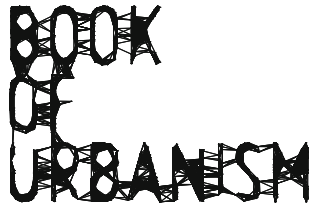


BOOK OF URBANISM – a collection of ideas for public space
Eine Plattform für Raumgestaltungprojekte und Visionen
Daniel Kölliker



Wie sieht der öffentliche Raum in Zukunft aus?



a collection of ideas for public space

Inhalt

Abstract

| | |
|------------------------------------|---|
| Fragestellung | 3 |
| Projektskizze BOOK OF URBANISM | 3 |
| Herausforderung und Projektgedanke | 3 |
| <i>Space!</i> als Clusterthematik | 4 |

Projektverlauf

| | |
|-------------------------------|---|
| Ideenfindung und Konzeptphase | 5 |
| Web Projekt mit Print output | 5 |
| Web | 6 |
| Book/Magazin | 6 |
| Recherche | 6 |

Prozessgestaltung

| | |
|--|----|
| Partner & Netzwerk | 9 |
| Aktueller Stand & Blick in die Zukunft | 10 |

Reflexion & Resultat

| | |
|---|----|
| Abgrenzung zu anderen Plattformen | 11 |
| Kuratorische Leistung | 12 |
| Kontextualisierung & Stadtentwicklung | 12 |
| Schwierigkeiten | 13 |
| Persönlicher Hintergrund | 13 |
| Bezug zur Jahresthematik <i>emerge!</i> | 13 |

Anhang

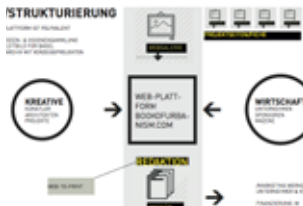
| | |
|----------------------|----|
| Literaturverzeichnis | 14 |
| Linkverzeichnis | 15 |
| Dank & Team | 15 |

Abstract

Fragestellung

Wie lässt sich prozessorientiertes Handeln anwenden, um mittels gestalterischen Interventionen die Attraktivität des öffentlichen Raums zu fördern und gleichzeitig zur Stärkung der Kreativwirtschaft beizutragen?

Projektskizze BOOK OF URBANISM



Erstes Konzept: Vermittlung und Vernetzung von Kreativen in der Wirtschaft; gemeinsam wird ein Buch herausgegeben

Das Projekt BOOK OF URBANISM trägt Ideen und Projekte nach aussen, um Akteure aus Kultur, Wirtschaft und Politik auf unterschiedlichste Gestaltungsstrategien für den urbanen Raum aufmerksam zu machen. Die IBA (Internationale Bauausstellung) Basel 2010 – 2020 wird dabei als geeignetes Umfeld gesehen, um das Netzwerk zu präsentieren, wie auch anzuwenden.

Das Netzwerk, welches die Zielgruppen miteinander verknüpft, soll zur Anerkennung neuer Kunstformen und Projekte beitragen. Künstler, Architekten, Stadtentwickler und andere haben auf bookofurbanism.com die Möglichkeit, ihre Projektideen und -visionen für Marketingzwecke zu veröffentlichen.

Langfristig wird so ein konstruktiver Beitrag zur Stadtentwicklung geleistet und eine Basis zur Projektvermittlung geschaffen, die Visionen im öffentlichen Raum verfolgt.

Durch das Netzwerk und die Plattform sollen Künstler, die im öffentlichen Raum arbeiten, gefördert und mit anderen Akteuren aus der Wirtschaft verknüpft werden. Das übergeordnete Ziel ist es, durch Kunst- und kulturelle Projekte eine Stadt zu stärken, und so ihre Qualitäten weiter zu entwickeln, sich so von anderen Städten zu differenzieren und die eigene Identität hervorheben. Somit wird BOOK OF URBANISM zu einem strategischen Werkzeug in der Stadtentwicklung.

Im Mittelpunkt der Mensch

«(...) Ich wünsche mir, dass auch in Zukunft die Menschen an der Gestaltung der Stadt beteiligt sind. Um zu zeigen, dass in unserer Stadt die Menschen im Mittelpunkt stehen, dass alle eingeladen und aufgerufen sind, sich aktiv für einen fortschrittlichen Kanton Basel-Stadt zu engagieren. Ich wünsche mir, dass die Aufbruchstimmung in der «Werkstadt Basel» durch die aktive Beteiligung der BewohnerInnen unserer Stadt noch lange anhält.»

Barbara Schneider, ehemals Vorsteherin des Baudepartements des Kantons Basel-Stadt

Herausforderung und Projektgedanke

Mit der Projektplattform BOOK OF URBANISM habe ich eine Grundlage zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für Kunst- und andere Projekte im öffentlichen Raum geschaffen. Den Wirtschaftsstandort Basel möchte ich so in Zukunft unterstützen. Vorallem soll der Kreativwirtschaft die Vernetzung in die Wirtschaft vereinfacht und ein Ort geschaffen werden, wo Entwürfe und Projektideen an die Öffentlichkeit getragen werden können. So möchte ich den Kreativen vermehrt die Beteiligung an der Stadtgestaltung ermöglichen.

Durch den Print-Output wird auch Unternehmen und Entscheidungsträgern aus Wirtschaft und Politik der Zugang zur Kunst im öffentlichen Raum, temporärer Architektur und einer aktiven Stadtgestaltung vereinfacht.

Das Projekt BOOK OF URBANISM besteht aus:

- interaktive Webplattform, www.bookofurbanism.com
- Printoutput, Publikation «BOOK OF URBANISM»
- Netzwerk, wird durch mich als Betreiber zusammen gehalten

Durch den Aufbau einer Plattform und eines Interessennetzwerkes für Künstler soll ein Inspirationsaustausch zwischen Wirtschaft und Kulturwirtschaft statt finden, darin sehe ich meine Arbeit.



Untersuchungsdreieck Basel Nord/Airport - Volta - Neullschwil



Basel-Nord aus der Ferne

Mit dem Recherchieren und Sammeln von Projekten im öffentlichen Raum sollen Erkenntnisse und Ziele für die Entwicklung des städtischen Raums gewonnen werden. Auch für die Bewohner besteht Zugang und dadurch einen ersten Schritt vom Stadtkonsumenten zum Stadtproduzenten. Das Projekt fördert temporären Nutzungen und Partizipationsansätze. Diese Art von Projekten ermöglicht ein langsames, nachhaltiges Wachsen der Stadt, nicht Grossprojekte die auf einen Schlag aus dem Boden gestampft werden.

