



Liberalismus vs Städtebau

Daniel Abraha, Stephan Achermann, Rachel Herbst

Ausgangspunkt der Auseinandersetzung waren die Texte *Non – Plan, an Experiment in Freedom* (Reyner Banham, Paul Barker, Peter Hall, Cedric Price, 1969) und *Generic City* (Rem Koolhaas, 1995). Non-Plan setzt sich mit der Frage auseinander, was geschehen würde, wenn die Kontrolle über die Stadtplanung nicht vorhanden wäre. Jedes Individuum würde unbewusst den urbanen Raum beeinflussen und somit den Sprawl fördern. Generic City beschreibt auf polemische Weise die Eigenschaftslosigkeit der zeitgenössischen Stadt unter der Einwirkung des Liberalismus – Angebot und Nachfrage formen die Stadt.

In der Auseinandersetzung mit diesen Texten, haben wir festgestellt, dass die freie Marktwirtschaft einen immer wichtigeren und grösser werdenden Faktor in der Städtebauplanung einnimmt. Zwei Fallbeispiele – Shanghai und Orange County - dienen uns dabei, diese Tendenz zu erläutern.

Orange County

Orange County ist eine Region in Los Angeles, welche zum grössten Teil einem privaten Unternehmen gehört – namentlich der Irvine Company. Da sich Los Angeles in den späten fünfziger Jahre in Richtung Süden enorm ausdehnte, sah sich der Besitzer der Irvine Ranche gezwungen, sein Land umzunutzen. *The Irvine Company views the Irvine Ranch as a valuable, non-renewable resource that must be managed with careful planning and long-range vision.*¹ So wurde durch die Irvine Company ein Masterplan für das ganze



Areal entwickelt. Die Kontrolle und Planung über die Raumgestaltung, beziehungsweise über den Städtebau, wurde somit vom Staat an eine private Institution übergeben. Die Homepage der Irvine Company könnte den Anschein erwecken, dass beim Entwerfen des Masterplans an ziemlich alles gedacht wurde, um eine schöne, friedfertige und gut funktionierende Stadt zu schaffen. *The plan called for a balance of land uses to support economic growth and promote quality of life, including a variety of housing types, job centers, shopping centers, generous recreation and abundant open space.*¹ Beim näheren Betrachten von Orange County, stellen wir jedoch fest, dass es sich um ein riesiges monofunktionales Gebiet handelt: Es reiht sich Einfamilienhaus an Einfamilienhaus, tausendfach. *The Generic City is fractal, an endless repetition*

*of the same simple structural module...*² Es wurde weder an identitätsstiftende Elemente, noch an funktionale Durchmischung gedacht. Einzig die Shopping Malls, die am Rande der feingliedrigen Siedlungsstruktur liegen, dienen wahrscheinlich den Bewohnern als neue virtuelle Identitätsstifter oder ersetzen eventuell sogar die Funktion des historisch gewachsenen Dorfkerns. Doch wie soll ein Dorfkern oder ein historisches Zentrum entstehen können, wenn ein ganzer Stadtteil innerhalb von nur vierzig Jahren gebaut wurde? Und wie soll ein Ortsbild lebendig wirken, wenn die zukünftigen Bewohner nur zwischen vier verschiedenen Haustypen auswählen können?

Shanghai

Shanghai ist eine Stadt, welche in kürzester Zeit gewachsen, zerfallen und sich von neuem regeneriert hat – eine Art lebender, atmender Organismus. *If it gets to small it just expands. If it gets old it just self-destructs and renews.*² Es handelt sich um eine Stadt, die dank dem Einfluss der westlichen Wirtschaft enorm gewachsen ist. So erlitt die Stadt einen ersten Wachstumsschub, zwischen 1850 und 1900, als die Westeuropäer in Shanghai exterritoriale Gebiete errichteten. Der zweite Wachstumsschub vollzog sich ab 1990, als die Wirtschafts-Sonderzone Pudong durch die chinesische Regierung geschaffen wurde. Dank dieser Liberalisierung konnten günstige Bedingungen geschaffen werden, um ausländische Investoren anzulocken. Dies hatte wiederum zur Folge, dass ein vertikal orientiertes Stadtbild entstehen konnte. *The Generic City is on its way from horizontality to verticality.*²

