

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

Die neue Urbanität

Herausforderungen für die Stadt im globalen Wettbewerb

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades eines Masters des Medienmanagements an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar



Betreuer:

Professor Dr. Matthias Maier
Dipl. Kulturwissenschaftlerin Nancy Richter

Eingereicht von:

Angela Rosenlöcher
Sonnentallee 155
12059 Berlin

Matrikel-Nr.: 70089

Weimar, den 18.01.2010

Inhaltsverzeichnis

	Einleitung	1
	Teil 1: Betrachtungen einer neuen Urbanität	3
1	Die Stadt – Heute und gestern	3
1.1	Gespaltene Gesellschaft in einer Stadt ohne Rand	4
1.1.1	Von zwischenstädtischen, generischen Nicht-Orten	4
1.1.2	Prozesse der Segregation in städtischen Räumen	7
1.2	Das Traditionelle Stadtbild	10
1.2.1	Der aktive Bürger in der Gemeinschaft	11
1.2.2	Innovation durch städtische Vielfalt	13
2	Einflüsse auf die Transformation der Stadt	16
2.1	Anstieg der Dienstleistungsgesellschaft	18
2.2	Das Voranschreiten der Suburbanisierung	19
2.3	Marktorientierung und Ungleichgewicht kommunaler Maßnahmen	22
3	Im Wettbewerb um die kreative Klasse	27
3.1	Die Theorie der kreativen Klasse	29
3.2	Bedeutung der kreativen Klasse für Städte	31
3.3	Anforderungen kreativer Talente	33
3.3.1	Diversity als Voraussetzung	34
3.3.2	Coolness und attraktive Umwelt	35
	Zusammenfassung Teil 1	39
	Teil 2: Lösungsansätze für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung	40
4	Vermarktung als Teil der Stadtentwicklung	41
4.1	Möglichkeiten und Grenzen der Stadtmarke	41
4.2	Bedeutung interdisziplinärer Stadtentwicklung	44
5	Bereiche der Stadtentwicklung – Wettbewerbsorientiert und nachhaltig	46
5.1	Nutzung vorhandenen Potenzials	47
5.1.1	Stadtidentität – Geschichte oder Zukunft?	47
5.1.2	Kulturangebot – Traditionell oder experimentell?	49
5.1.3	Vielfalt durch Integration	51
5.1.4	Der Bürger gestaltet die Stadt	54
5.1.5	Vernetzte Akteure – Vernetzte Stadt	57
	Fazit	62

Literaturverzeichnis

Augé, Marc: Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit. Frankfurt a.M. 1994.

Beyer, Elke/Hagemann, Anke: Kulturelle Strategien für schrumpfende Städte. In: Reicher, Christa „u.a.“: Stadtperspektiven. Positionen und Projekte zur Zukunft von Stadt und Raum. Stuttgart/Zürich 2008, S. 100-108

Blakely, Edward J./Snyder, Mary Gail: Fortress America. Gated Communities in the United States. Washington, D.C. 1999.

Böhme, Helmut: Thesen zur „europäischen Stadt“ aus historischer Sicht. In: Hassenpflug, Dieter (Hrsg.): Die europäische Stadt. Mythos und Wirklichkeit. Münster 2001, S. 49-102

Bundesministerium für Bildung und Forschung: Informationsgesellschaft. 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.bmbf.de/de/398.php> [Stand 15.11.2009]

Bunz, Mercedes: Urbane Penner. Meine Armut kotzt mich an. 2006. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.mercedes-bunz.de/texte/urbaner-penner> [Stand 01.12.2009]

Bündnis 90/Die Grünen/Maier, Willfried: Mehr als Handel und Hafen, Hamburgs Zukunft ist die kreative Stadt. 2006. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.hamburg-kreativestadt.de/fileadmin/user_upload/dokumente/Im_Content/Leitbild/Mehr_als_Handel_und_Hafen_-_Hamburgs_Zukunft_ist_die_Kreative_Stadt.pdf [Stand 10.12.2009]

Coulombe, Serge/Tremblay, Jean-Francois/Marchand, Sylvie: Literacy scores, human capital and growth across fourteen OECD countries. 2004. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.nald.ca/fulltext/oecd/oecd.pdf> [Stand 10.12.2009]

Danielzyk, Rainer: Stadt-Regionen. Aktuelle Entwicklungstrends in den Stadtregionen. In: Reicher, Christa „u.a.“: Stadtperspektiven. Positionen und Projekte zur Zukunft von Stadt und Raum. Stuttgart/Zürich 2008, S. 32-38

Eberle Gramberg, Gerda/Gramberg, Jürgen: Stadtidentität. Stadtentwicklung ist Identitätsentwicklung. In: Hilber, Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004, S. 27-35

Edelhoff, Silke/Niemann, Lars: Kritisch, Kommunikativ und Kreativ. Stadtsuche Lehren und Lernen. In: Reicher, Christa „u.a.“: Stadtperspektiven. Positionen und Projekte zur Zukunft von Stadt und Raum. Stuttgart/Zürich 2008, S. 264-270

Eisinger, Angelus: Urbanität. Ein Element zeitgemässer Standortpolitik. In: Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004, S. 95-105

Eurostat: Jahrbuch der Regionen 2009. (Reihe: Statistische Bücher). Luxemburg 2009.

