

Stadtquartiere im Informationszeitalter – Erfolgsfaktoren von Projekten

Holger FLOETING

Dipl.-Geogr. Holger Floeting, Deutsches Institut für Urbanistik, Arbeitsbereich Wirtschaft und Finanzen,
Strasse des 17. Juni 112, D-10623 Berlin, floeting@difu.de

1 EINFÜHRUNG

Die Informations- und Kommunikationstechnologien und die Kommunikations- und Medienwirtschaft sind seit Beginn der 1980er-Jahre als Thema der Stadtentwicklung entdeckt worden. Im In- und Ausland sind eine Reihe städtebaulicher Projekte realisiert worden, die gezielt die Möglichkeiten neuer Informations- und Kommunikationstechniken einbeziehen oder die einen „kommunikations- und medienwirtschaftlichen Kern“ haben. Entstanden sind Großprojekte wie Mediaparks oder Medienmeilen ebenso wie kleinere spezialisierte Standorte, neue Stadtquartiere ebenso wie weiterentwickelte traditionelle Medienstandorte.

Das Deutsche Institut für Urbanistik, die Forschungs- und Beratungseinrichtung der deutschen Städte, hat im Rahmen eines Forschungsprojekts¹ die konzeptionellen Ansätze, Akteursstrukturen und Umsetzungsstrategien solcher Projekte vergleichend betrachtet (Floeting 2004). Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich auf die Erfolgsfaktoren derartiger Projekte.

2 ERFOLGSFAKTOREN

Erfolgreiche Projekte – d.h. Projekte, die den Strukturwandel in den Städten und Regionen unterstützen, zur Entwicklung der Informationsgesellschaft auf lokaler und regionaler Ebene beitragen, sich konkrete Ziele gesetzt haben und diese weitgehend erreicht haben – benötigen spezifische Konstellationen und Rahmenbedingungen für ihre Entwicklung. Unterschiedliche Projekte haben spezifische Erfolgskonstellationen, d.h. die Bedeutung einzelner Faktoren für die erfolgreiche Umsetzung der Projekte ist unterschiedlich groß.

2.1 Urbanität des Standorts

Standorte der Kommunikations- und Medienwirtschaft sind traditionell eher urbane Räume, die vor allem von den kreativen Bereichen der Branchen bevorzugt werden. Die neuen IuK-Unternehmen der New-Media-Szene siedeln sich auch vorzugsweise in urbanen Räumen an. Urbanität wird dabei häufig sehr kleinräumig verstanden, sodass schon Standorte des Innenstadtrands – erst recht Stadtrand- und Umlandlagen – von diesen Unternehmen weniger nachgefragt werden. Für Bürostandorte – um die es sich im Kern bei den meisten der Standorte kreativer Unternehmen der Kommunikations- und Medienwirtschaft handelt – sind dabei auch eher „ungewöhnliche“ städtische Räume wie alte Industriegebiete, Lagerhausstandorte, „Amüsierviertel“ interessant. Selbst Hauptsitze großer Kommunikations- und Medienwirtschaftsunternehmen „schrecken“ vor solchen Standorten nicht zurück, sondern suchen im Gegenteil die dort vermutete kreative Atmosphäre. Die ungewöhnliche Adresse gehört mit zur jungen kreativen Corporate Identity. So hat ein Unternehmen wie AOL Deutschland – die deutsche Gesellschaft des weltweit größten Internet-Providers – seinen Hauptsitz am Ende der Hamburger Reeperbahn. Boston Consulting – eines der weltweit führenden Beratungsunternehmen – hat seinen Berliner Sitz in einem Altbauquartier am Hackeschen Markt.

Mit den kleinräumigen urbanen Standorten werden Vorteile für face-to-face-Kontakte zu Kunden oder anderen Unternehmen verbunden. Die kleinräumige Mischung von Büroflächen, Restaurants, Einzelhandel, Dienstleistern, Unterhaltungsangeboten und Wohnungen unterstützt den Lebensstil junger urbaner Kreativer, die diese Dienstleistungsangebote in großem Umfang in Anspruch nehmen. Die Vermischung von Arbeitszeit und Freizeit in diesem Arbeits- und Lebensmilieu wird durch die schnelle – möglichst 24stündige – Verfügbarkeit der Angebote unterstützt. Die urbanen Standorte entwickeln deutlich andere Zeitstrukturen als übliche Büro-, Produktionsstandorte oder Wohngebiete (vgl. Eberling/Henckel 2002, 167). Diese Entwicklung stellt eine Renaissance typisch europäischer Stadtstrukturen mit spezifischen urbanen Qualitäten dar.

Prägnante Beispiele der Untersuchung für städtische Strukturen, deren Erfolg wesentlich von der urbanen Qualität des Standorts bestimmt wird, sind Stadtquartiere wie der Bereich rund um den Hackeschen Markt im Berliner Stadtbezirk Mitte (Spandauer Vorstadt), die Hanauer Landstraße in Frankfurt am Main und der Hamburger Stadtteil Ottensen. Diese Standorte haben sich weitgehend unabhängig von planerischen Eingriffen entwickelt. Eine Reihe von Stadtentwicklungsprojekten versucht diese urbanen Qualitäten mit mehr oder minder großem Erfolg durch die Herstellung bestimmter Nutzungsmischungen „künstlich“ zu erzeugen. Beispiele für solche Entwicklungen sind der MediaPark in Köln oder der Medienhafen in Düsseldorf. Auch die im Rahmen des dortmund-projects geplanten stadträumlichen Entwicklungen sehen solche Mischnutzungsprojekte vor.

2.2 Projektgröße

Die Größe eines Stadtentwicklungsprojekts stellt einerseits eine beschreibende Größe dar, andererseits beeinflusst die Projektgröße auch den Erfolg des Projekts. Dies gilt für einen großen Teil der untersuchten Stadtentwicklungsprojekte. Die Projektgröße reicht bei den betrachteten einzelnen Stadtentwicklungsprojekten von Einzelhäusern bis zu Entwicklungsflächen von 350 ha Größe. Das Maß der Aufmerksamkeit, das den unterschiedlichen Projekten von der Öffentlichkeit entgegengebracht wird, hängt natürlich auch von der Größe des Projekts in Relation zu anderen Stadtentwicklungsprojekten in der betreffenden Stadt ab. Großprojekte sind in stärkerem Maße in der Lage eine eigene Entwicklungsdynamik zu erzeugen als einzelne kleine Standorte. Beispiele für solche Großprojekte sind etwa der MediaPark in Köln, der Medienhafen in Düsseldorf, die mediacity in Leipzig, traditionelle Medienstandorte wie die MediaCity in Berlin Adlershof, die Medienstadt in Potsdam-Babelsberg oder das Mediengelände „Unter

