

Städte und ihre Eigenlogik. Herausforderungen für die Stadtentwicklung.

Wir leben in einer globalisierten Welt. Unter Bedingungen weltweiter technischer, wirtschaftlicher und kultureller Vernetzung ist es umso wichtiger, den Blick dorthin zu richten, wo Menschen noch die Erfahrung von kultureller Spezifik machen können. Städte sind die Orte, an denen auch diejenigen zu Identitäten finden, denen Nationalstaaten fremd geworden sind, nach dem Motto eines jungen Türken in Deutschland: «Deutscher bin ich nicht, aber Mannheimer» (Stadtforschungsschwerpunkt der Technischen Universität Darmstadt 2012). Städte spielen in der räumlichen Konstellation von Stadt, Region, Staat, supranationalem Verbünden wie Europa und Weltgesellschaft eine eigene Rolle: Sie vermitteln die Erfahrung, an einem spezifischen Ort zu sein. Sie erleichtern Einmischung und Partizipation aufgrund der räumlich-sozialen Überschaubarkeit. Sie lassen Gefühle von Zugehörigkeit wachsen.

Für Stadtentwicklungspolitik und -planung ist es nicht so einfach, wie man vielleicht denken mag, die Bedeutung von Städten als Sinnstifter in einer globalisierten Welt weiter auszubauen oder nur zu erhalten. Vielerorts werden mit mehr oder weniger Erfolg Geschichten erzählt, erfunden, entdeckt: Hierzu werden Schlösser und Fachwerkhäuser neu aufgebaut, Trachten wieder eingeführt, regionale Speisen aufgespürt. Doch dieses Politikformat ist nur in wenigen Feldern anwendbar, häufig unglaubwürdig und vor allem selbst homogenisierend.

Gleichwohl gibt es diese Erfahrung des Eigenen in unterschiedlichen Städten (Zürich, Bern, Basel z. B.) und dieses Eigene ist kein Marketingprodukt. Man kann es Stadtkultur nennen, wenn man zugleich akzeptiert, dass Kultur nicht nur die Riten und Gebräuche meint, sondern auch die Dingwelt erfasst: die Art, wie eine Stadt gebaut ist. Mehr noch, die Wissensbestände, die in einer Stadt Gültigkeit haben, gehören zum Kernbestand einer Kultur: Welche Motive treiben Politik an? Was wird in einer Stadt zum Problem? Was gilt gemeinhin als Erfolg?

Wir haben in der Darmstädter Stadtforschung den Begriff der «Eigenlogik der Städte» als eine Heuristik eingeführt, welche uns – besser als es der weite Kulturbegriff allein vermag – helfen soll, wiederkehrende Praktiken/Reproduktionsmodi in Städten erkennen und destillieren zu können (Berking/Löw 2005 und 2008; Löw 2008). Wir sprechen von «Eigenlogik» nicht im Sinne einer Eigenschaft einer Stadt, die man finden, festhalten und pflegen kann, sondern wir gehen davon aus, dass «Eigenlogik» eine Perspektive darstellt, die in Politik, Planung und Wissenschaft ergiebig ist, um zu begreifen, wie erstens Städte unser Leben auf spezifische Weise formen, d. h. unsere Werte, unsere Praktiken, unsere Wissensbestände, unsere Gefühle beeinflussen. Dass «Eigenlogik» uns zweitens hilft, passgerechte Strategien in und für die jeweiligen Städte zu entwickeln. Wie viele Städte sind daran gescheitert, dass nun auch sie versuchen, durch ein neues Museum, durch Probenräume für Kulturschaffende oder durch Flussuferbebauung scheinbar global akzeptierte Lösungen für städtische Problemlagen anzuwenden? Die Ursachen dafür, dass ein anderen Ortes erfolgreich implementiertes Modell nicht übertragbar



ist, können auf sehr verschiedenen Ebenen liegen: die politische Kultur variiert, die Netzwerke (z. B. zu vor Ort viel gefragten Architekten) unterscheiden sich, Geschmacksurteile sind verschieden, das bestehende bauliche Ensemble verlangt nach anderen Interventionen, bei Kernelementen des Modells werden abweichende Schwerpunkte gesetzt usw.

