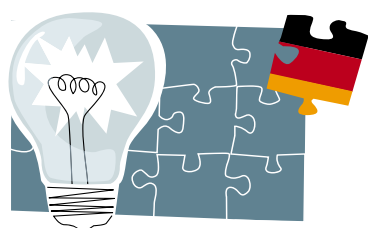


THINK-TANKS



Publikum
willkommen

U. SCHULTE DÖINGHAUS | BERLIN

Wir betreiben“, sagt Forschungsplanerin Dagmar Simon, „problemorientierte Grundlagenforschung.“ Was sie und ihre 140 Kollegen vom „Wissenschaftszentrum Berlin“ darunter verstehen, das war neulich ziemlich gut im Handelsblatt nachzulesen, danach in allen anderen Zeitungen. Die „Hartz-Reformen verpuffen“, hieß es, und das war das aufregend vernichtende Ergebnis einer aufwendigen Evaluierung der Reformpakete Hartz I bis III, durchgeführt vom Wissenschaftszentrum Berlin und renommierten Wirtschaftsforschungsinstituten. Auftraggeber: Bundesregierung.

Schnellschüsse sind von dieser größten sozialwissenschaftlichen Denkfabrik Europas nicht zu erwarten. Vielmehr geht es um die Entwicklungstendenzen, Anpassungsprobleme und Innovationschancen moderner Gesellschaften – immer auch in historischer Perspektive. Darauf drängt nicht zuletzt WZB-Präsident und Geschichtsprofessor Jürgen Kocka. Er tritt für eine offensive Präsenz der Sozialwissenschaften in der Öffentlichkeit ein: „Publikumsbezug ist ein Kernbestandteil guter sozialwissenschaftlicher Praxis.“

Und so kommt es, dass nicht nur instituteigene Casinos und Cafés öffentlich genutzt werden können, sondern dass publikumswirksame Veranstaltungen angeboten werden – am 23. Januar etwa debattieren internationale Fußballkommentatoren, Sozial- und Sportwissenschaftler unter dem aktuellen Kampfruf: „Soccer!“

Namen sind Nachrichten: Für wissenschaftliche wie öffentliche Aufmerksamkeit sorgt unter anderem auch Lord Ralf Dahrendorf, der eine Forschungsprofessur für „Soziale und politische Theorie“ innehat, Vorträge hält, aber auch mit Doktoranden arbeitet.

Mit 15 Millionen Euro pro Jahr ist das Wissenschaftszentrum so ordentlich budgetiert, „dass wir auf Drittmittel – zum Beispiel aus der Wirtschaft – nicht unbedingt angewiesen sind“, so Forschungsplanerin Dagmar Simon. Träger der gemeinnützigen GmbH sind Bund (75 Prozent) und Land Berlin.

Neben fast angestammten Forschungsdomänen wie „Internationale Konflikte“, „Verkehr“, „Gesundheitswesen“, „Soziale Ungleichheit“, „Interkulturelle Konflikte“ erforscht das WZB neuerdings Themen wie „Geschlechtergerechtigkeit“. Neu ist auch, dass sich das WZB mit dem demographischen Wandel sowie der Migration verstärkt wissenschaftlich beschäftigen will.

Das Institut im Internet: www.wz-berlin.de

Zurück in die City

Die Deutschen ziehen wieder in die Innenstadt. Architekten und Städteplaner reagieren auf den Trend.

REGINA KRIEGER | DÜSSELDORF

Rem Koolhaas, der niederländische Architekt und Designer, erklärt die Entwicklung der Städte in Europa gern mit der Metapher von den Eiern. Als im Mittelalter die Stadt als Siedlungsform entstand, war sie ein hart gekochtes Ei: ein Stadtkern mit einer festen Mauer. Dann kam die Spiegelei-Phase: Stadtmauern fielen und die Viertel dehnten sich immer weiter aus. Seit dem 20. Jahrhundert herrscht in der Urbanistik die Rührei-Zeit: Zersiedelung, Reihenhäuser-Kolonien, Shopping-Center auf der grünen Wiese und verödete Innenstädte.

