

Kerstin Gothe, Hanna Hinrichs:

DASL-Jahrestagung 2009 – Arbeitsgruppe: Neighbourhood-Branding: Stadtumbau und Bildwandel städtebaulicher Projekte der 60er und 70er Jahre

Nicht Einzelbauten, sondern die Bildwirkung des städtebaulichen Ensembles war – neben der raschen Wohnraumversorgung – ein Kernanliegen des Siedlungsbaus der 50er, 60er und 70er Jahre (Beispiele: Bremen Vahr und Tenever.) Öffentlichkeit und sozialer Kontext wurden weitgehend vernachlässigt. Erklärt dies die rasche Umwertung der Großsiedlung vom Inbegriff modernen Städtebaus zum großen Irrtum, vom erstrebenswerten neuen Wohnen zum sozialen Brennpunkt? Welche Strategien und Umsetzungen haben Eigentümer und Stadtplaner zum heutigen Stadtumbau und Bildwandel?

Inwieweit helfen neue Bilder des Stadtteils bei der Lösung unbewältigter Probleme – wie dem Imagewandel? Sind sie geeignet, den Stadtteil auch für neue Gruppen attraktiv zu machen?

Was kann Stadtteilmaking dazu beitragen? Ist Neighbourhood Branding ein Marketinginstrument oder ein Managementwerkzeug zur Orientierung vieler verschiedener Akteure auf ein gemeinsames Ziel?

Das Thema der Identität von Stadtteilen und Quartieren ist nicht auf Großwohnsiedlungen beschränkt – aber hier treten die charakteristischen Fragestellungen besonders deutlich zu Tage. Die hier vorgestellten Überlegungen beziehen sich vor allem auf die Erfahrung aus zwei Großwohnsiedlungen: der Siedlung Osterholz-Tenever in Bremen und der Siedlung Tossehof in Gelsenkirchen. Beiden Siedlungen gemeinsam ist, dass sie nach einem hoffnungsvollen Start voller Wachstumserwartungen zu eher problematischen Stadtteilen geworden sind. In beiden Siedlungen wurden in den vergangenen Jahren Konzepte erprobt, die die Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner und ihre Identität in den Mittelpunkt rücken. Sie wurden in der Arbeitsgruppe vorgestellt.

In der Diskussion kommentierten folgende Experten aus Wohnungswirtschaft, Wissenschaft und Planungspraxis auf dem Hintergrund ihrer Tätigkeit die vorgestellten Beispiele :

Anne Fellner, Leiterin des Fachbereichs Wohnungswirtschaft und -politik beim Verband Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen e.V. (BBU),

Gerhard Mahnen, Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung (IRS),

Hans Fürst, Unternehmensbereichsleiter für Consulting, internationale Projekte und Forschung in der Nassauischen Heimstätte,

Kathrin Möller, Vorstandsmitglied der GAG Immobilien AG, Köln,

Nicolas Schroeder, Pro Quartier (ein Tochterunternehmen der SAGA, Hamburg),

Sebastian Pfeiffer, städtischer Planer in Leipzig Grünau.

Impuls 1: Stadtumbau in Osterholz Tenever: Bericht von Martin Paßlack (GEWOBA – Bremen), Johanna Spalink-Sievers (Hannover)

Osterholz-Tenever _ Planungsgeschichte in Stichworten:

Typische Planung der 60er Jahre, Demonstrativ-Bauvorhaben des Bundes

Motto: Urbanität durch Dichte und PKW-Orientierung: riesige Tiefgaragen, Trennung von Fußgänger- und Verkehr in zwei Ebenen nach englischem Vorbild

Paradigmenwechsel der Planung bereits bei Baubeginn 1970/71, verstärkt durch wirtschaftlichen Einbruch. Daher

fachliche Kritik bereits in der Bauphase
 Fertigstellung 1976
 Nur 2650 von 4000 geplanten Wohnungen wurden gebaut.
 Bei ca. 1300 Wohnungen:

- In den 80er Jahren spekulativer Eigentümerwechsel, Resultat: Abwärtsspirale
- Mitte der 90er Jahre: Insolvenz und Zwangsverwaltung durch GEWOBA
- 2000: 50% Leerstand

Situation 2002
 Jüngster Ortsteil in Bremen, 50% Migrationshintergrund
 26% Arbeitslose (Durchschnitt Bremen 12,6%)
 Kein grundlegender Wandel durch Programme der Sozialen Stadt.