¹ Das Forschungsprojekt wurde durch die Städte Hamburg, Leipzig, München und Wiesbaden unterstützt.

den Eichen“ in Wiesbaden. Die Chancen Synergieeffekte zwischen Unternehmen und Einrichtung in Großprojekten herzustellen, ist häufig größer als in kleineren Projekten, wenn dies tatsächlich angestrebt wird. Wird die Vernetzung in Großprojekten nicht gezielt gefördert und wird bei der Mischung der angesiedelten Unternehmen und Einrichtungen nicht auf die Ergänzungsfähigkeit und Redundanz zwischen ihnen geachtet, d.h. wird nicht gezielt versucht eine spezifische Mischung herzustellen, sind Großprojekte aber auch stärker gefährdet überhaupt Synergien zu entwickeln. Große Einzelunternehmen oder Einrichtungen an solchen Standorten dominieren die Struktur häufig so stark und sind in eigene Unternehmensnetzwerke eingebunden, die mit den benachbarten Unternehmen und Einrichtungen nichts zu tun haben, so dass Synergien am Standort kaum entstehen. Ein Beispiel dafür ist bisher die Entwicklung in der Messestadt München-Riem. Kleinere Standorte haben demgegenüber den Vorteil, dass sich gerade zwischen kleinen Unternehmen - besonders zwischen Gründerunternehmen – im alltäglichen Handeln Synergien ergeben, weil man gleiche Probleme hat und die räumliche Nähe in einem kleinen Projekt unkomplizierte alltägliche Kontakte erleichtern. Diese Kontakte gehören zur Unternehmenskultur von kleinen Unternehmen und von Gründerunternehmen. Beispiele für derartige kleinere Projekte sind die Gründerflächen in der „Sprungchance“ und im Gründerzentrum „Etage 21“ in der ehemaligen Rinderschlachthalle in Hamburg.

2.3 Stadtentwicklungsplanung und Projektentwicklung

Viele Stadtquartiere des Informationszeitalters haben sich eher zufällig entwickelt. Urbane Standorte in Innenstädten großer Zentren ebenso wie Televillages in ländlich peripheren Regionen. Bei einigen Projekten ist der thematische Schwerpunkt „Kommunikations- und Medienwirtschaft“ beiläufig entstanden – der konjunkturellen Entwicklung und der damit verbundenen Flächennachfrage geschuldet. In vielen Städten sind aber auch Stadtentwicklungsprojekte, die Standorte für die Kommunikations- und Medienwirtschaft qualifizieren sollen und IuK-Technologien gezielt für die Stadtentwicklung nutzen, gezielt von der Stadt(entwicklungs)planung oder der kommunalen Wirtschaftsförderung initiiert worden. Die Planung solcher Projekte ist ein wesentlicher Bestimmungsfaktor für die Entwicklung. Bei einigen Beispielen ist sie ein wichtiger Erfolgsfaktor. Das erste Beispiel für ein derartiges aus der Stadtentwicklungsplanung entstandenes Projekt ist der MediaPark in Köln. Das Projekt wäre nicht entstanden, wenn nicht die kommunale Stadtentwicklungsplanung die Initiative für die Konversion eines innenstadtnahen Bahngeländes übernommen, strukturelle und organisatorische Voraussetzungen für die Entwicklung und Umsetzung des Projekts geschaffen und Know How – z. T. in Form von Personen – bereitgestellt hätte. Auch der Medienhafen in Düsseldorf ist ein Beispiel für diese umfassende Stadtentwicklungsplanung. Andere Beispiele dafür sind die Messestadt München-Riem, die Hafencity Hamburg oder die Wissenschaftsstadt Berlin-Adlershof.

Mit der Entwicklung der Projekte veränderten sich langsam auch planerische Auffassungen vom Umgang mit der Stadtentwicklungsplanung. Am Kölner Beispiel kann man sehr gut den Paradigmenwechsel verfolgen:

- von der allein liegenschaftsorientierten kommunalen Wirtschaftsförderung und allein planerischen Regelungen verhafteten Stadtplanung (bis in die erste Hälfte der 1980er Jahre), die vor allem auf Großunternehmen ausgerichtet war,
- hin zu einer Projektplanung (seit Mitte der 1980er Jahre bis in die zweite Hälfte der 1990er Jahre, die Wirtschaftsförderungs- und Stadtentwicklungsaspekte verknüpfte, aber immer noch eng an die Entwicklung einzelner Standorte gebunden war (Beispiele MediaPark oder Coloneum),
- bis zu einer eher moderativen technologieorientierten Stadtentwicklungspolitik (TechnologieSpange), die die Bildung von Clustern anregt, Vernetzung fördert und sich darüber hinaus auf die Rahmensetzung bei der wirtschaftsräumlichen Entwicklung konzentriert.

Diese Veränderungen im Planungsverständnis sind einerseits Ausdruck eines allgemeinen Beschleunigungs- und Individualisierungsprozesses, andererseits Kennzeichen des Bedeutungsverlustes der kommunalen Stadtentwicklungsplanung in vielen Städten und der schwierigen finanziellen Situation der Kommunen. Die Stadtentwicklungsplanung wäre kaum noch in der Lage, in der umfassenden Weise wie dies bis in die 1980er Jahre der Fall war, Prozesse zu planen und zu steuern. Die Anforderungen von Unternehmen, Investoren, aber auch von Bürgern an individuelle Lösungen sind seit dieser Zeit erheblich gestiegen. Die Internationalisierungs- und Globalisierungsprozesse entziehen viele Entscheidungen dem unmittelbaren Einfluss der kommunalen Ebene. Dies beeinflusst auch das Handeln der kommunalen Wirtschaftsförderung und der Stadtentwicklungsplanung, die eher mit internationalen Akteuren Entscheidungen auszuhandeln hat, häufig nicht mehr in einem Konsens der lokalen Akteure entscheiden kann und Anordnungsbefugnisse verloren hat. Insgesamt hat die Stadtentwicklungsplanung gegenüber der euphorischen Planungsphase der 1970er Jahre erheblich an Bedeutung und Einfluss verloren. Dies drückt sich z.B. auch in der Strukturierung von Verantwortlichkeiten aus. In manchen Städten gibt es die Stadtentwicklungsplanung als Amt oder Dezernat überhaupt nicht mehr, in einigen Städten ist sie z.B. mit dem Amt für Statistik zusammengelegt worden. Schließlich führen die immer größer werdenden Einschränkungen der kommunalen Handlungsmöglichkeiten aufgrund der verschlechterten finanziellen Rahmenbedingungen in den Kommunen zu einer Veränderung des Verwaltungshandelns auch in der kommunalen Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklungsplanung. Weiche Instrument – die vermeintlich weniger kosten – gewinnen an Bedeutung gegenüber großen Bauinvestitionen und Infrastrukturprojekten. Die Kommunen reagieren damit auch auf eine veränderte Nachfrage seitens der Unternehmen, Investoren und Bürger. In dem Maß, in dem bestimmte Einrichtungen in vielen Städten vorhanden sind, werden gerade die „weichen Instrumente“, die das Geschäftsklima und die Lebensqualität prägen, immer stärker standortentscheidend. Beispiele für den neuen moderativen, vernetzenden und Rahmen setzenden Ansatz technologieorientierter Stadtentwicklungsplanung sind beispielsweise das dortmund-project oder die TechnologieSpange Köln.

