

Ausgabe : 7/2008

Thema : **Perspektiven der europäischen Städte
in Zeiten von Global Citys**

Autor : Dieter Rehfeld

Auf den Punkt

- Die europäische Integration und Osterweiterung haben zu einer neuen Dynamik der Stadtentwicklung geführt.
- In der künftig sehr differenzierten Städtelandschaft in Europa wird es Gewinner und Verlierer geben. Strategien, die allein die geografische Ausweitung zu Metropolregionen vorantreiben, schaffen noch keine Weltstädte.
- Angesichts der zunehmenden Konkurrenz zwischen den Städten in Europa wird es immer wichtiger, ein eigenes, in der Stadtregion verwurzeltes Profil zu entwickeln. Städte können nur erfolgreich sein, wenn sie innerhalb der Stadtregionen zusammenarbeiten.
- Wichtig für die Identität, die Unterscheidbarkeit einer Stadt, ist es, ihre Besonderheiten nicht nur zu musealisieren, sondern zu pflegen, zu stärken und als ständigen Veränderungsprozess zu gestalten.

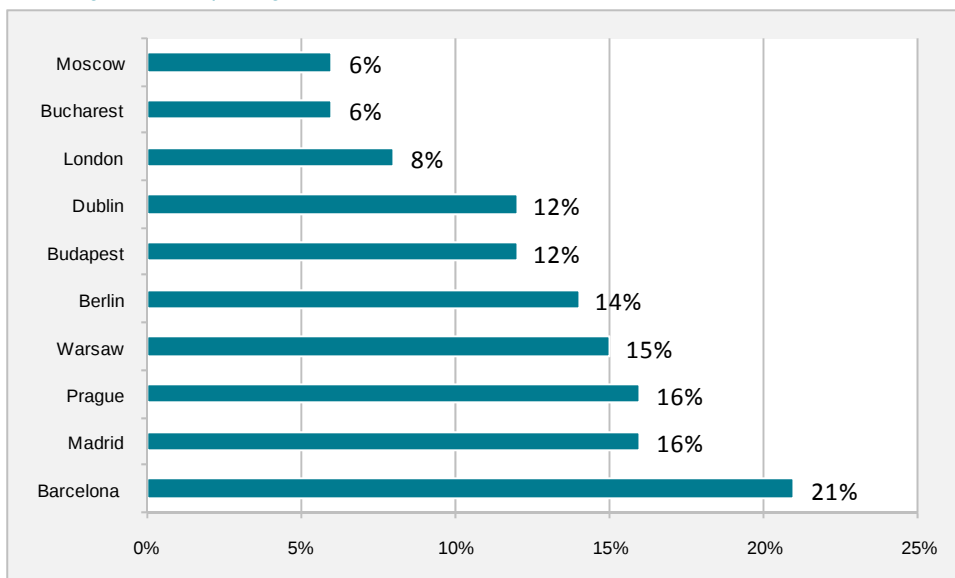
Perspektiven der europäischen Städte in Zeiten von Global Citys

Europäische Städte unter Konkurrenzdruck

Die europäischen Städte stehen vor der Herausforderung, sich neu zu positionieren. Galten sie lange Zeit als Vorreiter, wenn es um Lebensqualität, Urbanität und Architektur, um Emanzipation, Partizipation und gesellschaftliche Innovation ging, so sind sie in den vergangenen Jahren von verschiedenen Seiten unter Druck geraten.

Schaut man auf die globalen Entwicklungen, so werden die Bilder einer künftigen Stadt seit einigen Jahren immer mehr von den globalen Metropolen geprägt. Und es sind nicht allein spektakuläre Hochhäuser, Museen oder Stadien, sondern immer wieder auch Experimente im ökologischen Städtebau oder in kreativen Szenarien, die sich heute vor allem im asiatischen Raum finden. Aber nicht nur global, auch innerhalb Europas zeigt sich eine neue Dynamik. Es sind vor allem die Städte, die durch die europäische Integration neue Impulse erhalten haben, Barcelona, Madrid oder Dublin etwa und seit den 1990er Jahren vor allem die mittel- und osteuropäischen Städte, die ihre Attraktivität gesteigert haben und immer mehr Unternehmen oder Touristen anziehen.

