



Strukturwandel durch Kultur

Städte und Regionen im postindustriellen Wandel





Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Zusammenfassung	5
2. „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“: Beispiel Ruhrgebiet	7
3. Methodik und Systematik	15
Recherche und Analyse	15
Vor-Ort-Recherche	16
Expertenbefragung.....	16
4. Fallbeispiele.....	19
Zusammenfassung paradigmatischer Merkmale der untersuchten Beispiele	19
Kurzportraits der Fallbeispiele.....	27
Überblick der untersuchten Beispiele	68
5. Analyse.....	69
Vergleichbarkeit	69
Studien und Daten.....	70
Leitfragen.....	71
Identifizierte Themenfelder und „Theories in use“	71
6. Fazit	75
Vorbemerkung.....	75
Vergleichbarkeit	75
Die Rolle der Kultur in Prozessen des Wandels.....	75
Grundlegende Strategien	76
Leitfragen und übereinstimmende Themenfelder	76
Ausblick	77
Anhang	79
I. Ausgewählte Interviews	79
II. Thematische Zitatsammlungen aus den Interviews	101
III. Interviewpartner und kontaktierte Experten.....	123
IV. Quellenverzeichnis	131
V. Abbildungsverzeichnis.....	137
VI. Impressum.....	138

1. Aufgabenstellung und Zusammenfassung

Das Thema der vorliegenden Untersuchung „Strukturwandel durch Kultur – Städte und Regionen im postindustriellen Wandel“ findet im Ruhrgebiet eines der in Deutschland bekanntesten und prägnantesten Beispiele. Aus der ehemaligen Industrieregion ist in den letzten 50 Jahren mehr und mehr eine lebendige und attraktive Kulturlandschaft gewachsen. Die Ernennung zur Kulturhauptstadt Europas 2010 ist dabei nur der jüngste Höhepunkt des erfolgreichen und langfristigen Strukturwandels der Region. Das Motto „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ signalisiert bereits, dass diese Entwicklung noch lange nicht abgeschlossen ist und der Blick in die Zukunft auch die Frage nach zukünftigen Handlungsfeldern und Möglichkeiten beinhaltet.

Vor diesem Hintergrund wurde 2007 im Auftrag der Kulturabteilung der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen eine weltweite Recherche durchgeführt: Gab und gibt es andernorts ähnliche Prozesse des strukturellen Wandels durch Kultur, welche Erfahrungen wurden dort gemacht und was kann daraus gelernt werden? Im Fokus der Untersuchung standen daher Städte und Regionen, die durch Großinvestitionen in den Kulturbereich langfristige Strukturwandelprozesse eingeleitet oder begleitet haben. Überprüft werden sollte, ob sich aus diesen Beispielen Erfolgsvoraussetzungen, Maßnahmentypologien und Strategien ableiten lassen, die für Nordrhein-Westfalen und das Ruhrgebiet von Bedeutung sein können.

Insgesamt wurden weltweit 52 Beispiele für Städte und Regionen identifiziert, die vor dem Hintergrund eines ökonomisch-strukturellen Umbruchs Investitionen in den Kulturbereich getätigt haben. Sieben dieser Beispiele, die aufgrund von strukturellen Merkmalen und Vergleichbarkeiten besonders interessant für das Land Nordrhein-Westfalen waren, wurden für eine detaillierte Analyse ausgewählt: Bilbao, Glasgow, Newcastle und Gateshead, Lille, Nantes, Pittsburgh und Seattle.

Neben der Auswertung von Fachliteratur, Daten und Pressematerialien wurden im Zuge von mehr als 80 qualitativen Interviews mit maßgeblichen lokalen und übergeordneten Experten vor Ort jeweils die Ausgangssituationen, strategische Herangehensweisen, Zielstellungen, Effekte, strukturelle Merkmale und Besonderheiten des Prozessverlaufes untersucht und analysiert. Diese Innensicht der Experten ergab dabei in vielen Fällen ein anderes Bild, als es nach außen durch Studien, Presseberichte und Marketing transportiert wird. Die im Rahmen der Interviews gewonnenen Insider-Informationen erwiesen sich daher als wichtige und zentrale Quelle.

In der Gesamtschau der untersuchten Städte und Regionen wird deutlich, dass die jeweiligen Prozessverläufe und der Erfolg von Maßnahmen extrem kontextabhängig sind. Die befragten Experten betonen, dass das Kopieren von Maßnahmentypologien in der Regel scheitert, weil die Berücksichtigung der lokalen und regionalen Besonderheiten die Basis für erfolgreiche Strukturwandelprozesse durch Kultur darstellt. Dennoch lässt die vergleichende Analyse der Beispiele wiederkehrende Erfolgsmerkmale und Vorgehens-

weisen erkennen, die bei der Entwicklung einer eigenen Strategie des strukturellen Wandels durch und mit Kultur nützlich sein können:

- „Zukunft durch Herkunft“ – Regionale Besonderheiten als Basis des Strukturwandels, Krise als Chance zum Neubeginn
- Politische Entschlossenheit – Ziele formulieren, konsequent aber flexibel in der Umsetzung bleiben, Gelegenheiten erkennen und nutzen
- Langfristige Planung – In Entwicklungszeiträumen von 15 bis 50 Jahren denken, Nachhaltigkeit durch langfristige Finanzierung sichern, in Gesamtentwicklungen statt in Einzelmaßnahmen denken
- Kommunikation und Vermittlung – Transparent und authentisch agieren, Bevölkerung aktiv einbeziehen, lokale und internationale Experten einbinden
- Kooperation und Konsens – Kräfte bündeln, Einvernehmen herstellen, Netzwerke bilden, durch „Storytelling“ Zukunft vorstellbar machen
- Symbole des Wandels – Events oder Bauten als Leuchttürme für Identifikation und Außenwirkung, Imagebildung
- Lebensqualität steigern – Ökologie, Stadtbild, Freizeitangebot entwickeln, positive Stimmung und Identifikation der Bürger aufbauen, Gewässer als wichtige emotionale Komponente
- Freiräume zulassen – Eigendynamische Entwicklungen ermöglichen und nutzen, auf politische Detailsteuerung verzichten, Risikobereitschaft zeigen
- Stärken der Kultur nutzen – Kultur als verbindende Komponente im Maßnahmenmix von z.B. Stadtplanung und Infrastruktur, Herstellung von Partizipation und Identifikation

Die oben genannten Leitpunkte finden bei den untersuchten Städten und Regionen sowohl in Top-Down- als auch in Bottom-Up-Strategien Anwendung. Sie zielen dabei in unterschiedlicher Gewichtung und Durchmischung auf langfristige Entwicklungen und/oder kurzfristige Effekte. In allen Beispielen erweist sich jedoch die identitätsstiftende und verbindende Wirkung von Kultur als treibender und tragender Faktor in Prozessen des strukturellen Wandels.

Der vorliegende Untersuchungsbericht umfasst, nach einem einleitenden Blick auf den Strukturwandel im Ruhrgebiet, die methodische Vorgehensweise, eine zusammenfassende Darstellung und Analyse der detailliert untersuchten Beispiele sowie die Zusammenfassung der Rechercheergebnisse. Im Anhang finden sich ergänzend drei ausgewählte Experteninterviews, eine thematische Zusammenstellung prägnanter Interviewaussagen sowie eine bibliografische Auswahl relevanter Publikationen und Materialien.

2. „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“: Beispiel Ruhrgebiet

Strukturwandel – der Begriff begleitet die Politik in Nordrhein-Westfalen schon seit Jahren. Im Ruhrgebiet gehört das Wort gar zum sprachlichen Allgemeingut. Auch das Konzept, wonach die Kultur bei diesem Wandel eine tragende Rolle spielen kann, ist den Menschen spätestens seit der IBA Emscherpark (1989 bis 1999) vertraut. Das Motto, mit dem Essen und das Ruhrgebiet sich erfolgreich als Kulturhauptstadt 2010 beworben haben, kam also keineswegs von ungefähr: „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“. Geprägt hat es ursprünglich der Hagener Karl Ernst Osthaus, einer der letzten großen Mäzene des 20. Jahrhunderts. Er hat vor fast hundert Jahren festgestellt: „Ohne die Mitwirkung der Kunst sind die wichtigsten Fragen des Lebens unlösbar.“ Diese Überzeugung war die Motivation für den Industriellen, Kunsthistoriker und Philosophen, sich Zeit seines Lebens für Kunst und Kultur zu engagieren. Er wollte damals schon der Kunst in der industriellen Großstadt einen festen Platz einräumen, und als Begründer der Folkwang-Idee tat er früh einen bedeutenden Schritt in diese Richtung.

50 Jahre Strukturwandel

Niemand wird bestreiten, dass fast fünfzig Jahre bewussten Strukturwandels im Ruhrgebiet erstaunliche Veränderungen gebracht haben. Man muss sie sich vor Augen führen, um sie zu begreifen: Alte Photographien machen eindrücklich sichtbar, dass das Ruhrgebiet der fünfziger Jahre in der Tat noch die Kraftzentrale und das industrielle Herz der Bundesrepublik war. Sie lassen aber auch keinen Zweifel daran, dass die Bergwerke und ihre Kokereien, die Eisenhütten, Stahlwerke und Chemiebetriebe mit ihren Abgasen wahrhaftig den Himmel und das Leben in manchen Vierteln verdüsterten.

Dass der wieder blau gewordene Himmel über der Ruhr sich nicht über einer Einöde wölbt, sondern über einer lebendigen Region mit 5,3 Millionen Menschen, wäre ohne den Strukturwandel nicht denkbar. Und ohne Investitionen in das Prinzip „Kultur durch Wandel“ hätte das Ruhrgebiet kaum über genügend kulturelle Substanz verfügt, um als werdende Kulturmetropole den Wettbewerb um den Titel „Kulturhauptstadt 2010“ für sich entscheiden zu können.

Dennoch: Fünfzig Jahre Strukturwandel – das kann auch Anlass zu Fragen sein. Denn die Probleme, die sich aus dem Niedergang der Schwerindustrie ergaben, sind ja längst nicht alle gelöst. Ist also 50 Jahre öffentlich geförderter Strukturwandel vielleicht am Ende seiner Möglichkeiten angelangt? Oder muss man innerhalb dieses Konzepts nach neuen Wegen suchen? Ist der Strukturwandel nicht längst abgeschlossen – und was kommt danach?

Wie machen es die anderen?

Politisch Handelnde müssen immer wieder ihr Instrumentarium, den Erfolg ihrer Maßnahmen prüfen, nach Fehlern suchen, nach Verbesserungen und nach neuen Wegen. Eine naheliegende Frage im Zuge solcher Standortbestimmung und Selbstvergewisserung ist: Wie machen es die anderen? Denn auch in anderen Ländern gibt es Regionen, die das Wegbrechen alter, das

Wirtschaftsleben weitgehend dominierender Industrien erlebt haben und die danach nicht nur neue Arbeitsplätze und Steuerquellen finden, sondern auch Städte und ihr soziales Gefüge wiederherstellen mussten. Das gilt besonders für Großbritannien, aber auch für Regionen in anderen europäischen Ländern und in Nordamerika. Wie weit sind wir also im Vergleich mit den anderen? Sind wir auf dem richtigen Weg? Von welchen Strategien kann man lernen? Aus welchen Fehlern?

Ein Vergleich aufgrund rein oberflächlicher Ähnlichkeiten kann sich jedoch als unergiebig erweisen oder zu irreführenden Schlussfolgerungen verleiten. Aus diesem Grund hat die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen eine wissenschaftliche Studie in Auftrag gegeben, die durch sorgfältige Erhebung und Analyse derartige Fehler vermeiden hilft. Das beauftragte Unternehmen ermittelte weltweit 52 Beispiele für Regionen, die einen Strukturwandel durchlaufen, bei dem Großinvestitionen der öffentlichen Hand in Kulturprojekte eine wichtige Rolle spielen. Aus diesen 52 Regionen wurden sieben Fallbeispiele ausgewählt, die nach strengeren Kriterien als vergleichbar mit dem Ruhrgebiet gelten können: Bilbao in Spanien, Glasgow und Newcastle/Gateshead in Großbritannien, Lille und Nantes in Frankreich sowie Pittsburgh und Seattle in den USA. Diese Regionen wurden untersucht.

Wandel durch Kultur wirkt

Ohne der eingehenden Darstellung auf den folgenden Seiten vorzugreifen, seien doch an dieser Stelle einige besonders interessante Punkte genannt. Zunächst ist da die schlichte Tatsache, dass „Wandel durch Kultur“ kein exotischer Ansatz ist, auf den man einzig beim Ruhrgebiet verfallen wäre. Die Studie beweist, dass Kultur auch in den anderen Regionen eine wichtige Rolle in den Strategien zum Strukturwandel spielt und dass sie sich dort, immer in Kombination mit anderen Faktoren, als Motor auch für wirtschaftliche Entwicklungen bewährt hat. Übereinstimmend wird Kultur als tragendes Element des Strukturwandels beschrieben. Zu den positiven Effekten zählten, neben den unmittelbar wirtschaftlichen: bessere Stimmung innen und ein besseres Image außen, daraus resultierend Erfolge im Tourismus-Markt und positive Entwicklungen in der Bevölkerungsstatistik. Gerade Letzteres ist ein wichtiges Signal für das Ruhrgebiet, das noch immer unter der Abwanderung leidet: Auch dieser Trend lässt sich grundsätzlich mit Investitionen in Kultur beeinflussen.

Langer Atem gefragt

Interviewpartner in mehreren Regionen sagten, dass sie auch nach Jahren und Jahrzehnten aktiven Strukturwandels erst am Anfang einer Entwicklung stünden, und sie betonten die Wichtigkeit eines langen Atems und einer langfristig sicheren Finanzierung der Maßnahmen zum Strukturwandel. Überraschend die Aussage der Studie, dass wirtschaftliche Sofortmaßnahmen nach der Strukturkrise wie die Ansiedlung neuer Industrien oft scheiterten; wichtig sei eine emotionale Erholungsphase, in der nicht zuletzt mit kulturellen Investitionen die Stimmung der Bevölkerung verbessert und stabilisiert wird. Das ist ein gewichtiges Argument gegen die Vermutung, mit Investitionen in Kultur zäume man das Pferd beim Schwanz auf, wenn nicht schon neue Unternehmen an die Stelle der alten Industrie getreten seien.

Überraschend auch, wie sehr sich manche Einzelmaßnahmen in den betroffenen Regionen gleichen. Das frappierendste Beispiel: Alle haben sie ihre Gewässer gereinigt, renaturiert und wieder zugänglich, erlebbar gemacht. Diese

städtebaulichen und landschaftsplanerischen Investitionen wurden als Teil der weit definierten kulturellen Offensive verstanden, als entscheidend wichtig für ein neues Selbstwertgefühl und eine positive Stimmung in der Region. Das ist eine eindrucksvolle Bestätigung für jenes Jahrhundertprojekt, mit dem das Ruhrgebiet die Kloake Emscher renaturieren will.

Eine bloße Übertragung von Erfahrungen, ein schlichtes Kopieren von Erfolgen sei nicht möglich, gibt die Studie zu bedenken. Dafür unterscheiden sich auch die ausgewählten sieben Regionen zu sehr vom Ruhrgebiet, welches ja schon durch seine Größe und polyzentrische Struktur – 5,2 Millionen Menschen in 53 Städten – der Vergleichbarkeit Grenzen setzt. Als Inspiration aber ist das Studium dieser Beispiele allemal wertvoll.

Frühe Vorläufer

An der Ruhr ist „Wandel durch Kultur“ ein hochaktuelles Motto. Als Prinzip ist es dort erheblich älter als der Strukturwandel. Denn dass ihre aufstrebende Region erhebliche urbane und kulturelle Defizite hatte, war den Protagonisten der Industrialisierung schon vor über hundert Jahren bewusst. Und sie versuchten, das zu ändern. Das gilt besonders für die amorphen Siedlungen in der Emscherzone, für die riesigen „Industriedörfer“, die gerade wegen ihrer urbanen Defizite jahrelang vergebens um Anerkennung als Stadt kämpften. So mühten sich Politiker und Industrielle nicht nur um technische Infrastruktur, sie kämpften auch für repräsentative Bauten und für höhere Schulen, sie ließen Parks anlegen, oft mit patriotischen Denkmälern. Sie ließen prächtige Theater- und Opernhäuser errichten. Man mag das als großbürgerliches Gebraue belächeln, aber das war bereits „Wandel durch Kultur“ und trug zu mehr Lebensqualität bei.

Besonders zwischen Jahrhundertwende und Zweitem Weltkrieg erreichte die Gestaltung mancher Innenstadt eine neue Qualität mit Ensembles in moderner Architektur, die ein erstaunliches Selbstbewusstsein der kleineren Städte beweisen. In den zwanziger Jahren gab es auch Versuche, die Region stadtplanerisch umzugestalten, einschließlich weiträumiger Grünzüge. Diese Entwicklung wurde durch NS-Zeit und Krieg abgeschnitten. In den fünfziger Jahren hatte der Grundsatz, dass die Schornsteine rauchen müssten, noch einmal uneingeschränkte Priorität. Diesem Prinzip wurden immer nur Solitäre kulturellen Wandels abgetrotzt – wie etwa das unerhört moderne Gelsenkirchener Musiktheater, das niemand dieser Stadt zugetraut hatte. Zu nennen sind weiter die Ruhrfestspiele in Recklinghausen, die im wahrsten Sinne 1946/47 aus der Not geboren und nach vielen Reformen, Höhen und Tiefen nun wieder enorm erfolgreich sind, oder auch das etablierte Schauspielhaus Bochum, das seine Blütezeit als „innovativstes Theater der Bundesrepublik“ in den Achtzigern unter der Intendanz von Claus Peymann feierte. Ebenso nicht mehr wegzudenken sind die seit Jahrzehnten stattfindenden Tage Alter Musik in Herne und die Wittener Tage für neue Kammermusik. Beide zählen bis heute zu den weltweit bedeutendsten Musikfestivals und werden von einem weiteren Kultur- und Wirtschaftsfaktor in der Region unterstützt: dem WDR.

Automobile und Studenten

Die Kohlenkrise brach 1958 unerwartet über das Ruhrgebiet herein. Anfang der sechziger Jahre wurde klar, dass es um mehr ging als eine vorübergehende Absatzschwäche. Besonders dramatisch war die Situation in Bochum, wo binnen kurzem zehn Zechen schließen sollten. Nun wurde Bochum zum Zentrum des Strukturwandels. Von 1960 an kaufte die Stadt Gelände still-

gelegter Zechen und reichte sie an Opel weiter; von 1962 an lief im neuen Werk der „Kadett“ vom Band. Noch im gleichen Jahr folgte die zweite Sensation: Das Land Nordrhein-Westfalen gründete die Ruhr-Universität Bochum, und 1965 zogen die ersten Studenten auf den Campus im Süden der Stadt. Dass die erste Universitäts-Neugründung der Bundesrepublik im Ruhrgebiet stattfand, war ein aufsehenerregendes Stück „Wandel durch Kultur“. Höhere Bildung war der Region lange bewusst vorenthalten worden; die Uni war ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu einem neuen Image des „proletarischen Kohlenpotts“.

Heute ist das Ruhrgebiet eine Hochschul- und Forschungslandschaft, die Ihresgleichen sucht – mit Universitäten, Fachhochschulen, Kunst- und Verwaltungshochschulen an über 25 Standorten – dazu weitere Forschungseinrichtungen, die dieses Bild noch ergänzen. Allein an den fünf Universitäten des Ruhrgebiets (Duisburg und Essen haben sich zu einem Standort vereint) studieren über 100.000 junge Menschen. Das Anfang der 80er Jahre in Witten und Herdecke die erste private Universität Deutschlands gegründet wurde, zeigt: Nicht nur der Staat setzt auf den Wandel im Ruhrgebiet. Erwähnt sei schließlich auch noch, dass die schon 1927 gegründete Folkwang Hochschule in Essen seit Jahrzehnten international renommiert ist und weitere Standorte in Duisburg, Bochum und Dortmund etabliert hat. Gemeinsam mit den drei anderen Musikhochschulen Nordrhein-Westfalens hat die Folkwang Hochschule jüngst das neue „Orchesterzentrum NRW“ aus der Taufe gehoben – in Dortmund.

Dieser Wandel geht zurück auf das 1968 beschlossene „Entwicklungsprogramm Ruhr“ der Landesregierung – eine von mehreren Maßnahmen, mit denen der Strukturwandel schon mehr strategisch als in Einzelprojekten angegangen wurde. Das Programm brachte nicht nur weitere Universitätsgründungen, sondern auch Investitionen in Verkehrswege, in Umweltschutz und Grünzüge. Bekanntestes Projekt waren fünf „Revierparks“ im städtebaulich vernachlässigten Norden. Allerdings stand all das noch unter dem Vorzeichen ewigen Wachstums. Der erste Schock der Kohlekrise war vorbei, und noch immer war die alte Industrie stark. Es brauchte weitere 15 Jahre, ehe sich die Notwendigkeit abzeichnete, das Ruhrgebiet gleichsam neu zu erfinden. Ergebnis dieser Erkenntnis war „die IBA“ – ein Ereignis, nach dem an der Ruhr nichts mehr so war wie zuvor.

Die Internationale Bauausstellung IBA

In den achtziger Jahren erfasste eine grunderschütternde Krise auch das zweite Standbein der Montanindustrie: die Eisen- und Stahlerzeugung. Die vergeblichen Arbeitskämpfe um die Hütten in Hattingen und Rheinhausen um 1987 eröffneten ein düsteres Zukunftsbild. Zur gleichen Zeit wurde deutlich, dass das Zechensterben die noch kaum gewandelte Emscherzone erreichte und auf ein völliges Verschwinden des Bergbaus zuzulaufen begann. Ergebnis beider Prozesse waren verlorene Arbeitsplätze und weitere ungenutzte Industriebrachen. Die Landesregierung entschied sich zu handeln. Das Ziel: städtebauliche, soziale, kulturelle und ökologische Maßnahmen als Grundlagen für wirtschaftlichen Wandel. Der Weg: eine Internationale Bauausstellung „Emscher Park“, Laufzeit von 1989 bis 1999.

Der Name war zu Beginn irritierend. „Emscher“ und „Park“ waren zwei Dinge, die einander auszuschließen schienen, und um eine „Ausstellung“ ging es ja in Wirklichkeit gar nicht. Die Ruhrgebietler gewöhnten sich bald daran, „Emscher Park“ wegzulassen und den sperrigen, aber traditionsverhafteten Begriff der Internationalen Bauausstellung auf „IBA“ zu verknappen.

Zunächst schien die IBA eine nie verstummende Ankündigungsmaschine zu sein. Als aber die ungewöhnlichen Projekte Formen annahmen, wurde IBA zum Markenzeichen, zur magischen Formel.

Ein neuer Stolz an der Ruhr

Das Projekt „Emscher Landschaftspark“ hatte zum Ziel, die Freiflächen der industriell besonders geschundenen Emscherregion zugänglich zu machen und durch Rad- und Wanderwege zu vernetzen. Verlassene Industriegebiete, für die es keine neue Verwendung gab, wurden den Grünflächen hinzugefügt – sei es als gestalteter Park, sei es als „wilder“ Erlebnisraum, den die Natur allein zurückeroberte. „Landmarken“ wie das „Tetraeder“ auf einer Bottroper Abraumhalde gaben dem Landschaftspark Höhe- und Orientierungspunkte. Wichtige Voraussetzung für die Akzeptanz des Landschaftsparks war der gleichzeitig begonnene Umbau des Emscher-Systems aus Abwasserläufen. Am Ende wird um 2020 eine naturnah gestaltete, saubere Emscher stehen, aber noch zu Zeiten der IBA wurde der Fluss so gesäubert, dass er neue Parks nicht durch seinen Geruch ungenießbar gemacht hat.

Weitere Schwerpunkte der IBA waren neue, architektonisch und ökologisch fortschrittliche Wohnsiedlungen auf Industrieflächen, dazu mit ähnlichem Anspruch gestaltete Gewerbegebiete unter dem Motto „Arbeiten im Park“. An mehreren Standorten wurden diese beiden Konzepte auch zusammengeführt, wie etwa im Duisburger Innenhafen, das einen Dienstleistungspark in den alten Speichergebäuden mit neuer, attraktiver Wohnbebauung kombiniert. Ein Kunstmuseum in der ehemaligen Küppersmühle ist seither zu einer ersten Adresse geworden; das jüdische Gemeindezentrum setzt einen modernen architektonischen Akzent.

Industriedenkmäler belebt

Herausragende Leistung der IBA sind Erhalt und spektakuläre Neunutzung großer Industrieanlagen. Genannt seien hier nur Zeche und Kokerei Zollverein in Essen, der Landschaftspark Duisburg-Nord im stillgelegten Hochofenwerk Meiderich, die Jahrhunderthalle in Bochum und der Gasometer in Oberhausen. Ziel war von Anfang an, solche Zeugen der industriellen Vergangenheit als Veranstaltungsorte für kulturelle Ereignisse, für Freizeit und auch als Tourismusziele zu nutzen. Das leuchtete nicht allen Menschen immer gleich ein. Der Gasometer etwa galt nicht nur als hässliches Relikt einer ungeliebten Vergangenheit, sondern auch als vollkommen nutzlos. Es ist der Hartnäckigkeit des IBA-Geschäftsführers Karl Ganser zu danken, dass der Gasometer nicht abgerissen wurde. Seit Jahren wird er nun erfolgreich für Ausstellungen genutzt und ist selbst dabei wegen seines atemberaubenden Innenraums und seiner Qualität als Aussichtspunkt immer wieder Mittelpunkt.

Zehn Jahre IBA haben nicht das Problem der Arbeitslosigkeit im Ruhrgebiet lösen können; sie haben auch nicht den negativen Bevölkerungstrend umkehren können. Das Schrumpfen der alten Industrie setzte sich noch während der IBA-Laufzeit fort, und der Verlust mehrerer zehntausend Arbeitsplätze konnte mit Jobs im Dienstleistungs-, Technologie- und Medizinbereich noch nicht aufgefangen werden.

Der demografische Schrumpfungsprozess ist eine schwer umkehrbare Tatsache, die durch weniger Ab- und mehr Zuwanderung letztlich nur gemildert werden kann. Schließlich zeigt auch die hier vorgelegte Vergleichsstudie,

dass zehn seit der IBA verstrichene Jahre eine eher kurze Zeit für die Entfaltung strukturwandelnder Maßnahmen ist – zumal angesichts der Dimension und der Struktur des Ruhrgebiets.

Andererseits ist kaum mehr vorzustellen, wie sich das Ruhrgebiet ohne die IBA anfühlen würde. Was würde man Besuchern abseits des idyllischen Ruhrtals zeigen, wenn nicht den Gasometer, den Landschaftspark Nord, den Duisburger Innenhafen, die Zeche Zollverein, den Nordstern-Park, die Jahrhunderthalle, das Tetraeder, Serras Bramme auf der Schurenbachhalde, die Arbeitersiedlung Teutoburgia in Herne? Proportional zum Stolz der Einheimischen auf die Region stieg das auswärtige Interesse. Der „Pott“ als touristisches Ziel, darüber hätte die Republik vor 20 Jahren Witze gemacht – heute ist es Realität.

Beteiligten und Experten ist die IBA in bester Erinnerung; Städteplanern und Politikern allenthalben gilt sie noch immer als inspirierendes Referenzprojekt. Bei vielen Menschen im Ruhrgebiet selbst mag das Kürzel an Bekanntheit eingebüßt haben. Viele liebgewonnene Objekte neuen Ruhr-Stolzes werden nicht mehr mit der IBA in Verbindung gebracht – zumal dann, wenn sie erst nach der IBA fertig gestellt wurden wie das erfolgreiche Archäologie-Museum in Herne, das eher schon einer jüngeren Ära anzugehören scheint, wie das im Sommer 2009 fertig gestellte Emil Schumacher Museum in Hagen.

Die RuhrTriennale

Dass ein zentraler Programmpunkt der IBA lebendig und präsent geblieben ist, nämlich die Nutzung der herbschönen Industriedenkmäler als Orte der Kunst, ist nicht zuletzt einem IBA-Nachfolgeprojekt zu danken, das „Wandel durch Kultur“ und „Kultur durch Wandel“ gleichsam in Reinform betreibt: Die RuhrTriennale. Auch diese Idee stieß zu Beginn auf Skepsis: Ein Festival in dreijährigen Zyklen, das unter wechselnder Intendanz Oper, Schauspiel, Tanz und Konzert höchster Qualität in einige der spektakulärsten Industriedenkmale bringt, größtenteils neue Werke oder doch neue Inszenierungen, die nicht in direkte Konkurrenz zu den städtischen Theatern und Opernhäusern treten. „Bespielt“ werden in erster Linie die Jahrhunderthalle Bochum, der Landschaftspark Nord, die Zeche Zollverein und die Maschinenhalle Zweckel in Gladbeck; es kommen aber immer wieder neue Spielorte hinzu. Zwei umjubelte Triennale-Zyklen haben jeden Zweifel an dem Konzept beseitigt. Das neue Festival hat schnell internationales Renommee erreicht, hält das Ruhrgebiet als Ort der Kultur ebenso wie seine einzigartigen industriellen Spielstätten im Gespräch.

Von ähnlicher Bedeutung ist das vom Initiativkreis Ruhr veranstaltete Klavierfestival Ruhr. Seit mehr als 20 Jahren übernimmt der Initiativkreis nun mit diesem und anderen Projekten Verantwortung für eine erfolgreiche Zukunft im Ruhrgebiet. Das jährliche Treffen der internationalen Pianisten-Elite könnte ohne diesen einzigartigen Zusammenschluss von inzwischen 68 führenden Wirtschaftsunternehmen als Impulsgeber für die Region gar nicht existieren. Und viele der Konzerte finden nicht nur in klassischen Sälen statt, sondern eben auch in den neuen Spielstätten, die vor wenigen Jahren noch Produktionsstätten waren.

Die seit vier Jahren im Amt befindliche neue Landesregierung sieht in Kunst und Kultur eine der entscheidenden Voraussetzungen dafür, dass – speziell im Ruhrgebiet, aber auch im ganzen Land – die notwendige Kreativität erwächst, um „zu neuen Ufern“ aufzubrechen. Daher investiert sie u.a. in die kulturelle Bildung ihrer Kinder und Jugendlichen. Diese besteht u.a. aus Nachwuchsför-

derung und aus Initiativen zur Integration der Bevölkerungsgruppen ausländischer Herkunft, die einerseits Plattformen für ihre eigene, mitgebrachte Kultur erhalten sollen und andererseits an das „klassische“ Kulturangebot ihrer längst nicht mehr so neuen Heimat herangeführt werden sollen. Mit „JEKI“ hat die Landesregierung mit Unterstützung der Kulturstiftung des Bundes vorbildhaft ein Modell entwickelt, das als milieuübergreifendes, kulturelles Bildungsangebot für Kinder auch anderswo Schule machen dürfte: Die Initiative „Jedem Kind ein Instrument“ soll jedem Grundschulkind die Möglichkeit eröffnen, Musikinstrumente kennenzulernen und dann ein selbst gewähltes Instrument auch spielen zu lernen. Und wer selbst Musik macht, wird gewiss gern auch in Konzerten zuhören, wie andere Musik machen.

Folgenreiche Bewerbungen

Die früher ruhrtypischen Tendenz, Minderwertigkeitsgefühle durch Großspurigkeit zu kompensieren, rechneten manche Beobachter auch die Neigung der Region zu, sich wie wahllos als Austragungsort für alle möglichen Großveranstaltungen ins Gespräch zu bringen, bis hin zur gescheiterten Olympiabewerbung. Doch geben erfolgreiche Bewerbungen zum Beispiel als Spielstätten bei Weltmeisterschaften oder jüngst im harten Wettkampf gegen namhafte Städte bei der Wahl als Standort für das nationale Fußballmuseum den Handelnden Recht, wie auch die vorliegende Studie zeigt: Die meisten der untersuchten Regionen bewarben sich um Großereignisse, und selbst gescheiterte Bewerbungen hatten positive Effekte – wie etwa Lilles olympischer Versuch, ohne den nach lokaler Einschätzung die nachfolgende Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt 2004 gescheitert wäre. Auch Newcastles gescheiterter Anlauf zur Kulturhauptstadt war am Ende nicht vergeblich.

Die Kulturhauptstadt 2010

Nun hat sich Essen für das Ruhrgebiet, wie zuvor Glasgow und Lille, erfolgreich als Kulturhauptstadt beworben. Die Erfahrungen dieser beiden Städte sprechen sehr dafür, dass dieser weithin unerwartete Erfolg sich auszahlen wird. Der Imagegewinn nach außen war schon kurze Zeit nach der Entscheidung und der entsprechenden Publizität spürbar. Unterdessen haben die Akteure an Ruhr und Emscher, mit kräftiger Unterstützung des Landes, ein erstes Programm für das Kulturhauptstadtjahr 2010 zusammen- und vorgestellt: Festivals, neue, spektakuläre Museumsbauten, städtebauliche und landschaftsplanerische Projekte, Bildende Kunst, Musik, Installationen, Ausstellungen. Ein Schwerpunkt des Programms ist der Emscherregion gewidmet, und an manchen Punkten knüpft das Programm für 2010 klar an Projekte der IBA. Und das zeugt beileibe nicht von Einfallslosigkeit. Im Gegenteil: Wenn die Kulturhauptstadt inhaltlich und in ihrer Arbeitsweise an die IBA anknüpft, so kann das nur von Vorteil sein. Und Nachhaltigkeit, Verstetigung ist schließlich ein Kriterium, das beiden Initiativen gemeinsam ist. Auch die Kulturhauptstadt wird nicht Feuerwerk für ein Jahr sein, sondern Fertiges und Angesehenes hinterlassen, an das wiederum angeknüpft werden kann. Die Erfahrungen in Glasgow und Lille lassen kaum einen Zweifel: Das Kulturhauptstadtjahr kann dem Ruhrgebiet wiederum einen großen Schub verleihen, in der Außenwirkung und für das Selbstbewusstsein. Sogar das jüngste Motto von „Ruhr.2010“ findet sich in sehr ähnlichen Worten in den zitierten Interviews der sieben Regionen: „Wo das geht, geht alles“.

3. Methodik und Systematik

Recherche und Analyse

Die vorliegende Untersuchung von Beispielen der Gegenwart, bei denen Großinvestitionen der öffentlichen Hand in den Kulturbereich mit der Zielstellung eines Strukturwandels verbunden waren, wurde im Jahr 2007 durchgeführt. Zunächst wurden durch zwei unabhängige Research-Unternehmen im Rahmen der Fragestellung **52 weltweite Beispiele** identifiziert und in Form von Datenblättern kumuliert. Die dabei ermittelten Quellen umfassten rund 8000 Seiten projektspezifische und übergreifende Studien, Presse, sowie für den Druck aufbereitetes Online-Material. Im Zuge einer ersten Untersuchung wurden die Beispiele auf der Grundlage der ermittelten Daten analysiert und spezifische Merkmale hervorgehoben. Aufbauend auf den Ergebnissen wurde jedes Projekt nach verschiedenen Kriterien, wie zum Beispiel Nachhaltigkeit, soziale Wirkung, Fokus auf der Integration der Bevölkerung, Vergleichbarkeit mit NRW etc. diskutiert und einer **qualitativen Bewertung** unterzogen. Zusätzlich wurde die Datenlage (Quantität und Qualität von Projektdokumentationen, Presseberichte, Fachpublikationen, Onlinematerial und Studien) geprüft.

Die Vielzahl und Vielschichtigkeit der identifizierten Beispiele erforderte eine weitere schrittweise Eingrenzung der für die Fragestellung relevanten Beispiele. Dafür wurden zunächst die wichtigsten Studien auf Mehrfachnennungen von Beispielen hin untersucht, um eine breite Bedeutungszuschreibung durch die Forschung sicherzustellen. Den Forschungsergebnissen zufolge ließ sich nahezu keines der Beispiele als ausschließliches Kulturprojekt identifizieren. Immer waren in unterschiedlich hohem Maße stadtplanerische, infrastrukturelle oder Marketing-Maßnahmen vordergründig oder begleitend. Im weiteren Filterungsprozess spielte daher das Abwägen dieser unterschiedlichen Parameter eine besondere Rolle.

In einer ersten Verdichtung konnten bei den zunächst identifizierten 52 Beispielen folgende **wiederkehrende Merkmale** identifiziert werden:

- Ausgangslage
 - ⇒ Akuter Handlungsbedarf, Krise als Ausgangspunkt
 - ⇒ Strategischer Weitblick, zukünftigen Krisen vorbeugen
- Maßnahmen und Strategien:
 - ⇒ Pflege und Förderung: Eigeninitiative zulassen, Vorhandenes unterstützen
 - ⇒ Vortrieb schaffen durch temporäre Titel/Events (z.B. Kulturhauptstadt, Olympia, Expo)
 - ⇒ Verstärkung und Beschleunigung: Kulturförderung als Leitmotiv eines strategischen und integrierten Wandlungsprozesses
 - ⇒ Anstoß und Intervention: Kulturinvestition als Initialzündung für einen Wandlungsprozess

- Impact, Effekte und Nachhaltigkeit:
 - ⇒ Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt: Neu-Erfindung der Stadt als Grundlage für die Entwicklung von Stolz und Identifikation
 - ⇒ Zuversicht, Einmischung, Mitgestaltung durch Zukunftsgewandtheit der Bürger
 - ⇒ Wachstum eines positiven Stadtklimas
 - ⇒ Wachstum eines positiven Images der Stadt/Region
 - ⇒ Entwicklung einer außenwirksamen Anziehungskraft
 - ⇒ Entwicklung einer innenwirksamen Bindungskraft

Die Auswertung und Strukturierung der Ergebnisse der ersten Recherche ergab eine **besondere Relevanz von sieben Städten/Regionen**, die im folgenden zweiten Schritt genauer untersucht werden sollten.

Die sieben für die detaillierte Untersuchung bedeutsamen Beispiele sind:

- Bilbao
- Glasgow
- Newcastle und Gateshead
- Lille
- Nantes
- Pittsburgh
- Seattle

Zunächst wurden allgemeine und themenspezifische Informationen über die zu untersuchenden Beispiele detailliert gesichtet und ausgewertet und anschließend durch relevante Studien und Fachpublikationen thematisch fokussiert. Eine erste **Analyse des Datenmaterials** ergab zunächst ein in zentralen Punkten widersprüchliches und unscharfes Bild, da Informationen und Daten in den zugänglichen Materialien weitgehend durch die jeweiligen Blickwinkel der Verfasser bestimmt wurden. Um Informationsverluste und -verzerrungen durch interessegeleitete Darstellungen auszuschließen, wurde das vorliegende Material im weiteren Vorgehen durch Informationen aus erster Hand vervollständigt und konkretisiert:

Vor-Ort-Recherche

Im Zuge von mehrtägigen Besuchen der sieben im Blickpunkt der vertiefenden Untersuchung stehenden Städte konnten ungefilterte Eindrücke gesammelt und durch zahlreiche **Gespräche in verschiedenen Institutionen und Organisationen** vor Ort verifiziert, vertieft und ergänzt werden. Darüber hinaus wurden auch Meinungen von Bewohnern und von Personen an diskursrelevanten Schnittstellen eingeholt (Gespräche mit Stadtführern, Besuchern etc., aber auch informelle Gespräche mit z.B. Taxifahrern) und weiteres Informationsmaterial ausgewertet.

Expertenbefragung

Durch Recherche und Befragungen wurden 220 Personen identifiziert, die im Zuge der städtischen und regionalen Entwicklungsprozesse der Beispiele eine tragende Funktion eingenommen haben. Zusätzlich wurden auf internationaler Ebene 20 weitere Experten identifiziert, die übergeordnet tätig waren und das Gesamtbild durch vergleichende Einschätzungen ergänzen konnten.

Um die verschiedenen Sichtweisen umfassend berücksichtigen zu können, wurden die identifizierten Experten so gewählt, dass sie ein breites Kompetenzspektrum abbilden. Von den kontaktierten **Experten und Schlüsselpersonen** arbeiteten bzw. arbeiten:

- 35% in öffentlich-strategischen Zusammenhängen (wie z.B. Bürgermeister, Kulturbeigeordnete, Stadtplaner),
- 30% in theoretischen, reflektierenden oder beratenden Berufsfeldern (wie z.B. Institutsleiter und Wissenschaftler, Journalisten, unabhängige Berater für kultur- und stadtentwicklungsspezifische Prozesse),
- 15% in Wirtschaftszusammenhängen (wie z.B. Unternehmensleiter, Vorsitzende von Wirtschaftsinteressenverbänden, Verantwortliche für Wirtschaftsförderung, Tourismus oder Stadtmarketing) sowie
- 20% verantwortlich in sonstigen Institutionen, Organisationen und Projekten (z.B. Intendanten, Direktoren, Projektleiter, Leiter von Initiativen)

Dieser weite Kreis der identifizierten Experten wurde durch Befragungen und Mehrfachnennungen am Ende auf 82 relevante Schlüsselpersonen in den Städten und Regionen sowie auf internationaler Ebene verdichtet, die anschließend in zum Teil mehrstündigen Gesprächen intensiv befragt wurden.

Die **Experteninterviews** verdeutlichten, dass die zugänglichen Informationen zu den Beispielen oftmals ein stark verzerrtes Bild der kommunizierten und assoziierten Realität wiedergeben. Ein wesentliches Ergebnis der Befragungen ist deshalb, dass kaum etwas so ist, wie es scheint. Viele der **Beispiele geben von innen betrachtet ein völlig anderes Bild**, als es nach außen durch Marketing, Presseberichte und Studien transportiert wird.

Im folgenden Kapitel sollen die sieben Städte vor dem thematischen Hintergrund der vorliegenden Untersuchung zunächst im Überblick vorgestellt werden. Im Anschluss folgen Kurzportraits der Städte, die die jeweiligen Ausgangslagen, Maßnahmen, Effekte, Ausblicke sowie ausgewählte Projektbeispiele skizzieren.

4. Fallbeispiele

Zusammenfassung paradigmatischer Merkmale der untersuchten Beispiele:

Bilbao

- **Ausgangslage (Ende der 1980er-Jahre)**
 - ökonomische Krise durch Deindustrialisierung¹
 - hohe Arbeitslosigkeit
 - schlechte Lebensqualität
 - hohe Finanzkraft der Region
- **Maßnahmen**
 - Neustrukturierung der Stadt
 - Förderung von Public-Private-Partnerships
 - Marketing
 - Ausbau der Infrastruktur
 - Bau von „Leuchttürmen“ (Guggenheim Museum)
 - Säuberung des Flusses Nervión
- **Effekte**
 - erfolgreiche Vermarktung der urbanen Wiederauferstehung („Bilbao-Effekt“)
 - positives Image
 - steigende Touristenzahlen
 - Sinken der Arbeitslosigkeit
- **Nebeneffekte und Ineffekte**
 - hohe Immobilienpreise
 - steigende Armut
 - Zwei-Klassen-Gesellschaft
- **Paradigmatische Merkmale**
 - Top-Down-Strategie, die wirtschaftliche Effekte erzielt, aber einen Großteil der Bevölkerung nicht mitnimmt

1 Deindustrialisierung wird in dem vorliegenden Text verstanden als der strukturbedingte Niedergang der klassischen regionalen Industriezweige.

