sozialer und historischer Bindungen.

Die Konsequenz aus diesen empirisch noch nicht in ihrer Reichweite erfassten Entwicklungen ist der überwältigende Eindruck, dass es Orte, zu denen selbstverständlich Städte und Teile von Städten gehören, nicht mehr gibt, zumindest als stabile Entitäten. Die neue Beweglichkeit steht gegen die Schaffung und Erhaltung von Orten. Die Konsequenz ist: Wenn Orte existieren sollen, dann müssen sie erfunden, in Visionen umgesetzt und propagiert werden.

Unter diesen Prämissen spielen Visionen der Stadt und ihre Manifestationen in allen möglichen Medien eine immer größere Rolle für das Konzept des Städtischen, der Urbanität, und damit auch für die baulich manifestierte Stadtentwicklung: Denn über Visionen und ihre medialen Niederschläge stellen sich heute die anthropologischen Orte, die eine Stadt ausmachen, erst her – und zwar für eine kurze Zeit: Das, was den gerade passenden städtischen Ort für eine kurzfristige ökonomische Entwicklung, für eine kurzlebige soziale Struktur kreiert und für eine Weile zusammenhält, ist die Vision. Diese Vision aber findet keinen Grund und keinen Anlass mehr in einer baulichen Struktur, in einer Kreuzung von Verkehrswe-

gen, in einer Siedlung mit einem als fest angenommenen sozialen Gefüge, das sich über stabile Nachbarschaftsbeziehungen und wiederholte Selbstvergewisserungen erhält, sondern kann „überall“ erzeugt werden – und ist von vornherein ein Simulakrum. In Berlin gibt es ein exzellentes Beispiel für die Kreation eines Ortes diesen Typs, den Potsdamer Platz.

III

Die Frage ist natürlich, welche Bedingungen es im einzelnen sind, die es immer wahrscheinlicher machen, dass Entwürfe des Städtischen Orte nicht einfach vorfinden, sondern, nicht selten übrigens unter Zerstörung vorgefundener Orte, aus immer neuen Visionen erzeugen. Es ist sicher keine vollständige Erklärung zu geben, wohl aber sind Aspekte der Erzeugung von Orten in der als ortlos imaginierten Stadt zu nennen. Sie beziehen sich auf veränderte ökonomische Bedingungen und Ziele, auf neue Technologien, sich schnell verändernde Sozialstrukturen und die relative Ohnmacht kommunaler Institutionen in der Gestaltung ihrer Städte:

Die Aushöhlung der alten Stadt

Stadtzentren, Inbegriffe sozialer, politischer und ökonomischer Aktivitäten, und also prototypischer Orte im oben bestimmten Sinn, haben dramatisch an Bedeutung verloren. Einige ihrer politischen Funktionen haben sie an größere politische Einheiten abgegeben, Verwaltungs- und Serviceaufgaben haben nicht selten Subzentren übernommen, andere Funktionen, wie z.B. diejenige, Zentren der Information zu sein, sind, nicht zuletzt durch Massenmedien und Kommunikationsnetze, dezentralisiert worden. Marktfunktionen wie die, Zentrum des Einzelhandels zu sein, wandern seit Jahren über zu Einkaufszentren auf der Grünen Wiese. Diese perfektionieren zunehmend die Simulation des in ihnen stattfindenden städtischen Lebens, verkürzt um alles, was an Mühe oder Unannehmlichkeit erinnert.

Es gibt also keine funktionierenden Stadtzentren mehr – es sei denn, man schafft sie neu. Wenn alte Stadtzentren in dieser Entwicklung nicht an den Rand gedrängt werden wollen, so müssen sie ihre Visionen von sich selbst revidieren und, wie eine Konferenz Mitte Oktober 1999 in Leipzig es diskutiert hat, von Einkaufszentren lernen.** Das heißt, dass Städte lernen müssen, ein Simulakrum ihrer selbst als abstrahiertes und gesäubertes Ideal des Städtischen zu entwerfen, um nicht als Orte zu verschwinden.

Hauser, Susanne: Städte ohne Orte

in: Neitzke Peter, Steckeweh Carl, Wustlich Reinhart (Hg.):

CENTRUM : Jahrbuch Architektur und Stadt

Basel: Birkhäuser 2000, S. 80 - 86

„Städte ohne Orte“ Welten und Ersatzwelten

***Räume werden
als relationale Anord-
nungen sozialer Güter, Men-
schen und anderer Lebewesen
konzipiert. Menschen und Dinge be-
finden sich weder außerhalb noch in-
nerhalb des Raumes. Sie sind Teil des
urbanen öffentlichen Raumes und kön-
nen als soziale Akteure diese Räume
durch ihr Handeln und Verhalten kon-
stituieren. Erst die miteinander ver-
knüpften sozialen Güter und
Menschen werden zu öf-
fentlichen Räumen.***

***Die Perfekte Location
innovativer urbarer
Methoden***

***ation ist Ergebnis
ner Strategien und***





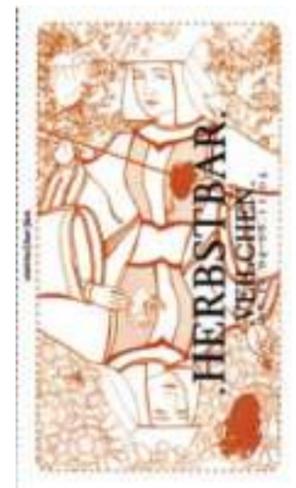
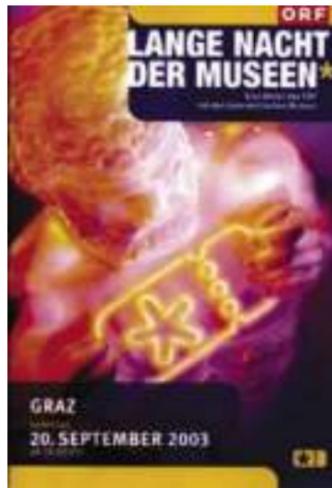
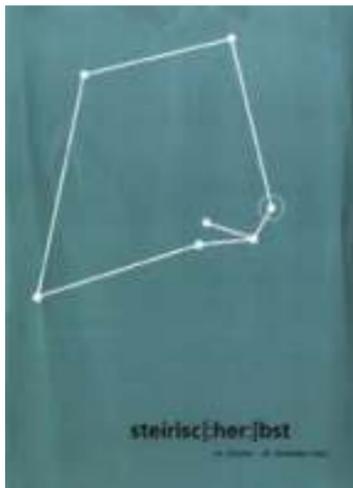
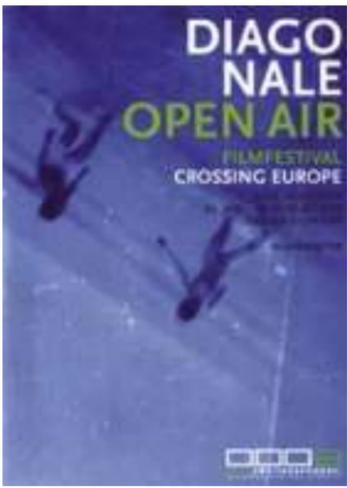
Idee:

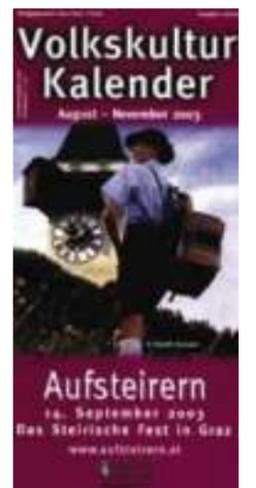
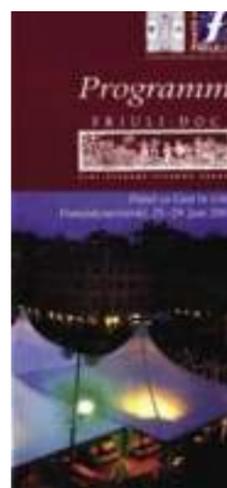
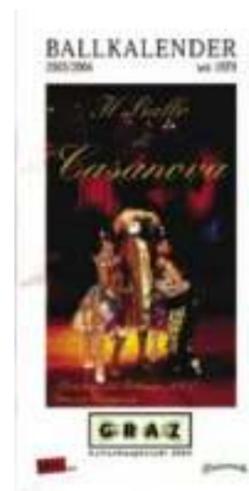
***Wahrnehmung als
aktiver Prozess
nach Innen und
Aussen***



Fotos: Graz Tourismus







1S

Integriertes Standortmarketing

OMM

Idee + Konzeption: Harald Saiko

Ob Konsumgut oder Dienstleistung: wer verkaufen will, muss Marke bekennen. Der von der Angebotsvielfalt überrollte Verbraucher dankt es in barer Münze; lindern Marken doch die Qual seiner Wahl - sie versprechen ihm Auskunft über Qualität, Image und Preis. Die Gestaltung ist dabei die Sprache einer Marke. Gutes Markendesign beschränkt sich nicht auf die Verpackung, auch der Inhalt muss stimmen. So reichen ein Logo, ein Markenname oder eine Werbekampagne noch lange nicht aus, um eine Marke auf Dauer zu positionieren. Über das Wie, Warum und Wofür der Markenbildung gibt Markenmacher Thomas Rempen in einem Interview Auskunft. Klar ist, dass Markenbildung Geld kostet. Der tatsächliche Wert einer Marke ist nicht mehr ganz so klar. Vom Rechtfertigungsdrang getrieben, unternehmen Markenmacher trotz allem den Versuch, den Wert ihrer Arbeit zu beziffern. Von ihrem Scheitern berichtet W. Otto Geberzahn. Was auf dem freien Markt funktioniert, soll auch auf die Gesellschaft anwendbar sein. Das jedenfalls behauptet die Londoner Markenagentur Wolff Olins, denn Ihre Kunden sind Nationen. Wie ein Land zur Marke wird, erzählt Ernestine von der Osten-Säcken.

W. Otto Geberzahn sprach mit Markenmacher Thomas Rempen über die Entstehung, die Funktion und den Sinn von Marken.

Herr Rempen, wo liegt für Sie der Unterschied zwischen Design und Werbung?

Der Werber muss verkaufen, der Designer will gestalten. Daran haben auch die veränderte Aufgabenwelt des Designs und die neue Medienwelt der Werbung nichts geändert. Otl Aicher, den man auch heute noch nachlesen muss, hat in einem seiner klugen und deftigen Essays geschrieben: „Der Designer ist ein Moralist - seine Tätigkeit besteht aus Wertungen.“ Interessante Designer denken rücksichtsvoll, sie sind eher Reformatoren, streng wie Calvinisten, Menschenfreunde.

Meinen Sie, dass der Designer mit mehr Verantwortung handelt? Der Designer hat eine besondere Form von Verantwortung gegenüber uns allen und der Welt. Auch wir Werber haben unsere Meinungen, Haltungen, unsere Verantwortlichkeiten, unseren Codex,

Aber da ist halt der kleine Unterschied, der aus der Schnelllebigkeit erwächst: Design hat eine hohe Halbwertszeit, Werbung hat im Allgemeinen ein kurzes Verfallsdatum, ist schnell wieder vergessen. Design ist eine strategische Maßnahme, von der extrem viel abhängt, Werbung ist meist eher taktisch gedacht und gemacht. Die Ausnahme, die die Regel bestätigt: Markenwerbung.

Der Urvater der Markenwerbung, Hans Domitzlaff, hat ja schon 1939 die „Gewinnung des öffentlichen Vertrauens“ als Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg proklamiert. Hans Domitzlaff war nicht Werber, sondern Marken-Designer, Qualitäts-Förderer, ein Werteentwickler. Damit treffen Sie eine klare Unterscheidung zwischen Designern und Werbern. Aber: Was ist eine Marke? Wie entsteht heute eine Marke? Was bedeutet eine Marke?

Marke ist die Garantie, ein Produkt oder eine Dienstleistung immer und überall in einer bestimmten, sicheren Qualität und zu einem gelerten Preis zu bekommen. Marke ist aber mehr als diese Vertrauensver-

einbarung zwischen Unternehmen, Handel, Verbraucher: Die Existenz und die Anerkennung von Marken sind Ausdruck der Kultur unserer Marktwirtschaft.

Zum Entstehen von Marken: Eine Marke ist immer der Triumph vieler gleich gerichteter Absichten im Unternehmen - vom Willen des Chefs über den des Ingenieurs, des Produktionschefs, des Designers oder des Kaufmanns bis zum Willen des Verkäufers. Erfolgreiche Marken sind immer ein Sieg der Sturheit. Voraussetzung ist eine herausragende Produktidee, anerkannter Nutzen, immer neue Attraktivität, Faszination. Und das gewisse Etwas, was wir Differenzierung nennen, etwas, das der Marke „markante“ Züge verleiht, ihren typischen, unverwechselbaren Charakter. Das ist vor allem die Aufgabe der Werbung.

Was Marke bedeutet? Am Ende ist Marke ein System, das neue Standards setzt, eine Landmarke im Wettbewerb der Besten, für die Verbraucher Orientierung und die Sicherheit der Wahl. Marke schafft Mehrwert für alle im Markt.

Kann man so etwas durch Marktuntersuchungen und Screenings erreichen? Nein. Klar, man braucht sie, die vermeintlichen Sicherheiten aus dem Halbdunkel der Statistik - der Glaube ist es ja, der die Berge versetzt. Spaß beiseite: Das Instrumentarium der Markt- und Verbraucherbeforschung macht keine Marke - es kann und will helfen, dass sich die Macher sicherer fühlen. Dazu braucht man es.

Marktforschung ist kein Createur. Die Devise muss sein: klaren Kopf behalten, auch mal auf den „Bauch“ hören, nur nicht irremachen lassen. Createurs sind die verantwortlichen Unternehmer, Designer, Werber, Menschen. Nicht die Folien und die Chans. Was sind das für Menschen, die Sie gerade als „Createurs“ bezeichnet haben? Allesamt das, was man „Unternehmer“ nennt. Egal, ob sie in fast unüberschaubar großen oder in mittelständischen Unternehmen arbeiten. Egal, ob selbst Chef oder Vorstand oder Ingenieur. In 30 Jahren Werbung hat man einige Male das Glück, solche Typen kennen zu lernen, ihnen zuzuhören, mit ihnen zu diskutieren oder sogar zu streiten, von ihnen zu lernen. Alles Charakterköpfe, Persönlichkeiten, zähe Kämpfer, Seouls, Wegweiser.

Ich habe übrigens noch keinen kennen gelernt, der nur Anwalt seiner eigenen Interessen wäre - die Createurs sind alle auch die besten Interessenvertreter ihrer Nutzergruppen. Nennen Sie doch mal Namen.

Ja, warum nicht: Klaus-Jürgen Maack zum Beispiel. Der Mann hinter oder vor Erco, wie Sie wollen. Ein Marken-Macher. Der Leader der Leadership-Marke im Markt der Architektur-Leuchten, der Produzent, der „nicht Leuchten, sondern Licht“ produziert und verkauft. Das Design zeigt es: Die Leuchte ist Instrument.

Erco ist die Marke, die für „Licht als vierte Dimension der Architektur“ arbeitet, die Marke, die als eine der ersten Design als Marketingfaktor entdeckt hat - auch für die Werbung. Erco ist die Marke, von der man annimmt, dass sie immer einen Schritt weiter und ein bisschen besser ist als die Konkurrenz.

Klaus-Jürgen Maack hat Erco nicht nur bekannt, sondern markant gemacht. Und wartet mal ab - der Mann hat noch nicht abgesattelt.

Noch einen?

Ja, vielleicht nochmal einen aus dem Designumfeld: Rolf Fehlbaum und seine Marke Vitra. So, wie ich es sehe, ist Rolf Fehlbaums-Lebenswerk und Interesse nicht die Marke Vitra, sondern die Kollektion der Ideen und Gegenstände, die unter dem Label Vitra fürs Office publiziert und produziert werden. Vitra steht für einen besonderen Stil, mit Arbeit, Office, Organisationen umzugehen. „Workspirit“ heißt die Zeile dazu. Rolf Föhlbaum lasst von Designern, die selbst Marken sind, Produkte entwickeln, die solitäre Designaussagen sind. Sie kennen die Namen: Bellini, Philippe Starck, Jasper Morrison, Frank O. Gehry.

Dann die Kollektion Klassiker. Der Lebensentwurf wird zum Unternehmensentwurf: Dem Stühlesammler Rolf Fehlbaum haben wir es zu verdanken, dass so großartige Entwürfe wie die von Ray und Charles Eames oder jetzt auch die von Jean Prouve weiter in erstklassiger Qualität und respektvoll authentisch gebaut werden. Nicht wegen L'art pour l'art - wir brauchen diese Dinge einfach. Vitra ist also ein Typ Marke, der seine Identität aus der Vitalität der Kollektionen entwickelt, die er editiert, publiziert, produziert.

Erco und Vitra leben vor, was Marken ausmacht: Sie bleiben sich selbst und ihren Standards treu. In der Entwicklung, in ihrer Designauffassung, in der eigenen Architektur, in der Produktion, in ihrer Kommunikation, in der Werbung.

Sie haben viele Jahre Werbung für Marken wie Erco, für Vitra, oder für Rewe, Gerling, Siemens gemacht: Wie gestaltet man eine Marke? Zuerst, indem man die Marke und alles, was sie ausmacht, recherchiert, hinterfragt, richtig ausspioniert - Unsicherheiten kann man nicht gestalten. Dann, indem man das System der Marke kommunikativ organisiert, es möglichst in einer Mega-Designidee bündelt, es klipp und klar trennt von den Auftritten der Vorgänger-Konkurrenz.

Marken haben ihre Gesichter, sie sind die Signale, um die herum der Konsumverkehr fließt. Wir kennen und lieben sie alle: Maggi, die Flasche, die immer gleichen Farben. Tempo, das blau-weiße Schnupftuch. Uhu, der schwarzgelbe Alleskieber. Damit wurde Uhu zum Synonym für Kleber, wie Tempo für Taschentücher. Ja, richtig. Auch wenn am Anfang nicht die Absicht steht. Oder glauben Sie, Johann Weck hätte zu Beginn des letzten Jahrhunderts geglaubt, bis heute im Duden verewigt zu werden? Nur weil er eine neue Konservierungsmethode entwickelt hatte, aus der wegen des „Weckglases“ per Volksmund das „Einwecken“ wurde?

Das Interesse am Gestalten der Marken ist durchaus, die Novität zu zeigen. Die Marke bringt einen neuen Reichtum in unsere Welt, sie markiert Veränderungen. Konsequenz gewinnt, wie die erfolgreichen Beispiele zeigen. So wird das Ding dann zum Synonym.

Man muss also, will man eine Marke forcieren, eine konsequente Haltung einnehmen, um das Produkt nach vorne zu treiben.

Ja, das ist natürlich zuerst Sache des Unternehmens, des Marken-Managements. Wichtig dabei: Glaubwürdig muss es sein, authentisch. Alles, was gekünstelt, werblich geschönt oder gedrehtelst daherkommt, wird als Fälschung und falsche Vortäuschung entlarvt.

„Wie Marken entstehen“

Die Antennen des Publikums sind sehr sensibel.

Ein guter Hinweis, um Design und Markenphilosophie in einen Zusammenhang zu bringen. Welche Rolle spielt dabei die Emotion?