2.4 Modularität

Die Modularität der Konzepte entscheidet ganz wesentlich über den Erfolg der Umsetzung. Technologieorientierte Projekte müssen sich in noch stärkerem Maß als andere Stadtentwicklungsprojekte auf schnelle, manchmal sprunghafte Veränderungen einstellen. Die Technologieentwicklung ist nur in einem geringen Maß vorhersagbar. Prognosen der Technologienentwicklung schätzen die

nachfolgende Entwicklung in den vergangenen Jahren in der Regel deutlich anders ein als sie sich später tatsächlich abzeichnete. Beispiele für solche technologischen „Fehlprognosen“ gab es z.B. bei der prognostizierten Diffusion des Bildschirmtextes (deutlich zu hohe Prognosen), der Verbreitung des PC (erheblich zu niedrige Prognosen), dem Aufbau eines UMTS-Netzes (langsamerer Aufbau). Die Veränderungen, die zwei Querschnittstechnologien (Mobilfunk, Internet) in den letzten zehn Jahren in Deutschland mit sich gebracht haben, wurden kaum vorhergesehen. Vor dem Hintergrund dieser Prognoseprobleme wird klar, dass modular strukturierte Stadtentwicklungsprojekte viel einfacher auf nicht vorhersehbare technologische Veränderungen und veränderte Märkte reagieren können. Besonders wichtig ist eine modulare Struktur für Großprojekte der Stadtentwicklung, deren Realisierung mitunter mehrere Jahrzehnte dauern kann. Die Gegenüberstellung zweier Großprojekte der Stadtentwicklung für die Kommunikations- und Medienwirtschaft – dem MediaPark Köln und dem Medienhafen Düsseldorf – macht die Bedeutung einer modularen Struktur für den Erfolg von Stadtentwicklungsprojekten für die Kommunikations- und Medienwirtschaft besonders deutlich. Der Vergleich lässt sich deshalb besonders gut herstellen, weil beide Städte in einem Bundesland liegen und damit grundsätzlich gleichen Förderbedingungen unterliegen. Obwohl das Land seinen Förderschwerpunkt für die Medienwirtschaft aber eher in Köln als in Düsseldorf gesetzt hat, hat sich in Düsseldorf nahezu kontinuierlich in den letzten beiden Dekaden ein Medienstandort entwickelt. Während der Leitstandort der ersten Phase der Förderung der Kommunikations- und Medienstadt Köln – der MediaPark – lange Zeit unvollendet blieb und z. T. das Bild einer „Investitionsruine“ nach außen abgab, vermittelte der Medienhafen in Düsseldorf das Bild einer kontinuierlichen Entwicklung, obwohl auch dort erhebliche Umbrüche zu verzeichnen waren. Der MediaPark Köln wurde von Anfang an als Standort der traditionellen Medien kommuniziert. Das Projekt entstand nach einem städtebaulichen Entwurf und einem Architekturentwurf „aus einem Guss“. Veränderungen waren kaum möglich. Als sich die privaten Fernsehsender, die man im MediaPark ansiedeln wollte, für andere preiswertere Standorte entschieden, war man dennoch gezwungen das fertige Konzept umzusetzen. In der Öffentlichkeit entstand zwischenzeitlich – auch durch die lange Bauzeit – der Eindruck, das Projekt sei gescheitert. In Düsseldorf dagegen konnte man flexibel auf die veränderten wirtschaftlichen Bedingungen reagieren, weil man auch die einzelnen Module des Medienhafens flexibel entwickeln konnte. Gescheiterte Ansiedlungen von Spartenkanälen (Wetterkanal, Kinderkanal) konnten durch neue Projekte ausgeglichen werden. Das von Beginn an als modular kommunizierte Stadtentwicklungskonzept vermittelte nach außen den Eindruck, es gehe „Stück um Stück“ voran, auch wenn es Rückschläge gab.

Beispiele für modulare Konzepte bei der Entwicklung ganzer Stadtquartiere sind neben den genannten die Messestadt München-Riem, der channel Harburg, die Wissenschaftsstadt Berlin-Adlershof, die Stadtquartiere Kosterforst in Itzehoe, Nordwolle in Delmenhorst und Wiley in Neu-Ulm. Bei den kleineren Projekten spielt die modulare Entwicklung eine weniger große Rolle für den Erfolg der Projekte. Dennoch sind einige der Projekte explizit modular strukturiert um flexibel auf veränderte Märkte reagieren zu können. Ein Beispiel dafür sind die MediaWorksMunich. Die modulare Struktur ahmt die natürliche Wachstumsstruktur von Stadtquartieren mehr oder minder gut nach. Gewachsene Stadtquartiere der Kommunikations- und Medienwirtschaft wie die Spandauer Vorstadt in Berlin sind alle modular strukturiert.

2.5 Ergänzungsfähigkeit der vorhandenen Wirtschaftsstruktur

Viele neue Standorte der Kommunikations- und Medienwirtschaft oder der IuK-Nutzung werden innerhalb n vorhandener Strukturen entwickelt und nutzen endogene Potenziale. Es gibt aber auch Beispiele für IuK-orientierte Stadtentwicklungskonzepte, die eher den Charakter einer Enklave haben (vgl. Läßle 1989, 213-226). Diese Standorte sind bisher eher weniger erfolgreich als die in das lokale innovative Milieu eingebetteten Standorte. Ihnen fehlen die Vernetzungsmöglichkeiten mit Unternehmen in der Umgebung und damit der direkte Austausch von Wissen. Sie sind wenig oder gar nicht in Zulieferstrukturen einbezogen oder auf wenige Abnehmer angewiesen. Beispiel für solche Entwicklungsoasen waren die ersten Teleports (vgl. Floeting 1994, 13-16). Von den untersuchten Projekten stellen die Netzgemeinde Oberhambach (wegen der zeitlich begrenzten Laufzeit des Projekts), Televillages Crickhowell und Colletta di Castelbianco solche im Sinne einer Regionalentwicklung eher weniger erfolgreichen Beispiele dar. In gewissem Umfang kann auch die mediacity Leipzig als Beispiel für ein bisher wenig eingebettetes Projekt angesehen werden. Die in der mediacity angesiedelten Fernsehproduktionsunternehmen und technischen Dienstleister sind in außerordentlich großem Umfang auf den am Standort angesiedelten Mitteldeutschen Rundfunk als Abnehmer ihrer Produkte und Dienstleistungen angewiesen. Zulieferbeziehungen zu anderen Unternehmen sind die Ausnahme. Mit der mediacity wurde ein lokales Milieu mit bisher geringer Einbettung in die Wirtschaftsstrukturen der Stadt für die Unternehmen der Wertschöpfungskette Fernsehproduktion in Leipzig geschaffen. Dennoch ist das Maß an fehlender „embeddedness“ deutlich geringer als bei den vorgenannten Beispielen.

