

**Zeitschrift:** Centrum : Jahrbuch Architektur und Stadt  
**Herausgeber:** Peter Neitzke, Carl Steckeweh, Reinhart Wustlich  
**Band:** - (1996)

**Artikel:** Die neue Stadt : profitable Immobilienverwertung, Umsatzsteigerung, Sicherheit und Ordnung  
**Autor:** Ronneberger, Klaus  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1072788>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 13.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Die Globalisierung der Ökonomie hat die wirtschaftliche und soziale Realität in den Metropolen grundlegend verändert. Wenngleich der Restrukturierungsprozeß in den Städten sehr unterschiedlich verläuft, sind einige übergreifende Entwicklungen festzustellen. Einerseits hat sich ein Netzwerk von World- und Global Cities herausgebildet, von denen aus die weltweiten Kapitalkreisläufe und Produktionsprozesse gesteuert und kontrolliert werden. Die Ansprüche des finanzindustriellen Komplexes und einer internationalen business class bestimmen nun zentrale Bereiche dieser Städte. Andererseits sind die Metropolen der hochindustrialisierten Länder nicht mehr die Zentren des Arbeitsplatzwachstums. Vielmehr kommt es mit der Krise des industriellen Sektors und der Verlagerung von Produktions- und Dienstleistungsfunktionen in die Peripherie zu einer verstärkten sozialräumlichen Polarisierung in den Großstädten.

#### **Unternehmen Stadt**

Mit den veränderten Standortanforderungen der transnationalen Unternehmen verschärft sich auch die Rivalität zwischen den Metropolen, die miteinander um Wachstumspotentiale und Prosperitätseffekte konkurrieren. Stichworte aus der Managementphilosophie – Flexibilisierung, Deregulierung – bestimmen nun auch die lokalpolitischen Aktivitäten. Dies betrifft Standortstrategien nach außen ebenso wie die Reorganisation nach innen.

Zum einen versuchen die Städte, ihre Position innerhalb der internationalen Arbeitsteilung durch die Förderung von Industrien aus dem High-Tech-Bereich zu stärken. Zum anderen rivalisieren die Metropolen um die Ansiedlung von Konzernzentralen, Hauptquartieren der Finanzindustrie oder hochrangigen Regierungs- und Verwaltungssitzen. Schließlich sind die Städte bestrebt, ihre Position durch die Anziehung einkommensstarker Konsumentenschichten zu verbessern. ‚Urbane Lebensqualität‘, repräsentiert durch hochwertige Konsumptionsräume, wird dabei zu einer wichtigen Kapitalanlage. Die Konkurrenz um Investitionen und Kaufkraftpotentiale veranlaßt das städtische Management zu aufwendigen Eingriffen in die bestehende Raumstruktur. Der Verkehrs- und Kommunikationsbereich muß ausgebaut werden, die ungestörte Expansion von Büroflächen gewährleistet sein. Dazu gehören aber auch die bauliche Aufwertung von Stadtvierteln, die

Umwandlung altindustrieller Gewerbeflächen und Festivalisierungsprojekte wie Messen oder Weltausstellungen (vgl. Harvey 1985).

Zugleich sind die wirtschaftspolitischen Aktivitäten der lokalen Administration mit dem Abbau öffentlicher Dienstleistungen und der Förderung marktförmiger Konsumptionsweisen verbunden. Angesichts des massiven Abbaus industrieller Arbeitsplätze, des Rückgangs der Gewerbesteuern und wachsender Sozialausgaben werden solche Bestrebungen gegenwärtig forciert. Allerdings sind die sozialräumlichen Polarisierungsprozesse in der Bundesrepublik nicht mit der sozialen Segregation in den USA vergleichbar. Die deutschen Städte verfügen über ein weitaus umfassenderes sozialstaatliches Sicherungssystem, dessen Abbau jedoch seit einiger Zeit angestrebt wird.