Neustart mit ganzheitlichem Stadtumbaukonzept, finanziert durch das Programm Stadtumbau West
 Entwicklung einer Struktur aus öffentlichen und privaten Kooperationspartnern: mit den politischen Ressorts (insbesondere Bauressort, Wirtschaft und Soziales) der BIG (Bremer Investitions-Gesellschaft mbH), der GEWOBA als städtischer Wohnungsbaugesellschaft und der Stadtteilgruppe, begleitet und unterstützt durch externe Experten

Kernpunkte des Konzeptes:

- Gründung der Osterholz-Tenever-Grundstücksgesellschaft (OTG) mbH & Co KG durch die Bremer Investitionsgesellschaft mbH (50 Prozent) und die GEWOBA Aktiengesellschaft Wohnen und Bauen (50 Prozent)
- Ersteigerung von 1.306 Wohneinheiten aus der Zwangsverwaltung durch die OTG
- Rückbau von 659 Wohneinheiten zur Reduzierung des Überangebotes
- Modernisierung der verbleibenden 647 Wohneinheiten auf ein marktgerechtes Niveau
- Rückbau der Fußgängerebene und nachhaltige Verbesserung des Wohnumfeldes
- Stabilisierung des Tenever- Zentrums
- Intensiver Einbezug der vorhandenen Beteiligungsstrukturen

Kosten des integrierten Stadtumbaukonzeptes

Ersteigerung der zum Abriss und zum Umbau vorgesehenen Wohnungen	Ca. 27 Mio EUR
Modernisierung /Instandsetzung	Ca. 27 Mio EUR
Abriss / Entsorgung / Umfeldaufwertung	Ca. 16 Mio EUR

Schwierigkeit des Projekts waren vor allem die hohen Kosten: Die Entscheidung für den Abriss von 659 Wohnungen und die Aufwertung der übrigen war finanziell weit reichend und fiel den Beteiligten schwer.

Manche Planer sagten damals nach einem ersten Rundgang: „Mein Gott, warum reißen Sie nicht die ganze Siedlung ab? Das ist nicht zu retten. Wird es möglich sein, den öffentlichen und den privaten Raum so herzurichten, dass es auch nur ein Ansatz von Heimat sein kann für die Bewohner?“ Kern der Arbeit war es dann, gemeinsam mit den Bewohnern gut nutzbare, gepflegte Räume und Freiräume herzustellen. Ziele für Freiraumplanung war es, im Alltag gut funktionierende öffentliche Räume für Familien zu schaffen: In den Hauseingangsbereichen wurden auf

expliziten Wunsch aus der Beteiligung Staudenpflanzungen angelegt. Die Blumen, die Materialität und das Lichtkonzept signalisieren: „Du bist uns willkommen, wir bilden eine Adresse, die dich wertschätzt.“ Die Menschen sind jetzt stolz auf ihre Eingänge.