Glasgow

• Ausgangslage (ab den 1960er-Jahren)

- ökonomische Krise durch Deindustrialisierung
- hohe Arbeitslosigkeit
- Abwanderung
- schlechtes Image
- Kriminalität
- Konkurrenzsituation zu Edinburgh

• Maßnahmen

- Imagekampagne
- Restaurierung des Stadtbildes
- kulturelle Events
- Bewerbung und Ernennung zur „Kulturstadt Europas“ 1990
- Erhöhung der Lebensqualität durch Errichtung von Kulturinstitutionen und Freizeitanlagen
- Einbeziehung der Bevölkerung durch soziale Initiativen und Weitung des Kulturbegriffes
- Bau von Technologie- und Medienzentren, Förderung des Kreativstandortes
- Einbindung des Flusses Clyde in das „emotionale“ Stadtbild

• Effekte

- positiver Stimmungs- und Imagewechsel
- Touristen
- Sinken der Arbeitslosigkeit
- Abwanderung gestoppt

• Nebeneffekte und Ineffekte

- weiter steigende Kriminalität

• Paradigmatische Merkmale

- Mischung aus Top-Down- und Bottom-Up-Strategie
- Wandel des Images durch Sichtbarmachung vorhandener Qualitäten
- Konzentration auf den Ausbau des Kultur- und Wissensstandortes
- Orientierung an den Bedürfnissen der Bevölkerung
- Universitätsstandort mit etwa 50.000 Studenten

Newcastle und Gateshead

• Ausgangslage (ab den 1980er-Jahren)

- ökonomische Krise durch Deindustrialisierung
- hohe Arbeitslosigkeit
- Abwanderung
- schlechtes Image
- sehr schwache regionale Wirtschaft
- finanzielle Mittel für Kultur durch staatliche Lotterie

• Maßnahmen

- Zusammenwirken der benachbarten Städte, Entwicklung eines gemeinsamen Leitbildes
- Förderung von Public-Private-Partnerships
- langfristige Investitionsplanung
- Schaffung von innen- und außenwirksamen Events und Ereignissen
- Marketing nach innen und außen
- Auf- und Ausbau von Kultur- und Bildungseinrichtungen
- Säuberung des Flusses Tyne und Rekultivierung der Uferpromenaden

• Effekte

- positiver Stimmungs- und Imagewechsel
- Abwanderung wurde gestoppt
- schnell wachsender Kunst- und Kreativsektor
- steigende Touristenzahlen

• Nebeneffekte und Ineffekte

- Wirtschaftskraft nach wie vor schwach
- hohe Arbeitslosigkeit
- nach wie vor unterdurchschnittlicher Bildungsstand

• Paradigmatische Merkmale

- Bottom-Up-Strategie durch Stimmungswechsel
- positive Effekte durch Konsens und Konkurrenz der benachbarten Städte
- langfristige Strategie
- Phase der Regeneration vor Einleitung des Wiederaufbaus

Lille

• Ausgangslage (seit Ende der 1970er-Jahre)

- ökonomische Krise durch Deindustrialisierung
- sehr hohe Arbeitslosigkeit
- schlechtes Image

• Maßnahmen

- Ausbau der Infrastruktur
- Bewerbung und Ernennung zur „Europäischen Kulturhauptstadt“ 2004
- Events
- starkes Einbeziehen der Bevölkerung
- Wiederbelebung von Traditionen der Region
- Öffentlichkeitsarbeit
- Kooperation mit Wirtschaft

• Effekte

- Positiver Image- und Stimmungswechsel
- Impulswirkung für die Region
- sinkende Arbeitslosenzahlen
- steigende Touristenzahlen
- Synergieeffekte zwischen Kultur und Wirtschaft
- erhöhtes Kulturengagement (öffentlich und privat) und Wunsch nach dessen Verstetigung
- starkes Kultursponsoring

• Nebeneffekte und Ineffekte

- drohende Stagnation nach Ende des Kulturhauptstadtjahres

• Paradigmatische Merkmale

- Top-Down-Strategie unter Einbindung vorhandener Strukturen und der Bevölkerung
- Aufbau auf vorhandene Ressourcen (geografische Lage, Stadtbild, Mentalität)
- Unterstützung des infrastrukturellen Wandels durch Kulturstrategie
- schnelle Effekte durch stark medialisierte Events
- Frage der Nachhaltigkeit

Nantes

• Ausgangslage (ab Mitte der 1980er-Jahre)

- Identitätskrise der Stadt durch Schließung der Werften
- schlechtes Image
- Isolation der Stadt nach außen
- hohe Arbeitslosigkeit

• Maßnahmen

- Setzung von Kultur als „Herz“ des Wandels
- Ausbau der Infrastruktur
- Öffnung der Stadt durch internationale kulturelle Events
- Förderung von Public-Private-Partnerships
- Aufbau eines „kulturellen Ökosystems“
- Entwicklung von weichen Faktoren statt Leuchtturm-Architektur
- Steigerung der Lebensqualität
- Beginn der Wiedereinbindung des Flusses Loire in das Stadtbild
- Visions- und Konsensbildung
- Vermittlungsarbeit, Mitnehmen und Aktivieren der Bevölkerung

• Effekte

- positiver Wandel des Selbstbildes und des Images
- Beginn der wirtschaftlichen Konsolidierung
- steigende Touristenzahlen
- Erhöhung der Attraktivität und Lebensqualität, Zuwanderung junger Familien
- Stolz der Bürger auf ihre Stadt

• Nebeneffekte und Ineffekte

- kaum internationale Wahrnehmung
- kulturelle Lebendigkeit, aber kaum „Upperclass“-Kultur mit Strahlkraft
- Diskussion um Verhältnis von Vermittelbarkeit und Qualität der Kunst- und Kulturproduktion

• Paradigmatische Merkmale

- langfristig angelegte Bottom-Up-Strategie
- starke Antreiber aus Politik und Kultur
- hohe Berücksichtigung von emotionalen Faktoren der Stadt und ihrer Bürger

Pittsburgh

• Ausgangslage (seit den 1980er-Jahren)

- ökonomische Krise durch Deindustrialisierung
- schlechtes Image
- starke Verschmutzung
- niedrige Lebensqualität
- Abwanderung von Unternehmen
- Verslumung des Innenstadtbereiches
- Abwanderung in die Region

• Maßnahmen

- Formierung privater Initiativen
- Bildung von finanzkräftigen Public-Private-Partnerships zur Wiederbelebung der Stadt
- Säuberung des Flusses Ohio River, Renaturierung der Industrieareale
- Errichtung eines „Cultural Districts“ im Innenstadtbereich
- Sanierung und Neubau kultureller Einrichtungen

• Effekte

- positiver Imagewandel
- Erhöhung der Lebensqualität
- Entwicklung als Unternehmens- und Innovationsstandort
- Rückgang der Arbeitslosigkeit

• Nebeneffekte und Ineffekte

- hohe Immobilienpreise
- anhaltende Abwanderung
- nur punktuelle und temporäre Impulse für Innenstadtbelebung
- „kritische Masse“ nicht erreicht, Eigendynamik fehlt
- mangelnde „Szenebildung“

• Paradigmatische Merkmale

- Mäzene als Treiber des Wandels
- viele finanzstarke Einzelmaßnahmen im Bereich der Kultur, jedoch mangelnde Synergieeffekte
- „Inselbildung“ der kulturellen Einrichtungen

Seattle

• Ausgangslage (seit den 1960er-Jahren)

- schnell gewachsene Stadt mit vielen Verbauungen
- Anspruch, alle Angebote einer Großstadt anbieten zu können, und diese besser und größer zu machen, als andere Städte
- Fokus auf Wissenschaft und Innovation, IT-Standort
- hoher Bildungsstand
- geografisch bedingter Mangel an urbanem Raum

• Maßnahmen

- Säuberung des Lake Washington
- Weltausstellung mit Leitbild von einer „Stadt der Zukunft“
- Bildung privater Initiativen zur Stadtentwicklung
- Neubau von großen kulturellen Institutionen („Museumskultur“)
- Stärken vorhandenen Potenzials durch Ausbau der öffentlichen Bibliotheken und Setzen einer architektonischen „Landmarke“
- Erhöhung der Lebensqualität durch Errichtung von Parks und Freizeiteinrichtungen
- Ausbau der Universitäten
- Einbeziehung der Bevölkerung durch Diskussion über Weiterentwicklung

• Effekte

- hohe Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt
- hohe Lebensqualität
- positives Image als Innovations- und Kreativstandort

• Nebeneffekte und Ineffekte

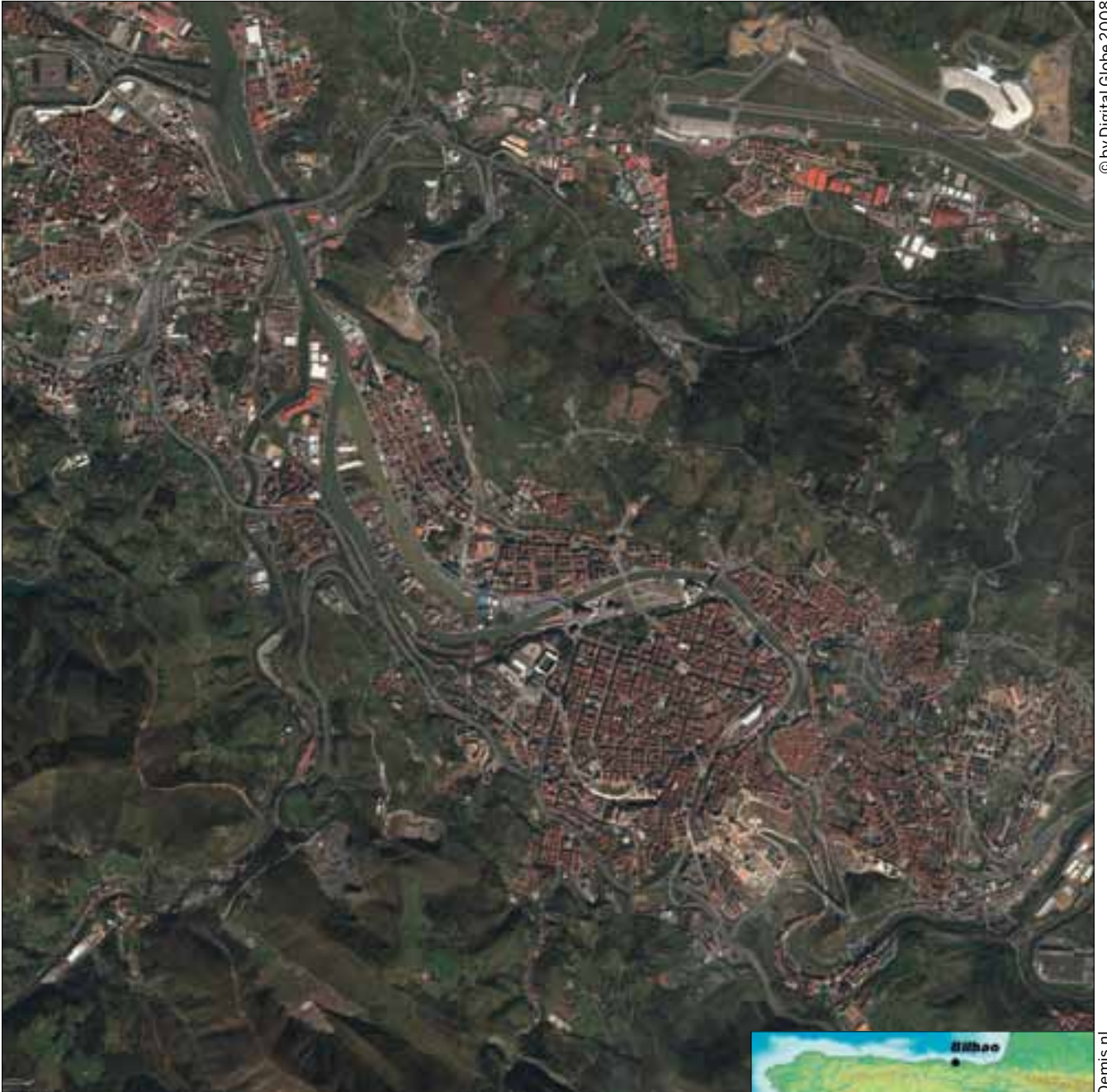
- Mangel an kleinen und mittelgroßen Einrichtungen
- Gefahr einer „High-End“-Monokultur
- hohe Immobilienpreise
- steigende Unterhalts- und Programmkosten für die zahlreichen Kulturbauten

• Paradigmatische Merkmale

- Top-Down-Strategie mit hoher Bürgerbeteiligung
- Problem der Ausgewogenheit, Suche nach Balance zwischen initiiertem und eigendynamischer Stadtentwicklung

Kurzportraits der Fallbeispiele

Schlaglicht Bilbao



© by Digital Globe 2008

© by Demis.nl

Bilbao: Eckdaten und Indikatoren

Einwohner² **1950: 216.000**
 1970: 410.000
 2005: 350.000

Arbeitslosenquote³ **1985: 25%**
 2005: 10,4%

Im Schnitt monatlich 82.372 Besucher des Guggenheim Museums (1997–2006), davon 80% nicht aus der Region⁴

Bilbao: Ausgangslage

„Erst durch diese tiefe Krise war der Wandel möglich.“

Idoia Postigo,
 Pressesprecherin
 Bilbao Metropoli 30

© by Rhys Wynne



Abb 1: Stadtansicht Bilbao mit Fluss Nervión

In den 1970er-Jahren gehörte Bilbao neben Madrid und Barcelona zu den drei reichsten Städten Spaniens. Mit einer auf Stahlgewinnung und -verarbeitung spezialisierten Wirtschaft und einer sehr geringen Arbeitslosenquote erzeugte die Region Bilbao eine hohe Anziehungskraft für Arbeitnehmer aus ärmeren Regionen Spaniens. Dies führte nahezu zu einer Verdoppelung der Bevölkerungszahl im Zeitraum von 1950 bis 1970.⁵

Anfang der 1980er-Jahre geriet Bilbao in eine schwere ökonomische Krise. Die gesamte Monokultur der Montanindustrie brach innerhalb

weniger Jahre durch den globalen Wettbewerb zusammen, so dass die Region um 1985 eine Arbeitslosenquote von 25% aufwies.

„Die Kernfrage lautete, wie Bilbao wieder auf die ökonomische Landkarte gebracht werden kann, um so Talente und Investitionen in die Stadt zu bringen.“

Jon Azua,
 ehem. Vizepremierminister des
 Baskenlandes

Durch den Wegfall des „Lebenspfählers Arbeit“ wurden viele negative Eigenschaften der Stadt erst offensichtlich. Dazu zählten die starke Verschmutzung des Flusses Nervión, eine extreme Luftverschmutzung, eine unzulängliche Stadtplanung sowie der Mangel an einem attraktiven kulturellen Angebot.

Eine Voraussetzung für den Beginn des Wandels in Bilbao war das besondere Steuerrecht der autonomen Region des Baskenlandes. Aufgrund spezieller Regeln für das „spanische“ Gebiet des Baskenlandes verbleiben 80% der Steuereinnahmen in der Region, so dass enorme finanzielle Mittel zur Verfügung standen.⁶

2 Plöger, Jörg: Bilbao City Report. Center for Analysis Social Exclusion. CASEReport 43, London 2007.

3 Ebenda.

4 Plaza, Beatriz: „The Bilbao Effect.“ Museums News Sept/Oct, Bilbao 2007.

5 Vgl. Plöger, Jörg: Bilbao City Report. Center for Analysis Social Exclusion. CASEReport 43, London 2007.

6 Interview mit Beatriz Plaza, 18.09.2007.

Bilbao: Maßnahmen

Ein erster Schritt der Neuausrichtung war die Verlagerung des Hafens und die Reinigung des Nervión. War der Hafen bisher im Zentrum der Stadt angesiedelt, wurde er jetzt an die Mündung des Nervión verlegt.

Eine weitere wichtige Maßnahme der Umstrukturierung war die Gründung zweier **Institutionen**: „Bilbao Metropoli-30“, deren Aufgabe die Förderung von „Public-Privat-Partnerships“ sowie das Vermarkten der Stadt bzw. die Verbreitung des neuen Images ist, und „RIA 2000“, welche zur Wiederbelebung der ehemaligen Industriestandorte im Innenstadtbereich gegründet wurde.

Mit dem Ausbau und der Umstrukturierung der **Verkehrsinfrastruktur** wurde zu Beginn der 1990er-Jahre begonnen. Neben Abriss und Verlegung der Bahnlinien, die zuvor trennende Schneisen durch die Stadt zogen, sind hier vor allem der Neubau des Flughafens, der Bau zweier Autobahnringe um die Stadt, die Straßenbahn und die von Sir Norman Foster gestaltete U-Bahn zu nennen.



cc BY Magnus Manske

Abb 2: Das Bilbao Guggenheim Museum am Nervión

Ein weiteres Ziel war es, sich durch Leuchtturmprojekte auf die Landkarte der „global cities“ zu bringen, um sich im Standortwettbewerb zu positionieren. Dieses „**Place-Marketing**“ durch Vorzeigeobjekte beinhaltete auch den Bau verschiedener kultureller Einrichtungen, u.a. den Bau des Guggenheim Museums.

Bilbao: Effekte

Der viel zitierte „**Bilbao-Effekt**“ steht für den Imagewandel und die Aufwertung einer Region durch Bauten von Stararchitekten. Galt die Stadt Bilbao bis dahin als triste Industriestadt, so ist sie heute eine kulturelle Metropole Europas sowie eines der bekanntesten Beispiele für den erfolgreichen Strukturwandel einer Stadt. Die Stadtregierung hat es geschafft, diesen Wandel durch und über die Kultur zu kommunizieren. Das Guggenheim Museum ist das **Symbol** dieses äußerlichen Erfolges.

Durch den Museumsbau und das gezielte Marketing wurde unter anderem die Attraktivität der Stadt erheblich gesteigert. Die Zahl der Besucher Bilbaos vervielfachte sich von 24.302 Touristen im Jahre 1994 auf 605.612 im Jahre 2006.⁷

„Ziel war die Regeneration der Wirtschaft. Dies ist jedoch, bis auf die Tourismusbranche, nicht geschehen, denn noch immer sind die meisten Arbeitsplätze der Stadt für schwach qualifizierte Arbeiter. Eine Attraktivität für Unternehmen und Arbeitnehmer der stark wissensbasierten Ökonomie wurde nicht geschaffen.“

Lorenzo Vicario,
Departamento de Sociología,
Facultad de Ciencias Economicas, Universidad
del Pais Vasco, Bilbao

„Sie müssen daran denken, dass jede Stadt unterschiedlich ist. Mehr noch: Obwohl Kultur an sich ja eine positive Sache ist, müssen Sie die Frage stellen, ob Kultur zwangsläufig der richtige Schlüssel ist, um die Strategie der Stadt voran zu treiben.“

Jon Azua,
ehem. Vizepremierminister des Baskenlandes

„.... der ganze Kultur-Diskurs kam erst mit dem Erfolg des Guggenheim.“

Prof. Dr. Marisol Esteban Galarza,
Professor of Applied Economics,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

© by Mugatik



Abb 3: Das Viertel Casco Viejo am Rand der Innenstadt von Bilbao

„So wurden die Wohnviertel der Innenstadt immer exklusiver und zwar auf Kosten der weniger begünstigten Bezirke, vor allem der ärmeren, sozial benachteiligten oder verlassenen Viertel am Stadtrand, die zwar ebenfalls auf Investitionen angewiesen waren, aber weit weniger Möglichkeiten zu bieten hatten.“

Lorenzo Vicario,
Departamento de Sociología,
Facultad de Ciencias Economicas,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

Der wohl wichtigste Erfolg der Neuausrichtung Bilbaos ist die Reduzierung der Arbeitslosenquote von 25% Mitte der 1980er-Jahre auf etwa 7% im Jahre 2006, was ebenfalls auf den „Bilbao-Effekt“ zurückgeführt wird.⁸

Auch wenn diese Zahlen zunächst vorbehaltlos positiv erscheinen, werden sie von anderen Indikatoren relativiert. Seit dem Jahr 2000 ist die Zahl der in Armut lebenden Haushalte um 33% und seit 2002 die Zahl der Sozialhilfe beziehenden Haushalte um 38% gestiegen. Die Immobilienpreise im Innenstadtbereich steigerten sich etwa im gleichen Zeitraum um 150%.⁹

© by J. Tomm



Abb 4: Die Plaza de Don Frederico Moyúa im Zentrum von Bilbao

8 Interview mit Beatriz Plaza, 18.09.2007.

9 Vicario, Lorenzo. und Monje, Pedro: „Der Guggenheim-Effekt“, Bilbao 2005.

Bilbao: Ausblick

Die neue **Strategie** besteht darin, zukünftig verstärkt auf „Werte“ zu setzen.¹⁰ So sollen die Begriffe „Innovation“, „Professionalität“, „Identität“, „Offenheit“ und „Gemeinschaft“ die kommende Ausrichtung Bilbaos bestimmen. Darüber hinaus sind drei weitere **Großprojekte** in Planung.

Das erste geplante Großprojekt in diesem Zusammenhang betrifft die Fertigstellung des ehemaligen Hafengeländes Abandoibarra.

Hier sollte neben den fast fertigen Parkanlagen ein weiteres Geschäftsviertel entstehen. Neben 80.000 m² Bürofläche waren an dieser Stelle noch 31.000 m² Fläche für Einkaufsmöglichkeiten, ein Hotel, ein Fachbereich der Universität sowie 600 luxuriöse Apartments geplant. Doch aus mangelndem Interesse von Investoren wurde der ursprüngliche Plan zur Umgestaltung des Abandoibarra aufgegeben. Aus dem geplanten Wirtschaftszentrum soll nun ein exklusiver Wohndistrikt werden.¹¹

Das Galindo Barakaldo Project soll 400.000 m² der Uferlandschaft im Vorort Barakaldo entwickeln. Geplant ist die Einbindung des Flusses ins Stadtbild von Barakaldo sowie der Bau von Mietwohnungen, Freizeitmöglichkeiten und Büroflächen.



Abb 5: Die ehemalige Industriehalbinsel Zorrozaurre, ca. 3 km außerhalb vom Zentrum Bilbaos

Ein weiteres Großprojekt ist die Bebauung der Halbinsel Zorrozaurre, die etwa fünf km vom Stadtzentrum entfernt liegt. Anstelle der ehemaligen Lagerhallen sollen dort zukünftig verschiedene Firmen, ein Krankenhaus und ein weiterer Technologiepark angesiedelt werden, sowie mehr als 5.000 Wohnungen in Kombination mit Freizeit- und Vergnügungsmöglichkeiten errichtet werden.

„Jede Stadt muss sich durch eine eigene kulturelle Identität und durch eigene kulturelle Inhalte auszeichnen.“

Elias Más Serra,
ehem. Stadtarchitekt von Bilbao



Abb 6: Masterplan von Zaha Hadid Architects zur Neugestaltung der Halbinsel Zorrozaurre

„Zurzeit stehen wir wieder vor einer Kreuzung. Wenn wir es nicht schaffen, unsere industrielle Basis zu modernisieren und neue Dienstleistungsangebote zu kreieren, werden wir im internationalen Wettbewerb verlieren.“

Prof. Dr. Marisol Esteban Galarza,
Professor of Applied Economics,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

¹⁰ Interview mit Idoia Postigo, 17.09.2007.

¹¹ Vgl. Vicario, Lorenzo. und Monje, Pedro: „Der Guggenheim-Effekt“, Bilbao 2005.

Bilbao: Projektbeispiele

„Der Erfolg des Guggenheim brachte die Legitimation für weitere Kulturprojekte.“

Lorenzo Vicario,
Departamento de Sociología,
Facultad de Ciencias Economicas,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

Bilbao Guggenheim Museum

Geplant war der Bau eines Museums für baskische Kultur. Nachdem jedoch die Städte Salzburg und Barcelona Angebote der Guggenheim Foundation für einen Museums-Neubau ausgeschlagen hatten, erreichte die baskische Regierung durch ihre Gesamtstrategie den Zuschlag für das Guggenheim Museum in Bilbao. Bereits im ersten Jahr 1998 zählte das Museum 1,3 Mio. Besucher.

Euskalduna Konzerthalle

Der Palacio Euskalduna ist ein Mehrzweckgebäude für Kongress- und Musikveranstaltungen. Das Gebäude wurde im Februar 1999 eingeweiht und zählt neben dem Guggenheim Museum zu einer der bedeutendsten Sehenswürdigkeiten der Stadt. Untergebracht ist u.a. ein Hauptsaal mit 2.200 Plätzen und einer Bühnenfläche von 1.700 m² sowie mehrere kleine Säle für Aufführungen und Konferenzen.

Messe- und Kongresszentrum Barakaldo

Das Bilbao Exhibition Centre befindet sich im Vorort Barakaldo und besteht aus sechs Messehallen. Eine der größten Messehallen ist die Pabellón Arena, wo auch zahlreiche Veranstaltungen und Konzerte stattfinden. Insgesamt belegt das Messegelände 150.000 m². Das Bauwerk verfügt über ein 18.000 m² großes Kongresszentrum, eine Einkaufsgalerie und ein Hotel, außerdem über verschiedene Büros, VIP-Räume, Versammlungs- und Kongresssäle, Pressesaal und Restaurants.

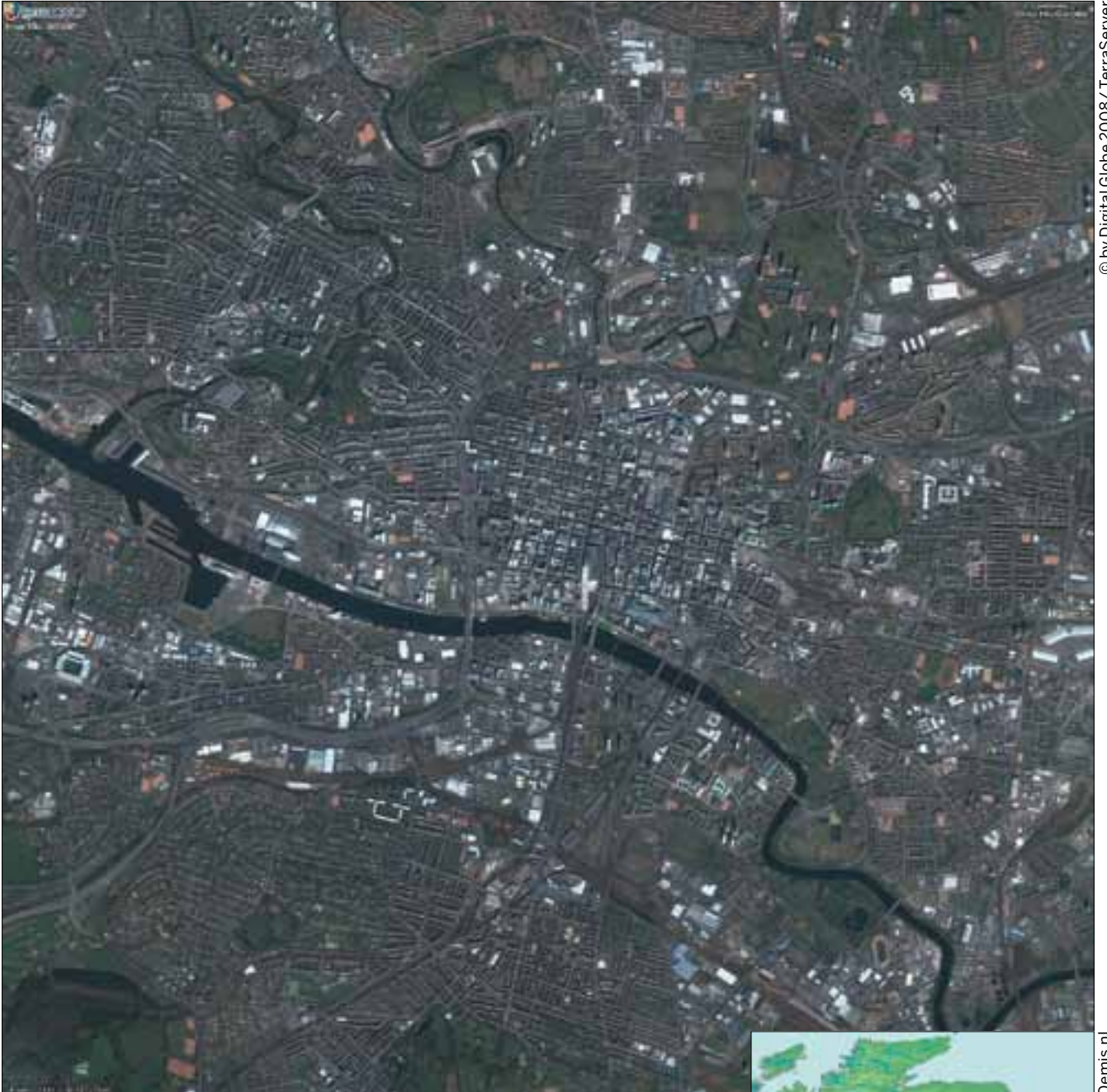
„Ein im Erfolgswahn entstandenes Projekt ist das neue Exhibition Center in Barakaldo. Obwohl das alte mitten in der Stadt schon nur zwei Wochen im Jahr ausgebucht war, wurde dort ein neues, etwa fünfmal größeres gebaut.“

Prof. Dr. Marisol Esteban Galarza,
Professor of Applied Economics,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

„Auch ein Gefühl für den Kulturtourismus musste sich zunächst entwickeln, gerade weil sich der Tourismus allgemein in Spanien in den letzten Jahren mehr und mehr von Sonne und Strand hin zur Kultur bewegt hat.“

Prof. Dr. Marisol Esteban Galarza,
Professor of Applied Economics,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

Schlaglicht Glasgow



© by Digital Globe 2008 / TerraServer

© by Demis.nl

Glasgow: Eckdaten und Indikatoren

Einwohner¹²	1951: 1.100.000 2006: 581.000
Arbeitslosenquote¹³	1996: 15,6% 2006: 8,8%
Besucher¹⁴	1990: 9 Mio. (während des Kulturstadt-Jahres),
Zunahme Besucher¹⁵	1991 bis 1998: 88%

Glasgow: Ausgangslage



Abb 7: Werftgelände am Fluss Clyde, Glasgow (1967)



Abb 8: Werftgelände am Fluss Clyde, Glasgow (2005)

„Als ich vor etwa 20 Jahren nach Glasgow gekommen bin, war die Stadt wirklich in einem unglücklichen Zustand.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Für uns ist Kultur sicher eines der wichtigen Werkzeuge für die Regeneration in der Stadt.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

Der Ballungsraum Glasgow war zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine der führenden Industrieregionen der Welt und Glasgow bezeichnete sich voller Stolz als „the second city of the empire“.

Früher als in anderen britischen Städten geriet die industrielle Entwicklung mit ihren Schwerpunkten im Schiff- und Schwermaschinenbau in die Krise. So gingen zwischen 1961 und 1989 über 175.000 industrielle Arbeitsplätze verloren. In der Folge nahm die Einwohnerzahl Glasgows dramatisch ab: von 1,1 Millionen im Jahr 1951 auf knapp 580.000 zu Beginn des 21. Jahrhunderts.¹⁶

Trotz Revitalisierungsmaßnahmen bereits in den 1970er-Jahren hatte Glasgow lange Zeit mit seinem schlechten Image zu kämpfen. So hatte der Ort die viert-höchste Pro-Kopf-Mordrate der Welt. Eine Langzeitstudie Anfang der 1980er-Jahre kam zu dem Ergebnis, dass die Stadt in den nationalen Medien stereotypisch als dreckig, verslump, gewalttätig und politisch radikal wahrgenommen wurde.¹⁷

12 Glasgow City Council: „glasgow factsheets 2007“.

13 Ebenda.

14 Glasgow City Council. Culture and Sport Glasgow.

15 García, Dr Beatriz: Towards Liverpool 2008. Lessons from Glasgow 1990.

16 Glasgow City Council: „glasgow factsheets 2007“.

17 Interview mit Gerry Hassan, 03.10.2007.

Um dieses Image zu ändern, startete das Glasgow City Council 1983 eine Kampagne, deren Slogan Glasgow's miles better gewollt doppeldeutig eine klare Absicht zeigte: Ein Zeichen zu setzen für einen Neubeginn, für einen Stimmungswandel in der Stadt und die Aufwertung des Images von Glasgow.



Abb 9: Kampagne Glasgow's miles better (1983)

© by Glasgow City Marketing Bureau



© by Douglas Weir

Abb 10: Letzte Zeugnisse der Kampagne Glasgow's miles better

Glasgow: Maßnahmen

Glasgow versuchte zunächst, sich durch **Events** auf die „kulturelle Landkarte“ zu bringen. Ein erstes große Event war das 1988 durchgeführte „National Garden Festival“, das rund 4,3 Mio. Besucher anzog. Der entscheidende Wandel in der Außenwahrnehmung war jedoch die Ernennung Glasgows zur „Kulturstadt Europas“¹⁸ 1990 mit mehr als 9 Mio. Besuchern.¹⁹

© by Culture and Sport Glasgow



Abb 11: Die Kelvingrove Art Gallery nach der Renovierung 2006

Eine Stärke Glasgows war dabei das **architektonische Erbe**. Die gesamte Innenstadt wurde einem „Face-lifting“ unterzogen: Eine umfassende Säuberung und ein „Ins-rechte-Licht-rücken“ brachte die schönste und am besten erhaltene viktorianische Architektur Großbritanniens wieder zum Vorschein.

© by Craig Young



Abb 12: Glasgow Science Centre, IMAX und Glasgow Tower am North Quay

Darüber hinaus wurde Mitte der 1990er-Jahre mit der „emotionalen“ Einbindung des Flusses Clyde in das Stadtbild und in die Wahrnehmung der Einwohner begonnen. Im ehemaligen Werftgelände entstanden ein Business Park, ein Medien Campus in Kooperation mit BBC Scotland, das Glasgow Science Center, der Glasgow Tower sowie Parks und Erholungsmöglichkeiten.

Die genannten Bauten und Projekte dienen in diesem Kontext auch als

Symbole für die wirtschaftliche Neuausrichtung Glasgows mit dem Fokus auf Technologie und Medien sowie der strategischen Entwicklung des Kultur- und Kreativwirtschaftssektors, aufbauend auf vorhandene Stärken Glasgows in den Bereichen Film, Musik und Bildende Künste.

„Man hat den Slogan Glasgow's miles better/ Glasgow smiles better erfunden, und es ist, als ob man das Gesicht der Stadt zum Lächeln bringt. Der Versuch war der, die Wahrnehmung zu verändern, dass es keine bedrohliche und gefährliche Stadt ist, die man da besucht.“

Prof. Philip Schlesinger,
Academic Director, Centre for
Cultural Policy Research,
University of Glasgow

„Man braucht Headline-Events, wenn man die als Teil einer Regenerations-Strategie benutzt, sind sie sehr wichtig. Du willst Leute in die Stadt locken, die sonst nicht kommen würden. Du willst, dass sie auch noch länger bleiben und ihr Geld hier ausgeben.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Glasgow wurde eine der Städte, über die man spricht, wenn man von kultureller Neuentwicklung spricht.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

„Ja, wir haben auf existierende Events, Gebäude und Organisationen aufgebaut. Wenig ist verloren gegangen, wäre wohl die Antwort.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

18 Bis 1999 verlieh der Rat der Europäischen Union den Titel „Kulturstadt Europas“, erst danach den Titel „Kulturhauptstadt Europas“ bzw. „Europäische Kulturhauptstadt“.

19 Burdack, Jürgen: „Glasgow – Von der altindustriellen Stadt zur postindustriellen Metropole“. In: Europa Regional, Bd.5(1), 1997.

„In der Phase der Regeneration ist das Schlimmste was passieren kann, dass du ein Programm machst und nach einem Jahr hört es auf.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Die erweiterte Verwendung des Begriffs Kultur auf andere Bereiche jenseits der Grenzen von Theater, Oper und Bildender Kunst hat die Politikdebatte in unserer Stadt über die Bedeutung der Kultur für die soziale und wirtschaftliche Entwicklung vertieft und bereichert.“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural Affairs
Glasgow, Intendant der
Kulturhauptstadt Glasgow 1990
und Brüssel 2000

„Ich denke, die Strategie war, ein kulturelles Programm quer über die Stadt zu entwickeln, das für alle Bevölkerungsgruppen erreichbar ist.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Der Wandel in der Wahrnehmung ist wahrscheinlich der wichtigste, innerlich und äußerlich.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

Über die physische Regeneration hinaus verlagerte das City Council den Schwerpunkt der Umstrukturierungen hin zu **Maßnahmen für die ganze Bevölkerung**. Ziel war es, möglichst alle Bewohner Glasgows von den Veranstaltungen und den Investitionen in den kulturellen Sektor profitieren zu lassen. Man wollte die Menschen in den Prozess einbinden und diesen auch von ihnen mitgestalten lassen.

Eine weitere Maßnahme war die **Weitung des Kulturbegriffs**. Unter anderem wurden Kneipenkultur oder Sport Inhalt des Kulturdiskurses, so dass sich mehr und mehr Menschen in Glasgow mit ihren individuellen Interessen als Teil der Kulturpolitik wiederfinden konnten.

Glasgow: Effekte

Wichtigster Effekt der Maßnahmen war der **Stimmungswechsel** in der Stadt. Die Bewohner glaubten wieder an eine Zukunft für Glasgow. Viele Aktivitäten und Maßnahmen konnten dadurch erst zum Erfolg werden. Durch diesen Stimmungswandel änderte sich auch die Außenwahrnehmung und das Image der Stadt. Die Medien berichteten sensibler über Kriminaldelikte und Glasgow wurde von der „Mean City“ zur „City of Culture“.

Ein weiterer Erfolg, der mit dem Jahr der „Kulturstadt Europas“ begann, ist die steigende Zahl von Touristen, deren Besuche von 1987 bis 1997 um etwa 150% anstiegen. Mittlerweile sind etwa 26.000²⁰ Arbeitsplätze vom Tourismus abhängig und die Stadt ist nach London und Edinburgh zum dritt wichtigsten Ziel des Städtetourismus ausländischer Besucher geworden.

Dennoch gilt Glasgow noch immer und trotz der vielen sozialen Initiativen als die „Hauptstadt der Messer“ (BBC). In den Jahren 1986–2006 ist die Mordrate in der Stadt um 83 Prozent gestiegen. Angriffe mit Messern haben in den Jahren 1998–2006 um 350 Prozent zugenommen. Die Polizei in Glasgow beschreibt dieses Phänomen als „recreational violence“ (Gewalt als Freizeitbeschäftigung).²¹

20 Glasgow City Council: „glasgow factsheets 2007“.

21 Krogerus, Michael: „Messerschar“, NZZ Folio 07/06.

Glasgow: Ausblick

Die israelische Architektin Zaha Hadid soll das neue **Riverside Museum** gestalten, die Erweiterung des **Transport-Museums**. Am Zusammenfluss der wichtigsten Wasserläufe der Stadt – River Clyde und River Kelvin – gelegen, gehört das Projekt zu einem umfassenden Sanierungsplan für die Neugestaltung der Hafengegend.

© by Culture and Sport Glasgow



Abb 14: Architekturstudie für das neue Kunstzentrum Trongate 103

Trongate 103

ist ein Projekt des Glasgow City Council in Verbindung mit neun unabhängigen Organisationen aus dem Bereich der bildenden Künste. Ziel ist die Entwicklung eines bedeutenden Zentrums der unabhängigen Kunstszene für die Stadt. Es soll Raum bereitstellen für ein spartenübergreifendes Miteinander von Künstlern und Öffentlichkeit sowie für Galerien, Workshops, Künstlerstudios und Werkstätten.

Die Errichtung von **Childrens Arts Centres** nach skandinavischem Vorbild ist ein angehendes Modell in Glasgow. Dabei sollen Kinder frühzeitig mit kulturellen und kreativen Inhalten umgehen und kulturelle Bildungsangebote erhalten.

Ein weiteres Großereignis in Glasgow ist die Austragung der **Commonwealth Games 2014**. Für die entstehenden Kosten von rund 300 Mio. £²² hat die schottische Regierung ihre Unterstützung bereits zugesichert.

Glasgow: Projektbeispiele

„Kulturstadt Europas“ 1990

Das Jahr 1990 war der Auslöser für eine neue, auf Kultur ausgerichtete Strategie, die Glasgow seitdem verfolgt und mit deren Hilfe es gelang, das Image und die Stimmung in der Stadt zu wandeln. Die Verantwortlichen nutzten die Veranstaltung auch zu einer materiellen Umwandlung des Stadtbildes. Um das Erscheinungsbild der Stadt zu verbessern, entstand eine großangelegte Kampagne für die Säuberung und den Erhalt der historischen Fassaden. Darüber hinaus konnte Glasgow aus dem Schatten von Edinburgh, das bis dahin die städtetouristische Attraktion Schottlands war, heraustreten.

Renovierung Kelvingrove

Im Juli 2006 wurde die Kelvingrove Gallery nach dreijähriger Renovierung wieder eröffnet. Schon im ersten Jahr nach der Wiedereröffnung wurden 1 Mio. Besucher gezählt.

Im beeindruckenden viktorianischen Bau hat sich die Museumskultur nach der Modernisierung dem 21. Jahrhundert angepasst und stellt nun den Besucher und die Vermittlung in den Mittelpunkt. Es wird großer Wert darauf gelegt, die Exponate nicht nur zu präsentieren, sondern ihre Geschichte und Geschichten zu erzählen.



© by Culture and Sport Glasgow

Abb 13: Entwurf für das neue Riverside Museum (Zaha Hadid Architects)

„Ein großes Projekt, das im Zusammenhang mit kultureller Infrastruktur in der Stadt kommt, ist der Bau des neuen Transport Museums, eine Investition von etwa 90 Millionen £ als Teil des Riverside Regeneration Project. Ein Bau entworfen von Zaha Hadid. Das hat jetzt bald Baubeginn und wird voraussichtlich 2011 eröffnen. Das ist ein auffallendes Stück Architektur.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Trongate 103 ist ein Modell, in dessen Richtung wir wahrscheinlich in den nächsten 15 Jahren vermehrt gehen werden, anstatt kleine Organisationen zu haben, die ständig umziehen auf der Suche nach kurzzeitigen Mietverträgen.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

„Das letzte große Ereignis war wahrscheinlich die Renovierung von Kelvingrove. Das ist jetzt ein derartiger Erfolg, dass sie Angst um die Bausubstanz des Museums haben mit 1 Million Besuchern im Jahr seit der Wiedereröffnung!“

Prof. Philip Schlesinger,
Academic Director,
Centre for Cultural Policy Research,
University of Glasgow

„Wenn man mit Kunst und Kultur auf lokaler Ebene arbeitet, kann man Leute unterstützen ihre eigenen Agenden zu entwickeln, sei das Jugendarbeit oder Sozialarbeit oder Bildung, indem man wirklich Programme auf einem hohen Level bietet. Wir senden einfach das Signal du verdienst all das.“

Jackie Shearer,
Arts Manager Greater
Easterhose Arts Company, Glasgow

Easterhouse Projekt The Bridge

Ein Projekt, das den Einbezug der Wohnperipherien in die Strategien des Strukturwandels dokumentiert, ist das Easterhouse Projekt The Bridge. The Bridge ist ein Verbund mehrerer Gebäude. Ein College und eine Schwimmhalle wurden durch eine Bibliothek und ein Theater erweitert. Es bietet Kindern und Jugendlichen einen Treffpunkt für Lern-, Kultur- und Freizeitaktivitäten in einer zwanglosen Atmosphäre.

Schlaglicht Newcastle und Gateshead



Newcastle und Gateshead: Eckdaten und Indikatoren

Einwohner²³	2007: 270.000 (Newcastle), 191.000 (Gateshead)
Arbeitslosenquote²⁴	2007: 4,8% (Newcastle), 4,4% (Gateshead)
Investitionen²⁵	The Sage: 70 Mio. £
(Auswahl)	Millenium Bridge: 22 Mio. £ BALTIC: 46 Mio. £

Newcastle und Gateshead: Ausgangslage

„Abgesehen davon, dass es kaum eine Stelle gab, um am Fluss spazieren zu gehen - allein der Gestank hätte Sie daran gehindert.“

Bemerkung einer Stadtführerin
während eines Stadtrundgangs
in Newcastle

„Die kulturelle Entwicklung im Nordosten findet vor dem Hintergrund eines langfristigen wirtschaftlichen Abschwungs statt. Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts gibt es Beweise für systematische Armut, und die Basisindustrien, Werften und Kohleabbau, erlebten ihren endgültigen Niedergang. Es entstanden Bereiche mit Arbeitslosigkeit und Benachteiligung, die immer noch Einfluss auf die aktuelle wirtschaftliche und soziale Statistik der Region haben.“

Prof. Christopher Bailey,
Dekan der Fakultät Arts and Society,
Leeds Metropolitan University

Mit Beginn der Industrialisierung wurde Newcastle durch Bergbau, Stahlindustrie und Schiffbau zu einer der reichsten Städte weltweit. Auf beiden Seiten des Flusses wuchsen um die Werften enorme Arbeitersiedlungen; der Tyne war Dreh- und Angelpunkt der Wirtschaft.

Mit dem Ende der Werften kam in den 1970er-Jahren der Niedergang. Die ökonomische Krise ging mit Arbeitslosigkeit, Verarmung, Verslumung, Rassismus, Abwanderung und dem Verlust des Innovations- und Technologiepotenzials einher.