Kleines Beispiel - ich wage es kaum zu erwähnen, weil der Erfolg mir Unrecht geben könnte, aber: Ich verstehe nicht, warum eine so kraftstrotzende, reiche Marke wie BMW vor einigen Jahren mal beschlossenen hat, am Slogan zu sparen. „BMW - aus Freude am Fahren“ ist ein Musterbeispiel, toll, weil Bekenntnis. Und nicht nur Floskel. Heute heißt es nur noch „BMW - Freude am Fahren“. Ohne das „aus“ aber ist aus dem emotionalen Marken-Bekenntnis eine nüchterne Sachbeschreibung geworden. Der Markenslogan ist kastriert. Wenn man das neue, für mich durchaus markante und emotionale BMW-Design sieht, keimt leise die Hoffnung, dass das „aus“ und die Emotion bald wieder eingeführt werden. Das heißt, das Produkt muss auch emotional Aufmerksamkeit erregen, sonst wird es keine Marke. Nehmen wir mal Viag Intercom: Daraus wird plötzlich ein nichts sagendes Kürzel o2. Kann man so etwas überhaupt machen? Klar. Manchmal muss man einfach. Eine Zahlenkombination wie 4711 allein lässt noch nicht vermuten, dass es sich dabei um bestes Kölnisch Wasser handelt. Und D2? Und Vodaphone? Oder Veba, das zu EOn wird? Namen sind nur Namen. Marken werden diese Islamen erst, wenn sie für etwas stehen und wenn wir wissen, wofür sie stehen. Und das könnte schwierig werden für die neue o2 in einem Markt, in dem keiner mehr weiß, wann er warum mit wem verbunden sein soll.

Wozu brauche ich überhaupt eine Marke?

Der Unternehmer braucht sie, um sein Angebot zu markieren.

Der Interessent braucht sie, damit er das Angebot identifizieren und vergleichen kann. Der Markt braucht Marken, weil sie Stabilisierungsfaktor im Wettbewerb sind, ein lebendiges Stück Qualitätskultur der Marktwirtschaft und der Konsumgesellschaft. Wenn das Ziel darin liegt, müsste doch der eingangs erwähnte Impetus des Designers auch für Marken gelten. Ja sicher. Wie schon gesagt: Designer sind ja nicht unmaßgeblich am Entstehen von Marken und Mythen beteiligt. Ab wann ist ein Unternehmen groß genug für eine Marke? Marke ist Marke, wenn eine Sache angeboten wird, die mit einem Markenversprechen signiert wird: Auch eine kleine Schnapsbrennerei oder ein Zehn-Mann-Gartenbaubetrieb kann in seinem Umfeld Marke sein, wenn er sich entsprechend verhält. Auch die kleine Bäckerei neben dem Düsseldorfer Wochenmarkt, bei der ich samstags gerne meine Brote fürs Wochenende kaufe, hat alles, was zu einer guten Marke gehört. Je kleiner der Betrieb, desto mehr fällt übrigens auf, dass die Inhaber selbst oft „Marken“ sind und sich auch als solche outen wollen.

Die Freude am Markieren gehört zum Markemachen.

Was wiederum sagen will: Marke ist keine Frage der Größe, sondern ist eine Frage der Haltung.

Richtig. Marke ist Mehrwert für uns alle. Marke ist Sinnstiftung. Mar-

ke kann man mögen.

Vielleicht sprechen wir noch ein Design- und Markenthema an, das uns noch - ganz positiv gemeint - zu schaffen machen wird: Viele Angebote und Produkte werden immer abstrakter oder virtueller. Beispiele: das liebe Geld, Gesundheit, Mobilität, Bildung. Hier werden neue Orientierungen entstehen müssen, für die eine neue Qualität von Markendesign entwickelt werden muss. Wenn alles abstrakter wird, wird es auch schwerer, eine Marke zu konstruieren. Umso schwerer wird es auch, eine Marke mit Sinn zu erfüllen. Ja, aber: nur Mut. Für den Allerweltsrohstoff Benzin ist sogar schon mal ein Liegengebliebener „I'm walking ...“-singend meilenweit bis zu Aral gelatscht. Eine der bekanntesten Züchtungen der Marken-Designer ist die lila Kuh von Milka: Sie grast den Markt ab für die „zarteste Versuchung, seit es Schokolade gibt“. Weg ist die Konkurrenz. Nur „quadratisch, praktisch, gut“ -das knackt. Je abstrakter das Angebot, desto wichtiger, dass die Werbung mit Bodenhaftung den Nutzen dramatisiert. Wie gesagt: Ohne Glaubwürdigkeit geht nichts. Worin liegt der Unterschied zwischen den Marken Milka und Ritter Sport?

Den kann man sehen, anfassen, schmecken. Milka steht für alles, was unter „die zarteste Versuchung, seit es Schokolade gibt“ eingefasst werden kann. Milka ist eine Marke, die auf der Zunge zergehen will, ein Softie. Ritter Sport, für die wir vor Jahren den Slogan „quadratisch, praktisch, gut“ reaktiviert und freche Werbung gemacht haben, einfach knackig. Sie ist für Aktivisten, für unterwegs gemacht - darum gibt es sie in einer superpraktischen, patenten Verpackung. Jede Sorte schmeckt hinreißend und nach mehr, in jeder Geschmacksrichtung. Ritter Sport ist der Knackie im Schokoladenmarkt.

Wir haben über Moral und Haltung gesprochen. Ist eine Marke wie Nike ein Religionsersatz? Bekennt sich nicht, wer sich über Nike oder Adidas definiert, zu einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe?

Was das Gruppenbekenntnis angeht; ja. Religionsersatz: nein. Ja, Nike ist Trendsetter, erkennt Trends heute noch. Produkt-Trends: Nike war die erste Laufschuhmarke, die innovative Hightech-Produkte entwickelt hat. Laufrends: Die Werbung hat sich die Heroes aus den Stadien und von den Straßen gekauft, die Filme waren unglaublich packend und emotional, Nike wurde zum Hype. blieb nur noch der kleine letzte Schritt: „just do it!“ - und wir haben's alle getan. Heute schmückt das Logo Käppchen und ausgebleichene Shirts, die wir nicht als Bekenner, sondern gedankenlos tragen: Die Marke ist halt allgegenwärtig. Sie ist immer dabei. Nike ist lifetrend. Welche sind Ihre Lieblingsmarken? Lassen Sie mich vier Kategorien bilden. Meine Markenlieblinge sind natürlich zuerst die, in die ich mich durch Arbeit verlieben konnte: Erco, Vitra, die Rewe, Dresdner Bank, Gerling, Holsten Pilsener, Lufthansa, Mercedes Benz, Ritter Sport, Siemens, Volkswagen. Dann die geliebten Markensaurier, zum Beispiel Bärenmarke, Dr. Oetker, Maggi, Uhu, Nivea, Luckv Strike, Marlboro, McDonalds, Coca Cola, IBM. Zu den von mir bewunderten Marken der Moderne gehören Gil Sander, Sony, Apple, Nike, Adidas, Audi, Sixt, Prada. Meine jungen Top-Favourites: Viva, die neue Tui, EOn. Warum ausgerechnet die? Können Sie ein paar kommentieren? Über Erco und

Vitra und Ritter Sport haben wir ja schon gesprochen. Volkswagen, weil diese Marke immer das fortschrittlichste, sinnvollste und populärste „Automobil“ Konzept entwickeln wollte. Nivea, weil dieses blaue Phänomen ein Marken-Schulbeispiel ist für Qualität, Vertrauen, Sicherheit. Apple, weil so risky, so vital, so neu. Viva: ein Format mit einem großen Marken-Potenzial.

Die neue Tui: Das sieht für mich nach einem cleveren Konzern-Markenkonzept aus, das könnte den Logo-Smile verdient haben. EOn: Steht für neue Energie, wie der Slogan schon sagt. Mutig, der neue Name, das neue Markendesign. Kompliment. Sie haben gerade den Begriff „Sicherheit“ verwandt. Das Bedürfnis nach Sicherheit spielt ja derzeit eine große Rolle. Viele Menschen können sich gar nicht so schnell verändern, wie es von ihnen gefordert wird. Können Marken Sicherheit geben?

Ja! Marken sind ja der Ausdruck von stabilen Werten und Überzeugungen. Marken sind keine Spekulationen, sie sind verlässlich. Marken sind Maßstäbe, Orientierungspunkte. Marken wollen führen. Marken bringen auch ihrem Nutzer Anerkennung, wenn sie selbst über ihre Leistungen Anerkennung gefunden haben. Wer einen VW Golf oder eine E-Klasse von Mercedes kauft, braucht sich dafür nicht zu rechtfertigen. Wer einen Hyundai erwirbt, weiß, dass er seine Entscheidung in seinem Umfeld rechtfertigen muss.

Marken bieten Sicherheit bis zur Geborgenheit. Das öffentliche Vertrauen, das Domitzlaff gemeint hat, legt sich wie ein Schutzfilm über die Dinge, wenn sie es verdienen. Solange die Leistungen, der Gebrauch und der Genuss einer Marke unbestritten sind, ist die Marke unantastbar. Das macht Marken so wertvoll.

Thomas Kempen (57) ist Chairman und Geschäftsführer der Rempen & Partner Gruppe.

Seine zweite Agentur Rempen & Partner hat er 1994 als Team für integrierte Marken-Kommunikation gegründet.

Er hat Kunst und Grafikdesign in Stuttgart und Wuppertal studiert, bevor er 1969 seine Werbekarriere bei der Düsseldorfer Agentur Döyle, Däne, Bernbach (VW, Porsche, Nivea, O.B.) als Art-Director begann.

Viele Jahre war er Mitglied des Design-Beirats von Siemens und Vorstand des Design Zentrums NRW. Des weiteren ist er Mitglied des ADC und des Rates für Formgebung.

Nach Architektur-Entwicklungen mit Ettore Sottsass, Zaha Hadid, Bern Koolhaas und Jean Nouvel baute er mit Frank O. Gehry im neuen Düsseldorfer Hafen den „Neuen Zollhof“.

Neben seiner Agentur-Tätigkeit ist er ordentlicher Professor für integriertes Kommunikations-Design an der Universität Essen.

designreport 10/02, S.20-24

Trend Graz

Trend Raum:

- Steigender Abstimmungsbedarf kommunaler Aktivitäten
- Zunehmender Anspruch auf lokale Identität und Authentizität
- Standortfaktor Erreichbarkeit: Zunehm. Mobilität erfordert integr. Verkehrskonzepte
- Standortfaktor 'Gesunde Umwelt': Problem Feinstaub, Klimaerwärmung

Trend Wirtschaft:

- Service- und Kundenorientierung ersetzt einzelbetriebliche Sichtweise
- Innenstadtgeschäfte versus Einkaufszentrumsansiedlungen außerhalb der Stadt
- Abwanderung wichtiger ansässiger Wirtschaftsbetriebe
- Erreichbarkeithemmnis d. Werbe- u. Reizüberflutung potenziell Kunden u. Investoren
- Messe im Umbruch

Trend Tourismus:

- Zunehmender Kultur- und Städtetourismus: Bleibende Chance für Graz
- Eigene und Umlandbevölkerung als Zielgruppe: Kundenbindung

Trend Freizeit / Kultur:

- Bedeutungsgewinn für Erholungs- und Freizeitangebote: Kultur wird Konsumgut

Trend Wohnen:

- Wunsch nach Haus mit Garten: Abwanderung in Umlandgemeinden
- | | |
|----------------------------|---------------|
| Graz – Graz-Umgebung 1971: | 71.4% - 28.6% |
| Graz – Graz-Umgebung 1981: | 69.6% - 30.4% |
| Graz – Graz-Umgebung 1991: | 66.8% - 33.2% |
| Graz – Graz-Umgebung 2001: | 63.3% - 36.7% |
- Neue Lebensstile als Chance für urbane Wohnsituationen
 - Steigende Ansprüche an Wohnung und Wohnumfeld

Trend Bildung und Wissenschaft:

- Steigende Konkurrenz internationaler Bildungseinrichtungen
- Fachhochschulzentrum expandierend

Trend Aussenaufttritt:

- Marketing- u. Informationsflut: Professionelle Öffentlichkeitsarbeit als Maßstab der Dinge
- Erschwerte 'Markenbildung' durch mangelnde Einheitlichkeit bei Außen- und Innenauftritten

Conclusio + Motivation

Graz – Eine attraktive, intelligente und internationale Stadt, deren Qualitäten und Potenziale erkennbar und wahrgenommen werden müssen!

Die beschriebenen Phänomene müssen durch die Stadt Graz (Politik und Verwaltung) bearbeitet werden, um so den steigenden Erwartungen und Ansprüchen der lokalen Anspruchsgruppen gerecht werden zu können. Basis beziehungsweise ein erster Teil der Arbeit ist das Bewusstwerden von Qualitäten, Chancen, Risiken und Defiziten von und für die Stadt Graz. Darauf aufbauend kann es zu Effizienzsteigerung und Mittelverstärkung durch nachhaltige Bündelung von Aktionen, Projekten, Darstellungen und Auftritten der Stadt Graz kommen.

G e m e i n s a m s t a t t e i n s a m !



Integriertes Standortmarketing

Lösungsansatz: Integriertes Standortmarketing Graz

Integriertes Standortmarketing dient als Instrument zur Steuerung und Umsetzung von Prozessen zur inneren und äußeren Stärkung der Stadt Graz gemeinsam mit den städtischen Akteuren:

Kommunikations- und Kooperationsinstrument der lokalen Entwicklung

Aktives, zielgerichtetes nach innen und außen orientiertes Marketing zur Selbstdarstellung und besseren nationalen wie internationalen Wahrnehmung der Qualitäten und Standortfaktoren von Graz: Branding

Mit vereinten Kräften fit für eine gemeinsame Zukunft!

Chancen von Integriertem Standortmarketing für Graz

Senkung von Verwaltungskosten durch nachhaltige Bündelung von Energien und effizientem Einsatz von Ressourcen

- Mehr Leistungskraft der lokalen Verwaltung und Politik durch gemeinsame Zielsetzungen
- Tendenziell größeres Investitionsvolumen durch Kooperationen bei Außenauftritten
- Erhöhung der Verwaltungskompetenz durch Co-opetition: Vernetzung und Kommunikation
- Konfliktvermeidung durch Kommunikationsdrehscheibe zwischen lokalen Anspruchsgruppen

Durch eine starke Kommunikationsorientierung können neue Kommunikationsebenen und Formen angewandt werden, die zu unkonventionellen und effizienten Lösungen lokaler Probleme führen. (Stichwort Verwaltungsreform)

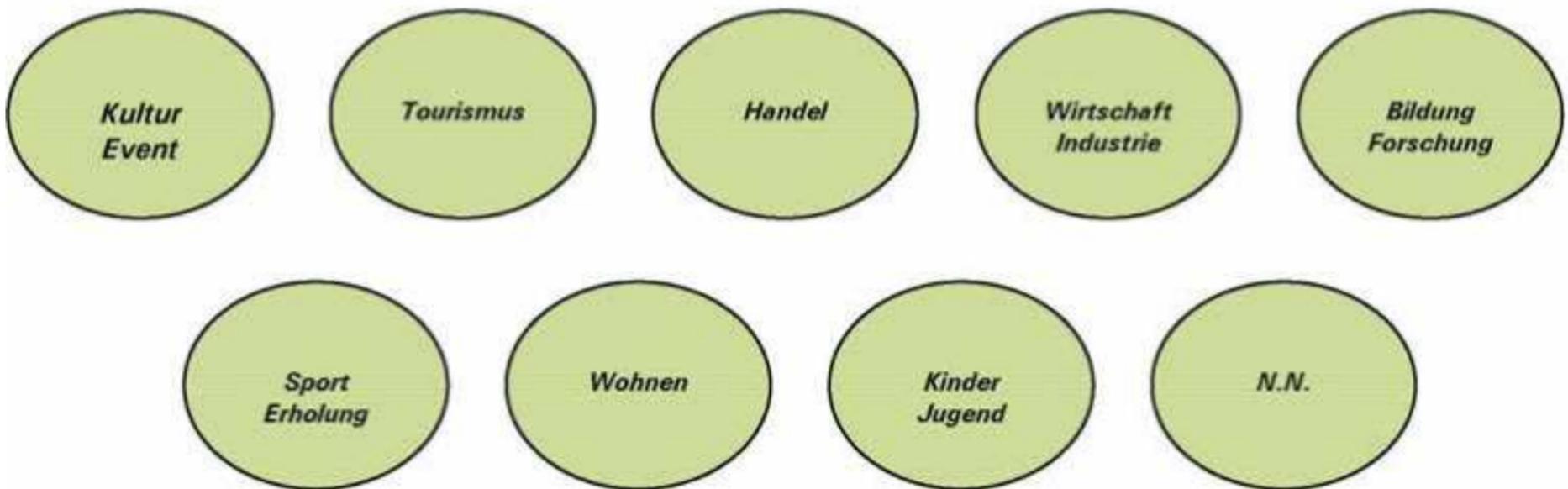
Ziele des Integrierten Standortmarketings für Graz

- Ausrichtung und Strukturierung in räumlich - funktionale und thematische Handlungsfelder
- Aufbau auf bestehende Strukturen – KEINE neuen Verwaltungseinheiten
- Gegenseitige Kompetenzsteigerung durch Abstimmung und Zusammenarbeit auf allen Ebenen:
 - Ämter, Aktionen, Interessensgruppen, Personen
- Finden und Nützen von Synergien zwischen den Gruppen
- Basis für konkretes Marketing / Außenauftritt und deren Produkte
- Stärkung, Stabilisierung und Repräsentation des Standortes Graz: USP, Branding

Ziel ist die generelle und nachhaltige Stärkung sowie Standortrepräsentation der Stadt Graz, insbesondere über Image und Identität mittels Integriertem Standortmarketing.



Aktuelle Ausgangsbasis: Agreement „Kulturstadt Graz“

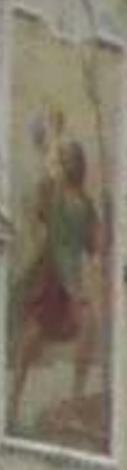


Die Bausteine des Lebens- und Wirtschaftsraumes Graz:
Klärungsprozess wird Basis für integriertes Standortmarketing

Integriertes Standortmarketing

= Programmbuch

Graz



Window on a yellow building.

Window on a yellow building.

Window on a yellow building.