Um einen Überblick zu gewinnen, nach welchen Mustern sich Eigenes in Städten zeigt, haben wir einen möglichst idealen Projektverbund konstruiert. Wir haben vier vergleichbare Städte in zwei Nationalstaaten für die Forschung ausgewählt: Dortmund und Frankfurt am Main, Birmingham und Glasgow. In diesen vier Städten haben wir vier Felder ausgesucht, die wir zunächst unabhängig voneinander in einzelnen Forschungsprojekten bearbeiten:

1. Stadtmarketing (Teilprojektleitung: Berking/Frank)

Stadtmarketing als eine professionelle Praxis, die das Eigene der Stadt selbst zum Thema macht. Stadtmarketing wird dabei einerseits als hoch professionalisiertes, globalisiertes und tendenziell homogenisiertes ökonomisches Feld verstanden, das einer bestimmten, beschreibbaren Feldlogik folgt. Andererseits wird die These vertreten, dass die Produkte, Prozesse und Produzenten des Stadtmarketings selbst von der Eigenlogik der Stadt beeinflusst sind bzw. sogar sein müssen, da kein städtisches Image auf Dauer aufgebaut werden kann, das nicht auf die Eigenlogik der jeweiligen Stadt reagiert. Die Suche nach den Ursachen für erfolgreiche und gescheiterte Imagekampagnen und Organisationsformen des Stadtmarketings in den vier Untersuchungsstädten ermöglicht es, das Spannungsfeld zwischen Feldlogik und städtischer Eigenlogik auszuleuchten.

2. Lokale Konventionen des Friseurwesens: Städtische Eigenlogik in Wirtschaftspraktiken (Teilprojektleitung: Baur/Löw)

An einem in theoretischer Hinsicht kritischen Fall wird diskutiert, ob sich trotz hoher internationaler Homogenisierung einer Branche (Ausbildungswesen, Bezahlung, Aufstiegsoptionen) stadtspezifische Unterschiede in den Praktiken nachweisen lassen, die theoretisch in Richtung einer Eigenlogik der Städte aufgeschlossen werden können. Das Teilprojekt übernimmt die Aufgabe, mit qualitativen und quantitativen Verfahren zu prüfen, an welchen Stellen im Feld globalisierter Wirtschaft eigene Stadtpraktiken destilliert werden können.

3. Problemdiskurse: Eigenlogik der Stadt und politische Agenda (Teilprojektleitung: Heinelt/Haus/Gehring)

Das Projekt greift eine lange Tradition politikwissenschaftlicher Machtanalyse auf, die mit den nordamerikanischen «community studies» in den 1960er-Jahren ihren Ausgang nahm und die über die Analyse von Problemdefinitions- und Entscheidungsprozessen in Städten die Entwicklung der Politikwissenschaft insgesamt nachhaltig geprägt hat. Im Zentrum der Forschung steht die diskursive Konstruktion von Problemen je nach Stadt in ihren Implikationen für politische Gestaltungspraktiken. Vor dem Hintergrund viel diskutierter Phänomene der «Entgrenzung» politischer Prozesse und institutioneller Verflechtungen sollte eine Analyse von



Problemdiskursen zeigen, dass die Agenda städtischer Politik durch Praktiken konstituiert wird, die den Logiken der jeweiligen Städte folgen und diese gleichzeitig reproduzieren.

4. Am Tatort: Städtische Eigenlogik im Medium zeitgenössischer Kriminalliteratur (Teilprojektleitung: Griem)

Hier fragen Literaturwissenschaftler/innen, wie die einzelne Stadt sowohl Gattungsschemata als auch die erzählerische Vermittlung mitbestimmt und variiert. In Kriminalromanen werden Wissensbestände und Ausdrucksformen städtischer Lebenszusammenhänge im Modus der Fiktion inszeniert, verhandelt und problematisiert. Durch die spezifischen Verdichtungsleistungen literarischer Kommunikation produzieren und reproduzieren Stadtkrimis kumulative Texturen, in denen vielfältige Aspekte urbaner Lebenspraxis komprimiert werden: Solche Romane liefern geteilte bzw. kontroverse Geschichten und rhetorisch verfasste Bilder für das Ganze einer Stadt, und sie verweben auch Legenden, Mythen und Klischees, die sich insbesondere in den seriellen Formaten von Kriminalliteratur zu potenziell eigenlogischen Konstanten verfestigen. Das Teilprojekt übernimmt für alle Teilprojekte in der Forschergruppe die Aufgabe, die Imaginationen über die Untersuchungsstädte im Hinblick auf die Eigenlogik zu untersuchen.¹