Die gewachsenen Stadtquartiere wie z.B. die Spandauer Vorstadt in Berlin oder Ottensen in Hamburg bieten in besonderer Weise diese „embeddedness“. In etwas abgeschwächter Form gilt dies etwa auch für die Hanauer Landstraße in Frankfurt am Main und die TechnologieSpange in den rechtsrheinischen Stadtteilen Kölns, wobei in Köln der Prozess der Einbettung gerade erst beginnt. Beispiele für eine besonders gute Einbettung in eine ergänzungsfähige regionale Wirtschaftsstruktur sind unter den Projekten, die neue Stadtquartiere entwickeln der MediaPark Köln oder der channel Harburg. Bei den kleineren Einzelprojekten sind es beispielsweise der Spreespeicher in Berlin-Friedrichshain, Media Works Munich oder die Zeise-Hallen in Hamburg. Mit Ausnahme des Kenniswijk-Projekts in Eindhoven zeigt keines der vor allem technologisch orientierten Projekte eine nennenswerte Einbettung in die Regionalentwicklung. Beim Kenniswijk-Projekt hat man sinnvollerweise die „embeddedness“ zu einem Auswahlkriterium für die Modellregion gemacht und mit der Region Eindhoven einen Standort gewählt, in dem bereits gut funktionierende Kooperationsstrukturen und eine hohe Technologieakzeptanz bestehen. So kann man darauf verzichten eine nachholende Entwicklung zu fördern und sich auf innovative Konzepte konzentrieren.

2.6 Initialkerne

Die Entwicklung neuer Stadtquartiere, die sich als Standort der Kommunikations- und Medienwirtschaft etablieren wollen, kann wesentlich erleichtert werden durch die Ansiedlung eines Ankerunternehmens oder einer Ankereinrichtung. Gemeint sind Unternehmen und Einrichtungen mit starker Ausstrahlungswirkung als Abnehmer von Leistungen und Kooperationspartner anderer Institutionen. Darüber hinaus sind solche Unternehmen in der Lage, zur Bildung eines positiven Images des Standorts in der

betreffenden Branche und darüber hinaus beizutragen. In einigen Projekten haben diese Ankerunternehmen und -einrichtungen auch eine wichtige Funktion als gesicherter Mieter zur Refinanzierung der Entwicklungs- und Betriebskosten von Immobilien.

Beispiele für Projekte mit starken Ankerunternehmen oder -einrichtungen sind bei den Großprojekten z.B. der MediaPark Köln mit den Forschungs- und Weiterbildungseinrichtungen, einem Spartenkanal (Musik-TV) und einem öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter. Längere Zeit waren die Forschungs- und Weiterbildungseinrichtungen Hauptbestandteil des MediaParks und hatten eine wichtige Funktion für das „Überleben“ des Projekts. Die später angesiedelten Unternehmen aus dem Fernseh- und Hörfunkbereich haben dazu beigetragen, dass sich das in der Zwischenzeit deutlich verschlechterte Image des Standorts wieder erheblich verbessert hat.

Weitere Beispiele für Stadtquartiere mit starken Ankerunternehmen und -einrichtungen sind der Medienhafen Düsseldorf (Werbeagenturen, Spartenkanäle), die Messestadt München-Riem (Softwareentwickler), die Wissenschaftsstadt Berlin-Adlershof (Universität, Studiobetrieb) und der channel Harburg (Universität). Kleinere Einzelprojekte, die von Immobilienunternehmen entwickelt werden, nutzen das Prinzip des Ankerunternehmens schon aus ökonomischen Gründen (Mietgarantien, Überkreuzsubventionierung, verbesserte Vermietbarkeit). Beispiele dafür sind die mediacity Leipzig (öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt), der Spreespeicher in Berlin-Friedrichshain (Musikverlag), die Hanauer Landstraße in Frankfurt am Main (Multimediaagentur, Internet-Provider, Werbeagenturen) oder die MediaDocks in Lübeck (Forschungs- und Weiterbildungsinstitute).

2.7 Funktionsmischung

Gewachsene innerstädtische Stadtquartiere zeichneten sich früher durch ein hohes Maß an Nutzungsmischung aus. Die Citybildung hat die Wohnfunktion in vielen Fällen aus der Innenstadt verdrängt. In einigen Bereichen ist die typische europäische Innenstadtstruktur aber erhalten geblieben. Besonders stark ausgeprägt ist diese Mischung beispielsweise noch in der Spandauer Vorstadt im Berliner Bezirk Mitte. Die fehlende Dynamik der Wirtschaftsentwicklung und die Außerkraftsetzung von Mechanismen der Bodenrente in der DDR haben in diesem Stadtteil bis 1990 traditionelle europäische Innenstadtstrukturen mit hohem Wohnanteil konserviert, die z. T. auch noch heute zu finden sind. Urbanität besteht in diesen Stadtteilen in der Nutzungsmischung. Andere Beispiele für diese Nutzungsmischung sind der Hamburger Stadtteil Ottensen, die Hanauer Landstraße in Frankfurt am Main oder die Leipziger Südvorstadt.

Die Unterstützung der kleinräumigen Funktionsmischung steht auch im Vordergrund einer Reihe von Neubauprojekten, deren Ziel die engere Verbindung von Wohnen und Arbeiten ist. Nutzungsmischung ist aber auch in den großen Stadtquartiersprojekten ein wichtiges planerisches Prinzip. Aussagen darüber, ob die gemischten Strukturen – die ein Angebot an die Bewohner und Beschäftigten im Quartier darstellen – von diesen auch in der intendierten Form kleinräumig genutzt werden, sind zumeist nicht möglich. Ein Beispiel, bei dem auch in der tatsächlichen Nutzung eine Mischung festzustellen ist, stellt das Stadtquartier Klosterforst in Itzehoe dar. Mitarbeiter des angesiedelten Call Centers wohnen im Quartier, Wohnungen und Arbeitsplätze sind zum Teil in derselben baulichen Einheit vorhanden. Weitere Beispiele sind das Nordwolle-Gelände in Delmenhorst, das Wiley-Gelände in Neu-Ulm, die Messestadt München-Riem, der MediaPark Köln, der Düsseldorfer Medienhafen oder die Televillages.

