



STANDPUNKT

Mehr Leben bitte.

focus 4/19

Juni



Alice Hollenstein

Stv. Managing Director CUREM,
Universität Zürich und
Gründerin von Urban Psychology
Consulting & Research

Die meisten Städte wollen das Gleiche: Vielfalt, Identität, Lebendigkeit, Nachhaltigkeit... Doch ein gut gemeintes Leitbild oder eine gute Gestaltung sind noch keine Garantie, dass an einem bestimmten Ort die erwünschten Nutzungen stattfinden.

Hier bietet die urbane Psychologie mit ihren Theorien und Methoden eine wertvolle Hilfestellung. Sie fordert die Umkehrung der modernistischen Planung: Erst das Verhalten der Menschen an einem Ort zu verstehen, dann den öffentlichen Raum, und am Ende die Gebäude darin entsprechend zu gestalten – statt umgekehrt.

Um das Ziel lebendiger Innenstädte zu erreichen, bedeutet dies, sich in einem ersten Schritt Gedanken zu machen, was man darunter genau versteht. Im Falle der Lebendigkeit kann dies beispielsweise die Anzahl Personen mal deren Aufenthaltsdauer sein. Möchte man die Lebendigkeit fördern, hat man somit zwei Stellschrauben. In einem zweiten Schritt kann man Informationen sammeln: Wie viele Passanten sind an dem Ort realistisch? Welches sind Ihre demografischen Eigenschaften? Was tun sie da? Was würden sie allenfalls gerne da tun? Damit schafft man

eine Grundlage für eine evidenzbasierte Entwicklung. Immer wieder erlebe ich, dass an eher peripheren Lagen in romantischer und guter Absicht kleine Cafés und Shops geplant werden. Oft mit dem Resultat leerstehender Erdgeschossflächen. Sammelt man hingegen genügend Informationen vorab, können solche Fehlplanungen meist vermieden und der wertvolle Boden sinnvoller genutzt werden – beispielsweise für Erdgeschosswohnungen mit einladenden Vorgärten, die ebenfalls für Lebendigkeit sorgen.

Als Handlungsempfehlung für lebendige Städte scheinen mir drei Punkte wichtig: 1. Das Potential öffentlichen Lebens realistisch einzuschätzen – hierzu haben wir mittlerweile zahlreiche Datenquellen und Modellierungsmöglichkeiten. 2. Städtisches Leben am besterschlossenen Ort zu konzentrieren – die publikumswirksamen Nutzungen zu den Leuten zu bringen statt umgekehrt. 3. Auf eine menschenfreundliche Gestaltung im Detail zu achten: Hierzu zählt zum Beispiel, dass man den Menschen die Möglichkeit gibt, etwas zu tun (wenn nicht shoppen dann z.B. joggen, tanzen, musizieren, Fussball schauen etc.). Oft passiert etwas, weil etwas passiert: ein Musiker spielt Gitarre, die Passanten bleiben stehen und schauen. Häufig sind regulierende bzw. deregulierende Interventionen effektiver als bauliche. Sie schaffen Freiräume für menschliches Leben.

Liebe Leserin, lieber Leser

Digitalisierung und Online-Handel verändern unsere Innenstädte fundamental und die Diskussion über die darbedingenden Zentren klingt wieder an. Die Städte sind aufgerufen, neue Ansätze zu entwickeln und Spielräume auszuloten. Handeln ist gefragt, Schwarzmalerei aber fehlt am Platz. Der Strukturwandel birgt durchaus Potenzial und wir erleben eine wachsende Lust am öffentlichen Raum.

Der diesjährige Städtetag in Chur zeigt, wie Städte erfolgreich Strukturen einer Ökonomie der Nähe bewahren und die Attraktivität ihrer Innenstädte in engem Austausch mit Gewerbe, Kultur und Gastronomie steigern können. Sorgfältig kuratierte Angebote beleben den Stadtraum und Pop-up-Aktionen erwecken manch brachliegende Ecke zu neuem Leben. Auch die jüngste Ausgabe des «focus» ist dem Thema gewidmet.

Wir wünschen eine gute Lektüre!

Inhalt

Standpunkt	1
Interview	2
Thema	3
Session und Vernehmlassungen	4
Städteverband im Fokus	5
Agenda	6