

Die sinn-haft Nr. 20 wird in Kooperation mit dem Projekt „Stark reduziert!“ (Manuela Barth, Barbara U. Schmidt) herausgegeben.

Wir möchten unter dem Titel „U-Bahnanschluss mit Alpenblick.“ einige wirtschaftliche, soziale und kulturelle Phänomene zueinander in Bezug setzen, die im einzelnen nicht völlig neu sind, in ihrem Ausmaß und ihrem Zusammenwirken aber zu einer umfassenden Neuformulierung des urbanen Raums führen könnten.

1. Malls und Shoppingcenter präsentieren sich nicht mehr als geschlossene Erlebniswelten, die sich gezielt gegenüber der Umgebung absetzen, sie entwickeln sich vielmehr zunehmend zu einem Konglomerat aus koexistierenden Zonen, die fließend ineinander übergehen und so Vielfalt und Stabilität gleichermaßen suggerieren. Dieser Entgrenzung entspricht die Vielfalt des Nutzungsangebots bestehend aus Geschäften, Fitness-Studios, Restaurants, Cafés, Bars und Discotheken, Multiplexkinos und Museen, wodurch in einem bisher nicht erlebten Ausmaß die Bereiche von Einkaufen, Erleben, Erholen, Arbeiten und Wohnen miteinander verschränkt werden. Dies wird noch unterstützt durch die zunehmende Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten. Die damit verbundene Ausweitung der Konsumzonen wird von Seiten der Investoren dargestellt als ein integratives Konzept, das anstelle anonymer Geschäftszonen 'die verschiedenen Bedürfnisse der Menschen' in den Mittelpunkt stellt. In diesem Sinne verspricht z.B. die Website des Vienna Twin Tower unter der Überschrift *Übergang, Verbindung und Transparenz*: „In unserem Konzept sollen Arbeit und Mensch nicht getrennt funktionieren. Durch unser Gastronomie- und Freizeitangebot wollen wir sicherstellen, dass Sie sich bei uns wohlfühlen.“

2. Stadtentwicklung wird zunehmend als Integration von urbanen (Infra-)Strukturen und Urlaubs- bzw. Freizeitwelten begriffen. So verspricht der neue Münchner Stadtteil Messestadt-Riem die Verbindung von „U-Bahnanschluß und Alpenblick“, und mitten in der Metropole Paris werden 3 km des rechten Seineufers als Strandlandschaft gestaltet und genutzt. Die Verbindung von ursprünglich gegensätzlichen Konzepten spiegelt sich im Namen für dieses Phänomen „Paris Plage“.

Parallel zu diesen Entwicklungen spielt die Integration von Festivals, Breitensport- und Kultur-Events auch eine wichtige Rolle als symbolisches Kapital im globalen Wettbewerb der Städte als „Standort“ und Reiseziel. Diese Transformation der Stadt in eine urbane Freizeit- und Erlebniswelt führt nicht selten dazu, dass im Sommer ganze Straßenzüge zur Rennstrecke oder Partyzone werden. Handelt es sich damit einerseits um eine zunehmende Nutzung und Mitgestaltung des öffentlichen Raumes durch die StadtbewohnerInnen, ist zu fragen, unter welchen Prämissen diese Aneignung erfolgt und wessen Bedürfnisse dabei berücksichtigt werden.

3. Der verstärkten Faszination für die Verbindung von Divergentem trägt auch das Erscheinungsbild der Erlebniswelten Rechnung, nicht selten werden alte Gebäude umgenutzt, so dass ein sichtbarer Bruch zwischen Fassade und Kern entsteht oder es werden Architekturen zitiert oder gar komplett nachgebaut. In Wien geschah dies z.B. durch den Twin Tower und den Umbau der markanten Architektur des Gasometers zum Einkaufs- und Vergnügungszentrum; in Braunschweig wird das Stadtschloss als moderne Shoppingmall wiederaufgebaut; in München steht gerade kein Palais zu Verfügung, deshalb verkleidete man den Geschäftskomplex "Maximilianhöfe" mit den Fassaden historistischer Bauten, die hier vor dem 2. Weltkrieg standen. Und auch in Dresden gibt es massive Bemühungen, die Gründerzeit-Fassaden in der Altstadt für Geschäftsfronten zu rekonstruieren (bei gleichzeitiger Diffamierung der bestehenden Großwohnsiedlungen).

So unterschiedlich die beschriebenen Prozesse im einzelnen auch in Erscheinung treten und einzuschätzen sind, so lassen sie sich im Rahmen einer Untersuchung der gegenwärtigen Auflösung von Grenzen und des Entstehens von Übergängen im urbanen Raum erfassen. Ideale von Harmonie, Konsens und Individualität sind die Leitbilder dieser offenen und zugleich differenzierten Räume. Eine transdisziplinäre Auseinandersetzung mit den beschriebenen Phänomenen möchten wir unter folgenden Aspekten und Fragestellungen anregen:

**Stadtbilder und Stadterfahrungen:** Welche Diskurse kämpfen um die Definitionsmacht über Stadtentwicklung und die (attraktive, effiziente, zukunftsorientierte ...) Gestaltung der neuen Lebens-, Arbeits- und Freizeitwelten? Welche Stadtbilder, Stadterzählungen sind dafür zentral? Welches Begehren liegt Stadtevents wie Blade Nights oder 'Paris Plage' zugrunde? Wie entwickelt sich das Verständnis von Event-Konsum und Partizipation: entwickeln sich hier neue Formen urbaner Kultur? Was macht den positiven Wert der („postmodernen“) Figur des ‚Übergangs‘ angesichts einer alles andere als angstfreien Gesellschaft aus?

**Medien und Marketing:** Welche Rolle spielen die Medien bei Entwurf, Rezeption und kultureller Konzeption des urbanen Raumes? Welche Position nimmt das Marketing in ihrer kulturellen Ökonomie ein? Wie gestaltet sich die Wechselwirkung aus interessengeleiteter, strategischer Identitätspolitik von Investoren und Kommunalpolitik und der Pluralität der Erwartungen und Bedürfnisse ihrer BesucherInnen und BewohnerInnen?–.

**Stadtplanung und -nutzung:** Wie können die genannten städtebaulichen Phänomene charakterisiert werden? In welcher Weise versammeln und ordnen sie ihre NutzerInnen, und werden wiederum von diesen als ‚places of concern‘ in Besitz genommen? Wo sind die Ränder dieser Räume, wie sind sie beschaffen? Welche ethnographische Infrastruktur beherbergen sie, wie werden sie als „Orte“ (Marc Augé) gedeutet und besiedelt? –

Solche Fragen könnten sowohl empirisch als auch auf begrifflicher Ebene untersucht werden. Historische Fallstudien zu diesen Fragen sind ebenso erwünscht wie kunst-/ kulturwissenschaftliche oder auch psychologische Zugänge

Die Frist für die Einreichung von Beitragsvorschlägen (Titel und kurzes Abstract) ist der 15. Mai 2005

Der Redaktionsschluss für die fertigen Artikel ist der 15. Juli 2005.

Bitte senden Sie Ihren / sende Deinen Beitragsvorschlag an die Mail-Adresse [redaktion@sinn-haft.at](mailto:redaktion@sinn-haft.at).