#### **Mythen des Städtischen**

Mit der verschärften Städtekonkurrenz nimmt auch die Bedeutung von Imagestrategien zu. Großstädte waren stets favorisierte Objekte der Mythenbildung, beständige Quelle für Fiktionen und Erzählungen. Planerische Entwürfe, politische Konzepte und populäre Darstellungsweisen tragen dazu bei, die jeweiligen Qualitäten des städtischen Raums zu charakterisieren und ein lokales Selbstverständnis herzustellen bzw. zu verstärken. Bilder, Erzählungen und Visionen machen das Urbane zum imaginären Objekt und halten so den fragmentierten Raum zusammen. Diese Ideologien oder – in der Terminologie von Roland Barthes – ‚Mythen des Städtischen‘ entwerfen ein Bild von der Stadt als kohärenter Einheit, das die unterschiedlichen Praxisformen der Individuen und Kollektive synthetisiert und zugleich formiert.

Der Mythos der ‚Dienstleistungsmetropole‘ erfüllte in den letzten Jahrzehnten eine solche Funktion. Er vereinheitlicht den Umbruch der Produktions- und Konsumptionsweisen im Bild der ‚postindustriellen Stadt‘. Viele Städte versuchen sich als Tertiär- und Konsumräume darzustellen und die Bedeutung der industriellen Produktion herunterzuspielen. Die ‚Weißkragen-Ökonomie‘ gilt als Garant für Prosperität und für die Zunahme gut ausgebildeter und einkommensstarker Arbeitskräfte. Zugleich entwickelt sich mit dem Niedergang der lokalen Industrie und der Expansion des finanzindustriellen Komplexes in den Metropolen der ‚quartäre‘ Sektor (Prigge 1995) – die Verbindung von

Dienstleistung, neuen Technologien und Kulturproduktion – zu einem wichtigen wirtschaftlichen Faktor. Das Wachstum der „symbolischen Ökonomie“ (Zukin 1995) im Finanz-, Medien- und Unterhaltungsbereich veranlaßt das städtische Management, verstärkt auf den Ausbau der kulturellen Konsumtion und der dazugehörigen Industrie zu setzen.

Die Imagestrategie der postmodernen Urbanisierung operiert nach Christine Boyer (1995) vor allem mit zwei anscheinend widersprüchlichen Elementen: der Betonung von Unterschiedlichkeit (gegenüber anderen Städten) und der Garantie räumlicher Homogenität. Einerseits sollen die hochentwickelten Archipele der Stadt – Bürotürme, Kaufhäuser, Erholungszentren, Waterfronts – für Unverwechselbarkeit und attraktive urbane Lebensweise stehen. Andererseits sind diese Orte selbst zunehmend als austauschbare konzipiert, den international sich angleichenden Standards von Luxus und Entspannung entsprechend. Dieser gestaltete Raum der „self-enclosed places“ (Christine Boyer) separiert sich von seiner direkten Umgebung; er erhält seine Funktion aus seiner jeweiligen Stellung in der Global-Ökonomie und bezieht seinen symbolischen Wert aus hochbewertetem ‚Architekturdesign‘. Die zwischen den Archipelen liegenden Räume – altindustrielle Gewerbegebiete etwa oder Wohnquartiere der subalternen Klassen – werden dagegen vernachlässigt oder sich selbst überlassen. Die „Dienstleistungsstadt“ organisiert den städtischen Raum als exklusives Angebot: einzelne Produkte bzw. Konsumptionsstätten bürgen hier für die Qualität des Ganzen. Von den Orten des gehobenen Konsums soll sich der Mythos des Postindustriellen über die gesamte Stadt ausdehnen.

Im Gegensatz dazu verdichtete sich nach Boyer der Mythos der industriellen Stadt in der Maschinenmetapher. Man stellte sich die Stadt als gut funktionierende, mechanische Einheit vor – wie eine Fabrik mit gut geölten Maschinen. Da die infrastrukturellen Anforderungen der Industrie den städtischen Raum als Ganzes benötigten, waren die verschiedenen städtebaulichen Disziplinen bestrebt, einen homogenen Raum zu erzeugen, der über funktionale Trennungen (Arbeiten, Wohnen, Verkehr) zusammengehalten wurde. Mit der Flexibilisierung der Ökonomie und den Dezentralisierungseffekten der Kommunikationstechnologien erweist sich dieser homogene Raum zunehmend als Hindernis für die mobilen Kapital- und Informationsströme. Das neue Netz der privilegierten Knotenpunkte legt

sich über die alten Raumstrukturen der industriellen Stadt und reißt deren großräumigen Zusammenhang auseinander (Banik-Schweitzer/Kohoutek 1996).