Abbildung 1: Cities improving themselves

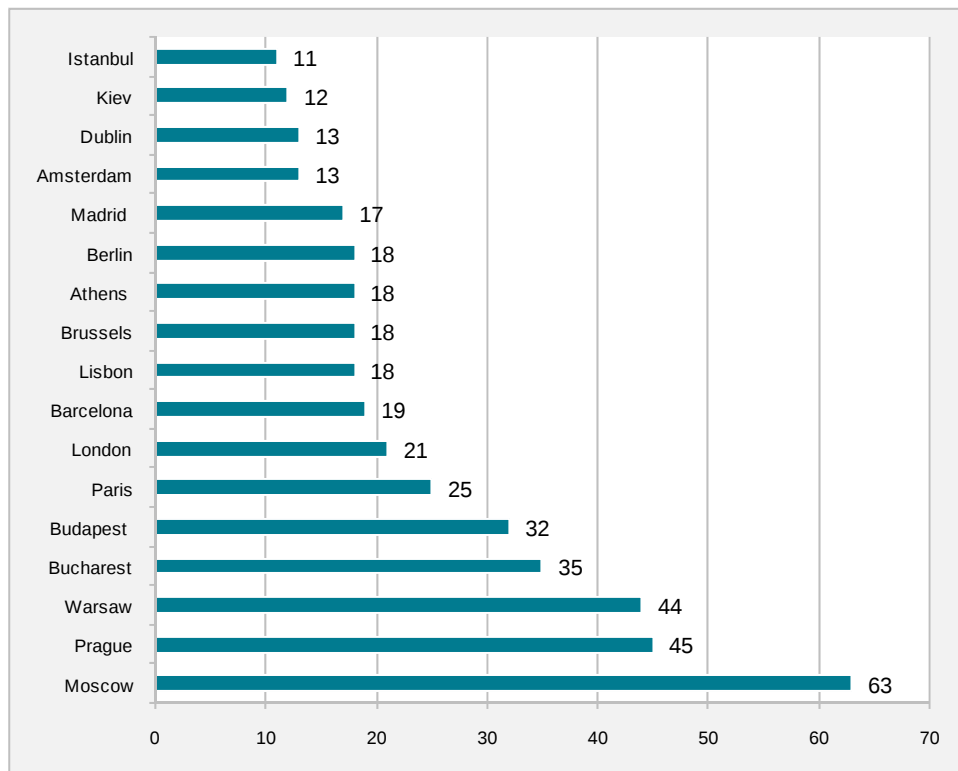


Source *European Cities monitor 2007*: 13

Nicht zuletzt geht – allen immer wieder stattfindenden Diskussionen um eine Reurbanisierung oder um eine neue Urbanität zum Trotz – die Verstädterung immer weiter. Stadt und Umland – oder

besser Stadtregion – wachsen immer weiter zusammen, bilden neue Formen der Arbeitsteilung heraus und sind immer stärker auf neue, effektive Governance-Strukturen angewiesen.

Abbildung 2: European Expansion: Number of companies expecting to locate in selected European cities



Source *European Cities monitor 2007*: 13

Metropolregionen als Lösung?

Dies ist zunächst nicht unbedingt dramatisch, weil sich derartige Entwicklungen langfristig vollziehen und die Suche nach neuen Strategien und Konzepten bereits begonnen hat. Zwei Strategien sind es vor allem, die in Deutschland – aber auch in den meisten anderen europäischen Ländern – verfolgt werden: Zum einen wird durch geographische Ausweitung versucht, eine Größe herzustellen, die im europäischen oder globalen Maßstab konkurrenzfähig ist. Metropolregion ist hierbei das Konzept, das seit Mitte der 1990er Jahre von der Raumordnungspolitik in Deutschland und Europa verfolgt wird. Nun führen mehr Fläche und mehr Einwohner nicht zwangsläufig zu einer engeren Verflechtung und Arbeitsteilung innerhalb einer Region und es ist keineswegs gesichert, dass in diesen Metropolregionen effektive Steuerungskapazitäten (Governance-Strukturen) aufgebaut werden. Die nie mit Leben gefüllte und mittlerweile wohl als gescheitert anzusehende Metropolregion Rhein-Ruhr ist ein Beispiel dafür, dass ein funktional sicher verflochtener Raum nicht unbedingt auch ein sozialer und politischer Handlungsraum ist.