BREDERMEYER

LOGENT

CITROEN MONDIAZ
GRAZ ST. PETER



GRAWE

KLEINE
ZEITUNG

KLEINE
ZEITUNG

KLEINE
ZEITUNG

STRAB





RIKHARD HAUS

DEZENT

LEBENSSTYLKLEIDUNG DAMEN

WWW.DEZENT-ONLINE.COM

UHRNHAUS

DEZENT

CITROEN

STRABAG

STRABAG

tobil®

tobil®



Graz

KLEINE
ZEITUNG

KLEINE
ZEITUNG

CITROEN
PEONCAR
GRAZ-ST PETER





FERAWALD

Media Markt
Arena

VIP West

SPORT

O

ORF
SPORT

ORF

МОРДЗЕЕ 

МОРДЗЕЕ 

Markt

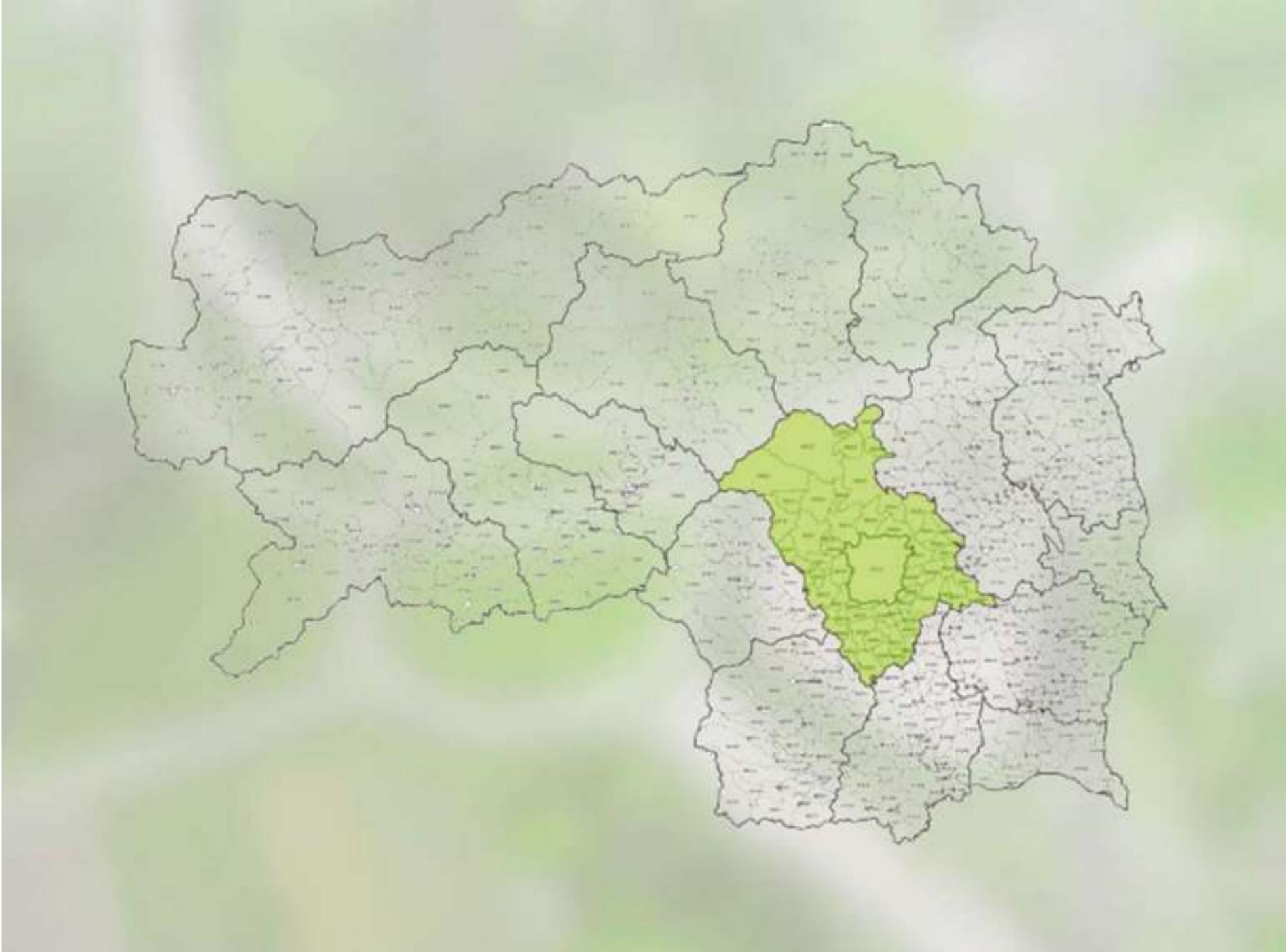
Media Markt

SPORT

ORF SPORT

**ORF
SPORT**

ORF SPORT



***Internet-
portal
www.
grazland.st***

Idee + Konzeption: Harald Saiko

Status quo:

- Abwanderungsproblematik in der Kernstadt
- Wachsende Umlandgemeinden
- EU - Osterweiterung = steigende Standortkonkurrenz
- Kooperation Regionalmanagement Graz / Graz-Umgebung
- Kommunikationsprobleme zwischen Key Players als Entwicklungshemmnis

Ein Schritt in die richtige Richtung

Beispiele:



www.ruhrgebiet.de, 30.09.2004

Regionalportal www.grazland.st

Primäre Effekte:

- Umfassende Darstellung der Gesamtregion, deren Leistungen und Attraktionen
- Standortrepräsentation
- Branding - Regionalmarketing und PR für einen Großraum

- Zugang zu Gemeindeforen
- Informationsvermittlung
- Service & Unterhaltung



www.ruhrgebiet.de, 30.09.2004

Warum ein Internetportal?

Prinzip 1:

Eine neue Definition von Raum – Aufhebung von realen Grenzen

Beispiel Steirischer Autocluster:

Wenn von besagtem Autocluster die Rede ist, hört es sich an, als ob es sich hierbei um ein riesiges Firmengelände handeln würde.

Die Realität sieht freilich ganz anders aus: Der Autocluster ist eine räumlich weit verzweigte Wirtschaftsstruktur welche nur über Kommunikation, Kooperation und Interaktion konstituiert wird und durch die internationale Vernetzungen der beteiligten Unternehmen weltweite, wirtschaftliche Bedeutung erlangt hat.



www.ruhrgebiet.de, 30.09.2004

Internetportal www.grazland.st

Prinzip2:

Co-opetition als Potential (Vernetzung und Kommunikation)

Der Aufbau von Netzwerken als Formalisierung von Kooperationen dient dazu, Wissen auszutauschen und zu managen. Dem Prinzip der Co-opetition folgend werden auch Städte und Regionen kooperieren müssen um zu überleben. Es wird zum Wettbewerbsvorteil mit Mitbewerbern sowohl konkurrieren, wie aber auch kooperieren zu können. Die entstehenden Netzwerke sollen nicht nur nach außen, sondern auch nach innen gerichtet sein um einem Standort von seinem eigenen „Wissen“ profitieren zu lassen.

Beispiele:



www.ruhrgebiet.de, 30.09.2004

Prinzip3:

Corporate Identity

– Stärkung des Zusammenhalts und Bündelung von Energien

Gemeinsam mit der Aufgabe wachsen!

Die Konzeption eines Regionalen Internet-Portals ist ein komplexer Prozess, der nur durch Kommunikation und Zusammenwirken aller Beteiligten zum Erfolg führen kann.

Diese Zusammenarbeit und die intensive Beschäftigung mit dem Projekt an sich fördert gleichzeitig die Identifikation mit dem Phänomen des Funktionsraums Grazland.



www.ruhrgebiet.de, 30.09.2004

***Das bedeutet www.grazland.at
wird zum Katalysator für das
Entstehen einer Stadtregion.***

Umsetzung

Was ist das Regionalportal Grazland.st nun aus organisatorischer Sicht?

Es handelt sich dabei um ein gemeinsames Projekt der Gemeinden Graz und Graz-Umgebung mit Unterstützung des Landes Steiermark.

Die Entwicklung geschieht in Kooperation mit dem Regionalmanagement Graz / Graz-Umgebung.

Partner konstituieren sich aus Wirtschaft, Forschung, Tourismus, Kultur und dem Umweltschutz.

Es wird keine zusätzliche politische- oder verwaltungstechnische Organisationsform aufgebaut! Vorhandene Strukturen werden

Partner

Gemeinden
Graz & Graz Umgebung

Institutionen aus den
Bereichen
Wirtschaft,
Forschung,
Tourismus,
Umweltschutz
und Medien

Umsetzung

Setup und Redaktion:

Externes Projektbüro
+
Webdesigner

Kooperation:
Regionalmanagement
Graz / Graz-Umgebung

Output

www.grazland.st

Unterstützung

Land Steiermark

Externe Betreuung

Büro für Stadtentwicklung und Prozesssteuerung

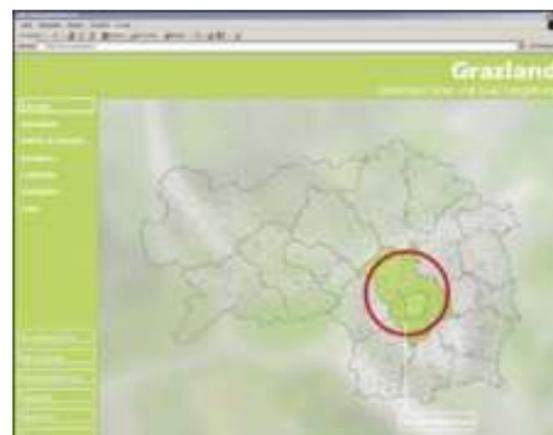
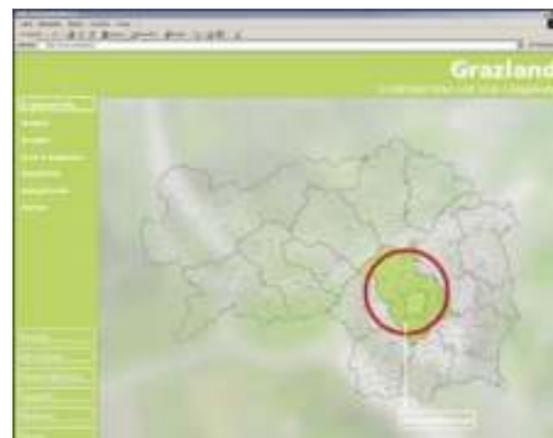
Elemente

Allgemeine Infos:

- Anfahrt & Kontakt
- Ziele & Aufgaben
- Geschichte
- Statusbericht
- Members

Service:

- Bibliothek
- Zahlen & Statistik
- Geodaten
- Luftbilder
- Stadtpläne
- Links



Internetportal *www.grazland.st*

Wirtschaft:

Newsletter / Blackboard

Standortanalyse

(Zentrale Aufgabe besteht deshalb darin, Interessenten aktuelle und zielgenau aufbereitete Daten, Fakten und Analysen in kürzester Zeit Verfügung zu stellen)

Standortentwicklung

(Bildung von Kompetenzverbänden bzw. Branchennetzwerken)

Standortmarketing

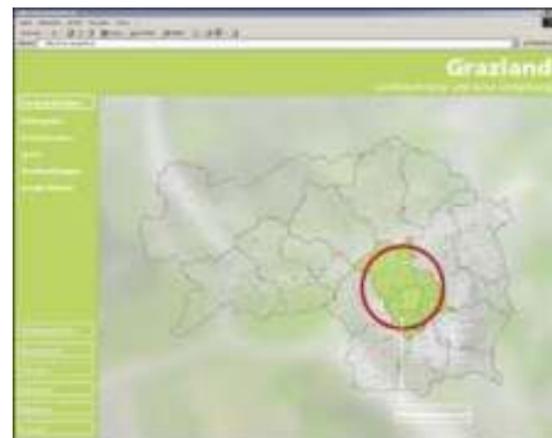
(Aufgabe: Über die Potentiale und Stärken der Region zu informieren und diese bei den ansässigen Unternehmen und potenziellen Investoren bekannt zu machen)

Stellenmarkt

(aktuelle Stellenangebote gegliedert nach Branchen und Regionen)

Immobilien- / Realitätenmarkt

(z.B. Datenbank des Regionalmanagements Graz / Graz-Umgebung)



Freizeit und Kultur:

Kulturgüter-Datenpool

Freizeitcenters

Sport

Veranstaltungskalender

Sonderthemen (Weinstraße...)



Umwelt und Landschaft:

Klimadaten

Fauna und Flora

Landschaftsschutzgebiete

Parks

Land- und Forstwirtschaft

Wohnen:

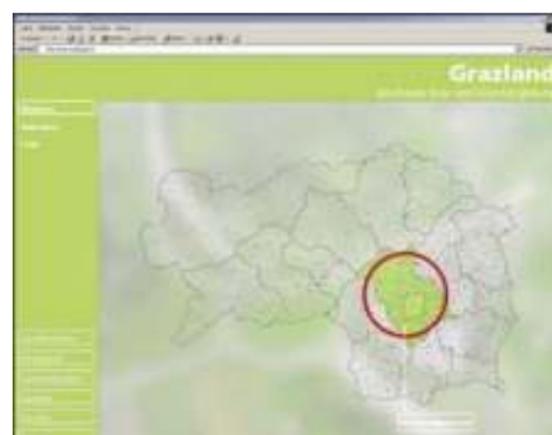
Datenbanken

(z.B. Wohn², Raiffeisen Wohnservice ..etc.)

Presse und Medien:

Informations- und Pressedienst

Medienpool





Top € 7.90

H&M



ankünder
Das City Light Unternehmen



Feldkirchner Radwandertag

18. MAI 2003



START: 9.00 Uhr am Parkplatz vor der
Bühnenstr. 10

ZIEL: Josef-Gregg-Sportanlage in
Feldkirchen bei Graz

BELEGGELD: Euro 2,50

Im Ziel werden
mit dem Startbuch
sowie dem Beleggeld
schöne Preise verlost!

ARKTGEMEINDE  FELDKIRCHE

VERANSTALTUNGSKALENDER

APRIL 2003 BIS SEPTEMBER 2003

Monat	Tag	Veranstaltung
APRIL 2003	01	
	02	
	03	
	04	
	05	
	06	
	07	
	08	
	09	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
MÄI 2003	01	
	02	
	03	
	04	
	05	
	06	
	07	
	08	
	09	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	Feldkirchner Radwandertag
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
JUNI 2003	01	
	02	
	03	
	04	
	05	
	06	
	07	
	08	
	09	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
JULI 2003	01	
	02	
	03	
	04	
	05	
	06	
	07	
	08	
	09	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
AUGUST 2003	01	
	02	
	03	
	04	
	05	
	06	
	07	
	08	
	09	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
SEPTEMBER 2003	01	
	02	
	03	
	04	
	05	
	06	
	07	
	08	
	09	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	









Idee:

Struktur

Kultur



Bild: v.l.:

Martin Krammer

Helmut Köpping

Margarethe Makovec

Harald Saiko

| Zentralvereinigung der Architekten Österreich

| Theater im Bahnhof

| <rotor>

| Haus der Architektur

Initiative

***Cultural
Pressure
Group***

Kulturstandort Graz 2004 + :

Leitlinien für eine Zukunftsentwicklung 2004-2008 und darüber hinaus

Eine private Initiative von Grazer Kulturverantwortlichen

Unter dem Arbeitstitel „KLUB SOZIAL“ fanden sich in den letzten Monaten verschiedenste Personen zu einem kontinuierlichen Austausch über die kulturelle Situation bzw. bevorstehender Zukunft in Graz. Als Kerngruppe dieser Aktivität setzt sich eine cultural-pressure-group wie folgt zusammen:

Margarethe Makovec | Harald Saiko | Helmut Köpping | Martin Krammer | Volker Sernetz

Motivation

Als einige der vielen Kulturschaffenden und –verantwortlichen die seit Beginn der 90er-Jahre aktiv wesentliche kulturelle Programme und Projekte in Konzeption, Gestaltung und Organisation umgesetzt haben, sind die Mitglieder der Gruppe maßgeblich an der Positionierung der Stadt Graz als Kulturstadt mitverantwortlich. Somit haben wir wie viele andere auch jene Vielfalt auf hohem Niveau hergestellt, welche gemeinsam eine Basis für die Verleihung und Rechtfertigung des Titels Kulturhauptstadt Europas 2003 darstellte. Folgerichtig wurde auch die Mehrheit des Programms von Graz 2003 von lokalen IdeenträgerInnen und ProduzentInnen bestritten („Call for entries“ seit 1998). Gemeinsam mit diesen vielen gewachsenen Kulturträgern werden wir als Mitglieder der cultural-pressure-group wie in den vergangenen Jahren auch in Zukunft die kulturellen Qualitäten und Aktivitäten weiterführen. Wir haben ein natürliches Interesse an einer Kontinuität über 2003 hinweg. Dieses Interesse teilen wir mit Verantwortlichen aus Politik und Verwaltung aber auch mit den BürgerInnen und der Wirtschaft der Stadt Graz, indem wir einen aktiven Beitrag für diese weitere kulturelle Entwicklung leisten wollen.

Allgemeine Ziele

1. Nachhaltige Positionierung von Graz als Kulturstandort
2. Finden eines thematischen Selbstverständnisses als Grundlage der Positionierung
3. Sicherstellung von bestehenden Infrastrukturen + Freihalten von Möglichkeitsfeldern für Innovation und Neues
4. Ausgewogenheit von lokaler Kontinuität sowie Austausch und Internationalität
5. Herstellen von adäquaten Entscheidungsstrukturen + Bündelung der Kräfte zur Erreichung der Ziele

Leitlinien

Im Wissen der Komplexität der angesprochenen Entwicklung durch eine Vielzahl von Personen und Institutionen über einen kontinuierlichen Zeitraum hinweg wollen wir schwerpunktmäßig einige uns zentral erscheinende Leitlinien zur Verfügung stellen. Insbesondere in Folge der einzigartigen Situation von 2003, welche in dieser Form auf ein Jahr beschränkt war und welche angesichts der finanziellen Situation der öffentlichen Haushalte nicht fortführbar ist, wird ab sofort ein gezieltes und gebündeltes Vorgehen der Beteiligten unumgänglich sein. Auf eine kooperative Vorgangsweise unter Berücksichtigung trotzdem straffer Strukturen zielen folgende Leitlinien ab:

Leitlinie: Nachhaltige Positionierung von Graz als Kulturstandort

o Schwerpunktsetzung auf einen zeitgenössischen Kulturbegriff (Drive statt Care)

o Kontinuierliche Bearbeitung eines inhaltlichen Themas über einen längeren Zeitraum hinweg

zB über Zeitraum einer Legislaturperiode 2004-2008 (= vergleichbar Schwerpunkt)

= Möglichkeit der spartenübergreifenden und vernetzten Zusammenarbeit zu einem Thema forcieren einer bestehenden lokalen Qualität des Neuen, Innovativen und Vernetzten

= Ausformulierung von zeitgemässen Contents als Grundlage für Stadt- und Tourismusmarketing, Regionen-Branding über einen längeren Zeitraum

Leitlinie: Finden eines thematischen Selbstverständnisses als Grundlage der Positionierung

Aufbauen auf ein Alleinstellungsmerkmal: geographisch, kulturell, historisch, sozio-ökonomisch wie zB (Arbeitstitel): Kulturstadt Graz: Zentrum Süd-Ost-Europas (= vergleichbar Schwerpunkt)

- = effiziente Aufbaumöglichkeit auf bestehende Aktivitäten und Verbindungen
- = Weiterführen der geschaffenen Relevanzen für die Nachbarländer
- = Chance für politische, ökonomische und kulturelle Partnerschaften im Zukunftsraum
- = Nutzen der aktuellen Entwicklungen der Osterweiterungen in diesem Zeitraum

Leitlinie:

Sicherstellung von bestehenden Infrastrukturen + Freihalten von Möglichkeitsfeldern für Innovation und Neues

Sicherstellung von Arbeitsbedingungen auf Basis bestehender Infrastrukturen

Sensible Evaluierung der bestehenden kulturellen Einrichtungen auf Basis differenzierter Kriterien

Darauf aufbauend Sicherstellung von Mindeststandards zur Grundsicherung über einen kalkulierbaren Zeitraum

o Freihalten von Möglichkeitsfeldern für Lebendigkeit, Innovation und Neues

Förderung von Risikobereitschaft und Einbindung der Jungen

Stoppen bzw. Verhindern des Brain-Drain von Kompetenzen und Qualitäten

Leitlinie: Ausgewogenheit von lokaler Kontinuität sowie Austausch und Internationalität

o Erhalt von bewährten, aufgebauten lokalen Stärken

o Bestehende internationale Kontakte intensivieren und weitere Vernetzungen anstreben

o Sicherstellung von Rotation und Internationalität in Schlüsselpositionen

Leitlinie: Herstellen von adäquaten Entscheidungsstrukturen und Bündelung der Kräfte zur Erreichung der Ziele

o Förderung eines offenen Diskurses zwischen den betroffenen Öffentlichkeiten

o Herstellen nachvollziehbarer, kontinuierlicher Kommunikation zwischen den Entscheidungsträgern

o Einrichten eines transparenten (straffen) und kompetenten Fachbeiratswesens

Kontakt: Margarethe Makovec | Harald Saiko

Initiative

Cultural Pressure Group

Motto: Radikal anwesend, auch 2004 und danach!