2.8 Integration von Freizeitangeboten

Die zurückgehende Zahl von Normalarbeitsverhältnissen, die zunehmende Vermischung von Arbeits- und Freizeit und die Flexibilisierung von Zeitstrukturen begünstigt auch die räumliche Integration von Freizeiteinrichtungen in Stadtquartiere des Informationszeitalters. Zur Unternehmenskultur vieler New-Media-Unternehmen und anderer Gründerunternehmen gehört diese Vermischung von Arbeits- und Freizeit. Sie suchen Unternehmensstandorte, an denen auch ein interessantes Freizeitangebot besteht. Projektentwickler haben diese Nachfrage aufgegriffen und entsprechende Angebote entwickelt. Einige Standorte haben sich gerade dadurch erfolgreich etabliert, dass sie in der Nähe von Freizeiteinrichtungen zu finden waren. Ein besonders gutes Beispiel dafür ist das MediaWorksMunich, das in München direkt an den Kunstpark Ost – eine der größten Veranstaltungsstätten der Stadt – grenzte. Der Betreiber des MediaWorksMunich warb explizit mit dieser Nähe für seine Büroflächen und verband damit ein besonders kreatives Milieu am Standort.

Viele gewachsene Standorte wie die Spandauer Vorstadt oder die Hanauer Landstraße verfügen in besondere Weise über ein umfassendes Freizeitangebot. In einzelnen Projekten werden bewusst solche Angebote integriert wie z.B. beim Spreespeicher in Berlin-Friedrichshain. Auch neue Stadtquartiersentwicklungen setzen auf die Integration solcher Angebote. So sollte beispielsweise im Phönix-Gelände in Dortmund unter anderem ein „Games Dome“ für Computerspiele entstehen.

2.9 Spezialisierung

Mit der Zunahme der Zahl an Stadtquartieren und Einzelprojekten, die sich als Standort der Kommunikations- und Medienwirtschaft verstehen, nimmt die Bedeutung des Alleinstellungsmerkmals „Kommunikations- und Medienstandort“ ab. Festzustellen sind einerseits Diversifizierungstendenzen, andererseits aber auch eine zunehmende Spezialisierung der Standorte auf bestimmte Funktionen, Nutzergruppen und Branchen. Obwohl die konvergente Entwicklung zwischen der analogen Fernsehwelt, der analogen Telefonwelt und der digitalen Computerwelt viel langsamer verläuft als von vielen prognostiziert und vor allem die Technologie – also die Digitalisierung – weniger aber die Unternehmensstrukturen betrifft, haben sich in den letzten Jahren traditionelle Medienstandorte in zunehmendem Maß auch den „neuen Medien“ zugewandt. Ein gutes Beispiel sind die strukturellen Veränderungen des Mediengeländes „Unter den Eichen“ in Wiesbaden. Das Gelände, das in den 1950er und 1960er Jahren der Filmproduktion diente, wandelte sich in den 1970er Jahren zum Fernsehstandort. Bis in die 1990er Jahre waren Fernsehproduktionen das wichtigste „Standbein“. Seit Mitte der 1990er Jahre hat sich das Gelände zum Medienstandort mit Hochschule, Fernsehproduktion und Multimediaunternehmen entwickelt.

Zunehmende Spezialisierungstendenzen sind vor allem bei neuen Standorten – auf der Suche nach einem eigenen Standortimage – zu finden. Beispiele dafür sind etwa das Coloneum in Köln, das sich im wesentlichen an Studionutzer wendet, die Wissenschaftsstadt in Berlin-Adlershof, die vor allem forschungsorientierte Nutzer anspricht und das Stadtquartier Klosterforst in Itzehoe, das sich auf CallCenter-Dienstleistungen spezialisiert hat.

Daneben gibt es Spezialimmobilien, die sich an Telearbeiter wenden. So beispielsweise die Televillages Crickhowell und Colletta di Castelbianco, aber auch die Stadtquartiere Klosterforst in Itzehoe oder das Nordwolle-Gelände in Delmenhorst. Das Nordwolle-Gelände ist aber auch ein Beispiel dafür, dass diese Spezialisierung nicht zwangsläufig ein Erfolgsfaktor ist. Dort nutzen nämlich nur wenige Bewohner tatsächlich die infrastrukturellen Möglichkeiten für Telearbeit.

2.10 Integration der traditionellen Kommunikations- und Medienwirtschaft

Die stärkste Einbindung traditioneller Medienwirtschaft in Stadtentwicklungsprojekte ist in den etablierten Medienstandorten wie der MediaCity in Berlin-Adlershof, der Medienstadt in Potsdam-Babelsberg oder dem Mediengelände „Unter den Eichen“ in Wiesbaden und an den neuen Standorten der Medienwirtschaft wie dem Coloneum in Köln und der mediacity in Leipzig zu finden. Aber auch neu entwickelte Standorte beziehen die traditionelle Kommunikations- und Medienwirtschaft ein. Im Zuge einer weiter voranschreitenden Konvergenzentwicklung werden neue Synergiepotenziale in der Kooperation von traditioneller Kommunikations- und Medienwirtschaft mit den „neuen Medienunternehmen“ vermutet. In bestimmten Bereichen sind diese Synergien heute bereits sichtbar, z.B. im Bereich der digitalen Bildbearbeitung, die besonders für Spezialeffekte und digital generierte Welten in der Filmwirtschaft oder bei der Herstellung von Videoclips genutzt wird. Im Lodenfrey-Park in München wurden Kooperationen dieser Art (zwischen einem Musiksender und einem auf digitale Bildbearbeitung spezialisierten Unternehmen) modellhaft entwickelt. Andere Standorte, die „neue Medienunternehmen“ und traditionelle Kommunikations- und Medienwirtschaft versuchen zu integrieren, sind beispielsweise der MediaPark Köln, der Spreespeicher in Berlin-Friedrichshain und der Hamburger Stadtteil Ottensen.

2.11 Clusterförderung und integrierte Strategie

Obwohl in vielen Städten über neue Formen der kommunalen Wirtschaftsförderung diskutiert wird und die Vernetzung von Unternehmen und Einrichtungen an bestimmten Standorten von vielen Städten postuliert wird, sind nur wenige Stadtentwicklungsprojekte, die sich als Standort der Kommunikations- und Medienwirtschaft etabliert haben oder entwickeln wollen, tatsächlich in eine umfassende technologieorientierte Stadtentwicklungsstrategie integriert. Hierin besteht ein wesentliches Manko der bisherigen Entwicklung. Standorte werden parallel entwickelt und konkurrieren z. T. miteinander. Die Potenziale der Technologieentwicklung werden für den regionalen Strukturwandel nur unzureichend genutzt. Die Außenwirkung zahlreicher Einzelprojekte ist geringer als die eines integrierten Standortkonzepts. Kommunale Wirtschaftsförderungsaufgaben und Stadtentwicklungsaufgaben im Bezug auf die Entwicklung von Stadtquartieren des Informationszeitalters und der Technologieentwicklung werden weitgehend unabhängig voneinander wahrgenommen, in einigen Fällen auch unkoordiniert. Kleinere Standorte profitieren von der Einbindung in eine umfassende technologieorientierte Stadtentwicklungsstrategie in vielfältiger Weise, da sie in der Regel anders als Großprojekte nur in beschränktem Umfang als Standortbildner fungieren können.