© by billingham/ Mark Fletcher (SXC)

Abb 15: Werften am Fluss Tyne

Anfang der 1990er-Jahre waren in der Region in den Creative Industries landesweit die wenigsten Arbeitsplätze vorhanden, der City-Tourismus mit einer Handvoll Hotels war minimal und im Kunst- und Kulturbereich konnte mit eher zweitklassigen Kulturveranstaltungen keine große Aufmerksamkeit bei der lokalen Bevölkerung gewonnen werden. Daraufhin reagierte die neue bri-

23 U.K. Office for National Statistics.

24 Ebenda.

25 Gateshead Council.

tische Regierung mit dem Aufbau der Research Development Agencies (RDA), die die Umsetzung von Strategien ermöglichten und die Rolle der Städte neu überdachten.

Mit dem Aufkommen neuer Mittel und Förderinstrumente für Kultur durch bspw. die staatliche Lotterie ergaben sich über die Art Councils und die Research Development Agencies eine Reihe von Möglichkeiten für die Neugestaltung und -ausrichtung der Städte Newcastle und Gateshead, die vor allem durch Gateshead als Motor vorangetrieben wurden und zu einem positiven Wettstreit der beiden Städte in Bezug auf die Erneuerung der Region führten.

Die neue Ausrichtung auf Innovation, Unternehmertum, kreatives Klima sowie die Jahre des städteplanerischen Umbaus fangen derzeit an, erste Früchte zu tragen. Wirtschaftlich steht die neu geschaffene überregionale Städteregion allerdings immer noch hinter anderen Regionen zurück. Der Nordosten Englands ist nach wie vor die schwächste Region Englands in Bezug auf die klassischen wirtschaftlichen und sozialen Indikatoren. Newcastle und Gateshead haben es jedoch geschafft, die Abwanderung der lokalen Bevölkerung zu stoppen²⁶ und ihr internes und externes Image positiv zu verbessern, wie Artikel in der Times und Newsweek belegen, die den Städtebund Newcastle/Gateshead als „one of the world's creative cities“ und als „hidden capital“ beschreiben.

Newcastle und Gateshead: Maßnahmen

Die diversen Maßnahmen in Newcastle und Gateshead sind vor dem Hintergrund der skizzierten Ausgangslage zu sehen und dem nichtplanbaren komplexen Zusammenwirken regionaler und nationaler Gegebenheiten, wie z.B.:

- der Mentalität und Professionalität der handelnden Personen,
- der ungewöhnlichen Zusammenarbeit der Künstler, lokalen Politiker und Führungskräfte,
- regionaler Entwicklungsgesellschaften,
- einer neu gegründeten Private-Public-Partnership-Organisation (Newcastle Gateshead Initiative, NGI),
- der Art Councils und Universitäten sowie
- der Entwicklungsprozesse durch die Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas“ 2004 und
- einem Northern Arts Case for Capital Strategy, der einen 10-Jahresplan für Kulturinvestitionen mit einem Volumen von 200 Millionen GBP beinhaltete.

Ziel der Entwicklung der Kulturinvestitionen in Newcastle und Gateshead war es, eine Wiedergeburt der Städte und des Stolzes der Menschen zu inszenieren. Ein Mittel dazu war das „**Storytelling**“, das Erzählen einer starken Geschichte, die die Menschen zum Bleiben und zum Kommen motivieren sollte. Newcastle und Gateshead sollten allen suggerieren, dass diese die Orte sein, an denen alles möglich ist. Dabei ging es vor allem darum, viele positive öffentliche **Momente** mit großer Wirkung zu schaffen, die im Bewusstsein der Bevölkerung dazu führten, dass sie nach dem Zeitpunkt dieser Momente ihre Stadt nicht mehr als dieselbe wahrnahmen.

„Glücklicherweise hat die Lokalpolitik Ende der 1980er-, Anfang der 1990er-Jahre begonnen, sich um Gelder aus der National Lottery zu kümmern und hat dadurch für kulturelle Zwecke mehr Geld zur Verfügung gestellt bekommen, als man sich jemals erträumt hatte.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Wir haben einen Fluss in der Mitte, wunderschöne alte Gebäude, unser kulturelles Erbe und Geschichte, ein funktionierendes Transportwesen, Einkaufsmöglichkeiten und den Fußball mitten in der Stadt. Wenn man diese Zutaten hat, wenn man Politiker hat, die zuhören und dazu ein bisschen Geld, dann hat man eine Chance. Wir hatten das alles in Newcastle.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Die Wurzeln und Traditionen einer Region müssen erhalten bleiben. Stehen Sie zu Ihren Wurzeln, sie sind das vitalste Element für den Erfolg.“

John Holden,
Head of Culture,
Think Tank Demos,
London

„Ich denke, jede Stadt braucht Momente in ihrer Geschichte und es ist eine gute Strategie, mit diesen Momenten zu planen. Aber diese Momente kann man nicht herstellen, sie müssen passieren. Die Menschen müssen darüber reden, dabei sein, sie erleben. Wir hatten das Glück einige solcher Momente gehabt zu haben. Jetzt fragen wir uns, wann kommt der nächste dieser Momente?“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Das Wichtigste ist der Fluss als Dreh- und Angelpunkt, als soziales und kulturelles Element, das alles verbindet.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

Als eine der ersten konkreten Maßnahmen wurden der Fluss und seine Uferpromenaden rekultiviert. Ungefähr 1.000 Millionen GBP wurden in den öffentlichen und privaten Sektor investiert. Es wurden 500 neue Wohnungen innerstädtisch und 4.500 in der Region gebaut, neue Hotels und ein neues Transportsystem errichtet sowie 1,5 Millionen m² Gewerbe- und Büroflächen erschlossen.²⁷



© by Kevin Radcliff

Abb 16: Konzert- und Veranstaltungshalle The Sage



cc BY Glen Bowman

Abb 17: Die Millennium Bridge zwischen Newcastle und Gateshead

„The Sage Gateshead ist nicht aus dem Nichts entstanden. Es konnte auf Jahrzehnten hervorragender Orchesterleistungen der Northern Sinfonia aufbauen sowie auf eine der Agenturen für die Entwicklung der Folkmusik mit dem besten Ruf im ganzen Land, Folkworks. Beide haben in The Sage Gateshead eine neue Heimat gefunden, etwas, das beide zuvor nicht hatten, zumindest nicht als physischen Ort, an dem sie sich ausbreiten konnten. Hier wurde ein Bereich identifiziert, in dem Potential vorhanden war und es wurde Abhilfe geschaffen.“

Prof. Christopher Bailey,
Dekan der Fakultät Arts and Society,
Leeds Metropolitan University

In Newcastle und Gateshead wurden ca. 250 Millionen GBP in so genannte world-class facilities investiert, darunter in

- den Bau der Konzert- und Veranstaltungshalle „The Sage“, entworfen von Sir Norman Foster,
- den Ausbau des „Live Theatre“ in Newcastle,
- den Umbau einer Industriemühle am Flussufer von Gateshead in The Baltic, ein Museum für zeitgenössische Kunst,

- zahlreiche Neubauten kultureller Orte, wie das landesweit einzigartige Museum für Kinderliteratur, Seven Stories, in Newcastle,
- Europas größtes Shoppingcenter MetroCentre in Gateshead und
- die Millenium Bridge, einer modernen, schwenkbaren Fußgängerbrücke über den Tyne und Symbol für die neue Verbindung beider Städte.

Eine zentrale Maßnahme im Kulturbereich stellt die Gründung der Newcastle-Gateshead Initiative (NGI) dar, einer **zentralen Koordinierungs- und Vermarktungsagentur** für beide Städte. Dort wurden im Jahr 2005 über 90 lokale, nationale und internationale Event- und Festivalaktivitäten in einer Public-Private-Partnership-Struktur organisiert, wie beispielsweise das Programm „culture 10“, das über jährliche Themenschwerpunkte entscheidet und sie für Feiern, Ausstellungen, Events, Programme, Ideen, etc. ausschreibt (z.B. „Year of Sports“, „Year of Science“, „Year of Education“ etc.).

Mit einem anglo-amerikanisch geprägten professionellen Marketing und einem britischen Kulturverständnis – beide unterscheiden sich wesentlich von deutscher Sicht und deutschem Verständnis – ging und geht es vor allem um die **Erschließung neuer Publikumsschichten**, um die Vermittlung der Aktivitäten und die **Einbindung der Bevölkerung**. In diesem Zusammenhang wurden auch weitere Partnerschaften mit nationaler und internationaler Reputation aufgebaut, wie beispielsweise die World Music Expo 2005 oder des World Culture Summit 2006.

Newcastle und Gateshead: Effekte

Mit den eingeleiteten Maßnahmen wurde ein positiver Stimmungs- und Imagewechsel erreicht. Die Bewohner sind stolz auf die Entwicklung ihrer Städte und darauf, die Abwanderung gestoppt zu haben. Newcastle und Gateshead haben sich zu einer führenden Region im Bereich der öffentlichen Kunst entwickelt und gelten als Shoppingparadiese. Der Kultur- und Kreativwirtschaftssektor ist der am schnellsten wachsende Arbeitssektor mit 5.070 Unternehmen und 2,6 Milliarden GBP Umsatz pro Jahr.²⁸

Trotz dieser Bilanz sind in Newcastle und Gateshead viele soziale und wirtschaftliche Probleme noch immer virulent. Bei allem Fortschritt gehört die Region noch immer zu den ärmsten in England. Jedes fünfte Kind in der Region wird in einer Familie geboren, für die es bereits in der zweiten Generation keine Arbeit gibt. Auch die Quote derjenigen, die einen höheren Schulabschluss erwerben, ist unterdurchschnittlich.

Newcastle und Gateshead: Ausblick

In den letzten Jahren wurden bereits große Investitionen in die Verbesserung und Neuausrichtung der Universitäten getätigt. Weitere Investitionen in Bezug auf einen Wissenschaftscampus mit Schwerpunkten in den Bereichen des Design- und Cultural-Entrepreneurship und den neuen Technologien sind bereits in Planung. Allgemein wird von allen Interviewpartnern betont, dass man erst am Anfang einer Entwicklung sei, bei der Newcastle und Gateshead zwei von wahrscheinlich acht Schritten bis 2020 geschafft haben. Die Veränderungen von 2007 bis 2020 würden wahrscheinlich größere sein als die in dem ersten Teil des Veränderungsprozesses, in dem die nach außen sichtbaren

„Culture 10 hat eine wichtige Rolle dabei gespielt, ein positiveres Image einer multikulturellen Gemeinschaft zu fördern.“

Lee Shostak,
Director Shared Intelligence,
London

„Wir haben jetzt einen Platz in der englischen Kulturlandschaft, wir sind ein spannendes Reiseziel geworden, der Tourismus hat entscheidend zugenommen, seit Jahren können wir uns endlich wieder mit anderen größeren Städten messen.“

Andrew Rothwell,
Teammanager Arts and Culture,
Newcastle City Council

„Jede Investition in Kultureinrichtungen muss Hand in Hand gehen mit Universitäten. In Newcastle und Gateshead gibt es zwei große Universitäten, die die größten Arbeitgeber der Region sind und die für Studierende immer wichtiger werden, deren Ansehen und Ausbildungsqualität immer mehr steigen.“

Lee Shostak,
Director Shared Intelligence,
London

und offensichtlichen Schritte erfolgt sind, so die Experten. Die zukünftigen Entwicklungen würden vermehrt in Kreativitätsdimensionen als in Gelddimensionen stattfinden.

Newcastle und Gateshead: Projektbeispiele

Academy of Performing Arts

Seit 2004 werden an der Academy of Performing Arts auf hohem Niveau Künstler und Techniker mit Allroundblick und Eigeninitiative ausgebildet. Die Akademie ist Teil des Newcastle College und hervorragend ausgestattet. Unter der Schirmherrschaft von Rocklegende Sting bietet es eine praxisnahe sowie sparten- und fachübergreifende Ausbildung auf höchstem internationalen Niveau für alle Berufsbilder – inklusive der neu entstehenden Kulturberufe.

„Versuchen Sie die Menschen mit einzubeziehen. Arbeiten Sie nicht nur für die Öffentlichkeit, für den Tourismus, für die Medien, sondern für die Menschen, die in Ihrer Stadt und Region leben.“

Peter Montellier,
stv. Herausgeber The Journal,
Newcastle

Angel of the North

Der Großteil der Bevölkerung war gegen die Errichtung dieses überdimensionalen Standbilds außerhalb der Städte, das zudem noch von einem unbe-

„Die Figur Angel of the North wurde zum Symbol einer ganzen Region und macht die Menschen stolz.“

Lee Shostak,
Director Shared Intelligence,
London



cc BY David Wilson Clarke

Abb 18: Der Angel of the North

kannten Künstler errichtet werden sollte. Die Lokalpolitik setzte sich jedoch darüber hinweg und ließ den Angel of the North errichten, der durch geschicktes Marketing schließlich zum Symbol des wiedergewonnenen Stolzes der Region wurde. An zentraler Stelle aller Verkehrswege um Newcastle und Gateshead kommt praktisch jeder daran vorbei, mit dem Zug, dem Auto oder der Bahn.

Ouseburn Developments

Im Ouseburn Valley wurde eine ehemalige Industriebrache durch diverse Aktivitäten rekultiviert, beispielsweise mit einem Programm für artists in resident, über 100 Ateliers, einem Museum in einer vor Ort ansässigen Keksfabrik und Unternehmensansiedlungen wie Cluny, Northern Print, Artworks Gallery, Mushroom Works.

„Das Greifbare am Strukturwandel ist, wenn man 1000 neue Stellen kreiert, neue Fabriken anlockt, wenn neue Industriezweige entstehen. Das Ungreifbare sind die Natur einer Gemeinschaft, der Geist der Menschen, der Sinn von Glauben und der Glaube an Zukunft. Und das wahrscheinlich Wichtigste für uns war, dass Kultur den Menschen einen Schimmer von Hoffnung und eine mögliche Zukunft geben kann, viel mehr als eine neue Konzerthalle oder ein Museum.“

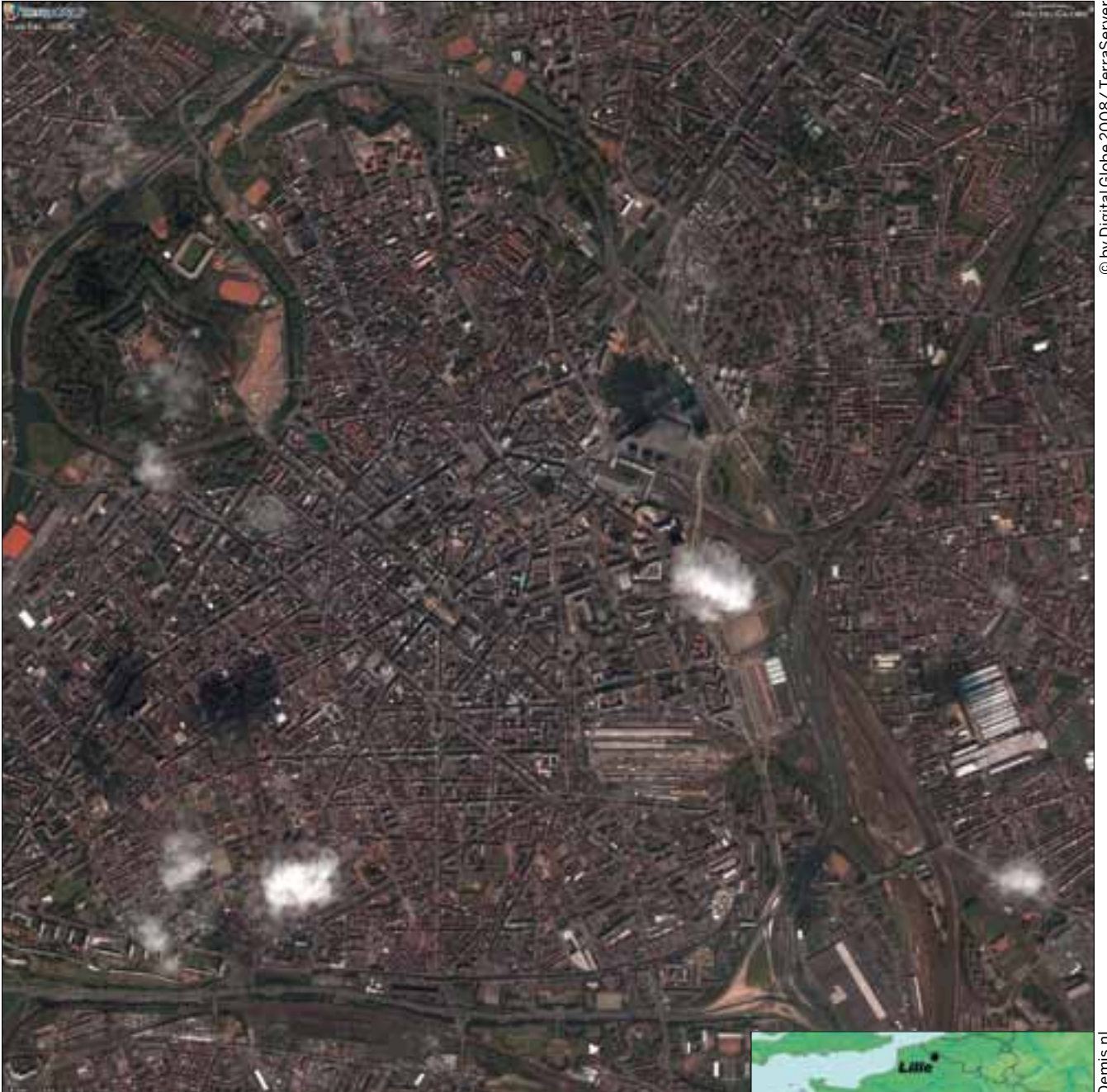
Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council



cc BY-ND Katherine

Abb 19: Pub auf dem Gelände der ehemaligen Industriebrache Ouseburn Valley

Schlaglicht Lille



Lille: Eckdaten und Indikatoren

Einwohner²⁹ 2007: 227.000

Arbeitslosenquote³⁰ 1999: 20,1%
2005: 11,8%

Budget Lille 2004³¹ 73,7 Mio., davon 17,6% aus der Privatwirtschaft, Rekord für eine Kulturhauptstadt

Besucher Lille 2004³² 9 Mio., davon 730.000 bei der Eröffnungsfeier und 4,78 Mio. bei den Straßenfesten

Lille: Ausgangslage

„Lille und die Region waren sehr verwahrlost. Wir hatten ein negatives Image in Frankreich und in Europa gar keines.“

Emmanuel Vinchon,
 conseiller artistique et chargé
 des collectivités,
 Lille 2004, lille3000

„Die Region war seit über 30 Jahren eine „kulturelle Wüste“ und hatte Rückstand im Bildungsbereich.“

Gilles Pette,
 Président Conseil Régional du
 Nord-Pas de Calais

„Lille war eine Stadt mit starker kultureller Aktivität. Es war nur niemandem bewusst, weil Lille zuvorderst Industriestadt und nicht Touristenstadt war.“

Laurent Dréano,
 Coordinateur Général Lille
 2004, Directeur Général
 Adjoint du Pôle Culture et
 Manifestations de la Ville de Lille



© by Oliver

Abb 20: Industriegelände in Lille-Roubaix

Die Krise der Schwerindustrie seit den 1960er-Jahren fand in der Region Nord-Pas-De-Calais Ende der 1970er-Jahre ihren Höhepunkt im **Niedergang der Textilindustrie** und in der Schließung der Kohlegruben. Binnen dreier Jahrzehnte gingen 200.000 Arbeitsplätze in der Metropolregion verloren, was rund der Hälfte aller Arbeitsplätze entsprach.³³ Zurück blieb eine **Krisenregion** mit der Arbeiterstadt Lille im Zentrum. Die grenznah zu Belgien gelegene Stadt hatte ein sehr **schlechtes Image** und wurde als farblose und **triste Industriestadt** ohne eigene Identität und mit geringer Lebensqualität wahrgenommen. Die günstige Lage als Verkehrsknotenpunkt zwischen Frankreich, Belgien und Großbritannien hatte kaum positive Wirkung auf den Tourismus, da Lille von Touristen und Reisenden lediglich als Durchgangsstation genutzt wurde.³⁴ Die vorhandenen kulturellen Aktivitäten in der Stadt wurden weder nach innen noch nach außen wirksam kommuniziert.

29 Internetpräsenz Mairie Lille.

30 Institut national de la statistique et des études économiques.

31 Indicateurs de Lille 2004: Un événement d'une ampleur exceptionnelle.

32 Indicateurs de Lille 2004: Un événement d'une ampleur exceptionnelle.

33 Vgl. Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Strukturwandel, Tertiärisierung, Entwicklungspotential und Strukturpolitik: Regionen im Vergleich: Ruhrgebiet, Pittsburgh, Luxemburg, Lille. Tagungsbericht, Bonn 2000.

34 Gespräch mit François-Régis Cypriani, 05.10.2007.

Lille: Maßnahmen



Abb 21: Das Büro- und Dienstleistungszentrum Euralille

errichtete mit dem neuen Büro- und Dienstleistungszentrum Euralille (1995) ein emblematisches architektonisches Aushängeschild für das neue Zentrum der Region. Zudem begannen umfangreiche Sanierungs- und Renovierungsarbeiten am architektonischen Erbe der Innenstadt. Um auch nach außen ein **Signal der Veränderung** zu setzen und Aufmerksamkeit für den Wandel zu erreichen, bewarb sich Lille 1997 für die Ausrichtung der Olympischen Spiele 2004, scheiterte jedoch letztlich auf internationaler Ebene.

Erst nach der Absage für die Ausrichtung der Olympischen Spiele folgte der Beschluss, den Fokus auf Kultur als Motor für den Imagewandel zu setzen. Zielvorstellung war es, die Stadt mit einer neuen Identität zu versehen, den Bewohnern ihren Stolz zurückzugeben und den sozialen Zusammenhalt zu stärken. Die regionale Zusammenarbeit und die Öffnung nach außen waren wesentliche Merkmale der Bewerbung Lilles zur „**Europäischen Kulturhauptstadt**“ 2004. Mit dem Zuschlag (2000) wechselte auch die politische Führung: Bürgermeisterin Martine Aubry (ab 2001) setzte für das Kulturhauptstadtjahr auf ein Feuerwerk partizipativer Events und musealer Ausstellungen statt auf architektonische Maßnahmen. Die **Entwicklung der Eigenarten** der flandrischen Region stand im Vordergrund, alte Traditionen sollten wiederbelebt und neue entwickelt werden. Die Eigeninitiative der Bürger, der Wandel von Konsumenten zu Akteuren, sollte gefördert werden, um so das Selbstbild der Einwohner zu verbessern und die Öffnung Lilles von innen nach außen zu unterstützen. Intendant Didier Fusillier suchte mit klarer Programmatik die bestehenden Kulturinstitutionen auf einen gemeinsamen Weg einzuschwören, hatte jedoch mit dem Konzept **stark medialisierter Events** nicht bei allen den gewünschten Erfolg. Am Ende waren etwa 70% der Einrichtungen beteiligt.

Der Entscheidung in den 1980er-Jahren, den Dienstleistungssektor auszubauen, folgte die Zielvorstellung, Lille als **Zentrum in Flandern** zu positionieren. Die starke und konstante politische Führung (Bürgermeister Pierre Mauroy war bis 2001 fast 30 Jahre im Amt) sorgte zunächst für den Anschluss an das TGV-Netz (1993), ließ einen zweiten Bahnhof bauen (Lille Europe, 1994) und

„Irgendwann haben wir festgestellt, dass es nicht mehr ausreicht, neue Infrastrukturen auf den Markt zu bringen. Kultur in Form von Veranstaltungen erwies sich als Mittel, unser Image zu verändern.“

François Rohart,
Chef du Service Culture,
Lille Métropole

„Der Bahnhof Lille Europe hätte nicht viel gebracht, wenn Euralille nicht dazu gebaut worden wäre. Lille wäre zum Schlafsaal von Paris geworden.“

François-Régis Cypriani,
Directeur de l'Urbanisme,
Mairie de Lille

„Nach dem Scheitern der Bewerbung für die Olympischen Spiele gab es als Trostpreis die Kulturhauptstadt. So wurde es damals empfunden, keiner kämpfte damals um den Kulturhauptstadt-Titel.“

François-Régis Cypriani,
Directeur de l'Urbanisme,
Mairie de Lille

„Die Dynamik für die Europäische Kulturhauptstadt ist entstanden, weil seitens der Behörden der Wille dazu existierte, aber auch eine Dynamik, die sich aus der Kandidatur Lilles für die Olympischen Spiele ergab; ohne die hätte es nicht in dieser Intensität funktioniert. Sport und Kultur haben die gleichen Potenziale, um die Bevölkerung zu mobilisieren.“

Gilles Pette,
Président Conseil Régional du
Nord-Pas de Calais

„Das Team ist 2000 aufgebaut worden. Die Mitarbeiter ohne jegliche Erfahrung haben sich als sehr wichtig herausgestellt. Die meisten waren Praktikanten, die dann später angestellt wurden. Sie brachten einen neuen Blick und haben neue Türen geöffnet. Die meisten von ihnen haben inzwischen wichtige Posten eingenommen, unter anderem auch in Nantes.“

Emmanuel Vinchon,
conseiller artistique et chargé
des collectivités,
Lille 2004, lille3000

„Einer der Gründe für den Erfolg bestand in der Kohärenz des Projektes. Interessante Vorschläge, die nicht in diese Kohärenz passten, wurden abgelehnt.“

François Rohart,
Chef du Service Culture,
Lille Métropole



Abb 22: Eröffnungsfeier zur Europäischen Kulturhauptstadt Lille 2004

Die Eröffnungsveranstaltung im Dezember 2003 gründete auf der flandrischen **Tradition des Straßenfestes** und war mit über 700.000 Menschen und großem Medienecho ein in diesem Ausmaß unerwarteter Erfolg, der auch auf die intensive Öffentlichkeitsarbeit zurückzuführen war.



Abb 23: Das Maison Folie Wazemmes

„Es wurde kein neuer großer Kulturstandort im Stadtzentrum errichtet, sondern mehrere kleine, neuartige Einrichtungen in Vierteln außerhalb der Innenstadt. Der Kultur wurde eine Rolle des Stadtwandels, des Anreizes zu sozialen Kontakten und künstlerischer Arbeit zugewiesen. Die Stärke lag in der Vereinigung all dieser Elemente. Das sehr motivierte Publikum war letztlich der Schlüssel zum Erfolg.“

Jean-Baptiste Haquette,
Directeur Maison Folies de
Lille-Moulins

„Didier Fusillier wollte die Kunst auf die Straße bringen und die Orte nutzen, wo Leute leben und durchgehen.“

Emmanuel Vinchon,
conseiller artistique et chargé
des collectivités,
Lille 2004, lille3000

„Der Erfolg hat alle Erwartungen übertroffen. Das liegt zum Teil an der gelungenen Öffentlichkeitsarbeit. Über die Eröffnungsfeier wurde auf den Titelseiten großer Zeitungen, im Fernsehen und im Radio berichtet. Die Wirksamkeit war viel größer als bei normalen Events.“

Martine Filleul,
Adjointe au Maire de Lille
déléguée au Tourisme,
Relations Internationales et
Jumelages, Affaires Européennes,
Mairie de Lille



Abb 24: Das Maison Folie de Lille Moulin

17% aus Sponsorengeldern der Privatwirtschaft³⁵, was in Frankreich beispielgebend für andere städtische Entwicklungsprozesse wurde.

Lille: Effekte

Für eine umfassende Einschätzung der Entwicklungen und ihrer nachhaltigen Effekte ist der Prozess noch zu jung. Jedoch können einige kurzfristige Wirkungen schon jetzt beobachtet werden.

Durch spektakuläre Events und **große mediale Aufmerksamkeit** im Kulturhauptstadtjahr konnte Lille das graue Image abschütteln und wird nun als lebendige **Kulturstadt** wahrgenommen.

Der positive Imagewandel der Stadt ist auch Grund für die **Entwicklung neuer, renommierter Projekte in der Region**, wie das der Louvre-Dependance in Lens. Die Zusammenarbeit sowohl der Städte in der Region als auch der großen Kultureinrichtungen hat sich stark verbessert. Der in Lille fokussierte Aspekt der regionalen Einbindung gilt nun als Grundvoraussetzung für Bewerbungen zur „Europäischen Kulturhauptstadt“. Die Universitätsstadt zieht seit

35 Vgl. Indicateurs de Lille 2004: Un événement d'une ampleur exceptionnelle.

2004 durch ihre steigende Attraktivität nach außen **vermehrt internationale Studenten** an. Das **Kultur sponsoring** hat sich in Lille etabliert und besitzt Modellcharakter für Frankreich, da hier die Finanzierung von Kultur traditionell als Aufgabe des Staates angesehen wird. In Lille wird Kultur nun als positiv für die urbane Entwicklung angesehen und privatwirtschaftlich unterstützt.

Lille: Ausblick

Nach dem Feuerwerk des Kulturhauptstadtjahrs Lille 2004 war der Entschluss, den begonnenen Weg fortzusetzen, eine logische Folge aus der drohenden „**Katerstimmung**“. Das Kulturbudget wurde erhöht und das Projekt Lille 3000 gegründet, um das Eventangebot in einen regelmäßigen **Rhythmus** zu bringen und eine langfristige Konsolidierung des städtischen Imagewandels zu erreichen. Mit Events wie den Bombaysers de Lille setzt Lille weiterhin auf spektakuläre Events, die die Einbindung der Bürger mit internationaler Öffnung verbindet.

Dennoch konnten einige **kurzfristige Erfolge** nicht verstetigt werden. Insbesondere hat das in Frankreich traditionell geringe kulturelle Engagement der Bürger nach dem **Höhenflug 2004** wieder stark nachgelassen. So sind die wenigen noch betriebenen Maisons Folies heute nicht mehr genügend in das Umfeld ihrer Viertel eingebunden und werden eher als Jugendzentren denn als lebendige Brutstätten bürgernahe Kulturproduktion wahrgenommen.

Lille: Projektbeispiele

Beffrois

Das Projekt „Beffrois de la culture“ („Glockentürme der Kultur“) war Teil des Kulturhauptstadtprogramms und wurde initiiert durch das Conseil Régional Nord-Pas-De-Calais (NPC). Über das Jahr hinweg wurden in kleinen Gemeinden der Region bedeutende Kunstwerke in den Rathäusern ausgestellt, darunter Werke von Rembrandt, Rodin, Chagall, Picasso und Tinguely. Die aufwändig zu realisierenden Ausstellungen wurden durch Leihgaben großer Museen ermöglicht und bedeuteten für die Bürger der dörflichen Gemeinden oftmals den ersten Berührungspunkt mit Bildender Kunst und Museen. Dadurch wurden Zugänge zu kultureller Rezeption ermöglicht und Hemmschwellen abgebaut. Zudem hatte das Projekt einen enormen emotionalen Effekt für das Selbstwertgefühl der Bürger und ihrer Gemeinde. Die positiven Erfahrungen der „Beffrois“ sind auch in ein neues Museumsgesetz eingeflossen, das die großen Museen nun verpflichtet, ihre Werke auszuleihen.

Ambassadeurs de Lille

Die „Ambassadeurs“ waren ebenfalls ein Projekt im Kulturhauptstadtjahr 2004. Bürger aus Lille konnten sich offiziell anmelden, um als ehrenamtliche Botschafter der Stadt die Kultur zu unterstützen und zu kommunizieren. Das Engagement reichte von der organisatorischen und operativen Begleitung von Projekten bis hin zur Beherbergung von prominenten kulturellen Gästen Lilles. Im Gegenzug war der Besuch für viele Veranstaltungen für die ehrenamtlichen Helfer kostenlos. 2004 erklärten sich 18.000 Bürger zu Botschaftern der Stadt Lille. Für viele von ihnen war es die erste aktive Erfahrung mit Kultur. Heute hat sich ein eigener Verein mit inzwischen 400 Mitgliedern formiert, die weiterhin freiwillige Unterstützung anbieten und sich als nationale und internationale Multiplikatoren sehen. Mit dem Ziel, das Konzept der Ambassadeurs auch in anderen Städten zu realisieren, stellt der Verein das Projekt auch international vor, u.a. in der Kulturhauptstadt Linz 2009.

„Beobachter haben festgestellt, dass Lille 15 Jahre an Renommee gewonnen hat. Das Bild der Industriestadt ist nun überwunden. Dadurch kommen ausländische Studierende gerne nach Lille, wir haben den gleichen Stellenwert wie beispielsweise Barcelona.“

Laurent Dréano,
Coordinateur Général Lille
2004, Directeur Général
Adjoint du Pôle Culture et
Manifestations de la Ville de Lille

„Es muss noch viel getan werden, der Prozess ist erst am Anfang. Das Bestehende muss gefestigt und die Nachhaltigkeit gewährt werden. Die Maisons Folies brauchen mehr finanzielle Mittel für die Produktion von Projekten.“

Bertrand Millet,
Directeur Colisée, Théâtre de Roubaix

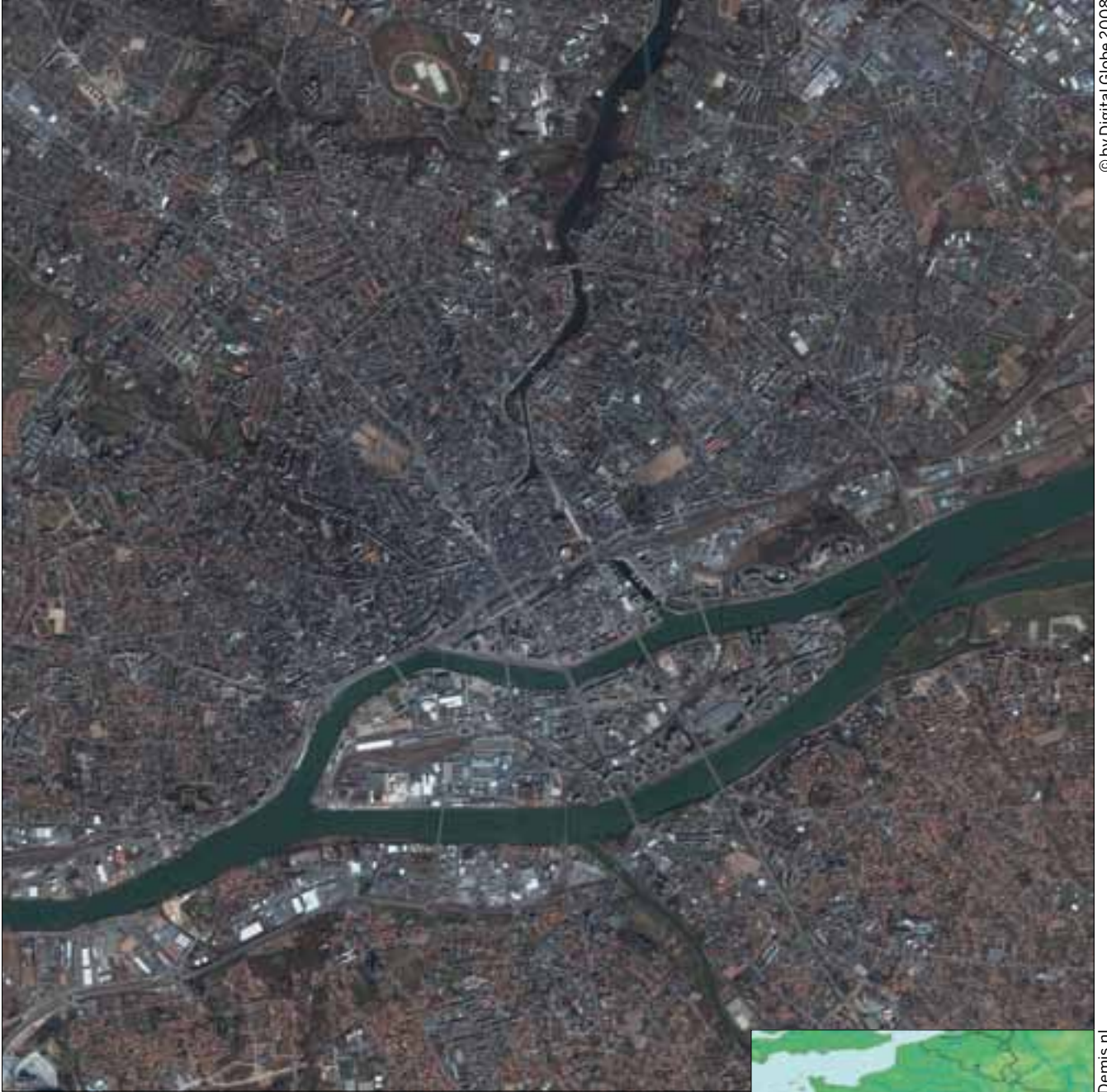
„Als Daniel Percheron, der Präsident des Conseil Régional die Idee der Kultur-Beffrois hatte, dachten viele, dass es unmöglich sei, dies umzusetzen. Er hat es dennoch getan. Es war für viele Besucher der erste Zugang zu musealer Kultur.“

Gilles Pette,
Président Conseil Régional du
Nord-Pas de Calais

„Das Erlebnis der Eröffnungsfeier zum Kulturhauptstadtjahr hat mich so begeistert, dass ich mich als Botschafter angemeldet habe, obwohl ich vorher keinen besonderen Zugang zur Kultur hatte. Nach 2004 haben sich 40 Leute zusammengefunden und einen Verein gegründet. Wir bieten unsere Mitarbeit bei kulturellen Projekten und im Rahmen von Lille 3000, aber auch in der gesamten Metropolregion Lille und in einigen europäischen Kulturhauptstädten auf freiwilliger Basis an.“

Alexandre Kudela,
Président Ambassadeurs et
Bénévoles de la Métropole
Lilloise et Les Traits d'Union,
European Ambassadors of Culture

Schlaglicht Nantes



Nantes: Eckdaten und Indikatoren

Einwohner ³⁶	2007: 281.000
Einw. Metropolregion ³⁷	2007: 3.455.000
Arbeitslosenquote ³⁸	1999: 17,8% 2005: 8,2%
städt. Kulturbudget ³⁹	2001: 45 Mio. € 2006: 71 Mio. €



Abb 25: Industriegelände an der Loire, Nantes

Nantes: Ausgangslage

„Die Schließung der Werften war traumatisierend für die Stadt.“

Thierry Guidet,
ehem. chef de la rédaction
nantaise d'Ouest France,
directeur Place publique

„Vor 15 Jahren war Nantes im Rückstand.“

Jean-Francois Gendron,
Président Chambre de
Commerce et de l'Industrie de
Nantes (CCI)

Mitte der 1980er-Jahre fand der **Niedergang der traditionell bedeutenden Schiffsindustrie** in Nantes seinen Schlusspunkt in der Schließung der Werften. Für die Ökonomie der Stadt war dies keine existenzielle Zäsur, da Nantes im sekundären und tertiären Sektor verhältnismäßig breit aufgestellt war und ist. Wirkung zeigte die entstandene **Leerstelle** jedoch umso gravierender im **emotionalen Selbstbild der Stadt** und ihrer Bewohner sowie in den absehbaren induktiven Folgen für die Wirtschaft. In der damaligen öffentlichen Wahrnehmung war das **Image von Nantes negativ besetzt** ohne nationale, geschweige denn internationale Präsenz und Attraktivität.

36 Institut national de la statistique et des études économiques.

37 Ebenda.

38 Ebenda.

39 Direction Générale à la Culture, Nantes, Gespräch mit Dominique David am 9.10.2007.

Nantes: Maßnahmen

Maßgeblicher Initiator des Wandels war der 1989 zum Bürgermeister gewählte Jean Marc Ayrault. Die drei Kernentscheidungen waren damals:

- die Setzung von **Kultur als Herz** des Wandels,
- der Ausbau der **Infrastruktur** und die
- **Öffnung** der Stadt nach außen.

Mit dem seit 1982 in Nantes agierenden Kulturentwickler Jean Blaise hat sich seither eine bemerkenswert vertrauensvolle, produktive und erfolgreiche Zusammenarbeit entwickelt. Beide Akteure sind nach einhelliger Ansicht der lokalen Experten die wesentlichen Antreiber des Wandlungsprozesses in Nantes.

Vier zentrale Maßnahmentypen wurden durch die Experten benannt:

1. Die Durchführung von **Events** und Veranstaltungen im gesamten Stadtbereich, die den Austausch mit anderen Städten fördern und zugleich durch **Vermittlung** und niedrige Zugangsschwellen neue Publikumsschichten ansprechen.
2. Die Schaffung eines übergreifenden **Konsenses** aller Interessensvertreter der Stadt über die Ziele und langfristigen Strategien der Stadtentwicklung. Eine Eigenart der Akteure und Institutionen in Nantes ist zudem die vertrauens- und respektvolle Zusammenarbeit („Jeu à la Nantaise“).
3. Die organisatorische **Neustrukturierung der öffentlichen Kulturverwaltung** durch eigenverantwortlich agierende Gesellschaften für die operative Ausführung von Projekten.
4. Die Schaffung eines positiven Klimas für Kunst- und Kulturschaffende („**kulturelles Ökosystem**“) durch langfristige finanzielle Planungssicherheit, Integration in Planungsprozesse, Vertrauen und Eigenverantwortlichkeit.

© by Stéfan Le Dù



Abb 26: Eröffnung L'Île Phénoménale, Île de Nantes 2007

positive **Imagewandel** genannt, der ausgehend von einem gewachsenen Stolz der Bürger auf ihre Stadt sich auch auf die Außenwahrnehmung übertragen hat. Die Stadt wird nunmehr in der Innen- und Außenwirkung als **bunte Stadt mit hoher Lebensqualität** und einer offenen, innovationsfreudigen Grundstimmung wahrgenommen. Insbesondere für junge Menschen hat die Stadt eine hohe Attraktivität, 37% der Einwohner sind zwischen 20 und 39 Jahren alt (gegenüber 28% im nationalen Schnitt).⁴⁰

Nantes: Effekte

Alle Experten warnen vor einer Bezifferung des Erfolges. Die Stadt erlebe seit einigen Jahren einen Aufschwung, der sich u.a. auch auf Arbeitsmarktstatistiken auswirke. Dennoch sei es ein Trugschluss, hier direkte Kausalitäten herzustellen. Der Wandel wird von den Experten im Wesentlichen in „weichen“ Faktoren ausgedrückt. Mehrfach wurde der

„Jean Blaise hat die Verbindung zwischen Kultur und Stadtplanung hergestellt. Kultur fungiert als Hebel des urbanen Projektes.“

Stanislas Mahé,
Metropolitan area project manager Samoa,
Île de Nantes

„Als Jean-Marc Ayrault 1989 zum Oberbürgermeister gewählt wurde, befand sich die Stadt Nantes in einer wirtschaftlichen Krise. Auf nationaler Ebene hatte sie das Image einer kleinen, eher unbedeutenden Provinzstadt.“

Jean Blaise,
Directeur le lieu unique, Estuaire, Nantes

„Kultur in Nantes ist keine Museumskultur, sondern erfinderisch und dynamisch.“

Didier Bernateau,
Directeur Général délégué
SEM Pays de la Loire
(Société d'Economie Mixte)

„In anderen Städten arbeitet jeder in seiner Ecke, hier arbeiten die Einrichtungen miteinander.“

Jean-Louis Bonnin,
Conseiller Culturel du Maire,
Président de Nantes Métropole

„In Nantes hat sich ein kulturelles Ökosystem entwickelt, Initiativen entstehen dadurch fast von alleine.“

Thierry Guidet,
ehem. chef de la rédaction
nantaise d'Ouest France,
directeur Place publique

„Zu Beginn der 1990er-Jahre, in einer Phase schlechter wirtschaftlicher Stimmung im ganzen Land, hat Nantes von den Dezentralisierungsgesetzen, die die zentralen Verwaltungen dazu verpflichteten, einen Teil ihrer Abteilungen in die Provinz auszulagern, profitiert. In der Folge sind viele Privatunternehmen nachgezogen. Es gab in dieser Zeit einen starken ökonomischen Aufschwung durch öffentliche Investitionen.“

Jean-Marc Devanne,
Directeur de l'office
de tourisme de Nantes Métropole

40 Quelle: <http://www.linternaute.com/ville/ville/demographie/527/nantes.shtml> [15.11.2007].

„Nantes gilt als sehr attraktiv. Junge Leute, die in Paris arbeiten, wollen in Städte wie Lille, Nantes und Toulouse ziehen. Großunternehmen errichten dort Filialen unter dem Druck ihrer Mitarbeiter.“

Didier Bernateau,
Directeur Général délégué
SEM Pays de la Loire
(Société d'Economie Mixte),
développement économique et tourisme

„Nantes ist nicht europäisch genug. Heute ist Nantes in Frankreich bekannt. Um diesen Bekanntheitsgrad auf europäischer Ebene zu erreichen, muss man auf einem anderen Niveau von vorne beginnen.“

Jean-Marc Devanne,
Directeur de l'office de
tourisme de Nantes Métropole

„Ich weiß nicht, ob Kultur die Öffnung von Nantes ermöglicht hat oder ob andere Elemente dazu geführt haben, dass Kultur leichter akzeptiert wurde. Beides hängt zusammen.“

Jean-Francois Gendron,
Président Chambre de Commerce et de
l'Industrie de Nantes (CCI)

In der Zeitschrift L'Entreprise belegt Nantes unter den gründungsfreundlichsten und innovationsfreudigsten Städten **Platz 2 im nationalen Vergleich**⁴¹. Übereinstimmend wird festgestellt, dass die Ausrichtung auf Kultur wesentlich am Wachstum und an der Wirtschaftskraft der Stadt sei.