Die Diskussion ist eröffnet, stand kürzlich auf rosa zum Thema Graz nach 2003 zu lesen. Und verfolgt man die selbstveröffentlichten Aussagen der für das Festival eingesetzten Verantwortlichen, prophezeien diese eine besondere Situation mit dem nahenden Ende des Kulturhauptstadtjahres. Doch das Besondere daran dürfte nur das Missverständnis sein, das einjährige Festival und seine eigenen Gesetzmäßigkeiten permanent weiterführen zu können. Denn so wie für 2003 bestimmte und einmalige Voraussetzungen geschaffen wurden, gelten für die Zeit danach naturgemäß andere Rahmenbedingungen. Folglich wäre es falsch, ein einmaliges Modell mit Intendantenprinzip und Abwicklungsges.m.b.H. in verkleinerter Form weiterzuführen, auch wenn es in der momentanen Lage verlockend scheint.

In die Zukunft blickend liegt die Chance wohl eher im Vertrauen in jene, welche auch weiterhin in dieser Stadt die kulturelle Produktion und Innovation selbst betreiben. Will man das viel zitierte Wort der Nachhaltigkeit mit Leben erfüllen, sollte die bestehende kulturelle Aufmerksamkeit dazu genützt werden, das Potential der Kultur- und Kunstschaffenden in der Stadt weiterhin zu stärken. In diesem Sinne sprechen wir stellvertretend für viele aus einer Innensicht, welche die Produktion samt der notwendigen Kontakte, internationalen Vernetzungen bis zur Betriebsprofessionalisierung bei sinkenden Budgets kennt. Und hat nicht in der Vergangenheit der Mut der Politik kritische und zeitgemäße Inhalte gefördert oder zumindest zugelassen, welche in Folge auch Basis einer Kulturhauptstadt wurden?

Die angesprochene Aufmerksamkeit wäre also neuerlich dorthin zu lenken, wo permanente zeitgenössische Produktion passiert oder auch erst entstehen wird. Denn ohne Contents keine PR, in Zeiten des wachsenden Städtekonzurrenzkampfes umso mehr. Dass bei sinkenden Budgets dieser Aktivitätsdruck nicht mit immer größeren Subventionsgießkannen ausgeglichen werden kann ist offenkundig Faktum. Für diesen anstehenden Veränderungsprozess, der mit einem kollektiven Kulturentwicklungsprogramm begonnen werden soll, braucht es also entsprechende Inputs. Von unserer Seite werden wir gerne die von uns über einen längeren Zeitraum mit verschiedensten Personen diskutierten Leitlinien für eine weitere Positionierung von Graz als Kulturstandort einbringen.

Wenn eine Schwerpunktsetzung stattfindet, sollte diese unserer Meinung nach generell auf einen zeitgenössischen Kulturbegriff aufbauen. Auch scheint eine thematische Definition hilfreicher, als nur eine Sparte hervorzuheben. Freilich darf ein übergeordnetes Motto nicht dazu führen, Programme und Inhalte quasi von oben herab vorzugeben oder gar einzuschränken. Vielmehr könnte ein derart gedachtes Motto dazu dienen, ein Spannungsfeld zu erzeugen, in welchem die bestehenden und innovativen Positionen der Stadt eine Möglichkeit oder auch Reibungsfläche finden.

Ein Hauptthema des bevorstehenden Ausverhandlungsprozesses der beteiligten Personen und Gruppen wird aber auch das Herstellen eines offenen Diskurses samt brauchbarer Mechanismen sein. So muss eine Nachhaltigkeit nicht erst hergestellt werden, wie es von manchen nun gefordert wird, die eigentlich den Auftrag dazu hatten - Nachhaltigkeit besteht in dieser Stadt schon in hohem Maße zu einem sehr günstigen Tarif. Es wird eher darum gehen, anschließend an das zu Ende gehende Erfolgsmodell 2003 gemeinsam ein neues, weiterführendes Modell auszuarbeiten und zu leben. Wobei eines gleich bleiben wird: Ohne Kultur keine Kulturstadt, wie immer deren Management organisiert wird.

Kulturstandort Graz 2004 +

Eine private Initiative von Grazer Kulturverantwortlichen

Unter dem Arbeitstitel „KLUB SOZIAL“ fanden sich seit Anfang 2003 verschiedenste Personen zu einem kontinuierlichen Austausch über die kulturelle Situation bzw. bevorstehende Zukunft von Graz zusammen. Die Kerngruppe dieser Aktivität setzt sich als cultural-pressure-group wie folgt zusammen:

Margarethe Makovec | Harald Saiko | Helmut Köpping | Martin Krammer | Volker Sernetz

***Das Kulturhaupt-
stadtjahr 2003 in Graz
war auch von Diskussionen zur
Nachhaltigkeit dieses international
vielbeachteten, europäischen Kultur-
projektjahres geprägt. Nach einem „open
space“ am 10.09.2003 im Grazer Literatur-
haus wurde Anfang Oktober 2003 zwei Tage
lang in der Helmut-List-Halle ein Kulturdialog
durchgeführt, dessen Konsequenzen wieder-
um in einem Informationsbericht an den Grazer
Gemeinderat sichtbaren Niederschlag fanden.
Transparenz in den Förderungsmechani-
smen, die Installierung eines Kulturbeira-
tes, die Einrichtung von Fachbeiräten
sowie die Neuorganisation von Ju-
rys stehen im Mittelpunkt.***

***Kultur -
entwick-
lungs -
konzept***



Der Kulturbeirat der Stadt Graz

Geschäftsordnung für den Kulturbeirat der Stadt Graz

Geschäftsordnung für den Kulturbeirat der Stadt Graz

1. Präambel

Die Einrichtung des Kulturbeirates der Stadt Graz ist ein weiterer Schritt der Kulturentwicklung des Kulturreorts der Stadt Graz. Der Kulturbeirat ist ein kollektives Beratungsorgan, das kompetente Persönlichkeiten aus den Bereichen der Produktion, Reproduktion, Veranstaltung, Vermittlung, Ausbildung und Rezeption (Publikum) versammelt, um den Kulturstadtrat in wichtigen Fragen der Kulturentwicklung sowie bei großen Kulturprojekten zu beraten. Der Kulturbeirat ist kein Vergabegremium und keine Ständes- oder Branchenvertretung, repräsentiert aber den noch die wichtigsten Sparten des Grazer Kulturlebens in allen Formaten und ist auch hinsichtlich der Geschlechtersymmetrie, der Vertretung der Generationen repräsentativ.

Ziel der Einrichtung eines Kulturbeirates der Stadt Graz ist es, die gesamte Kulturentwicklung kritisch und konstruktiv von Persönlichkeiten begleiten zu lassen, die ihre Erfahrung aus ihren Institutionen einbringen, nicht aber die Interessen der Institution. Indem sie über ihr eigenes Fachgebiet hinaussehen, richten sie sich nach den am Gemeinwohl orientierten Interessen der Stadtgemeinde.

Der Kulturbeirat der Stadt Graz besteht aus höchstens 23 Mitgliedern. Auf die Einrichtung von Ersatzmitgliedern wurde verzichtet, weil es sich um ein kollektives Beratungsorgan handelt.

2. Aufgaben

Der Kulturbeirat als kollektives Beratungsorgan befasst sich anregend und fördernd mit den kulturellen Angelegenheiten und Einrichtungen der Landeshauptstadt Graz sowie der allgemeinen Kulturentwicklung. Er berät bei den Grundlinien der Förderung der Kultur und bei übergreifenden kulturellen Großveranstaltungen. Er befasst sich mit der Begutachtung von Großprojekten und der Vorbereitung des Grazer Kulturdialogs, der eine öffentliche Kulturbeiratssitzung darstellt. Vor der Bestellung von Fachbeiräten ist diesbezüglich der Kulturbeirat anzuhören.

Die Mitglieder des Kulturbeirates sind bei der Ausübung ihrer Funktion an keine Weisungen und Aufträge gebunden; sie haben ausschließlich die sich aus der Geschäftsordnung ergebende Beiratsarbeit zu leisten.

Die Funktion als Mitglied des Kulturbeirates ist ein Ehrenamt.

3. Zusammensetzung

Den Vorsitz des Kulturbeirates führt der Kulturstadtrat oder ein/e von ihm namhaft gemachte/r VertreterIn. Der Kulturbeirat besteht aus höchstens 23 Mitgliedern. Aus dem Kreis der Mitglieder werden eine Sprecherin/ein Sprecher sowie zwei StellvertreterInnen mit einfacher Mehrheit gewählt. Die Sprecherin/der Sprecher und die StellvertreterInnen vertreten den Kulturbeirat nach außen und gegenüber der Stadt.

Der Kulturbeirat in seiner Gesamtheit ist repräsentativ für das gesamte Grazer Kulturleben und umfasst sowohl VeranstalterInnen als auch produzierende und reproduzierende KünstlerInnen, KulturvermittlerInnen, VertreterInnen der künstlerischen Ausbildung und des Publikums. Auch ist die Zusammensetzung der KulturexpertInnen repräsentativ für die kulturellen Formate der Stadt Graz. Weiters werden bei der Besetzung die Geschlechterparität und unterschiedlichen Generationen berücksichtigt.

4. Auswahl der Beiratsmitglieder

Die Auswahl der Beiratsmitglieder erfolgt durch den Kulturstadtrat nach dem Ausgewogenheitsprinzip. Der Ernennung zum Mitglied des Kulturbeirates der Stadt Graz geht eine schriftliche Einladung durch den Stadtrat voraus.

Der Tätigkeitszeitraum des Kulturbeirates erstreckt sich über drei Jahre vom Tag seiner ersten Sitzung an. Eine Wiederernennung der Mitglieder ist möglich. Für die jeweilige nächste Periode des Kulturbeirates wird mindestens ein Drittel der Mitglieder neu besetzt (Rotationsprinzip). Die PublikumsvertreterInnen unterliegen jedenfalls dem Rotationsprinzip.

Wenn nicht eine ausreichende Anzahl von Mitgliedern auf eigenen Wunsch ausscheiden will, entscheidet der Stadtrat nach dem Grad der Abwesenheit über Neubesetzungen aus einer von ihm geführten NachrückerInnenliste.

5. Sitzungen und Einberufung

Der Stadtrat hat die konstituierende Sitzung des Kulturbeirates zur Wahl der Sprecherin/des Sprechers und der StellvertreterInnen einzuberufen. Die ordentlichen Sitzungen des Kulturbeirates finden mindestens zwei Mal im Jahr statt, wobei eine Sitzung im Rahmen des jährlichen Kulturdialogs öffentlich stattfindet.

Der Stadtrat oder ein/eine von ihm namhaft gemachte/r VertreterIn führt den Vorsitz des Kulturbeirates. Der Kulturbeirat fasst seine Empfehlungen in Sitzungen, die unter Angabe der Tagesordnung, von der Vorsitzenden/vom Vorsitzenden, von der Sprecherin/vom Sprecher oder bei dessen/deren Verhinderung von ihren/seinen StellvertreterInnen einzuberufen sind.

Zu jeder Sitzung ist die Abteilungsvorständin/der Abteilungsvorstand des Kulturamtes der Stadt Graz einzuladen. Diese/r hat an der Sitzung verpflichtend teilzunehmen bzw. bei Verhinderung eine Vertreterin/einen Vertreter zu entsenden und jedenfalls für die ordnungsgemäße Abfassung des Ergebnisprotokolls des Kulturbeirates Sorge zu tragen.

Grundsätzlich werden Empfehlungen einstimmig, mehrheitlich oder als Minderheitsvotum gegeben und auch als solche im Ergebnisprotokoll des Kulturbeirates festgehalten.

Aus besonderen Anlässen werden außerordentliche Sitzungen des Kulturbeirates der Stadt Graz einberufen. Eine außerordentliche Sitzung wird vom/von der SprecherIn bzw. deren StellvertreterInnen und vom Stadtrat einberufen. Ferner werden außerordentliche Sitzungen einberufen, wenn dies wenigstens sieben Mitglieder des Kulturbeirates schriftlich unter Angabe der vorzuschlagenden Tagesordnungspunkte verlangen.

6. Vor- und Nachbereitung

Die Tagesordnung wird von der Vorsitzenden/vom Vorsitzenden unter Einbeziehung der Sprecherin/des Sprechers oder bei deren/dessen Verhinderung von den StellvertreterInnen unter Berücksichtigung allenfalls vorliegender schriftlicher Anträge von Mitgliedern des Kulturbeirates festgesetzt.

Die Einladungen sind an alle Mitglieder des Kulturbeirates vom Kulturamt der Stadt Graz in der Regel 14 Tage, mindestens jedoch 7 Tage vor der Sitzung abzusenden. Die Einladungen enthalten auch die Tagesordnungen und etwaige Unterlagen.

Die administrative Betreuung des Kulturbeirates sowie die damit im Zusammenhang stehenden verwaltungsmäßigen Aufgaben obliegen dem Kulturamt der Stadt Graz. Das Ergebnis der Beratungen ergeht in Form eines von den TeilnehmerInnen autorisierten Ergebnisprotokolls als Informationsbericht an den Stadtsenat und an den Kulturausschuss der Stadt Graz und wird über den Kulturserver www.kulturserver-graz.at publiziert.

Das Ergebnisprotokoll des Kulturbeirates stellt einen Ideenspeicher und einen dynamischen Beitrag zur Grazer Kulturentwicklung und deren Umsetzung dar.

7. Arbeitsausschüsse

Zur Bearbeitung von speziellen, aktuellen Themenbereichen können vom Kulturbeirat in den Sitzungen Arbeitsausschüsse gebildet werden. Alle Mitglieder des Kulturbeirates haben das Recht, an den Sitzungen der Arbeitsausschüsse teilzunehmen. Über die Ergebnisse der Sitzungen der Arbeitsausschüsse wird in der folgenden Sitzung des Kulturbeirates berichtet.

Graz, am 23. Februar 2004

Aktives Mitwirken an Vorbereitung und permanenter Umsetzung für die Stadt Graz

Harald Saiko 2003 / 2004

Grazer Kulturdialog
Informationsbericht mit den beiden Moderatoren
Otto Hochreiter und Mag. Roland Gruber

Graz, 13.11.2003

Informationsbericht an den Gemeinderat

„Nehmen wir es doch positiv: Kein Schlussfest Graz bleibt somit Kulturhauptstadt!“ formulierte ein bekannter Grazer Hotelier seinen Standpunkt in einer aktuellen Diskussion. Womit der Leserbriefschreiber in einer ebenso bekannten steirischen Tageszeitung, unbeschadet des tatsächlichen Ausgangs der Detaildebatte um den würdigen Abschluss des Kulturhauptstadtprogramms 2003 in Graz, einen sehr wesentlichen Ansatz subsummierte: Erstmals wurde im Jahr 2003 in Graz die Bedeutung der Kultur als „harter Standortfaktor“ auch in Wirtschaft und Tourismus anerkannt und bewertet.

Dennoch zeigt sich gerade in der kreativen Szene der Stadt, die mit ihrer oft jahrzehntelangen Tätigkeit überhaupt erst die alleinige Zuerkennung des europäischen Kulturhauptstadtjahres 2003 an die Stadt Graz möglich gemacht hat, immer wieder Skepsis darüber, ob dieser kulturelle Höhenflug, der auch in wirtschaftlich-touristischen Zahlen nachvollziehbar ist, nachhaltig genutzt werden kann. Dieses Bemühen um Nachhaltigkeit geht mitunter wohl parallel mit dem ebenso wichtigen Bemühen um Nachnutzung ausgewählter künstlerischer Projekte des Kulturhauptstadtjahres, wenngleich diese zuallererst eben für dieses eine Jahr, also „auf Zeit“, projektiert waren und sind. Jedenfalls aber sind in diese Überlegungen einer kulturpolitischen Nachhaltigkeit auch jene Bauten einzubeziehen, die Graz unter bestmöglicher Einbeziehung der „Grazer Szene“ in Hinkunft nutzen wird - Bauten, wie sie dem mitunter als „neue Gründerzeit“ beschriebenen Zeitraum der Vorbereitung und Durchführung von „2003“ zuzuschreiben sind.

Mit einer Auftaktveranstaltung im Grazer Literaturhaus war die zwar kritische, aber ge-

rade von Künstlerinnen und KulturorganisatorInnen sehr positiv mitgetragene Diskussion um die „Zeit nach 2003“ auf Betreiben des Kulturressorts nach dem Sommer d.J., also unter bewusster Einbeziehung der Erfahrungen aus dem Kulturhauptstadtprogramm, erstmals fokussiert worden. Parallel zur ehrenamtlichen Tätigkeit einer damals installierten Strukturarbeitsgruppe wurde der „Kulturdialog“ am 1. und 2. Oktober 2003 in der Listhalle im Beisein von teils bis zu 300 Künstlerinnen und KulturorganisatorInnen fortgesetzt. Die diskutierten Themen wurden, wie bereits zuvor, stets aktuell über den Kulturserver des Grazer Kulturamtes einer noch breiteren Diskussion unterzogen, also „gerüttelt“, im Detail in Arbeitsgruppen vertieft und von den beiden für den Kulturdialog eingesetzten, ebenfalls aus Vorschlägen der Strukturarbeitsgruppe nominierten Moderatoren Otto Hochreiter und Mag. Roland Gruber gemeinsam mit dem Kulturamt zusammengefasst. Die Vorschläge, die seitens des Kulturressorts als „nachhaltige Empfehlungen“ angesehen werden, sind integrierender Bestandteil dieses Informationsberichtes und werden ebenso als verpflichtende Bestandteile des Kulturressorts in den Überlegungen um die nächstjährigen Budgets nach Maßgabe der finanziellen Rahmenbedingungen der Stadt sein. Dieser Gemeinderatsbericht basiert auf den Überlegungen, dass Kulturentwicklung „work in progress“ ist und es sich daher um einen Zwischenbericht handelt. Die basisorientierte Gesprächskultur mit der „Grazer Kulturszene“ wird in den nächsten Jahren fortzusetzen sein, die daraus resultierenden Ergebnisse sind ständig zu evaluieren.

Erste Ansätze der Kulturentwicklung

Die politischen Entscheidungsträgerinnen der Stadt Graz hatten sich erstmals im Jahr 1988 mit dem Gedanken einer Bewerbung um den Ehrentitel „Europäische Kulturhauptstadt“ bzw. „Kulturstadt Europas“ - die Europäische Union hatte beide Begriffe lange Zeit synonym verwendet - auseinandergesetzt. Allerdings war es zum damaligen Zeitpunkt, Österreich war bekanntlich noch kein EU-Mitglied, einer österreichischen Stadt nur möglich, sich um das Projekt eines Europäischen Kulturmonates zu bewerben.