Im Forschungsprozess haben wir nun jenen Entwicklungen besondere Aufmerksamkeit geschenkt, die sich in allen vier Feldern (Stadtmarketing, Wirtschaftspraktiken, Problemdiskurse und Kriminalliteratur) als ähnlich in der jeweiligen Stadt und als unterschiedlich zu anderen Städten rekonstruieren lassen. Dabei zeigt sich überraschend, dass Zeit in den vier Untersuchungsstädten unterschiedlich zum Einsatz gebracht wird. In Frankfurt am Main z. B. ist der Fokus stark auf die Bewältigung von (knapper) Zeit ausgerichtet. Zeitliche Abläufe sind sowohl in städtischen Problemdiskursen als auch in der (Kriminal-)Literatur, im Alltag von Friseursalons und im Stadtmarketingkonzept dominant. Unentwegt geht es um Zeit, alle reden über Zeitmanagement, Zeit wird geplant, gespart und organisiert. Zeit wird in Frankfurt sowohl im Sinne einer Zeitökonomie im Dienste der Beschleunigung als auch als Zukunftsorientierung relevant gemacht. Selbst im Stadtmarketing wird Werbung, z. B. im Videoclip, über die Hervorhebung von Zeitrhythmen organisiert.

¹ Siehe ausführlich zu den Forschungsprojekten: www.stadtforschung.tu-darmstadt.de/eigenlogik/dfg_projektverbund/dfg_projektverbund.de.jsp



Abbildung 1

1 Die Zukunft scheint in Frankfurt prinzipiell gestaltbar, stellt umgekehrt auch hohe Anforderungen an die Bewohner/innen hinsichtlich der Bereitschaft zur Selbstoptimierung, z. B. beim Zeitmanagement.
Foto: R. Targy



Mit der Vorstellung, man könne Prozesse durch Beschleunigung effektiver gestalten, und der ausgeprägten Orientierung der Lebensgestaltung am Zeitmanagement geht eine starke Zukunftsorientierung einher. Die Zukunft scheint in Frankfurt prinzipiell gestaltbar, stellt umgekehrt auch hohe Anforderungen an die Bewohner/innen hinsichtlich der Bereitschaft zur Selbstoptimierung. Auffällig ist eine ausgeprägte Performanzorientierung in der Stadt. Appelle an das eigene Schaffen sind alltäglich, Karrieremanagement wird selbst im Friseurmarkt frühzeitig eingeführt (ganz anders als z. B. in Dortmund). Das Management von Problemen, die Organisation von Friseursalons und die Konzeptualisierung von Marketingkampagnen ist von der Idee der Prozessualisierung geprägt. Als Kehrseite wird vielfach mehr Bürgerbeteiligung eingefordert, da sich Betroffene durch zu schnelles Handeln politisch übergangen fühlen. Zwar ist auch die Vergangenheit gegenwärtig (Altstadtbau, Bildpraktiken im Marketing, Traditionsverweise im Interview mit Politikern/Politikerinnen), doch niemals im Format der Nostalgie. Tradition ist in Frankfurt eine Strategie, die «Heimatbezug» als Ressource für die Zukunft denkt. Konsequenter finden sich in Krimis als stadttypisches Element Thematisierungen von einem angeblich verlogenen Vergangenheitsbezug.

Abbildung 2

2 In Dortmund ist die Erzeugung von Sicherheit durch Orientierung an Konvention und Bewährtem stark ausgeprägt (z. B. Einigung auf einheitliche Öffnungszeiten).
Foto: O. Lando