Florida, Richard: The rise of the creative class. Basic Books New York, USA 2002.

Florida, Richard: Cities and the creative class. New York 2005.

Florida, Richard: Interview 2007. In: Hohensee, Matthias: Richard Florida im Interview. „Intolerante Orte sterben“. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/intolerante-orte-sterben-231377/> [Stand 07.11.2009]

Friedman, Thomas L.: The world is flat. The globalized world in the twenty-first century. London 2006.

Grünberg, Wolfgang: Orientierungssuche. Stadtidentität zwischen Markt, Event und Orientierungssuche. In: Hilber, Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004, S. 51-64

- Günzel, Stefan (Hrsg.): Topologie. Zur Raumbeschreibung in den Kultur- und Medienwissenschaften. Bielefeld 2007.
- Hassenpflug, Dieter (Hrsg): Die europäische Stadt. Mythos und Wirklichkeit. Münster 2001.
Heinz, Werner: Der große Umbruch. Deutsche Städte und Globalisierung. Berlin 2008.
- Helbrecht, Ilse: Stadtmarketing. Vom Orakel zum Consulting Identitätspolitik in der Stadt. In: Hilber, Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004, S. 165-174
- Heuer, Stefan: Die große Karavane. 2006. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.brandeins.de/archiv/magazin/die-welt-ist-eine-scheibe/artikel/die-grosse-karawane.html> [Stand 10.12.2009]
- Hilber, Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004.
- Höge, Helmut: Vom Glück der Verberuflichung zu entgehen. 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2007/06/01/a0133> [Stand 10.12.2009]
- Huber, Joachim: Urbane Topologie. Architektur der Randlosen Stadt. Universitätsverlag der Bauhausuniversität Weimar 2002.
- Jessen, Johann: Amerikanische Stadt – Europäische Stadt. In: Hassenpflug, Dieter (Hrsg.): Die europäische Stadt. Mythos und Wirklichkeit. Münster 2001, S. 205-224
- Kleger, Heinz: Was kann europäische Urbanität heute politisch bedeuten? In: Hassenpflug, Dieter (Hrsg.): Die europäische Stadt. Mythos und Wirklichkeit. Münster 2001, S. 147-177
- Kühne Martina: Die Stadt als Marke. Eine qualitativ-empirische Untersuchung zur identitätsorientierten Markenpolitik von Städten. Aachen 2008.
- Lynch, Kevin: Das Bild der Stadt. Basel/Berlin 2002.
- Münch, Richard: Die Stadt und die Dynamik der kulturellen Erneuerung. In: Runkel, Gunter: Die Stadt. Hamburg 2007, S. 40-66
- o.V.: The 2008 Global Cities Index. 2008. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=4509&page=1 [Stand 09.12.2009]
- o.V.: Programm Soziale Stadt. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.sozialestadt.de/programm/> [Stand 04.01.2010]
- Reicher, Christa „u.a.“: Stadtperspektiven. Positionen und Projekte zur Zukunft von Stadt und Raum. Stuttgart/Zürich 2008.
- Rodenhäuser, Ben: An fremden Orten. Zur Urbanität der Spätmoderne. In: Reicher, Christa „u.a.“: Stadtperspektiven. Positionen und Projekte zur Zukunft von Stadt und Raum. Stuttgart/Zürich 2008, S. 20-27
- Rolf, Hauke Jan: Urbane Globalisierung. Bedeutung und Wandel der Stadt im Globalisierungsprozess. Wiesbaden 2006.
- Runkel, Gunter: Die Stadt. Hamburg 2007.
- Sieverts, Thomas „u.a.“: Zwischenstadt – Inzwischen Stadt? Entdecken, Begreifen, Verändern. Wuppertal 2005.
- Simmel, Georg: Die Großstädte und das Geistesleben. In: Runkel, Gunter: Die Stadt. Hamburg 2007, S. 27-39
- Venturi, Marco: Die Moderne und das Andere. In: Hassenpflug, Dieter (Hrsg.): Die europäische Stadt. Mythos und Wirklichkeit. Münster 2001, S.251-271

Weichhart, Peter: Regionalentwicklung. Identitätsmanagement für Orte. In: Hilber, Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004, S. 129-138

Welsch, Wolfgang: Stadtphilosophie. Der Mensch im Mittelpunkt? In: Hilber, Maria L./Ergez, Ayda: Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Zürich 2004, S. 37-49

Wiese- von Ofen, Irene: Interview. 2009. In: Sommer, Christiane: Suburbia im Zentrum. In: brand eins, 11. Jg. 2009, H. 10, S. 80-82.

Wiese-von Ofen, Irene: Herausforderungen für Städte im Wettbewerb. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.deutscher-verband2.org/cms/index.php?id=108&L=0> [Stand 07.11.2009]

Wilhelm, Martin: Die urbane Aktion: Ansätze zum Umgang mit der Unplanbarkeit. In: Reicher, Christa „u.a.“: Stadtperspektiven. Positionen und Projekte zur Zukunft von Stadt und Raum. Stuttgart/Zürich 2008, S. 172-180