Space! als Clusterthematik

space als Clusterschwerpunkt versucht neue Methoden für städtische Entwicklungsprozesse zu erforschen. Mit BOOK OF URBANISM biete ich dem Cluster space! eine Plattform für Interventionen und Stadtentwicklungsprojekte.

Mit der aktuellen Entwicklung des Grossraums Basel Nord findet BOOK OF URBANISM im Cluster space! einen perfekten Partner und ein Testumfeld für mögliche Anwendungen. Städtebauliche Veränderungen und neue Architektur bedeuten auch neue Freiflächen, Zwischenräume, undefinierte Plätze und Parkanlagen. Aufzuzeigen, wie man diese Flächen beleben und bespielen kann, ist ein langfristiges Ziel des Projektes. Speziell möchte ich einen Pool bieten um neben Grossprojekten im Gebiet Bsel Nord Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken.

Dazu wird mit BOOK OF URBANISM die notwendige Grundlage geschaffen, in dem Projekte zusammengetragen werden.

Durch den Austausch mit Partnern aus der Kreativwirtschaft, Politik und Wirtschaft wurde das Konzept ausgearbeitet. Dieses Netzwerk, sowie mein Projekt sind für space! eine Erweiterung und Bereicherung.

Angeknüpft wird an die Impulsprojekte der Initiative des Basler Regierungsrates zur Stadtentwicklung „Werkstadt Basel“. Konkret sind das die IMPULSPROJEKTE „Rhein“ und „Rahmenkredit Wohnumfeldaufwertung“. Diese Ziele werden von BOOK OF URBANISM weiterentwickelt und -verfolgt. Dem Rhein als Lebensader für Basel gilt eine besondere Beachtung im Projekt und wird als grösstes Potenzial für Basel gewertet.

Solche Aktivitäten zahlen sich aus:

- durch kulturelle Aktivitäten werden ganze Quartiere langfristig aufgewertet,
- die Identität und das Image der Stadt wird gestärkt,
- neue Arbeitsplätze werden geschaffen mit hoher Arbeitszufriedenheit und Standorttreue,
- Das hohe Kreativitätspotential wirkt sich auf andere Branchen aus,
- Kulturwirtschaftliche Unternehmungen lassen sich bestens in bestehende Stadtstrukturen integrieren und eignen sich für Zwischennutzungen,
- durch das «bottom up» -Prinzip, d.h. wenn Künstler und Bürger zu Produzenten werden, wird eine höhere Zufriedenheit und Standorttreue geschaffen.



metrobasel-Comic Ausschnitt: Kulturelle Nutzungszonen und temporäre Einrichtungen sind darin verankert.

Kreative Räume in der Stadt fördern das Zusammenleben, in dem Kommunikationsraum geboten wird, eine Art von Zusatzangebot, das eine moderne Stadt einzigartig macht.

Durch die Netzwerkarbeit zwischen Kreativen und den Akteuren aus der Wirtschaft, will ich die Suche nach Geldern zur Finanzierung der Projekte vereinfachen.

Zum Start der Sommerakademie habe ich ihm Rahmen einer Vernissage das Netzwerk hinter BOOK OF URBANISM zusammen gebracht und die Plattform mit ersten Projekten offiziell eröffnet und präsentiert.

Projektverlauf

Ideenfindung und Konzeptphase



ÜBUNG DES WORKSHOPS
IDEENRAUM - RAUMIDEEN
MIT CAROLA PESCHL & RAI-
NER ROSEGGER

Selbstregulierende Strategie für
Basel Nord:

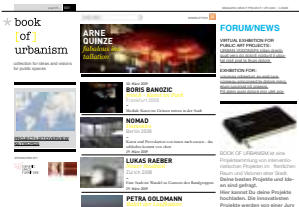
«der Verkehrsprozess als Indi-
kator für eine Intervention»

Durch die gegebene Jahresthematik space! war mir von Anfang an klar, dass ich mit meinem Bachelorprojekt meine Interessen für öffentlichen Raum weiterverfolgen werde. Am Anfang meiner Arbeit stand eine breit abgestützte Recherche der Bedürfnisse, Probleme und bereits bestehenden Projekte in diesem Gebiet. So konnte ich Thesen für Lösungsansätze entwickeln, mein Aufgabenfeld definieren und in der Folge eine Forschungsfrage sowie eine Projektidee formulieren.

Für mich war klar, dass mein Projekt nicht in den Räumen des Instituts bleibt, sondern öffentlich stattfindet und mehr als eine Vision darstellt. Ein Projekt das mit anderen Teilnehmern interagiert. Darum habe ich zu einem frühen Zeitpunkt angefangen, mich mit externen Personen aus verschiedenen Disziplinen auszutauschen, um die Relevanz meines Themas zu testen, quasi eine Machbarkeitsstudie durchgeführt. Durch diesen Austausch konnte ich meine Projektansätze überprüfen und Partner für mein Netzwerk gewinnen.

Dass ich mich dann für eine webbasierte Plattform entschieden habe, hat mehrere Gründe:

Es gibt viele Projektideen für Interventionen, welche zum Beispiel durch einen Wettbewerb entstanden, die aber nicht umgesetzt wurden. Um dieses Potential nicht zu verschwenden, habe ich eine Grundlage geschaffen für Projekt, die bis dahin keine Finanzierung finden konnte. Durch das langfristige Unterstützen solcher Projekt, soll die Gestaltung und Differenzierung des öffentlichen Raumes in Basel vorangetrieben werden.



Erste Web-Prototypen: mit
grossformatigen Bildern zu
arbeiten war immer schon eine
Idee

Durch das Studium am HyperWerk habe ich viel mit dem Web gearbeitet und recherchiert und darin neue Welten entdeckt. Beim Durchstöbern einer Bild/Fotografie-Börse bin ich auf die Idee gekommen, dass man das gleiche Prinzip auch auf prozesshafte Ideen für urbane Räume anwenden könnte. Das Prinzip ist einfach, man stellt Projekte vor und wirbt gezielt die Zielgruppen an, die an den spezifischen Projekten interessiert sind. Wie man das mit Kunstprojekten für öffentlichen Raum machen kann, musste ich erst erforschen und Recherchen auf diesem Gebiet tätigen. Sobald ich meine Idee formulieren konnte, habe ich mich für einen ersten Austausch mit Experten getroffen. Das hat meine Idee schon früh bestätigt und gab mir Sicherheit in meiner Projektarbeit. Um diese Art Qualitätskontrolle fortzusetzen habe ich mich mit verschiedenen Fachpersonen in den Bereichen Städtebau, Architektur, Stadtentwicklung, Kunst im öffentlichen Raum, Web und Community ausgetauscht. Denn da man bei der Projektgewinnung oft nur eine Chance hat, musste ich das Projekt möglichst gut durchdenken und überprüfen und auf die Bedürfnisse der Künstler eingehen.

