

Abstract

Seit der Wohlstand und die hohe Lebensqualität auch in Europa bedroht sind, findet vermehrt wieder eine Diskussion um die Stadtentwicklung und Urbanisierung statt. Wird Stadtentwicklung aber nur als rein raumliches und finanztechnisches Problem definiert, so kann keine Stärkung des Wettbewerbes entstehen. Die zukünftige Stadtentwicklung darf nicht nur planen und bauen, sie muss der Stadt Identität geben. Wie?

Stadtentwicklung ist immer auch Identitätsentwicklung. Dabei geht es um die städtebauliche Umsetzung und Konkretisierung von Lebensräumen, die sich an menschlichen Werten orientiert, die als sinn- und identitätsstiftend eingeschätzt, erfahrbar und lebbar sind.

In diesem Buch erläutern namhafte Wissenschaftler aus Deutschland, Österreich und der Schweiz interdisziplinär die theoretischen Grundlagen ihrer Entwicklungsarbeit für die Stadt. In Ergänzung belegen erfahrene Praktiker eindrucksvoll ihren realen Erfolg mit illustrierten Beispielen von Entwicklungskonzeptionen, Modellen und Kriterien für eine marktorientierte und räumliche Stadtentwicklung.

Inhalt

*Maria Luise Hilber: Plädoyer: Der richtige Weg zum Stadtmarketing

Gerda Eberle Gramberg/Jürgen Gramberg: Stadtidentität: Stadtentwicklung ist Identitätsentwicklung

Wolfgang Welsch: Stadtphilosophie: Der Mensch im Mittelpunkt?

Wolfgang Grünberg: Orientierungssuche: Stadtidentität zwischen Markt, Event und Orientierungssuche

Helmut Kaiser: Stadtmitte: Die Suche nach dem verlorenen Dorfplatz

Maria Luise Hilber: Stadtvision: Neue Konzepte brauchen neue Betrachtungs-

und Verhaltensweisen

Angelus Eisinger: Urbanität: Ein Element zeitgemässer Standortpolitik?

Heiner Dürr: Indikatorensystem: Indikatoren für eine nachhaltige Stadtentwicklung

H. R. Fricker/Corinne Schatz: Ort der Orte: Ort der Lust Ort der List

Peter Weichhart: Regionalentwicklung: Identitätsmanagement für Orte

Vittorio Magnago Lampugnani: Stadtarchitektur: Wer hat Sehnsucht nach der Stadt der Zukunft?

Ayda Ergez: Stadtkommunikation: Die Stadt - eine Marke?

Ilse Helbrecht: Stadtmarketing: Vom Orakel zum Consulting - Identitätspolitik in der Stadt

Christian Bock: Wirkungsorientierte Verwaltungsführung: Effizient, effektiv, modern - nur Schlagworte?

Viviane von Orelli: Stadtliebe: Das Zentrum als Ort der Gegensätze

Author Info

Die Herausgeberinnen und Mitautorinnen, Maria Luise Hilber und Ayda Ergez, sind Partner der intosens ag, einem der führenden Unternehmen, das den Markt- und Planungsprozess von Stadt, Gemeinde und Region zu innovativen Entwicklungskonzeptionen zusammenführt. Sie greifen Kernthemen der Stadtentwicklung auf und schaffen eine solide Basis für identitätsstiftende Umsetzungsaktivitäten.