Im Jahr 1993 wurde der Europastadt Graz - zur Europastadt war Graz bereits 1979 vom Europarat ernannt worden - der „Europäische Kulturmonat“ zugesprochen. Das damalige kulturpolitische Konzept ging von ähnlichen Voraussetzungen wie die spätere Kulturhauptstadtbewerbung aus. Graz präsentierte sich sehr bewusst als Schnittpunkt und

Begegnungsplattform mit Ausstrahlung in den südosteuropäischen Raum, Sarajevo, die multikulturelle Weltstadt und heutige bosnische Hauptstadt, wurde vielbeachteter und geachteter Partner für Graz, das sich wiederum mit starker Akzentuierung der Entwicklungsschienen Wissenschaft und Kultur aus einer historisch bedingten Randlage in ein neues europäisches Zentrum entwickelte.

Ein Jahr darauf, 1994, wirkte Graz unter Einbeziehung des Kulturressorts und der Kulturvermittlung Steiermark/Cultural City Network an der John Myerscough-Studie mit, die sich wiederum mit der kulturellen Situation der damaligen europäischen Kulturstädte (European cities of culture and cultural months) beschäftigte.

In den Jahren 1996 und 1997 formulierte die Stadt mit dem damaligen Bürgermeister Alfred Stingl und dem damaligen Kulturstadtrat DI Helmut Strobl an der Spitze die Bewerbung für das Kulturhauptstadtjahr 2003, die von der damaligen Österreichischen Bundesregierung zur alleinigen Bewerbung Österreichs aufgewertet wurde. 1998 erteilten die europäischen Kulturministerinnen der Stadt Graz für das Jahr 2003 den Zuschlag. Stadtentwicklung und Weltkulturerbe

Von den beiden Autoren und späteren Diplomingenieuren Krasser und Hoffmann wurde im Rahmen einer Diplomarbeit an der TU Graz eine umfassende Ist-Stand-Erhebung mit einer Reihe von Vorschlägen und Maßnahmen zur Umsetzung kulturpolitischer Ziele erarbeitet. Tenor war nicht nur die Erhöhung der Zahl von Kulturstätten sowie das Etablieren und Fördern von Quartierskultur, also dezentraler Kulturaktivitäten, sondern heute nach wie vor aktuelle Anliegen wie die verstärkte Koordination von Kulturterminen, eine Erleichterung in Werbung, Marketing und Sponsoring sowie die Attraktivierung von Kulturveranstaltungsstätten, die mit dem Öffentlichen Verkehr gut erreichbar sein sollten. Eine der damals umgesetzten Maßnahmen: die Umsetzung der „Citycamp-Bezirkskultur im Zelt-Initiative“ als infrastrukturelle Hilfe bei bezirkskulturellen Aktivitäten und Schwerpunkten.

In beiden vom Gemeinderat beschlossenen Stadtentwicklungskonzepten sowie in der AusländerInnenbeiratsstudie der Veranstaltungsorte sind kulturelle Aspekte berücksichtigt bzw. eingeflossen. Während Linz mit der Ist-Stand-Erhebung 1995 und dem daraus resul-

• Es muss bewusst gemacht werden, dass Kultur Gemeingut und Grundlage von Grazer Lebensqualität ist

1.2. Status quo Kulturförderung

• Personeller Wechsel an den Spitzen von Kulturpolitik u. -Verwaltung verbunden mit Budgetkrise der Stadt Graz u. allgemeiner Angst vor Zeit „nach 2003“. Stagnation, Einbruch od. Steigerung des Gesamtkulturbudgets inkl. aller zusätzlichen Quellen, wie Tourismusförderung etc. ?

Dreijahresverträge laufen 2003 aus. Grundsätzliche Tendenz der Weiterführung: von der Ermessensausgabe zur (vertraglichen) Pflichtausgabe.

Tendenz von kulturpolitischer Entscheidung durch Einzelperson hin zu vermehrten Gremialentscheidungen, wie Beirätinnen, Juries.

Derzeit gibt es Fachbeirat Kunst im öffentlichen Raum u. Theaterjury (erstellte Reihung unterschiedlichster Theater, Entscheidung durch Verwaltung u. Politik); Jury für Kinoförderungstopf.

Phänomen des Pufferbudgets bei den Anträgen, das durch übliche Kürzungen Beteiligung fast aller AntragstellerInnen sichert. Finanzierung der Istbudgets würde zu „Ausfällung“ führen.

Diskussionen über Beirätinnen, Juries, Kuratorinnen für alle od. nur einige Bereiche? Diskussionen über Kriterien der Evaluierung, Zusammensetzung der Gremien (Neutralität, Kompetenz, Kosten).

Diskussion über andere Formen der Finanzierung, wie Sponsoring.

Diskussion über Ausbau des Servicecharakters des Kulturamtes.

Entstehung einer neuen physischen u. virtuellen Infrastruktur durch 2003. Fragen nach Nachnutzung und Folgekosten für Erhaltung u. Bespielung.

Keine vollständige Liste aller nutzbaren Räume u. Geräte u. ihrer Mietpreise u. keine klare Vorgangsweise beim Bespielen öffentlicher Räume

Schlechter Zustand der künstlerischen Aus- u. Weiterbildung in fast allen Bereichen u.

mangelnde Verbindung von Wissenschaft, Theorie u. Praxis (universitäre Anbindung)

Wenig Präsentationsmöglichkeiten zwischen Ausbildung u. Etabliertheit in vielen Sparten

2. ZIELE / GESTALTUNGSPRINZIPIEN 2.1.

Ziele / Gestaltungsprinzipien Kulturprofil

• Kulturentwicklung | Profil der Künste soll nach den Grundsätzen der Pluralität,

Kontinuität, Spartenautonomie und Interdisziplinarität erfolgen, eine Thematisierung nur über Einzelsparten, wie Literatur, ist aufgrund der zunehmenden Vernetzung und Überlappung überholt

• Anerkennung von nichtwirtschaftlicher, nichttouristischer Legitimation von Kulturschaffen, Einlösung des Vermittlungs- und Bildungsanspruchs der Grazer Kulturinstitutionen, die in Jahrzehnten gebildeten kulturellen Identitäten eignen sich am besten als Grundlage für Stadt- und Tourismusmarketing

• GROSS VERSUS KLEIN: Ausdifferenziertes Kulturprofil durch eine gelebte Pluralität der Produktionsformate und Anerkennung u. Förderung eines kulturellen Mittelbaus, Nutzung der Synergien durch stärkere interne u. externe Vernetzung

• Stärken ausbauen: Zukunft und Gedächtnis waren in Graz immer in spannender Verbindung; Grazer Domäne z. B. war immer neue Medienkunst,

• INTERNATIONALE VERSUS REGIONALE: einerseits sollen mehr steirische Künstlerinnen in voller Breite gefördert u. präsentiert werden. Andererseits soll Graz nicht nur regional verhaftet sein, noch internationaler werden u. im internationalen Diskurs u. durch Einbeziehung internationaler Künstler Vergleich bestehen

• Das Printmedienmonopol sollte zugunsten einer vielfältigen Medienlandschaft aufgelöst werden. Jedenfalls soll ein qualifizierter, kritischer Diskurs in den verschiedenen Medien

gefördert werden: eine „Kultur der Kritik“

• Gendermainstreaming soll zum Prinzip im Grazer Kulturbetrieb werden

2.2 Ziele | Gestaltungsprinzipien Kulturförderung

• „Gewinn“ von 2003-Tourismus soll für Kultur genutzt werden, weil erschließbar von Kultur ausgelöst wurde

• Entscheidung über Juries, Beirätinnen (passiv, reaktiv), Kuratorinnen (aktiv, impulsgebend) etc., die evaluieren u. initiieren entlang einer Pluralität von Kriterien (Qualität, Innovation, Kontinuität, Akzeptanz, Widerständigkeit, Wirtschaftlichkeit etc.)

• Kompetente, unbürokratische, rasche und v. a. transparente Entscheidungen über Fördervergabe entlang von Zielvereinbarungen, klar definierte Kriterien der Beurteilung u. hoher Sachverstand, Neutralität der Beurteilenden.

• Grundsätzlich ist Qualität nicht in Punkten, Metern oder Kilogramm messbar, sondern eine Beurteilung ist Ergebnis eines Prozesses, Qualität ist aber im Vergleich erkennbar

• Szenenadäquate Modelle durch Rückbindung an die jeweiligen Sparten

• Budgettrennung bei den Anträgen zw. Infrastruktur u. eigentlicher Kulturarbeit

• Bei nicht rein künstlerisch-kulturell legitimierten Projekten oder Institutionen soll städtische und nichtstädtische Zusatzfinanzierung außerhalb des Kulturbudgets, etwa aus Tourismusförderung, erschlossen werden

• Klare Vorgangsweise bei Bespielung öffentlicher Räume.

• Wiederfinden der Identitäten u. der Grazer Kulturtopografie

• Grundsätzlich mehr u. bessere Infrastruktur als wesentlicher Teil von moderner,

Des Weiteren wird seitens des Kulturamtes ein Kulturbericht vorzubereiten und dem Gemeinderat vorzulegen sein, der erstmals für das Jahr 2003 Transparenz in die Vergabe von Förderungsmitteln bringen soll.

Das Kulturamt hat sich auch in die geplante Entwicklung einer Kulturstättengesellschaft einzubringen, die nicht nur eine entsprechende Koordination auch der neuen Kulturstätten, sondern gemeinsame Marketingstrategien und die Konzentration auf gemeinsame Märkte ermöglichen soll. Um diesen Aufgaben in geeigneter Weise gerecht werden zu können, soll -aufbauend auf den bereits geleisteten Vorarbeiten - ein konkreter Umsetzungsvorschlag mit den zuständigen Stellen des Landes und der Stadt Graz entwickelt werden, der sowohl steuerliche als auch organisatorische Vorteile für die betroffenen Gebietskörperschaften bzw. Gesellschaften bringt. Insbesondere soll dabei unter Berücksichtigung von steuerlichen und organisationsrechtlichen Belangen die mögliche Bandbreite der konkreten Rechtsform (Verein, Personen- bzw. Kapitalgesellschaft) auf Vor- und Nachteile unter Einbeziehung von Expertinnen überprüft werden, um bis Jahresbeginn 2004 den politischen Entscheidungsträgerinnen diesen ersten konkreten Umsetzungsvorschlag unterbreiten zu können. Die Koordination der externen und internen AnsprechpartnerInnen erfolgt dabei durch das Kulturamt. Als mögliche GesellschafterInnen einer künftigen Kulturstättengesellschaft sollen unter anderen die „GrazTourismus GmbH“, die Landesmuseum Joanneum GmbH, „steirischer Herbst“, die Steirische Kulturveranstaltungen GmbH („Styriarte“) und die „Bühnen Graz, Steiermark“ zu Gesprächen eingeladen werden. Die Finanzierung einer Kulturstättengesellschaft sollte analog zu anderen Gesellschaften auf einem mehrjährigen Finanzierungsvertrag zwischen der Stadt Graz und dem Land Steiermark basieren.

Die Empfehlungen aus der als Zwischenbericht zu verstehenden strukturierten Zusammenfassung sind auf ihre Realisierbarkeit zu prüfen und als „work in progress“ nach Maßgabe der Möglichkeiten in die Kulturentwicklung über diese Legislaturperiode des Gemeinderates einzubinden.

Noch für den Budgetentwurf des Kulturressorts werden die mit Jahresende auslaufenden Fördervereinbarungen mit 44 Kulturinitiativen unter Einbeziehung externer Expertinnen evaluiert, wobei auch darauf Bedacht genommen wird, noch darüber hinaus Kulturorgani-

sationen und Künstlerinneninitiativen grundsätzlich aufgrund der Kontinuität ihrer Kulturarbeit für mittelfristige Finanzierungsmodelle dem Gemeinderat zu empfehlen.

Entsprechend dem vorliegenden Bericht stellt der Ausschuss für Kultur und Sport der Stadt Graz gem. § 45 Abs. 2 des Statutes der Landeshauptstadt Graz 1967, LGBl.Nr. 130/1967, i.d.F. LGBl. Nr. 91/2002 den

Antrag,

der Gemeinderat wolle beschließen:

1) Der Informationsbericht wird vom Gemeinderat zustimmend zur Kenntnis genommen.

2) Die Magistratsabteilung 16 wird beauftragt, die im Motivenbericht genannten weiteren Schritte zu veranlassen und dem Gemeinderat mit Jahresbeginn 2004 einen detaillierten

Bericht mit konkretem Umsetzungsvorschlag aufzubereiten, mit Ausnahme aller budgetrelevanten Vorgaben.

Der Abteilungsvorstand: Der Stadtsenatsreferent



Open Space, Helmut-List-Halle, 10.09.2003
<http://www.kulturserver-graz.at>

Kulturentwicklungskonzept der Stadt Graz

tierenden Kulturentwicklungsplan einen insgesamt fünfjährigen Prozess eingeleitet hatte, dem sich Salzburg mit Gemeinderatsbeschluss 2001 anschloss, konzentrierte sich Graz in diesem Zeitraum bereits voll und ganz auf die Bewerbung zur Europäischen Kulturhauptstadt.

Eine weitere „Entwicklungsschiene“ eröffnete sich für Graz in der Aufnahme in die UNESCO-Weltkulturerbeliste, wobei die Stadt diese ehrende Zuerkennung vor allem auch dank der von der UNESCO konstatierten Symbiose zwischen Erhaltung des historischen Baugutes und prägender Akzente einer neuen Architektur am 01.12.1999 zugesprochen erhielt. Damit wurde die Grazer Altstadt zum UNESCO-Weltkulturerbe erhoben.

„Gewinn“ aus Kulturhauptstadtjahr

Die „Graz 2003 Kulturhauptstadt Europas Organisations-GmbH“, mit Gemeinderatsbeschluss vom 21.01.1999 festgeschrieben, mit deren Intendanten, Wolfgang Lorenz, und der Geschäftsführung verstärkt in einer jüngsten veröffentlichten Publikation die Bedeutung von Kultur als Kapital und Standortfaktor. Dabei wird erneut und nunmehr in den Fakten bestätigt auf die Joanneum-Research-Studie über die regionalwirtschaftlichen Auswirkungen des Kulturhauptstadtjahres vor dessen Beginn hingewiesen. Damals war ein zusätzlicher Produktionswert von 45 Millionen Euro und die Schaffung bzw. Sicherung von 400 Arbeitsplätzen in Graz und Umgebung voraus berechnet worden. Für die Stadt Graz allein sei von einem zusätzlichen Produktionswert von 41,5 Millionen Euro auszugehen.

Über Multiplikatoreffekte konstatiert die „2003“-Gesellschaft aus der touristischen und wirtschaftlichen Entwicklung für die Stadt einen zusätzlichen Produktionswert von 77,7 Millionen Euro. Mag diese Zahl auch von anderen Berechnungsmodellen noch nach unten „relativiert“ werden, ergibt sich doch ein klarer Gewinn für die Stadt und damit die Notwendigkeit der Fortsetzung von Investitionen in den Standortfaktor Kultur.

Über diese vordergründig wirtschaftliche und touristische Replik ist das kulturelle Selbstwertgefühl zu stellen, das sich aus einem neuen Selbstbewusstsein der Stadt ergibt; wengleich der Grazer Kulturdialog wiederum den Beweis erbracht hat, dass die Grazer Kulturszene dieses Selbstbewusstsein schon bisher im Wissen um Zeugnisse einer kon-

tinuierlichen Entwicklung gelebt hat und lebt. Kultur, so die übereinstimmende Meinung, kann nicht ausschließlich Aufgabe eines einzelnen Ressorts der Stadtregierung sein, sondern muss die gemeinsame Aufgabe aller bleiben. Die Zeichen, die der neu konstituierte Grazer Gemeinderat bereits in den wenigen Monaten seiner Tätigkeit gesetzt hat, ermutigen dazu, dass kulturelle Nachhaltigkeit zu den wesentlichen Strategien dieser Arbeitsperiode werden wird.

Der „Grazer Kulturdialog“

Wenn nunmehr im Folgenden Ergebnisse des „Grazer Kulturdialoges“ zusammengefasst werden, sei für das Kulturamt ausdrücklich darauf hingewiesen, dass manche Forderung zum Selbstverständnis der Arbeit der Magistratsabteilung 16 gehört, einer Arbeit, die u.a. gemeinsam mit Einrichtungen wie Kulturvermittlung Steiermark und „Cultural City Network“ täglich umgesetzt wird. Manches resultiert aus einer einseitigen Sicht, manches freilich auch aus nicht umfassend angenommener Information, sodass auch dort künftig weitere Schwerpunkte zu setzen sind.

Es folgt nun die strukturierte Zusammenfassung des von der Strukturarbeitsgruppe ausgewählten Kulturdialog-Moderators, des Kulturexperten Otto Hochreiter (Wien), wobei darin auch wesentliche Aussagen des Papiers „Kulturhauptstadt Graz. Leitlinien für eine nachhaltige Kulturentwicklung 2004 2008 und darüber hinaus“, von der Strukturarbeitsgruppe enthalten sind. Die Zusammenfassung fußt auf den im Internetportal des Kulturamtes, www.graz.at/kulturserver sofort nach dem Kulturdialog publizierten Protokollen der zweitägigen Veranstaltung.

Der „Grazer Kulturdialog“ hatte am 1. und 2.10.2003 in der Helmut-Listhalle stattgefunden und wurde vom Grazer Kulturamt veranstaltet. Das Veranstaltungskonzept basierte auf den Vorarbeiten einer aus einer „open-space-Veranstaltung“ im Literaturhaus im September du entstandenen Strukturarbeitsgruppe, die dem Kulturamt auch bei der Auswahl des Moderatorenteamts mit den Kultur- und Moderationsfachleuten Otto Hochreiter und

Mag. Roland Gruber behilflich war.

Die strukturierte Zusammenfassung

1. STATUS QUO

1.1. Status quo Kulturprofil

- Kulturprofil ist seit Jahren vorhanden. Die gewachsene europäische Stadt, zeitgenössische Kunstproduktion u. -Vermittlung waren Grundlage für jahrzehntelange Anerkennung und Zuerkennung Kulturhauptstadttitel.
- In der Außenwahrnehmung glanzvoll kommuniziert, in der Innenwahrnehmung Gefühl der Unterpräsenz, zu geringer Beachtung u. gesellschaftlicher Akzeptanz u. Fragen nach neuer Identität. Jedenfalls müssen die auch vor 2003 vorhandenen internationalen Kontakte intensiviert und weitere Vernetzung angestrebt werden.
- Verordnetes Kulturprofil (Marketing) oder sich selbst entwickelndes Kulturgesicht (Kultur)? Inhaltliche Schwerpunkte, wie Medienkunst od. Literatur, sind bisher von den Künstlerinnen u. selbst verwalteten Institutionen geschaffen worden, haben Identität gebildet, ebenso wie die klare Ausrichtung nach zeitgenössischer Kunst und Kultur.
- Kulturpolitik, die auch an die wirtschaftlichen Effekte (Standortattraktivität, Tourismus etc.) denken muss, kann Rahmenbedingungen, kreatives Arbeitsklima für die Selbstentwicklung eines Kulturgesichtsprofilis u. damit verbundene Weiterqualifizierung der Öffentlichkeit schaffen. In Grazer Tradition soll Innovation und Risikobereitschaft sichergestellt werden
- Kunst legitimiert sich aus sich selbst, hat unausgesprochenen gesellschaftlichen Auftrag. Kultur ist Kritik an eigener Arbeit, an den Medien, ist politische Arbeit. Kulturgesichtsprofil hat viele Perspektiven (patchwork) u. viele Akteurinnen. Ein Profil ist eindeutig; ein Gesicht hat viele Gesichter.

international üblicher Kulturförderung: Inbesitznahme von Infrastruktur im öffentlichen Eigentum durch Mehrfachnutzung, gemeinsame Nutzung.