Web Projekt mit Print output



Workshop mit HyperWerk Studen-
ten und Dominik Stocker

Zum Projekt habe ich einen Workshop veranstaltet um einerseits Ideen zu generieren und um das Konzept auszubauen und zu prüfen. Teilnehmer waren Personen aus dem Institut HyperWerk und externen Institutionen, sowie freischaffende Künstler. Zum Zeitpunkt des Workshops war ich mit der Idee auf ein rein digitales Projekt fokussiert. Doch durch die Analyse der Zielgruppen ist mir klar geworden, dass ich um diese Zielgruppe zu erreichen andere Medien einsetzen muss. So bin ich wieder auf das klassische Buch gestossen, um die beiden Hauptzielgruppen (Kreative und



Projekteingabemaske auf bookofurbanism.com



Projektgalerie: Morten Engel, Copenhagen, Wettbewerbsieger «future cities 2030»



Erster Gestalterischer Prototyp: Februar 2009



Buchprototyp von BOOK OF URBANISM

Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik) zu erreichen. So ist BOOK OF URBANISM zum Webprojekt mit Print-Output geworden.

Web

Die virtuelle Plattform BOOK OF URBANISM soll eine Vermittlungs- und Vernetzungsfunktion zwischen Kreativ-Tätigen und der Wirtschaft einnehmen. Auf der Plattform bookofurbanism.com haben Künstler, Architekten, Urbanisten und Visionäre die Möglichkeit ihre Arbeiten und Visionen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Der Künstler kann dort selbst sein Projekt auf die Webseite hochladen und die spezifischen Daten anfügen, sodass man auch spezifisch nach Projektdaten suchen und diese finden kann. Gleichzeitig können Projekte auch geo-verortet hinterlassen werden, was eine regionale Betrachtung unterstützen soll. Es können Arbeiten hochgeladen werden die realisiert worden sind oder jene, die nur auf «Papier» existieren. Diese Webplattform ist das Zentrum des Projektes.

Speziell interessieren mich zukunftsorientierte Projekt und dabei die Frage wie der öffentliche Raum in Zukunft aussehen kann. Auf der Webseite wird auch ein Diskurs zum Thema Städtebau und Kunst im öffentlichen Raum geführt. Dazu konnte ich eine interdisziplinäre Redaktion aus den Bereichen Design, Kunst, Städtebau und Architektur aufbauen.

Book/Magazin

In dem Magazin BOOK OF URBANISM – einer Art Katalog – werden die besten und innovativsten Projekte internationaler Herkunft vereint und präsentiert. So soll ein breites Spektrum von Gestaltungsformen für urbanen Raum aufgezeigt werden. Jedoch wird diese Publikation nicht als Ziel der Bachelorarbeit betrachtet, sondern erscheint, wenn die Plattform ins Laufen gekommen ist. Die Projekte die in dem Buch erscheinen, werden zusammen mit der Redaktion beurteilt und kuratiert. Durch einen Link gelangt man vom Buch wieder auf die spezifische Projektseite auf bookofurbanism.com und sieht den aktuellen Stand des Projektes.

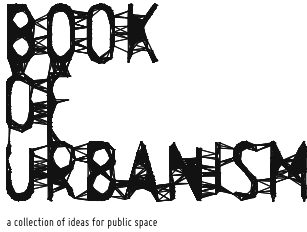
Mit dem Buch werden Personen angesprochen, die Interesse am Wirtschaftstandort Basel haben und über das nötige Kapital verfügen um Projekte im öffentlichen Raum zu unterstützen.

Erst kürzlich wurde vom ETH Studio Basel und metabasel das «comic metabasel» herausgebracht. Dort findet man vor allem Visionen bezüglich Städtebau und grösseren architektonischen Projekten. Bei einem Treffen mit Christoph Koellreuter von metabasel versuchte ich klar zumachen, dass es auch wichtig ist die kleineren Strukturen in den Quartieren und Zwischenräumen zu gestalten und zu verfolgen. Das Statement für ein kulturelles Basel von metabasel wäre gerade jetzt wichtig. Eine definitive Zusage habe ich von Christoph Koellreuter bis jetzt noch nicht, doch wurde mir grosses Interesse für eine Partnerschaft entgegengebracht.

Recherche

Im ersten Teil des Jahres habe ich mir vorallem einen Einblick in mein Themenfeld verschafft und somit auch ein Thema definiert und mich damit auseinandergesetzt (Literaturhinweise Seite 14).

Vieles war für mich Neuland, deshalb versuchte ich das Feld von verschiedenen Per-



Projektlogo von Martin Fuchs,
mit Processing programmiert



Temporäre Installationen
beleben das Stadtbild: Petra
Goldmann bespielt den Mainzer
Hafen

«Das Stadtbild von Basel legt in den letzten Jahren ein streckenweise trauriges Zeugnis ab. [...] Es sei für die Stadt wichtig, die Zusammenarbeit mit Privaten zu suchen, bzw. Trägerschaften ermöglichen für kulturelle Einrichtungen. «Allerdings fehlen uns gewisse konkrete Vorschläge wie zum Beispiel Public Private Partnership, die wir explizit verankert sehen wollen.»

Artikel: Sigfried Schibli, BAZ,
Kulturmagazin vom 22. Oktober,
2008

spektiven her in den folgenden Bereichen zu untersuchen:

Stadtentwicklung, Städtebau, Architektur und Landschaftsarchitektur, Kreativwirtschaft, öffentlicher Raum und Kunst im urbanen Raum waren die zu bewältigenden Teilgebiete. Zeitgleich habe ich immer wieder mit verschiedensten Personen mit unterschiedlichstem Background meine Pläne diskutiert. So hat sich mit der Zeit ein konzeptuellen Ansatz herauskristalisiert. Für ein Webplattform habe ich mich entschieden, um Flexibilität und niedrige Kosten zu halten und vor allem ein internationales Publikum zu erreichen.