In Köln wurde Ende der 1980er Jahre mit dem Konzept der „Medienstadt Köln“ erstmals der Ansatz für eine integrierte technologieorientierte Stadtentwicklungsstrategie entwickelt, die sich zu diesem Zeitpunkt noch auf die klassischen liegenschaftsorientierten kommunalen Wirtschaftsförderungsstrategien stützte und ein städtebauliches Großprojekt initiierte (MediaPark Köln). Ein ähnliches Beispiel wurde durch die Projektentwicklungsgesellschaft des MediaParks Köln Anfang der 1990er Jahre für Leipzig entwickelt, aber nicht umgesetzt. Neuere Konzepte betonen eher die moderativen Komponenten, wenngleich weiterhin städtebauliche Projekte in die Konzepte integriert sind. Beispiele für diese integrierten technologieorientierten Stadtentwicklungskonzepte sind das Konzept der Medienstadt Düsseldorf oder das dortmund-project. Auf kleinräumiger Ebene wurde ein neues Cluster der Medienwirtschaft in der Leipziger mediacity entwickelt. Dennoch gibt es bisher in der Stadt kein integriertes Konzept für die Entwicklung des Standorts. Die Entwicklung konzentrierte sich in den letzten Jahren stark auf diesen Einzelstandort. Weitgehend unabhängig von gezielter Förderung haben sich in einigen gewachsenen Quartieren wie der Spandauer Vorstadt in Berlin-Mitte, dem Hamburger Stadtteil Ottensen oder der Hanauer Landstraße in Frankfurt am Main Cluster der Kommunikations- und Medienwirtschaft entwickelt.

2.12 Öffentlich-private Kooperation

Das erste deutschlandweit bekannte Projekt für ein neues Stadtquartier der Kommunikations- und Medienwirtschaft und der Medientechnologie-Nutzung – der MediaPark Köln – war zugleich ein viel zitiertes Beispiel für das neue Projektentwicklungsmodell der öffentlich-privaten Kooperation, das in der angewendeten Form Ende der 1980er Jahre aus der Stadtentwicklungspolitik von Kommunen in den USA „importiert“ wurde und als „public private partnership“ bekannt wurde. Der MediaPark Köln wurde später aber auch zu einem Beispiel für die Fallstricke öffentlich-privater Kooperation und der Auffangfunktion kommunalnaher Unternehmen für „gestrauchelte“ Projekte.

Im Zuge der schwierigen Entwicklung der kommunalen Haushalte sind die Städte in immer stärkerem Maß – nicht nur bei Stadtentwicklungsprojekten – auf die Kooperation mit privaten Unternehmen und private Investitionen angewiesen, denn sie können immer weniger Projekte vorfinanzieren. Die öffentlich-private Kooperation soll aber nicht nur die finanziellen Engpässe in den Kommunen überbrücken, sie soll den Projekten auch in den Kommunen nicht vorhandenes Know How (Branchenkenntnisse, Kenntnisse innovativer Projektentwicklung usw.) einbringen. Gerade bei technologieorientierten Projekten sind öffentlich-private Partnerschaften aus diesem Grund von besonderer Bedeutung für eine gute Platzierung der Projekte am Markt und damit letztendlich für ihren Erfolg.

Art und Umfang der Kooperation können sich deutlich unterscheiden und sie kann unterschiedliche Phasen des Projektes (Entwicklung, Realisierung, Betrieb) mit einbeziehen. Von den untersuchten Projekten gehört die mediacity Leipzig zu den engsten öffentlich-privaten Kooperationen: Der Standort wurde nach den Vorstellungen des privaten Partners auf öffentlichem Grund von einer öffentlichen Gesellschaft entwickelt und Tochterunternehmen des privaten Partners betreibt im Auftrag des öffentlichen Entwicklers die Immobilie. Beispiele für öffentlich-private Kooperationen sind etwa die Wissenschaftsstadt Berlin-Adlershof, der Medienhafen in Düsseldorf, die mediacity Leipzig, der Lasipalatsi in Helsinki, die MediaDocks in Lübeck und das Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe.

2.13 Öffentliche Förderung

Eng verbunden mit der öffentlich-privaten Kooperation sind in vielen Fällen die umfassende Förderung der Projekte sowie flankierende Maßnahmen, die häufig weit über eine Anschubfinanzierung hinaus gehen. Öffentliche Förderung bedeutet dabei nicht nur ausgewiesene Fördermittel, sondern beinhaltet auch zahlreiche indirekte Fördermöglichkeiten wie die ermäßigte Grundstücksabgabe, die Anmietung von Flächen durch die Kommune oder kommunalnahe Einrichtungen zu erhöhten Flächenkosten oder mit Mietgarantien, den Bezug von Leistungen von angesiedelten Unternehmen usw. Kommunen alleine könnten die Förderung derartiger Projekte kaum finanzieren. Häufig ist daher das Land Fördermittelgeber. Beispiele für eine besonders umfangreiche Förderung sind die Wissenschaftsstadt Berlin-Adlershof, der MediaPark Köln, die mediacity Leipzig, das Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe, die MediaDocks in Lübeck, das Mediengelände „Unter den Eichen“ in Wiesbaden und das Kenniswijk-Projekt in der Region Eindhoven.