Ebenso können wir beobachten, dass das Bild der Hauptstrassen von Shanghai sehr dem Bild westeuropäischer Hauptstädte gleicht. Wir finden auf der ganzen Welt Häuser, die mit denselben Werbungen beschmückt sind und Erdgeschosse, welche dieselben Ladenketten beinhalten, wie hierzulande. Nur noch die chinesischen Schriftzeichen erinnern daran, dass es sich um eine asiatische Stadt handelt. Wir sprechen hierbei also von einer Art Identitätsverlust. Auch beim Vergleichen der Fläche, des historischen Zentrums zur gesamten Fläche Shanghais, stellen wir fest, dass es nicht viel grösser ist als ein Stecknadelkopf in einem Heuhaufen. Das historische Zentrum ist also so klein geworden, dass es für die Stadt keine Identität mehr stiften kann. *The*

Generic City is the city liberated from the captivity of center, from the staitjacket of identity.²

Beide Fallbeispiele zeigen uns, dass die Historie oder die regionale Prägung, welche als traditionelle Identitätsstifter fungierten, entweder enorm klein sind, wie beispielsweise in Shanghai, oder sogar ganz fehlen, wie in Orange County. Dieses Fehlen der Identitätsstifter wird jedoch meistens damit kompensiert, dass Konsumanreize – also künstlich von der Werbung erzeugte Wünsche und Sehnsüchte – geschaffen werden. Diese Konsumanreize sind seinerseits Erzeugnisse der freien Marktwirtschaft.³ Man kann also behaupten, dass die Globalisierung zu einer traditionslosen Identität führt und genau die Bilder der Städte hervorruft, wie wir sie von Shanghai oder Orange County kennen.

Problematische städtebauliche Entwicklungen im Liberalismus

Der freie Markt wird in Zukunft eine solch enorme Macht und dadurch auch Druck ausüben können, so dass er sich immer weniger der Städtebauplanung unterordnen wird. Eine eher gegenläufige Tendenz findet statt und zwar, dass sich die Städtebauplanung dem Diktat der freien Marktwirtschaft fügen muss. Wird demzufolge in Zukunft die Städtebauplanung überflüssig und durch die liberale Marktwirtschaft ersetzt?

Diktiert tatsächlich der freie Markt die städtebaulichen Entscheidungen? Die Generic City zeigt die Richtung einer solchen Entwicklung – Gleichschaltung und somit Identitätsverlust. Die Zentrale Frage lautet: Kann es denn jegliche Form von städtebaulicher Planung geben, die sich der Diktatur nicht unterordnet und ihr ausgeliefert ist, sondern vielmehr symbiotisch mit dieser funktioniert? Ist es sinnvoll sich prinzipiell idealistisch gegen diese Entwicklung zu sträuben, oder muss man vielmehr nach Potentialen des Generic suchen? Was sind die zeitgenössischen effektiven Auswirkungen und Äusserungen dieser Entwicklung? Wie werden sie im Leben und im Stadtbild wahrgenommen? Können städtebauliche Qualitäten entstehen, aus dem Clash, dem Aufeinanderprallen der vielfältigen Elemente, die aus einzelnen kapitalistischen Bedürfnissen entstehen?

Der mehrdimensionale Prozess der Zunahme der transglobalen, wirt-

schaftlichen, sozialen und kulturellen Beziehungen ist allgegenwärtig und hinterschneidet die Stabilität jeder Facette des zeitgenössischen Lebens. Die Wahrnehmung der Welt wird geprägt durch Outputs des freien Markts. Sie führen einerseits zum Generischen, zur Monotonie, sie führen aber auch zu einer Art Gefühl der transglobalen Heimat, einem Nicht-Ort, einem virtuellen Zustand. Neben den negativen Auswirkungen des Verlusts der lokalen geospezifischen Qualitäten eines Ortes, stellt sich die Frage ob dieser Umstand neue, von der Lokalität unabhängige, Qualitäten zu erzeugen vermag.

