

FUTURE PUBLIC SPACE

Die Zukunft des öffentlichen Raums

Von Marta Kwiatkowski, Stefan Breit und Leonie Thalmann



Impressum

Autoren

Marta Kwiatkowski, Stefan Breit und Leonie Thalmann

Koautor/Verfasser

Adrian Lobe

Lektorat

Supertext

Layout/Illustration

Joppe Berlin

GDI Research Board

David Bosshart, Karin Frick, Alain Egli, Detlef Gürtler,
Jakub Samochowiec und Christine Schäfer

© GDI 2018

Herausgeber

GDI Gottlieb Duttweiler Institute
Langhaldenstrasse 21
CH-8803 Rüschlikon/Zürich
www.gdi.ch

In Zusammenarbeit mit

ETH Zürich
Institut für Landschaftsarchitektur
Prof. Günther Vogt und Thomas Kissling
Neunbrunnenstrasse 50
CH-8050 Zürich
www.vogt.arch.ethz.ch

Im Auftrag von

Zentrum Öffentlicher Raum (ZORA)
Werftstrasse 1
CH-6002 Luzern
www.zora-cep.ch

Inhalt

- 02 **Summary**
- 05 **Vorwort**
- 06 **Zur Vermessung von Schweizer Städten**
- 13 **Warum es den öffentlichen Raum nicht gibt**
- 21 **Fünf Thesen zur Zukunft des öffentlichen Raums**
 - > Strukturwandel beeinflusst Gebrauch und Verfügbarkeit des öffentlichen Raums
 - > Öffentlich vs. privat – verwischte Grenzen, neue Spielräume
 - > Die Dynamik der Peripherie schafft Raum für Experimente
 - > Das Spannungsfeld Freiheit vs. Sicherheit wird entscheidend
 - > Neue Akteure aus der digitalen Welt werden lokale Regulationen dominieren
- 34 **Die Stadtutopien und ihre Konsequenzen auf den öffentlichen Raum**
- 42 **Diskussion und Fazit**
- 43 **Anhang**
 - > Glossar
 - > Methodisches Vorgehen
 - > Ausgewähltes Literaturverzeichnis
 - > Expertinnen und Experten

Summary

Städte werden dichter: Immer mehr Menschen müssen sich immer weniger Platz teilen. Gleichzeitig wandelt sich der städtische Raum. Neue Arbeitswelten, veränderte Mobilität, Zielkonflikte zwischen Bewohnern und Touristen oder Strukturwandel im Handel tragen dazu bei. Wird der öffentliche Raum wichtiger? Und weshalb ist er dies überhaupt?

Den öffentlichen Raum zu definieren, erweist sich als ein schwieriges Unterfangen. Das hat primär mit den unterschiedlichen Definitionen zu tun, die von Verwaltung, Architektur, Soziologie und den Nutzern des öffentlichen Raums – der Öffentlichkeit selbst – verwendet werden. Ein Kriterium, das sich jedoch herausstreichen lässt, ist die Zugänglichkeit für alle. Doch immer mehr Spielregeln, Hausregeln, Gebote und Verbote scheinen den öffentlichen Raum zu bedrohen. Er gilt sowohl als Kulisse unserer gesellschaftlichen Inszenierung, als auch der Infrastruktur zur Verbindung und Vernetzung des gemeinschaftlichen Lebens. Dabei wird schnell klar, ganz egal ob der öffentliche Raum zu oder abnimmt, er verändert sich schnell. Die Studie beschreibt fünf Thesen, die den öffentlichen Raum in Zukunft deutlich prägen dürften.

DER STRUKTURWANDEL IM HANDEL UND DER MOBILITÄT VERÄNDERT DIE NUTZUNG DES ÖFFENTLICHEN RAUMS

Der Handel prägte über Jahrzehnte – ja sogar Jahrhunderte – unsere Innenstädte. Einige der prominentesten Strassen der Welt verdanken ihre Bekanntheit ihren exklusiven Läden: Die Fifth Avenue, die Via Montnapoleone, die Champs-Élysées oder auch die Bahnhofstrasse in Zürich. Doch der Klick-Konsum hält Einzug und es ist schneller und bequemer online zu shoppen, als sich durch die den Witterungen ausgesetzte Ladenzeilen zu schieben. Dabei verdankt zum Beispiel Bern seine pittoresken – heute bei Touristen

beliebten – «Lauben» dem Handel des Mittelalters. Auch die Mobilität steckt mitten in einem Veränderungsprozess: Shared Mobility setzt sich bei jungen, urbanen Bevölkerungsschichten immer mehr durch. In Kombination mit dem Hoffnungsträger des autonomen Fahrens, wird sich das Erscheinungsbild von Mobilität in der Stadt deutlich verändern. Ob dadurch wieder mehr Raum frei wird, ist schwer vorherzusagen, da diese neuen Konzepte in starker Abhängigkeit zu anderen Einflussfaktoren stehen. So kommen mit dem autonomen Fahren neue Nutzergruppen ins Spiel, die heute nicht am Individualverkehr partizipieren, wie beispielsweise Hochbetagte oder Kinder. Und natürlich wird auch das Pricing im Verhältnis zum öffentlichen Verkehr eine dimensionierende Rolle spielen.