Distinctiveness – auf der Suche nach einem Profil

Die zweite Strategie besteht darin, sich von anderen Städten zu unterscheiden. Fast alle Städte sind mittlerweile auf der Suche nach dem Alleinstellungsmerkmal oder dem „Unique Selling Point“, nach Gebäuden oder Quartieren von „Spitzenarchitekten“ entworfen, oder – wenn es um das wirtschaftliche Profil geht – nach Strategien zur Profilierung oder zumindest Entwicklung von Clustern. Ergänzt wird diese Strategie durch das Bemühen um die Durchführung von am besten global wahrgenommenen Events wie Sport- oder Kulturveranstaltungen und/oder durch den Versuch, die kulturelle Qualität der Stadt als „europäische Kulturhauptstadt“ oder „Weltkulturerbe“ zertifiziert zu bekommen.

Diese zweite Strategie kann durchaus mobilisieren, wie sich an den Aktivitäten in Vorbereitung der europäischen Kulturhauptstadt Essen (für das Ruhrgebiet) zeigt. Sie hat auch eine hohe Plausibilität, wenn man die Veränderung der urbanen Landschaft betrachtet: War es früher ausreichend, wenn eine Stadt sich als Ort der gesellschaftlichen Innovation von dem weitgehend ländlichen, als provinziell angesehenen Umland unterscheidet, so macht diese Unterscheidung keinen Sinn mehr, wenn sich die Verstädterung immer weiter ausdehnt, die Stadt „endlos“ wird, wie es soeben als Ergebnis eines international vergleichenden Forschungsprojektes formuliert wurde.

Allerdings machen solche Strategien nur Sinn, wenn sie nicht reine Marketingaktivitäten oder Events bleiben, sondern wenn sie sich ernsthaft mit der Frage nach der Besonderheit dieser Stadt oder dieser Stadtregion auseinandersetzen. In der angelsächsischen Stadtdiskussion ist hierfür der schwer treffend zu übersetzende Begriff „Distinctiveness“ geprägt worden. Es geht hierbei um die historischen Wurzeln (ebenso wie immer mehr auch um die Vorstellung zur Gestaltung der Zukunft), um die kulturellen und sozialen Muster, die eine Stadt prägen, und sicher auch um das wirtschaftliche Profil. Gerade angesichts der nivellierenden Tendenzen globaler Kultur- und Konsummuster wird es für die Identität, die Unterscheidbarkeit einer Stadt, immer wichtiger, ihre Besonderheiten nicht nur zu musealisieren, sondern zu pflegen und zu stärken, sie wenn nötig auch künftigen Herausforderungen anzupassen.

Von daher heißt „Distinctiveness“ eben auch, sich zu ändern bzw. den Veränderungsprozess zu gestalten. Dies ist keineswegs einfach: Wenn Stadt und Umland zusammenarbeiten, wenn Stadtregionen immer polyzentrischer werden, wie sieht es dann mit den urbanen Kernen aus, mit den Brennpunkten, an denen sich die Vorteile einer Stadt bündeln, mit den Brennpunkten, die für die innovative Kraft der Stadt stehen? Wie sieht eine Arbeitsteilung innerhalb der Stadtregion aus und wie sind

diese innerregionalen Schwerpunkte global vernetzt, ohne dass die Stadt ein fragmentierter Flickenteppich wird? Wenn sich die Stadt auf wirtschaftliche Schwerpunkte (Cluster) konzentriert, wie lässt sich dennoch die funktionale Differenzierung erhalten, damit eine immer wieder notwendige Anpassung an neue Rahmenbedingungen möglich bleibt? Oder, nicht zuletzt, wie lassen sich die historischen Traditionen weiter mit Leben füllen, ohne dass sie ein Hemmnis auf dem Weg in eine zukünftige globale Gesellschaft bilden?