- Verbesserung der künstlerischen Aus- u. Weiterbildung u. Zusammenarbeit mit den Universitäten

3. STRUKTURMASSNAHMEN

3.1. Strukturmaßnahmen Kulturprofil

- Beachtung von Auswirkungen von sog. Gratisevents.
- Sicherstellung von Rotation und Internationalität in Schlüsselpositionen des Grazer Kulturlebens
- Die etablierten Institutionen sollen sich räumlich und finanziell für nicht etablierte Institutionen öffnen
- Frauenförderungsprogramme (kurzfristige Maßnahmen) im gesamten Kulturbereich.
- Mehr Niveau u. Angebot im Kinderkulturbereich.
- Film sollte als kulturelle Sparte nicht nur wirtschaftlich gesehen werden: Verstärkung der Produktions- u. Präsentationsmöglichkeiten für nichtkommerziellen Film

3.2. Strukturmaßnahmen Kulturförderung

- Entwicklung eines Systems von vertraglichen mittelfristigen Zielvereinbarungen mit entsprechenden sensiblen Evaluierungen auf Basis sehr differenzierter Kriterien durch unabhängige Expertinnen
- Für alle Sparten Einführung eines grundsätzlichen transparenten Jurywesens zur

Objektivierung der Fördervergabe; Rotationsprinzip bei ev. Kuratoren und Jurys

- Entwicklung eines Modells für Nutzung vorhandener Gerätschaften, bereits bespielter und nicht bespielter Räume (Sharing, Mehrfachnutzungen, Synergiemöglichkeiten usw.)
- Bereitstellung von Plattformen u. Präsentationen für Junge* Künstlerinnen
- Weiterführung der internationalen Werbung für die Kulturstadt Graz
- Aus der Grazer Geschichte lernen: Modelle der Selbstverwaltung stärken
- Von Pufferbudgets zu echten Istbudgets bei Anträgen kommen
- Verstärkung des Servicecharakters des Kulturamts und Stärkung der vorhandenen, gewachsenen Serviceeinrichtungen

4. KONKRETE PROJEKTE

4.1. Konkrete Projekte Kulturprofil

- Weiterentwicklung der Positionierung der Diagonale
- Vermehrung bzw. Einführung v. Preisen u. Stipendien;
- Schaffung offener Radio- u. Fernsehprogramme
- Diverse spartenbezogene institutionelle, bauliche und eventbezogene Projekte (die voraussichtlich beim nächsten Grazer Kulturdialog möglichst vollständig und jedenfalls strukturiert vorgestellt und diskutiert werden sollen)

4.2 Konkrete Projekte Kulturförderung

- Einrichtung eines Fixbudgets für Freie Szene
- Entkoppelung eines Kinder- und Jugendkulturbudgets
- Einrichtung eines eigenen Budgets für künstlerische Aus- u. Weiterbildung

- Herausgabe eines transparenten Kunst- und Kulturberichts über Förderentscheidungen und Vergabekriterien. Vorab Publikation über Kulturserver
- Einrichtung eines stadtnahen Sponsoringpools od. einer Sponsoringagentur
- Erhebung und Publikation des aktuellen Istzustands der kulturellen Infrastruktur und Entwicklung eines Kulturstättenkonzepts
- Öffentliche Ausschreibung für bildende Kunst
- Schaffung einer Vereinbarung mit Fa. Ankünder über eigene Plakatflächen für Kultur
- Schaffung von gemeinsamen Spartenfoldern
- Hilfe bei der Gründung einer monatlichen Kulturzeitschrift od. Anbindung an bestehende Monatszeitschriften
- (Kosten-)freier Zugang zu Serverstrukturen
- Einrichtung und Förderung von Ausbildungs- und Kompetenzzentren für diverse Sparten
- Schaffung einer „Servicestelle“ im Kulturamt

Die ersten Konsequenzen des Ressorts

Das Kulturamt wird im Auftrag des Kulturreferenten, basierend wiederum auf den Anregungen der Strukturarbeitsgruppe, in einer ersten Konsequenz einen Vorschlag für einen Kulturbeirat bis Jahresbeginn 2004 erarbeiten und dem Gemeinderat vorlegen. Dieses Gremium soll aus insgesamt rund 20 Persönlichkeiten, überwiegend Spartenvertreterinnen, bestehen und als Beirat eine offizielle Möglichkeit für Austausch und Kommunikation sein. Der Kulturbeirat bringt sich in die Vorbereitung eines je nach Themenerfordernis voraussichtlich einmal jährlich stattfindenden „Grazer Kulturdialogs“ als Fortsetzung dieses basisorientierten Modells der Begegnung und des Austausches ein. Sitzungen des Kulturbeirates sollten bis zu drei Mal im Jahr stattfinden.





Gewächshäuser Botanischer Garten - Arch. Volker Giencke / Foto: Graz Tourismus

Architektur- stadt Graz



Foto: Graz Tourismus

Architektur & Baukultur

Harald Saiko mit Dank an die Plattform Architektur & Baukultur Österreich

Architekturstadt Graz: Handlungsmaximen zu Architektur und Baukultur

Architekturstadt Graz: Vorschläge für Handlungsmaximen zu Architektur und Baukultur der Stadt Graz und ihrer nachgeordneten Abteilungen, Institutionen, Gesellschaften

1

Vorbildfunktion der Stadt

Für die gedeihliche kulturelle, soziale und wirtschaftliche Entwicklung eines Gemeinwesens ist eine baulich qualitativ hochwertige Umwelt unerlässlich. Die Gesellschaft fordert mit gutem Recht Architektur und Baukultur von Politik und Markt als existenzielle Voraussetzung ein. Architektur und Baukultur entstehen nicht zufällig; sie wurzeln in einem gesellschaftlichen Konsens, in Eigeninitiativen der Planer und Bürger, nicht zuletzt in stimulierenden Maßnahmen der Gebietskörperschaften. Dem Bauherrn Stadt kommt dabei eine besondere Vorbildfunktion zu. Eine vordringliche Aufgabe der Stadtregierung muss es daher sein, die Grundsätze der „Architekturpolitik“ zu formulieren und bekannt zu machen.

2

Qualitätsbindung für alle städtischen Baumittel

Bei allen von der Stadt Graz (mit-)finanzierten Bauvorhaben ist der ordnungsgemäße Umgang mit Budgetmitteln sicherzustellen. Daher muss eine Voll- oder Teilfinanzierung eines Bauwerks immer an die Wahrnehmung der baukulturellen Verantwortung geknüpft sein. Das bedeutet durchgehend, die Bauaufgaben ganzheitlich zu definieren, zur Findung der besten Entwurfs- oder Konstruktionsidee Architekten und Ingenieurkonsulenten in geeigneten Verfahren zu befassen, die geistig-schöpferischen Dienstleistungen nicht nur über den Preis zu vergeben sondern über den Wert des Inhaltes, Planungs- und Ausführungsaufträge klar zu trennen et cetera. Um das umzusetzen, ist ein administrativer Mindeststandard für Bauvorhaben, ein Qualitätskodex für den städtischen Bau, erforderlich. Ausgehend von den Rechtsgrundlagen der Projektdurchführung sollen darin Methoden und Kriterien der Qualitätssicherung erklärt werden.

3

Qualitätskontrolle bei Delegation öffentlicher Interessen

Die Verantwortung für die aus ästhetischen, kulturellen, sozialen, technischen und wirtschaftlichen Aspekten gebildete Gesamtqualität von öffentlichen Bauten ist auch dann uneingeschränkt wahrzunehmen, wenn das Bauwerk von einem aus der Hoheitsverwaltung ausgegliederten Unternehmen oder in Partnerschaft mit Privaten errichtet wird. Dabei ist sicherzustellen, dass jene Qualitätssichernden Verfahren eingesetzt werden, deren sich auch die öffentliche Hand nach nationalem und internationalem Recht bedienen müssen. Zudem wären heimische Regelungen wie die Wettbewerbsordnung Architektur und der Honorarordnungen der Architekten und Ingenieurkonsulenten bindend.

4

Chancengleichheit zu freier Berufsausübung in Europa

Sprichwörtlich heißt es: Wenn es der Architektur gut geht, dann geht es auch den Architekten gut. Umgekehrt gilt das genauso. Teil der Architekturpolitik muss die Sicherstellung guter Arbeitsbedingungen für die Architekturschaffenden, auch der jüngeren Generation in der Stadt sein.

5

Kreativindustrie „Architektur“ in der Vielfalt fördern

Nicht allein einige wenige, berühmte Architekten ergeben das Spektrum der Architekturschaffenden und nicht einige wenige Architekturen ergeben das Spektrum des Architekturgeschehens. Der architektonische Sachverstand ist in seiner ganzen Breite und Tiefe von der Architekturpolitik auch direkt ökonomisch zu fördern. Signalarchitektur und alltägliche Baukultur dürfen nicht gegeneinander ausgespielt werden; vielmehr bedingen sie sich auf dem Markt der Ideen. Wenn man die Architekturschaffenden als Motoren einer Kreativindustrie „Architektur“ versteht, dann sind jene Stimulationsinstrumente sinnvoll, die bereits auf anderen Wirtschaftssektoren erfolgreich eingesetzt werden. Den Architekturschaffenden soll ein besonders auf die dominante kleinteilige Betriebs- und spezifische Ertragsstruktur zugeschnittenes, städtisches Unternehmensförderungsprogramm angeboten werden.

6

Qualität ist Konsumentenschutz

Schlechte Bauwerke belasten nicht nur die Bauherren, sondern die Öffentlichkeit. Ästhetische, ökologische, soziale oder wirtschaftliche Defizite von Bauwerken, selbst von solchen die der Architektur zugerechnet werden, sind oft offenkundig. Die Ursachen werden aber selten klar benannt. Dadurch verfestigen sich Vorurteile gegenüber der von den Architekturschaffenden beschworenen Qualität und verunmöglichen das Verständnis dieser Qualität als Element des Konsumentenschutzes. Dass gute Architektur nicht teurer sein soll als schlechte, ist ohne umfassende Aufklärung nicht argumentierbar. Unerlässlich ist daher eine regelmäßige, alle Bereiche der Bautätigkeit der Stadt umfassende Berichtstätigkeit an Gemeinderat und Öffentlichkeit, wo die Bauten an den Zielen der Architekturpolitik und den Maßstäben der Fachwelt in für Laien verständlicher Form gemessen werden.

7

Ausbildung für alle Entscheidungsträger

Die an Bauteilentscheidungen Beteiligten verfügen oft nicht über gefestigte Anschauungen und Haltungen über Architektur. Politiker quer durch alle Ebenen sollten sich ihrer gemeinsamen Verantwortung für die Architektur und Baukultur bewusst sein. Bürgermeister, Stadträte, Gemeinderäte sind für Entscheidungen über die Architektur und Baukultur in der Stadt verantwortlich. Ihnen mehr Wissen über die Qualitätskriterien von Architektur zu vermitteln ist unabdingbarer Teil einer umfassenden Architekturpolitik. Allen Entscheidungsträgern sollen daher mit Unterstützung der bestehenden Vermittlungseinrichtungen Einführungen in Architektur geboten werden, weil dies die weit verteilten behördlichen und politischen Einflussnahmen auf die Architekturproduktion rasch positiv beeinflussen wird.

8

Umweltqualität als Bildungsgut

Die Qualitätskriterien von Architektur, Städtebau und Ingenieurbau, aber auch Raum- und Landschaftsplanung in der Schulbildung einzubringen ist langfristig für eine gelungene Architekturpolitik von überragender Bedeutung. Qualitätsbauten sind gesellschaftliche Identifikationsträger, die gebaute Umwelt bestimmt alle Lebensbereiche: sie entscheidet über die Geborgenheit des Wohnens, über die Ergonomie des Arbeitsplatzes, das Image eines Betriebes, den Erholungswert einer Landschaft...

9

Architektonische Innovation ist kulturelles Erbe von morgen

Die kulturelle Wertschöpfung zeitgemäßen Bauens wird nach wie vor fälschlich allein in Konkurrenz zu ererbten Figuren von Stadt und Landschaft gesehen. Alte Bausubstanz nicht in positiver Wechselwirkung mit Neubauten gesehen. Die architektonische Innovation der Gegenwart ist aber das kulturelle Erbe von morgen. Gegenwartsarchitektur kann nicht Jahrzehnte auf gesellschaftliche Aneignung warten, bis Raumgebrauch, Sehgewohnheiten und Architekturgeschichte Gewissheit über die Werte der Bauwerke verschaffen. Bewertungsversuche müssen sofort beginnen. Die Institutionen der Architekturvermittlung, wie Architekturhäuser, aber auch Vertreter der anderen Künste wie aus Literatur, Film oder Fotografie sind darin massiv zu unterstützen, das Verständnis für Gegenwartsarchitektur im Verhältnis zum baulichen Erbe argumentativ und sinnlich zu stärken.

10

Raumwirksamkeit steigern durch Gesetzesreform

Das Bauen ist weitgehend verrechtlicht, die Kompetenzverteilung anachronistisch und die architektonischen Innovation hinderlich. Vereinhäufliche Bau- und Raumordnungsgesetze stehen nicht in Widerspruch zu den Phänomenen des regionalen Bauens, da sich dessen Eigenarten in der kulturellen, und nicht in der rechtlichen Sphäre verfestigen.

Harald Saiko, 25.09.2003 (mit Dank an die Plattform für Architektur und Baukultur Österreich)

Architekturstadt Graz: Diskussionsthemen zu Architektur und Baukultur

Kulturdialog Graz – Sparte Architektur

Architekturstadt Graz: Vorschläge für Diskussionsthemen zu Architektur und Baukultur in der Stadt Graz und ihrer nachgeordneten Abteilungen, Institutionen, Gesellschaften

1) Ressortübergreifende Architekturpolitik

- Ein klares Bekenntnis der Stadtregierung, als auch des Gemeinderates zum Stellenwert der zeitgenössischen Architektur und Baukultur in der Architekturstadt Graz
- Architektur ist eine Querschnittsmaterie aller Ressorts – eine gesamtheitliche Sicht samt Kompetenzstruktur
- Jährlicher Statusreport zur Baukultur in Graz (Zahlen, Fakten, Prozesse, Entwicklungen, österreichischer Vergleich,...)
- Schaffung eines kontinuierlichen Programms zur Architekturvermittlung
- Verankerung einer interdisziplinären Planungskultur bzw. von Qualitätskonzepten spart dem Steuerzahler viel Geld und sichert Lebensqualität
- Qualitätsbindung/-orientierung bei öffentlichen Förderungen und Projekten.

Liste max. kontroversieller Themen/Thematik

- Hohes Niveau der städtischen Architekturschaffenden versus miserabler wirtschaftliche Situation der Architektinnen
- Wer legt Qualität fest (Prozessorientierte Sichtweise vor ästhetischer Expertise?)
- Durch Privatisierung existiert der öffentliche Hochbau in der städtischen Verwaltung kaum mehr
- Angst der Politiker vor zeitgenössischer Architektur

Sonstiger Kommentar/Hinweis:

- Umsetzung der unter Pkt. (P) angeführten Ziele – Zielorientierte Forderungen in der Sprache der Adressaten kurz und bündig zusammen formulieren
- Keine leeren Bekenntnisse – Budget ist in Zahlen gegossene Politik
- Sensibilisierung politischer Entscheidungsträger für Architektur und Baukultur
- Vernetzung und Schaffung strategischer Partnerschaften bzw. Kooperationen um für Baukultur ein entsprechendes Lobbying zu ermöglichen.
- Welche Kompetenzen könnte die Plattform für Architektur und Baukultur übernehmen (Baukonvent,...)?
- Stärkere Verankerung der Raum- und Landschaftsplanung in der Plattform

2) Bauherrenverantwortung und Architekturconsulting

- Bauherrenverantwortung ist eine nicht delegierbare Aufgabe
- Baukultur ist keine Frage des Preises (und dafür gibt es Beweise!)
- Bauherrenberatung beginnt bei der „Bauherrschaft“ selbst (Bewusstseinsbildung, Hilfestellung,...)
- Bauherrenberatung ist auch Projektentwicklungsberatung und Umsetzungsberatung
- Bauherrenberatung kann ein eigenes Berufsbild werden = „Der Baucoach“

Liste max. kontroversieller Themen/Thematik

- Wie bringt man jemanden dazu, sich beraten zu lassen? Motivationen? Zwang?
- Schnelle Renditen versus Baukultur
- Mehrwert ohne Mehrkosten
- Architekten als strategische Bauherrenberater = versteckte Planungsakquisition
- Unvereinbarkeitsfrage von Bauherrenberatung und Planungstätigkeiten
- Wie ist „Qualität“ beschreibbar, messbar, definierbar?
- Unqualifizierte Bauherren halten sich für qualifiziert.
- Bau-Kulturschaffende sind dem Thema gegenüber nicht aufgeschlossen

3) Kreativwirtschaft und Architekturförderung

- Architektur ist ein wesentlicher Teil der Kreativwirtschaft
- Architektur ist eine Querschnittsmaterie aller Ressorts
- Die Baukultur ist ein Wirtschaftsfaktor
- Die Baukultur schafft Arbeitsplätze
- Mit der Sichtweise, dass die Architektur ein wichtiger Teil der Kreativwirtschaft ist, eröffnen sich neue Dimensionen in Bezug auf die Baukulturförderung
- Liste max. kontroversieller Themen/Thematik
- Das Thema Kreativwirtschaft ist derzeit noch durch Ankündigungspolitik ohne reale Unterstützung gekennzeichnet
- Kreativwirtschaft ist eher schwammig definiert und hat derzeit keine politischen Rahmen- und Förderprogramme
- Angst der Architektur vor Annäherung an die Bauindustrie

4) Wettbewerb, Vergabe, Honorierung und interdisziplinäre Planungskultur

- Ganzheit der Architektenleistung im Leistungsbild festschreiben
- ganzheitliches Leistungsbild ist Grundlage aller Vergaben
- Transparenz der Verfahrenswahl sicherstellen
- Primat des Leistungswettbewerbs garantieren (statt Preiswettbewerb)
- Architekturwettbewerbe müssen ohne Preisabfrage stattfinden
- standardisierte Mitwirkung der Architektenkammern bei der Wahl der Verfahrensart
- Honorarordnung Architektur als Richtlinie des angemessenen Entgeltes unverzichtbar
- nur das vom Architekten koordinierte Zusammenwirken der planenden Disziplinen gewährleistet Architekturqualität