Öffentliche Förderung hat eine besondere Bedeutung bei der Initiierung von Projekten, bei der Überbrückung von Entwicklungsschwierigkeiten und für nicht-kommerzielle Projekte. In den letzten Jahren wurden öffentliche Förderungen aber gerade auch zur Entwicklung kommerzieller Standorte, die im Wettbewerb zu anderen Standorten stehen, genutzt. Beispiele dafür sind der Aufbau von Studioüberkapazitäten in der Region Köln, die „Abwerbung“ von Unternehmen z.B. von Hamburg nach Berlin. Kommunale Wirtschaftsförderer beklagen häufig die großen Budgets einzelner Bundesländer (Bayern, Baden-Württemberg, Berlin, Nordrhein-Westfalen, Sachsen) für die Standortwerbung. Öffentliche Förderungen sollten den Wettbewerb zwischen den Standorten nicht unnötig verzerren, sind aber häufig gerade für die Initiierung von Projekten ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

2.14 Promotoren

Wichtig für die Kontinuität von Projekten wie auch für die finanzielle Förderung von Projekten sind Akteure, die die Konzeptentwicklung und -umsetzung garantieren. Gerade im Bereich der technologieorientierten Stadtentwicklungskonzepte gab es bisher nur wenige Akteure, die als Promotoren einer integrierten Strategie auftraten. Allein in vier deutschen Städten geht die Initiierung von integrierten technologieorientierten Stadtentwicklungskonzepten auf gleiche Akteure zurück. Wichtig sind Promotoren aber auch bei der Entwicklung und Umsetzung von Einzelprojekten. Anders als alle anderen Faktoren sind die Promotoren in allen Projekttypen (Stadtquartiere, Einzelprojekte, Cluster, Technologieprojekte) ein entscheidender Erfolgsfaktor. Dabei erweist es sich offensichtlich als ausgesprochen schwierig Promotoren mit dem nötigen Branchenwissen zu rekrutieren, die gleichzeitig über Know How der städtebaulichen Projektentwicklung wie auch der kommunalen Handlungsmöglichkeiten verfügen. Dies führt dazu, dass immer wieder die gleichen Akteure in unterschiedlichen Projektkonstellationen zusammenkommen.

Die Entwicklung der Akteursstrukturen seit den 1990er Jahren zeigt auf Seiten der Städte eine deutliche Professionalisierung der Befassung mit IuK-Technologien als strategischem Thema des technisch-ökonomischen Strukturwandels und verbunden damit die Ausbildung spezifischer Akteurmuster. Dabei zeigen sich Vorreiter der Entwicklung, Übertragungen von Mustern sowie Modifikations- und Anpassungsprozesse, die in politischen und organisatorischen Veränderungen ebenso wie in technologischen Veränderungen und deutlichen Themenkonjunkturen begründet sind. Die Stadt(entwicklungs)planung in den Kommunen ist an den Entwicklungen zum Thema IuK-Technik bisher kaum beteiligt.

Beispiele für eine enge Beteiligung der Stadt(entwicklungs)planung als Promotoren der Entwicklung von Standorten für die Kommunikations- und Medienwirtschaft und die Integration von IuK-Technologien sind etwa der MediaPark in Köln, das dortmund-project, der Medienhafen in Düsseldorf, das Nordwolle-Gelände in Delmenhorst oder der Lasipalatsi in Helsinki.

2.15 Kontinuität und politischer Rückhalt

Gerade für Großprojekte zur Entwicklung neuer Stadtquartiere ist die Kontinuität von ideeller und finanzieller Unterstützung von besonderer Bedeutung für den Erfolg der Projekte. In zunehmendem Maß werden solche Projekte modular organisiert und wandeln sich von liegenschaftsorientierten zu eher moderativen Projekten, die sich vor dem Hintergrund einer bestimmten Gebietskulisse auf die Vernetzung von Akteuren konzentrieren. Der Vorteil, dass solche Projekte eine höhere Reversibilität aufweisen, auf veränderte Märkte und technologische Veränderungen daher besser reagieren können, ist mit dem Nachteil verbunden, dass sie auch schneller zurückzuziehen sind. In den Städten konkurrieren immer mehr Projekte um Finanzierung und Aufmerksamkeit. Eine deutlichere Prioritätensetzung bei den Projekten, die langfristig angelegt ist, könnte die Planungssicherheit erhöhen. Kontinuität ist damit eine unabdingbare Voraussetzung für solche Projekte. Dies gilt ganz besonders auch für den politischen Rückhalt. Die Verankerung von technologieorientierten Projekten als Chefsache (Stabsstelle) hat sich in einigen Städten als erfolgreich herausgestellt (z.B. Köln, Mannheim, Ulm). Beispiele für umfassende Konzepte und Strategien, deren Entwicklung auf Kontinuität angelegt ist, sind etwa Köln, Düsseldorf, Dortmund oder Nürnberg.

Köln verfolgt seit Mitte der 1980er Jahre den Ansatz einer integrierten technologieorientierten Stadtentwicklungsplanung, die trotz organisatorischer Veränderungen in der Verwaltung, wechselnder politischer Mehrheiten und Wechsel der Akteure ein hohes Maß an Kontinuität und politischem Rückhalt aufweist. Die Strategie hat sich dabei als so robust und reversibel erwiesen, dass sie sich bisher gut an die technologischen Veränderungen ebenso wie die Veränderungen des Marktes anpassen ließ. Ähnliches gilt für Düsseldorf.

In Dortmund wurde vor drei Jahren eine derartige Strategie entwickelt, die in hohem Maß auf Kontinuität angewiesen ist. Ob sich diese Kontinuität einstellen wird ist derzeit noch nicht absehbar.

Am Beispiel Nürnberg wird auch deutlich, dass integrierte technologieorientierte Stadtentwicklungsstrategien auch über die Projekte, die im Kern zur Strategie zählen, hinaus wirken können. Im Rahmen der Strategieentwicklung und –umsetzung werden Akteursstrukturen entwickelt und etabliert, die es beispielsweise erleichtern andere Konzepte zu entwickeln. In Nürnberg war es z.B. möglich in kurzer Zeit aus dem Akteurskreis derjenigen, die zur Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft gehörten, einen Beitrag für den Wettbewerb Media@Komm des Bundeswirtschaftsministeriums zur Entwicklung virtueller Rathäuser und Marktplätze zu entwickeln, der schließlich in nicht unerheblichem Umfang Fördermittel für Nürnberg zur Verfügung stellte. Die Entwicklung flexibler Akteursgruppen ist ein Nebeneffekt der kontinuierlichen Entwicklung einer integrierten technologieorientierten Stadtentwicklungsstrategie.

3 ZUSAMMENWIRKEN DER ERFOLGSFAKTOREN

Das Zusammenwirken aller genannten Faktoren in unterschiedlichem „Mischungsverhältnis“ bestimmt die Art und Weise wie sich Projekte entwickeln; letztendlich sind sie in großem Umfang Determinanten des Projekterfolgs.