DIE POLARITÄTEN VON ÖFFENTLICH UND PRIVAT VERWISCHEN IMMER MEHR

Lange hat uns Architektur und Stadtplanung klar identifizierbare Zonen des Privaten und des öffentlichen eingerichtet. Die Normen und Regeln waren eindeutig. Doch mittlerweile kaufen Firmen wie Daimler oder Nike Plätze auf, die sie zu Urban Entertainment Centern umgestalten. Auf öffentlichen Plätzen stehen sofaartige Sitzgelegenheiten und man wird mit WLAN versorgt. Erweiterte Realitäten erzeugen zudem eine neue hyperindividualisierte Wahrnehmung des öffentlichen Raums. Jeder Nutzer dieser Technologie erhält dadurch eine individuelle und damit privatisierte Wahrnehmung dieses Raums – mit «freundlicher Unterstützung» von Google, Instagram und Apple gewissermassen. Es entsteht eine personalisierte Öffentlichkeit.

DAS URBANE GEFÜHL HAT VERSCHIEDENE GESICHTER

Schweizer Städte sind im Vergleich zu internationalen Metropolen Dörfer. Daher wird auch ein

anderes Gefühl von Urbanität kultiviert als dies in Paris oder Berlin der Fall ist. Schweizer Städte sind von Kriegen unbeschadet geblieben. Das macht sie für Einheimische lebenswert, für Touristen attraktiv und für Investoren kommerziell interessant. Insgesamt hat diese Anziehungskraft auch hohe Mieten und Preise zur Folge. Das etablierte Lebensgefühl führt zu einem eher bewahrenden Verhalten. Die komfortable Situation soll erhalten bleiben, Innovation hat daher wenig Platz. Zudem sind die Mieten dafür zu teuer geworden. Diese Lock-In Situation führt zu einem kreativen Abfluss in die Peripherie der Kernstädte und Agglomerationen. Dort wiederum entstehen neue Dynamiken und kreative Hubs.

ÖFFENTLICHER RAUM IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN FREIHEIT UND SICHERHEIT

Unter dem Eindruck von Terrorgefahr und unangemessenem Verhalten, werden öffentliche Räume immer mehr überwacht. Sich beobachtet zu fühlen, führt unweigerlich zu einem anderen Verhalten, ergo einer Unfreiheit. Doch mit der Digitalisierung findet ein Shift statt von sichtbarer zu unsichtbarer Überwachung. Anstelle der sichtbaren Überwachung durch Videokameras, ist die unsichtbare Überwachung in Laternenpfähle oder Smartphones integriert: Codierte Menschen, die sich über Fitnesstracker und soziale Netzwerke quasi selbst überwachen in einer codierten Stadt, die sich selbst optimiert, indem Algorithmen die Abfallentsorgung kontrollieren oder die Luftqualität messen. Der Mensch wird integraler Bestandteil der Smart City und verschmilzt zu einem neuen Ökosystem.

VOM REGULATOR ZUM MODERATOR: ROLLEN-SHIFT DER STADTVERWALTUNGEN

Ob Zuhause, bei der Arbeit oder unterwegs, die Menschen sind praktisch immer online. Google hilft bei der Navigation durch die Stadt, Whats-

App bei der Kommunikation oder Tinder bei der Partnersuche. Die Sicht auf unsere Umwelt erfolgt zunehmend durch den Filter einer der Big Seven der Tech Industrie (Google, Apple, Facebook, Amazon, Baidu, Alibaba und Tencent). Diese globalen Player stellen ihre eigenen Hausregeln in Bezug auf die Nutzung ihrer Dienstleistungen auf - werden zu den eigentlichen «Kreatoren» der Städte - womit sie unweigerlich auch auf die Verhaltensnormen der physischen Umgebung einwirken. Diese Nutzungsbedingungen aus Sicht eines Users übertragen sich auf die Rolle als Bürger. Der Bürger versteht sich immer mehr als User einer Stadt, deren Qualität und Usability analog TripAdvisor bewertet werden kann. Die Verwaltungen der Städte finden sich in einem neuen Ökosystem wieder, wo sie von einer Rolle des Regulators immer mehr zu einer Rolle des Moderators übergehen.

© GDI 2018

Herausgeber:

GDI Gottlieb Duttweiler Institute

Langhaldenstrasse 21

CH-8803 Rüschlikon / Zürich

Telefon +41 44 724 61 11

info@gdi.ch

www.gdi.ch

Schweizerischer Städteverband
Union des villes suisses
Unione delle città svizzere