Nantes: Ausblick

Nach Aussage der Experten ist der maßgebliche Einfluss der Kultur auf den Wandel der Stadt nicht mehr Gegenstand einer Kontroverse. Im Vordergrund stehe nun die Frage nach einer besseren **Platzierung im internationalen Kontext**, dies sei eine der wichtigen Aufgaben für die Zukunft. Der Diskurs wird durch qualitative Fragestellungen bestimmt, nicht mehr durch quantitative.

Auf der Ebene der Stadtplanung sind derzeit drei Großprojekte in Planung bzw. bereits in der Phase der Umsetzung:

1. Der **Bau eines zweiten Flughafens** und die avisierte Einbindung in das Netz der Niedrigpreis-Airlines, um die internationale Öffnung der Stadt voranzutreiben und verstärkt Touristen anzuziehen.
2. Der **Bau eines Einkaufszentrums** am Ufer der Loire im Innenstadtbereich, um u.a. eine bisher fehlende exklusive Shoppingmall einzurichten und die urbane Einbindung des Flusses weiter zu fördern.



Abb 27: Die Île de Nantes

„Die Herausforderung für die Zukunft ist, Kultur mit Wirtschaft und Sozialem zu verbinden.“

Jean-Louis Bonnin,
Conseiller Culturel du Maire,
Président de Nantes Métropole

3. Die Erweiterung der Innenstadt und der weitere Entwicklungsprozess auf der **Île de Nantes**, u.a. durch den Bau eines Zentrums für die Künste (Campus

⁴¹ Ballungsgebiete mit mehr als 500.000 Einwohnern. L'Entreprise Nr. 260, Oktober 2007, S. 112ff.

des artes), an dem Kunsthochschule, Medienakademie etc. um- und angesiedelt werden sollen, um den Kulturwirtschafts-Sektor weiter zu stärken.

Nantes: Projektbeispiele

Royal de Luxe – Machines de l'Île

Das Straßentheater Royal de Luxe, 1979 von Jean-Luc Courcoult gegründet, verlegte 1989 seinen Hauptsitz von Toulouse nach Nantes. Nachdem der Bürgermeister in Toulouse wiederholt jegliche finanzielle Unterstützung abgelehnt hatte, stellte Jean-Marc Ayrault, frisch gewählter Bürgermeister in Nantes, eine 10.000 m² große Halle zur Verfügung. Bereits ab 1991 sorgte das Projekt nun von Nantes aus international für Aufmerksamkeit und gilt heute mit seinen spektakulären Maschinenfiguren als eines der bekanntesten Straßentheaterprojekte weltweit.

© by Nautilus-Nantes



Abb 28: Der Grand Éléphant

2004 gründete der Konstrukteur der Maschinen, François Delarozière, ein eigenes Projekt, die Machines de l'Île, auf dem ehemaligen Werftengelände in Nantes. Der 2007 erstmals präsentierte „Grand Éléphant“ sorgte international für Schlagzeilen und gilt als eine der Hauptattraktionen der Stadt. Bisher besichtigten 500.000 Besucher die Werkstätten der „Machines“. Für 2011 ist ein weiteres spektakuläres Großprojekt auf der Île de Nantes geplant, ein begehbarer Baum, der Arbre aux oiseaux.

Estuaire

Das Projekt ist eine Freiluftausstellung zwischen Nantes und der an der Mündung gelegenen Partnerstadt St. Nazaire entlang der Loire mit Werken internationaler Künstler. Auf etwa 50 Flusskilometern werden von 2007 bis 2011 im zweijährigen Turnus jeweils 50 Arbeiten gezeigt, von denen sieben dauerhaft installiert werden. Der Auftakt im Sommer 2007 zog 760.000 Besucher in die Region und erreichte auf Anhieb eine durchweg positive Rezeption in der internationalen Fachpresse. Das Projekt hat eine Regionalentwicklungs-Zielstellung und kommuniziert dies auch offen.

„Nantes entwickelt sich seit den letzten Jahren. Aber es gibt noch viel zu tun.“

Jean-Francois Gendron,
Président Chambre de
Commerce et de l'Industrie
de Nantes (CCI)

„Die Politik suchte eine Idee für die Insel. Im Gespräch war der Bau eines Guggenheim Museums wie in Bilbao. Letztlich entschied sich Jean-Marc Ayrault für die Machines, weil es ein einzigartiges Projekt war und weil er Vertrauen in unsere Arbeit hatte“

François Delarozière,
Directeur artistique
La Machine, Nantes

„Die Machines setzen die Erinnerung an die Werften durch die für die Öffentlichkeit zugängliche Werkstattkomponente fort.“

François Delarozière,
Directeur artistique
La Machine, Nantes

„Das Projekt Estuaire hat eine doppelte Zielsetzung: dem Publikum Zugang zur zeitgenössischen Kunst zu verschaffen und sie das Mündungsgebiet der Loire neu entdecken zu lassen.“

Stanislas Mahé,
Metropolitan area project
manager Samoa, Île de Nantes

Schlaglicht Pittsburgh



Pittsburgh: Eckdaten und Indikatoren

Einwohner⁴²	1950: 677.000 2006: 312.000
Einw. Metropolregion⁴³	2006: 2.370.000
Arbeitslosenquote⁴⁴	1983: 15,7% 2007: 5,0%
Budget Cultural Trust	2007⁴⁵: 42,8 Mio. \$

Pittsburgh: Ausgangslage

cc BY Jim Orsini



Abb 29: Industriegelände, Pittsburgh

„Die Stadt sah damals ganz anders aus als heute. Der gesamte Downtown-Bereich war ein Industriegebiet mit Schienennetz, es gab dort nichts Attraktives. Als die Stahlindustrie zu verschwinden begann, fingen die Leute an festzustellen, dass ein kompletter Umbau nötig wurde. Ihnen wurde klar, dass sie etwas präsentieren müssen, was nicht nur sauber ist. Es müssen Anreize zum Bleiben geboten werden, denn die Leute können überall hingehen und leben.“

David Donahoe,
Executive Director Allegheny
Regional Assets District

Pittsburgh, ehemals wichtiger Standort für Glas- und Stahlindustrie, liegt am Zusammenfluss von Allegheny River und Monongahela River zum Ohio River im Bundesstaat Pennsylvania. Von den Experten wurden zwei wichtige Zäsuren in der jüngeren Entwicklung der Stadt benannt. Zum einen erfolgte aus der Situation einer starken industriellen Ausrichtung der Stadt zwischen den 1940er- und 1960er-Jahren die Erkenntnis, dass das Stadtgebiet durch die zunehmende **Verschmutzung** immer weniger attraktiv für bestehende und neue Unternehmen wurde. Zudem hatte Pittsburgh in der nationalen Wahrnehmung das **Image einer dreckigen Arbeiterstadt**. Die Vorstände der großen Industrieunternehmen beschlossen daraufhin, die Lebensqualität durch Gewässer- und Luftbereinigung zu verbessern, um Unternehmen und Führungskräfte in die Stadt zu ziehen und eine Regeneration zu ermöglichen. Kulturelle Aspekte im engeren Sinne spielten hier noch keine Rolle.

42 U.S. Census Bureau.

43 Ebenda.

44 Center for Social and Urban Research, University of Pittsburgh.

45 Selbstauskunft Pittsburgh Cultural Trust.

Der zweite Abschnitt begann Ende der 1960er-Jahre mit dem **Niedergang** der für die Ökonomie Pittsburghs fundamentalen **Stahlindustrien**. Der Tiefpunkt in den 1980er-Jahren war der Ausgangspunkt für eine Neuorientierung der Stadt. Nach Ansicht der Experten steht dabei die Wiederbelebung und Entwicklung des Downtown-Bereichs im Zentrum des Wandels.

Pittsburgh: Maßnahmen

Als zentraler Antreiber des Wandlungsprozesses ab Ende der 1960er-Jahre wird von den Experten die Heinz Foundation genannt, allen voran Henry John Heinz Sr., Erbe der 1869 in Pittsburgh gegründeten Heinz Company. Der Enkel des Firmengründers war davon überzeugt, dass die Wiedererrichtung eines Cultural Districts im ehemaligen Theaterviertel (Downtown) nötig war, um die Stadt neu zu beleben. Nachdem er auch die öffentliche Hand von seinen Plänen überzeugen konnte, begann er – unauffällig, um die Preise nicht in die Höhe zu treiben – dort Grundstücke aufzukaufen.

Nach dem Ankauf und der Sanierung der Symphony Hall (1967–71, heute Heinz Hall) und ersten Impulsen für eine Wiederbelebung der Stadt erfolgte 1984 die Gründung des Cultural Trust als eine Public-Private-Organisation, die sowohl kulturelle Projekte und Einrichtungen mit erheblichen finanziellen Mitteln förderte als auch Sanierungsvorhaben im Stadtbild unterstützte. Eine tragende Rolle bei der Integration der Interessensvertreter spielte dabei Carol Brown als Präsidentin zwischen 1986 und 2000. Heute arbeiten für den „Cultural Trust“ etwa 100 Personen mit einem Jahresbudget von 50 Millionen \$ (2006).⁴⁶

Zentrales Anliegen ist nach wie vor die **Wiederbelebung der Innenstadt**, es werden aber auch zahlreiche kulturelle Initiativen im Stadtgebiet, Bildungseinrichtungen und Maßnahmen zur Stadtentwicklung unterstützt. Ausgehend von der Sanierung der großen Institutionen im Cultural District – u.a. der Heinz Hall, des Benedum Centers for the Performing Arts und des Byham Theaters – sind bis heute ein gutes Dutzend weitere öffentliche Einrichtungen entstanden und es wurden zahllose kommerzielle und nichtkommerzielle Projekte unterstützt.

„Pittsburgh war in den 1960er-Jahren führend im urbanen Strukturwandel.“

Charles Landry,
Founder and Senior Partner of
Comedia

„Der Cultural Trust war eine Einheit, der die Leute zwang, an einen Tisch zu kommen. Du brauchst diese Einheit, in der die Leute ein gemeinsames Ziel haben und Dinge vorwärts bringen. Eine Sanierungsagentur und gleichzeitig eine kulturelle Organisation, das ist das besondere Merkmal.“

David Donahoe,
Executive Director Allegheny
Regional Assets District



© by Pittsburgh Symphony Orchestra

Abb 30: Die Heinz Hall im Cultural District, Downtown Pittsburgh



© by Bobak Ha'Eri

Abb 31:
Pittsburgh
Downtown und
der Point State
Park am Zusammenfluss von
Allegheny und
Monongahela

„Obwohl seit 1980 ein starker Wandel vollzogen wurde und die Stadt heute wunderschön ist, hält sich das Image der dreieckigen Arbeiterstadt noch in den Köpfen der Amerikaner. Man erlebt noch immer eine starke Überraschung bei den Besuchern.“

Philip Horn,
Executive Director Pennsylvania
Council on the Arts

Pittsburgh: Effekte

Pittsburgh wurde 2007 zur „**Most Livable City**“⁴⁷ in den USA ernannt, vor San Francisco und Seattle. Die **Lebensqualität** der Stadt insgesamt hat sich stark verbessert und auch das nationale Image Pittsburghs beginnt sich langsam positiv zu wandeln, was sich auch auf die ökonomische Entwicklung niederschlägt.



cc BY Nikki Spi

Abb 32: Pittsburgh Downtown

„Im Cultural District ist etwas los, aber es haut dich nicht um. Er hat alleine nicht genug Substanz. Man kann keinen Cultural District irgendwo hinstellen und erwarten, dass er die ganze Stadt verändert.“

John Craig,
ehem. Herausgeber der
Pittsburgh Post-Gazette

„Der beabsichtigte Effekt war, mehr Dauerbetrieb in Downtown zu haben. Aber stattdessen wurde eine Art rein-raus-Situation entwickelt. Die Leute kommen, parken, gehen ins Theater, gehen zurück zum Auto und fahren wieder.“

David Donahoe,
Executive Director Allegheny
Regional Assets District

„Was wir jetzt sehen ist eine Strategie der Diversifizierung. Es ist nicht mehr nur „hohe Kunst“, nicht mehr nur Symphonie, Ballett und Theater, sondern auch Jazz, Pop, kleinere Organisationen und junge Künstler. Die Strategie ist jetzt, das Publikum zu diversifizieren und die größere Basis zu verstärken.“

Prof. Dan Martin,
Director Institute for the
Management of Creative Enterprises,
Carnegie Mellon University Pittsburgh

Dennoch bleiben einige **nicht gelöste Probleme**. Trotz der privaten und öffentlichen Anstrengungen, Pittsburgh Downtown neu zu beleben, ist das Viertel nach wie vor stark fragmentiert und wird als Wohnviertel nicht im erhofften Ausmaß angenommen. Gastronomie und Freizeitangebote abseits der großen Veranstaltungshäuser sind aufgrund der **hohen Immobilienpreise** immer noch rar, so dass der Bereich überwiegend von Veranstaltungsbesuchern kurzfristig frequentiert wird. Dem Viertel hängt nach wie vor das Image an, gefährlich und verrückt zu sein.

Trotz der anhaltend rückläufigen demografischen Zahlen (die Bevölkerung hat sich seit den 1960er-Jahren nahezu halbiert), gilt Pittsburgh als eines der Zentren für nationale Firmensitze. Der Ballungsraum Pittsburgh erreichte im Ranking der besten Standorte für Unternehmensentwicklungen Platz neun hinter Seattle.⁴⁸

Pittsburgh: Ausblick

Als roter Faden durch die Expertenaussagen zieht sich die Schwierigkeit Pittsburghs, eine lebendige Kulturszene zu etablieren. Die Institutionen werden von der Bevölkerung gut angenommen, jedoch ist durch verschiedene Faktoren, wie Immobilienpreise und begrenztes Raumangebot, nicht die Impulswirkung entstanden, die erhofft wurde. Durch eine **Verbreiterung des kulturellen Angebotes** soll nun auch das Umfeld belebt werden. Die Entwicklung preiswerten **Wohnraumes** im Downtown-Bezirk wird von den Experten als zukünftiger Schwerpunkt genannt, dessen konkrete Umsetzung gegenwärtig diskutiert wird.

47 Savageau, David: PlacesRated Almanac. The Classic Guide for Finding Your Best Places to Live in America. Washington DC: 2007.

48 Vgl. Expansion Management, 15.08.2006.

Pittsburgh: Projektbeispiele

RAD-Tax, Regional Assets District

1993 beschloss der Verwaltungsbezirk Allegheny auf Anregung des Bürgermeisters von Pittsburgh, zukünftig 1% der Mehrwertsteuereinkünfte (sales tax) für kulturelle Zwecke zu binden (z.B. auch für Parks, Büchereien, Sport- und Bürgerstätten). Zu gleichen Teilen fließen die Mittel in die Regional- und in die Stadtentwicklung. Hintergrund war eine bis heute anhaltende Stadtflucht der Bürger, die ihren Wohnsitz aus der Stadt in das Umland verlegten. Durch das Gesetz wurde die Möglichkeit geschaffen, die städtischen Kulturangebote für die Einzugsgebiete aufrecht zu erhalten, ohne dass die subventionierenden Kosten ausschließlich zu Lasten der Gemeinde gehen.

„Die RAD-Tax war sicherlich ein großer Schritt. Es ist ein verbreitetes Problem, ein bisschen schwieriger hier. Die Stadt Pittsburgh ist relativ klein, also haben wir den Punkt viel früher getroffen. Die Leute kommen jetzt her und schauen sich an, wie wir das gemacht haben.“

Christopher Briem,
University Center for Social
and Urban Research,
University of Pittsburgh

Nine Mile Run Greenway

[Abb. 5.6.7] 1995 beschloss die Stadt, eine ehemalige Schlackenhalde der Stahlindustrie für den Wohnungsbau zu erschließen. Das stadtnah an einem Flussarm gelegene Areal sollte bereits in den 1920er-Jahren als Fläche für einen zu errichtenden Stadtpark genutzt werden, wurde dann aber von der Industrie aufgekauft. Nach Interventionen durch Initiativen, die den Aspekt der Renaturierung nicht genügend berücksichtigt sahen, wurden mehrere Millionen \$ zur Verfügung gestellt, um die Grünzone zu erhalten. Von 1996 bis 1999 arbeitete ein interdisziplinäres Team von Wissenschaftlern, Künstlern, Ingenieuren, Historikern und Stadtplanern in Zusammenarbeit mit der Carnegie Mellon University und unter großem Interesse der Bevölkerung an den Konzepten für die Renaturierung des Areals. Nach einigen erfolgreich abgeschlossenen Etappen ist das Projekt nun durch den Bau einer Schnellstraße bedroht, der zurzeit diskutiert wird.

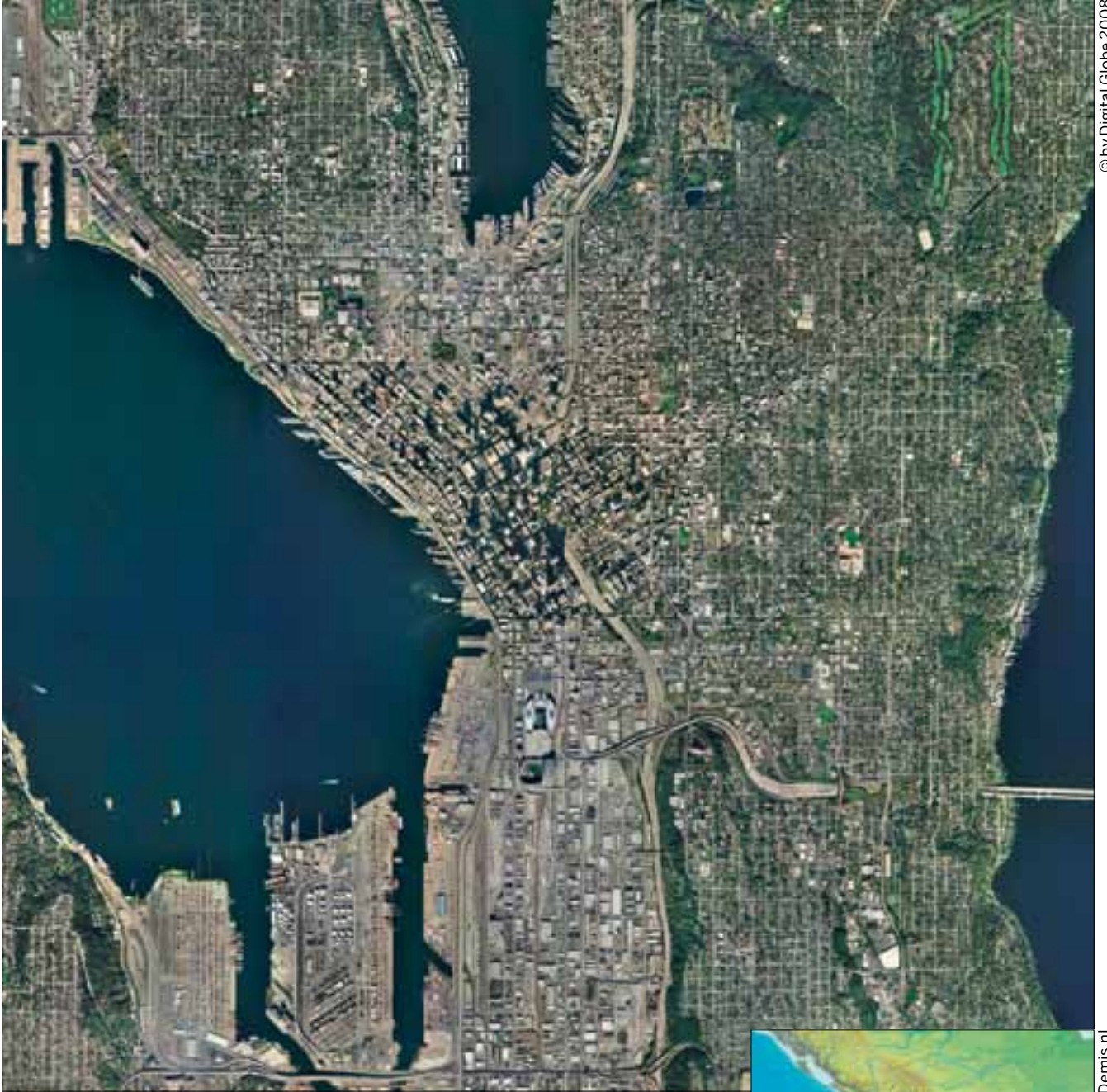


Abb 33: Ehemalige Schlackenhalde der Stahlindustrie

„Es war den Idioten erlaubt worden, innerhalb der Stadtgrenzen ein wunderschönes Flusstal mit Schlacke zu füllen. Als dann Wohnungen geplant wurden und sie den Fluss begraben wollten, haben wir mit dem Projekt angefangen. So sind wir Verwalter der Grünfläche geworden.“

Prof. Bob Bingham,
College of Fine Arts, Carnegie
Mellon University Pittsburgh,
Co-Director Nine Mile Run
Greenway Project

Schlaglicht Seattle



Seattle: ausgewählte Eckdaten und Indikatoren

Einwohner⁴⁹	2006: 582.000
Arbeitslosenquote⁵⁰	2005: 4,9%
Creative Vitality Index⁵¹:	Seattle mit 5,48 (2003), 5,17 (2004) und 5,30 (2005) Punkten über dem landesweiten Durchschnitt von 1.
Investitionen Kulturbauten⁵²:	2 Milliarden \$ in den letzten 20 Jahren

Seattle: Ausgangslage

„Es hat mit einer Stadt angefangen, die einen Minderwertigkeitskomplex hatte, weil sie in den Augen des restlichen Landes nicht so groß und wichtig war, wie sie es gerne gewesen wäre.“

David Brewster,
Gründer und ehem. Herausgeber
Seattle Weekly

„Seattle ist eine isolierte Gemeinschaft an der oberen linken Ecke des Globus und hat all die natürlichen Bestrebungen einer Mittelklassegesellschaft: Die Stadt wollte eine Stadt erster Klasse sein, respektiert und anerkannt auf nationaler Ebene. Sie wollte ihrer Bevölkerung die Qualität an Erfahrungen bieten, wie andere Städte das taten.“

Peter Donnelly,
ehem. Director
ArtsFund Seattle

„Ich schreibe die Anfänge der Kulturlandschaft von Seattle einer Anzahl reicher, intelligenter Leute zu, die entschlossen waren, die Stadt groß zu machen.“

Speight Jenkins,
General Director
Seattle Opera

„Es gibt in Seattle mehr Buchläden pro Kopf als in irgendeiner anderen Stadt im Land. Die Art der Geschäfte, die Art der Arbeit in Seattle tendiert dazu, gebildete Leute anzuziehen.“

Speight Jenkins,
General Director
Seattle Opera



cc BY Harry Teng

Abb 34: Skyline Seattle

Bereits 40 Jahre nach der Gründung 1869 richtete Seattle seine erste **Weltausstellung** aus (1909). Dieses Sendungsbewusstsein und der Wille, groß zu sein und zu wirken begleitet bis heute die Geschichte der Stadt, die im Gegensatz zu vielen europäischen Metropolen erst auf eine kurze Geschichte zurückblickt.

Die zweite Weltausstellung 1962 sollte ein Signal für die „**Modellstadt der Moderne**“ setzen und wurde von allen Experten als initiiertes Ereignis für die kulturelle Entwicklung Seattles genannt. Mit dem Fokus auf den Wissenschaften und futuristischen Visionen einer künftigen Lebenswelt baute die Stadt auf ihrem herausragenden **universitären Potenzial** auf und platzierte sich auf der Landkarte der internationalen Aufmerksamkeit.

Auffällig in den Experteneinschätzungen zur Entwicklung von Seattle ist dabei der vergleichende Blick der Stadt nach außen und das **Kopieren von Zutaten**,

49 Seattle Government.

50 U.S. Bureau of Labour.

51 Creative Vitality Index City of Seattle, 2005 Update, März 2007.

52 Gespräch mit Peter Donnelly, 20.09.2007.

die es für eine Großstadt braucht. So wurde im zeitlichen Umfeld der Weltausstellung eine ganze Reihe von großen kulturellen Institutionen der Stadt „hinzugefügt“ (u.a. Pacific Science Center 1962, Seattle Opera 1963), überwiegend finanziert von privaten Sponsoren und Mäzenen⁵³. Im gleichen Zeitraum gründeten sich diverse Initiativen (u.a. METRO, Forward Thrust), die **stadtentwickelnde Zielsetzungen** hatten und Projekte finanzierten wie z.B. die Säuberung des Lake Washington, die Errichtung von Parks, Stadien und anderen Freizeiteinrichtungen, sowie die Entwicklung der Universitäten. Die Fokussierung auf Wissenschaften, Kultur und Innovation führte auch dazu, dass sich der **Bildungsstand** und die Lesefreudigkeit der Bürger weit über den US-amerikanischen Durchschnitt entwickelte und die Stadt eine starke Anziehung auf Kreative hat. Trotz einer wirtschaftlichen Krise zu Beginn der 1970er-Jahre (zwischen 1967 und 1971 musste der größte Arbeitgeber Boeing vorübergehend über 60.000 Arbeitsplätze in der Stadt abbauen) erholte sich die Wirtschaft rasch, auch durch die Entwicklung der IT-Branche in den 1990er-Jahren. Zu den bekanntesten Unternehmen zählen heute Microsoft, Amazon, Starbucks und Boeing.

Seattle: Maßnahmen

cc BY Go Card USA



Abb 35: Das neue Gebäude des Experience Music Project (EMP) und die Space Needle von 1962

In den letzten zwölf Jahren gab es einen Boom bei der Errichtung neuer Gebäude für **Kulturinstitutionen**. Insgesamt wurden etwa zwei Milliarden \$ aufgewendet, u.a. für den Bau der „Seattle Symphony“ (1998), des „Experience Music Project“ (2000), der neuen „Public Library“ (2004) und ihrer Zweigstellen, sowie für das jüngste Park-Projekt „Olympic Sculpture Park“ (2007). Viele der architektonischen Maßnahmen wirken als symbolträchtige und medienwirksame **Verstärker vorhandener Po-**

tenziale der Stadt, u.a. im Bereich der Bildung und der Musik. Sie zeigen eine intelligente Vermarktung der identifizierten eigenen Stärken.

Das traditionell starke Bürgerinteresse an den Prozessen städtischer Entwicklung führt zu einem großen **Engagement** in diversen Diskussionspanels und schafft für die daraus hervorgegangenen Projekte eine hohe Akzeptanz und Identifikation. Im Umkehrschluss blieben jedoch einige Probleme der Stadt (z.B. im Bereich des Verkehrs) bisher ungelöst, weil sich im fortdauernden Diskussionsprozess keine beschlussfähigen Mehrheiten bilden konnten.

Ergänzend erwähnt werden muss, dass aufgrund des jungen Alters der Stadt ihre Entwicklung noch als kohärent und kontinuierlich wahrgenommen wird und nicht die für z.B. europäische Städte typischen historischen Zäsuren aufweist.

„Es ist interessant, dass die Stadt die wirtschaftlich schlimmste Zeit gewählt hat, um zu sagen: Wir müssen etwas tun, wir müssen in Kultur investieren.“

Michael Killoren,
Director Seattle Office of
Arts & Cultural Affairs

„Wenn man eine gut ausgebildete Arbeiterschaft hat, will man logischerweise qualitativ hochwertige künstlerische und kulturelle Angebote.“

Michael Killoren,
Director Seattle Office of
Arts & Cultural Affairs

„Seattle ist eine Stadt, die an „Museumskultur“ glaubt, anstatt an das, was man „generative“ Kunstkultur nennt.“

David Brewster,
Gründer und ehem. Herausgeber
Seattle Weekly

„Kulturelle Organisationen in Seattle haben sehr große Budgets, in der 10–20-Millionen-Dollar-Riege. Sie sind sehr von Einnahmen und Spenden abhängig, weil es kaum öffentliche Gelder und Stiftungsgelder gibt, das lässt nicht viel Spielraum fürs Scheitern und macht sie risikoscheu.“

David Brewster,
Gründer und ehem. Herausgeber
Seattle Weekly

„Meines Wissens hatten wir nie einen Masterplan. Ich denke, die Stadt entdeckte in den 1960er-Jahren, dass es ein gemeinsames Interesse daran gab, eine „Kunstbasis“ aufzubauen. Wir wollten alle Kunstformen repräsentiert haben.“

Peter Donnelly,
ehem. Director
ArtsFund Seattle

53 Das Mäzenatentum ist in den USA im Vergleich zu Europa sehr stark ausgeprägt, weil sich der Staat kaum im Kulturbereich engagiert.

„Seattle ist immer in den Top Ten von Amerikas kreativsten Gemeinden.“

James Kelly,
Executive Director 4Culture,
Seattle

„Ich denke, die Beteiligung von Künstlern an allen städtischen Bauvorhaben bringt die Kultur immer wieder ins Spiel. Das ist ziemlich wichtig. Künstler helfen der Stadt, sensibler mit den Bürgern umzugehen und gesunde Vernunft in Gebäude und in die Stadt selbst einzubringen. Seattle bezieht Künstler in vielfältige Entscheidungsprozesse ein.“

Nori Sato,
Künstlerin, ehem. Mitglied
Seattle Arts Commission,
Mitglied Seattle Design Commission
& Public Art Network Council

„Die kleinen und mittelgroßen Organisationen sind eine aussterbende Gattung. Wir müssen beim zunehmenden Mangel an erschwinglichen Räumen für Künstler bald etwas unternehmen, sonst werden wir zu einer Stadt, in der Künstler es sich nicht mehr leisten können, zu leben.“

Michael Killoren,
Director Seattle Office of
Arts & Cultural Affairs

„Die Verlockung in der Politik ist groß, das Geld in ein Gebäude zu stecken. Aber beständige Subventionierung für den eigentlichen Betrieb zu liefern, ist wesentlich schwieriger, weil es dafür keine Lorbeeren gibt.“

David Brewster,
Gründer und ehem. Herausgeber
Seattle Weekly

„Die Realität ist, dass viele Organisationen in Defizite abdriften, viele haben Probleme, die Gehälter zu bezahlen. Auf der offiziellen Seite ist immer alles positiv, aber hinter den Kulissen herrschen Angst und Sorge.“

James Kelly,
Executive Director 4Culture,
Seattle

Seattle: Effekte

Seattle gilt heute als **das kulturelle Zentrum im Nordwesten** der USA und ist international als Brutstätte für Rock- und Avantgardemusik bekannt. Durch die Einbindung der Öffentlichkeit in Entscheidungsprozesse ist eine hohe Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt entstanden, die auch nach außen Signalwirkung hat. Mehrfach wurde Seattle im nationalen Vergleich als Stadt mit der höchsten Lebensqualität ausgezeichnet. Die Investitionen in den Bau von **symbolträchtigen Aushängeschildern** kultureller Institutionen haben zu einem positiven Image Seattles geführt, das eine hohe Anziehungskraft für Unternehmer, Kreative und Künstler ausübt. Zwischen dem umfassenden Angebot der „High-End-Kultur“ und dem kreativen Nährboden **fehlt Seattle allerdings die Mitte**, wie viele der Experten konstatieren. Die Bestrebung, von allem nur das Beste und Größte in der Stadt zu haben, hat zur Folge, dass viele mittelgroße Institutionen (Theater, Kammerorchester etc.) als Orte des Experimentierens zu verschwinden drohen. Zudem sind durch das rasche Wachstum und den durch die Topographie der Stadt bedingten Mangel an Fläche die Immobilienpreise im Innenstadtbereich sehr hoch, was das kulturelle Angebot zusätzlich monokultiviert und die Ticketpreise hoch treibt.

Seattle: Ausblick

Das Interesse der Stadt ist groß, neben dem erstklassigen Angebot an Hochkultur auch die kleineren und mittelgroßen Organisationen, Gruppen und Veranstaltungsorte zu unterstützen und ihnen Räume zur Verfügung zu stellen.



© by Seattle Theatre Group

Abb 36: Das Seattle Paramount Theatre

Zudem heben die Experten hervor, dass die größte Aufgabe der Stadt in Zukunft sein wird, das bestehende **Angebot aufrecht zu erhalten**. Die schnell errichteten und imposanten Kulturbauten müssen nachhaltig bespielt und in eine Phase des Wachstums und der stetigen Weiterentwicklung überführt werden. Dennoch werden weiterhin Großprojekte durchgeführt, z.B. die Erweiterung des Seattle Art Museum.

Seattle: Projektbeispiele

Public Library

Mitte der 1990er-Jahre fiel die Entscheidung, das bereits gut ausgebaute Bibliothekensystem zu modernisieren. Nach einer Bürgerbefragung wurden die

© by Seattle's Convention & Visitors Bureau



Abb 37: Das neue Zentralgebäude der Seattle Public Library, entworfen von Rem Koolhaas

dafür vorgesehenen Mittel erheblich aufgestockt und dem Bildungsschwerpunkt Seattles ein architektonisches Symbol gesetzt. Neben dem von Rem Koolhaas entworfenen Neubau der Zentralbibliothek (2004) wurden auch viele der zahlreichen Stadtteilbüchereien modernisiert. Unter hoher Bürgerbeteiligung konzipiert, wird die Einrichtung viel frequentiert und gilt inzwischen als eines der architektonischen Aushängeschilder der Stadt.

Public Art Program

Seattle war 1973 eine der ersten Städte in den USA, die mit dem Public Art Program festlegte, dass 1% der öffentlichen Gelder für jegliche städtische Bauvorhaben in Kunst im öffentlichen Raum zu investieren sei. Seit kurzem wird zusätzlich über eine Mehrwertsteuererhöhung von 0,1% im gesamten Steuerdistrikt nachgedacht, deren derzeitig geschätzte Erlöse von etwa 90 Millionen \$ zur Gänze für Kulturprojekte verwendet werden sollen.⁵⁴

Seattle Art Museum / Olympic Sculpture Park

Mit der 184 Millionen \$ teuren Erweiterung des 1933 errichteten Seattle Art Museum steht seit 2007 eine um mehr als zwei Drittel größere Ausstellungsfläche zur Verfügung. Zusätzlich wurde am Ufer des Lake Washington ein Skulpturenpark errichtet, der neben der städtischen Einbeziehung der Waterfront auch Kunst weiter ins Bewusstsein der Bürger und der Stadt rücken soll.

„Wir haben viel Aufmerksamkeit bekommen und sind eine der größten Touristenattraktionen in Seattle. Auf lokaler Ebene war das durchaus Teil einer Strategie. Das wir auch international so viel Aufmerksamkeit bekommen, war und ist ein glücklicher Umstand.“

Deborah L. Jacobs,
Head of Seattle Public Library

„Das Public Art Program ist sehr wichtig. Es hat Millionen von Dollar für Aufträge an Künstler produziert.“

Peter Donnelly,
ehem. Director
ArtsFund Seattle

„Vor zehn Jahren war das neue Symphoniegebäude das große Wahrzeichen, vor fünf Jahren war es die Bücherei, dieses Jahr ist es das Seattle Art Museum und der Olympic Sculpture Park. Es ist eine lange Liste, es kommt nur darauf an was das Neueste ist.“

Michael Killoren,
Director Seattle Office of
Arts & Cultural Affairs

Überblick der untersuchten Beispiele

Bilbao → Aufmerksamkeit erzeugen

Motivation

- ✓ auf der Landkarte erscheinen
- ✓ Attraktivität für Touristen / Investoren steigern

Fokus

- ✓ ökonomische Neuaufstellung
- ✓ Imagebildung und Tourismus

Maßnahmen

- ✓ Infrastruktur
- ✓ Museumsbau
- ✓ Marketing

Glasgow → Imagewandel

Motivation

- ✓ positive Innen- und Außenwahrnehmung schaffen

Fokus

- ✓ Stadtbild
- ✓ kulturelles Angebot

Maßnahmen

- ✓ Kulturstadt Europas
- ✓ Events
- ✓ Restaurierung des Stadtbilds

Newcastle und Gateshead → Stolz schaffen

Motivation

- ✓ Steigerung der Attraktivität nach innen und außen

Fokus

- ✓ Stimmungswechsel der Bevölkerung

Maßnahmen

- ✓ Auf-/Ausbau von Kultureinrichtungen
- ✓ Events mit internationaler Ausstrahlung
- ✓ Marketing

Lille → Bürgerbeteiligung fördern

Motivation

- ✓ Rückstand aufholen
- ✓ Imagebildung
- ✓ regionales Zentrum schaffen

Fokus

- ✓ regionale Besonderheiten stärken
- ✓ Bürger aktivieren

Maßnahmen

- ✓ Kulturhauptstadt
- ✓ Events und Medialisierung

Nantes → Lebendigkeit entwickeln

Motivation

- ✓ Identifikation stärken
- ✓ Nachhaltigkeit
- ✓ Substanz bilden

Fokus

- ✓ gesamtheitliche Stadtentwicklung
- ✓ emotionaler Wiederaufbau

Maßnahmen

- ✓ Konsensbildung
- ✓ Events
- ✓ Aufbau eines „kulturellen Ökosystems“

Pittsburgh → Lebensqualität steigern

Motivation

- ✓ Attraktivität herstellen

Fokus

- ✓ Wiederbelebung der Innenstadt

Maßnahmen

- ✓ Kulturangebot
- ✓ Renaturierung

Seattle → Stärken stärken

Motivation

- ✓ Aufzeigen, dass die Region über überdurchschnittlich hohe Bildung verfügt

Fokus

- ✓ der Gemeinschaft etwas zurückgeben
- ✓ Bevölkerung mitnehmen, public pride

Maßnahmen

- ✓ Sichtbarmachen des Bildungsstandortes

5. Analyse

Vergleichbarkeit

Bei der Untersuchung der verschiedenen Beispiele tritt zunächst eine grundlegende **Problematik in der Vergleichbarkeit** hervor: Zum einen sind die Beispiele untereinander für eine Gesamtschau und Mustererkennung zu unterschiedlich in den grundsätzlichen **strukturellen und kulturellen Voraussetzungen**, Konstellationen und Problemstellungen. Zum anderen stellt sich diesbezüglich die Frage nach einer Übertragbarkeit auf das Land Nordrhein-Westfalen.

So lassen sich zwar für einzelne Merkmale und Besonderheiten der untersuchten Beispiele Schnittmengen mit Städten in Nordrhein-Westfalen finden. Durch das Zusammenwirken der unterschiedlichen Parameter kann jedoch schon eine minimale Abweichung bei den Voraussetzungen entscheidend für die spezifische Charakteristik des Wandlungsprozesses und der herausgebildeten Stadtidentitäten sein. Zudem sind die untersuchten Prozesse in hohem Maße abhängig von spezifischen historischen, politischen, soziologischen, gesellschaftspsychologischen, demographischen und topographischen Besonderheiten. Die **Zusammenhänge von Stadt, Metropolregion und nationalen Besonderheiten** bilden bei allen untersuchten Beispielen den kontextuellen Hintergrund, vor dem eine Untersuchung der dieser Recherche zugrunde liegenden Fragestellungen überhaupt erst stattfinden kann.

cc BY USIGIS



Aus diesen Gründen warnen alle Experten der untersuchten Beispiele vor der Erstellung einer wie auch immer gearteten Maßnahmenfolie mit dem Ziel einer 1:1-Übertragung auf Nordrhein-Westfalen.

Am Beispiel der Stadt Nantes soll anhand ausgewählter historischer und politischer Voraussetzungen das Alleinstellungsmerkmal und das Zusammenwirken der Faktoren exemplarisch verdeutlicht werden.

Verdeutlichung der Kontextabhängigkeit am Beispiel Nantes

historischer Kontext Nantes

- religionsgeschichtlicher Hintergrund (Toleranzedikt)
- Sklavenhandel
- Seehandel
- Schnittstelle zwischen Festland und Ozean
- Zusammenwirken von Einflüssen aus dem französischen und englischen Kulturraum in der Region

politischer Kontext Nantes

- zentralistische Strukturen
- politische Konstanz (mehr als 20 Jahre der gleiche Bürgermeister)
- Tradition des Zusammenwirkens unterschiedlicher Interessensgruppen und der Konsensfindung („Jeu à la Nantaise“)

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass bei genauerer Betrachtung der Rahmenbedingungen eine **Übertragbarkeit und Vergleichbarkeit nicht gegeben** ist, da sich die Spezifik und Kontextualität der Beispiele durch die Summe der individuellen Details ergibt. Zusammenfassend lässt sich daher feststellen, dass ähnliche Ausgangslagen (z.B. in Bezug auf Deindustrialisierung) bei vertiefender Betrachtung im Detail zu verschieden sind, um sie miteinander in Bezug auf die Wirkung von Maßnahmen zu vergleichen. Alle Experten heben hervor, dass Beispiele nützlich als Anregungen sein können, sich aber nicht zum Kopieren eignen.

Studien und Daten

Die befragten Experten weisen darauf hin, dass **keine objektiven und unabhängigen Studien** vorhanden sind. Jede Studie wurde nach Ansicht der Interviewpartner vor dem Hintergrund einer spezifischen Sichtweise, einer fachlichen Fokussierung oder einer Beauftragung durch einzelne Interessengruppen erstellt. Die „Geschichte“ des Strukturwandels ist, je nachdem wer sie erzählt, eine andere. Auch das vorhandene Datenmaterial wird von den Experten in seiner Aussagekraft infrage gestellt, da in vielen Fällen unterschiedliche Daten im Argumentations- und Legitimationszusammenhang genutzt werden.

Öffentlich kommunizierte **Gesamtstrategien** erwiesen sich im Gespräch mit den handelnden Personen oft als **nachträglich konstruiert und definiert**, um Erfolgsgeschichten zu produzieren und sie besser vermarkten zu können.

Die vorliegende Untersuchung stützt sich daher im Wesentlichen auf die Aussagen der handelnden Personen und Experten sowie auf die Gegenüberstellung und Analyse ihrer Aussagen.

Trotz der grundlegenden Schwierigkeit einer Übertragbarkeit lassen sich aus der Untersuchung der Beispiele einige **elementare Leitfragen und angewandte Strategien** extrahieren, die von Nutzen für den Prozess in Nordrhein-Westfalen sein könnten.

Leitfragen

- Was sind die Rollen von „Stimmung“ und anderen weichen Faktoren? In welchem Maße wurden sie berücksichtigt?
- Gibt es gemeinsame Regeln im Vorgehen?
- Gibt es Gemeinsamkeiten bei den Ausgangssituationen und den Erfolgsvoraussetzungen?
- Welches sind die herausragenden individuellen Besonderheiten?

Identifizierte Themenfelder und „Theories in use“

Die soziale und psychologische Dimension

Zentrale Punkte dieser Dimensionen sind die Innen- und die Außenwahrnehmung der Stadt, **Stimmung und Image**. Die entscheidende Frage ist hier, ob zunächst die zu verändernde „Stimmung“ in der Stadt Ziel der Maßnahmen ist, oder die Außenwahrnehmung, das Image. In den untersuchten Beispielen zeigte sich, dass es zunächst einen Stimmungswandel bei den Einwohnern hervorzubringen galt, da dieser auf die Konstruktion eines neuen Images unterstützend einwirken sollte. Als Beispiel ist die 1983 in Glasgow durchgeführte Kampagne „Glasgow´s miles better“ zu nennen, die ein wichtiger Schritt zu Beginn des Veränderungsprozesses war, da sie die Wahrnehmung der eigenen Stadt durch die Einwohner stark positiv veränderte.