Während in Frankfurt der Zeitbezug über Beschleunigung und Fortschrittsorientierung organisiert ist, herrscht in Dortmund eine Vergangenheitsorientierung in dem Sinne vor, dass man weiss, wo man herkommt, man allerdings nicht weiss, wo es hingehet. Beharrlichkeit ist ein häufiges Motiv im Kriminalroman, «es war schon immer so», gilt als positiver Bezug im Alltag. Ob im Friseurwesen, im politischen Diskurs oder im Stadtmarketing: Die Erzeugung von Sicherheit durch Orientierung an Konvention und Bewährtem ist stark ausgeprägt (z. B. Einigung auf einheitliche Öffnungszeiten). Zwar wird regelmässig eine Vorstellung vom Wandel mit Tradition aufgerufen, doch ist gerade in dieser Rede der Sinn für die Bewahrung von Traditionen stark ausgeprägt. Demzufolge herrscht durchaus eine Innovationskepsis vor (sehr deutlich im Friseurwesen, jedoch auch in der Bildpolitik der Marketingkampagnen), allerdings ebenfalls eine Gelassenheit im Zeitmanagement.



Abbildung 3

3 Birmingham wirbt mit Konsum als Zentrumsqualität. Im Bild das markante Bullring Shopping Centre.
Foto: B. Cine



Schauen wir auf Birmingham: Die Temporalstruktur in Birmingham ist (wie in Frankfurt) zukunftsorientiert. In den Medien und in den Interviews mit Politikern wie auch in den Kriminalromanen wird eine schwierige Vergangenheit aufgerufen, gleichzeitig jedoch die Wende als gemeistert entworfen. Die Zukunft scheint zum Greifen nah, hat aber noch nicht begonnen. Anders als in Frankfurt ist in Birmingham die Zukunftsorientierung nicht an ein Entwicklungsmotiv gebunden, sondern artikuliert sich als prinzipielle Bejahung der Zukunft. Damit erscheint die Zukunft weniger gestaltbar. Die Welt scheint vor Birmingham zu liegen – das allein beruhigt. Während in Frankfurt die Zukunft jetzt gestaltet wird (unter Nutzung der Vergangenheit), irgendwie – Hauptsache man gestaltet – scheint in Birmingham die Zukunft in greifbarer Nähe, aber ausserhalb des politischen Zugriffs. Das Stadtmarketing zeigt Birmingham nicht als konkreten Raum (z. B. in Form historischer Bauwerke), sondern bemüht sich darum, Vibration und Energie in Szene zu setzen. Repräsentationen beziehen sich auf Flexibilität, Fließendes und Prozesshaftes. Die Vergangenheit scheint in Birmingham nicht Teil der Zukunft zu sein. Es wird keine Erinnerung an das industriekulturelle Erbe gepflegt.



Abbildung 4

4 In Glasgows Stadtbild sind die steinernen Zeugen industrieller Vergangenheit weitgehend beseitigt worden. Nur viktorianische Bauanlagen erinnern an die reiche Seite der Industriegeschichte.
Foto: B. Rawley



Auch in Glasgows Stadtbild sind die steinernen Zeugen industrieller Vergangenheit (insbesondere die Hafenanlagen) weitgehend beseitigt worden. Nur viktorianische Bauanlagen erinnern an die reiche Seite der Industriegeschichte. Ein Kran bleibt als Icon bestehen, und die Stadt wendet sich vom Wasser ab. Im Kriminalroman wird indes der Verlust vergangener Grösse betrauert. Entlang des ehemaligen Hafens finden sich unverbunden Museen, Wohnanlagen, ein Hub-schrauberlandeplatz, Parkplätze und Leerflächen. Das Stadtmarketing präsentiert ausschliesslich viktorianische Hauszeilen, Jugendstil und Postmoderne. Zwar kommen Experten in Interviews durchweg auf die industrielle Vergangenheit zu sprechen – die meisten Politiker identifizierten sich stolz als Working Class oder lassen eine diesbezügliche Nähe (sie haben z. B. neben dem Studium als Postbote gearbeitet und waren in der Gewerkschaft engagiert) bewusst erkennen; auch die Friseur erzählen ihre Geschichten als Aufstiegsgeschichten – doch findet diese Selbstbeschreibung keinen Widerhall im öffentlichen Raum. So befindet sich auf dem Gelände der zentralen Werftanlagen heute ein Neubau von Zaha Hadid, in dem technische Errungenschaften als Ingenieursleistungen präsentiert werden, ohne jeden Bezug auf die Leistung der Arbeiter. Hier zeigt sich ein starker Kontrast zu Dortmunds sozialbaulicher Erinnerungskultur.