Die Maßnahmen sollten den Alltag verbessern, den täglichen Weg zur Schule, das Quartier insgesamt sicherer machen. Dazu gehören z.B. neue Parkplätze an den Eingängen als Alternative zur Tiefgarage, Privatisierung der Tiefgaragen (keine öffentliche Zugänglichkeit). „Es ist nichts Spektakuläres, aber es funktioniert und das ist das A und O.“ (Spalink-Sievers)

Es entstand ein Familienspielplatz, er hatte eine wichtige Funktion während der Abrissphase, so dass sogar Mittel für den Umbau der Straßen in den Umbau des Spielplatzes umgelenkt wurden. Denn beim Spielen entstand eine entspannte Stimmung in diesen Freiräumen, sie trugen zur Integration bei und boten auch Möglichkeiten für Jugendliche. Der große Grünzug wurde mit einem zentralem Spielhaus „Villa der Kinder“ ausgestattet (nach dem Wunsch der Kinder ein "richtiges Haus" mit Satteldach), es gibt also Räume für alle Generationen, alle sollen sich wohlfühlen. Die Maßnahmen hatten Erfolg, er spiegelt sich in besseren Vermietungszahlen.

2007 waren die Baumaßnahmen fertig, aber die Berichterstattung in der Presse hatte sich kaum geändert, der Stadtteil blieb stigmatisiert. Die Bewohner, die eigentlich positiv gestimmt waren, durch die Veränderungen, waren betroffen. Als Reaktion darauf wurde die Kampagne OTe ins Leben gerufen. Sie hatte die Aufgabe zu vermitteln, dass hier 73 Millionen Euro sinnvoll investiert worden sind, dass Probleme gelöst wurden, dass sich etwas Positives in Tenever getan hat. Sie sollte eine neuen Identität schaffen und Vorurteile abbauen. Denn die positiven Seiten des Quartiers und die Veränderungen, die in den letzten Jahren im Quartier Osterholz-Tenever vorgenommen wurden, waren den außerhalb Tenevers lebenden Bürgern Bremens und des Umlandes weitgehend unbekannt. Die Kampagne sollte auch eine gezielte Vermarktung unterstützen: Denn die im Jahr 2007 abgeschlossene Vollmodernisierung des Wohnungsbestandes der OTG konnte überwiegend nur an Selbstzahler vermietet werden. Die Stadtrandlage in Kombination mit der Stigmatisierung des Quartiers Osterholz-Tenever wirkten sich in Zeiten eines entspannten Bremer Wohnungsmarktes in hohem Maße negativ auf die Vermarktbarkeit der dort liegenden Wohnungsbestände aus.

Vor diesem Hintergrund gab es nur eine Chance, die Vermarktbarkeit der Wohnungsbestände nachhaltig zu steigern. Sie lag in der dauerhaften Veränderung des Images des Quartiers Osterholz-Tenever. Dies stellte eine besondere Herausforderung dar, weil das Image als wesentlicher Bestandteil der Standortqualität im Normalfall vom Wohnungsunternehmen selbst mit einem wirtschaftlich vertretbaren Aufwand nicht verändert werden kann. Die Kommunikation der Veränderungen nach außen wurde gezielt mit einer Marketingkampagne angegangen.

Vorläufiges Fazit

- Leerstandsabbau seit Abschluss der Maßnahmen: von 304 in 2007 auf 123 Wohnungen in 2009
- Stopp der Fluktuation
- Anstieg der sehr zufriedenen Mieter von 11 auf 19 Prozent
- Bestätigung der Imageverbesserung durch Zuzug ehemaliger Mieter und Selbstzahler
- Gründung einer Initiative zur Entwicklung der sozialen und ökonomischen Infrastruktur
- Ansiedlung von Gewerbe und Schaffung von Arbeitsplätzen

Impuls 2: Stadtumbau Gelsenkirchen Tossehof: Bericht von Birgit Wend (Stadtplanungsamt Gelsenkirchen) und Ton Rutjens (Holland Branding Group)

Planungsgeschichte in Stichworten

Erbaut: 1969 bis 1975

3.300 Einwohner (ursprünglich geplant: 10.000 bis 16.000 WE)

Ziel: ein dauerhaft beispielhaftes Wohnprojekt

1.345 Geschosswohnungen und 101 Einfamilienhäuser; davon 500 Eigentumswohnungen, die übrigen mehrheitlich im Eigentum der städtischen Wohnungsbaugesellschaft GGW