5) Vermittlung und Ausbildung

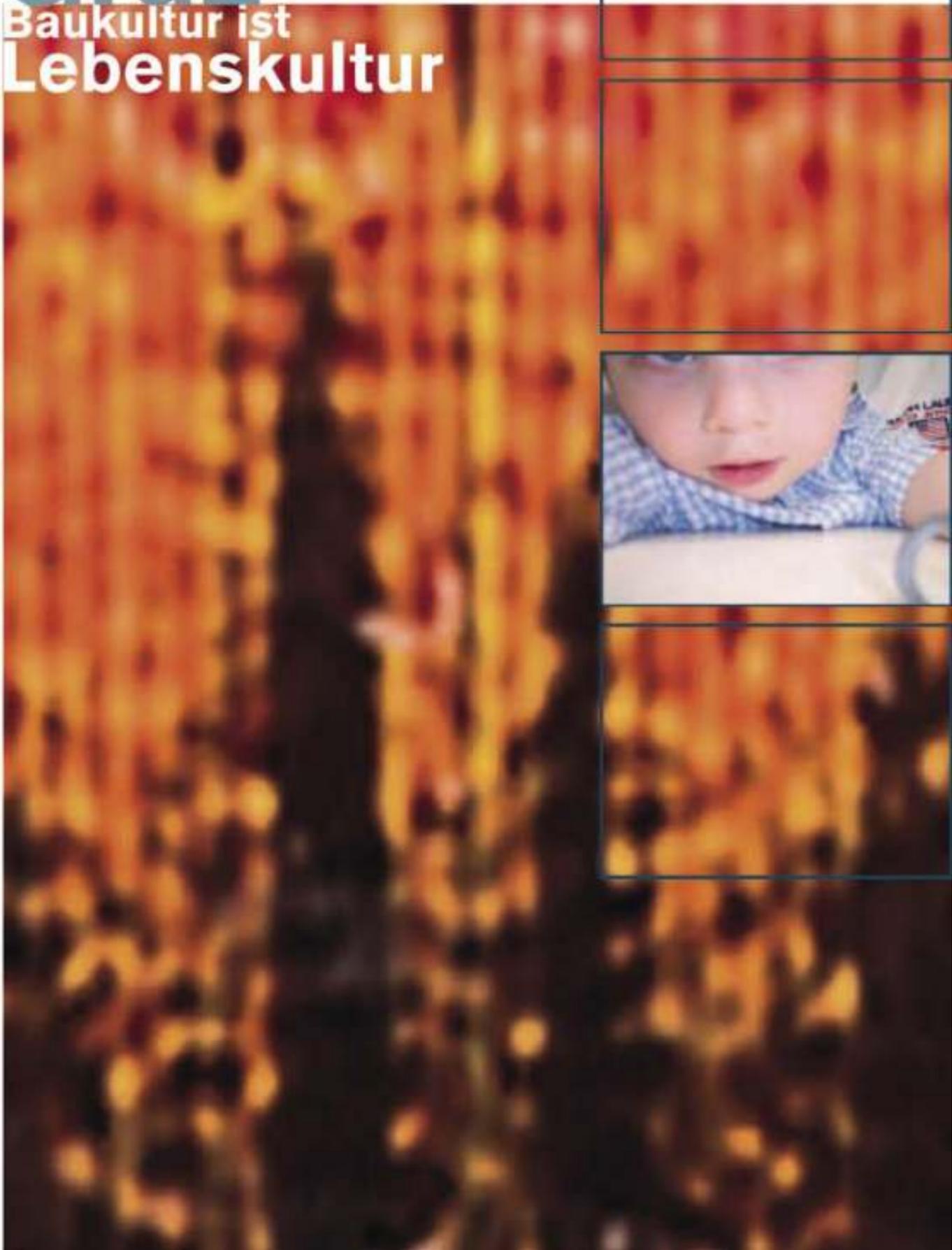
- Programm zur Architekturvermittlung auf den unterschiedlichsten Ebenen (Ausarbeitung und Implementierung)
- Engagierte Baukultur als Baustein einer ambitionierten Bildungspolitik verstehen
- Vermittlung allgemein:
- Bedeutung und Potential hochwertiger Architektur an die kommunalpolitischen Entscheidungsträger kommunizieren
- Architekturinitiativen sichern / stärken
- Qualitative Verfahrensberatung auf städtischer Bauherrenebene
- Kontakte auf europäischer und internationaler Ebene aufbauen bzw. verstärken
- durch die Gestaltung von Bildungsinstitutionen auf allen Ebenen
- Schulbau als Ausdruck eines engagierten bildungspolitischen Programms, unter Berücksichtigung aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen (z.B. Integration, neue Typologien, lebenslanges Lernen) verstehen
- Stadt und Schule - Rolle der Schule als öffentliche Institution in der Stadt

6) Öffentlichkeit und Image

- Architekturpolitik, nicht Architektinnenpolitik.
- Vermittlung der Alltagsqualität von Architektur.
- Architektur ist keine Stillfrage sondern eine Haltung.
- Formulierung eines übersichtlichen Leistungsbildes des
- ArchitektInnenberufs (Broschüre für potentielle Bauherren).
- Auch für Laien verständliche Sprache.
- die Summe aus neu + alt = „gebauter Umwelt“

Harald Saiko, 25.09.2003 (mit Dank an die Plattform für Architektur und Baukultur Österreich)

Eine Vision für
Graz
Baukultur ist
Lebenskultur



Architektur- hauptstadt Graz

Ausgearbeitet auf Initiative und im Auftrag der Stadt Graz von:

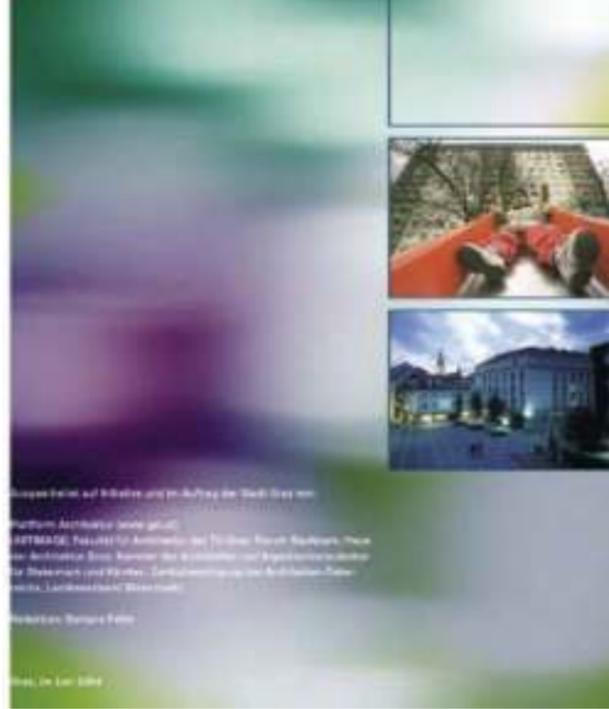
Plattform Architektur (gat.st)

(ARTIMAGE; Fakultät für Architektur der TU Graz; Forum Stadtpark; Haus der Architektur; Kammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten für Steiermark und Kärnten; Zentralvereinigung der Architekten Österreichs; Landesverband Steiermark)

Aktives Mitwirken ab 2004

Harald Saiko

Konzept für Eine Diskussions- grundlage



Das Konzept für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 ist ein Ergebnis der Zusammenarbeit von Architekten, Stadtplanern und Bürgerinnen und Bürgern. Es ist ein Dokument, das die Visionen und Ideen der Beteiligten in Form von Text und Bildern darstellt. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.

Intro

Eine Vision für Graz

Die Stadt Graz ist ein Ort, an dem die Menschen leben, arbeiten und spielen. Die Stadt ist ein Ort, an dem die Menschen ihre Visionen und Ideen in Form von Text und Bildern darstellen. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.



Idee

Architektur ist Lebensraum

Die Architektur ist ein Ort, an dem die Menschen leben, arbeiten und spielen. Die Architektur ist ein Ort, an dem die Menschen ihre Visionen und Ideen in Form von Text und Bildern darstellen. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.



Diagnose

Nach Innen

Die Stadt Graz ist ein Ort, an dem die Menschen leben, arbeiten und spielen. Die Stadt ist ein Ort, an dem die Menschen ihre Visionen und Ideen in Form von Text und Bildern darstellen. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.

Nach Außen

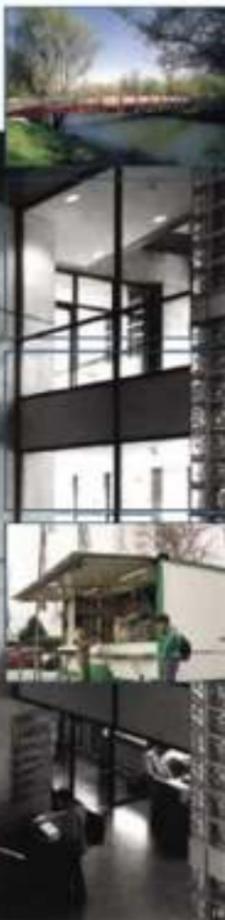
Die Stadt Graz ist ein Ort, an dem die Menschen leben, arbeiten und spielen. Die Stadt ist ein Ort, an dem die Menschen ihre Visionen und Ideen in Form von Text und Bildern darstellen. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.



Effekte

Langfristige Impulse Motor für Verbesserungen

Die Stadt Graz ist ein Ort, an dem die Menschen leben, arbeiten und spielen. Die Stadt ist ein Ort, an dem die Menschen ihre Visionen und Ideen in Form von Text und Bildern darstellen. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.



Szenarien

Struktur Organisation

Die Stadt Graz ist ein Ort, an dem die Menschen leben, arbeiten und spielen. Die Stadt ist ein Ort, an dem die Menschen ihre Visionen und Ideen in Form von Text und Bildern darstellen. Es soll als Grundlage für die Diskussion der Stadt Graz im Jahr 2007 dienen.



Architekturhauptstadt Graz

Wille

Die Architektur ist ein Prozess, der sich über die Zeit entwickelt. Sie ist ein Spiegelbild der Gesellschaft, die sie umgibt. In Graz wird die Architektur nicht nur als Kunstform gesehen, sondern auch als ein Mittel, um die Lebensqualität der Bürger zu verbessern. Die Stadtverwaltung hat sich verpflichtet, die Architektur zu fördern und die Bürger an den Entscheidungsprozessen teilhaben zu lassen.

Ausgangsbasis

Baukultur ist Lebenskultur

Die Baukultur ist ein zentraler Bestandteil der Lebenskultur. Sie umfasst die Qualität der Gebäude, die Gestaltung der öffentlichen Räume und die Einbindung der Bürger in den Entscheidungsprozess. In Graz wird die Baukultur als ein Mittel, um die Lebensqualität der Bürger zu verbessern und die Stadt zu einem attraktiveren Ort zu machen.

Ziele

Vision einer vitalen Stadt

- Die Stadt wird ein attraktiver und lebenswerter Ort sein, der die Bedürfnisse der Bürger in den Mittelpunkt stellt.
- Die Stadtverwaltung wird die Baukultur fördern und die Bürger an den Entscheidungsprozessen teilhaben lassen.
- Die Stadt wird ein attraktiver Ort sein, der die Bedürfnisse der Bürger in den Mittelpunkt stellt.
- Die Stadtverwaltung wird die Baukultur fördern und die Bürger an den Entscheidungsprozessen teilhaben lassen.

Szenarien

Die Szenarien beschreiben die möglichen Entwicklungen der Stadt in Zukunft. Sie basieren auf den aktuellen Trends und den Zielen der Stadtverwaltung. Die Szenarien zeigen die Auswirkungen der verschiedenen Maßnahmen, die die Stadtverwaltung ergreifen wird, um die Lebensqualität der Bürger zu verbessern.

Kompetenzen

Die Kompetenzen sind die Fähigkeiten und Kenntnisse, die die Mitarbeiter der Stadtverwaltung benötigen, um die Ziele der Stadtverwaltung zu erreichen. Die Kompetenzen umfassen die Bereiche Planung, Bauwesen, Verwaltung und Bürgerkommunikation.

Zusammenfassung

Baukultur ist Lebenskultur

Die Zusammenfassung fasst die wichtigsten Punkte des Projekts zusammen. Sie betont die Bedeutung der Baukultur für die Lebensqualität der Bürger und die Verpflichtung der Stadtverwaltung, die Baukultur zu fördern und die Bürger an den Entscheidungsprozessen teilhaben zu lassen.

Konzept für Graz – Architekturhauptstadt 2007

Eine Diskussions- grundlage



Ausgearbeitet auf Initiative und im Auftrag der Stadt Graz von:

Plattform Architektur (www.gat.st)
(ARTIMAGE; Fakultät für Architektur der TU Graz; Forum Stadtpark; Haus
der Architektur Graz; Kammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten
für Steiermark und Kärnten; Zentralvereinigung der Architekten Öster-
reichs, Landesverband Steiermark)

Redaktion: Barbara Feller

Graz, im Juni 2004

Architekturhauptstadt Graz

ABLAUFPLAN „ARCHITEKTURHAUPTSTADT GRAZ 2007“

	2004		2005		2006	2007	2008	
ZEITSCHIENE	MÄRZ 04 – JUNI 04	JULI 04 – NOV 04	JÄN 05 – MÄRZ 05	APRIL 05 – JUNI 05	JULI 05 – DEZ 05	JÄN 06 – DEZ 06	JÄN 07 – DEZ 07	JÄN 08 – ...
KOMMUNIKATION	Erstgespräche von VertreterInnen der Plattform Architektur (PA) mit Stadtrat Buchmann Einbeziehung von Stadtrat Rusch sowie der Amtsleiter Grabensberger und Luser Erste Information des Kulturbeirates	Besprechung im größeren Rahmen mit weiteren Kulturinstitutionen, Tourismusverantwortlichen, Politik (Stadt, Land, Bund), unterschiedlichen lokalen und regionalen Initiativen (Grätzmanagement etc.)	Startpressekonferenz	Detaillgespräche mit den Partnern (Politik, Kultur, Tourismus, Wissenschaft, Wirtschaft) Medienpartnerschaften überregional und regional Erstellung einer Website	Weiterführung der Gespräche auf den unterschiedlichen Ebenen, erstes Programmbuch Ausarbeitung Presse- und Marketingkonzept	Arbeitsphase PR und Marketing, Gespräche und Informationen für Grazerinnen und Grazer		Abschlusspressekonferenz
KONZEPT	Ausarbeitung Grobkonzept als Entscheidungsgrundlage für die weitere Vorgangsweise	Einarbeitung der Anregungen aus den Gesprächen Erhebung und Analyse der Ist-Situation Präzisierung der Ziele und Szenarien, Konkretisierung der Rahmenbedingungen Umsetzungskonzept als Grundlage für Anträge bei Stadt, Land, Bund		Ausarbeitung Feinkonzept Grafisches Grundkonzept	Detaillierung Feinkonzept	Vom Konzept zu Projekten Ausarbeitung des Nachnutzungskonzeptes		Nachbereitung
PROJEKTE			Ausarbeitung der Pilotprojekte	Ausschreibung der Pilotprojekte	Start der Pilotprojekte	Realisierung der Pilotprojekte Ausschreibung, Entscheidung und Start der Detailprojekte		Nachbereitung
ORGANISATION	VertreterInnen der Plattform Architektur	VertreterInnen der PA ExpertInnen unterschiedlicher Disziplinen (Marketing, Finanzen, Tourismus, Kultur)	Konstituierung Aufsichtsrat	Implementierung der Organisationsstruktur Ausschreibung und Bestellung der leitenden Funktionen (Inhalt, Organisation, Finanzen, Marketing) Bestellung der FachkuratorInnen, SpartenbetreiberInnen	Team steht, Beginn der Arbeitsphase	Arbeitsphase		Abrechnung und Auflösung der Strukturen
FINANZEN	Budget Stadtrat Buchmann und Stadtrat Rusch für Grobkonzept (5.000,- Euro)	Budget von Stadt / Land für Erstellung Umsetzungskonzept (20.000,- Euro) Budgetbesprechung auf Ebene Stadt, Land und Bund	Erstkontakte mit Sponsoren Einreichungen bei öffentlichen Stellen Bereitstellung des Budgets für die Feinkonzeptphase	Weitere Kontakte mit Sponsoren 1. Tranche des operativen Budgets	Weitere Kontakte mit Sponsoren, Finanzcontrolling durch den Aufsichtsrat, operatives Budget	operatives Budget		Abrechnung und Auflösung der Strukturen
		ENTSCHEIDUNG ÜBER DIE WEITERARBEIT	BESCHLUSS DES PROJEKTES UND DES BUDGETS (STADT, LAND, BUND)	START DER UMSETZUNGSPHASE		ARCHITEKTURHAUPTSTADT		



BAU LIEB WEIZ

*wohnen + arbeiten im
informationszeitalter*

w#plus

Auftraggeber: Zentralvereinigung der Architekten Österreichs,
Landesverband Steiermark
Gesamtkoordination: Harald Saiko

w#plus - Einstufiger Ideenwettbewerb 1998

Auszüge aus der Wettbewerbsausschreibung

Auslober:

Zentralvereinigung der Architekten Österreichs, Sektion Steiermark vertreten durch den Vorstand:

Markus Pernthaler

Roger Riewe

Hans Gangoly

Günter Koberg

Projektkoordination:

Harald Saiko

Ausschreibungserstellung:

Helmut Kunze

Harald Saiko

Einführung

Die telematische Übertragung von Informationen gewinnt gegenüber den herkömmlichen Übertragungstechniken immer mehr an Bedeutung; das Netz der virtuellen Welt funktioniert nach neuen Gesetzmäßigkeiten, die das Leben in den Städten des 21. Jahrhunderts nachhaltig prägen werden. Als eines der Phänomene dieser Entwicklung kann „Telearbeit“ gesehen werden, bei der Telekommunikation die Funktion von Verkehr, im weitesten Sinn, zwischen Wohnstatt und Arbeitsplatz, auch zwischen Arbeitsplatz und Arbeitsplatz, übernehmen wird. So gesehen werden Büroarbeiten aus den Unternehmen selbst verlagert werden, Mitarbeiter trotzdem in engem Kontakt mit ihren Unternehmungen tätig sein können. Letztere werden den Aufwand für Arbeitsplätze in ihren Verwaltungsgebäuden möglichst klein zu halten suchen; je nach den Erfordernissen bestimmter Arbeitsformen oder Arbeitsbereiche werden einzelne Arbeiten oder Arbeitsgruppen untereinander verbunden, wieder aufgelöst und neu gebildet werden können. Insgesamt werden derartige Unternehmensstrukturen keine zentralen Verwaltungsgebäude mehr bedingen; das Wohnzimmer des Mitarbeiters wird in Verbindung mit einem Arbeitsbereich wieder zum Hauptort seines Lebens, an dem Arbeitszeit und Arbeitsplatz. Zuhause und Freizeit, sich gegenseitig überlagernd und überschneidend, an diesen einen Ort gebunden und gleichzeitig rasch wechselnden Aktivitäten Raum gebend, den einen ungeteilten Lebensbereich bilden. Eine junge Generation, die mit den Techniken der elektronischen Datenverarbeitung geradezu selbstverständlich umzugehen gelernt hat, ist herangewachsen.

Die angesprochenen Entwicklungen werden daher in Zukunft, auch in anbe-tracht wirtschaftlicher Veränderungen insbe-

sondere des Abnehmens dauernder fester Arbeitsverhältnisse und -bedingungen, an Bedeutung stark gewinnen. Die Tendenz in Richtung auf eine Zusehens anwachsende Anzahl von Einpersonenhaushalten ist Ausdruck dieser Gesamtentwicklung; ihre Vor- und Nachteile für die Gesellschaft sollen hier nicht diskutiert werden.

Thematik „Teleworking“

Die Formel „Teleworking“ oder „Wohnen und Arbeiten“ ist gleich neue Selbständigkeit wird seitens des Aus-lobers keineswegs als gesellschaftspolitische Forderung, sondern vielmehr als Chance für die Menschen von morgen gesehen, für die die bisherigen Wohn- und Siedlungsstrukturen neuer Ausprägungen bedürfen.

Dieser Wettbewerb hat daher zum Ziel, für „Wohnen und Arbeiten“ neue Bauformen zu finden.