Wir versuchen uns dieser Fragestellung durch das Vehikel der Metapher und der Stimmungsbeschreibung heranzutasten, möglichst ohne Vorbehalte. Grosskonzerne mit ihren Brands beherrschen nicht nur das reale, physische Raumbild (öffentlicher Verkehr, Innenräume, Aussenräume, Fassaden etc.) sondern auch das metaphysische, virtuelle Raumbild (Internet, Mobiltelefon, TV, Radio etc.). Die Brands und Konsumanreize äussern sich nicht nur appliziert, sondern auch durch Gebäudetypologien, die darauf abzielen durch geeignete Architektur die Corporate Identities real zu verkörpern (Prada, Sony Center Potsdamer Platz etc.). Gebäudetypologien wie das Hochhaus werden nicht durch den städtebaulichen Vorteil der Höhe und Masse, sondern durch Maximierung der Nutzungsoberfläche begründet.

Die Idee der Identität findet sich im Mikromassstab in Form von Produkten und Konsumanreizen wieder, die in der Lage sind international, klassen-, und altersunabhängig Euphorien auszulösen. Ein weiterer Motor der transnationalen Identität ist die Globalisierung der Kultur, die zu einer weltweiten Verfügbarkeit von Elementen aller Kulturen, für alle Kulturen führt. Die Einflüsse werden lokal modifiziert und in die eigenen kulturellen Wertvorstellungen integriert, es entstehen jedoch gemeinsame Elemente und Begriffe, die global funktionieren und im Allgemeinen Kulturen einander näher bringen.

Die freie Marktwirtschaft zeugt von einer Hyperflexibilität und blüht auf der Plattform der Demokratie. In Bezug auf den Städtebau scheint sie in der Lage, jegliche Wünsche und Sehnsüchte erfüllen zu können – in jedem Massstab, in jeder Menge. Es besteht das Bedürfnis nach möglichst viel

Nutzungsoberfläche und Profitmaximierung, sowie der Traum des eigenen Einfamilienhauses. Da diese nicht auf Individualität, sondern auf Ideologien ganzer Bevölkerungsgruppen basieren, führen sie zu monotonen Zuständen.

Schlussfolgerungen

Wenn wir von unseren Beobachtungen ausgehen, haben wir eine Tendenz festgestellt, welche die Zurückdrängung des Städtebaus durch den Liberalismus beinhaltet. Durch diese Feststellung zeichnen sich jedoch Ängste bei uns ab. Werden wir zu Marionetten des Kapitalismus oder sind wir es gar schon? Globale Marionetten, die in einer ökonomisch gesteuerten Welt funktionieren. Es stellt sich also die Frage: möchten wir weiterhin in dieser passiven Rolle fungieren oder sind wir der Meinung, dass der fortlaufende Globalisierungsprozess den Städtebau in einer Art und Weise verändert, dass wir diese Wandlungsprozesse nicht mehr unterstützen wollen? Schliesslich gilt es herauszufinden inwiefern der Städtebau von der Wirtschaft abhängt und welche Folgen sich dadurch abzeichnen.

Einerseits glauben wir, dass die sozialen Aspekte, welche die Architektur für die Gesellschaft übernimmt, sich nur durch einen ganz bewussten Städtebau berücksichtigen lassen. Nehmen wir das Beispiel eines Pariser Vorortes. Die sozialen Probleme wie Gewalt und Arbeitslosigkeit lassen sich nicht durch rein ökonomische Massnahmen wie zum Beispiel Abbruch und Neubau lösen, sondern es sind andere städtebauliche Mittel gefordert, welche die Probleme in ihrer Ursache bekämpfen. Die grösste Schwierigkeit der freien Marktwirtschaft besteht darin, dass keine Anreize für öffentliche Güter, wie Infrastruktur oder öffentlicher Raum, besteht. Das nutzenmaximierende Individuum ist nur an Privateigentum interessiert und trägt nichts zum gemeinnützigen öffentlichen Interesse bei. Somit ist der Städtebau gefordert, der als Koordinations- und Planungsinstrument unabdingbar ist. Der Städtebau, der vielschichtiger ist und die Fähigkeit besitzt den urbanen Raum interdisziplinär zu analysieren und zu planen.