### Symbolische Ökonomie

Das Phänomen der Flexibilisierung ist jedoch nicht nur auf die Ökonomie beschränkt. Bereits in den achtziger Jahren hat David Harvey (1985, 1989) ein hohes Maß an Übereinstimmung zwischen der flexibilisierten Ökonomie und spezifischen kulturellen Praktiken konstatiert. Ein bestimmter Typ von Postmodernismus spiele bei der Beherrschung von urbanen Räumen eine entscheidende Rolle.

Ein wichtiges Verbindungsglied zwischen ökonomischen Verwertungsprozessen und Kultur ist die Sphäre der Konsumtion. Das zunehmende Ineinandergreifen von Finanzinvestitionen und kultureller Produktion vertiefe, so Sharon Zukin, die sozialen Wurzeln der Dienstleistungsökonomie und erzeuge eine weitgehende Kontrolle über die visuelle Imagination der Stadt. Weil die Zirkulation des kulturellen Kapitals sich in realen Räumen materialisiere, komme es zu einer spezifischen Konsumptionslandschaft. Diesen Vorgang versucht Zukin mit dem Begriff „artistic mode of production“ (Zukin 1991) zu fassen: Er transformiere den städtischen Raum durch die Errichtung einer baulichen Umwelt, die auf Ausstellung, Verkauf und Produktion kultureller Symbole ausgerichtet ist. Es bildet sich eine urbanistische Dienstleistungsökonomie heraus, die Gastronomie, Mode, Design, Galerien, Museen, Einkaufspassagen etc. umfaßt. Diese zieht weitere Investitionen auf dem lokalen Immobilienmarkt an. Denn die neuen Gebäude und Kultureinrichtungen erhöhen ebenso wie die Konsumtionsmuster der sie nutzenden Mittelklassen den ökonomischen Wert der Kernstadt und verstärken den Investitionsdruck auf anliegende Stadtteile. Im Gegensatz zu Nordamerika, wo die Mittelklasse – abgesehen von Städten wie New York oder San Francisco – suburbane Vororte oder sogenannte Edge Cities bevorzugt, bezieht sich in den europäischen Metropolen ein Teil der einkommensstarken Schichten positiv auf Kultur und Geschichte innerstädtischer Viertel und erklärt diese zum Bestandteil eines urbanen Lebensstils. Die Identitätsstrategien von Gentrifizierungsmilieus, sich bestimmte Räume auch durch die Konsumtion urbaner Zeichen anzueignen, bewirkt notwendigerweise einen Vertreibungseffekt von Einwohn-

nern mit niedrigerem Einkommen und vertieft die soziale Segregation in den Städten.

Architektur und Design fungieren, so Zukin (1991), als Werkzeuge einer spekulativen Immobilienentwicklung. Die öffentliche Aufmerksamkeit, die bauliche Projekte erfahren, erhöht ihr zufolge nicht nur den kulturellen Wert der Entwurfsidee, sie steigert auch den Marktwert des Gebäudes und des Architekten. Neuere Ansätze in der Stadtforschung fragen deshalb verstärkt nach der Rolle der „Symbolproduzenten“. Oft sind es Designer, Architekten oder Künstler, die die Hegemonie der globalisierten Ökonomie in den Metropolen kulturell reproduzieren. Als Kulturproduzenten und Manager der Konsumption begründen und vermitteln sie Normen für marktorientierte Investitionen. Diesen Experten scheint heute eine ähnlich strategische Bedeutung zuzukommen wie der business class.