Kreativwirtschaft und Stadtentwicklung

Seit 1970 sinkt die Einwohnerzahl von Basel durch Abwanderung. Gerade in der Kreativwirtschaft nimmt Zürich den vorderen Rang vor Basel ein und hat Kreativität als Standort- und Imagefaktor erkannt. Damit ist Zürich, wie auch andere Städte in Deutschland und Österreich erfolgreich.

Verschieden Phänomene treten um den öffentlichen Raum auf:

- Der öffentliche Raum in den Städten schrumpft weil er zunehmend kommerzialisiert oder privatisiert wird. Werbeflächen definieren heute unseren öffentlichen Raum, welcher zu «Brandhubs» wird.
- Ein weiteres Phänomen sind die Shrinking Cities (zum Beispiel in Ostdeutschland) diese sind städtebaulich kaum zu steuern.
- Zu dem gibt es auch das Phänomen von dezentralen Stadtgebilden, die neue Namen tragen wie z.B. «Zwischenstadt», «Netzstadt», «Stadtlandschaft und «dezentrale Stadtregion», wie sie zum Beispiel im Ruhrgebiet anzutreffen sind. Solche neue urbanen Landschaften sind wegen ihrer Lückenhaftigkeit schwerer zu bewältigen, zum Beispiel in ihrer Orientierung.

Für diese Art von Problemen will ich mit dem Projekt Lösungsansätze finden. Zur verbesserten Wahrnehmung und Nutzung des öffentlichen Raumes sind Kunst und Kultur im öffentlichen Raum wertvoll. Sie können zur Orientierung in einer zersiedelten suburbanen Stadtlandschaft dienen oder als soziokulturelle Instrumente die Stadtentwicklung fördern.

«Die Kreative Klasse lässt sich nicht nur durch naheliegende Faktoren wie ein hohes Einkommen, gute Karriereaussichten oder den hohen Status eines Ortes beeinflussen. Viel wichtiger ist diesen Menschen, an einem Ort zu leben, der von grosser Vielfalt geprägt ist und wo man unterschiedlichen Rassen, Kulturen und sexuellen Orientierung mit Toleranz begegnet, der Raum für Individualität hat, aber auch seine kollektive Verantwortung für das Wohlergehen der gesamten Gemeinschaft wahrnimmt. Sie sind auf der Suche nach Orten, die ihnen die Möglichkeiten bieten, ihr kreatives Potential zu entfalten.» (Richard Florida, 2002 the Creative Class)

Durch die kreative Klasse, welche Quartiere immer wieder innovativ bespielt, entsteht in einem Quartier ein dynamischer Prozess, der als Gentrifizierung bekannt ist.

So sind die „Kreativen“ immer wieder die Pioniere der Stadtentwicklung und ziehen mit der Zeit auf Grund steigender Lebensqualität, Unternehmen, Touristen, hochqualifizierte Arbeitskräfte, Künstler und Investoren an. Das unterstreicht, dass kreative Räume im urbanen Umfeld eine wichtige Rolle spielen. Eine charakteristische, lokale Architektur ist genau so wichtig wie Eroberungsräume für die Jungen und Kreativen. Nur so kann sich eine internationale Ausstrahlung entwickeln und der Wirtschaftsstandort gestärkt werden. Dass dies funktioniert sieht man am Beispiel der IBA Emserpark.

«Es sei für die Stadt wichtig, die Zusammenarbeit mit Privaten zu suchen, bzw. Trägerschaften ermöglichen für kulturelle Einrichtungen. Allerdings fehlen uns gewisse konkrete Vorschläge wie zum Beispiel Public Private Partnership, die wir explizit verankert sehen wollen.»

Artikel: Sigfried Schibli, BAZ, Kulturmagazin vom 22. Oktober, 2008



Vorbildliches Projekt: Nussbaumer und Trüssel, Basel

«Wichtig ist, dass gute Kunst und gute Architektur Basel belebt und attraktiver werden lässt. [...]»

Es ist gut, dass an der IBA auch Projekte von anderen Ländern gezeigt werden. Das ermöglicht Denkanstöße, die wertvoll sein können.»

A. Grisard, Künstlerin, Basel

Basel erhält jetzt erstmals in seiner Geschichte ein Kulturfördergesetz. Leider ist dies sehr unverbindlich und weist tote Winkel auf. Ganz wichtig dafür wäre die Verankerung von künstlerischen Interventionen. Das „Miteinander“-Arbeiten ist nicht Realität; nicht nur Kulturschaffende profitieren von Fördermitteln, sondern auch der Staat profitiert und ist auf kulturelle Bewegungen angewiesen. Das Geben und Nehmen muss mehr ins Bewusstsein treten und als Inspiration zwischen Wirtschaft, Politik und Kultur betrachtet werden. Nur so funktioniert eine urbane Landschaft und behauptet sich gegen andere Städte.

Da durch dass die staatliche Subventionierung von Kunst am Bau-Projekte nicht verankert ist, wird langfristig der Trend der Privatfinanzierung zunehmen. Schon heute werden je länger wie mehr Projekte von Firmen finanziert und gesponsert unter dem Begriff *Public Private Partnership (PPP)*.

BOOK OF URBANISM will diesen Trend begleiten und dafür eine Vermittlungsplattform schaffen. Sodass eine Grundlage für das Zustandekommen von Kunst im öffentlichen Raum erleichtert wird.

BOOK OF URBANISM hat für dieses Vorhaben Schwerpunkte für Projekte im öffentlichen Raum entwickelt.

Als Gesamtprojekt will BOOK OF URBANISM zur Steigerung der Lebensqualität und dem Image der Stadt beitragen. Speziell für Kreative und kulturell Interessierte sollen die Rahmenbedingungen verbessert werden, sodass die Stadt attraktiver wird und einer Abwanderung längerfristig vorgebeugt werden kann.

Dabei soll die Stadtidentität unterstrichen werden und interkulturelle Kommunikation in den Quartieren gefördert werden. Die Kriterien für Projekte sind wie folgt definiert worden:

- Energie-/nachhaltigkeitsfragen müssen beachtet werden, die künstlerische Qualität wird beurteilt nach konzeptuelle Arbeit, Ortsbezogenheit, situativen Bezug, Anpassungsfähigkeit, prozessualen Gedanken und Preis. Grundsätzlich wird dabei unterschieden zwischen regionalen Projekten und internationalen.