Eine weitere Maßnahme, die auf die Stimmung in der Stadt einwirkt, ist die grundlegende Verbesserung der **Lebensqualität**. So waren zum Anfang des Wandlungsprozesses das Reinigen der Gewässer und Flüsse sowie ihre Integration ins Stadtbild in allen Beispielen von entscheidender Bedeutung. Die Renaturierung der Gewässer, von reinen Verkehrswegen der Industrie hin zur Wiederentdeckung als Potenzial für neue Lebensräume, brachte den Städten eine höhere Qualität der Lebensumwelt.

Eine Verbesserung der Stimmung durch Marketingkampagnen und/oder eine höhere Lebensqualität gilt nach Aussage der Experten in den identifizierten Städten als **Basis des Strukturwandels**.

Am Beispiel von Newcastle und Gateshead wird deutlich, wie entscheidend bestimmte **Momente** und daraus resultierende Geschichten („**Storytelling**“) sein können.

Die Fertigstellung des „Angel of the North“ fiel zeitlich mit einem wichtigen Erfolg der Fußballmannschaft von Newcastle zusammen. Dank dieses zufälligen Moments und einer spontanen Marketingaktion (die Produktion und Distribution von 50.000 T-Shirts, die beide Ereignisse in Verbindung setzten) gilt er seither als Symbol der Stadt. So können diese gemeinsam erlebten Momente den Menschen ein Gefühl der Zusammengehörigkeit geben und zu einem positiven Stimmungswandel beitragen.

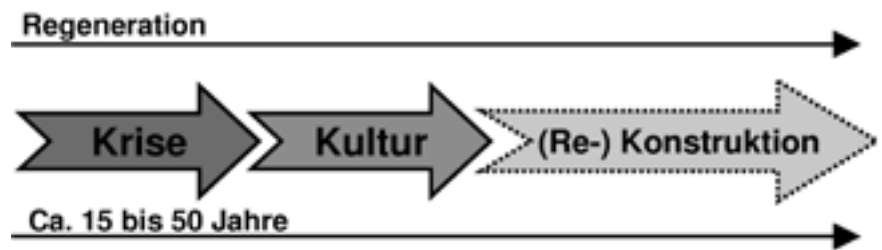
Die zeitliche Dimension

Die Kommunikation und Vermittlung einer **langfristigen Planung** und Strategie für den Regenerationsprozess war in allen Städten ein erster Schritt des Strukturwandels, so dass alle weiteren Diskussionen, Entscheidungen und Projekte an diesem langfristigen Ziel ausgerichtet werden konnten.

Dabei spielte es eine zentrale Rolle, welche Schrittfolge bei der Umsetzung der Maßnahmen festgelegt wurde. Um einen koordinierten **Rhythmus** der Maßnahmen zu erreichen, wurde eine zeitliche Abstimmung der Schritte in der Planung berücksichtigt. Dennoch wurde darauf geachtet, dass eine flexible Reak-

tion auf unvorhersehbare Ereignisse stets gewährleistet blieb. Das Warten und die Suche nach einer günstigen Gelegenheit und den rechten Augenblick („**Kairos**“) um Maßnahmen in den Prozess einzubringen, spielten in allen Beispielen eine tragende Rolle.

In den untersuchten Städten zeigte sich, dass sofort nach der ökonomischen Krise eingeleitete Schritte, wie etwa die sofortige Ansiedlung neuer Industrien, eine hohe Möglichkeit des Scheiterns beinhalten, da der Bevölkerung keine Zeit zur Regeneration gegeben wurde. Daher wurde in vielen Fällen zunächst versucht, einen Stimmungswandel in der Bevölkerung zu erreichen, bevor die physische Rekonstruktion der Region angegangen wurde. In dieser „Erholungsphase“ können Investitionen in den kulturellen Sektor einen entscheidenden Beitrag zur Stabilisierung leisten.



© Creative Business Consult

„Zukunft durch Herkunft“

Übereinstimmend ging aus allen Interviews hervor, dass die Neuausrichtung der Städte in den kulturellen Wurzeln, Besonderheiten und Traditionen ihrer Regionen verankert sein sollte. Die kulturelle Identität mit allen Stärken und Schwächen wurde als Chance erkannt und sollte als zukünftiges Potenzial kultiviert und genutzt werden.

Grundlegende Gemeinsamkeiten

Grundlegende Gemeinsamkeiten, die als Basis für einen erfolgreichen Strukturwandel gelten können, sind die Beachtung der Herkunft sowie der **regionalen Besonderheiten** und Traditionen. Diese machen im globalen Standortwettbewerb der Städte den nicht kopierbaren Unterschied aus: die **Einzigartigkeit der Region**. Die Ausrichtung am globalen Wettbewerb und dessen Erfordernissen sowie die Positionierung am Markt erfolgen im Wissen um die eigenen, spezifischen Alleinstellungsmerkmale und die lokalen Besonderheiten. „Glokalisierung“ ist das Stichwort, unter dem diese Strategie derzeit diskutiert wird.

Ein **langfristiger Entwicklungsplan** und die Nachhaltigkeit der Maßnahmen sind eine weitere Verbindung zwischen den Städten. So wurde des Öfteren betont, erst am Anfang des Wandels zu stehen und dass die bisher erreichten positiven Effekte wenig über den eventuellen Erfolg der Gesamtstrategie bezüglich des Strukturwandels aussagen. Ebenso wurde übereinstimmend die Wichtigkeit einer **langfristigen Finanzierung** von Programmen und Maßnahmen im Wandlungsprozess genannt, um nachhaltige Effekte zu generieren.

Weiterhin ist den Beispielen die Platzierung von „**Leuchttürmen**“ gemein, welche in Form von Events (Glasgow, Lille), oder in Form von Bauwerken (Bilbao, Seattle) in Erscheinung treten können. „Leuchttürme“ stehen als Symbol, Marke oder Signal für eine Neuausrichtung der Stadt und können Initiator und Kommunikationsmittel für einen Stimmungswandel in der Bevölkerung, wie auch für den Aufbau eines neuen Images sein. Sie können die Städte wieder zurück auf die Landkarte nationaler und internationaler Aufmerksamkeit bringen.

Weitere Erfolgsvoraussetzungen

Neben den oben genannten Gemeinsamkeiten ist eine Kooperation mit **lokalen Experten** und Profis als Notwendigkeit festzuhalten, um Potenziale und regionale Möglichkeiten auszuschöpfen. Darüber hinaus wurde eine im zweiten Schritt erfolgende Einbeziehung von internationalen Fachkräften als wichtige Maßnahme im Prozess des Wandels genannt. Dazu zählt auch die **Vernetzung** der unterschiedlichen Akteure zu Beginn des Prozesses. Die Verzahnung verschiedener politischer Ebenen sowie die fachübergreifende Koordination der Arbeit der Entscheidungsträger aus Stadt-, Verkehrs- und Wirtschaftsplanung, dem Tourismusgewerbe bis hin zu Interesseninitiativen der Bevölkerung wurde professionell umgesetzt. Die Akteure wurden aktiv in den Prozess eingebunden, so dass die Maßnahmen auf der Basis eines breiten Konsenses umgesetzt werden konnten.

Die **transparente, authentische Kommunikation** und die Vermittlung an eine breite Öffentlichkeit wird als weitere Erfolgsvoraussetzung identifiziert. Diese Maßnahme stellt sicher, dass sich die Bevölkerung eingebunden fühlt und sie aktiv Maßnahmen mitgestalten kann. Diese können Architekturausstellungen sowie Diskussions- und Informationsveranstaltungen zu geplanten Maßnahmen sein.



Rolle und Funktion der Kultur im Wandlungsprozess

Die Kultur und die Investitionen in den kulturellen Sektor nehmen in den Beispielen verschiedene Rollen ein. Es lassen sich jedoch folgende Eigenschaften verdichten. Kultur wirkt als:

- Verstärker
- Kristallisationspunkt
- Treiber und Transporteur
- Verständigungsmittel
- sozialer Kitt

Kultur ist dabei zugleich Ressource, Begleiter und Ergebnis des Strukturwandels.

6. Fazit

Vorbemerkung

Zunächst ist festzustellen, dass nach der Befragung der Experten die **Aussagekraft von vorhandenen Studien und vorliegendem Datenmaterial angezweifelt werden muss**. Nahezu alle Interviewpartner wiesen als Insider der Prozesse darauf hin, dass die nach außen kommunizierten Fakten und Erfolgsgeschichten oftmals stark gefärbt sind durch die Absichten und Botschaften, die nach außen getragen werden sollten. Unabhängige Studien und „harte Daten“ existieren nach Einschätzung der Experten nicht.

Die vorliegende Untersuchung stützt sich daher im Wesentlichen auf die durchgeführten **Interviews mit lokalen und globalen Experten und Insidern**. Durch quantitative (z.B. Mehrfachnennungen) und qualitative Analysemethoden (z.B. Widersprüche) wurde versucht, der „Wahrheit“ möglichst nahe zu kommen. Dennoch muss darauf hingewiesen werden, dass die Darstellung von prozesshaften Zusammenhängen in hohem Maße abhängig ist vom eingenommenen Blickwinkel und der Interpretation von Informationen. Diese Untersuchung bildet trotz aller Bemühung um Objektivität dabei keine Ausnahme.

Vergleichbarkeit

Aus der Analyse der Beispiele wurde deutlich, dass alle untersuchten Städte jeweils spezifische Ausgangslagen, Maßnahmenkataloge und Strategien aufweisen. Die hier aufgenommenen Hinweise zu wiederkehrenden Problemstellungen, Lösungswegen und ihren jeweiligen Grundvoraussetzungen sind vor diesem Hintergrund zu betrachten. Alle **Experten warnen vor einer Übertragung und vor einem Kopieren** von Beispielen. Es wird jedoch übereinstimmend darauf hingewiesen, dass das Studieren von Beispielen ein guter Weg sei, sich **anregen** zu lassen und andernorts gemachte Fehler zu vermeiden.

Die Rolle von Kultur in Prozessen des Wandels

Die Funktion von Kultur bei den untersuchten Beispielen wird übereinstimmend als **tragend** für die Prozesse des Strukturwandels bewertet. Die Experten stimmen darin überein, dass Kultur allein **nicht** in der Lage sei, einen Wandel herbeizuführen. Kultur ist kein „Instrument“, das durch bestimmte Maßnahmen bestimmte Wirkungen im Sinne einer Kausalität zu erzielen vermag. Sie ist jedoch unerlässlich als **verbindendes Element**, ist **identifikationsstiftend** und vermag eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen in der Wahrnehmung zu etwas Zusammenhängendem zu machen. Kultur ist in hohem Maße identitätsbildend und **sinnstiftend** und ist damit nach Meinung der Experten für das Gelingen städtischer und generell sozialer Wandlungsprozesse unabdingbar.

In der Gesamtschau der untersuchten Beispiele wird deutlich, dass es einen Scheitelpunkt zu überwinden gilt, jenseits dessen eine Reihe von nebeneinander existierenden kulturellen Phänomenen zu einer „kritischen Masse“ wird, die durch Synergien eine **Eigendynamik** entwickelt, **kristalline Prozesse** in Gang setzt und dadurch eine Stadt nachhaltig von innen heraus verändern kann.

Kultur wird im Kontext der hier untersuchten Beispiele als integraler Bestandteil eines Zusammenwirkens verschiedener Faktoren verstanden, z.B. auch von infrastrukturellen und stadtplanerischen Komponenten .

Spricht man von Kultur als Motor des Wandels, muss man nach Auffassung der befragten Experten im Hinblick auf die Ergebnisse der untersuchten Beispiele präzisieren, dass Kultur entscheidend für die Funktion und die Leistungsfähigkeit des Motors ist, nicht aber allein die Funktion des Motors übernehmen kann. Kultur ist selbst Teil dieses Motors und vermag darüber hinaus alle Einzelkomponenten zu einem Ganzen zu verbinden. Um in dieser Sprache zu bleiben, könnte Kultur als Treibstoff, Starthilfe, Katalysator, Schmiermittel und Turbolader eines Motors des Wandels beschrieben werden.

Grundlegende Strategien

In sehr verallgemeinerter Form lassen sich die untersuchten Beispiele auf **Top-Down- und Bottom-Up-Strategien** verdichten, die jeweils in unterschiedlicher Gewichtung und Durchmischung Anwendung finden. Ein optimales Mischungsverhältnis kann dabei nicht benannt werden, da alle untersuchten Städte mit **unterschiedlichen Voraussetzungen, Potenzialen und Zielvorstellungen** agieren und eine langfristige Auswirkung der Maßnahmen noch nicht abgesehen werden kann.

Es finden sich sowohl Beispiele für einen Erfolg von ausschließlichen Top-Down-Strategien (z.B. Bilbao: kurzfristige, stark ausgeprägte ökonomische Effekte) als auch für stark ausgeprägte Bottom-Up-Strategien (z.B. Nantes: langfristige, progressive Effekte). In unterschiedlichem Maß wurde dabei Wert auf **unmittelbare Effekte** (z.B. Lille) oder auf **langfristige Entwicklung** (z.B. Newcastle und Gateshead) gelegt.

Das Zusammenwirken von regionalen Besonderheiten, Zielvorstellungen und einem lokal geeignet erscheinenden Maßnahmen- und Strategiemix führt zu einer Vielzahl von Parametern, die sich wechselseitig beeinflussen.

Leitfragen und übereinstimmende Themenfelder

Trotz der Unterschiedlichkeit der untersuchten Beispiele lassen sich wiederkehrende Fragestellungen und Handlungsfelder benennen, die in nahezu allen Fällen von Bedeutung waren sowie in unterschiedlichem Maße beantwortet und berücksichtigt wurden. Ein „Zeitplan“ für die Bearbeitung und Berücksichtigung dieser Parameter kann jedoch nicht generalisiert werden, da die Aspekte bei den Einzelbeispielen zu verschiedenen Zeitpunkten des Prozesses virulent wurden und sich z.T. erst nachträglich als nachzuholende Versäumnisse herausgestellt haben.

- Aufbau auf vorhandenen regionalen Besonderheiten
- Zusammenhang von Selbstwahrnehmung und Außenwahrnehmung berücksichtigen
- Steigerung der Lebensqualität (Ökologie, Stadtbild, Freizeitangebot)
- Infrastrukturelle Maßnahmen (Verkehrsplanung und -anbindung)
- Konsensbildung mit vielen Gruppen und Interessensvertretern
- Vernetzung der Akteure
- Einbindung von lokalen und internationalen Experten
- langfristige strategische Planung (ca. 15 bis 50 Jahre)
- nachhaltige und verlässliche Finanzierung
- Authentizität und Transparenz
- Kommunikation mit der Bevölkerung, „Storytelling“ und Vermittlungsarbeit
- Schaffung von Symbolen des Neubeginns (Events oder Architektur)
- Flexibilität bei Problemen und Konsequenz beim Verfolgen des Weges
- in Gesamtentwicklungen denken, nicht in Einzelmaßnahmen
- Schaffung von Freiräumen für eigendynamische Entwicklungen und Fördern der kulturellen und kreativen Potenziale
- Risikobereitschaft der Entscheidungsträger
- Auslagern von Verantwortung durch Verzicht auf den Anspruch politischer Detailsteuerung: „Loslassen“ und Vertrauen schenken

Ausblick

Die Verfasser dieser Recherche regen an, die herausgearbeiteten Muster und Gemeinsamkeiten der untersuchten Beispiele als **Koordinatensystem** zu verstehen und zu nutzen, in dem sich das Land Nordrhein-Westfalen vororten kann. Die benannten **Gemeinsamkeiten, Leitfragen und Themenfelder** eignen sich im einzuleitenden nächsten Schritt für eine systematische Überprüfung der **Ausgangslage** und der entwicklungsfähigen **Potenziale** in Nordrhein-Westfalen.

Alle 52 im Verlaufe dieser Untersuchung recherchierten Beispiele haben **zusätzliche Investitionen** in den Kulturbereich getätigt. Dadurch wird evident, dass weltweit die Kultur als ein wesentlicher Baustein für Prozesse des regionalen und urbanen strukturellen Wandels genutzt wird.

Mit der Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten, mit langfristigen Entwicklungs- und Finanzierungsplänen, dem gezielten Einsatz von „Leuchttürmen“, der Einbindung lokaler und internationaler Experten, der Vernetzung regionaler Akteure sowie einer transparenten und authentischen Kommunikation lassen sich wesentliche Voraussetzungen herstellen, um die Zielvorstellungen eines Prozesses des Wandels durch und mit Kultur erfolgreich werden zu lassen.



Anhang

I. Ausgewählte Interviews

Interview mit Dr. Beatriz Garcia am 17.09.2007 in Essen

Dr. Beatriz Garcia ist die Leiterin von Impacts 08 – The Liverpool Model, ein längsschnittliches Forschungsprogramm zum Einfluss der Rolle als Kulturhauptstadt auf Liverpool, gemeinsam veranstaltet von der University of Liverpool und der John Moores University in Liverpool. Zu den Projekten, die Frau Garcia in letzter Zeit geleitet hat, gehören die Langzeitwirkung kultureller Programme innerhalb von Großereignissen wie die Europäische Kulturhauptstadt (Glasgow 1990 und Liverpool 2008), die Olympischen Spiele (angefangen mit Barcelona 1992) und die Commonwealth-Spiele (Manchester 2002). Sie hat finanzielle Unterstützung vom AHRC [Arts and Humanities Research Council] erhalten, vom ESRC [Economic and Social Reserach Council], der British Academy, dem Olympischen Museum des IOC und der Internationalen Olympischen Akademie. Sie ist auch seit der Angebotsphase akademische Beraterin für das Kultur- und Bildungsteam London 2012.

(Mehr Informationen unter <http://www.beatrizgarcia.net>, <http://www.impacts08.net>, <http://www.culturalolympics.org.uk>)



© Beatriz Garcia

Was kann Kultur für die Gesellschaft leisten?

Das ist eine sehr abstrakte Frage, auf die eine Antwort einen politischen, sozialen und wirtschaftlichen Fokus haben kann. Allgemein gesprochen ist Kultur das, was uns menschlich macht, was Denken ausmacht. Sie ermöglicht uns Hoffnung, Ziele und Kreativität. Egal wie wichtig verschiedene andere Felder auch sein mögen: Kultur ist das, was uns zu Menschen macht. Kultur ist unser Hintergrund und unsere Tradition, und sie stattet uns aus mit Vorstellungskraft, mit der Fähigkeit zu träumen und über das Grundsätzliche und Essenzielle hinaus zu denken.

Was kann Kultur im Prozess eines strukturellen Wandels bewirken?

Auch da muss man wieder fragen: Was ist mit „Kultur“ gemeint? Reden wir über Kunst, reden wir über im weiteren Sinne politische, ökologische, soziale oder wirtschaftliche Fragen? Lange Zeit haben politische Diskurse Kultur nur über Kunst definiert, aber seit den späten 1970er-Jahren reden wir über „ways of life“. Das Künstlerische ist nur ein kleiner Teil dessen, was Kultur ist.

Man kann es nicht vermeiden, im Zusammenhang mit Strukturwandel auch über Kultur zu reden. Es sind die Individuen, die Kultur ausmachen. Das reicht von der Art zu essen oder sich zu kleiden bis hin zu der Art, wie man miteinander in Beziehung tritt. Das ist essentiell dafür, wie eine Gesellschaft funktioniert.

Die Definition dessen, was Kultur ist, ist oft sehr eingeschränkt. Ich würde den Begriff gern weiter fassen. Kultur beeinflusst beispielsweise auch Einwanderungspolitik, wie mit Vielfalt umgegangen wird usw. Kultur muss als etwas Grundlegendes wahrgenommen werden, womit sich eine Regierung beschäftigen und umgehen muss. Insbesondere dann, wenn es darum geht, zu verstehen und Einfluss darauf zu nehmen, wie sich eine Gesellschaft verändert und man nicht mehr eine stabile Basis hat, auf der die Dinge funktionieren, wie man es bisher für gegeben hingenommen hat.

Welche Beispiele halten Sie für wichtig, bei denen Investitionen in Kultur Teil eines Strukturwandelprozesses waren?

Viele Industriestädte haben Ende der 1970er-, Anfang der 1980er-Jahre realisiert, dass sie ihre wirtschaftliche Grundlage verlieren, auf die sie sich sehr verlassen hatten, dass die gewohnten Mechanismen nicht mehr funktionierten. Heute denkt man überall darüber nach, wie sich Produktion verändert, wie sich Arbeit verändert. Westliche Staaten verlassen sich immer weniger auf Handwerk und Produktion als einen Motor für Entwicklung. Produktion bekommt immer mehr eine symbolische Dimension als Produktion von Bedeutung. Einige Beispiele, wo dies besonders deutlich wird, finden sich in Nordengland oder Spanien. Das ist auch in Deutschland derzeit der Fall.

Es wird viel über diese Entwicklung nachgedacht. Einige Städte sind dabei als Referenzmodelle sehr wichtig geworden, besonders Städte in den USA in den 1970ern, wie Minneapolis oder Baltimore. Viele europäische Städte litten unter der postindustriellen Krise und dem schwindenden Arbeitsmarkt. Sie haben auf die Erfahrungen geblickt, die Städte in den USA gemacht haben und auf die Methoden, die zu der Zeit entwickelt wurden. Es passierte nicht überall in den USA, aber in den Regionen, die sich für einen Wandel in der städtischen Ökonomie entschieden hatten.

Da spielten Begriffe wie „City Marketing“ und „City Promotion“ eine Rolle. Sie machten sich darüber Gedanken, wie man eine hochgradig städtisch geprägte, attraktive Umgebung schafft. Baltimore hat in den späten 1970ern, frühen 1980ern mehrere Ansätze entwickelt. Sie haben den Begriff „Festival Market Place“ geprägt und sich in der Hauptsache auf die Entwicklung von Immobilien direkt am Ufer konzentriert und dabei Industrie-Areale in Stätten für Kultur und Unterhaltung verwandelt. Viele europäische Städte, wie Glasgow zum Beispiel, haben Delegationen in diese US-Städte geschickt, um von diesen Erfahrungen zu lernen.

Was ich sagen will: In vielen Städten, wie in Glasgow, war Kultur bis zu diesem Punkt nicht von vornherein mit strukturellen Fragen verbunden gewesen. Es entwickelte sich zu der Zeit ein strategisches Denken, wie man die Wirtschaft neu aufstellen kann, wie man eine verlässliche Basis von „symbolic production“ aufbauen kann. Da war Kultur, Unterhaltung, Shopping oder Tourismus im Gespräch, um als möglicher Ersatz für eine wirtschaftliche Basis zu dienen.

Die Leute sind in die USA gereist und haben sich angesehen, wie der postindustrielle Umbau dort stattfindet, sind zurück nach Großbritannien gekommen und haben sehr genau hingesehen, welches die lokalen Gegebenheiten und Qualitäten sind. Sie haben Organisationen für die ökonomische Entwicklung eingesetzt, Initiativen gebildet, die auf die Städte schauen sollten, um Kooperationen zu bilden, haben Berater herangezogen, um Städte untersuchen und bewerten zu lassen und von ihnen Empfehlungen für einen Wandel einzuholen.

Das war eine umfassende Annäherung unter Einbeziehung des öffentlichen Sektors und privater Investoren – und der Beginn eines Bewusstseins, was „Public-Private-Partnerships“ bedeuten können. Die „Agency for Development“ wurde gegründet und Kooperationen wurden eingegangen. Die Frage war, auf welche Weise ein solcher Wandel vollzogen werden könnte, wie neue Verbindungen geschaffen werden können, welche lokalen Besonderheiten auszumachen sind.

1986 zum Beispiel gab es eine Marketingkampagne: „Glasgow’s miles better“. Sie war inspiriert von einer New Yorker Kampagne, die damals eine der ersten dezidierten Stadtmarketing-Kampagnen war. Die klare Aufgabe war es, Inve-

storen anziehen und zu vermitteln, dass in Glasgow etwas passiert. Zur gleichen Zeit wurden Stadterneuerungsvorhaben gestartet. Historische Gebäude wurden renoviert und gesäubert, Licht wurde in die Stadt gebracht und das Nahverkehrssystem wurde umgebaut.

Es war eine strukturelle Entwicklung mit dem klaren Ziel, Büros und Unternehmen nach Glasgow zurückzubringen. Es wurde auch festgestellt, dass es viele Kunstsammlungen in Glasgow gibt, also wurde viel Geld in Gebäude investiert, um diese Sammlungen zeigen zu können.

Dazu kamen Events, beispielsweise das „Garden Festival“ 1988, das inspiriert war von ähnlichen Veranstaltungen in Deutschland. Und dann entschied sich die örtliche Stadtregierung, sich für den Titel einer Europäischen Kulturhauptstadt zu bewerben, ohne dass wirklich mit einem Erfolg gerechnet wurde. Aber das ist ein weiteres Beispiel für die optimistische Herangehensweise, auf Kultur als Mittel für den Wandel zu setzen. Kultur war Teil eines breiteren Maßnahmenkataloges, um den Wandel auf den Weg zu bringen.

Welche Rolle spielen handelnde Personen, sind es eher Einzelpersonen oder eine bestimmte Teamzusammensetzung, die Einfluss auf den Erfolg eines Prozesses oder Projektes haben?

Das visionäre Moment ist sehr wichtig. Man braucht Einzelpersonen, die Visionen entwickeln können, die es erreichen, dass Leute sich an einen Tisch setzen. Wir sprechen ja davon, dass sich eine kreative Partnerschaft zwischen verschiedenen Organisationen, die sich aufeinander verlassen müssen, entwickelt.

Man braucht Einzelpersonen, die das nötige Charisma haben, denen man Glauben schenkt. Ein Prozess der Erneuerung unter der Führung der Kultur braucht Leute, die es immer weiter versuchen, auch wenn negative Reaktionen kommen, die vorwärts schauen und wahrnehmen, welche Möglichkeiten sich bieten.

Oft sieht es so aus, als wären es die Umstände, die etwas bewegen, wenn im richtigen Kontext, zur richtigen Zeit, am richtigen Ort etwas passiert. Darum versuchen Städte, die „magische Formel“ der Erneuerung zu finden und zu wiederholen. Aber das ist sehr schwer, denn das Geheimnis ist: Man muss sich der Situation sehr bewusst werden, um genau zu sehen, welches der richtige Weg ist, der für diese Situation funktioniert. Das geht nicht über das Kopieren von den Wegen anderer.

Das, was in Glasgow versucht wurde, war eben nicht nur eine Kopie der Situation und der Lösungsansätze in den USA. Was man wirklich braucht, um die Leute an einen Tisch zu bekommen, ist eine starke Führungspersönlichkeit. Manchmal ist der Erfolg das Ergebnis eines sehr gut strukturierten Teams, oft aber ist es das Ergebnis von Einzelpersonen. Es ist auch eine Sache des politischen Rahmens. Man muss die Leute für einen längeren Zeitraum binden. Wenn man in einer Phase des Umbruchs ist, ist es schwieriger, eine nachhaltige Vision zu entwickeln und diese in einer Phase des Wandels oder der politischen Instabilität voranzubringen.

Welche Rolle spielen Leuchtturmprojekte, wie zum Beispiel Architektur oder medienwirksame Events?

In einigen Fällen funktioniert das sehr gut, in anderen nicht. Manchmal ist es schwierig, etwas Nachhaltiges zu installieren. Man muss die Umgebung, die Bedingungen verstehen, um zu entscheiden, was die richtige Art der Investition ist, ob es eine Architektur mit Symbolcharakter, weiter gefasste städtische Infrastrukturen oder ein besonderes Event ist.

Es gibt viele verschiedene Vorgehensweisen, die sinnvoll sein können. Ich glaube, symbolische Bauten und Maßnahmen können sehr mächtig und wirksam sein, um Organisationen zusammenzubringen und um Wechselbeziehungen mit dem Ort herzustellen. Aber andererseits müssen sie etwas ansprechen. Sie können nur dauerhaft sein, wenn sie vom lokalen Umfeld getragen werden – und in dieses Umfeld eingebettet sind.

In Bilbao könnte es mit dem Guggenheim Museum letztlich gut gehen. Aber es gab eine Zeit, da wurde das Museum vom lokalen Umfeld nicht gänzlich angenommen. Es gab viele Bedenken dagegen, denn obwohl die Architektur des Gebäudes sehr gut auf seine physische Umgebung abgestimmt war, ist das Museum an sich ein Franchise-Projekt. Es gab Bedenken, dass es die lokalen Gegebenheiten nicht reflektiert, dass es nicht den richtigen Raum für örtliche Künstler bietet (weil die kuratorischen Entscheidungen von der Zentrale in New York aus getroffen wurden), dass es künstlich und aufgesetzt ist. Aber man muss berücksichtigen, dass das Guggenheim Museum keine singuläre und isolierte Initiative war, sondern Teil von vielen verschiedenen Maßnahmen in Bilbao, zum Beispiel im Bereich der Infrastruktur- und Transportplanung.

Jedenfalls hat die Aussicht auf das Guggenheim dabei geholfen, andere Initiativen zu verstärken, und hat verschiedene Agenturen eine Zeitlang zur Zusammenarbeit gebündelt. Es ist immer besser, das Geld nicht in eine Initiative zu stecken, sondern es auf ein breiteres Netzwerk zu verteilen. Wenn man das nicht macht, geht man ein hohes Risiko ein, weil man Gefahr läuft, Geld in etwas zu stecken, das nicht nachhaltig ist und sich loslöst von anderen Dingen, die sich entwickeln.

In Bilbao war es die Entscheidung für den richtigen Ort. Aber bei der Expo 1992 in Sevilla wurden die Hauptorte geschaffen, ohne eine wirkliche Verbindung mit dem Stadtzentrum zu entwickeln; die wurden dann zu einer Geisterstadt. Das ist in Bilbao nicht passiert. Es gibt viele Wege, die zu dem neu entwickelten Ort hinführen, und der ist inzwischen voll und ganz in die Stadt eingebettet. Dadurch ist das Museum nicht abgekoppelt von anderen Ereignissen, die stattfinden. Es ist ein Ort, der verbunden ist mit der Stadt.

Es gibt viel finanzielle Unterstützung in Bilbao, es ist das Ergebnis von vielen Initiativen und Sponsoren, die sich zusammengefunden haben. Wenn man es schafft, viele Leute an einen Tisch zu bekommen, eine Übereinkunft zu erzielen – man braucht dafür sehr viele Verhandlungen – dann kann man ein Programm entwickeln, ein wirtschaftliches, ein soziales usw. Das ist sehr schwer und viele geben auf halbem Weg auf. Aber nur dadurch erreicht man die Grundlage.

Auf der einen Seite erzielt man eine viel breitere und umfangreichere Finanzierung, auf der anderen Seite hat man sehr viel mehr Schwierigkeiten, alle zusammenzuhalten. Man muss sehr viel Mut haben.

Wie schafft man es, eine Stimmung in einer Stadt zu entwickeln und die öffentliche Meinung auf seine Seite zu bekommen?

Man kann die öffentliche Unterstützung für einen einschneidenden Prozess bekommen, wenn man transparent agiert, den Prozess offen gestaltet und Versprechungen einhält – oder deutlich erklärt, warum sie nicht eingehalten werden können. Man muss sich aufrichtig und authentisch verhalten, wenn man viele verschiedene Meinungen und verschiedene Bedürfnisse unter einen Hut bringen will. Kommunikation ist sehr wichtig, genauso wichtig im Umgang mit der Öffentlichkeit wie mit Investoren oder politischen Interessenvertretern.

Man gerät mehr und mehr unter Druck, offen zu bleiben dafür, was die Menschen brauchen. Man muss Mittel entwickeln, um zu verstehen, was die Leute brauchen, was die Stadt braucht. Ein solcher Prozess des Wandels läuft immer Gefahr, Argwohn und Frustration hervorzurufen.

Man muss immer wieder erklären, warum etwas nötig ist und wohin die Reise gehen soll. Man muss die Bedürfnisse verstehen und Entscheidungen treffen, was zu tun ist. Das heißt nicht, dass man alles tun kann, was die Leute von einem verlangen.

Der Trick ist, zu konsultieren, zu untersuchen, in Kontakt zu kommen mit Leuten, um die Bedürfnisse zu verstehen, geduldig zu sein. Aber dann muss man eine strategische Entscheidung treffen und diese Entscheidung nach außen vermitteln und rechtfertigen.

Und man muss es schaffen, die Vision aufrechtzuerhalten. Oft sind es infrastrukturelle Maßnahmen, die die öffentliche Meinung dauerhaft positiv beeinflussen. Die Leute müssen stolz auf das sein, was sich entwickelt. Der „Angel of the North“ in Newcastle ist ein gutes Beispiel dafür. Die Leute haben sich erst darüber geärgert, es war zunächst sehr kontrovers. Aber durch die richtigen Entscheidungen zur richtigen Zeit ist er jetzt als Symbol angenommen. So etwas hinzubekommen ist eine sehr schwierige Aufgabe für Entscheidungsträger.

Eine Sache ist wichtig zu wissen: Wenn man ein Projekt voranbringen will, braucht man einen Menschen, der eine Vision vermittelt. Jemand muss einen klaren Sinn für das Große haben.

In Newcastle scheinen alle an einem Strang zu ziehen, vieles funktioniert nicht, aber das große Ganze bewegt sich dennoch in die richtige Richtung. War dies in Glasgow auch der Fall?

Die Entscheidungen in Glasgow wurden Ende der 1980er von wenigen Leuten am Tisch getroffen. In der damals so genannten „Kulturstadt Europas“ haben viele Organisationen miteinander kooperiert und die nötige Vision war vorhanden.

Ich denke es ist wichtig, zu verstehen, welche Elemente Auswirkungen auf die Wirtschaft haben können. Natürlich kann ein Event wie das der Europäischen Kulturhauptstadt nicht alle wirtschaftlichen Probleme einer Stadt beheben.

Es ist eine Komponente, ein Element in einer breiteren ökonomischen Strategie, die sehr viele weitere Aspekte berücksichtigen muss. Es hat etwas zu tun mit Stadtplanung, wie man mit Finanzierung und Förderung von Standorten umgeht usw.

Ich denke, das Kulturhauptstadtjahr hatte einen bedeutenden kulturellen Effekt auf die Stadt, der auch heute nach 18 Jahren noch weiterwirkt. Es hat einige wichtige Aspekte und Argumente, die Wichtigkeit von Kunst betreffend, in das städtische Leben gebracht, auch in Teilen der Bevölkerung, die sich niemals vorher mit solchen Aspekten beschäftigt hatten.

Denken Sie, dass eine Verzahnung von Kunst und Kultur in alle gesellschaftlichen Bereiche hinein notwendig ist, dass künstlerisch denkende Menschen auch in nicht-künstlerischen Positionen arbeiten sollten?

Ich denke, dass in der heutigen Zeit, in der wir uns sehr mit Notwendigkeiten des Wandels auseinandersetzen müssen, in der wir viele neue Wege beschreiten im Umgang mit Werten usw., wir mehr über sozialpolitische Aspekte nachdenken müssen. Die meisten Städte, die ein gutes Beispiel für ökonomischen

Wandel durch Kultur abgeben, sind kein gutes Beispiel für soziale Aspekte des Wandels. Es ist eine neue und ungelöste Herausforderung für Städte, ein faires, soziales und gleichzeitig hochinnovatives Klima für die Wirtschaft zu schaffen. Ich denke es ist wichtig, nicht zu „overwhelmed“ zu sein. Wenn man sich die Transformation in Bilbao ansieht und die Effekte, die dort erzielt wurden, sollte man berücksichtigen, dass es sehr viel mehr Zeit braucht, bis alle Auswirkungen einer Strategie deutlich werden und sich die langfristigen Wirkungen zeigen.

Wir sind in einer Ära des Wandels und das Problem, wie wir mit diesem Wandel umgehen, ist noch nicht gelöst. Wir müssen mehr über Sozialpolitik nachdenken. Wir reden über organische Zusammenhänge und Entwicklungen. Es braucht sehr lange, bis eine Strategie Früchte trägt und in allen Bereichen Wirkung zeigt.

Wir könnten viel flexiblere Grundlagen für die Wirtschaft schaffen in einer Ökonomie, die auf Bedeutung und Wissen aufbaut. Es sollte möglich sein, sehr viel flexibler reagieren zu können.

Wie erreicht man eine Balance zwischen Tradition und Wandel?

Man darf seine Wurzeln nicht verlieren, nicht vergessen, wo man herkommt. Das ist das eine, was am Ende hilft. Das andere ist, dass man in Kontakt bleiben muss mit den Einheimischen, mit der kreativen Basis vor Ort.

Es kann gut sein, dass dann entdeckt wird, dass die Lösung für die Probleme nicht von außen kommen muss, sondern bereits angelegt ist. Man muss offen sein. Es gibt so vieles, was man falsch machen kann, kurzfristig oder auf lange Sicht. Viele Städte haben es versäumt, sich kurzzuschließen mit wichtigen örtlichen Entscheidungsträgern und mit den meinungsbildenden Leuten vor Ort.

Man wird definitiv scheitern, wenn man den Bezug zu den lokalen Gegebenheiten verliert und die Basis vor Ort abkoppelt. Dann wird man kurzfristige Erfolge erzielen, mit mehr Besuchern und besserer Finanzierung. Aber es wird nicht nachhaltig sein.

Das Interview führte Adrian Rudershausen

Interview mit Jean Blaise am 08.10.2007 in Nantes

Jean Blaise, 1951 in Algier geboren, hat nach seinem Studium der Neuphilologie in Bordeaux zunächst das Centre Culturel in St Mars en Jalles und anschließend das Centre d'Action Culturelle in Chelles (Raum Paris) geleitet, bevor er das Centre d'Action Culturelle in Guadeloupe, das Maison de la Culture in Nantes und den Lieu Unique in Nantes gründete. In Nantes rief er auch das Festival „Les Allumées“ sowie im Jahr 2007 die Veranstaltung „Estuaire Nantes – St Nazaire“ ins Leben. In Paris schuf er die „Nuit Blanche“.
(mehr Informationen unter: <http://www.lieuunique.com>, <http://www.estuaire.info>)

In Nantes wurde mit der Wahl von Jean-Marc Ayrault zum Bürgermeister 1989 ein Prozess des strukturellen Wandels auf der Basis von Kultur eingeleitet. Welche Umstände führten zu dieser Entwicklung und welche Strategie steckte dahinter?

Als Jean-Marc Ayrault 1989 zum Oberbürgermeister gewählt wurde, befand sich die Stadt Nantes in einer wirtschaftlichen Krise. Auf nationaler Ebene hatte sie das Image einer kleinen, eher unbedeutenden Provinzstadt. Der erste Ansatzpunkt für Jean-Marc Ayrault war eine schnelle Änderung dieses Images und eine Neustrukturierung der Stadt.

Die üblichen Maßnahmen brauchen jedoch mindestens zehn Jahre, bis sie Wirkung zeigen. Es wurde deshalb Kunst und Kultur als Kern der Maßnahmen gewählt, weil hier schnelle Entscheidungen getroffen und schneller gehandelt werden konnte.

Man kann sofort entscheiden, nächstes Jahr ein Festival zu realisieren. Man kann aber nicht entscheiden, im nächsten Jahr eine Straßenbahn bauen zu lassen. Hinter einem kulturellen Projekt wie dem Festival „Les Allumées“ von 1990 stand also die Absicht, das Image von Nantes zu verändern und das Gefühl zu vermitteln, dass die Stadt sich verändert.

Die Stadt wurde auf einmal jung und international, weil sie Künstler aus der ganzen Welt einlud. Es ist nicht sehr schwer, in kurzer Zeit eine ganze Stadt durch Kultur zu verändern. Aber nicht nur ihr Image nach außen wird verändert, sondern vor allem das Bild, das die Bewohner von ihrer eigenen Stadt haben. Psychologisch ist ein solcher Prozess für das kollektive Bewusstsein einer Stadt enorm wichtig.

In Nantes wurde mit dem Neubeginn 1989 genau dies erreicht: Die Nantaiser stellten auf einmal fest, dass auf nationaler und sogar auf europäischer Ebene über ihre Stadt gesprochen wird und diese Anerkennung erzeugte reelle Dynamiken und Veränderungen. In 15 Jahren hat Nantes durch die Kultur das positive Image einer dynamischen Stadt entwickelt, was dazu geführt hat, dass Unternehmen sich hier niedergelassen haben.

Ob diese Entwicklung das Ergebnis einer Strategie ist? Man möchte immer glauben machen, dass hinter einem Prozess eine starke und intelligente Strategie steht. Aber Strategien werden sehr häufig erst nach dem erfolgreichen Verlauf eines Projektes definiert. Ich denke schon, dass man heute sagen kann, dass es eine strategische Kulturpolitik in Nantes gibt. Aber am Anfang waren es eher Intuitionen der Politik und der Kulturakteure, die aus der Geschichte, aus der Größe und aus den Besonderheiten der Stadt entstanden sind.



Es ist auffällig, dass es in Nantes eine große Übereinkunft der Akteure über die Wege und Zielstellungen bei der Entwicklung der Stadt gibt. Welches sind die Voraussetzungen, damit sich aus einer Intuition eine Vision entwickelt, die von allen getragen wird?

Zuerst muss eine gute Beziehung zur Politik bestehen, eine Vertrautheit und Vertrauen zwischen den Politikern und den Kulturakteuren. Dieses Glück hatten wir in Nantes, weil der Oberbürgermeister sehr schnell verstanden hat, dass er dank dieser Beziehung vieles schaffen kann. Man braucht dazu den festen politischen Willen, die Stadt zu verändern. Mich persönlich erfüllt es auch über das rein Berufliche hinausgehend, Kunst an Menschen heranzuführen, die zunächst nicht an ihr interessiert sind. Dahinter steht für mich und auch für andere Kulturakteure dieser Stadt eine gemeinsame Ideologie, eine Art politischer Vision der Kunst und Kultur in Nantes, die es vielleicht in anderen Städten nicht gibt.

Gab es in dieser Hinsicht von Beginn an mit dem Bürgermeister Jean-Marc Ayrault gemeinsame Herangehensweisen und Zielstellungen?

Gleich zu Beginn unserer Arbeit in Nantes haben wir uns mit der Frage der Einbeziehung des Publikums auseinandergesetzt, wollten aber zugleich mit unseren künstlerischen Angeboten anspruchsvoll bleiben. Von Anfang an haben wir uns mit der Problematik auseinandergesetzt, auf welche Weise wir anspruchsvolle Kunst mit einem größtmöglichen Publikum zusammenbringen können. Da viele kulturelle Einrichtungen mit öffentlichen Geldern finanziert werden, müssen wir uns zwangsläufig auch mit der Frage der Vermittlung von Kunst und Kultur beschäftigen. Es reicht nicht aus, Künstler zu unterstützen, um dann zu schauen, was mit deren Kunst passiert. Auch das Publikum muss unterstützt werden.

Auf welche Weise kann mit Kulturangeboten ein breites Publikum erreicht werden? Welche Aspekte der Vermittlung sind wichtig?

Die erste Möglichkeit für eine solche Vermittlungsarbeit besteht darin, Kulturorte zu schaffen, die nicht nur als Institutionen, sondern auch als Begegnungsstätten wahrgenommen werden. Das ist die Absicht, die hinter der Gründung des „Lieu Unique“ in Nantes steht. Das „Lieu Unique“ ist nicht allein ein Haus für Kunst und Kultur, sondern auch eine Bar, ein Restaurant, ein Shop, ein Hammam. Es ist ein Treffpunkt. Auch wenn unsere Gäste weder eine Ausstellung noch eine Veranstaltung besuchen, sondern nur etwas essen oder trinken wollen, treffen sie en passant auf Ästhetiken und auf eine bestimmte Kunstauffassung, die der Ort transportiert.

Die zweite Möglichkeit besteht darin, in die Stadt zu gehen. Kultureinrichtungen sollten mehr auf die Bewohner zugehen, anstatt zu warten, dass diese zu ihnen kommen. Mit einem Projekt wie der Biennale „Estuaire“, mit der wir 2007 begannen Kunstinstallationen entlang des Flusses Loire von Nantes bis zur Mündung zu zeigen, sind wir auf die Einwohner der Stadt und des Umlandes zugegangen. Dieses Begegnen – oder dieses Aufeinandertreffen, was es in diesem Fall eher war – ermöglichte uns, mehrere Hunderttausend Zuschauer zu erreichen. Dies wäre nie geschehen, wenn wir nur im „Lieu Unique“ geblieben wären. Viele der dauerhaften Installationen in der Stadt stehen an stark frequentierten Orten mit vielen Kneipen und Restaurants.