Dabei ist von Wichtigkeit, daß „Teleworking“ nicht zur ausschließlichen Bedingung gestellt wird, sondern daß es notwendigerweise eine neue Wohnform nach sich zieht, die den Anforderungen z.B. junger Selbständiger oder Nebenerwerbstätiger (Kinderbetreuung von/für Alleinerziehende u.a.), genügen muß, und gleichzeitig für „Teleworking“ die bestmöglichen Voraussetzungen bietet.

Eine entsprechende soziale Wohnstruktur sowie die äußerste Ökonomie in Herstellung und Erhaltung der Gebäude sind die wichtigsten Voraussetzungen.

Stadtstruktur

Das Wettbewerbsgebiet liegt am Ausgang einer geordneten gründerzeitlichen Blockrandbebauung und am Übergang zu einer vorstädtischen, heterogenen, kaum strukturierten Bebauung.

Es liegt längsgestreckt in Nord-Süd-Richtung am Lendkai mit einer sehr guten Ausrichtung der Längsseiten an der ruhigen Südwestseite und andererseits an der befahrenen Kaistraße im Nordosten. Die ebenfalls heterogene, aus verschiedenen Bauzeiten stammende Bebauung der Ergänzungsflächen bildet ebenfalls ein derzeit unstrukturiertes Ensemble, das gemeinsam mit dem Wettbewerbsgebiet neu zu formulieren ist. Seine Attraktivität und Bedeutung als Fortsetzung der gegebenen städtischen Situation sollte in der Qualität der Gestaltung ihre Entsprechung finden. Die Stadt Graz hat ihr Interesse an einer Neustrukturierung bekundet; man ist interessiert daran, daß an dieser Stelle eine beispielhafte, zukunftsweisende Wohnhausanlage entsteht; sie wird in Zusammenarbeit mit dem Aus-lober und unter Berücksichtigung des Wettbewerbsergebnisses für das Wettbewerbsgebiet ein

städtebauliches Entwicklungsprogramm („Masterplan“) ausarbeiten und für die entsprechenden legislativen Voraussetzungen für eine Verwirklichung Sorge tragen. Der Wettbewerb soll ein schlüssiges, weiterverfolgbares städtebauliches Konzept erbringen, dessen Schwergewicht auf Innovation liegt. Dabei wird in erster Linie die Tragfähigkeit der Ideen, die Verfolgbarkeit der Ansätze für eine Entwicklung in Richtung auf eine Wohnanlage mit dem Thema „Wohnen und Arbeiten“ wert gelegt; die tatsächliche vorgeschlagene bauliche Lösung steht dabei noch nicht im Vordergrund.

Das Wettbewerbsgebiet

Das Wettbewerbsgebiet umfaßt die Liegenschaften 1706, 1707, 1708/4, 1708/5 und 1708/6, d.s. die Grundstücke der ehem. ÖMV-Tankstelle; sie stehen im Eigentum der Stadt Graz und stehen dem Bauplatz für die Wohnanlage, die als beispielhafter Beitrag zum Thema „Wohnen und Arbeiten“ gedacht ist zur Verfügung. Das Grundstück 1708/3 stellt einen Sonderfall insofern dar, als es sich noch in privatem Eigentum befindet, aufgrund seiner Lage zum Wettbewerbsgebiet jedoch dem Wettbewerbsgebiet zugeordnet werden soll. Eine schrittweise Ankoppelung an die zukünftige Wohnanlage erscheint sinnvoll, genauere Angaben über die Verfügbarkeit können jedoch derzeit nicht gemacht werden.

Die Flächen des Wettbewerbsgebietes haben ein Gesamtausmaß von 2744 m .

Raumprogramm

In funktioneller Hinsicht wird vorgegeben, daß für einen möglichst großen Anteil der Einperson-, oder Zweipersonenhaushalte eine kleine „Wohnzelle“ in möglichst enger Verbindung mit einer „Arbeitszelle“ in analoger Größe entsteht.

Vorgaben zur flächenmäßigen Dimensionierung dieser Einheiten werden nur als Richtwerte vorgegeben, u.zw.:

A. Einpersonenhaushalt

Wohnen 30 - 35 m² WNFI.

Einpersonenhaushalt

Arbeiten 15-25 m² WNFI.

B. Zweipersonenhaushalt

Wohnen 50 - 55 m² WNFI.

Zweipersonenhaushalt

Arbeiten 20 - 30 m² WNFI.

Für die Grundrißdisposition wird größtmögliche Flexibilität gefordert, das heißt, daß eine spätere Vergrößerung in Richtung auf „Nur-Wohnen“ oder „Nur-Arbeiten“ möglich ist, daß die Teilbarkeit der Einheiten in Wohnen und Arbeiten auf beschränkte Zeiträume oder auf Dauer, z.B. durch spätere Teilvermietung, Verkauf des Arbeitsbereiches, etc. möglich ist.

wohnen + arbeiten im informationszeitalter

Dabei wird einem geeigneten, geringe Verkehrsflächen beanspruchenden Erschließungskonzept innerhalb der Gebäude wesentliche Bedeutung im Sinne der Wirtschaftlichkeit zukommen. Die „Arbeitszellen“ sollten jedenfalls kleiner als die zugehörigen „Wohnzellen“ bemessen sein. Gemeinsame Einrichtungen, wie sie funktionell von Vorteil sein könnten, z.B. gemeinsam nutzbare Besprechungszimmer, Infrastrukturreinrichtungen, Nebenräume etc., sind, soweit sie im richtigen funktionellen Zusammenhang disponiert werden können, denkbar. Auch Zusammenfassungen von 2 oder mehreren „Arbeitszellen“, z.B. in gemeinsame Büro- bzw. Arbeitsbereiche sind möglich; ihre Teilung in Einheiten für Einzelpersonen- bzw. Zweipersonenhaushalte und ihre richtige Zuordnung zu entsprechenden „Wohnzellen“ muß jedoch möglich bleiben.

Realisierbarkeit

Der Veranstalter wird im Zusammenwirken mit dem Land Steiermark und der Stadt Graz die Verwirklichung des vom Preisgericht im Wettbewerb bestqualifizierten Vorschlages als beispielhaften Beitrag zum Thema „Wohnen und Arbeiten“ im Sinne einer „Muster-Wohnhausanlage“ verfolgen. Bei der Erarbeitung der Wettbewerbsaufgabe ist daher die Realisierbarkeit und Wirtschaftlichkeit im Auge zu behalten; die zukünftige Wohnanlage muß den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit hinsichtlich Baubetrieb und Erhaltung genügen.

Dies gilt auch in Hinblick auf eine private, kommerzielle Verwertbarkeit. Es kann dabei angenommen werden, daß Förderungsmaßnahmen, z.B. Wohnbauförderung, in Anspruch genommen werden.

Art des Wettbewerbs

Der Wettbewerb wurde als Ideenwettbewerb, 1-stufig, öffentlich für Österreich, anonym ausgeschrieben.

Termine

Ausgabe der Wettbewerbsunterlagen ab 22. Juni 1998
Beurteilungssitzung des Preisgerichtes am 8. + 9. Oktober 1998
Anschließend Ausstellung der Arbeiten im Haus der Architektur Graz

Wettbewerbsteilnehmer

Zur Teilnahme am Wettbewerb berechtigt waren Inhaberinnen der Befugnis eines Architekten in Österreich sowie Absolventinnen der Fachrichtung Architektur, sofern sie Mitglieder der ZV sind.



1996-1999

3 Jahresprogramm der Zentralvereinigung der Architekten - Steiermark unter dem Titel „Räume der Zukunft“

1997 April

Mehrtägiges Symposium „Wohnen und Arbeiten“. Auf Basis des Symposiums erfolgt die Initiative der ZV zu einem Pilotprojekt: w#plus – wohnen und arbeiten im informationszeitalter. Danach Vorgespräche mit Politik und Verwaltung. Einrichten einer permanenten Projektskoordination (Arch. DI Harald Saiko) durch die ZV sowie Auswahl Grundstück, Vorbereitung eines Wettbewerbes durch die ZV.

1998 Juni

Ausgabe der Wettbewerbsunterlagen zu einem einstufigen Ideenwettbewerb.

Oktober

Beurteilungssitzung des Preisgerichtes. Ausstellung der Wettbewerbsunterlagen. Information an alle politischen Referenten.

1999 Februar

In regelmäßigen Sitzungen im Wohnungsamt MA 21 W werden weitere Schritte besprochen um für das Projekt einen positiven Gemeinderatsbeschluss zu erreichen.

März

Gespräche mit Amt f. Wohnungsangelegenheiten über Ersatzversorgung der letzten Mieterin. Vermessung der Grundstücke. Gespräch mit Baurechts- und Stadtplanungsamt zum Thema Dichteerhöhung.

April

Gespräche mit möglichen Bauträgern. Gespräch mit der steirischen Wirtschaftsförderung: Interesse am Projekt wird bekundet. Gespräch mit der Wirtschaftskammer: Bekundet Interesse am Projekt, bietet unter anderem Bedarfserhebung an.

Mai

Gespräch mit RA 14 über Förderungsmodalitäten.

Juni

Neuerliches Gespräch mit der Wirtschaftskammer. Antrag zur Dichteerhöhung wird eingebracht.

Juli

Gespräch mit dem Wohnbund über eine Bedarfs- und Nutzerhebung. Gespräch mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Graz um eine Förderungsmappe für etwaige Nutzer zu erstellen.

September

Als möglicher Bauträger erklärt die GWS ihr Interesse das Projekt abzuwickeln. Gespräch mit FA 1b. Vorbereitung für den Gemeinderatsantrag. Wohnungsbundstudie fertiggestellt: Das Ergebnis bestätigt die Notwendigkeit der Wohnform „Wohnen und Arbeiten“.

Dezember

Die Unterlagen für den Gemeinderatsbeschluss werden eingereicht.

2000 Februar

Der Gemeinderat beschließt einstimmig die Bereitstellung der Grundstücke zur Errichtung des Projektes. Nach nunmehriger Fixierung von Planer, Bauträger und Grundstück übergibt die ZV das Pilotprojekt zur weiteren selbständigen Ausarbeitung und Realisierung und beendet die permanente Koordination nach 5-jährigem Engagement.

März

Gespräche zwischen GWS, Büro Hierzegger und MA 21 W über weitere Vorgangsweise da noch keine Stellungnahme zur Dichteerhöhung vorliegt.

2002 März Bestandsplan der Grundstücksnummern 1706, 1707, 1708/4, 1708/5 und 1708/6 wird vom Vermessungsbüro Kukuvec erstellt.

Mai

Vorentwurf und Flächenaufstellung wird der GWS vorgelegt;

August

Vorentwurf wird beim 333. Wohnbautisch vorbegutachtet – Auflagen werden erteilt;

Oktober

Beim 339. Wohnbautisch wird das Projekt positiv mit Auflagen beurteilt. Auflage: Rechtskraft des Bebauungsplanes; Hausnummernfestlegung: Lendkai 89 – Baukörper 3 / 4; Lendkai 89A – Baukörper 1 / 2; Einreichplanung mit 6 Geschossen - Besondere Umstände: bestehender Trafo muss verlegt werden; zwei das Grundstück kreuzende Hauskanäle sind zu berücksichtigen; ein das Grundstück kreuzender öffentlicher Kanal (Mindest-abstand der zukünftigen Bebauung 2,5 m von der Kanalachse), erhöhte Schallschutz-anforderungen;

2003 Jänner

Der 3.0 Flächenwidmungsplan 2002 wird rechtsgültig. Laut Deckplan 1 besteht die Notwendigkeit eines Bebauungsplanes.

Februar

Bebauungsplan wird aufgelegt, wichtigste Änderungen zur erfolgten Einreichplanung: Reduktion der Geschossanzahl von 6 auf 5 Geschosse. Der südliche Teil des Grundstückes, als Kinderspielplatz und Trafostandort geplant, muss wegen eines möglichen Straßenprojektes freigehalten werden.

März

Austauschplanung zur Einreichung vom Oktober 2002

Mai

Bauverhandlung; Bebauungsplan A14-K-778/2002-22 „Lendkai / Netzgasse / Neubaugasse / Pflanzen-gasse“ wird rechts-wirksam;

Juli

Baufreistellung für den Geschosswohnbau; Abbruchbewilligung für die bestehende Umspannstation, Baufreistellung für die neue Umspannstation am Grundstück Nr.: 1708/6;

Oktober

Einsparungsgespräch nach Anbotseröffnung; Umplanung Erdgeschoss Baukörper 3/4: das Cafe wird zum Büro, die zugehörigen Sanitäranlagen müssen umgeplant werden; Positive Beurteilung der neuen Wohnung im EG beim 367. Wohnbautisch; Nachreichung der neuen Wohnung im EG bei der Baupolizei; Positive Begutachtung des Geschosswohnbaus durch den Wohnbauförderungsbeirat des Landes Steiermark; Bauphysikeinreichung;

November

Baufreistellung für die neue Umspannstation am Grundstück der Fa. Robert Bieber; Abbruch des bestehenden Trafos, Errichtung der neuen Fertigteilstation;

Dezember

Spatenstich; Baustelleneinrichtung, Baugrubensicherung, Fundierung Baukörper 3 / 4

2004 Jänner Farbkonzept – Färbungspläne werden der GWS vorgelegt; Kellergeschoss Baukörper 3 / 4 wird betonierte;

2005 Sommer geplanter Fertigstellungstermin

wohnen + arbeiten im informationszeitalter

Wohnen und Arbeiten am Lendkai. Zusammengespannt über eine gemeinsame Tiefgarage erheben sich über zwei Erdgeschosszonen je 2 Baukörper. 29 Wohneinheiten, 21 Flatlevel und 8 Maisonette-Wohnungen, 1 Büro, 1 Besprechungsraum mit Vorzone und Sanitäreinheit und 31 Tiefgaragenabstellplätze finden in 5 Geschossen und einem Tiefgaragengeschoss Platz. Alle Wohneinheiten verfügen über Terrassen oder Balkone in der Wohnungsebene. Im Erdgeschoss im nördlichen Abschnitt befinden sich die überdachten Fahrradabstellplätze. 1 Kinderspielplatz und Ruheplätze im Freien auf einem lärmgeschützten Platz zwischen den beiden Gebäuden, sowie eine Grünfläche südlich der Anlage bilden das Angebot an Freiflächen.



Projektbeteiligte:

Idee + Projektentwicklung:

Zentralvereinigung der Architekten Steiermark

Baurechtsgeberin:

Stadt Graz – Amt für Wohnbau und Wohnbauförderung

Bauherr: GWS

Planung: Arch. Univ.Prof. D.I. Dr. Techn. Heiner Hierzegger
in Kooperation mit Arch. Mag. arch Martin Flatz

Zahlen und Daten:

Grundstücksfläche: ca. 1.570 m²

Wohnbeihilfenfähige Gesamtbaukosten:

voraussichtlich ca. Euro 2.988.000,-

Wohnnutzfläche – 29 Wohneinheiten: 2.320 m²

Nutzfläche Büro: ca.95 m²



1000%

Einsichten / Aussichten

***Stadtent-
wicklung***

Konzeption: Harald Saiko | Rainer Rosegger



100 % Stadt ein

Harald Salko
Büro für Stadtentwicklung + Prozesssteuerung

Rainer Rosegger
SCAN - Agentur für Markt- und Gesellschaftsanalytik

Ursula Obermosterer
Assistentin

Alois Gstöttner | Andreas Roschitz
Produktion

100% Stadtentwicklung Einsichten | Aussichten





Fotos: Zita Oberwalder

100% Stadtentwicklung Einsichten / Aussichten

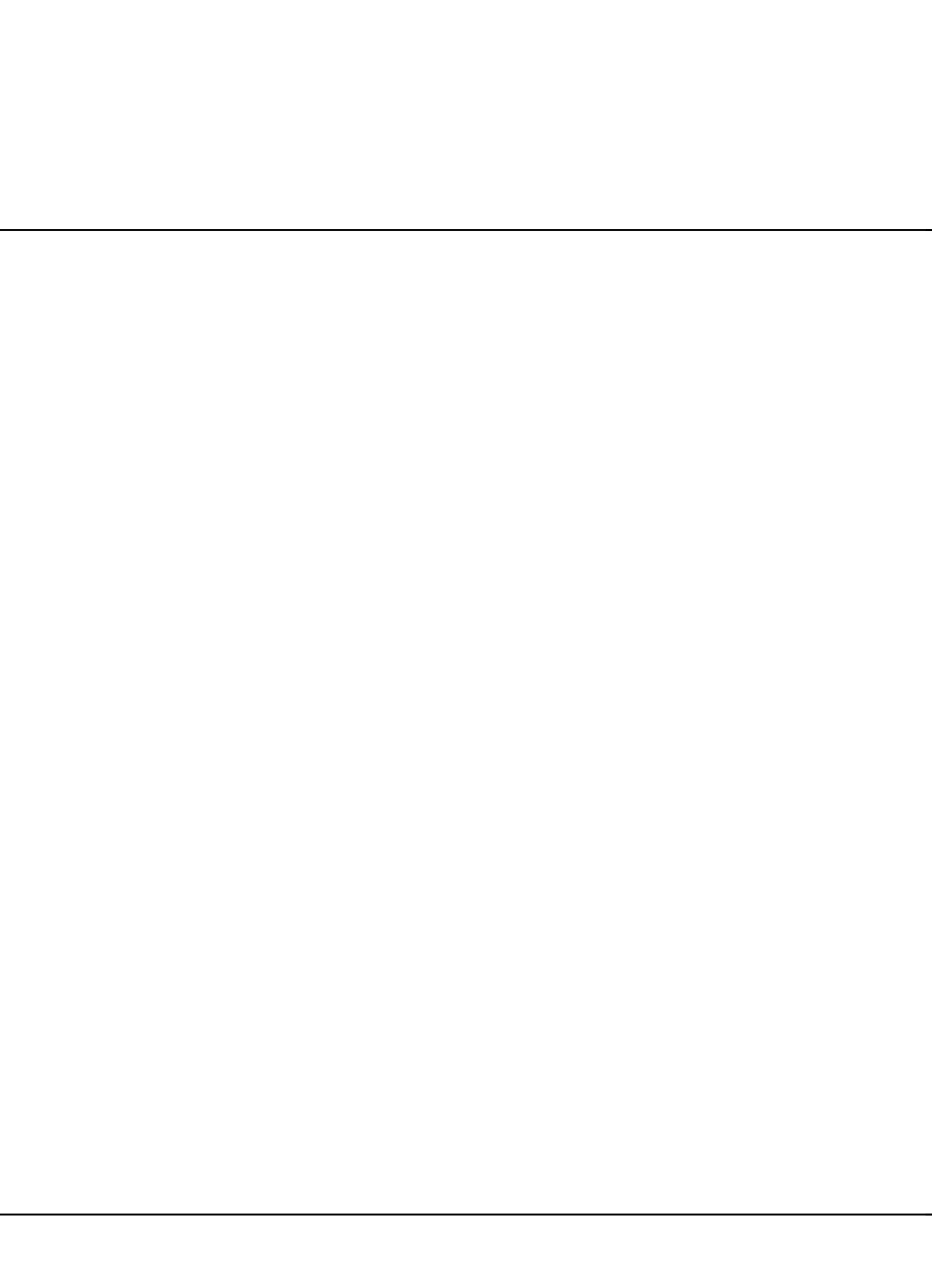


Personale

Ausstellung im HDA 07-09/2003







Kultur ist, was bleibt.

SAIKO.CC

Büro für Architektur / Stadt / Kultur

Defreggasse 6 8020 Graz

T: 0043 (0)316 922 11 222

F: 0043 (0)316 922 11 211

M: office@saiko.cc

W:www.saiko.cc



LAND

SAIKO.CC