### Kontrollierte Erlebnisräume

Die Expansion des finanzindustriellen Komplexes und der Headquarter Economy verstärkt die Hierarchisierung des städtischen Raums. Banken, Versicherungsfonds und transnationale Konzerne legen einen Teil ihres überschüssigen Kapitals in global gestreutem Immobilienbesitz an und nutzen die Grundstücksmärkte im Sinne ihrer Finanzanlagepolitik. Die Internationalisierung der Kapital- und Bodenmärkte hat diese Tendenz noch verstärkt. In der Regel werden die Projekte von großen Konsortien betrieben, wobei internationale Geldinstitute die Finanzierung sicherstellen und Immobilienfirmen die materielle Produktion – von der Planung über das Design bis zur Bauausführung – übernehmen. Nicht zuletzt aufgrund der spekulativen Verwertung von Immobilien, deren Wert sich weniger nach regionalen als nach globalen Maßstäben bemisst, zeichnen sich die Zentren der deutschen Großstädte durch eine Monostruktur von internationalen Ladenketten und Boutiquen aus. Die Kernstädte werden zu Konsum- und ‚Erlebnisräumen‘ geformt, die Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants und Museen ebenso wie öffentliche Kunstausstellungen, Theateraufführungen und Straßenfeste umfassen.

Dieses Urbanisierungskonzept setzte in der Bundesrepublik zunächst mit der Rezeption der amerikanischen Stadtentwicklung zu Beginn der sechziger Jahre ein. Um der erwarteten Konkurrenz von Einkaufsmärkten am Stadtrand zu begegnen, versucht die lokale Administration eine Revi-

talisierung des Citybereichs in Gang zu setzen. Seit den siebziger Jahren spielen dabei aufwendige Raumgestaltungen und Inszenierungen von Spektakeln eine wichtige Rolle. Gegenwärtig erfährt die Verzahnung von symbolischer Ökonomie und Urbanisierung mit der verschärften Städtekonkurrenz und den ausdifferenzierten Konsummustern der Mittelklasse eine weitere Dynamisierung. Postmoderne Einkaufspassagen und Malls bilden den vorläufigen Schlußpunkt einer Entwicklung, die sich bereits im 19. Jahrhundert abzeichnete: die Transformation des Kaufverhaltens in einen „Erlebnsvorgang“ und die Funktionalisierung der Raumgestaltung als Bestandteil einer kommerziellen Marketingstrategie (vgl. Durth 1977).

In den Metropolen etabliert sich ein neuer Raumtypus, den Sharon Zukin (1991) mit dem Begriff „public-private liminal spaces“ kennzeichnet. Gemeint sind damit Orte wie Malls oder Museen, in denen kommerzielle und nicht-marktförmige Aktivitäten einander überlagern. Archipele eines kontrollierten städtischen Erlebens, die die Atmosphäre und das Image eines traditionellen Stadtplatzes zu erzeugen versuchen, der gemeinhin mit Kommunikation, Öffentlichkeit und Spektakel gleichgesetzt wird. Zukin zufolge stehen diese Räume für die Dominanz der Märkte über die Orte und für die Leugnung der Trennung von privatem und öffentlichem Raum. Die klassischen Orte der Öffentlichkeit – Straße, Platz und Park – werden durch Malls, Einkaufszentren und ‚Themenparks‘ ersetzt. Die damit einhergehende soziale Segregation ist in den USA weit fortgeschritten. Hier haben sich die Mittelklassen weitgehend von öffentlichen Territorien und Dienstleistungen zurückgezogen und sind immer weniger bereit, kollektive Einrichtungen zu unterstützen. Aber auch in Deutschland wird eine sozial ausgegrenzte „urban underclass“ zunehmend als „natürlicher“ Bestandteil der städtischen Gesellschaft aufgefaßt (vgl. Grimm/Ronneberger 1995).

Allerdings soll hier nun nicht Richard Sennetts These über die „Verödung und Trivialisierung der Stadt“ wiederholt werden. Deren retrospektives Ideal ist das der bürgerlichen Öffentlichkeit, die bekanntlich noch nie ein Ort der herrschaftsfreien Kommunikation, sondern immer schon Ort des Ausschlusses war. Auch scheint es – in kritischer Wendung gegen postmoderne Inszenierungsstrategien – wenig sinnvoll, „authentische“ Formen urbaner Erfahrung einzuklagen. Künstlichkeit und Simulation sind untrennbar mit der Geschichte der europäischen Stadt verbunden.