Mängel

- typische 1970er Jahre Wohnsiedlung
- Erneuerungsbedarf der öffentlichen Spiel- und Freiflächen
- halböffentliche Grünbereiche mit geringer Aufenthaltsqualität
- Hoher Leerstand im Ladenzentrum
- Bauliche und soziale Probleme in Teilbereichen
- Stigmatisierter Standort

Potenziale

- Stadtnahe Lage im Grünen
- Familienfreundliches Wohnungsangebot
- Verkehrsberuhigtes Wohnumfeld
- Gute Ausstattung mit sozialer Infrastruktur
- Ladenzentrum – untergenutzt-
- Lange Wohndauer und hohe Wohnzufriedenheit bei vielen Bewohnern

Stadtumbauprojekt seit 2006

Eingebettet in eine gesamtstädtische Strategie, die auf den Strukturwandel reagiert (Einwohnerrückgänge in Gelsenkirchen)

Beteiligung aller Akteure am Planungs- und Umsetzungsprozess und ressortübergreifende Abstimmungsprozesse

Kostenrahmen rd. 7 Mio EUR aus Städtebauförderung

Laufzeit des Projektes: bis 2010

Integriertes Quartiersentwicklungskonzept

- (Teil-)Rückbau von 5 Wohnblöcken der GGW auf 4 Geschosse, Niederlegung zweier kompletter Wohnblöcke
- Modernisierung der verbleibenden Restbestände und Neubau eines Staffelgeschosses
- Umnutzungsmanagement und Gemeinwesenarbeit
- Aufwertung des Wohnumfeldes und der öffentlichen und privaten Grün- und Spielflächen
- Wiederbelebung des Einkaufszentrums zur Stärkung der Nahversorgung
- Quartiersmanagement: Kooperation zwischen den Referaten Stadtplanung und Kinder, Jugend und Familie. Begleitung des Umbauprozesses während der gesamten Laufzeit des Projektes bis 2010

Tossehof: „Ja, das sind wir“

Im Tossehof wird ebenfalls an der Identität des Stadtteils gearbeitet, jedoch zu einem früheren Zeitpunkt im Verfahren, nämlich seit 2008, parallel zum Abriss eines Teils der Wohnungen und der Erneuerung des übrigen

Bestandes . Branding, wie es die Holland Branding Group dort im Auftrag der Stadt betreibt, erfindet nicht eine Identität und wendet sie auf den Stadtteil an. Stattdessen wird in dem Verfahren die Identität des Stadtviertels in einem mehrstufigen Beteiligungsverfahren gemeinsam erarbeitet, also von unten nach oben und nicht umgekehrt.

Die Methode selbst wurde für den Konsumbereich entwickelt. Es gilt, bestimmte Kernwerte zu entwickeln, auf die alle folgenden Maßnahmen abgestimmt werden. Kernwerte wie etwa „Kinderfreundlichkeit“ sind nicht nur für Produkte sondern auch für Wohngebiete verwendbar. Bei ihrer Vorgehensweise reflektiert die Holland Branding Group die Identität eines Wohnviertels und sucht die Bilder, die dazu gehören. Kernwerte charakterisieren die besonderen Eigenheiten des Quartiers.

Nach den Erfahrungen der Holland Branding Group, erkennen sich die Bewohner sehr gut wieder und sagen. "Ja, das sind wir" und zwar nicht in einem negativen Sinne oder im Sinne eines Images von außen sondern tatsächlich als eine Beschreibung von Eigenheiten und Eigenschaften eines Stadtteils.