Dadurch erreicht man Menschen, die man anderswo nicht erreicht hätte. Und schließlich stellt sich die Frage, wie man diesen Menschen, die der Kunst begegnen, Informationen und Inhalte über Kunst und das Kunstschaffen vermittelt. Dies ist der nächste, wichtige Schritt: Eine verständliche Vermittlung von Inhalten, ohne die üblichen Kunstbegriffe zu verwenden. Viele der Installationen wurden sehr gut von der Bevölkerung angenommen, andere stießen nicht auf Akzeptanz und haben eine Polemik ausgelöst. Aber durch diese Em-

pörung ist eine Debatte über Kunst in der Stadt in den Leserbriefen der Zeitungen entstanden und zumindest das war auch unsere Absicht.

Welche Rolle spielen diese Debatten und die Auseinandersetzungen über die Projekte im Entwicklungsprozess der Stadt?

Kunst hat eine doppelte Funktion: zu provozieren und zugleich Dinge aufzuzeigen. Unsere Mission besteht darin, nachzudenken, wie man die Stadt intelligenter machen kann, indem man sie zum Diskutieren, zum Anschauen und Erörtern anregt. Kunst und Architektur sind dafür perfekte Mittel.

Ich glaube, dass man unterschiedliche Angebote entwickeln muss, auch wenn die Strategie die gleiche bleibt. Das Festival „Les Allumées“ beispielsweise ist ein kurzzeitiges Event, das „Lieu Unique“ ist ein Gebäude mit Nachhaltigkeit und „Estuaire“ ist ein auf mehrere Jahre angelegtes Event, welches zugleich nachhaltige Werke entstehen lässt. Alle drei Angebote scheinen sehr unterschiedlich zu sein, beinhalten aber die gleiche Logik. Ich denke, dass kulturelle Arbeit effizient ist, wenn sie sehr vielfältig ist und sich nicht wiederholt.

Ich bin besessen davon, alle sechs Jahre ein neues Projekt zu entwickeln, eben weil kulturelle Arbeit immer wieder provozieren, stören und irritieren soll. Alle eben genannten Projekte haben für Polemik gesorgt. Beim Festival „Les Allumées“ gab es Auseinandersetzungen über Avantgarde und die Nutzung öffentlicher Orte in der Stadt. Das „Lieu Unique“ wurde architektonisch in Frage gestellt, weil es mit dem Beton und den ungestrichenen Wänden unvollendet wirkte.

Trotz der Vermittlungsarbeit und der Einbeziehung des Publikums gehen diese Auseinandersetzungen weiter. Es wird immer Missverständnisse in Sachen Kunst geben, aber zugleich haben die Nantaiser Freude auch an diesen Debatten. Eine Stadt ist dazu verdammt, ihre eigene Polemik auszulösen, sonst schläft sie ein. Ich denke, dass es tatsächlich Menschen gibt, die ungeduldig auf das nächste Projekt warten, um zu protestieren und es in Frage zu stellen.

Wie funktioniert die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Einrichtungen in Nantes?

Wie überall beharren auch hier die Kultureinrichtungen auf ihrer Unabhängigkeit und ihrer Besonderheit. Es ist sehr schwer, sie alle zu vereinen. Aber ich denke, bei uns funktioniert dies besser als anderswo. Vielleicht liegt es daran, dass Nantes eine verhältnismäßig kleine Stadt ist, aber wir werden immer die Vielzahl und Vielfalt der Projekte in Nantes einem Guggenheim Museum wie in Bilbao vorziehen.

Die Stadt kann sich kein Guggenheim Museum leisten, sie kann aber durch ihre Intelligenz herausragen. Und wenn wir die Intelligenz der Stadt auf die beste Weise nutzen wollen, müssen wir in bestimmten Fragen und zu bestimmten Zeitpunkten zusammenhalten, um einen gemeinsamen Weg gehen zu können.

Durch das Vertrauen der Kulturakteure in Jean-Marc Ayrault entsteht ein gemeinsamer Geist. Dabei handelt es sich nicht um Untertänigkeit gegenüber einem Leader, dem man blind folgt. Es ist eher die Überzeugtheit von einer politischen Vision, die eine Homogenität herbeiführt. Es gibt nicht viele große Bürgermeister in Frankreich, deswegen bleiben auch die künstlerischen Akteure hier. Ich denke, dass einige von uns bestimmt die Möglichkeit gehabt hätten, anderswo hinzugehen. Ich selbst bin auch zwischendurch nach Paris gegangen, aber immer wieder nach Nantes zurückgekommen, weil es hier große Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten gibt, die eine starke Bindung zur Stadt schaffen.

Wie reagieren die Wirtschaftsvertreter auf den Prozess des strukturellen Wandels der Stadt durch Kultur?

Wir erleben da im Moment eine neue Entwicklung. Die Handelskammer nimmt nun kulturelle Projekte wahr und unterstützt sie, wenn auch nur welche, die mit Tourismus zusammenhängen. Dass wir zwei Millionen € Privatgelder für das Projekt „Estuaire“ auftreiben konnten, spiegelt diese neue Entwicklung. In Frankreich wurde dieser neue Prozess durch die Kulturhauptstadt Lille 2004 ausgelöst, wo akquirierte Sponsorengelder aus der Wirtschaft einen großen Teil des damaligen Budgets ausmachten.

Wir sind diesem Beispiel gefolgt. Übrigens kommen viele der Mitarbeiter, die mich hier unterstützt haben, aus Lille. Es bilden sich also neue Formen der Kooperation zwischen Kultur und Wirtschaft in Nantes und in Frankreich, die aber nur Projekte betreffen, die im öffentlichen Raum stattfinden. Die Unternehmen interessieren sich nicht für Kultur, die lediglich 10 % der Bevölkerung erreicht. Aber Projekte, die wie bei „Estuaire“ die Gemeinschaft betreffen und eine große Öffentlichkeit erreichen, wecken das Interesse der Wirtschaftswelt.

Gab es auch Hindernisse und Schwierigkeiten?

Es gab keine Hindernisse in diesem Sinne. Diese Art von Politik kann nur durch Zielstrebigkeit und einen langen Atem existieren. Wenn Sie denken, dass Sie Ihre Projektidee im Rahmen eines Mittagessens durchsetzen werden, machen Sie sich etwas vor. Um die Idee von „Estuaire“ durchzusetzen, habe ich fünf Jahre gebraucht. Das bedeutet, dass eine Idee eine solide Grundlage haben sollte. Dies mag als Hindernis erscheinen, aber es ist keines. Es ist nur ein logischer Ablauf der Dinge. Jean-Marc Ayrault sagt niemals ja zu einem Projektvorschlag. Aber irgendwann spüre ich, dass es so weit ist und dann geht es los. Es gibt also kein Hindernis, wenn nur dann die Zeit.

Welche positiven und negativen Erfahrungen waren für Sie persönlich wichtig?

Jede vollendete Erfahrung besteht aus Negativem und Positivem. Die erste Ausgabe des internationalen Festivals „Les Allumées“ in Nantes war chaotisch, improvisiert und gebastelt. Es ist aber die Ausgabe, die am intensivsten im Gedächtnis der Leute geblieben ist. Wenn man einzigartige Projekte auf die Beine bringt, entstehen am Anfang viele Fehler, die man beim nächsten Mal verbessern kann. Aber eine bessere Organisation macht das Gesamtprojekt nicht unbedingt besser. Die magische Komponente bei solchen Events ist sehr wichtig und ein Stück Utopie muss dabei sein.

Auch die Projektevaluation des Auftaktes von „Estuaire“ hat viele negative Elemente gezeigt. Da aber die positive Seite überwog, haben wir uns entschieden, weiterzumachen. Wichtig bei einer solchen Evaluation ist, die Analyse korrekt durchzuführen und objektiv zu bleiben, um sich zu verbessern.

Wir hatten zwei bedeutende Unfälle: die riesige gelbe Ente von Florentijn Hofman, die explodiert ist, und das Haus in der Loire von Jean-Luc Courcoult, das nach anderthalb Monaten weggesackt ist. Drei Wochen lang war es für uns, als würde die Welt untergehen. Wir hatten so viel gearbeitet und plötzlich richtete das lokale Publikum seine ganze Aufmerksamkeit auf diese verdammte Ente und das verdammte Haus. Wir selbst waren auch davon besessen.

Jede Nacht wachte ich mit der Ente und dem Haus auf. Auf nationaler Ebene hat die Presse glücklicherweise nicht darüber berichtet, hier hingegen war es grauenvoll. Auf einmal wurde aus einem kulturellen Event eine Reihe von Sensationsmeldungen und Katastrophenberichten. Wir waren überzeugt, dass wir „Estuaire“ kein zweites Mal machen können. Drei Wochen lang entwickelte ich eine Rückzugstrategie.

Denn man braucht eine Strategie, um sich notfalls zurückzuziehen. Der Rückzug ist noch schwieriger, als zu gewinnen. Aber letztlich haben wir mit etwas Abstand festgestellt, dass es nicht so schlimm ist. Es gab also im Rahmen von Estuaire viele Pannen, Unfälle und viele Schwierigkeiten, aber im Endeffekt stellt sich heute nicht mehr die Frage, ob wir weitermachen.

Natürlich machen wir weiter. Wenn die Idee gut und die Arbeit bereits geleistet ist, muss man durchhalten. Außerdem wurde schon so viel Arbeit vor Ort und im Vorfeld geleistet, dass wir uns letztlich nicht vorstellen konnten, aufzuhören. Die Bürgermeister der Gemeinden haben uns während der Unfälle weiter unterstützt und eine Fortsetzung der Biennale erwartet, was zeigt, dass das Projekt regional stark verankert ist und eine starke Wirkung auf das ganze Gebiet hat. Aber wenn dies nicht der Fall gewesen wäre, hätte „Estuaire“ der Explosion der Ente und dem Untergang des Hauses nicht standgehalten.

Welche Projekte planen Sie in Zukunft, welche Herausforderungen sind für Sie besonders interessant?

Was mich heute wirklich interessiert, ist Stadtplanung und Kunst zu vereinen und dies über die üblichen 1 % hinaus. In Frankreich wird bei jeder Baumaßnahme 1 % des Budgets einem Kunstwerk gewidmet. Aber die Künstler werden meist nicht in die Realisierung der Gebäude einbezogen.

Ich möchte gerne an solchen Baumaßnahmen arbeiten und Künstler von Beginn an in die Konzeption einbinden. Diese Idee wurde in Japan in einem Bezirk namens Ishigo Sumari umgesetzt, wo man für Baumaßnahmen Künstler engagiert hat. James Turell hat zum Beispiel ein Hotel realisiert, François Roche eine ganze Autobahnraststätte.

Das Ergebnis ist erstaunlich. In Frankreich fließt zum Beispiel sehr viel Geld in den Bau der Verkehrskreisel. Künstler könnten hier von Anfang an in die Konzeption involviert werden und mit der Materie, der Vegetation oder dem Licht arbeiten. Dies würde nicht mehr Geld kosten. Auch in den Städten wird zu wenig mit Künstlern gearbeitet, wobei dies der beste Weg wäre, ein großes Publikum zu erreichen. Ich möchte also gerne in diese Richtung weitergehen und mit Bauträgern zusammenarbeiten.

Was würden Sie einem Initiator raten, der eine bedeutende Summe zur Verfügung hätte, um damit in Nordrhein-Westfalen einen Strukturwandel durch Kultur einzuleiten?

Zuerst sollte man sich umschauchen. Ich kannte das Mündungsgebiet der Loire nicht, bevor ich „Estuaire“ entwickelt habe. Ich bin hingegangen, um mich dort umzuschauen. Ich bin auf die Leute zugegangen und habe versucht eine Idee entstehen zu lassen. Ich denke, dass man eine originelle Idee braucht. Die besten Projekte sind die originellsten.

Die universellsten Projekte sind die persönlichsten. Es ist also wichtig, sich nicht mit Referenzen zu belasten oder sich beeinflussen zu lassen durch das, was man anderswo gesehen hat. Zuerst sollte man das Gebiet analysieren: Warum will man gerade hier etwas machen? Wofür soll das Geld investiert werden? Wie viel Zeit hat man? Was möchte man persönlich machen? Dann muss man recherchieren und sich mit den betroffenen Personen, Einrichtungen und Politikern auseinandersetzen. Für „Estuaire“ haben wir Menschen getroffen, mit denen wir sonst nie zu tun haben, zum Beispiel Jäger oder Angler.

Wir haben hier an diesem Tisch mit Jägern verhandelt, die Angst vor unserem Projekt hatten und uns davon abhalten wollten. Bis dahin hatte ich noch nie einen Jäger gesehen.

Wir sind abends in die Rathäuser der kleinen Dörfer gefahren, um die lokalen Politiker zu treffen. Wir könnten ein Buch über alle Dorfkneipen der Region schreiben. Ich will damit sagen, dass wir das Gebiet intensiv erkundet haben und zugleich fantasiert haben.

Dann haben wir unsere Fantasie mit der Realität konfrontiert. Wir kannten das Gebiet, aber trotzdem haben wir Fehler gemacht. Es gibt also kein Patentrezept, bis auf vielleicht gute Gebietskenntnisse und Fantasie. Man kann erfolgreiche Projekte nicht kopieren, sondern sollte eher die Konzepte und Herangehensweisen aufgreifen, die dahinter stecken. Erfolgreiche Projekte sind immer eigene, individuelle Kreationen.

Wie sehen Sie Ihre Zukunft in Nantes, wird Ihre Projektarbeit auch unter anderen politischen Rahmenbedingungen weitergehen?

Wenn Jean-Marc Ayrault nicht mehr in Nantes wäre, wäre ich auch nicht mehr in Nantes. Ich bin davon überzeugt, dass eine solche Zusammenarbeit nur durch die langjährige Vertrautheit mit Jean-Marc Ayrault entstehen konnte. Und mit 57 Jahren möchte ich nicht noch einmal von vorne anfangen.

Ich kann Projektarbeiten in Paris oder ein Festival in Vietnam übernehmen. Das hat aber nicht die gleiche Wertigkeit wie in Nantes, nämlich eine langjährige und nachhaltige Arbeit für und mit einem bestimmten Umfeld.

Es gibt in diesem Bereich einen starken Einfluss des Persönlichen. Einzelne Persönlichkeiten spielen eine große Rolle. Es kann kein Zufall sein, dass so viele begabte Menschen in einer so kleinen Stadt wie Nantes arbeiten. Es zeigt, dass das politische Umfeld günstig ist und solche Initiativen fördert. Daraus sollte man lernen.

Das Interview führten Karine Husson und Adrian Rudershausen

Interview mit Paul Rubinstein am 04.09.2007 in Newcastle

Paul Rubinstein wuchs in Hull auf und studierte am University College London.

Er übernahm die Position als Head of Arts and Culture im Stadtrat von Newcastle im Jahr 2000. Paul Rubinstein war der führende Vertreter für die renommierte Newcastle Gateshead Partnership sowie für die Bewerbung von Newcastle Gateshead um den Titel der „Europäischen Kulturhauptstadt“ 2008.

Im Jahre 2004 wurde Paul Rubinstein zum Head of Economic and Cultural Affairs im Stadtrat und führte den Entwicklungsplanungsprozess der Stadtregion „Tyne and Wear“ im Rahmen der Entwicklungsinitiative „The Northern Way“ sowie den Prozess des City Business Case bei der Regierung.

Ab Januar 2006 wurde Paul Rubinstein Assistant Chief Executive and Director of Corporate Policy im Stadtrat. Diese Position trägt die Verantwortung für die gesamte Politikentwicklung im Stadtrat und die Entwicklung der „Sustainable Community Strategy“ sowie des Newcastle Local Area Agreement. Er übernimmt für den Stadtrat auch die Führung des ambitionierten Programms „Newcastle Science City“.

Wie hat sich der Prozess des strukturellen Wandels durch Kultur in Newcastle und Gateshead aus Ihrer Sicht entwickelt?

In Newcastle kam der wirtschaftliche Zusammenbruch in den späten 80er-Jahren und damit ein Gefühl des Verlustes. Nach und nach starben die Fabriken. Es war ein Gefühl wie bei einem Fußballverein, der immer wieder verliert. Interessant ist, dass es genau während dieser Zeit die ersten Versuche gab, sich wirtschaftlich neu aufzustellen.

Die Menschen sind losgezogen, um auf eigene Kosten neue Fabriken nach Newcastle zu holen, vor allem aus Amerika und Asien. Man ging also direkt vom Zusammenbruch in die Rekonstruktion über. Das waren Konzepte wie die von Richard Florida: günstige Arbeitsplätze, gute Arbeitsbedingungen usw. Jede Menge Geld wurde da hinein gesteckt und den Menschen wurde viel versprochen. Aber die meisten Investitionen dieser Zeit haben sich nicht lange gehalten. Das war nicht der richtige Weg, die Wirtschaft zu sanieren. Es fehlte ein Zwischenschritt, um den Menschen das Gefühl zu vermitteln, dass Newcastle der Ort eines dynamischen Prozesses ist.

Glücklicherweise hat die Lokalpolitik Ende der 1980er-, Anfang der 1990er-Jahre begonnen, sich um Gelder aus der National Lottery zu kümmern und hat dadurch für kulturelle Zwecke mehr Geld zur Verfügung gestellt bekommen, als man sich jemals erträumt hatte. Zwischen 1995 und 2005 wurde überall in England soviel Geld in kulturelle Infrastruktur investiert, dass es sogar die viktorianische Zeit überragte. Da wurden Theater gebaut, Galerien eröffnet und Parks angelegt, oftmals mitfinanziert durch reiche Unternehmer, die ihrer Stadt etwas zurückgeben wollten. Allein in Newcastle waren es in diesem Zeitraum Investitionen von etwa 150 Millionen £.

Können Sie ein Beispiel für eine Investition mit großer Wirkung geben?

Zwischen Newcastle und Gateshead liegt der Tyne, ein ehemals industrialisierter Fluss, auf dem die Kohle aus dem Bergbau transportiert wurde. Der Tyne war dreckig und stank, die Stadt Newcastle am nördlichen und Gateshead am südlichen Ufer. Beide Seiten haben kaum miteinander geredet. Aber die Menschen begannen, den Fluss zu säubern und ihn zu einem attraktiven Ort zu machen.



Das war rückblickend eine der großen Kulturinvestitionen. Heute, wenn man Besuch von Verwandten oder Freunden bekommt, die seit 10 Jahren nicht in Newcastle gewesen sind, geht man als erstes an den Fluss, um zu zeigen, wie die Stadt sich verändert hat. Viele Ortsansässige haben während des Umstrukturierungsprozesses der Flussregion geweint – aber aus Stolz.

Dieser Stolz führte zu einem veränderten Bild der Stadt in den Herzen und Köpfen der Menschen und eröffnete die Möglichkeit, über die Nachhaltigkeit der Wirtschaft der Stadt nachzudenken, anstatt einfach nur neue Fabriken von sonstwo anzusiedeln.

Nach dem Zusammenbruch nahm die Rekonstruktion über den Weg der Kultur die Menschen mit, machte sie Stolz. Und dieser Weg kann in der Folge auch zu einem nachhaltigen Umgang mit der Wirtschaft führen, nicht so wie eingangs beschrieben in den 1980er-Jahren. Natürlich gibt es noch immer Schiffbauer, die heute eben Autos bauen, aber nachhaltig ist das nicht.

Sehen Sie Parallelen zwischen der Entwicklung in Ihrer Region und der in Nordrhein-Westfalen und im Ruhrgebiet?

Ich glaube, dass es viele Gemeinsamkeiten zwischen dem Nordosten von England und dem Ruhrgebiet gibt. Ich denke beim Ruhrgebiet an Kohlebergbau, Stahlproduktion usw. Auch Newcastle existierte aus dem Zusammenhang heraus, dass man auf den natürlichen Ressourcen und Bodenschätzen aufbaute. Es gab große Arbeitgeber, die vor Dir auch schon Deinem Vater und Deinem Großvater Arbeit gegeben haben. Vielleicht teilen wir diese Art der Geschichte.

Die Frage, die sich Städte und Regionen stellen, wenn sie über diese Art von Geschichte nachdenken, ist: Wenn eine Gesellschaft und ihre Wirtschaft so konzipiert sind, dass sie um den Grund herum existieren, dass man lebt und arbeitet, dann muss man auch heraus finden, was der neue Grund ist, sobald sich einer der beiden Pfeiler ändert.

Das ist eine fundamentale Frage, die überall in der Welt gestellt werden muss. Ein Teil der Antwort ist Kultur, aber nur ein Teil. Und nicht immer ist Kultur das Fundament, auf das man einen Strukturwandel aufbauen kann. Kultur ist wohl eine Komponente dieser Strategie, auf keinen Fall aber die wichtigste.

Für mich gibt es greifbare und ungreifbare Aspekte des strukturellen Wandels. Das Greifbare am Strukturwandel ist, wenn man 1000 neue Stellen kriert, neue Fabriken anlockt, wenn neue Industriezweige entstehen. Das Ungreifbare sind die Natur einer Gemeinschaft, der Geist der Menschen, der Sinn von Glauben und der Glaube an die Zukunft. Und das wahrscheinlich Wichtigste für uns war, dass Kultur den Menschen einen Schimmer von Hoffnung und eine mögliche Zukunft geben kann, viel mehr als eine neue Konzerthalle, ein Museum oder so etwas in der Art.

In Deutschland gibt es einige Städte, zum Beispiel Berlin, die eine starke Anziehung auf Kulturschaffende ausüben. Wie gehen Sie mit der Situation um, dass Menschen ihre Heimatstadt verlassen, um in einer dieser „kreativen Städte“ zu leben und zu arbeiten?

Ich weiß nicht genau, wie es in einem föderalistischen Land ist, aber die Situation hier scheint mir etwas anders als in Deutschland. England ist ein in höchstem Grade zentralisiertes Land und London war von den 1970ern bis in die 1990er-Jahre die zentrale Stadt in allen Bereichen.

Man konnte sich nicht vorstellen, außerhalb Londons eine Chance zu haben. Bei uns denkt man noch immer: Wenn du etwas werden willst, musst du nach London gehen um dir eine Zukunft aufzubauen. Also haben wir die Besten und

Gescheitesten an London verloren oder an Edinburgh oder Manchester, und keiner davon ist je zurückgekommen.

Das Ziel musste es also sein, allen diesen Menschen zu zeigen, dass auch hier aufregende, dynamische, innovative, phantasievolle und kraftvolle Dinge passieren können und dass nicht alles Aufregende anderswo stattfindet. Und dieser Geist von „Newcastle ist ein aufregender Ort, an dem etwas passiert, an dem alles möglich ist, der wichtigste Ort Englands“ ist wahrscheinlich der wichtigste ungreifbare Aspekt von Kultur. Die Geschichte, dass hier ein Ort mit Zukunft ist, ist sehr wichtig.

England hat kaum globale Industrie und nur wenige Weltunternehmen. Man könnte sagen: Die einzig erfolgreiche Industrie ist die Finanzwelt und ihr Ort ist die City of London. Wenn wir jetzt eine Finanzwelt in Newcastle bauen wollten, wäre das dumm. Sich also mit London zu vergleichen oder gar anlegen zu wollen, ist kein sehr sorgfältiger Versuch, sich ins Spiel zu bringen.

In einer Art ökonomischer Hierarchie spielt Newcastle in der dritten Liga. London ist erste Liga, Städte wie Glasgow, Edinburgh, Manchester oder Leeds sind zweite Liga. Etwas anderes zu behaupten wäre falsch.

Wir haben daraus den Schluss gezogen, dass die Geschichte, die wir erzählen wollen, auf der Lebensqualität basiert. „Kommt nach Newcastle, hier gibt es kaum Verkehrstaus“, „Kommt nach Newcastle, hier lernen Eure Kinder in guten Schulen“, „Kommt nach Newcastle und ihr findet ein tolles Haus, was in London unmöglich ist“.

Das sind nicht unbedingt die wichtigsten ökonomischen Gründe für Newcastle, aber der fundamentale Punkt ist der, dass wir unsere Ökonomie grundsätzlich ändern müssen. Eine gute Lebensqualität hilft dabei. Aber solange man keine klare Strategie verfolgt, außer der, etwas zu ändern, ist man weit von seinem Ziel entfernt. Selbst nach so vielen Jahren haben wir in Newcastle und Gateshead bislang nur ein paar Schritte machen können.

Ich denke, dass man Menschen nicht anlocken und bitten kann, zu bleiben, wenn der Ort keine klare Botschaft oder klare Vision hat. Dazu braucht man eine starke Führung und eine Reihe attraktiver Vermögenswerte, wie beispielsweise die Universitäten in Newcastle und Gateshead, die unter anderem im Bereich „Entrepreneurial Leadership“ ausbilden.

Die Anstrengungen, die dort unternommen werden, sind enorm, um Studenten aus der ganzen Welt hierher zu locken, die diese Ausbildung auch in Sydney oder Barcelona oder sonstwo machen könnten.

Gab es von Beginn an eine Strategie, nach der vorgegangen wurde?

Newcastle hatte keine Strategie. Ich könnte mir jetzt eine für Sie zusammenschustern, aber wenn ich zurückblicke, dann war da keine. Aber die Stadt hatte eine gute politische Führung, recht viel Geld zur Verfügung und vor allem gab es gewisse „Zutaten“ für den Erfolg.

Diese Aussage ist recht umstritten und viele wollen nicht, dass ich das so ausspreche, aber viele Städte haben diese Zutaten zum Erfolg, egal aus welcher vergangenen Generation dieses Kapital stammt und egal welche Riege Marketingleute und Architekten usw. daran beteiligt sind. Andere Städte haben diese Zutaten eben nicht. In dieser Hinsicht sind wir hier sehr glücklich.

Wir haben einen Fluss in der Mitte, wunderschöne alte Gebäude, unser kulturelles Erbe und Geschichte, ein funktionierendes Transportwesen, Einkaufs-

möglichkeiten und den Fußball mitten in der Stadt. Wenn man diese Zutaten hat, wenn man Politiker hat, die zuhören und dazu ein bisschen Geld, dann hat man eine Chance. Wir hatten das alles in Newcastle.

Man wollte neue Leute in die Region ziehen und in Städten wie Newcastle und Gateshead gab es plötzlich diese lawinenartigen Veränderungen, die die Politiker haben aufhorchen lassen. Es wurde in Kultur investiert und von unten her veränderte sich die Stadt vor ihren Augen, ohne dass es Teil einer Strategie war und ohne dass sie vorher wussten, dass es das war, was gebraucht wurde.

Dieser Geist hat auch die Politik außerhalb von Newcastle und Gateshead erreicht und sie genau hinsehen lassen, was dort passiert und in was investiert wird. Bei der Entwicklung der Vorstellung von einem neuen Ort, der den Menschen Hoffnung gibt, war die Rolle der Kultur dann doch mehr ein zufälliger, als ein geplanter Weg, wie man sehen kann.

Als wir uns für den Titel zur Kulturhauptstadt Europas beworben haben, mussten wir unser Engagement beweisen. Gateshead hatte begonnen, aktiv zu werden, also mussten wir auch anfangen, etwas zu tun. Gateshead war ambitioniert und hatte im Gegensatz zu Newcastle Platz, so dass dort das Konzerthaus „The Sage“ gebaut wurde, das eigentlich in Newcastle stehen sollte.

In Gateshead hatten sie nicht viel kulturelles Erbe, also haben sie neu gebaut: den „Angel of the North“, das Museum „The Baltic“ und die „Millenium Bridge“. Die Ambitioniertheit von Gateshead forderte uns in Newcastle heraus: Wir haben fünf Theater restauriert und renoviert, wir haben ein Zentrum für Tanz gebaut, ein Haus nur für Kinderliteratur, haben drei Museen renoviert, fünf Künstlerstudios und ein Programmkino eingerichtet, Festivals veranstaltet. Wettkampf und Rivalität können sehr kraftvoll sein, und dieser Wettbewerb zwischen unseren Städten war der Grundstein für eine starke Partnerschaft.

Aber das alles wäre ohne die für kulturelle Zwecke gebundenen Mittel aus der National Lottery und ohne die EU-Gelder kaum möglich gewesen. Es ist sehr schwer, eine Geschichte zu erzählen, wenn man sie nicht sehen, nicht fühlen und nicht anfassen kann. In unserer Gegend gab es ziemlich viel Geld von außen, dazu diese Art von Städterivalität, die Dinge in Bewegung gebracht hat, es gab den Wunsch, sich international zu präsentieren und das Gefühl, auf das Einzigartige der Stadt aufzubauen. All das zusammen genommen und die Bereitschaft, Risiken einzugehen, hat es möglich gemacht. Aber das Wichtigste ist immer noch der Fluss als Dreh- und Angelpunkt, als soziales und kulturelles Element, das alles verbindet.

Welche Rolle spielt Kultur im Prozess des Wandels?

Die Städte in England in den 1970er- und 1980er-Jahren erzählen fast alle die Geschichte des wirtschaftlichen Zusammenbruchs, einer langsamen Genesung und dann der Rekonstruktion. Aber um überhaupt an eine Genesung denken zu können, muss man den Menschen einen Traum geben.

Man muss ihnen etwas geben, woran sie sich halten können, eine Idee davon, dass ihr Ort ein anderer werden kann. Gerade Kultur hat die Fähigkeit, den Menschen Denkanstöße zu geben und sogar ein anderes Denken zu erzeugen.

Das ändert die Haltung der Menschen und ihre Einstellung, was wiederum zur eben genannten Genesung führen kann. Dann erst folgt der schwerere Weg der Rekonstruktion. Oftmals versucht man, vom Zusammenbruch direkt zur Rekonstruktion überzugehen, ohne die Zwischenphase, in der sich die Menschen erholen können, aber genau dort, in der Mitte, ist Kultur sehr wichtig.

Kultur ist wichtig, um den Menschen die Möglichkeit zu geben, anderes Denken und andere Reflexionen zuzulassen und um ihnen das Gefühl zu geben, dass auch an ihrem Ort phantastische Dinge passieren können. Und das muss auch weitergehen, wir dürfen nicht aufhören, so zu denken, das ist zwar nicht leicht, aber wichtig. Was mich interessiert ist eine kraftvolle Geschichte, nennen Sie es gerne auch Strategie, welcher Schritt nach dem vorherigen folgen soll. Man muss ein klares Gefühl dafür haben, wo man herkommt und wo man hingehen will. Und viele Menschen müssen die Geschichte mit tragen, damit sie wahr wird.

Gab es in Newcastle und Gateshead kulturelle Ereignisse, die Sie rückblickend für besonders bedeutsam für den Entwicklungsprozess halten?

Ich denke, jede Stadt braucht Momente in ihrer Geschichte und es ist eine gute Strategie, mit diesen Momenten zu planen. Hier kann ihnen jeder sagen, an welchem Tag der „Angel of the North“ eingeweiht wurde. Als die „Millenium Bridge“ eröffnet wurde, sind tausende Menschen an den Fluss gekommen und es war absolut klar, dass die Stadt von da an nicht mehr die gleiche sein würde.

Die Menschen bemerkten plötzlich, dass sie einen Fluss in der Stadt hatten. Das waren solche Momente, sehr öffentlich und mit großer Wirkung. Davon hat es einige in den letzten 20 Jahren gegeben.

Aber diese Momente kann man nicht herstellen, sie müssen passieren. Die Menschen müssen darüber reden, dabei sein, sie erleben. Wir hatten das Glück einige solcher Momente gehabt zu haben. Jetzt fragen wir uns, wann kommt der nächste dieser Momente?

Diese Momente sind am besten, wenn sie zufällig passieren, wenn sie spontan sind. Das sind sie aber in den seltensten Fällen. Man kann sie planen, sie sind sehr kraftvoll. Jetzt habe ich schon so viel geredet und noch nicht ein Mal Fußball erwähnt. Aber der Tag, an dem Alan Shearer bei Newcastle unterzeichnet hat, war so ein Moment, unglaublich wichtig für die Geschichte der Stadt. Die Menschen brauchen diese Momente! Momente, die eine Stadt anders über sich selbst denken machen.

Gab es auch unerwartete Effekte oder negative Erfahrungen?

Eine weniger schöne Geschichte, aber leider wahr: Der derzeitige britische Außenminister, David Miliband, war lange Zeit Abgeordneter für diese Region und hat einmal eine Tour durch die großen Städte in England gemacht, durch die „Core Cities“.

Er hat in jeder Stadt die Führenden getroffen und gefragt, was deren Visionen und Pläne sind. In Newcastle hat er Politiker und Unternehmer getroffen, wollte aber auch junge Leute befragen. Also ist er in eine Schule im East-End von Newcastle gegangen. Und während er von allen anderen Seiten zu hören bekam, dass die großen Kultureinrichtungen wie „The Sage“ und andere Kulturprojekte die Lebensqualität und die Möglichkeiten für junge Leute erhöht haben, sagten ihm die Schüler, dass sie noch nie in „The Sage“ waren.

Er war schockiert. Ich war auch schockiert, weil er das nicht vorher wusste. Ich weiß, dass die Kinder aus den ärmeren Gegenden niemals die Schwelle zu „The Sage“ überqueren, nicht für alle Menschen ist es etwas Besonderes. Kennen Sie die Gruppe Public Enemy und den Song „Don't believe the hype“? David Miliband war schockiert, weil er dem Hype geglaubt hat. Also: Unterscheidet was Hype ist und was Realität. Versteht, dass Kultur ein sehr wichtiger Teil der eigenen Phantasie ist, aber glaubt nicht, dass sie alles retten kann.

Diese Lektion wurde noch viel stärker in Glasgow gelernt. In Glasgow hat man dem „Hype“ der Kulturhauptstadt-Euphorie geglaubt, das sagen auch die

Menschen dort. Es kann also auch eine Menge Hype ohne Kultur geben, aber die Wirtschaft ist dann immer noch katastrophal, es gibt hohe Arbeitslosigkeit, die soziale Einbeziehung klappt nicht.

Das Risiko ist groß, dass Kultur die Trennung von Wirtschaft und Sozialem eher noch verbreitert als verringert. Kultur ist das beste Mittel dafür, den Mietpiegel zu erhöhen. Sie bauen eine neue Konzerthalle, jeder will in der Nähe wohnen, die Nachfrage steigt, die Mieten steigen.

Das mag gut sein für die Gegend, aber nicht unbedingt für die Menschen. Es spaltet die Gesellschaft in Kulturkonsumenten und Kultur-Nichtkonsumenten. Trotzdem bin ich davon überzeugt, dass ein Konzerthaus wie „The Sage“ einen sehr starken und positiven Einfluss auf das ganze Gebiet hat.

Verstehen sie die jeweilige Rolle von Kultur, aber verfallen Sie nicht dem Hype. Da besteht ein großes Risikopotential. Kultur kann nicht grundlegende Probleme lösen.

Ja, Kultur ist fantastisch.

Ja, Kultur bereitet wunderbare Erlebnisse und Momente.

Ja, Kultur bringt Hoffnung und Stolz.

Aber Kultur allein kann die Wirtschaft einer Stadt nicht neu strukturieren.

Für uns bedeutet das: Um im globalen Markt bestehen zu können, brauchen wir Partnerschaften, den Wissensaustausch, Unternehmen, Innovationen und Forschung. Und selbst damit kann man nur die Basis einer wirtschaftlichen Entwicklung neu gestalten. Man muss Industrien ansammeln, die sich auch international behaupten, und Wirtschaftszweige entwickeln, die national mit-halten können. Und genau das ist sehr schwierig.

Kultur war über einen bestimmten Zeitraum das, worum es bei der Stadtentwicklung in Newcastle und Gateshead ging. Jetzt behaupten einige, dass wir die Kultur für die Wissenschaft und Technologie aufgegeben oder zumindest zurückgestellt haben und das Interesse an Kultur verloren haben. Ich persönlich habe viel Arbeit investiert in Kultur, jetzt investiere ich viel Arbeit in Wissenschaft und Technologie. Also denken viele, dass die Stadt die eine Strategie fallen gelassen hat für eine andere. Ich dagegen denke, in einem heuristischen Sinne ist Kultur als Komponente einer Strukturentwicklung sehr wichtig, aber es gibt noch andere Komponenten, die ebenfalls wichtig sind.

Ich interessiere mich für Kultur, für Bildung, für wirtschaftliche Entwicklung. Ich könnte sagen, dass ich ein oberflächliches Verständnis von vielen Dingen habe. Ich bin ein Generalist, kein Spezialist. Ich habe schon vieles gemacht und möchte nicht in die Schublade Kultur eingesperrt werden. Ich will in der Lage sein, mich zwischen den Dingen zu bewegen und auch die Möglichkeit haben, das zu tun.

Welche Rolle spielt die politische Führung in einem solchen Prozess?

Mein Ratschlag für die Politiker einer Stadt ist: seid optimistisch, habt Hoffnung, verbreitet eine starke Vision, aber erzählt auch immer die Wahrheit. Viele Lokalpolitiker erzählen zwar nicht unbedingt falsche Wahrheiten, aber sie erzählen nur Teilwahrheiten.

Wichtig ist es zu sagen, dass man eine klare Vorstellung davon hat, wohin man gehen will. Wäre ich Politiker würde ich beispielsweise sagen, dass im ganzen Zeitraum von 1990 bis 2020 die größten Veränderungen erst noch kommen. Glauben Sie nicht, dass wir mit dem Prozess schon durch wären, wir haben gerade einmal die halbe Strecke geschafft. Und die Politiker müssen das be-

tonen, dass Newcastle mitten in einem 30-jährigen Prozess steckt, dass ein paar Schritte getan sind, aber noch längst nicht der ganze Weg gegangen ist.

Teile des Grundsteins für eine Umstrukturierung Newcastles wurden über die Kultur gelegt. Aber das ist eben nur der Grundstein, das Gebäude darüber haben wir noch nicht angefangen zu bauen. Das ist jetzt dran.

Die Menschen denken, alles läuft bestens, Leute von hier und Leute von außen, und die Dinge laufen ja auch gut. Man sieht ja deutlich die Veränderungen. So reden auch die Politiker und sie sagen damit die Wahrheit. Aber im zweiten Teil des 30-jährigen Zeitraums wird es mehr Veränderungen geben, als die bisher offensichtlichen.

Ein mutiger Politiker würde das so sagen. Das ist einfach die Wahrheit und das ist es, was Politiker aussprechen müssen: Es war eine schwierige Zeit und wir können stolz sein auf all die Veränderungen und auf das, was wir erreicht haben. Aber wir haben noch verdammt viel zu tun.

In Newcastle gibt es immer noch Gegenden mit sehr hoher Arbeitslosigkeit über Generationen hinweg, es gibt Armut und die Wirtschaft insgesamt ist nicht fit für die Zukunft. Man kann sagen, dass Newcastle bis jetzt zwei von sieben oder acht Schritten gemacht hat. Sehen sie sich die Zahlen an: Newcastle und die ganze Region im Nordosten Englands sind bezogen auf Arbeitslosigkeit und Innovationskraft am schlechtesten gestellt in ganz Großbritannien, trotz aller bisherigen Erfolge.

Vergleichen sie unsere Wirtschaftsentwicklung mit der von Manchester, Leeds oder Bristols, so sind wir ganz am Tabellenende. Wir müssen also einen Zahn zulegen oder wir geraten in ziemliche Schwierigkeiten. Auch das sind Nachrichten, die Politiker streuen müssen, und wir geben ihnen das Rüstzeug dafür.

Politiker wollen immer mit Erfolg in Verbindung gebracht werden und mit allem, vor das sie sich stellen können und dabei gut aussehen. Viel mehr, als Verantwortung zu übernehmen, sich eine Strategie auszudenken, Ankündigungen zu machen. Sie übernehmen gerne, was Menschen produziert haben und was man ihnen vorsetzt.

Wurden rückblickend im Prozess Fehler begangen? Welche Erfahrungen waren für Sie wichtig?

Ich habe viele Fehler gemacht [lacht], wir alle haben das. Und einige davon waren recht furchteinflößend, nicht so sehr im kulturellen Bereich, sondern mehr im allgemeinen Prozess der Regeneration. Wir haben zum Teil versucht, den Wandel zu vollziehen, ohne die Menschen vor Ort ausreichend in den Prozess mit einzubeziehen.

In einem der ärmeren Viertel zum Beispiel, in Scotswood, hoffen wir in den nächsten Jahren etwas verändern zu können, mehr Leute zu Konzertbesuchen oder ähnlichem dorthin zu ziehen. Viele Bewohner des Viertels haben davon aber erst erfahren, als in der Zeitung Pläne und Bilder auftauchten, auf denen ihre Häuser verschwunden waren. Daraus folgte eine Gegenbewegung nach dem Motto „Rettet unsere Häuser“. Das ist ein gutes Beispiel dafür, wie schnell man Gefahr läuft, Entfremdung hervorzurufen statt Stolz und Engagement.

Die Einbindung der Bewohner ist sehr wichtig. Beim „Angel of the North“ wurde allerdings auch deutlich, dass man manchmal Entschlossenheit braucht, um etwas durchzubringen. Die Menschen waren zuerst dagegen, aber die lokale Behörde hatte die Nerven, es durchzustehen. Am Ende hat es funktio-

niert. Also, bezieh' die Leute mit ein, aber manchmal musst Du auch trotz aller Kritik bei dem bleiben, was du dir vorgenommen hast.

Ich bin immer sehr nervös, wenn ich anderen von Projekten erzähle, vor allem, wenn es sichtbare Projekte sind. Denn wenn alle vorher schon erzählen, dass es wunderbar, großartig, brillant werden wird, bekommst Du Schwierigkeiten, wenn es nicht so kommt. Man sollte bei Kunstprojekten, vor allem solchen in Kultureinrichtungen, lieber untertreiben.

Solche Projekte sind riskant und schwierig und es besteht die Möglichkeit, dass es nicht funktioniert. Wir hoffen immer, dass wir Interessantes auf die Beine stellen, aber letztlich ist es ein Glücksspiel. Das ist hart für Politiker.

Politiker neigen zu der Erwartung, dass alles fantastisch wird, wofür sie Dir Geld geben. Manchmal muss man aber sagen, dass es genauso großartig werden, wie auch daneben gehen kann. Man muss mit den Erwartungen umgehen, die man in der Öffentlichkeit schürt.

Manchmal möchte man diese Erwartungen hervorrufen und manchmal möchte man die Menschen überraschen. Auch ich musste diese Erfahrung machen, viel Geld für ein Projekt bekommen zu haben, von dem ich erzählen musste, dass es großartig wird. Die Leute lesen in der Zeitung, dass es großartig wird, aber wenn es dann stattgefunden hat, heißt es: „Warum der ganze Wirbel?“ So etwas untergräbt Deine Position. Versprich also lieber wenig als zu viel. Das ist schwierig, aber man muss sich immer wieder daran erinnern.

Wenn Du im öffentlichen Bereich arbeitest, bei der Gestaltung von Städten, kannst Du den Druck, dass alles brillant zu sein hat, nicht einfach an die Kreativen weitergeben. Das geht nicht.

Wenn Architekten, Designer oder Künstler involviert sind, ist das Risiko eben oftmals größer zu verlieren als zu gewinnen. Unser Tanzcenter ist so ein Beispiel. Den Menschen hier gefällt es nicht, aber wir haben es trotzdem gebaut und das ist auch in Ordnung. Es ist sehr gut für das Image der Tanzszene der Stadt und das ist in diesem Fall das Wichtigste.

Wir müssen mit den Erwartungen der Menschen umgehen. Das klingt wie eine sehr einfache Sache, aber wir müssen da als „Spin-Doctors“ agieren und so eine Art dunkle Wissenschaft im PR-Bereich betreiben. Man muss intelligent durchdenken, wie man mit den Menschen redet. Es ist sehr schwierig, das gut hinzubekommen.

Mit welchen Mitteln kann man Konsens, Geschlossenheit und eine gemeinsame Vision erreichen?

Der Aspekt der Führung ist sehr wichtig. Ich bin jetzt „Assistant Chief Executive“, aber begonnen habe ich als „Head of Culture“, als dieser Posten zum ersten Mal eingerichtet wurde. Es sollte damit eine Führung der kulturellen Interessensvertreter im Gemeinderat erreicht werden.