Andererseits geht es auch um die Frage der Nachhaltigkeit. Wenn der Liberalismus tatsächlich den Städtebau verdrängt, ist unserer Meinung nach

die Nachhaltigkeit nicht mehr gewährleistet. Das Prinzip *Angebot und Nachfrage* steuert den Markt und somit unumgänglich auch die Stadt. Womit die Kontrolle über den Städtebau komplett verloren geht, da das wirtschaftliche System selbst regulierend wirkt, auf Grund individueller Nutzenoptimierung und nicht den Anspruch besitzt primär nachhaltig zu sein. Im ökonomischen Liberalismus ist die Rede von einem System, welches auf grösstmöglicher Freiheit für jedes Individuum basiert ist, in welches der Staat nur eingreift sobald die individuelle Freiheit gefährdet ist. Zudem beschreib der Liberalismus das Recht auf Privateigentum. Diese liberalistischen Forderungen lassen Skepsis aufkommen sobald sie auf den Städtebau angewendet werden. Wie sollen Urbanisierungsprozesse grossräumig geplant werden, wenn zugleich die Privatisierung gefördert wird? Ein weiterer Versuch die Nachhaltigkeit im Städtebau zu erklären, ist die Geschwindigkeit mit der sich eine Stadt entwickelt. Geschwindigkeit in Korrelation zum Städtebau und der Wirtschaft. Der geplante Städtebau ist mit dem Staat gleichzusetzen und lässt sich somit als relativ träg beschreiben, sofern man ihn im Rahmen der Demokratie betrachtet. Die Lethargie mag Vorteile und Nachteile haben, sie ist jedoch sicherlich eher förderlich für eine architektonisch wirksame Entwicklung einer Stadt. Die Wirtschaft hingegen reagiert ad hoc und besitzt, verglichen mit architektonischen Planungsprozessen, eine andere Geschwindigkeit. Somit darf die Entscheidungen individueller Nutzenmaximierer nicht der alleinig bestimmende Faktor für längerfristig funktionierende Lösungen im Städtebau sein.

Ein weiteres Szenario einer rein ökonomisch gesteuerten Stadt wäre die Gefahr des vollständigen Verlustes der funktionellen Heterogenität, sofern sich dies wirtschaftlich als lukrativ erweisen würde. Erzeugnisse wie Segregationsprozesse, die zu einer Gentrifizierung einzelner Regionen führt oder gar ganze Städte sozial umstrukturieren, zählen zu den somit erzeugten Risiken. Eine rein wirtschaftliche Stadtentwicklung ohne jegliche städtebaulichen Massnahmen könnte die Entwicklung hin zu einem monofunktionalen Stadt-System nicht kontrollieren. Funktionstrennung sehen wir als nicht zukunftsfähig und auch nicht erstrebenswert. Im Gegenteil, die Heterogenität verstehen wir als das grosse Potential und eine Charakter stiftende

Eigenschaft der Stadt, welche um jeden Preis bewahrt werden soll.

Des Weiteren kritisieren wir, dass die bestehende Gebäude Substanz mehr und mehr für wirtschaftliche Zwecke missbraucht wird. Missbrauch im Sinn der Ausbeutung des architektonischen Gesichtes einer Stadt, welches auf die Trägerfunktion für allerlei Konsumanreize reduziert wird. Übrig bleibt eine oberflächliche und generische globale Kulisse. Schliesslich sind wir der Meinung, dass die Stadt gerade in Zukunft die Aufgabe einer prägenden Identität für das Individuum übernehmen sollte.

¹ <http://www.goodplanning.org/themasterplan/index.asp>

² Rem Koolhaas, „Generic City“, in S,M,L,XL (New York: Monacelli Press, 1995)

³ einfacher gesagt: Durch die Werbung wird ein Produkt mit einem Brand beziehungsweise mit einer Marke verkauft. Diese Marke ihrerseits steht für einen gewissen Lifestyle, welcher vom Akteur letztendlich gekauft wird. Der Lifestyle dient also als Identitätsstifter in einer Stadt ohne Historie. Nur durch ihn können wir uns in der westlichen Welt kulturell situieren.