Das Branding-Verfahren als Instrument zur Unterstützung eines nachhaltigen Image-Wandels gliedert sich in sechs Schritte:

- Aufbereitung der Planungsgeschichte
- Rundgang mit Akteuren
- Themengespräche mit Bewohnern
- Branding Sitzung als Workshop mit Bewohnern und Akteuren
- Auswertung–Herausarbeitung eines Brands
- Rückkopplung und weiteres Verfahren

Der wesentliche Teil der Identitätsfindung findet innerhalb der Branding Sitzung statt. Hier werden Professionelle, Behörden, Bewohner und Dienstleister aus dem Quartier zusammengebracht, um gemeinsam an der Untersuchung der gemeinsamen Identität mit zu wirken. In einer solchen Branding Sitzung geht um die Ermittlung gemeinsamer Themen, aus denen schließlich die Kernwerte abgeleitet werden. Jeder Teilnehmer wird aufgefordert, bestimmte Fragen zu beantworten, wie etwa: Was ist für dich wichtig, wenn es um dein Wohnumfeld geht? Die Antworten zu diesen Fragen werden in Stichworten notiert und an Zeichner gegeben, die die Stichworte in Bilder umsetzen. Schließlich werden diese Bilder an die Beteiligten zurückgegeben und besprochen, ob sie den Kern der Aussage wiedergeben.

Im Gegensatz zu einem gewöhnlichen Beteiligungsverfahren sind also nicht die Veränderungsmaßnahmen selbst der Gegenstand des Austausches, es gibt kein Gespräch über Planung, sondern darüber, was den Bewohnern wichtig ist. Dieser Ansatz geht davon aus, dass die Bewohner keine professionellen Auftraggeber sein können, dass sie aber sehr gut über ihre eigenen Wünsche und Bedürfnisse, über ihr eigenes Leben Bescheid wissen. Dieses Wissen, das so entscheidend für die Charakterisierung der Nachfrage ist, gilt es zugänglich machen und die Ergebnisse schließlich auch umsetzen. Der Branding Prozess erforscht also die Identität, involviert alle relevanten Akteure und die Bewohner, entspricht aber nicht in einem üblichen Beteiligungsverfahren. Denn die Umsetzung der erarbeiteten Ergebnisse erfolgt dann wieder auf einer professionellen Ebene in Plänen.

Beispiel: ein Bild, das im Tossehof entstanden ist, beschreibt das Verhältnis zwischen der Wohnungsgesellschaft und den Behörden auf der einen Seite und den Bewohnern auf der anderen: Es sind zwei unterschiedliche Hände (Bewohner und Professionelle), die zusammen den Stadtteil tragen.

Kern der Identität Tossehofs: Angenehm Wohnen in der Gartenstadt Tossehof

Der Tossehof bietet ein angenehmes, ruhiges Wohnen – innenstadtnah mit grünem Umfeld und trotzdem urban. Die Bewohner fühlen sich eingebettet in die soziale Umgebung, und fühlen sich heimisch. In den 1990er Jahren wurde das Quartier von einem Symbol der Erneuerung zu einem sozialen Brennpunkt. Diese Entwicklung enttäuschte die Hoffnungen der Bewohner. Sie kapselten sich ein und wandten sich ab.

Die aktuellen Sanierungsmaßnahmen geben ihnen das Gefühl, dass etwas getan wird. Wenn jetzt gut geerdete und realistische Lösungen entstehen und die Behörden dies unterstützen - ohne sich aufzudrängen, kann es gelingen, dass die Bewohner die Zukunft des Tossehof wieder in die eigene Hand nehmen und den Bestand der Siedlung dauerhaft gewährleisten. Die gute Zusammenarbeit von Bewohnern und Stadt, GGW, dem Quartiermanagement und örtlichen Unternehmern sind wichtige Ansätze. Die Zusammenarbeit schafft ein neues Vertrauen. Aber die neuen Kooperationen werden noch als zerbrechlich erfahren.