Die Suche nach der Authentizität des Städtischen blendet ebenso wie das retrospektive Ideal der aufgeklärten Öffentlichkeit die bestehenden Machtbeziehungen und Gewaltverhältnisse aus, die den Alltag strukturieren und sich in den städtischen Raum einschreiben.

Räume wie Malls oder Fußgängerzonen sind als eingegrenzte und ausgrenzende gesellschaftliche Bereiche zu verstehen, von welchen aus sich der Mythos der postindustriellen Stadt – Müßiggang und Unterhaltung – verbreiten kann (Ruddick 1991). Da sie der Vorstellung einer entspannten Konsumatmosphäre entgegensteht, soll die neue städtische Armut aus diesen Räumen vertrieben werden. Die Betreiber der Kaufhäuser und Ladenketten in der City sind bestrebt, diese dem suburbanen Mall-Modell anzupassen, dessen Erfolg auch auf der Garantie des gesicherten Konsums basiert. Die innerstädtischen Kommerzialisierungsstrategien verändern den öffentlichen Raum: eine profitable Immobilienverwertung und die Steigerung des Warenumsatzes werden nun in direkte Beziehung zu

Sicherheit und Ordnung gesetzt (Christopherson 1994). Bezeichnenderweise haben sich in allen deutschen Großstädten Allianzen aus Geschäftsleuten und städtischen Behörden gebildet, um Verbotszonen für bestimmte Gruppen und normative Vorstellungen zur sozialen Regulierung städtischer Räume durchzusetzen. Herumlungen, Trinken, Kiffen, Dealen oder Betteln gelten nun als deviantes Verhalten, das die öffentliche Sicherheit gefährdet (vgl. Eichhorn/Müller 1995). Maßnahmen wie die Zerschlagung von offenen Drogenszenen, die „Aussetzung“ von Obdachlosen an den Stadtrand oder die Schikanisierung von ausländischen Jugendlichen deuten darauf hin, daß der innerstädtische Bereich den marginalisierten Gruppen streitig gemacht werden soll. Mit der Herstellung von kontrollierten, durch Polizei und private Sicherheitsdienste überwachten Stadträumen gehen so neue Formen sozialer Ausgrenzung einher, die bislang von der breiten städtischen Öffentlichkeit unterstützt und nur vereinzelt in Frage gestellt wurden.

Foto: Gertrud Vogler



#### Literatur

- Banik-Schweitzer, Renate/Kohoutek, Rudolf, Thema „Öffentlicher Raum“, in: News Letter Nr. 7, Wien, 1996, S. 21–33
- Boyer, Christine, The Great Frame-Up: Fantastic Appearances in Contemporary Spatial Politics, in: Helen Liggett/David C. Perry (Hg.), Spatial Practices, Thousand Oaks London & New Delhi 1995, S. 81–109
- Christopherson, Susan, The Fortress City: Privatized Spaces, Consumer Citizenship, in: Ash Amin (Hg.), Post-Fordism, Oxford & Cambridge 1994, S. 409–427
- Durth, Werner, Die Inszenierung der Alltagswelt, Braunschweig 1977
- Eichhorn, Cornelia/Müller, Jost, Zur Warnung für das Publikum. Private Sicherheitsdienste, in: Die Beute, Heft 3, 1995, S. 40–48
- Grimm, Sabine/Ronneberger, Klaus, Städtische Professionelle zwischen Weltstadt und Nationalstaat, in: Peter Noller/Klaus Ronneberger, Die neue Dienstleistungsstadt. Berufsmilieus in Frankfurt am Main, Frankfurt & New York 1995, S. 221–248
- Harvey, David, The Urban Experience, Baltimore 1985
- Harvey, David, The Condition of Postmodernity, Cambridge & Oxford 1989
- Prigge, Walter, Urbi et orbi – zur Epistemologie des Städtischen, in: Hansruedi Hitz und andere (Hg.), Capitales Fatales, Zürich 1995, S. 176–187
- Ruddick, Sue, Soziale Räume der Stadt, in: Diskus, Nr. 4, 1991, S. 17–19
- Zukin, Sharon, Landscapes of Power. From Detroit To Disney World, Berkeley & Los Angeles & Oxford 1991
- Zukin, Sharon, The Cultures of Cities, Cambridge & Oxford 1995