- Für lokale Projekte ist der Rheinbezug wichtig. Dem Gebiet Basel-Nord gilt eine besondere Aufmerksamkeit darin soll möglichst der kultureller Mix in diesem Gebiet beachtet werden sowie gesellschaftliche Aspekte. Die Intervention soll zur Orientierung im Quartier beitragen und Orte aufwerten, die zum Beispiel durch Baustellen besonders stark belastet sind.

- Bei Projekten aus dem internationalen Raum wird darauf geachtet, dass die Installation einzigartig und innovativ ist. Das soll unter anderem die Frage stützen, wie der öffentliche Raum in Zukunft aussehen kann. Weitere Kriterien sind: Kommunikationsförderung innerhalb der Quartiere. Die Position des Werkes soll neu verstanden werden, in dem die Bodenfreiheit und Raumübergreifung beachtet wird. Ein Werk kann zwar parasitären Charakter haben, soll sich aber gut im Ort integrieren.

Ziele

Um als Wirtschaftsstandort auch in Zukunft attraktiv zu bleiben und gegen die Konkurrenz Zürich zu bestehen ist es wichtig einen Schritt noch vorne zu machen. Basel muss sich differenzieren. Speziell zur Festigung der Kulturwirtschaft in der Region sind Interventionen notwendig. Auf der einen Seite um den öffentlichen Raum so zu gestalten, dass er für die Jungen und Kreativen attraktiv ist und im Städtewettbewerb eine Uniqueness ausstrahlt und auf der andere Seite um Arbeitsplätze zu schaffen.

Das will ich langfristig unterstützen und habe darum nicht selbst eine Intervention gestaltet sondern eine Plattform für Projektideen und Visionen konzipiert und realisieren. Im Rahmen des Diploms habe ich ein Plattform konzipiert, und gemeinsam mit Partnern eine Beta-version umgesetzt. Neben dem konzeptionellen Teil meines Projektes ist es mir gelungen ein Netzwerk aufzubauen, das an Stadtentwicklungsprojekten interessiert ist. Dieses Netzwerk besteht aus verschiedenen Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Kreativwirtschaft.

Das Projekt soll dazu beitragen, dass Kreativ- und Kulturwirtschaft fest verankert werden und eine klare Aufgabe verfolgen - die Steigerung der Lebensqualität mit Fokus auf die Gestaltung und Aufwertung des öffentlichen Raumes. Denn der öffentliche Raum ist massgebend für ein erfolgreiches Stadtmarketing und den langfristigen Erhalt des Wirtschaftsstandort Basel und bietet ein interessantes Untersuchungsfeld für die kommende Internationale Bauausstellung Basel.

Mit dem Zusammentragen verschiedener Werke in eine Sammlung für Visionen und Ideen von Kunst im öffentlichen Raum, sollen mögliche Lösungen und Chancen dargestellt werden, um Kreativwirtschaft zu fördern und zugleich einen Nutzen für die Stadt Basel aufzuzeigen – die Aufwertung des öffentlichen urbanen Raums, der im Zentrum eines Wirtschaftsstandortes wie Basel steht.

Prozessgestaltung

Partner & Netzwerk



Meeting mit dem Kulturstadt-Jetzt Komitee in der Kuppel

Meine Aufgabe als Interaktionsleiter sehe ich im Zusammenbringen der unterschiedlichen Akteuren, die sich an gleichen Projekten beteiligen.

In dem ich ein «kulturelles» Projekt konzipiere, bin ich auf die Beteiligung von Partnern angewiesen. Am Anfang war es sehr schwer, Partnerinstitutionen zu finden, da kulturelle Werte schwer zu kommunizieren sind.

Da Prozesse im öffentlichen Raum immer sehr komplex sind und Bewilligungsverfahren sehr lange dauern können, war es für mich wichtig ein Interessentennetzwerk aufzubauen, von Personen die an dem Standort Basel interessiert sind und hier verankert sind. Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik in das Projekt zu integrieren, vermittelt einen stabilen Hintergrund, sowie potentielle Partner und Kunden.

In diesem Umfeld ist es mir anhand des Projektes gelungen, mich als Interaktionsleiter im Umgang mit verschiedenen Technologien, Designstrategien und Projektmanagement zu behaupten.



Einladung zur Projektpräsentation im Lions Club Wenkenhof-Basel

Trailer & Werbekanäle

Da das Internet für das Projekt sehr elementar ist, habe ich mich schon im Januar 2009 entschieden mit einem Trailer für die Plattform zu werben. Der Trailer soll das Image des Projektes nach aussen transportieren und auf einer eher abstrakten Ebene dem User erklären, was auf BOOK OF URBANSIM geschieht, und was er durch die Webplattform erreichen kann. Für diesen Trailer habe ich mich auf die Suche gemacht



Verschiedene Marketingkanäle: Sticker, Plakat und ein Webtrailer



Die Programmierung der Seite wurde von Birkhäuser+GDC mit «ICEfaces» realisiert. Die Seite läuft auf einem Java-Server.

nach einem geeigneten Partner der mich bei diesem Projekt unterstützen konnte. Fündig wurde ich bei kubus media, einer Kommunikationsagentur aus Basel. Diese haben sich bereit erklärt, den Film und einen Audio-Track zu realisieren.

Das Konzept und die Anforderungen für den Kurzfilm habe ich mit Thomas Brunner, meinem Projektassistenten, entwickelt. Um den Film zu vervollständigen und nicht auf eine bestimmte Stadt verweisen zu müssen, sondern zu zeigen, dass BOOK OF URBANISM global angewendet werden kann, brauchten wir eine 3D-Animations-Sequenz. Diese konnten wir zusammen mit einem ehemaligen HyperWerk-Komilitonen, Carol Burri, der Spezialist in Cinema 4D ist, verwirklichen. Der Film ist auf der Homepage zur Einführung zugänglich, sowie auf diversen Videoplattformen vorhanden um das internationale Feld abzudecken.