Der neueste Wohntrend in Deutschland hat noch keinen plakativen Namen: Die Zahl der Menschen steigt, die zurück in die Innenstadt ziehen. Die Renaissance der City hat nicht nur demographische Ursachen, sondern auch ästhetische Konsequenzen – für die Rem Koolhaas, der gerade das Logo für die österreichische EU-Präsidentschaft kreiert hat, dann die passende Bezeichnung finden muss.

Zwei Gründe nennen Stadtplaner für die neue Entwicklung: Die Lebensgewohnheiten der Deutschen ändern sich und auch die Gesellschaft. Das Phänomen ist erforscht und statistisch festgehalten: Die Deutschen werden weniger und haben eine höhere Lebenserwartung. Weniger Kinder werden geboren, die Zahl der Single-Haushalte wächst. Die Wohnformen ändern sich.

Die Zeit, in der sich die zubetonierten deutschen Innenstädte zu Ghettos für Alte und Arme entwickelten, während Familien mit Kindern so bald wie möglich in die Speckgürtel zogen, scheint zu Ende zu gehen. Der aktuelle Raumordnungsbericht des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung konstatiert: Metropolen wachsen nicht mehr, aber es gibt einen kontinuierlichen Bevölkerungszuwachs in westdeutschen Städten und Gemeinden. Die Abwanderung ins Umland, die Suburbanisierung, hat sich verlangsamt. Makler bestätigen, dass die Einfamilienhäuser am



Fotos: Grüntuch/Ernst Architekten (2), Ute Schmidt, Bildbüro

Stadtrand langfristig an Wert verlieren.

„Der Traum vom Eigenheim im Grünen steht nicht mehr ganz oben auf der Prioritäten-Liste“, bestätigt Stadtplaner Hasso Brühl vom Deutschen Institut für Urbanistik. Der Wegfall der Eigenheim-Zulage seit Jahresbeginn ist seiner Meinung nach hilfreich für die Zukunft. Eine Wohnungsbauförderung könne ja auch in den Innenstädten geschaffen werden. Brühl ist Autor der ersten Studie in Deutschland, die die Rückkehr des Wohnens in die Innenstadt als generellen Trend beschreibt. Fazit der Untersuchung: Menschen würden nicht ins Umland „flüchten“, wenn sie in der Stadt adäquaten Wohnraum fänden.

Offenbar fördert der grundsätzliche Wandel der Lebensbedingungen in den Städten diesen Prozess: „In den Großstädten ist es in den letzten Jahren wieder zu einem Anstieg an hoch qualifizierten Arbeitsplätzen gekommen, was dort zu einer vermehrten Nachfrage nach entsprechendem Wohnraum führte“, so Brühl.

Das Phänomen betrifft nicht nur die Arbeitswelt. Eine „neue Lust auf Stadt“ hat das B.A.T.-Freizeit-For-



schungsinstitut ausgemacht. „Weniger. Älter. Bunter. So sieht das Leben in der Stadt der Zukunft aus“, sagt Institutsleiter Horst W. Opatowski zu seiner repräsentativen Studie über das Leben in der Stadt der Zukunft. Das Resultat: „Fast drei Viertel der Bevölkerung schätzen die historischen Innenstädte als touristische Attraktion, finden an den gepflegten Grün- und Parkanlagen Gefallen und freuen sich über die gute Erreichbarkeit der Innenstadt mit öffentlichen Verkehrsmitteln.“

Doch der neue Trend beißt sich mit der Realität. Nicht jede Stadt hat einen historischen Stadtkern und ele-

Realisierte Utopie: 2007 wird der von den Architekten Grüntuch und Ernst entworfene Umbau eines Kaufhauses in der Innenstadt von Bremen (oben) fertig. Jetzt sieht es so aus (links). Grüntuch und Ernst gestalten bei der Architekturbiennale im September in Venedig den deutschen Beitrag.