In Bezug auf Zeitstrukturen ist Glasgow tendenziell eine langsame Stadt. Der Bezug auf die Vergangenheit ist offensichtlich einseitig. Eine Zukunftsplanung rückt zugunsten einer Gelegenheitsorientierung in den Hintergrund. Diese Gelegenheitsorientierung zeigt sich z. B. in den durchweg positiven/euphorischen Bezügen auf städtische Grossereignisse, denen heilende Kräfte zugesprochen werden. Es sind Gelegenheiten, die man gerne ergreift. In Glasgow findet man im kollektiven Bewusstsein ein tief verankertes zyklisches Zeitbewusstsein. Es gibt ein Wissen um Ab- und Aufstiege. Elitenetzwerken wird zugetraut, Aufschwünge immer wieder möglich zu machen. Während Dortmund eine Kultur des Erinnerns an die letzten



200 Jahre Stadtgeschichte pflegt, die als Traditionspflege erfahren wird und die Grubenarbeit als glorreiche Arbeiterkultur neu inszeniert, findet man in Glasgow eine hoch ambivalente Bezugnahme auf die eigene Geschichte, ohne Wiederhall im öffentlichen Raum oder in der Bildpolitik.

Versucht man unter dem Analyseraster «Eigenlogik» Städte zu verstehen, so zeigt sich zunächst, dass das Eigene von Städten ganz wesentlich auf der Ebene von Zeitordnungen reproduziert wird: Städte unterscheiden sich deutlich in der Art und Weise, wie dort auf Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft Bezug genommen und Zeit zum Handlungsbezug gemacht wird.

Dabei kann man lernen, dass Städte nicht einzigartig sind, sondern dass man durchaus Paare von Städten mit ähnlichen Mustern erkennen kann – und zwar nicht notwendig in einem nationalen kulturellen Kontext. Dortmund gleicht Glasgow darin, dass Vergangenheit ein präsender Auseinandersetzungsbezug ist, Frankfurt ähnelt Birmingham in der Zukunftsorientierung. Mit dem Massstab Vergangenheit oder Zukunft geht offensichtlich auch ein unterschiedliches Verhältnis zu Zeitmanagement einher: In Frankfurt und Birmingham ist die Orientierung an Zeit dominant für alle Handlungen, in Dortmund oder Glasgow denken die Einwohner viel mehr über Raummanagement als über Zeitmanagement nach, weil an die Stelle einer Entwicklungslogik (die Zukunft in den Blick nehmend) die Platzierung im Hier und Jetzt rückt.

Gleichwohl – auch das kann man aus den Fallbeispielen lernen – macht es einen gravierenden Unterschied, ob die Zukunft als eine Gestaltungsherausforderung im Hier und Jetzt oder stets noch nicht greifbar erscheint. Es sind oft die feinen Unterschiede zwischen ähnlich gelagerten Fällen, die für Stadtentwicklungspolitik entscheidend werden können.

In Frankfurt gelingt es, Viktimisierungserfahrungen weitgehend zu vermeiden. Lieber wird das eigene Verschulden thematisiert (defekte Strassen durch hohes Verkehrsaufkommen) als Ausseneinwirkung anzunehmen (z. B. ein harter Winter). Regulative Politik wird weiter ausgeschöpft, als dies der rechtliche Rahmen zuliesse (z. B. die Einführung von Tempo 30 auch auf Bundesstrassen). In Frankfurt lebt man mit einer starken Imagination von einer Einheit «Stadt». Diese Stadt erscheint als Ganzes handlungsfähig und gestaltbar. Es ist «unser Schnee» und «unser Verkehr», während in anderen Städten der Schnee vom Himmel zu fallen scheint und der Verkehr von aussen kommt. Auch die Verbrecher kommen in den Kriminalromanen aus der Stadt Frankfurt und in Birmingham aus dem Umland.