Für den regionalen- und europäischen Raum entschied ich mich ein klassisches Plakat zu entwickeln. Dabei habe ich für die Gestaltung mit Martin Fuchs, der auch die Gestaltung der Webseite und des Logo übernahm, zusammengearbeitet. Er entwickelte einen Eye-catcher. Passend zur Webseite – schlicht gehalten. Das Plakat ist eine Weiterentwicklung des Logos und unterstreicht die Funktion meines Projektes, die Vernetzung. Die Grafik wie auch das Logo sind mit processing (processing.org) programmiert und somit parametrisiert, was eine generative Wiedergabe ermöglicht. Als Partner für den Druck der Plakate konnte ich Karl Gremper von der Gremper AG für eine Partnerschaft gewinnen, und dadurch eine wunderschöne Offset-Print-Produkt erzeugen, welches speziell an Architektur- und Gestaltungshochschulen für Aufmerksamkeit sorgt.

Aktueller Stand & Blick in die Zukunft

Durch das Zusammenbringen von verschiedenen Partnern und einem ausgefeilten Konzept, konnte ich die interaktive Plattform realisieren. Viel positives Echo bezüglich einer Notwendigkeit der Unterstützung für die Kreativwirtschaft, aber auch zur Wichtigkeit der Belebung von Quartieren habe ich vernommen. Verschiedene Künstler und Projekte konnte ich für meine Vision gewinnen, die ihr Projekt unter BOOK OF URBANISM vorstellen wollen.

Schon jetzt ist ein Ausbau der Plattform geplant. In dieser zweiten Phase werden Zusatzangebote für Künstler und verschiedene Details realisiert, die meine Kapazitäten innerhalb des Bachelorjahres gesprengt hätten, zum Beispiel für den mobilen Gebrauch auf dem Handy. Ideen, was man mit dieser Infrastruktur noch machen könnte kommen laufend dazu – das Prinzip der Vermittlung wäre auch auf andere Themen anwendbar.

Für mein Projekt sehe ich verschiedene Perspektiven. Gerade der IBA Basel könnte ich mit der Plattform ein Forum bieten für Kreativwirtschaft, Kunst- und städtebauliche Projekte. Ebenfalls könnte ich für die begleitende IBA Entwicklungs-Ausstellung ein Tool bieten, um diese Ausstellung im geobasierten und mobilen Bereich zu unterstützen.

Um BOOK OF URBANISM auch in Zukunft zu festigen will ich einen Förderverein gründen, mit Interessierten am öffentlichen Raum. Um ein solch grosses Versprechen einhalten zu können und ein Vorstufe zu leisten, habe ich zusammen mit Lukas Raeber, einem jungen Architekten, und Jan Haenni, einem Medienkünstler, einen Verein gegründet. Dieser soll die Basis für den späteren Förderverein sein und jetzt als Geschäftsstelle funktionieren.

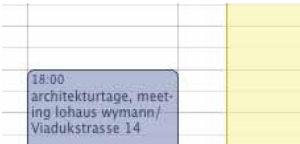
Mit der Freitag lab AG ist für das kommende Jahr eine Partnerschaft geplant.



Franz Ackermann, Malerei/Installation am Nordstern



Mithilfe bei dem Projekt von Gabriel Kuri an der Art Basel



Meeting mit Dirk Lohaus(TEB) und Jean-Pierre Wymann(Architekturdialoge)

Reflexion & Resultat

Im Laufe des Jahres hat mich die Thematik mehr und mehr fasziniert. Es hat mir Freude gemacht, mich mit der Thema auseinander zusetzen. Durch den ganzen Projektprozess konnte ich sehr vieles was ich während dem Studium am HyperWerk gelernt habe, anwenden und ausprobieren. Natürlich ist ein solches Jahr nicht mit einer Konstanten zu vergleichen.

Ein stetiger Austausch mit dem Umfeld gab mir Hinweis auf Relevanz und regelmässige Besprechungen mit meinem Projektarbeiter und Assistenten eine objektive Sichtweise. Solche Beratungsgespräche sollten auf keinen Fall vernachlässigt werden, etwas sehr wertvolles, was ausserhalb der Hochschule mit einem hohen finanziellen Aufwand verbunden ist. Das Projekt ist sehr ehrgeizig, für ein anders Mal würde ich das Projekt in kleineren Dimensionen angehen und mich früher auf Marketingmassnahmen konzentrieren.

Durch die kommende Internationale Bauausstellung Basel, war mir die Aktualität des Themas bewusst. Im Laufe des Prozesses wurde mir aber erst klar welche Bedeutung das Thema Stadt und Zukunft hat. Unter anderem durch den Comic «metrobasel» und dass ich im Laufe der Arbeit immer wieder auf Personen stiess, die sich auch mit der Thematik befassen, war sehr motiverend für mich.

Nur mit einer attraktiven Stadtlandschaft kann sich eine internationale Ausstrahlung entwickeln und somit die Stadt als Standort gestärkt werden. Durch ein kosmopolitisches Klima, das den Wandel und die Offenheit der Stadt unterstreicht, soll Basel sein Image als Schlafstadt verlassen und durch zukunftsorientierte Lösungen im öffentlichen Raum, sowie ein differenzierte Stadtbild verfolgen. Das Bachelor-Projekt soll informieren, Bewusstsein für den städtischen Raum bilden und Lösungsansätze zur Urbanität liefern.

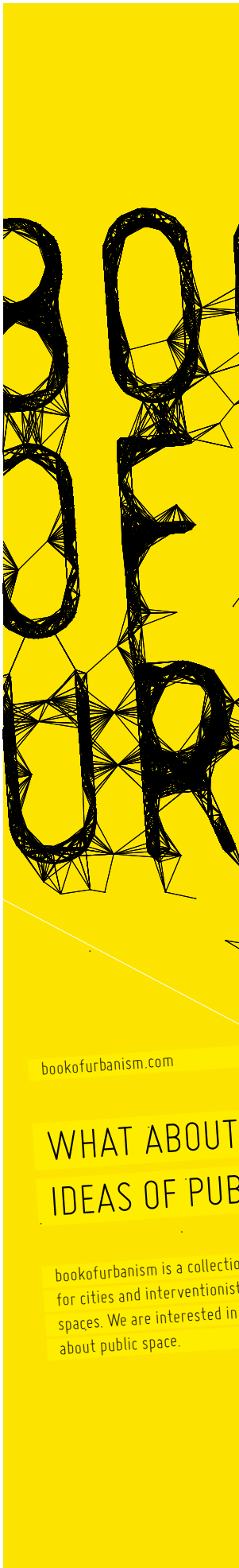
Eine Art «Vorbild» von Kunst im öffentlichen Raum ist für mich Werbung, bzw. Logos und Brands; ein weltweites Phänomen ist bekannt als Graffiti Kunst, welche sich mit dem urbanen Raum beschäftigt. Das wohl populärste Beispiel für diese Kunstform ist der Britische street art Künstler Banksy, der mit seinen Werken die Mietzinse ganzer Quartiere in die Höhe treibt. Wenn das kein Zeichen für Aufwertung ist?