Es ist sehr schwierig, jemanden zu finden, der in der Lage ist, all diese verschiedenen Interessen unter einen Hut zu bringen, der allen sagen kann, dass er die Wünsche versteht und dafür sorgen will, dass er sie in den Strukturen vorwärts bewegen wird. Und auch wenn Du so jemanden gefunden hast, ist es immer noch sehr schwer. Es gibt jetzt ein Programm, das wir noch nicht hatten, als ich den Posten innehatte. Es nennt sich „Cultural Leadership Programme“, das glaube ich das Arts Council England landesweit aufgesetzt und lokal verankert hat.

Du brauchst also natürlich auf der einen Seite viele aktive Leute aus dem Kulturbereich, aber Du brauchst auch eine Idee, wie Du sie zusammenbringen kannst, wie Du es schaffst, dass alle Stimmen gehört werden und die lokalen und regionalen Institutionen gestützt werden.

Nach meiner Auffassung ist es absolut essenziell, einen solchen Führungsposten im Bereich der Kultur einzurichten. Du brauchst jemanden, der nicht nur über Kultur nachdenkt, sondern auch über übergeordnete Aspekte der Stadtentwicklung. Du brauchst einen Dialog in beide Richtungen.

Es geht nicht nur darum, was die Regierung für die Kultur tun kann, sondern auch darum, was die Kultur für die Regierung, für die Stadt für die Region usw. tun kann. Man muss losgehen können und zu den Kulturorganisationen zum Beispiel sagen können, dass es ein Bildungsproblem gibt und dass sich die Organisationen etwas einfallen lassen sollten. Und die Organisationen sagen: Großartig, wir haben da eine Idee, bitte versucht uns bei der Umsetzung zu unterstützen. In jeder Organisation gibt es eine Führung. Finden Sie diese, das ist äußerst wichtig. Und wenn Sie keine guten Leute haben und auch keine gute Führung, haben Sie keine Chance.

Nach meiner Erfahrung sprechen die meisten Leute, die im Kulturbereich arbeiten, nur eine Sprache, und das ist die der Kultur. Eine der wichtigen Aufgaben, die ich als „Head of Culture“ hier hatte, war es, die Leute in den Kulturorganisationen dazu zu bringen, mehr Sprachen als ihre eigene zu verstehen, die Sprache von städtischer Regeneration, die Sprache der städtischen Gemeinde, des Zusammenhalts, der Geschlechter- und Kulturdifferenzen. Denn bevor sie nicht gegenseitig ihre Sprachen verstehen, ist es unmöglich, dass sie so agieren können, wie es nötig ist.

Die Führungspersonen im Bereich der Kultur müssen in der Lage sein, all diese Sprachen der Macht zu sprechen. Aber nach meiner Erfahrung sind sie das häufig nicht. Du brauchst Leute, die das Ganze sehen können, ein größeres Bild.

Die Britische Regierung hat einen Leitrahmen gesetzt, der heißt „every child matters“. Wenn Sie heute die kulturelle Führung von Newcastle nach diesem Rahmen fragen, würden sie als Antwort bekommen: Ja, davon habe ich gehört, aber ich habe keine Ahnung, was es bedeutet. Ich glaube, da liegt ein Problem.

Man muss nicht jedes Detail kennen, aber man muss in der Lage sein, die Verbindung zu einem übergeordneten Dialog zu halten. Nach meiner Erfahrung sind die Kulturakteure in Großbritannien nicht besonders gut darin.

Wie würden Sie vorgehen, wenn Sie als Initiator in Nordrhein-Westfalen eine hohe Investitionssumme für die Gestaltung eines Prozesses des strukturellen Wandels durch Kultur zur Verfügung hätten?

Ich würde eine Hälfte abzweigen und damit ein Investitionsmodell entwickeln, das einen jährlichen Rückfluss für die kulturellen Organisationen ermöglicht, damit sie unabhängig von öffentlichen Mitteln werden. Im Moment steigen zwar die Bedarfe und Preise, aber die Einrichtungen bekommen nicht mehr Geld.

Man muss da eine langfristige finanzielle Sicherheit und Unabhängigkeit herstellen, anstatt dass die Einrichtungen jedes Jahr wiederkommen, weil sie noch einmal 20.000 brauchen. Das ist auf die Dauer für alle Beteiligten sehr ermüdend. Und ich würde darüber hinaus einen Investitionsfonds einrichten, der Creative Businesses fördert.

In jeder Bürgereinrichtung würde ich Räume für Kinder und Jugendliche schaffen, wo sie jederzeit reinschauen und mit ihrer Band, mit ihrer Theatergruppe oder was auch immer proben können. Und ich würde 10 Momente innerhalb der nächsten 10 Jahre gestalten, ohne dabei aufs Geld zu schauen.

Aber die aufregendsten Dinge sind die, die nur in Nordrhein-Westfalen passieren können und nirgendwo anders. Man muss die Dinge aufspüren, die absolut einzigartig, unverkennbar und besonders für den Ort sind und daraus etwas machen – progressiv und weitblickend. Der Gasometer ist ein wirkliches Kapital. Kreieren Sie damit einen Moment, aber tun Sie es international. Der größte Fehler wäre es, nur nach hinten zu sehen und nicht nach vorne. Sie haben eine Geschichte, die weiter erzählt werden will.

Das Interview führten Christoph Backes und Tim Schomacker

II. Thematische Zitatsammlungen aus den Interviews

Einschätzungen zur sozialen und psychologischen Dimension

„Städte sollten nicht versuchen, sich den erfolgreichen Beispielen anderer Städte anzugleichen um Perfektion zu erreichen, denn dadurch könnte das einzigartige Image verloren gehen. Gerade Probleme, Ecken und Kanten können die Besonderheit eines Images definieren und die Stadt interessant machen.“

Prof. Franco Bianchini,
Cultural Policy and Planning,
Leeds Metropolitan University

„Wir haben die Besten und Gescheitesten an London verloren oder an Edinburgh oder Manchester und keiner davon ist je zurückgekommen. Ziel musste es also sein, allen diesen Menschen zu zeigen, dass auch hier aufregende, dynamische, innovative, phantasievolle und kraftvolle Dinge passieren können und dass nicht alles Aufregende anderswo stattfindet. Und dieser Geist von „Newcastle ist ein aufregender Ort, an dem etwas passiert, an dem alles möglich ist, der wichtigste Ort Englands“ ist wahrscheinlich der wichtigste ungreifbare Aspekt von Kultur. Die Geschichte, dass hier ein Ort mit Zukunft ist, ist sehr wichtig.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Da die Bewohner bemerkten, dass sich etwas bewegt, kam es zu einer Welle von selbst finanzierten Hausrenovierungen, so dass beispielsweise die Altstadt an Attraktivität gewann und Anziehungspunkt für etliche Restaurants und Kleinunternehmen wurde.“

Prof. Dr. Marisol Esteban Galarza,
Professor of Applied Economics,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

„Der Angel of the North hat den Menschen in der Region ihren Stolz zurück gebracht.“

Peter Montellier,
stv. Herausgeber
The Journal, Newcastle

„Der Tyne war dreckig und stank, aber die Menschen begannen den Fluss zu säubern und ihn zu einem attraktiven Ort zu machen. Das war rückblickend eine der großen Kulturinvestitionen. Viele Ortsansässige haben während des Umstrukturierungsprozesses der Flussregion geweint – aber aus Stolz. Dieser Stolz führte zu einem veränderten Bild der Stadt in den Herzen und Köpfen der Menschen.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Was mich interessiert, ist eine kraftvolle Geschichte, nennen Sie es gerne auch Strategie, welcher Schritt nach dem vorherigen folgen soll. Man muss ein klares Gefühl dafür haben, wo man herkommt und wo man hingehen will. Und viele Menschen müssen die Geschichte mit tragen, damit sie wahr wird.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Ich denke, jede Stadt braucht Momente in ihrer Geschichte und es ist eine gute Strategie, mit diesen Momenten zu planen. Aber diese Momente kann man nicht herstellen, sie müssen passieren. Die Menschen müssen darüber reden, dabei sein, sie erleben. Wir hatten das Glück, einige solcher Momente gehabt zu haben.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief Executive,
Newcastle City Council

„Der Wandel in der Wahrnehmung ist wahrscheinlich der wichtigste, innerlich und äußerlich.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

„Der erste Schritt ist, Begeisterung zu erzeugen und die kreativen Leute zu bekommen. Die Herausforderung später ist dann, etwas skeptischere Leute in den Prozess einzubringen.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

„Man hat den Slogan Glasgow's miles better / Glasgow smiles better erfunden und es ist, als ob man das Gesicht der Stadt zum Lächeln bringt. Der Versuch war der, die Wahrnehmung zu verändern, dass es keine bedrohliche und gefährliche Stadt ist, die man da besucht.“

Prof. Philip Schlesinger,
Academic Director, Centre for Cultural Policy Research,
University of Glasgow

„Die Machines de l'Île de Nantes setzen die Erinnerung an die Werften durch die für die Öffentlichkeit zugängliche Werkstattkomponente fort. Diese durch ihre Bewegungen lebendigen architektonischen Gebilde wecken in uns Emotionen und befragen uns über die Stadt von morgen. Ein weiteres Marinemuseum produziert hingegen ein totes Gedächtnis.“

François Delarozière,
Directeur artistique La Machine,
Nantes

„Die Grundaufgabe in Nantes besteht darin, eine Lebensart anzubieten. Es geht darum, nicht nur Image, sondern eine bessere Lebensqualität anzubieten.“

Jean-Marc Devanne,
Directeur de l'office de tourisme
de Nantes Métropole

„Der Blick der Bevölkerung auf ihre Stadt hat sich geändert: Früher meinte sie, dass es in Lille nichts zu sehen gibt. Nun ist es anders.“

Laurent Dréano,
Coordinateur Général Lille 2004,
Directeur Général Adjoint du Pôle Culture
et Manifestations de la Ville de Lille

„Eine Sache ist wichtig zu wissen: Wenn man ein Projekt voranbringen will, braucht man einen Menschen, der eine Vision vermittelt. Jemand muss einen klaren Sinn für das Große haben.“

Dr. Beatriz Garcia,
Director Impacts 08 -
The Liverpool Model, European Capital of
Culture Research Programme, Liverpool

„Es ist nicht sehr schwer, in kurzer Zeit eine ganze Stadt durch Kultur zu verändern. Aber nicht nur ihr Image nach außen wird verändert, sondern vor allem das Bild, das die Bewohner von ihrer eigenen Stadt haben. Psychologisch ist ein solcher Prozess für das kollektive Bewusstsein einer Stadt enorm wichtig.“

Jean Blaise,
Directeur le lieu unique, Estuaire,
Nantes

Einschätzungen zur zeitlichen Dimension

„Man braucht ein langfristig gedachtes und angelegtes politisches Programm, aber auch dann ist der Erfolg nicht vorprogrammiert.“

Prof. Allen J. Scott,
Department of Policy Studies and
Department of Geography,
University of California,
Los Angeles

„Denken Sie weiter voraus als nur ein paar Jahre. Denken Sie über Ihre eigene Legislaturperiode hinaus. Kulturelle Projekte brauchen lange, um zu reifen. Und doch denken aus politischen oder buchhalterischen Gründen wenige Menschen über die nächsten fünf Jahre hinaus.“

Andy C. Pratt,
Director Urban Research Centre,
London School of Economics
and Political Science

„Die Städte in England in den 1970er- und 1980er-Jahren erzählen fast alle die Geschichte des wirtschaftlichen Zusammenbruchs, einer langsamen Genesung und dann der Rekonstruktion. Oftmals versucht man, vom Zusammenbruch direkt zur Rekonstruktion überzugehen ohne die Zwischenphase, in der sich die Menschen erholen können, aber genau dort, in der Mitte, ist Kultur sehr wichtig.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief
Executive, Newcastle City Council

„Teile des Grundsteins für eine Umstrukturierung Newcastles wurden über die Kultur gelegt. Aber das ist eben nur der Grundstein, das Gebäude darüber haben wir noch nicht angefangen zu bauen. Das ist jetzt dran. Man kann sagen, dass Newcastle bis jetzt zwei von sieben oder acht Schritten gemacht hat.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief
Executive, Newcastle City Council

„In der Phase der Regeneration ist das Schlimmste was passieren kann, dass du ein Programm machst und nach einem Jahr hört es auf.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Immer mutig denken, Grenzen überschreiten, Risiken eingehen, Visionen entwickeln und seiner Zeit voraus sein. Mindestens über einen Zeitraum von 50 Jahren nachdenken.“

Prof. Philip Schlesinger,
Academic Director, Centre
for Cultural Policy Research,
University of Glasgow

„Wichtig ist ein Ablauf in Etappen, man muss einen Rhythmus finden.“

Jean-Louis Bonnin,
Conseiller Culturel du Maire,
Président de Nantes Métropole

„In Nantes hat sich ein Ökosystem entwickelt, eine Art fruchtbare Blumenerde, Schicht für Schicht. Nun können Samen aufkeimen und wachsen und Initiativen entstehen fast von alleine. Strukturwandel entsteht nicht durch einfache Kausalitäten.“

Thierry Guidet,
Buchautor zum Thema,
ehem. chef de la rédaction nantaise
d'Ouest-France,
directeur de la revue Place Publique

„Kontinuitätsmangel wäre ein Fehler, man braucht eine dauerhafte Kulturpolitik, 20 bis 30 Jahre. Kultur muss für die Dauerhaftigkeit kapitalisiert werden.“

Didier Bernateau,
Directeur Général délégué
SEM Pays de la Loire
(Société d'économie mixte)

„Man sollte von vornherein darüber nachdenken, was nach dem Event bleiben soll. In erster Linie soll sich das Publikum das Ereignis aneignen.“

Jean Baptiste Haquette,
Directeur Maison Folies
de Lille-Moulins

„Man darf nicht nur auf Events setzen. Events müssen nach einer gewissen Zielsetzung realisiert werden. Im Übrigen müssen Pausen gemacht werden, damit keine Erschöpfung entsteht: Den richtigen Rhythmus finden!“

François Rohart,
Chef du Service Culture,
Lille Métropole

„Die Herausforderung besteht darin, über einjährige Projekte hinaus eine nachhaltige Kulturpolitik zu entwickeln, insbesondere durch Kunsterziehung in den Schulen wie beispielsweise in unserem allgemeinen Bildungsplan vorgesehen.“

Laurent Dréano,
Coordinateur Général Lille 2004,
Directeur Général Adjoint du
Pôle Culture et Manifestations
de la Ville de Lille

„Städtische Erneuerungsprojekte sind notwendig, funktionieren aber meiner Ansicht nach nur langfristig, wenn sie organisch, natürlich entstehen.“

John Craig,
ehem. Herausgeber der
Pittsburgh Post-Gazette

„Ich würde sehr genau auf die längerfristige Nachhaltigkeit der Veranstaltungsorte achten, der Infrastruktur.“

Dan Martin,
Director Institute for the Management
of Creative Enterprises Carnegie Mellon
University Pittsburgh

„Die Herausforderung liegt bei der dauerhaften Sicherung der Kulturprogramme. Der Bau oder die Bereitstellung eines Gebäudes wird oft durch die Stadt finanziert, jedoch ist das eigentliche Problem, dieses auch langfristig mit Programm zu füllen.“

Philip Horn,
Executive Director Pennsylvania
Council on the Arts

„Wir reden über organische Zusammenhänge und Entwicklungen. Es braucht sehr lange, bis eine Strategie Früchte trägt und in allen Bereichen Wirkung zeigt.“

Dr. Beatriz Garcia,
Director Impacts 08 -
The Liverpool Model, European Capital
of Culture Research Programme,
Liverpool

Einschätzungen zur Relevanz regionaler Besonderheiten

„Verschaffen Sie sich einen Überblick darüber, was in Ihrer Region tatsächlich alles vorhanden ist (strategic audit) und finden Sie dabei heraus, welche Stärken und welche Schwächen Sie haben. Dann spielen Sie Ihre Stärken aus. Erarbeiten Sie eine Strategie, die von unten nach oben zielt (bottom-up-strategy) und versuchen Sie Bedingungen zu schaffen, die bewirken, dass Ihre Region zum Brennpunkt vieler spontaner, innovativer Experimente wird.“

Prof. Allen J. Scott,
Department of Policy Studies and
Department of Geography,
University of California, Los Angeles

„Oft sieht es so aus, als wären es die Umstände, die etwas bewegen: wenn im richtigen Kontext, zur richtigen Zeit am richtigen Ort etwas passiert. Darum versuchen viele, die „magische Formel“ der Erneuerung zu finden und zu wiederholen. Aber das ist sehr schwer, denn das Geheimnis ist: Man muss sich der Situation sehr bewusst werden, um genau zu sehen welches der richtige Weg ist, der für diese Situation funktioniert. Das geht nicht über das Kopieren von den Wegen anderer.“

Dr. Beatriz Garcia,
Director Impacts 08 -
The Liverpool Model,
European Capital of Culture
Research Programme, Liverpool

„Städte sollten nicht versuchen, sich den erfolgreichen Beispielen anderer Städte anzugleichen um Perfektion zu erreichen, denn dadurch könnte das einzigartige Image verloren gehen. Gerade Probleme, Ecken, Kanten können die Besonderheit eines Images definieren und die Stadt interessant machen.“

Prof. Franco Bianchini,
Cultural Policy and Planning,
Leeds Metropolitan University

„Die Wurzeln und Traditionen einer Region müssen erhalten bleiben. Stehen Sie zu Ihren Wurzeln, sie sind das vitalste Element für den Erfolg.“

John Holden,
Head of Culture,
Think Tank Demos, London

„Man wird definitiv scheitern, wenn man den Bezug zu den lokalen Gegebenheiten verliert und die Basis vor Ort abkoppelt. Dann wird man kurzfristige Erfolge erzielen, mit mehr Besuchern und besserer Finanzierung. Aber es wird nicht nachhaltig sein.“

Dr. Beatriz Garcia,
Director Impacts 08 -
The Liverpool Model,
European Capital of Culture
Research Programme, Liverpool

„Sie müssen daran denken, dass jede Stadt unterschiedlich ist. Mehr noch: Obwohl Kultur an sich ja eine positive Sache ist, müssen Sie die Frage stellen, ob Kultur zwangsläufig der richtige Schlüssel ist, um die Strategie der Stadt voranzutreiben.“

Jon Azua,
ehem. Vizepremierminister
des Baskenlandes

„Jede Stadt muss sich durch eine eigene kulturelle Identität und durch eigene kulturelle Inhalte auszeichnen. Das Modell einer Stadt ist kein Modell für andere.“

Elias Más Serra,
ehem. Stadtarchitekt von Bilbao

„Wie entwickeln wir uns und was sind die Stärken, auf denen wir aufbauen können?“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Um einen Prozess zum Scheitern zu bringen, würde ich ein Programm machen, mit dem sich die örtliche Bevölkerung nicht identifiziert.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Ich würde sehr gerne nachforschen, was in anderen Kulturhauptstädten geschehen ist und objektiv herausfinden, wie die Dinge gelaufen sind. Regierungen machen einen Fehler, wenn sie nur Denkmäler errichten wollen, anstatt sich langfristig um das kulturelle Wohl ihrer Mitbürger zu kümmern. Der Ausgangspunkt ist immer ein Verständnis davon, was Kultur ist und was sie in dem Kontext vor Ort bedeutet, und wie die Kreativität einer Stadt oder Region gesteigert werden kann.“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural
Affairs Glasgow,
Intendant der Kulturhauptstadt
Glasgow 1990 und Brüssel 2000

„Es gibt kein Patentrezept, bis auf vielleicht gute Gebietskenntnisse und Fantasie. Man kann erfolgreiche Projekte nicht kopieren, sondern sollte eher die Konzepte und Herangehensweisen aufgreifen, die dahinter stecken. Erfolgreiche Projekte sind immer eigene, individuelle Kreationen.“

Jean Blaise,
Directeur le lieu unique,
Estuaire, Nantes

„Wenn man sich selbst seiner kulturellen Wurzeln beschneidet, entfremdet man. Man kann Kultur importieren, aber wenn sie nicht verbunden ist mit der lokalen, traditionellen Kultur, wird sie zwar zunächst da sein, aber dann vergehen. Um dies auszubalancieren, muss man Kultur integrieren.“

Mark Robinson,
Executive Director Arts
Council England, North East

„Die aufregendsten Dinge sind die, die nur in Nordrhein-Westfalen passieren können und nirgendwo anders. Man muss die Dinge aufspüren, die absolut einzigartig, unverkennbar und besonders für den Ort sind und daraus etwas machen – progressiv und weitblickend.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant
Chief Executive,
Newcastle City Council

„Das erste, was ich machen würde: Ich würde eine Einschätzung dessen, was an Kunst/Kultur so existiert und was nicht haben wollen. Ich würde wissen wollen, was die Leute, die da wohnen, für wirklich wichtig halten. Dann hätte ich gerne eine Datenbank, wer wohin geht und wer was tut in Bezug auf die Kultur. Dann würde ich die richtigen Leute zusammen an den Tisch setzen und anfangen darüber zu diskutieren, was die Potenziale und die Möglichkeiten sind. Finde viele der Schlüsselfiguren und bringe sie an einen Tisch um zu diskutieren.“

Peter Donnelly,
ehem. Director ArtsFund Seattle

„Du musst willens sein, Risiken einzugehen. Denke groß, sei abenteuerlustig, bestehe auf Qualität. Authentizität ist wirklich wichtig, sei authentisch und ehrlich der Gemeinschaft gegenüber, kopiere nicht, Gemeinschaften müssen selbst herausfinden was ihre Stärken sind.“

Michael Killoren,
Director Seattle Office of
Arts & Cultural Affairs

Einschätzungen zur Rolle von Kunst und Kultur

„Die Künste sind ein Ökosystem, man braucht die großen und die kleinen Organismen und die dazwischen. Und wenn eines verschwindet hat das Auswirkungen auf das ganze System.“

James Kelly,
Executive Director 4Culture,
Seattle

„Kultur kann Energie zur Transformation einer Stadt freisetzen, dafür muss aber das inhärente Potenzial – die „DNA“ – der Stadt identifiziert und genutzt werden.“

Jon Azua,
ehem. Vizepremierminister
des Baskenlandes

„Für uns ist Kultur sicher eines der wichtigen Werkzeuge für Regeneration in der Stadt.“

Steve Inch,
Director of Development and
Regeneration Services,
Glasgow City Council

„Die offene Ausübung von Kultur ist essenziell und fundamental für das Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft. Kultur ist eine einzigartige Komponente der Selbstidentität und steht an der Schnittstelle zwischen menschlichem, sozialem und wirtschaftlichem Wohlstand. Kultur hält alle Komponenten von Entwicklung zusammen.“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural
Affairs Glasgow,
Intendant der Kulturhauptstadt
Glasgow 1990 und Brüssel 2000

„Kultur ist ein Prozess, kein Gegenstand!“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural
Affairs Glasgow,
Intendant der Kulturhauptstadt
Glasgow 1990 und Brüssel 2000

„Kidnappen Sie nie die Kultur als eine Komponente von Regeneration; gründen Sie Ihre Handlungen vielmehr auf die Kultur als einem Grundsatz einer gesunden und offenen Gesellschaft.“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural
Affairs Glasgow,
Intendant der Kulturhauptstadt
Glasgow 1990 und Brüssel 2000

„Schützen Sie die Kultur vor der Politik: Kultur sollte nicht als politischer Spielball missbraucht werden. Sie verlangt nach einfühlsamen und erfahrenen Urteilen, als Teil eines umfassenden demokratischen Prozesses.“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural
Affairs Glasgow,
Intendant der Kulturhauptstadt
Glasgow 1990 und Brüssel 2000

„Die Kultur hat diese Besonderheit, dass sie demokratisch ist und von allen erlebt werden kann.“

Stanislas Mahé,
Metropolitan area
project manager Samoa,
Île de Nantes

„Kunst hat eine doppelte Funktion: zu provozieren und zugleich Dinge aufzuzeigen. Unsere Mission besteht darin, nachzudenken, wie man die Stadt intelligenter machen kann, indem man sie zum Diskutieren, zum Anschauen und Erörtern anregt. Kunst und Architektur sind dafür perfekte Mittel.“

Jean Blaise,
Directeur le lieu unique,
Estuaire, Nantes

„Ein Teil der Antwort ist Kultur, aber nur ein Teil. Und nicht immer ist Kultur das Fundament, auf das man einen Strukturwandel aufbauen kann. Kultur ist wohl eine Komponente dieser Strategie, aber auf keinen Fall die wichtigste.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant
Chief Executive,
Newcastle City Council

„Oftmals versucht man, vom Zusammenbruch direkt zur Rekonstruktion überzugehen ohne die Zwischenphase, in der sich die Menschen erholen können, aber genau dort, in der Mitte, ist Kultur sehr wichtig.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant
Chief Executive,
Newcastle City Council

„Nach dem Zusammenbruch nahm die Rekonstruktion über den Weg der Kultur die Menschen mit, machte sie stolz.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant
Chief Executive,
Newcastle City Council

„Die realen Auswirkungen von kultureller Entwicklung, von Kultur, sind wesentlich tiefgreifender als die wirtschaftliche Entwicklung.“

Carol Brown,
ehem. Präsidentin
Pittsburgh Cultural Trust

„Wenn ich über Kultur spreche, rede ich über Ressourcen von Lebensqualität und das deckt ein weites Feld. Das beinhaltet typische Kultur wie Symphonie, Ballett, Theater, Bücherei aber ich beziehe auch Parks, Naherholungsgebiete, Wanderwege und diese Dinge mit ein. Ich habe also eine sehr breite Vorstellung von Kultur.“

David Donahoe,
Executive Director Allegheny
Regional Asset District

„Kultur kann deinen Geist öffnen, dein Denken, sie kann dir auch Einsicht gewähren in die menschliche Beschaffenheit, sie kann Aktion provozieren und Veränderung, sie kann auch Werte bekräftigen.“

Peter Donnelly,
ehem. Director
ArtsFund Seattle

„Die Kulturentwicklung muss als ein Netzwerk verstanden werden, in welchem Tourismus, Gesundheitswesen, Bildung, Marketing, Infrastruktur etc. eingebunden sind. Die Kultur kann hierbei den Part des ‚Development Drivers‘ übernehmen.“

Jon Azua,
ehem. Vizepremierminister
des Baskenlandes

„Seattle glaubt fest an Kultur als Anziehungspunkt für Geschäfte, Firmen und Leute, die für die Firmen arbeiten.“

David Brewster,
Gründer und ehem. Herausgeber
Seattle Weekly,
Mitbegründer Crosscut

„Im Falle einer Wirtschaftskrise kann Kultur ein Hebel sein, um die Situation zu verbessern.“

Jean-François Gendron,
Président Chambre de
Commerce et de l'Industrie
de Nantes (CCI)

„Kultur verschafft einen sozialen Zusammenhalt.“

Olivier Caro Campus
project manager, Samoa,
Île de Nantes

„Sie kann alle ein wenig lockerer machen, uns daran erinnern, dass es größere Fragen im Leben gibt. Sie ermöglicht uns Auszeiten zu nehmen und zu reflektieren, während wir durch unser Alltagsleben eilen, um Geld zu verdienen.“

Prof. Bob Bingham,
College of Fine Arts,
Carnegie Mellon University Pittsburgh
Co-Director Nine Mile Run
Greenway Project,
Distinguished Fellow Studio
for Creative Inquiry

Einschätzungen zur Relevanz von Kooperation, Kommunikation und Konsens

„Wir haben eine Gruppe von Bürgern verschiedenen Hintergrunds zusammengebracht: Künstler, Architekten, Städteplaner und diejenigen, die bei der Entscheidung über den Architekten für die Bücherei helfen sollten. Wir tun das Gleiche bei der Auswahl von Künstlern für öffentliche Kunstprojekte.“

Norie Sato,
Künstlerin, ehem. Mitglied Seattle
Arts Commission, Mitglied Seattle
Design Commission & Public Art Network Council

„Ich glaube, dass diese Mitwirkung eines breiten Spektrums der Öffentlichkeit, einschließlich Künstlern, der Bücherei geholfen hat, den nötigen Mut aufzubringen.“

Norie Sato,
Künstlerin, ehem. Mitglied Seattle
Arts Commission, Mitglied Seattle
Design Commission & Public Art Network Council

„Alle an einen Tisch setzen: Die Wirtschaft, die Politik und die Kultur müssen zusammenarbeiten.“

Jean-François Gendron,
Président Chambre de Commerce
et de l'Industrie de Nantes (CCI)

„Wichtig ist die Schaffung von Clustern und Netzwerken zwischen Kulturbetrieben, Universitäten und Politik.“

Prof. Dr. Marisol Esteban Galarza,
Professor of Applied Economics,
Universidad del País Vasco, Bilbao

„Die Kulturentwicklung muss als ein Netzwerk verstanden werden, in welchem Tourismus, Gesundheitswesen, Bildung, Marketing, Infrastruktur etc. eingebunden sind. Die Kultur kann hierbei den Part des ‚Development Drivers‘ übernehmen.“

Jon Azua,
ehem. Vizepremierminister
des Baskenlandes

„Ein Prozess des Strukturwandels wird scheitern, wenn die Strategie und Planung nicht in einem Gesamtkontext entwickelt wird, wenn jede Abteilung – Straßenbau, Kultur, Tourismus etc. – in völliger Isolation plant und arbeitet.“

Prof. Franco Bianchini,
Cultural Policy and Planning,
Leeds Metropolitan University

„Man kann die öffentliche Unterstützung für einen einschneidenden Prozess bekommen, wenn man transparent agiert, den Prozess offen gestaltet und Versprechungen einhält – oder deutlich erklärt, warum sie nicht eingehalten werden können. Man muss sich aufrichtig und authentisch verhalten, wenn man viele verschiedene Meinungen und verschiedene Bedürfnisse unter einen Hut bringen will. Kommunikation ist sehr wichtig, genauso wichtig im Umgang mit der Öffentlichkeit wie mit Investoren oder politischen Interessenvertretern.“

Dr. Beatriz Garcia,
Director Impacts 08 -
The Liverpool Model,
European Capital of Culture
Research Programme, Liverpool

„Die Auswahl eines Architekten für die Bücherei war von Beginn an ein transparenter Prozess. In den letzten zehn Jahren haben wir etwa 1000 öffentliche Zusammenkünfte gehabt. Nicht nur wegen der Bücherei, sondern für viele Projekte. Die Auswahl von Künstlern für die öffentliche Kunst an sämtlichen öffentlichen Gebäuden und anderen Projekten, einschließlich Nahverkehr, Infrastruktur, Parks usw., ist ebenfalls ein öffentlicher Prozess mit vielen Mitwirkenden.“

Norie Sato,
Künstlerin, ehem. Mitglied Seattle
Arts Commission, Mitglied Seattle
Design Commission & Public Art Network Council

„In Bilbao wurde stark darauf geachtet, die lokalen Firmen, Experten und Architekten mit in den Prozess einzubinden. Modellcharakter hierbei hatte die Zusammenarbeit von Frank O. Gehry und lokalen Architektenbüros beim Bau des Guggenheim Museums. Aber das entscheidende Element besteht nicht aus Stadtplanern oder Architekten, sondern liegt im wirtschaftlichen Vektor. Der definiert die Kernstrategie.“

Jon Azua,
ehem. Vizepremierminister
des Baskenlandes

Einschätzungen zur Relevanz von Leuchtturmprojekten

„Man muss die Umgebung, die Bedingungen verstehen, um zu entscheiden, was die richtige Art der Investition ist, ob es eine Architektur mit Symbolcharakter, weiter gefasste städtische Infrastrukturen oder ein besonderes Event ist. Es gibt viele verschiedene Vorgehensweisen, die sinnvoll sein können. Ich glaube, symbolische Bauten und Maßnahmen können sehr mächtig und wirksam sein, um Organisationen zusammenzubringen und um Wechselbeziehungen mit dem Ort herzustellen. Aber andererseits müssen sie etwas ansprechen. Sie können nur dauerhaft sein, wenn sie vom lokalen Umfeld getragen werden – und in dieses Umfeld eingebettet sind.“

Dr. Beatriz Garcia,
Director Impacts 08 - The Liverpool Model,
European Capital of Culture
Research Programme, Liverpool

„Dennoch müssen die Leuchtturmprojekte in den nachhaltigen Prozess der Erneuerung eingebunden werden. Sie geben der Stadt eine internationale Medienpräsenz und Werbung.“

Idoia Postigo,
Pressesprecherin und
International Relations Bilbao,
Metropoli 30

„Die Verbindung zwischen Leuchtturmprojekten und der Regeneration ist nicht bewiesen.“

Lorenzo Vicario,
Departamento de Sociología,
Facultad de Ciencias Economicas,
Universidad del Pais Vasco, Bilbao

„Beeindruckende Einzelprojekte im großen Maßstab, die viele Besucher anlocken, mögen wichtig sein, aber sie sind bestimmt keine wesentlichen Elemente von Entwicklungsprozessen. Wir müssen uns in Acht nehmen vor Events und Projekten, die nicht fortgesetzt werden können und deren Einfluss wahrscheinlich sehr kurzfristig ist. Die Verbindungen zwischen Projekten und Menschen, die langfristig aufrechterhalten werden, ist entscheidend für den Erfolg.“

Robert Palmer,
ehem. Director Cultural
Affairs Glasgow,
Intendant der Kulturhauptstadt
Glasgow 1990 und Brüssel 2000

„Leuchtturmprojekte sind unerlässlich. Man macht all die kleineren Dinge aber ab und zu braucht man einen großen Knall.“

Carol Brown,
ehem. Präsidentin
Pittsburgh Cultural Trust

„Ich denke Leuchtturmprojekte sind wichtig, um die Unterstützung der Öffentlichkeit zu erhalten, was auch immer es ist.“

David Donahoe,
Executive Director Allegheny
Regional Asset District

„Leuchtturmprojekte wecken Interesse, bewirken Publicity und ziehen Menschen an. Sie sind wichtig im politischen Sinn, weil sie die Menschen an Bord holen. Im Hinblick auf Öffentlichkeitswirkung und Werbung werden sie oft kontrovers diskutiert und liefern damit kostenlose Schlagzeilen. Auch sind sie für Politik wichtig für die Wiederwahl. Die Amerikaner nennen das den ‚perfect storm‘. Allerdings liegt genau hier das Risiko: Auf der einen Seite sind diese Projekte wegen der großen Publicitypotenziale für Politik und Entscheidungsträger sehr attraktiv. Dem gegenüber steht der – manchmal fragwürdige – intrinsische Wert des Projektes für die Kunst und Kultur.“

Andy C. Pratt,
Director Urban Research Centre,
London School of Economics and
Political Science

„Hier kann ihnen jeder sagen, an welchem Tag der ‚Angel of the North‘ eingeweiht wurde. Als die ‚Millenium Bridge‘ eröffnet wurde, sind tausende Menschen an den Fluss gekommen und es war absolut klar, dass die Stadt von da an nicht mehr die gleiche sein würde.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant
Chief Executive,
Newcastle City Council

Einschätzungen zur Schaffung von Freiräumen

„Ich denke, wenn ich eine größere Investitionssumme zur Verfügung hätte, würde ich wahrscheinlich den Großteil an bereits existierende kulturelle Organisationen in der Stadt geben, natürlich nach Bewerbungsverfahren etc. Wir haben so etwa 200 Kunstorganisationen, den meisten geht es ganz gut aber alle haben Bestrebungen, mehr zu machen und ich denke mit Führung, Unterstützung und Ermutigung könnten sie auch viel mehr machen. Ich würde in die Zukunft der Organisationen investieren, damit sie sich weniger um die geschäftliche Seite sorgen müssen und größere und ambitionierte Projekte planen können.“

Charles Bell,
Arts Development Manager,
Culture and Sport Glasgow

„In Lille wurden die Künstler sofort in den Prozess einbezogen, da sie eine ganz andere Sicht mitbringen. Stadtplaner und Organisatoren können nicht alleine einen Stadtwandel konzipieren.“

Emmanuel Vinchon,
conseiller artistique et chargé
des collectivités, Lille 2004, Lille3000

„Wichtiger Parameter ist das Vertrauen des Politikers in die Kulturakteure. Die Politiker sollten sich trauen, auf die Leute zurück zu greifen, die Lust zu einem Projekt haben. Die Politiker sollten sich nicht in die Inhalte einmischen oder nur sehr wenig und dem Künstler möglichst viel Spielraum lassen.“

Bertrand Millet,
Directeur Colisée,
Théâtre de Roubaix

„Man sollte auf den Künstler setzen, der das Leben und die Stadt von morgen erfindet.“

Olivier Caro
Campus project manager,
Samoa, Île de Nantes

„Ich denke, dass einige von uns bestimmt die Möglichkeit gehabt hätten, anderswo hinzugehen. Ich selbst bin auch zwischendurch nach Paris gegangen, aber immer wieder nach Nantes zurückgekommen, weil es hier große Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten gibt, die eine starke Bindung zur Stadt schaffen.“

Jean Blaise,
Directeur le lieu unique,
Estuaire, Nantes

„Mit einer größeren Investitionssumme würde ich eine Stiftung für lokale Künstler ins Leben rufen. Ich würde auf sie hören und sie wertschätzen, denn sie sind es, die weitere Kreative in die Stadt bringen. Ich würde Künstler mehr unterstützen, mehr Raum und Finanzen zur Verfügung stellen, ihnen die Möglichkeit geben, an den von Ihnen aufgewerteten Orten weiterhin zu arbeiten. Normalerweise werten Künstler die Gebiete auf, die Preise steigen und sie müssen wieder raus. Für die Stadt ist dies gut, für die Arbeit der Künstler jedoch nicht.“

Philip Horn,
Executive Director Pennsylvania
Council on the Arts

„Um einen Prozess zum Scheitern zu bringen, würde ich die Möglichkeiten für junge Leute beschneiden und Ihnen die Kunst in der Ausbildung nicht mehr nahe bringen.“

Philip Horn,
Executive Director Pennsylvania
Council on the Arts

„Ich denke ich würde zuerst eine Methode finden wollen, die es Künstlern erlaubt, in Gebieten zu wohnen und zu arbeiten, die wirtschaftliche Entwicklung oder andere Hilfen nötig haben, und gemeinsam mit dem bestehenden Gemeinwesen vor Ort zu arbeiten. Ich würde Firmen dazu ermutigen mit Künstlern zu arbeiten und gemeinsam eine gewisse Synergie zu entwickeln.“

Norie Sato, Künstlerin,
ehem. Mitglied Seattle Arts Commission,
Mitglied Seattle Design
Commission & Public Art
Network Council

„Ich hätte gerne, dass Kulturpolitik zumindest zum Teil die künstlerische Vorstellungskraft anspricht und einbezieht und ein Teil davon sollte von Künstlern geleitet werden. Es gibt eine ganze Menge Probleme bei kultureller Subventionierung bei der Frage, wer die Finanzierer und wer die Torwächter sind. Es gibt viele Dinge die subventioniert werden, die bereinigt sind oder zweitklassig oder nicht sehr einfallsreich. „Wie bindet man Künstler in diese Prozesse ein“ ist eine der fundamentalen Fragen in einer Zeit, in der Politik immer enger wird hinsichtlich der Wahlmöglichkeiten und die großen Fragen vermeidet, wie Globalisierung oder den Sinn des Lebens etc. Kunst und Kultur stellen immer noch diese Fragen und diese Fragen sind fundamental für die menschliche Existenz. Wir können diese Fragen nicht vermeiden.“

Gerry Hassan,
unabhängiger Experte,
Vorsitzender Demos Scotland 2020

„Ich würde nach einem Weg suchen, der genügend Leuten erlaubt ihre künstlerische Vorstellungskraft zu erforschen und sie darin bestärkt. Bei der Ungleichheit, die in Schottland existiert, ist eines der wichtigsten Dinge, die man tun kann, eine Art Stiftung einzurichten, um jungen Menschen zu helfen, ihre künstlerische Muse zu entdecken oder Projekte zu machen. Es ist so hart für Kinder in sozial benachteiligten Bereichen von Glasgow und Westschottland, es mangelt an Unterstützung, an Wegen heraus. Das wäre nur eine kleine Sache verglichen mit den Chancen, denen sie sich sonst gegenüber sehen.“

Gerry Hassan,
unabhängiger Experte,
Vorsitzender Demos Scotland 2020

Einschätzungen zu Nordrhein-Westfalen

„Es gibt da einige gute Modelle für die Einbeziehung von Künstlern und Architekten, der Emscher Park, was für ein großartiges Beispiel.“

Prof. Bob Bingham,
College of Fine Arts,
Carnegie Mellon University Pittsburgh
Co-Director Nine Mile Run
Greenway Project, Distinguished Fellow
Studio for Creative Inquiry

„Die IBA Emscher Park hat mich sehr beeindruckt, weil es ein gutes Beispiel ist, wie durch Stadtplanung und Architektur Strukturwandel gelingt. Das Ruhrgebiet ist in diesem Bereich eine Referenz für Lille. Lille hingegen sollte eine Referenz zum Thema regionale Integration für das Ruhrgebiet werden.“

François-Régis Cypriani,
Directeur de l'urbanisme,
Mairie de Lille

„Im Ruhrgebiet besteht bereits ein großes Potenzial. Der Umbau der Brachen ist weit vorangeschritten und es wurden schon wunderbare Projekte realisiert. Aber die Künstler und die Einwohner haben noch keinen Platz im Prozess.“

Emmanuel Vinchon,
conseiller artistique et chargé des
collectivités,
Lille 2004, Lille3000

„Ich würde die Probleme in NRW als Besonderheiten begreifen und nutzen.“

Prof. Franco Bianchini,
Cultural Policy and Planning,
Leeds Metropolitan University

„Der Gasometer ist ein wirkliches Kapital. Kreieren Sie damit einen Moment, aber tun Sie es international. Der größte Fehler wäre es, nur nach hinten zu sehen und nicht nach vorne. Sie haben eine Geschichte, die weiter erzählt werden will.“

Paul Rubinstein,
Director of Policy/Assistant Chief
Executive, Newcastle City Council

III. Interviewpartner und kontaktierte Experten⁵⁵

Übergreifende Experten

Interviewpartner:

- Beaumont, Pauline: Chief Executive, Culture North East, Newcastle
- Bianchini, Franco Prof.: Cultural Policy and Planning, Leeds Metropolitan University
- Dinter, Bernd H.: Direktor für Kultur und Stiftungen, Bankhaus Sal. Oppenheim, Köln
- Fuchs, Ulrich Dr.: stv. Intendant der Linz 2009 GmbH
- Garcia, Beatriz Dr.: Director Impacts 08 - The Liverpool Model, European Capital of Culture Research Programme, Liverpool
- Holden, John: Head of Culture, Think Tank Demos, London
- Keller, Holm: Vizepräsident Leuphana Universität Lüneburg, ehem. Leiter Bertelsmann Asien
- Landry, Charles: Founder and Senior Partner of Comedia
- Pfafferodt, Gert: Otto-Falckenberg-Schule, München
- Pratt, Andy C.: Director Urban Research Centre, London School of Economics and Political Science
- Rietschel, Thomas: Präsident der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst, Frankfurt am Main
- Scott, Prof. Allen J.: Department of Policy Studies and Department of Geography, University of California, Los Angeles
- Woesthoff, Frank Dr.: Generalbevollmächtigter Wolfsburg AG
- Zimmermann, Bernd: Special Advisor on Policy and Planning to the Bronx Borough President, New York

Kontaktierte Experten:

- Evans, Graeme Prof.: Director Cities Institute, London
- Hospers, Gert-Jan Dr.: University of Twente
- Hui, Desmond Dr.: Department of Architecture, University of Hong Kong
- Pezzini, Mario: Leiter Territorial Reviews and Governance Division, OECD, Paris

Experten Bilbao, Spanien

Interviewpartner:

- Areso Mendiguren, Ibon: stv. Bürgermeister von Bilbao
- Azua, Jon: ehem. Vizepremierminister des Baskenlandes
- Esteban Galarza, Marisol Prof. Dr.: Professor of Applied Economics, Universidad del País Vasco, Bilbao
- Más Serra, Elias: ehem. Stadtarchitekt von Bilbao
- Plaza, Beatriz: Urban Cultural Policy and Development Policy, Universidad del País Vasco, Bilbao
- Postigo, Idoia: Pressesprecherin und International Relations, Bilbao Metropoli 30
- Vicario, Lorenzo: Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad del País Vasco, Bilbao

55 Die Titelangaben geben den Status zum Zeitpunkt der Interviews 2007 wieder.

Kontaktierte Experten:

Arruti, Nerea Dr.: University of Aberdeen
 Brooksbank Jones, Prof. Anny: University of Sheffield
 Crawford, Leslie: Financial Times Madrid
 Garcia, Marta: Museo de Bellas Artes, Bilbao
 Garrido, José Antonio: Vorsitzender Bilbao Metropoli-30
 Gómez González, María Victoria: Universität Passau
 Gonzales, Maria: Financial Times Madrid
 Gonzales, Sara Prof.: University of Leeds
 Keating, Michael Prof.: Political & Social Science, European University Institute, Florenz
 Martínez Cearra, Alfonso: Direktor Bilbao Metropoli-30
 Martínez Monje, Pedro Manuel: Universidad del Pais Vasco, Bilbao
 Ortega Nuere, Cristina: Universidad del Pais Vasco, Bilbao
 Otaola, Pablo: ehem. Direktor Bilbao RIA 2000, Vorsitzender der Kommission zur Entwicklung der Zorrozaurre
 Rodríguez, Arantxa Prof.: Direktorin, Faculad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad del Pais Vasco, Bilbao
 Vidarte, Juan Ignacio: Direktor Guggenheim Museum, Bilbao
 Zulaika, Joseba Prof.: Direktor Center for Basque Studies, Reno

Experten Glasgow, GB

Interviewpartner:

Bell, Charles: Arts Development Manager, Culture and Sport Glasgow
 Hassan, Gerry: unabhängiger Experte, Vorsitzender Demos Scotland 2020
 Inch, Steve: Director of Development and Regeneration Services, Glasgow City Council
 Isdale, Keri: Development and Regeneration Services, Glasgow City Council
 Palmer, Robert: ehem. Director Cultural Affairs Glasgow, Intendant der Kulturhauptstadt Glasgow 1990 und Brüssel 2000
 Schlesinger, Philip Prof.: Academic Director, Centre for Cultural Policy Research, University of Glasgow
 Shearer, Jackie: Arts Manager, Greater Easterhose Arts Company, Glasgow

Kontaktierte Experten:

Anderson, Mark: Director The Arches, Glasgow
 Cameron, Liz: Ratsmitglied Culture and Sport Glasgow
 Carey-Grieve, Bec: Chief Executive Center for Contemporary Arts
 Cormack, Susie: Herausgeber Sunday Mail
 Donald, Jane: Sales & Marketing, Glasgow Cultural Enterprises
 Fenby, Julia: stv. Vorsitzende The Lighthouse Scotland
 Friel, Eddie: ehem. Chief Executive Glasgow City Marketing Bureau, jetzt Niagara University, New York
 Garvin, Tod: Herausgeber Glasgow Daily Times
 Gibb, Kenneth: Director Department of Urban Studies, Glasgow
 Hamilton, Christine: Director, Centre for Cultural Policy Research, University of Glasgow
 Hunter, Judy: Regeneration Manager Glasgow Community Planning Ltd
 Kincaid, Yvonne: Eventmanagerin Urban Learning Space
 Lucas, Martin: Geschäftsführer Saatchi and Saatchi
 Martin, Donald: Herausgeber Evening Times, Glasgow
 McConnell, Bridget: Geschäftsführer Culture and Sport Glasgow
 McGhee, Charles: Herausgeber The Herald, Glasgow
 McGuire, Mary: Public Relations Administrator, Glasgow City Marketing Bureau
 McKenna, Gail: North West Women Centre

McLardie, Nancy: Glasgow City Marketing Bureau
 Mean, Melissa: unabhängige Expertin, Think Tank Demos, London
 Miller, Phil: Kunstkorrespondent The Herald, Glasgow
 Myerscough, John: unabhängiger Experte, Autor der Evaluation Monitoring Glasgow 1990
 Paddison, Ronan Prof.: Institute for Geography, University of Glasgow
 Purcell, Steven: Ratsvorsitzender Scottish Labour Party
 Rice, Tom: Vorsitzender City Branding Project, Glasgow City Marketing Bureau
 Ritchie, Gordon: Vorsitzender Project Marketing, Glasgow City Marketing Bureau
 Scally, Clare: Creative Industries Business Planning and Development
 Scullion, Adrienne Prof.: Centre for Cultural Policy, University of Glasgow
 Simpson, Clare: Glasgow Arts Development Team, Culture and Sport Glasgow
 Suess, Clara: Managerin Marketing & Media Uz-events
 Taylor, Scott: Glasgow City Marketing Bureau
 Tims, Charlie: unabhängiger Experte
 Turok, Ivan Prof.: Department of Urban Studies, University of Glasgow
 Ward, Helena: ehem. Vorsitzende Creative Industries, Scottish Enterprise Glasgow, jetzt Channel 4

Experten Newcastle und Gateshead, GB

Interviewpartner:

Anderson, Carilone, Tim Poolan und Dave Cooke: Performance Academy, Newcastle College
 Bailey, Christopher Prof.: Dekan der Fakultät Arts and Society, Leeds Metropolitan University
 Baxter, Mandy: Director The Crack Magazine
 Beime, Jim: Director Live Theatre
 Bell, Carol: Head of Programme Development culture10, NewcastleGateshead Initiative (NGI)
 Daghalian, Nuritza: Acting Director Dance City
 Dixon, Andrew: Director NewcastleGateshead Initiative (NGI)
 Henderson, Mark: Director Dance City
 Marsh, Ian: Operations Director Seven Stories
 Montellier, Peter: stv. Herausgeber The Journal, Newcastle
 Robinson, Mark: Executive Director Arts Council England, North East
 Rothwell, Andrew: Teammanager Arts and Culture, Newcastle City Council
 Rubinstein, Paul: Director of Policy/Assistant Chief Executive, Newcastle City Council
 Sargent, Anthony: Director The Sage, Gateshead
 Shostak, Lee: Director Shared Intelligence, London
 Whyman, Erica: Artistic Director Northern Stage

Kontaktierte Experten:

Aitken, Brian: Herausgeber The Journal, Newcastle
 Coles, Alec: Director Tyne and Wear Museum
 Doroshenko, Peter: Director Baltic Center for Contemporary Art
 Farrell, Terry: Terry Farrell & Partners, London, Edinburgh, Hong Kong
 Gill, George: ehem. Stadtrat Gateshead
 Goulding, Suzanne: Vorsitzende Corporate Communications, Newcastle Gateshead Initiative (NGI)
 Henderson, Sid: ehem. Vorsitzender Gateshead Council Libraries & Arts
 Macnaught, Bill: ehem. Director Leisure Services, Head of Cultural Development, Gateshead City Council, ehem. Leiter Central Library
 Miles, Steve Dr.: School of Sociology and Social Policy, Liverpool

Patterson, Colin: Herausgeber Sunday Sun, Newcastle
 Rigby, Ros: ehem. Arts Development Officer, Gateshead Council, Co-Director Folkworks
 Robertson, Paul: Herausgeber Evening Chronicle, Newcastle
 Snowball, Tina: Director Corporate Communications, Newcastle Gateshead Initiative (NGI)
 Whetstone, David: Herausgeber The Journal, Newcastle

Experten Lille, Frankreich

Interviewpartner:

Cullen, Catherine: Adjointe au Maire déléguée à la Culture, Mairie de Lille
 Cypriani, François-Régis: Directeur de l'Urbanisme, Mairie de Lille
 Dréano, Laurent: Coordinateur Général Lille 2004, Directeur Général Adjoint du Pôle Culture et Manifestations de la Ville de Lille
 Filleul, Martine: Adjointe au Maire de Lille déléguée au Tourisme, Relations Internationales et Jumelages, Affaires Européennes, Mairie de Lille
 Fusillier, Didier: ehem. Directeur Lille 2004, jetzt Directeur Lille3000
 Haquette, Jean Baptiste: Directeur Maison Folies de Lille Moulins
 Kudela, Alexandre: Président Ambassadeurs et Bénévoles de la Métropole Lilloise et Les Traits d'Union, European Ambassadors of Culture
 Millet, Bertrand: Directeur Colisée, Théâtre de Roubaix
 Pette, Gilles: Président Conseil Régional du Nord-Pas de Calais
 Rohart, François: Chef du Service Culture, Lille Métropole
 Vinchon, Emmanuel: conseiller artistique et chargé des collectivités, Lille 2004, Lille3000

Kontaktierte Experten:

Bredel, Jean-Luc: Direction Régionale des Affaires Culturelles d'Alsace
 Bretonnier, Jean-Michel: Rédacteur en chef La voix du nord
 Caillaux, Françoise: Directrice Adjointe de l'action culturelle au conseil général du Nord
 Doublet, Luc: Unternehmer und Sponsor div. Kulturprojekte in der Region
 Lesueur, Thierry: Coordinateur Général Lille 3000
 Müller, Kathrin: Directrice de projets littérature Lille
 Starkman, Nathan: Directeur Général Agence de Développement et d'Urbanisme de Lille Métropole Espace International
 Tapié, Alain: Directeur Palais des Beaux Arts

Experten Nantes, Frankreich

Interviewpartner:

Bernateau, Didier: Directeur Général délégué SEM Pays de la Loire (Société d'Economie Mixte), développement économique et tourisme
 Blaise, Jean: Directeur le lieu unique, Estuaire, Nantes
 Bonnin, Jean-Louis: conseiller culturel du Maire, Président de Nantes Métropole
 Caro, Olivier: Campus project manager, Samoa, Île de Nantes
 David, Dominique: Direction Générale à la Culture, Évaluation de la politique culturelle, Mairie de Nantes
 Delarozière, François: Directeur artistique La Machine, auteur avec Pierre Orfève du projet Les Machines de l'Île
 Devanne, Jean-Marc: Directeur de l'office de tourisme de Nantes Métropole
 Gendron, Jean-François: Président Chambre de Commerce et de l'Industrie de Nantes (CCI)

Guidet, Thierry: Buchautor zum Thema, ehem. chef de la rédaction nantaise d'Ouest France, directeur de la revue Place publique
 Mahé, Stanislas: Metropolitan area project manager Samoa, Île de Nantes
 Schäfer, Renate: Responsable partenariat Estuaire

Kontaktierte Experten:

Angomard, Soizick: Assistant Director (PR / Kommunikation) Samoa, Ile de Nantes
 Ayrault, Jean-Marc: Président de Nantes Métropole
 Bellet, Benjamin: Öffentlichkeitsarbeit Estuaire, Nantes
 Bigorgne, Joël: Chefredakteur Ouest France, Nantes
 Courcoult, Jean Luc: Gründer und Direktor Royal de Luxe
 Galdin, Pierre-Jean: Directeur École Régionale des Beaux Arts, Nantes
 Gibet, Sandrine: Project Manager Development Cultural Companies / Nantes création
 Gingembre, Astrid: Chef de projet Estuaire (2007)
 Guin, Yannick: Kulturbeigeordneter Nantes
 Henry, Patrick: Ateliers de l'Île de Nantes (Stadtplanung)
 Jouzeau, Marie-Helene: Directrice Château des Ducs de Bretagne, Nantes
 Labat, Stéphanie: Assistant Director (architect and town planner) Samoa, Ile de Nantes
 Luneau, Dominique: Chefredakteur Presse Océan
 Malarite, Katia: stv. Chefredakteurin Ouest France
 Martin, René: Leiter Festival La Folle Journées, Leiter CREA, Nantes
 Nivollet, Marie-Helene: Leiterin Festival Tissé Métisse, Nantes
 Oréface, Pierre: Directeur de l'exploitation La Machine, Nantes
 Pardessus, Gérard: Directeur Général Adjoint à la Culture de la ville de Nantes
 Théry, Laurent: Managing Director Samoa, Ile de Nantes

Experten Pittsburgh, USA

Interviewpartner:

Bingham, Bob Prof.: College of Fine Arts, Carnegie Mellon University Pittsburgh, Co-Director Nine Mile Run Greenway Project, Distinguished Fellow Studio for Creative Inquiry
 Briem, Christopher: University Center for Social and Urban Research, University of Pittsburgh
 Brown, Carol: ehemalige Präsidentin Pittsburgh Cultural Trust
 Craig, John: ehem. Herausgeber der Pittsburgh Post-Gazette
 Donahoe, David: Executive Director Allegheny Regional Asset District
 Horn, Philip: Executive Director Pennsylvania Council on the Arts
 Martin, Dan Prof.: Director Institute for the Management of Creative Enterprises, Carnegie Mellon University Pittsburgh

Kontaktierte Experten:

Collins, Timothy: College of Fine Arts, Carnegie Mellon University, Pittsburgh
 Deitrick, Sabina: Co-Director Urban and Regional Analysis, University of Pittsburgh
 Dickey, Carole Linda: unabhängige Expertin, Performing Arts Strategies, Internationale Tanzmesse NRW
 Dorsey, Jeffrey: Director Penn Ave Art
 Gargaro, Ken: Artistic director Pittsburgh Musical Theater
 Giarratani, Frank Prof.: Professor of Economics, Director Center for Industry Studies, University of Pittsburgh
 Goto, Reiko: Carnegie Mellon University, Pittsburgh
 Hoover, Ted: Pittsburgh City Paper
 Kaboly, Gary: Director of exhibition, Pittsburgh Filmmakers

Kaulen, Tim: Director The Brew-House, Pittsburgh
 Laing, Justin: D. Program Officer, The Heinz Endowments, Pittsburgh
 Lees, Linda A.: Gründerin und Direktorin Creative Cities International
 McMahon, Kevin: President Pittsburgh Cultural Trust
 Oliphant, Grant: Vice-President Programs & Planning, The Heinz Endowments,
 Pappas, Ted: Artistic and executive director Pittsburgh Public Theater
 Paul, Andrew: Founder and artistic director Pittsburgh Irish & Classical Theatre
 Potter, Chris: Pittsburgh City Paper
 Sarbaugh, Janet: Head of Arts & Culture Program, The Heinz Endowments
 Sbragia, Alberta Prof.: Political Science, University of Pittsburgh
 Singh, Vijai Prof.: Professor of Sociology, Vice Chancellor University of Pittsburgh
 Sloss, Eric Christopher: Associate Director Media Relations, Carnegie Mellon University, Pittsburgh
 Thomas, Mary: art critic Post-Gazette, Pittsburgh
 Tresser, Tom: unabhängiger Experte

Experten Seattle, USA

Interviewpartner:

Brewster, David: Gründer und ehem. Herausgeber Seattle Weekly, Mitbegründer Crosscut, Seattle
 Donnelly, Peter: ehem. Director ArtsFund Seattle
 Jacobs, Deborah L.: Head of Seattle Public Library
 Jenkins, Speight: General Director Seattle Opera
 Kelly, James: Executive Director 4Culture, Seattle
 Killoren, Michael: Director Seattle Office of Arts & Cultural Affairs
 Markusen, Ann Prof.: Urban & Regional Affairs, Director Project on Regional & Industrial Economics, University of Minnesota
 Sato, Norie: Künstlerin, ehem. Mitglied Seattle Arts Commission, Mitglied Seattle Design Commission & Public Art Network Council
 Vandenbrink, Cathryn: Regional-Direktor Artspace USA, Seattle Office

Kontaktierte Experten:

Abramson, Prof. Daniel Benjamin Urban Design and Planning and Landscape Architecture, University of Washington
 Addison, Andra Director Communication Office Seattle Public Library
 Bach, Claudia: Gründerin Advisarts Consulting
 Bae, Dr. Chang-Hee Christine: Vorsitzende Department of Urban Design and Planning, University of Washington
 Berger, Knute: Journalist Crosscut u.a.
 Beyette, Pam: Mitglied Seattle Design Commission
 Blanco, Hilda Prof.: Department Urban Design and Planning, University of Washington
 Borchert, Gavin: Journalist SeattleWeekly
 Chandler, Max: Director Seattle Outsiders Artists Project
 Collings, Terry: Director Development Office Seattle Public Library
 Cusick, Jessica: Beraterin Public Art Planning and Policy Development, Community Development
 Gates, Mimi: Präsidentin Seattle Art Museum
 Gilmore, Susan: The Seattle Times
 Herranz Jr., Joaquín Dr.: Public Affairs, Massachusetts Institute of Technology (MIT)
 Hines, Melissa: Managerin Empty Space, Mitglied Office of Arts & Cultural Affairs, City Council Seattle
 Kiest, Karen: Vorsitzende Seattle Design Commission

Lowe, Rick: Gründer Row Houses, Seattle

Mattern, Shannon Christine: Department of Media Studies and Film, University of New York

Mcginn, Fidelma: Director Artist Trust Washington State

Nesholm, John: Director LMN Architects

Nesholm, Laurel: Leiterin The Nesholm Foundation

Ouchi, Monica: Soto The Seattle Times

Rogers, Chris: Projektmanager Seattle Art Museum, Seattle Sculpture Park

Sugimura, Diane: Director Department of Planning & Development, City Council Seattle

Trapnell, Susan: Director Endowment Funding, ACT Theatre, Seattle

Wright, Bagley: wichtiger Förderer der Künste in Seattle

Yambolsky, Ruri: Director Office of Arts & Cultural Affairs, City Council Seattle

IV. Quellenverzeichnis⁵⁶

- Baniotoulou, Evdoxia:** Art for whose sake? Modern art museums and their role in transforming societies: The case of the Guggenheim Bilbao. In: Journal of Conservation and Museum Studies. Issue 7, November 2001.
- Beckett, Andy:** Can Culture save us. In: The Guardian. June 2, 2003.
- Beiser, Sylvia:** Trends und Visionen im modernen Bibliotheksbau. Mit den Beispielen Seattle Public Library, Sendai Mediatheque, Phoenix Central Library. Diplomarbeit im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement an der Hochschule der Medien Stuttgart. Stuttgart 2003.
- Berk, Bonnie:** The Seattle Public Library. Central Library: Economic Benefits Assessment. Discussion Draft prepared for The Seattle Public Library Foundation & City of Seattle Office of Economic Development. Seattle April 2005.
- Best, Aaron; Hans van Dusen; Richard Conlin:** Indicators of sustainable community. A status report on long-term cultural, economic, and environmental health for Seattle/ King County. Seattle 1998.
- Bilbao Metropoli-30:** City & Values, cuaderno 1.0. Bilbao Mai 2007.
- Bilbao Metropoli-30:** Memoria Anual 2006. Bilbao April 2007.
- Binns, Luke:** Capitalising on culture: An evaluation of culture-led urban regeneration policy. The Futures Academy, Faculty of the Built Environment. Dublin Institute of Technology. Dublin 2005.
- Blaise, Jean:** Un projet culturel sur l'estuaire de la Loire. Centre de Recherche pour le Développement Culturel de Nantes. Nantes 2007.
- Blooms on brownfields – Urban regeneration.** In: The Economist. Volume 375, Issue 8420. April 2005.
- Bolliet, Cedric; Philippe Fournand:** SAMOA. Expertise projet - Campus des Arts. Note de synthèse. Lyon-Ecully. November 2006.
- Bols, Stéphane:** Nantes Saint-Nazaire – Quelle Métropole Voulons-nous... ? Nantes Conference Métropolitaine 2005. Nantes 2005.
- Bowen, Christopher:** Thriving condition of the hale and arty city. In: The Scotsman. October 4, 1995.
- Buchan, Dr. Grahame M.:** Glasgow's Cultural Strategy. Glasgow: The Place, The People, The Potential Re-positioning the Metropolitan Region of Glasgow & Clyde Valley, Scotland, 1996 to 2031. Glasgow & Clyde Valley Structure Plan Joint Committee. Glasgow 2006.
- Buchan, Peter:** People with visions will always be easy targets for critics – Art can help cities reinvent themselves. In: The Journal, January 17, 2001.
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hg.):** Baukultur als Wachstumsimpuls. Gute Beispiele für europäische Städte. April 2007.
- Burdack, Jürgen :** Glasgow – Von der altindustriellen Stadt zur postindustriellen Metropole. In: Europa Regional. Bd.5(1) 1997.
- Collins, Tim; Reiko Goto:** Urban Reclamation: Place, Value, Use: The Nine Mile Run Project. In: Works on Words, Pittsburgh 1997.
- Collins, Tim:** Nine Mile Run Greenway Project - Appendix 5B: Ecosystem Restoration, Restoration Art, Discursive Democracy. STUDIO for Creative Inquiry. Carnegie Mellon University, Pittsburgh 2000.
- David, Daniela:** Kulturhauptstadt Lille. Verkannte Schöne. Aus: Spiegel-Online, Januar 2004.
- del Cerro Santamaría, Gerardo:** Bilbao: Basque Pathways to Globalization. Elsevier Verlag, Amsterdam 2007.
- Downtown Seattle Association:** Seattle 2007 – State of Downtown. Seattle 2007.

- Eberle Gramberg, Gerda; Jürgen Gramberg:** Stadtidentität. Stadtentwicklung ist Identitätsentwicklung. In: Hilber, Maria Luise / Ergez, Ayda (Hg.): Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Orell Füssli Verlag, Zürich 2004.
- Engle, Stacey:** Arts Space Incentives. Prepared for City of Seattle, Office of Arts & Cultural Affairs, Seattle Februar 2007.
- Ernst, R. W.:** Stadt Raum Strategie. Edition StadtKultur. Regioverlag, Berlin 2006.
- Esteban Galarza, Marisol:** Bilbao, Luces Y Sombras Del Titanio. El Proceso De Regeneración Del Bilbao Metropolitano. Servicio Editorial. Universidad del País Vasco. Bilbao 1999.
- Feilmayr; Giffinger; Framer:** Großprojekte als Instrument der Stadtentwicklungspolitik und -planung. Bedeutung von Großprojekten im Städtewettbewerb. Gesamtstädtische sowie kleinräumige externe Effekte von Großprojekten; Anforderungen für die Stadtentwicklungspolitik und -planung; Barcelona – Berlin – Lissabon – Wien. Technische Universität Wien, Wien 2002.
- Ferguson, Bruce; Richard Pinkham; Timothy Collins:** Restorative Redevelopment: The Nine Mile Run Model. STUDIO for Creative Inquiry. College of Fine Arts, Carnegie Mellon University. Pittsburgh 1998.
- Fogarasi, Andreas:** Argument Kultur. In: *dérive – Die Zeitschrift für Stadtforschung*. Nr.6 Dez. 2001.
- Freundt, Andreas:** Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen. Chancen der Förderung von Clustern im Ruhrgebiet und in Merseyside. Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades Doktor rerum politicarum der Fakultät Raumplanung. Universität Dortmund. Bochum 2003.
- Friedrich Ebert Stiftung (Hg.):** Modernisierung ohne auszuschließen: Quartiersentwicklung zur Verhinderung einer städtischen Unterschicht. Gesprächskreis Arbeit und Soziales. FES Library, Bonn 2000.
- Friedrich Ebert Stiftung (Hg.):** Strukturwandel, Tertiärisierung, Entwicklungspotential und Strukturpolitik: Regionen im Vergleich: Ruhrgebiet, Pittsburgh, Luxemburg, Lille. Aus einem Tagungsbericht einer Veranstaltung der Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn in Zusammenarbeit mit der University of Pittsburgh/ USA und dem Centre d'Etudes de Population, de Pauvreté et de Politiques Socio-Economiques, Differdange/ Luxembourg vom 23. bis 25. August 1999 in Duisburg. Erstellt von Jürgen Malley, Bonn 2000. FES Library, Bonn 2001.
- García, Beatriz:** Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future. *Local Economy*, Vol. 19, No. 4, November 2004.
- García, Beatriz:** Deconstructing the City of Culture: The Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990. In: *Urban Studies*, Vol. 42, No. 5/6, May 2005.
- García, Beatriz:** Exchanging culture for style ... Glasgow's image transformation from „City of Culture“ into „Scotland with Style“. Präsentation auf der „Creative Clusters Conference“ Belfast, October 23–26, 2005.
- García, Beatriz:** Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004. In: *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10, No. 1, 2004.
- Garrido, José Antonio:** Bilbao 2010. Reflections on Strategy. People. Knowledge. Innovation. Bilbao's new strategy. Prepared for: Bilbao Metropoli-30. Bilbao 2000.
- Giovanni, Joseph:** The Bilbao Effect. Moving beyond national borders, city states are emerging on the global map, powered by world-class architecture. In: *Red Herring Magazine*, Februar 12, 2001.
- Glaser, M.B.:** PPP and Brownfield Revitalization Sites in Northwest Europe. Assigned by Municipality of Hengelo, Urban Administration and Development. Deloitte Consultancy B.V., Utrecht July 2005.

- Glasgow City Council and Scottish Enterprise Glasgow:** Glasgow Economic Review 2006. Glasgow 2007.
- Gómez, María V.; Sara Gonzáles:** A Reply to Beatriz Plaza's „The Guggenheim-Bilbao Museum Effect“. In: International Journal of Urban Research, Vol. 25.4, December 2001.
- Gómez, Martin:** Making Cities Stronger: Public library contributions to local economic development. Urban Library Council, Evanston 2007.
- Gonzáles, Sara:** Scalar Narratives in Bilbao: A cultural politics of scales approach to the study of urban policy. In: International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 30.4, December 2006.
- Guggenheim Bilbao:** Impact of the activities of the Guggenheim Museum Bilbao in the economy of the Basque Country during the year 2005. Bilbao 2006.
- Guggenheim Bilbao:** Impact of the activities of the Guggenheim Museum Bilbao in the economy of the Basque Country during the year 2006. Bilbao 2007.
- Guggenheim Bilbao:** Results 2005. Bilbao 2006.
- Guggenheim Bilbao:** Results 2006. Bilbao 2007.
- Guidet, Thierry; Michel Plassart:** Nantes saisie par la culture. Collection Villes en mouvement. Éditions Autrement, Paris 2007.
- Hannemann, Christine; Werner Sewing:** Gebaute Stadtkultur: Architektur als Identitätskonstrukt. In: Kirchberg, Volker/Göschel, Albrecht (Hg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Leske+Budrich Verlag, Opladen 1998.
- Harfst, Jörn:** Struktureller Wandel, der lokale Staat und Stadtentwicklung - Beispiele aus Glasgow, Barcelona und Wien. Diplomarbeit am Institut für Geographie an der Universität Hamburg. Hamburg 2004.
- Hassan, Gerry; Melissa Mean; Charlie Tims:** The Dreaming City, and the power of mass imagination. Demos, London 2007.
- Häußermann, Hartmut; Walter Siebel:** Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik. In: Häussermann, Hartmut / Siebel, Walter: Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte. Westdeutscher Verlag, Opladen/Wiesbaden 1993.
- Häußermann, Hartmut; Walter Siebel:** Neue Urbanität. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1987.
- Hebert Research:** Creative Vitality Index City of Seattle, 2005 Update. Bellevue 2007.
- Hirsh, Eloise; Michael Stern:** The Pittsburgh Downtown Plan. A blueprint for the 21st century. City of Pittsburgh. Pittsburgh 1997.
- Hospers, Gert-Jan:** Creative Cities: Breeding Places in the Knowledge Economy. In: Knowledge, Technology, and Policy. Vol. 16, No. 3, 2003.
- Huber-Schiffer, Angelika; Werner Schiffer:** Die baskische ETA – Abkehr vom Terrorismus? Auf dem langen Weg zu einer pluralen Identität. In: D&E Heft Nr.53, 2007.
- International City/ County Management Association:** Growing Greener: Revitalizing Brownfields into Greenspace. A publication of ICMA'S Brownfield Program. Washington 2002.
- Jacobson, Howard:** Never underestimate the joy an enormous, mechanical elephant can bring to people. In: The Independent, London May 13, 2006.
- Jaconelli, Cécillia:** Bilan 2006 Perspectives 2007 – Focus sur l'économie de Lille Metropole. Synthèse Février. Lille 2007.
- Kähler, Gert:** Warnung vor einer Architektur des Spektakels: Sie nutzt sich rasch ab und dient nur den Interessen der Stadtvermarkter. In: Die Zeit. 48/ 2002.
- Khan, Stephan:** What did culture ever do for us? In: The Observer, Glasgow June 08, 2003.
- Krumpke, Dorothee:** Schotten-Träume. Die ehemalige Kulturhauptstadt Glasgow hat mächtig Eindruck gemacht. In: die tageszeitung, Berlin 15. Mai 2002.

- Kulturhauptstadt: Lille wie Phönix aus der Asche.** In: StadtZeitung, Karlsruhe, 15. Oktober 2004.
- Lamb, Octavia:** French revaluation. In: Geographical, No. 6, Vol. 76. Richmond, June 01, 2004.
- Landry, Charles; Franco Bianchini; Ian Henry; Fred Brooks:** Culture and Regeneration. An evaluation of the evidence. A study for Culture East Midlands. Comedia, Nottingham October 2004.
- Landry, Charles:** The Creative City. A Toolkit for Urban Innovation. Comedia. Earthscan, London 2000.
- Lee, Suevon:** Giant mechanical „time-traveling“ elephant performs in London. In: Houston Chronicle. Houston May 05, 2006.
- Lenfers, Edith:** Flagship-Projekte im Strukturwandel von Altindustrieregionen – Das Beispiel Guggenheim Museum Bilbao, Spanien. In: Regionalmarketing im Ruhrgebiet. Hg.: Kommunalverband Ruhrgebiet. Fachbereich Öffentlichkeitsarbeit und Regionalmarketing. Essen 1999.
- Leunig, Tim; James Swaffield:** Cities limited. Ed. by Oliver Marc Hartwich. Policy Exchange, London 2007.
- Lewitzky, Uwe:** Kunst für alle? – Kunst im öffentlichen Raum zwischen Partizipation, Intervention und Neuer Urbanität. transcript Verlag, Bielefeld 2005.
- Lorenzen, Mark:** Social Capital and Localised Learning: Proximity and Place in Technological and Institutional Dynamics. In: Urban Studies, Vol. 44, No. 4, April 2007.
- MacClancy, Jeremy:** The museum as a site of contest. The Bilbao Guggenheim. In: Focaal, No. 29, 1997.
- Martini, Liz; Guillermo Romano; Robert Scully:** Seattle's Central Waterfront Concept Plan. Department of Planning and Development. City of Seattle. Seattle June 29, 2006.
- Matthiesen, Ulf:** Städtische Identität. In: Oswalt, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Band 2. Handlungskonzepte. Hatje Cantz Verlag, Ostfildern-Ruit 2005.
- Mayer, Susanne:** Lille erwacht zu neuem Leben. In: Die Zeit, Nr.03/ 2004.
- Mayor's Office of Arts & Cultural Affairs:** 2006 Municipal Art Plan City of Seattle. Seattle 2006.
- Mayor's Office of Arts & Cultural Affairs:** 2006 Report to the Community, City of Seattle. Seattle 2006.
- McCarthy, Kevin F; Elizabeth Heneghan Ondaatje; Jennifer L. Novak:** Arts and Culture in the Metropolis. Strategies for Sustainability. RAND Corporation. Pittsburgh 2007.
- Mettler, Elisabeth:** Was bleibt von „Europäischen Kulturhauptstädten“ – Nachhaltige Effekte oder Strohfeuer für ein Jahr. Diplomarbeit am Institut für Volkskunde / Kulturanthropologie. Graz 2005.
- Miles, Steven:** Our Tyne: Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in NewcastleGateshead. In: Urban Studies, Vol. 42, No. 5/6, May 2005.
- Minton, Anna:** Northern Soul, Culture, creativity and quality of place in Newcastle and Gateshead. Demos, London 2003.
- Mooney, Gerry:** Cultural Policy as Urban Transformation? Critical Reflections on Glasgow, European City of Culture 1990. The Open University Edinburgh. Local Economy, Vol. 19, No. 4, November 2004.
- Mozas, Javier:** Bilbao: eine städtebauliche Collage. In: Revista Werk, Bauen+Wohnen, Nr. 12, 1996.
- Nantes Metropole Communauté Urbaine:** L'envie de vivre ensemble. Annuel Rapport 2004. Nantes 2005.
- Naze, Florence; Philippe Leroy:** Mémoire de fin d'études. Lille 2004.
- NewcastleGateshead Initiative:** Culture & Regeneration in the North East. Präsentation von NGI und North East England. Newcastle Upon Tyne 2007.

- NewcastleGateshead Initiative:** Präsentation „culture10“. Newcastle Upon Tyne 2007.
- North East Regional Information Partnership:** State of the region. Passionate people. Passionate Places. Newcastle Upon Tyne 2006.
- OECD Territorial Reviews:** Newcastle in the North East, United Kingdom. Paris November 2006.
- Palmer, Robert:** European Cities and Capitals of Culture. Study prepared for European Commission, Palmer/Rae Associates. Brüssel August 2004.
- Pehnt, Wolfgang :** Inszenierte Bewegungen. In: TOPOS – The international review of landscape architecture and urban design, Nr. 24/ 1998.
- Pittsburgh Cultural Trust:** O'Reilly Theatre: Pittsburgh Cultural Trust Timeline. In: Post-Gazette Magazine, Pittsburgh December 05, 1999.
- Plaza, Beatriz:** Evaluating the influence of a large cultural artefact in the attraction of tourism – The Guggenheim Museum Bilbao Case. In: Urban Affairs Review, November 2000.
- Plaza, Beatriz:** Politica Industrial de la Comunidad Autonoma del Pais Vasco: 1981–2001. In: Economica Industrial, No. 335/336, 2000.
- Plaza, Beatriz:** The Bilbao-Effect. Museums News. American Association of Museums, Oct. 2007.
- Plaza, Beatriz:** The Guggenheim-Bilbao Museum Effect: A Reply to Maria V. Gomez 'Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao'. Bilbao 1999.
- Plöger, Jörg:** Bilbao City Report. Centre for Analysis Social Exclusion. London School of Economics & Political Science. CASEReport 43, London 2007.
- Quinn, Bernadette:** Arts Festivals and the City. In: Urban Studies, Vol. 42, No. 5/6, May 2005.
- Remy, Volker:** Die Imagefalle. Identitätsmarketing für Städte und Regionen im Zeichen der soziodemografischen Zeitenwende. Graco Verlag, Berlin 2006.
- Robinson, Jill:** Eurocult21 Integrated Report. Printhouse. Lasipalatsi Media Centre, Helsinki 2005.
- Rodriguez, Arantxa; Elena Martinez; Galger Guenaga:** Uneven redevelopment – New urban policies and socio-spatial fragmentation in metropolitan Bilbao. In: European Urban and Regional Studies. Sage Publications, Nr.8, London 2001.
- Ryan, Margaret:** Boosts continue from culture win. In: BBC online, October 30, 2002.
- Sacco, Pierre Luigi; Giorgio Tavani Blessi:** European Culture Capitals and Local Development Strategies: Comparing the Genoa 2004 and Lille 2004 Cases. Creative City Network of Canada. Vancouver 2005.
- Sager, Peter:** Die Mackintosh Falle. Wie Glasgow sein Image poliert. In: Die Zeit 38/1996.
- Samoa:** Ile des Nantes, Realisations2003–2009. Nantes Metropole – Communauté Urbaine. Nantes 2006.
- Samoa:** Ile des Nantes, un grand projet pour une métropole européenne. Programm 2003-2008, Nantes Metropole Communauté Urbaine. Nantes 2006.
- Savage, Kirk:** Art, Science and Ecological Enquiry: The Case of American Nineteenth-Century Landscape Painting. In: Recoveries and Reclamations. Advances in Art & Urban Futures Vol. 2. Hg.: Hinchcliffe, Daniel/Rugg, Judith. Intellect Books, Bristol 2002.
- Schmid, Klaus Peter:** Aus dem Tiefschlaf erwacht. In: Die Zeit Nr. 26, 2000.
- Schoepp, Sebastian:** Jenseits von Guggenheim. In: Sueddeutsche Zeitung 22.12.2005.
- Schott, Christiane:** Rubens kommt auch. In: Die Zeit Nr. 21, 2004.
- Scott, Allen J.:** Capitalism and Urbanization in a New Key? The Cognitive – Cultural Dimension. In: Social Forces Vol. 85, No. 4, June 2007.

- Scottish Enterprise Glasgow and Glasgow City Council:** A step change for Glasgow. Glasgow's ten-year economic development strategy. Glasgow Economic Forum. Glasgow November 2006.
- Sharp, Joanne; Venda Pollock; Ronan Paddison:** Just art for a just city: Public art and social inclusion in urban regeneration. In: Urban Studies, Vol. 42, No. 5–6/May 2005.
- Skelton, John; Dennis Meier; Tom Hauger:** Introduction to Seattle Planning & Development History. Seattle 2005.
- Skylakakis, Stefanos:** The Vision of a Guggenheim Museum in Bilbao. Harvard Design School. 2005.
- Smith Creative:** Making a Great North City. The Newcastle Plan Part One. Community Strategy – nine themes important to the whole city. Newcastle 2004.
- Sonnabend, Lisa:** Der Bilbao –Effekt. In: Sueddeutsche Zeitung, 02. November 2005.
- Starkman, Nathan:** L'Évolution du Chomage, Dans L'Arrondissement de Lille de 1994 à 2003. Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole. Lille Januar 2005.
- Strobel, Katharina:** Farbiger als Schwarz. In: Spiegel-Online 18. Mai 2004.
- Tascarella, Patty:** Directing development, Buchanan Ingersoll's Thomas Van Kirk leads Cultural Trust's Downtown residential project. In: Pittsburgh Business Times, Jan. 2006.
- Terkessidis, Mark:** Am Stadtrand. Wie wir zu Touristen in der eigenen Stadt werden. In: Kulturaustausch. Die Zukunft der Stadt. Explodieren – Schrumpfen – Konkurrieren. Institut für Auslandsbeziehungen. Berlin Nr.3, 2006.
- The Seattle Public Library:** More than Books. 2006 Annual Report. Seattle 2007.
- The Seattle Public Library:** Our Community of Readers. 2005 Annual Report. Seattle 2006.
- Thévenon, Emmanuel:** Lille, Kulturhauptstadt 2004. In: Label France, das Magazin. 2004.
- Vicario, Lorenzo; Pedro Manuel Monje:** Der Guggenheim Effekt. In: Oswald, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Band 2, Handlungskonzepte. Hantje Cantz Verlag, Ostfildern-Ruit 2005.
- Vitoria-Gasteiz:** Basque Plan For Culture. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. 1st ed. Bilbao 2005.
- Ward, Stephen V.:** Stadtmarketing. In: Oswald, Philipp (Hg.): Schrumpfende Städte. Band 2, Handlungskonzepte. Hantje Cantz Verlag, Ostfildern-Ruit 2005.
- Wehrli-Schindler, Brigit:** Kulturelle Einrichtungen als Impulsgeber für Stadtentwicklung? Beobachtungen am Beispiel Zürich West. DISP 38, Nr. 3 2002.
- Welsch, Wolfgang:** Stadtphilosophie. Der Mensch im Mittelpunkt? In: Hilber, Maria Luise / Ergez, Ayda (Hg.): Stadtidentität. Der richtige Weg zum Stadtmarketing. Orell Füssli Verlag AG, Zürich 2004.
- Wilks-Hegg, Stuart; Peter North:** Cultural Policy and Urban Regeneration: a Special Edition of Local Economy. University of Liverpool. Local Economy, 13 Vol. 19, No. 4, 305-311, November 2004.
- Zeese, Volker:** Die Sehnsucht nach Bilbao. Geld oder Liebe: Marketing-Experten und Kulturpolitiker debattieren über die Zukunft der Stadt. In: Die Welt 10/2000.
- Zitzmann, Mark:** Zurück zum Fluss – und auf in die Zukunft. Ein Besuch der westfranzösischen Kulturstadt anlässlich der Wiedereröffnung des Schlosses. In: NZZ Online, 02 Oktober 2007.
- Zukin, Sharon:** Städte und die Ökonomie der Symbole. In: Kirchberg, Volker / Göschel, Albrecht (Hg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Leske+Budrich Verlag, Opladen 1998.

V. Abbildungsnachweis

Die in dieser Publikation verwendeten Abbildungen wurden mit freundlicher Genehmigung zur Verfügung gestellt von:

Abb. 1: © by Rhys Wynne
 Abb. 2: cc BY Magnus Manske
 Abb. 3: © Mugatik
 Abb. 4: © J. Tomm
 Abb. 5: © Zaha Hadid Architects
 Abb. 6: © Zaha Hadid Architects
 Abb. 7: cc BY Phillip Capper
 Abb. 8: cc BY-ND Calum Davidson
 Abb. 9: © Glasgow City Marketing Bureau
 Abb. 10: © Douglas Weir
 Abb. 11: © Culture and Sport Glasgow
 Abb. 12: © Craig Young
 Abb. 13: © Culture and Sport Glasgow
 Abb. 14: © Culture and Sport Glasgow
 Abb. 15: © billingham/ Mark Fletcher
 Abb. 16: © Kevin Radcliff
 Abb. 17: cc BY Glen Bowman
 Abb. 18: cc BY David Wilson Clarke
 Abb. 19: cc BY-ND Katherine
 Abb. 20: © Olivier
 Abb. 21: No ©
 Abb. 22: © Lille Horizon 2004
 Abb. 23: © Ville de Lille
 Abb. 24: © Ville de Lille
 Abb. 25: cc BY Jean Baptiste
 Abb. 26: © Le Grant Ding in Nantes
 Abb. 27: cc BY Jean Baptiste
 Abb. 28: © by Nautilus-Nantes
 Abb. 29: cc BY Jim Orsini
 Abb. 30: © Pittsburgh Symphony Orchestra
 Abb. 31: © Seattle Stadtansicht
 Abb. 32: cc BY Nikki Spick
 Abb. 33: © Bob Bingham, STUDIO for Creative Inquiry,
 Carnegie Mellon University
 Abb. 34: cc BY Harry Teng
 Abb. 35: cc BY Go Cart USA
 Abb. 36: © Seattle Theatre Group
 Abb. 37: © Seattle's Convention & Visitors Bureau

Titelabbildung:

Plakat: © by Stephan Muntaner, gestaltet für „Les Machines de l'île“

Satellitenaufnahmen:

© by Digital Globe 2008: S. 21, 33, 45, 51, 57
 © by Terraserver: S. 27, 39

Übersichtskarten der Länder:

© Demis.nl: S. 21, 27, 33, 39, 45, 51, 57

Übersichtskarte von Nordrhein-Westfalen:

cc BY USIGIS: S. 69

Grafiken:

© Creative Business Consult: S. 66, 67, 71

Portraits der Interviewpartner:

© Beatriz Garcia: S. 73
 © Vincent Jacques: S. 79
 © Paul Rubinstein: S. 85

Erläuterung zu den Lizenzrechten des Bildmaterials:



Abb. 2, Abb. 7, Abb. 17, Abb. 18,
 Abb. 25, Abb. 27, Abb. 29, Abb.
 32, Abb. 34

Lizenziert unter CreativeCom-
 mons-Lizenz 3.0
[http://creativecommons.org/
 licenses/by/3.0/deed.de](http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.de)



Abb. 8, Abb. 19
 Lizenziert unter CreativeCom-
 mons-Lizenz 3.0

[http://creativecommons.org/
 licenses/by-nd/3.0/deed.de](http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/deed.de)

Abb. 10, Abb. 15

Lizenziert unter: Image license agreement/Stock.xchng
<http://www.sxc.hu>

An allen weiteren Photos/Bildern besteht ein Nutzungsrecht, das dem Herausgeber der Publikation durch die im Copyright angegebenen Unternehmen, Institutionen und Personen eingeräumt wurde.

VI. Impressum

Herausgeber: Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen,
Kulturabteilung

Verfasser: Creative Business Consult (Christoph Backes, Michael H. Bleks,
Daniela Knöbl, Johannes Tomm); Adrian Rudershausen
Martin Kuhna (Vorwort)

Redaktion: Thomas Baerens (Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen), Creative
Business Consult, Julia Trachternach (Assistenz)

Research: Creative Business Consult, KnowledgeAgent (Mannheim), Linya
International (Shanghai)

Transkription und Übersetzung: Karine Husson, Teresa Tomas Moreno,
Ohlrogge Translations, Eva Sattlegger

Lektorat und Gestaltung: Kai Falkenberg

Druck: jva druck+medien, Möhlendyck 50, 47608 Geldern

© Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
Düsseldorf, September 2009

Die Verfasser möchten sich besonders bei den folgenden Personen für ihre
Unterstützung bedanken:

Bob Bingham, Pittsburgh
Carol Brown, Pittsburgh
Kathrin Müller, Lille
Beatriz Plaza, Bilbao
Norie Sato, Seattle
Renate Schäfer, Nantes
sowie Karine Husson, Teresa Tomas Moreno, Eva Sattlegger und
Tim Schomaker als externe Interviewer



**Staatskanzlei
des Landes Nordrhein-Westfalen**