In Birmingham nimmt man selten Bezug auf die Stadt (und zwar weder im Roman noch in den politischen Diskursen noch in den Wirtschaftspraktiken; und selbst im Stadtmarketing soll die Stadt gezielt diffus vibrierend bleiben) und wenn man sich doch auf die Stadt bezieht, dann ist es problembeladen: schmutzig, laut, voller Verkehr. Der Stadtname wird in den Romanen selten erwähnt. In Frankfurt nimmt man an, dass auch in den einzelnen Stadtteilen Frankfurt anwesend ist. In Birmingham wird die soziale Kohäsion nicht nur durch die ethnische Diversität als



bedroht wahrgenommen, sondern auch durch autarke Stadtteile mit Neigung zu Verteilungskonflikten. Das Ganze der Stadt scheint selbst für die Einheimischen nicht zu fassen zu sein. Weder Marketingexperten noch Politiker waren in Birmingham in der Lage, die Stadt zu visualisieren oder zu charakterisieren (z. B. wie wäre Birmingham, wenn es ein Mensch wäre?). Jede Selbstfestlegung wird vermieden.

Birminghamer Politiker und die städtische Bevölkerung gehen davon aus, dass 2025 in Birmingham ethnische Minderheiten die Mehrheit stellen werden. Schon heute überwiegt der Eindruck, dass Birmingham sozial und räumlich auf ein Zentrum verzichtet – mit der strukturellen Offenheit korrespondiert räumlich eine relative Leere im Zentrum, das als Shoppingmeile angelegt ist. Birmingham wirbt mit Konsum als Zentrumsqualität. Die Innenstadt ist netzwerkartig angelegt und nicht auf einen zentralen Ort hin ausgerichtet. Das ICC-Shopping-Center findet sich im Konzerthaus, auch die Old Library weist einen Shoppingbereich auf. Birmingham geriert sich nicht Englisch, sondern global. Was «typisch Birmingham» ist, vermag keiner zu beantworten (nicht einmal wie in Frankfurt mit neu erfundenen Klischees wie Apfelwein und grüne Sosse). Die untersuchten Friseure grenzen sich durch die Herstellung eines auf das Team konzentrierten Salon-Inneren von der übrigen Stadt ab.

Wir sehen vor uns zwei schnelle, zeitorientierte, durch den Finanzmarkt geprägte Städte, Birmingham und Frankfurt, sowie zwei langsamere, stärker auf die Vergangenheit orientierte Städte, Glasgow und Dortmund. Und doch wird deutlich, dass die Selbstverortung in der Konfiguration Vergangenheit-Gegenwart-Zukunft mit den daran gebundenen Zeitpraktiken (die Geschwindigkeitsorientierung der Zukunftsfokussierung, die Zeitgelassenheit der Vergangenheitsbezüge) nur einen ersten Schritt zur Sondierung eigenlogischer Strukturen darstellen. Birmingham und Frankfurt haben beide kein Problem damit, die Stadtpolitik im Modus der Innovation voranzutreiben. Doch zeigt sich zugleich, dass in Birmingham die Problematik des «Ganzen der Stadt» und des Zentrums wohl die zentralen Stadtentwicklungsaufgaben darstellen. Frankfurt bewältigt dagegen die Herausforderung, als Stadt auch als ein Ganzes wahrgenommen zu werden durch permanente Selbstanrufung. In Frankfurt zeigt die quantitative Analyse der Namensnennung im Kriminalroman, dass in den meistgelesenen Krimis der Name Frankfurt 3952 Mal vorkommt (im Unterschied zu Dortmund – bei vergleichbarer Menge Text – nur 928 Mal; Birmingham wird kaum beim Namen genannt). Diese Begeisterung für das Beim-Namen-Nennen korrespondiert mit einer Selbstbegeisterung, mit der Frankfurt in den Medien gefeiert wird. In Frankfurt aber fehlt die Ruhe, ein Projekt mal ausführlich zu diskutieren. Partizipation bleibt der Stadt immer noch fremd. Die Planungspolitik ist projektorientiert und stark von wirtschaftlichen Interessen und Akteuren geprägt (Wékel 2011; Below/Dopfer 2011; Siekermann 2013). Um Frankfurt weiter zu entwickeln, wünscht man der Stadt, dass sie sich die Zeit nimmt, eine langfristige Stadtentwicklungsstrategie zu entwickeln und diese im Diskurs mit den Bürgern und Bürgerinnen schärft. Hier müssten nicht nur die Politiker/innen, sondern auch die Bürger/innen lernen, dass Zeitoptimierung nicht durchweg eine erfolgsversprechende Strategie ist.