Diskussion**Beschäftigung mit Stadtumbaumaßnahmen als interdisziplinäre Aufgabenstellung**

Stadtumbaumaßnahmen sind eine dezidiert interdisziplinäre Aufgabenstellung. Spricht man mit den Akteuren solcher Umbaumaßnahmen, so wird deutlich, wie sehr Planer und Vertreter der Wohnungswirtschaft, des Sozialwesens und nicht zuletzt die Bewohnerinnen und Bewohner auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit der verschiedenen Fachgebiete angewiesen sind. Die weitere Entwicklung der Zusammenarbeit zwischen Städten und der Wohnungswirtschaft wird dabei als ein besonderer Schwerpunkt betrachtet.

„Die, die nicht hinwollten und die, die nicht wegkönnen“

Das Verhältnis der Menschen zu den Großwohnsiedlungen, in denen sie leben, ist ambivalent. Typisch für das Leben in einer Siedlung mit einer eher problematischen Entwicklung ist vor allem die Diskrepanz zwischen der gefühlten oft recht hohen Wohnzufriedenheit und der vermuteten Sicht von außen auf das Viertel. Auch wenn die Binnensicht auf ein Quartier durchaus positiv sein kann, ist doch das Selbstwertgefühl schlecht – die Bewohner fühlen sich bereits durch eine bestimmte Adresse stigmatisiert. Besonders belastend ist dieses Gefühl auch deshalb für sie, weil es im Leben der meisten Bewohner von problematischen Wohnsiedlungen wenig Anlass zu einem überhöhten Selbstbewusstsein gibt: Sie sind weniger wohlhabend und weniger mobil als der Durchschnitt der Bevölkerung.

„Mein Gott, warum reißen Sie nicht die ganze Siedlung ab?“

Großwohnsiedlungen aus den 70er und 80er Jahren stellen eine Herausforderung für die planende Zukunft dar. Dies zeigt bereits die Diskussion im Plenum der Jahrestagung. „In diesen Siedlungen wuchsen die Kinder vom Bahnhof Zoo auf“, also die späteren Drogensüchtigen und Kriminellen, hieß es dort. Oder es wurden Gebäudestrukturen als „Monster“ bezeichnet und mit „Massentierhaltung“ verglichen und „irreparable Schäden“ in der Stadtstruktur ausgemacht.

Bei dieser Wahrnehmung focussiert sich der Blick in erster Linie auf die Gebäude; er nimmt wenig Rücksicht darauf, dass die Bewohner der entsprechenden Siedlungen damit diffamiert werden und ihnen die Möglichkeit

abgesprochen wird, sich in solchen Quartieren wohl zu fühlen. Es wird ausgeblendet, dass hier vielfach Menschen wohnen, die sich diesen Wohnort nicht ausgesucht haben, die „nicht hinwollten und nicht wegkönnen“. Und es wird dabei auch übersehen, dass sie über die Jahre für viele Bewohner Heimat geworden ist, dass sie hier ihre Geschichte haben. Dies wurde auf eindrucksvolle Weise durch die emotionalen Reaktionen eines Teils der Bewohner auf den Abriss von Wohngebäuden in Osterholz-Tenever deutlich.

Identifikation der Bewohner mit dem Bestand

Beim Abriss haben manche Leute geweint, für viele war es wichtig, innerhalb des Stadtteils umzuziehen. Hier hatten sie seit langem gewohnt und ihre Kinder großgezogen. "Dass Menschen so ein affektives Verhältnis zu Hochhäusern haben können, das hab ich mir nie vorgestellt." (Spalink-Sievers) Sie haben nicht nur an dem einzelnen Haus gehangen, sondern auch am ganzen Stadtteil. Deshalb war es für viele selbstverständlich, dass sie innerhalb von Tenever umziehen wollten.

Der Blick auf die baulich-räumlichen Gegebenheiten verhindert die Erkenntnis, dass Wohnen auch ein sozialer Vorgang ist. Es sind nicht die städtebaulichen Figuren wie Zeile oder Punkt, die die problematische Entwicklung eines Quartiers hervorrufen, sondern ein komplexes Zusammenspiel vieler Faktoren, wobei Kommunikationsstrukturen und das soziale Gefüge eine besondere Rolle spielt.