Abgrenzung zu anderen Plattformen



Für Architektur gibt es vielen Plattformangebote, nicht aber für Kunst- und Kulturprojekte im öffentlichen Raum

Webplattformen gibt es unzählige. BOOK OF URBANISM positioniert sich, in dem es den Schwerpunkt speziell auf Projekte im öffentlichen Raum und aus der Kreativwirtschaft legt. Der User von BOOK OF URBANISM hat die Möglichkeit, sein Projekt geobasiert zu verorten. Der Betrachter hat also auch die Möglichkeit eine Region nach Projekten abzusuchen, was zum Beispiel für touristische Zwecke vorteilhaft sein kann. Dazu kommt, dass BOOK OF URBANISM die Prozesshaftigkeit der Projekte beleuchten will. Ich gebe dem Künstler die Möglichkeit sein Projekt zu aktualisieren. Geplant ist, das bei der Projekteingabe jedes Bild mit einem Status-Zusatz hochgeladen wird. Es wird unterschieden zwischen Skizze, Rendering, Vorher/Nachher, in Planung und realisiert. Die Bilder werden dadurch das dokumentarisch in der Prozessfolge in der Datenbank abgelgt und auf der Webseite präsentiert. Weiter besteht die Option Projekte nach Spezifikationen zu suchen: Material, Kostenpunkt, Finanzierung, Zeitfaktor, Ort, Status, Kategorie und den Schlüsselbegriffen, die unersättlich und dynamisch sind.



Kuratorische Leistung

Die Plattform hat nicht das Ziel möglichst viele Projekte zu vereinen, sondern will gezielt Projekte vorstellen, die besonders innovativ und einzigartig sind. Durch die breit abgestützten Recherchen speziell von charakteristischen Merkmalen von Intervention und öffentlichem Raum konnte ich ein Gefühl für Projekte entwickeln, die interessant scheinen. Doch um die Projekte zu kuratieren will ich mich nicht auf dieses Gefühl alleine verlassen. Darum habe ich mich mit Lukas Raeber, einem jungen Architekten, zusammen geschlossen, der mir bei der objektiven Auswahl der Projekte hilft und sein Wissen in das Projekt miteinbringt.

Speziell interessieren mich günstige Interventionsmöglichkeiten, welche den städtischen Raum aufwerten, für die Öffentlichkeit attraktiver machen und so eine Alternative zu teuren Grossprojekten bieten, die das Stadtbild in sich in vielen Fällen stark verändern.

Die Stadt kann nicht nur in architektonische Grossprojekte, wie zum Beispiel in den Messe Neubau investieren. Für die Aufwertung des öffentlichen Raumes ist das Mitwirken der Kreativ- und Kulturwirtschaft zu berücksichtigen. Denn eine Aufwertung von öffentlichen Raum muss nicht zwanghaft teuer sein und kann auch in kleineren Massstäben Grosses bewirken.

Kontextualisierung & Stadtentwicklung

Meine These, dass Interventionen im öffentlichen Raum eine Stadt beleben, wird durch das aktuellste Beispiel bestätigt; der Comic von «metrobasel» und dem ETH Studio Basel. Die Publikation behandelt nebensächlich auch temporäre Parklösungen in Rheinnähe. Gar nicht weit davon weg ist die Idee von Philipp Cabane, die im HyperWerk-Workshop ausgebaut wurde, eine Ansammlungen von Kähnen, Flössern und Schubleichtern auf dem Rhein, unterhalb des «Campuses des Wissens» der Novartis. Solche pionierhafte Lösungen für den Umgang mit städtischem Raum strebe ich mit meinem Projekt an, also nicht nur Kunstinterventionen. Dabei werden nicht nur Projekte von und für Basel berücksichtigt, auch Projekte aus anderen Erdteilen sollen ihren Raum finden, um das Spektrum von heute möglichen, aktuellen, sowie innovativen Gestaltungsstrategien für den urbanen, öffentlichen Raum zu erweitern.

Der öffentliche Raum von Städten übernimmt mehr und mehr die Funktion der Museen. Der urbane Raum nimmt so vermehrt eine zentrale Position als Kulturvermittler ein. So werden die Forderungen von Künstlern in den 60er und 70ern Jahre wieder aktuell – Kunst für jeden, egal welche Bildungsniveau und sozialer Gruppen die Betrachter entstammen. Denn die Museen werden heute je länger je mehr nur von Intellektuellen besucht. Es existiert eine Art Hemmschwelle für ein grösseres Publikum. So haben sich diverse Kunstformen, wie zB Pop Art, Land Art und Street-Art ausserhalb des Museums entwickelt, um sich der Kommunikation unserer Alltagserfahrungen anzupassen und um auf politische Inhalte aufmerksam zu machen.

«Im Rahmen eines diagnostizierten postindustriellen Strukturwandel hin zur Dienstleistungsgesellschaft mit einer verstärkten Nachfrage an Inszenierungsmöglichkeiten und Erlebnisangeboten ist der städtische Raum als Instrument der Vermarktung von besonderer Bedeutung, denn er funktioniert als Vistitenkarte und sog. weicher Standortfaktor für Publikum und Investoren.»
Uwe Lewitzky

Schwierigkeiten

Ein sehr grosses Risiko meines Projektes sehe ich darin, dass die Dynamik der Plattform nicht richtig ins Laufen kommt und so verhindert wird, dass die Plattform für Benutzer attraktiv wird. Deshalb habe ich verzichtet, von Anfang an Projekte anzuschreiben und diese um eine Eingabe zu bitten. Bis auf ein paar wenige Projekte habe ich bis zum Schluss gewartet, bis die Webseite komplett und sauber lief, da man bei jedem Projekt nur einen Versuch hat für eine Akquisition. Jedoch musste ich schon früh Kontakt zu den Kreativschaffenden herstellen und diese Personen über mein Vorhaben aufklären. Also musste das Konzept für die Plattform schon möglichst professionell und durchdacht stehen. Darum habe ich mit der Akquisition im engen Umfeld begonnen und den «Radius» gegen den Schluss laufend wachsen lassen.