Die Analyse von Frankfurt unter der Perspektive von Eigenlogik zeigt jedoch auch, dass es – prinzipiell betrachtet – nur zwei mögliche Strategien gibt: Entweder man bricht die Logik des Denkens und Fühlens vor Ort auf und alle beginnen zu begreifen, dass die Imagination, alles sei selbstverursacht und gestaltbar, eben nur die Imagination des zukunftsorientierten modernen Menschen ist, oder man argumentiert in der Logik, die vor Ort Gültigkeit erlangt hat. Forderungen z. B. nach substanzieller Einschränkung des Pendlerverkehrs machen in Frankfurt schlicht keinen Sinn, weil es «unser Verkehr» ist (siehe Barbehön, erscheint 2013).

Menschen leben, wohnen und arbeiten gerne in einer Stadt, mit der sie sich identifizieren können – gerade in Zeiten von Globalisierung. Diese Identifikation wird nur zu einem geringen Teil durch Marketing erreicht. Vielmehr fügen sich Menschen in den Rhythmus der Stadt ein. Sie übernehmen Weltsichten, Gefühlsstrukturen und Routinen, wie sie vor Ort selbstverständlich sind. In aktuellen Forschungen zeigen wir, dass sich Städte erstens wesentlich über Zeitordnungen, dass sie sich aber zweitens auch nach Selbstordnungen ausdifferenzieren (Vorstellungen vom Ganzen und seiner Teile, Imaginationen über die eigenen Gestaltungsspielräume etc.). Von diesem Muster ausgehend sortiert sich, was in einer Stadt möglich und richtig erscheint. Das gilt für den Wohnungsbau ebenso wie für die Gestaltung öffentlicher Räume oder die Infrastrukturentwicklung. Frankfurt am Main hat andere Gentrifizierungsprobleme als Birmingham, Wohnen hat einen anderen Stellenwert in Frankfurt als in Glasgow, und die Erwartung an Verfallsgeschwindigkeiten und Erneuerung im Wohnen unterscheiden sich in Dortmund und Frankfurt. Wir werden den Städten und ihren Bewohnern nur gerecht, wenn wir diese städtischen Wirklichkeiten stadtentwicklungspolitisch bedenken.



Literatur

Barbehön, M. (erscheint 2013): Kommunale politische Eliten und die Eigenlogik der Städte. Zur machtkonstitutiven Wirkung des Diskurses. In: Jens Aderhold und Katrin Harm (Hrsg.): Die subjektive Seite der Stadt. Neue politische Herausforderungen und die Bedeutung von Eliten im lokalen Bereich. Wiesbaden: VS Verlag.

Below, N./Dopfer, J. (2011): Stadttypische Formen der Bürgerbeteiligung. Eine Annäherung an Frankfurt und München. In: M. Löw/G. Terizakis (Hg.): Städte und ihre Eigenlogik. Ein Handbuch für Stadtplanung und Stadtentwicklung. Frankfurt am Main: Campus, S. 225–235.

Berking, H. and M. Löw (Hrsg.) (2005): Die Wirklichkeit der Städte. Soziale Welt, Sonderband 16, Nomos: Baden-Baden.

Berking, H. and M. Löw (Hrsg.) (2008): Eigenlogik der Städte: Neue Wege für die Stadtforschung. Campus: Frankfurt a. M.

Löw, M. (2008): Soziologie der Städte. Suhrkamp: Frankfurt a. M.

Siekermann, K. (2013): Stadt und Mode – zur Eigenlogik von München und Frankfurt am Main. Dissertation am Fachbereich Gesellschafts- und Geschichtswissenschaft an der Technischen Universität Darmstadt.

Stadtforschungsschwerpunkt der Technischen Universität Darmstadt (Hrsg.): Die Seele Mannheims. Eine Studie zur Eigenlogik der Stadt. Ostfildern. Thorbecke Verlag. 2012.

Wékel, J. (2011): Lokale Planungskulturen – Zur Eigenlogik Münchens und Frankfurts. In: M. Löw/G. Terizakis (Hg.): Städte und ihre Eigenlogik. Ein Handbuch für Stadtplanung und Stadtentwicklung. Frankfurt am Main: Campus, S. 215–224.