Darüber hinaus werden die von den Erbauern angestrebten Ideale der Moderne in den Großsiedlungen im Sinne eines großstädtischen Wohnens von vielen geschätzt und spiegeln sich in den Vorstellungen der Bewohner vom idealen Wohnen durchaus wieder.

Die Haltbarkeit von Bildern und Zuschreibungen

Das Image eines Quartiers hat einen großen Einfluss auf die Lebensqualität.

Wie es erhalten wird zeigen folgende Erfahrungen: Großwohnsiedlungen haben oft zu Unrecht das Image eines Kriminalitätsschwerpunktes. Dieses Image wird in den Medien transportiert und verfestigt. Wie wichtig diesen die entsprechenden Bilder sind, wurde deutlich, als im Tossehof der Besuch eines Fernsehsenders abgebrochen wurde, weil die erhofften Schmutzdeckeln dort nicht aufzufinden waren.

An der Aufrechterhaltung dieses Images können aber auch die Bewohner anderer Stadtteile interessiert sein, weil es sie selbst entlastet: Solange alle Probleme mit dem einen Stadtteil verbunden werden, stehen alle anderen Quartiere besser da. Insofern verwundert es nicht, wie langlebig solche Zuschreibungen und Bilder sind. Dass ein Wandel möglich ist, zeigt die Geschichte beider Siedlungen: der Tossehof war zur Zeit seiner Erbauung ein begehrtes Wohnquartier mit lebendigen Nachbarschaften und einer guten Nahversorgung im Zentrum, während die Wohnungen in Osterholz-Tenever sogar als Reiseziel für die Bevölkerung aus dem ländlichen Umland diente, weil man hier seine Vorstellung eines „modernen“ Lebens verwirklicht sah.

„Es wird für uns gemacht“

Diese Hinwendung zu dem, was die Bewohner eines Viertels tatsächlich brauchen, und was sie sich wünschen, ist eine entscheidende Grundlage der beiden in Osterholz-Tenever und im Tossehof zur Anwendung kommenden Strategien. Bei beiden Ansätzen wird deutlich: die Bewohner werden wichtiger als die Gebäude. Ein wesentliches Ziel der Entwicklung ist die Verbesserung des Selbstwertgefühls der Bewohner. Es entsteht das Gefühl: „Es wird etwas für uns gemacht“. Diese Orientierung an den Bedürfnissen der Bewohner hat dabei auch einen wohnungswirtschaftlichen Hintergrund: sie ist auch eine Auseinandersetzung mit Fluktuation, Leerstand und ihren Ursachen. Die Nachfrage nach Wohnungen, die auf diese Weise thematisiert wird, ist dabei mehr als die Nachfrage nach einer bestimmten Wohnungsgröße und einer bestimmten Ausstattung. Es geht darüber hinaus auch um die sozialen Gefüge an einem Ort, um die Atmosphäre, den Umgang miteinander und sogar um die spezifische

Entwicklung des Verhältnisses zwischen Behörden und Bewohnern.

Im Gegensatz zu den Ergebnissen vorbereitender Untersuchungen, wie sie von der Städtebauförderung verlangt werden, und in denen vor allem Defizite thematisiert werden, steht die Arbeit mit den vorhandenen Stärken am Anfang.

Kann man mit planerischen Interventionen die Wahrnehmung der Menschen und ihre Identität verändern?

Gelingt es, ein Selbstbewusstsein zu erzeugen, das es den Menschen ermöglicht, aus ihrem Quartier herauszutreten und ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen? Wie äußert sich der Veränderungsprozess bei den Bewohnern?