Persönlicher Hintergrund

Schon seit einigen Jahren beschäftige ich mich mit Fragestellungen, die den öffentlichen Raum thematisieren. Meinem Anliegen, einen Beitrag zur Stadtentwicklung von Basel zu leisten, bin ich ein Stück näher gekommen. Verschiedene Künstler konnte ich gewinnen um sich mit einer Idee an meinem Projekt zu beteiligen. So konnte ich meinem Ziel, eine Sammlung mit Lösungsansätzen für eine differenzierte und attraktivere Stadtgestaltung sehr nahe kommen und die dafür benötigte Infrastruktur, eine Web-to-Print-Plattform realisieren. Diese bedarf neben dem konzeptionellen Ansatz eine kuratorische Strategie zur Qualitätssicherung in der Sammlung. BOOK OF URBANISM möchte die Rahmenbedingungen für Kunst im öffentlichen Raum während den nächsten Jahren verbessern. Ich freue mich mit allen beteiligten darauf, dass neue Perspektiven entstehen werden.

Bezug zur Jahresthematik *emerge!*

Als Interaktionsleiter sehe ich die Aufgabe darin, mit den gegebenen technischen Möglichkeiten eine Lösung zu finden, welche an die Benutzer und Akteure angepasst ist um ihre Bedürfnissen entgegen zu kommen. Den Bezug zur Jahresthematik ist auf mehreren Ebenen sichtbar. Dazu kommt, dass Emergenz aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden kann. Man kann unter Emergenz aber auch «sich zeigen» verstehen; auch bei meinem Projekt geht es um das Zeigen von Ideen – Projekte und Visionen sollen an die Öffentlichkeit gehen. Letztlich leistete meine Arbeit einen Beitrag zur urbanen Entwicklung. Für mich lässt sich Urbanität wie folgt umschreiben: Urbanität ist wenn möglichst viele Kulturen auf möglichst vielen Ebenen kommunizieren und sich austauschen, somit folglich unerwartete neue Netzwerke entstehen. Das Projekt trägt zur Vermittlung von zwei Parteien bei. Durch die Zusammenführung von Wirtschaft und Kreativwirtschaft soll gemeinsam ein neues, emergentes Produkt entstehen.

Anhang

Literaturverzeichnis

Söke Dinkla & Zentrum für Lichtkunst Unna
Am Rande des Lichts in mitten des Lichts
Wienand Verlag, 2004

Uwe Lewitzky
Kunst für alle?: Kunst im öffentlichen Raum zwischen Partizipation, Intervention und Neuer Urbanität
transcript Verlag, 2005

Heike Liebmann, Tobias Robischon
Städtische Kreativität
Schader Stiftung, 2003

Kees Christiaanse
Entwurf und Strategie im urbanen Raum: die programmlose Stadt
Stadtentwicklung ohne Städtebau, Klaus Overmeyer
ETH Lehrstuhl für Städtebau, 2003/04

Birgit Mandel
Die neuen Kulturunternehmer
transcript Verlag, 2007

Sabine Kraft, Nikolaus Kuhnert, Anh-Linh Ngo
Arch+ 183, Situativer Urbanismus
ARCH+ Verlag GmbH, 2007

Schweizerischen Arch. Museum S AM
Instant Urbanism
Christoph Merian Verlag, 2007

Jaques Herzog und Pierree de Meuron, ETH Studio Basel
Comic metrobasel
metrobasel, 2009

Arbeitsgruppe Kunst im öffentlichen Raum
Leitfaden für Kunst im öffentlichen Raum der stadt Zürich
Stadt Zürich, 2008

INURA Zürich, Philipp Klaus
Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht
Stadt Zürich Wirtschaftsförderung, zHdK
Statistisches Amt des Kantons Zürich, 2008

Laura Hilti
Prozessgestaltung
www.einhornstrategien.com/
2007

Linkverzeichnis

www.baselnord.bs.ch
www.shrinkingcities.com
www.kulturmanagement.net
www.inura.ch/
www.werkstadt-basel.ch/
www.metrobasel.org
www.vuua.org
www.chora.org/
www.creativezurich.ch
www.stadt-zuerich.ch
www.urban-identity.net/

Dank:

coaching

Dominik Stocker, externer Coach
Prof. Max Spielmann, Coach HyperWerk
Prof. Mischa Schaub, Mentor

Partner

kubus media, Amadeus Paulussen & Raphael Borer
Birkhäuser+GBC, Jurij Chamin & Thomas Bruhin
Sylon Hosting, Marc Champion
Gremper AG, Druckerei
Kulturstadt-Jetzt Komitee, Basel
Michael Studer, Audio

Team

Thomas Brunner, Trailer, Assistenz & Konzeption
Martin Fuchs, Branding & Gestaltung
Annina Witschi & Dominik Grob, Brainstorming
Annalena Kluge, Produkt- und Printdesign, HfG Offenbach
Carol Burri, 3D Animation
Ralf Neubauer, Lektorat

Beratung & Gesprächspartner

Sabine Fischer (www.collective-intelligence.com), Marcel Bider (Uniplan), Isabel Zürcher (Kunstkredit), Helge Aszmoneit (Rat für Formgebung), Martin Josephy (www.vuua.org), Oli Perruchoud (Freitag), Claude Hidber (co-lab), Christian Peter (Kunstwollen), Boris Banozic, Jürgen Zeller, Lukas Raeber (Arch. ETH), Prof. Franz Kluge (FH Trier), Klaus Littmann, Phillipe Cabane (Urbanist), Dr. Roland Zaugg (Stadtplaner), Christoph Koellreuter (metrobasel), Dirk Lohaus (Trinationaler Eurodistrict Basel), Thomas Martin, Sarah Leugger, Jan Hänni (Medienkünstler), Florian Stryj (www.fsfm.de), Claudio Künzler, Florian Erhardt und Andre Grellinger (HyperWerk)



Kontakt

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst
Institut HyperWerk

Totentanz 17/18
CH-4051 Basel
T +41 (0)61 269 92 30
F +41 (0)61 269 92 26
info.hyperwerk.hgk@fhnw.ch
www.fhnw.ch/hgk/ihw

Daniel Kölliker
Bachelor of Arts in Postindustrial Design
Vertiefungsrichtung Prozessgestaltung & Interaktionsleitung
hello@koellikerprojects.com

www.bookofurbanism.com
www.koellikerprojects.com