Die spezifischen Konstellationen der Erfolgsfaktoren unterscheiden sich z. T. erheblich. Es lassen sich aber bestimmte Muster von Konstellationen für unterschiedliche Projekttypen erkennen. Nach dem Muster der Erfolgsfaktoren lassen sich folgende Projekttypen zusammenfassen:

- großflächige Projekte und die Entwicklung großer Stadtquartiere
- kleinere Einzelstandorte und Einzelprojekte
- gewachsene urbane Cluster, die sich im Zuge des New-Media-Booms Ende der 1990er Jahre weiterentwickelt haben
- vor allem auf technologische Innovation setzende Projekte

Promotoren sind für alle Projekte ein unabdingbarer Erfolgsfaktor. Gerade mit hohen Unsicherheiten behaftete technologieorientierte Projekte brauchen Promotoren. Auch der politische Rückhalt ist von besonderer Bedeutung für den Erfolg der Projekte vor allem modular angelegte Großprojekte sind auf diesen Rückhalt angewiesen, um Technologiebrüche und weniger erfolgreiche Entwicklungsphasen „überstehen“ zu können. Die für die Entwicklung von Stadtquartieren der Informationsgesellschaft wichtigen Erfolgsfaktoren sind von allen Projekttypen am breitesten gestreut. Je thematisch breiter das Projekt angelegt ist (wie beispielsweise die Wissenschaftsstadt Berlin-Adlershof), desto mehr Erfolgsfaktoren sind relevant. Die Spezialisierung auf bestimmte Nutzertypen, Branchen oder Unternehmen spielt für die Großprojekte eher eine untergeordnete Rolle.

Für Einzelstandorte spielt beispielsweise eine gezielte Funktionsmischung von Wohnen und Arbeiten für den Erfolg des Projekts kaum eine Rolle. Zu unterscheiden sind bei diesem Typ Projekte, die rein privatwirtschaftlich organisiert sind, wie etwa die TinFactory in Hamburg, der Spreespeicher in Berlin-Friedrichshain, das Kreativ-Zentrum im Nordpark in Mönchengladbach und solchen, die massiv öffentlich unterstützt werden und für die diese Förderung ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist, wie z. B für die mediacity Leipzig.

Für die untersuchten gewachsenen Cluster spielen planerische Eingriffe kaum eine Rolle. Einige der Projekte haben sich gerade im „Windschatten“ der von der Stadtentwicklungsplanung und kommunalen Wirtschaftsförderung betriebenen Projekte entwickelt. Auch die Spezialisierung auf Nutzergruppen, Unternehmen oder Branchen spielt ebenso wie die Einbindung traditioneller Unternehmen nur eine untergeordnete Rolle. Die urbane Vielfalt, die ergänzungsfähige Wirtschaftsstruktur, die Funktionsmischung, integrierte Freizeitangebote, öffentlich-private Kooperation, Promotoren und – bei allen Strukturbrüchen – Kontinuität in der Entwicklung sind die „Erfolgsrezepte“ dieser Stadtquartiere.

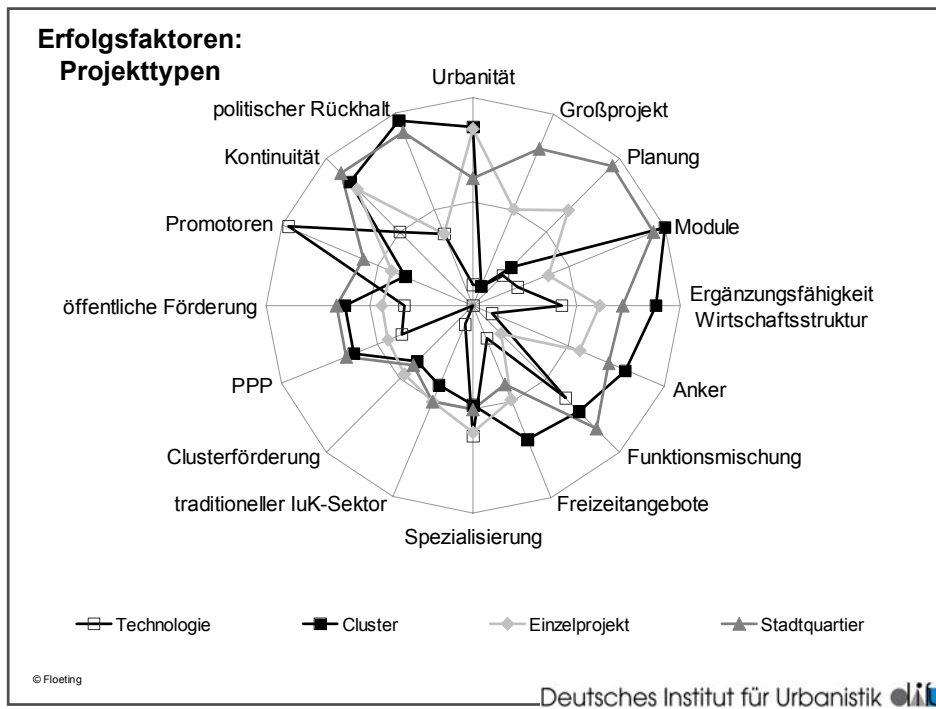


Abb.1: Erfolgsfaktoren nach Projekttypen

Auch für die allein auf den Technologiepfad setzenden Projekte wie die Televillages, das Kenniswijk-Projekt oder die Netzgemeinde Oberhambach spielt die Planung für den Erfolg kaum eine Rolle. Die Ergänzungsfähigkeit der Wirtschaftsstruktur ist allein eine wichtige Erfolgsbedingung für das Kenniswijk-Projekt. Die drei anderen Projekte setzen vor allem auf die Spezialisierung als Telearbeitsprojekte und öffentliche und/oder private Promotoren.

4 FAZIT

Patentrezepte für den Erfolg von Stadtentwicklungsprojekten, die sich mit IuK-Technologien und/oder der Kommunikations- und Medienwirtschaft beschäftigen, gibt es nicht: zu unterschiedlich sind die spezifischen Konstellationen an den einzelnen Orten. Dennoch gibt es eine Reihe von Faktoren, die den Erfolg der Projekte wesentlich mitbestimmen und zahlreiche gute Beispiele für die erfolgreiche Umsetzung. Die Erfolgsfaktoren gelten dabei nicht allein für den Bereich der IuK-Technologien, sondern lassen sich z.T. auch auf andere Bereiche der technologieorientierten Stadtentwicklungspolitik übertragen. Die untersuchten Projekte sind seit Mitte der 1980er Jahre entstanden, d.h. sie sind nicht nur Ausdruck des NewMedia-Booms. Viele der Projekte sind gerade aus der Notwendigkeit des technologisch-ökonomischen Strukturwandels in den Städten entstanden, also Krisenbewältigungsstrategien und keine „Schönwetterprojekte“.

5 LITERATURVERZEICHNIS

Eberling, M. und D. Henckel: Alles zu jeder Zeit? Die Städte auf dem Weg zur kontinuierlichen Aktivität, Difu Beiträge zur Stadtforschung 36, Berlin 2002
 Floeting, H.: Stadtquartiere im Informationszeitalter, Difu-Beiträge zur Stadtforschung, Berlin 2004 (in Vorbereitung).
 Floeting, H.: Teleports: High-Tech-Oasen in der Stadtentwicklungswüste?, in: Wechselwirkung, Nr. 66, April 1994, S. 13-16.
 Läßle, D.: Neue Technologien in räumlicher Perspektive, in: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 4, 1989, S. 213-226.