Früher, so beschreibt es Martin Paßlack für Osterholz Tenever, gab es viel Wut und Verzweiflung im Stadtteil, die sich in Sprachlosigkeit und innerer Emigration, aber auch in lauten Protesten Ausdruck verschaffte. Heute gibt es eine ausgeprägte Kultur der öffentlichen Diskussionen. Es ist ein anderes Selbstbewusstsein entstanden.

Die Veränderungen werden aber nicht nur in einer bestimmten Stimmung spürbar: das Verhalten der Menschen im Umgang mit ihrer Umwelt hat sich entscheidend verändert. So gibt es, seitdem die Eingangsbereiche neu gestaltet wurden, praktisch keinen Vandalismus mehr. Graffiti und Zerstörung sind verschwunden, die Hausflure sind sauber, es stehen Pflanzen in den Eingangsloggien, die früher keine zwei Tage da gestanden hätten. Zeichen für den Wandel ist ein im Rahmen des Stadtumbaus angelegtes Rapsfeld mitten im Quartier, das einen Sommer lang Bestand hatte, ohne dass jemand durchgelaufen, oder es zerstört hätte. Die Investitionen führten also nicht nur zu einem optisch-äußeren Bildwandel, sondern auch zu einem Wandel, der das Selbstverständnis der Menschen und ihre Verhaltensweisen verändert. "Wenn sich die Mädchen so schick machen, wenn sie im Viertel unterwegs sind, dann haben wir gewonnen".

Imagewandel durch Veranstaltungen

Flankierend war es in Osterholz Tenever wichtig, dass Anlässe für einen Besuch im Quartier gegeben wurden, etwa indem das Kammerorchester der Bremer Philharmoniker, das sich mit Proberäumen in einer Schule im Stadtteil angesiedelt hatten, auch im Stadtteil Aufführungen durchführte und dadurch Besucher aus ganz Bremen anzog. Umgekehrt habe der Übungsraum der Kammerphilharmonie in der Schule auch Impulse für die Arbeit mit den Schülern gegeben, sie fühlten sich aufgewertet. „Leute kommen zu den Konzerten, die sonst nie ins Konzert gehen.“

Ähnlich in Hamburg: In der Großsiedlung Mümmelmansberg z.B. wurden temporär sehr erfolgreich die Hochhäuser für spezielle Events genutzt: Freiluftkino „Große Wände - kurze Filme“, Wandgemälde, Ausstellungen, Lesungen, Treppenhausläufe. Dadurch haben sich Geschichten über Mümmelmansberg in der Presse verändert, und man kommt von den Klischees weg.

Die Nachhaltigkeit der Entwicklungen

Die Investitionen in die Rettung der angeschlagenen Großwohnsiedlungen sind zum Teil immens. Es stellt sich die Frage nach der Dauerhaftigkeit der positiven Entwicklungen und nach der Nachhaltigkeit dieser Investitionen. Angesichts des Paradigmenwechsels von der Konzentration auf das Gebäude hin zur Konzentration auf die Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner erscheint es nur folgerichtig, nicht nur in die Instandhaltung der Bausubstanz, sondern auch in das soziale Gefüge zu investieren. Die langfristige Wirkung der Maßnahmen ebenso wie der Image-Veränderungen müssen sich erst noch zeigen. Für eine abschließende Bewertung ist es sicher zu früh.

Weiterführende Literatur:

http://stadtplanung.gelsenkirchen.de/05_Stadterneuerung/Tossehof/stadtumbau_tossehof.asp

Spalink Sievers, Johanna: Grün für alle, in: Garten + Landschaft 10 /2008

Kerstin Gothe, Frank Bosboom, Maarten Königs, Rian Peeters: Branding von Stadtvierteln als Beitrag zur Stadtentwicklung, in: "vhw - Forum Wohneigentum", Heft 4/07

Kerstin Gothe, Professorin am Institut für das Entwerfen von Stadt und Landschaft (Architekturfakultät am KIT)

Dr. Hanna Hinrichs, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für das Entwerfen von Stadt und Landschaft