Abbildung 3: Share of growth sectors in German city regions compared



Source: Federal Employment Office; own calculations

Ausdifferenzierung der europäischen Städtelandschaft

Wie immer diese Diskussion geführt wird – und in dieser Form ist sie bestenfalls in den meisten Städten in den Anfängen –, sicher ist, dass es den einen Königsweg nicht gibt. Das Bild der europäischen Städte wird vielfältiger, differenzierter werden. Nur wenige Städte haben die Ressourcen und auch den zentralstaatlichen Rückhalt um sich erfolgreich als Global City zu positionieren. London und Paris, langfristig vielleicht noch Moskau oder Istanbul an der Schnittstelle zwischen Europa und Asien. Andere Städte werden sich nur als polyzentrische Stadtregion positionieren: Der Rhein-Main-Raum, die Städte im Nordwesten der Schweiz, die Randstad in den Niederlanden oder auch die gerade intensiv zusammenwachsende Öresund-Region. Andere Städte haben einen klaren Kern, sind aber dennoch auf eine effektive Zusammenarbeit mit dem Umland angewiesen: Hamburg und München, Warschau und Budapest, Barcelona und Madrid um nur einige Beispiele zu nennen. Am größten ist die Herausforderung in polyzentrischen, einst industriell geprägten Regionen: dem Ruhrge-

biet, den englischen West Midlands oder den schlesischen Industrieregionen. Hier geht es darum sich sowohl neu zu positionieren wie auch effektive Strukturen aufzubauen.

Neben diesen größeren, funktional differenzierten Stadtregionen wird es weitere Varianten geben. Oft vergessen werden die mittleren europäischen Städte, die aus der Verbindung von historischen Wurzeln, renommierter Universität und moderner Wirtschaftsstruktur eine erfolgreiche Position im Strukturwandel haben: Konstanz, Münster oder Aachen, um Beispiele aus Deutschland zu nennen. Pisa, Győr, Krakau oder Petersburg, um Beispiele aus anderen europäischen Ländern anzuführen. Weiterhin zeichnen sich Städte ab, die spezifische Wege verfolgen: Sophia Antipolis in Frankreich als Technologiestadt, Bilbao, Newcastle/Gateshead oder auch Valencia mit ihrem Bestreben, sich als Kulturstädte zu profilieren, Wolfsburg mit seinem Ansatz, sich von der Automobil- über die Mobilitäts- zur Wissensstadt zu positionieren.

Nicht alle Städte oder Stadtregionen werden erfolgreich sein, einige Städte werden profillos bleiben oder ihr Profil verlieren. Diese Gefahr besteht besonders dann, wenn nicht an den eigenen Wurzeln und Besonderheiten angeknüpft wird, sondern wenn versucht wird, den sich immer schneller wandelnden Trends zu folgen.

Literatur :

Rehfeld, Dieter, 2008: Dimensions of symbolic capital – Modes of distinctiveness of European city regions under change

<http://www.iat.eu/aktuell/veroeff/2008/rehfeld01.pdf>

Autor

PD Dr. Dieter Rehfeld ist Leiter des Forschungsschwerpunkts Innovation, Raum & Kultur am Institut Arbeit und Technik

Kontakt: rehfeld@iat.eu

FORSCHUNG AKTUELL

ISSN 1866 - 0835

Institut Arbeit und Technik der Fachhochschule Gelsenkirchen

Redaktionsschluss: 01.07.2008

<http://www.iat.eu/publikation/fa.php>

Redaktion

Claudia Braczko	-	Tel.	:	0209 – 1707 176
		Fax	:	0209 – 1707 110
		E-Mail	:	<u>braczko@iat.eu</u>

Institut Arbeit und Technik

Munscheidstr. 14

45886 Gelsenkirchen

IAT im Internet: <http://www.iat.eu>