Seit Juli 2005 läuft ein staatlich gefördertes Projekt des Forschungsprogramms Experimenteller Wohnungs- und Städtebau mit dem Titel „Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen“. Stadtplaner müssen allerdings auch das Phänomen des Schrumpfens einkalkulieren, das von der Kulturstiftung des Bundes seit drei Jahren untersucht und dokumentiert wird. Vor allem im Osten ist abzulesen: Immer mehr mittelgroße Industriestädte verlieren kontinuierlich an Bevölkerung.

Urbanistik-Experten denken in großen Zeitabschnitten. „Familien zurück in die Städte ist keine Utopie, aber momentan falsch“, sagt der Stadtforscher Gerhard O. Braun von der FU Berlin. Die Nachfrage nach qualifiziertem Wohnen in der City sei groß, aber das bedeute hohe Mieten. „In 5 bis 10 Jahren wird sich das ändern, aber momentan haben wir keine kindergerechte Infrastruktur in den Städten.“

Weitere Informationen zu wachsenden und schrumpfenden Städten und den vollständigen Wortlaut des Interviews mit Albert Speer finden Sie unter: www.handelsblatt.com/debatte

SECHS FRAGEN AN: ALBERT SPEER

„Nicht abreißen, sondern umbauen“

Die Städte schrumpfen, die Bevölkerung altert. Sinkt damit auch der Bedarf an Wohnraum in Deutschland?

Nein, die Lebenserwartung steigt kontinuierlich, ältere Menschen bleiben länger in ihren Wohnungen und Häusern, und gleichzeitig steigt quer durch die Gesellschaft der Anspruch auf mehr Wohnraum. Im Moment liegt der statistische Durchschnitt bei circa 35 Quadratmetern pro Kopf, es gibt Prognosen, die bis zu 50 Quadratmeter gehen. Das bedeutet, dass wir mehr Wohnraum brauchen.

Kann man das Phänomen geographisch festmachen?

Es gibt Wanderungsbewegungen, Landstriche, in denen immer weniger Menschen leben, und Boom-Regionen. Dazu gehören die Rhein-Main-Region und München, vielleicht auch Hamburg, wenn dort die Politik wirklich umgesetzt wird, eine wachsende Stadt sein zu wollen.

Wie sollen die Innenstädte denn attraktiver werden? Indem man die Bausünden der 70er-Jahre abreißt? Nein, Abriss ist keine Lösung, aber auch kein Tabu. Man muss intelligent mit der Bausubstanz umgehen, Stadt für Stadt individuelle Konzepte entwickeln. Große Dienstleistungsneubauten benötigen wir eigentlich

ALBERT SPEER

ist Architekt und Stadtplaner. Zurzeit realisiert er Projekte in China und Saudi-Arabien.



nicht mehr in Deutschland, sondern Umstrukturierungen von Büroflächen. Nicht abreißen, sondern umbauen, das ist ökonomisch und ökologisch besser.

Was ist die Aufgabe der Architekten und Stadtplaner?

Wir müssen in Zukunft mehr auf die Nutzer eingehen. Deren Ansprüche individualisieren sich stärker, als das in der Vergangenheit der Fall war. So müssen Wohnungen künftig altersge-

rechter und barrierefrei sein. Man kann im sozialen Wohnungsbau aus zwei Wohnungen eine machen, oder man kann generell die Zimmerstruktur ändern, zum Beispiel große Wohnküchen planen und Arbeitszimmer mit Computer-Arbeitsplatz. Die Rechnung geht auf: Wenn attraktive Wohnungen in der Stadt angeboten werden, sind sie sofort weg.

Was ist aus dem deutschen Traum vom Eigenheim geworden?

Die Einfamilienhäuser am Rande der Ballungsräume werden an Wert verlieren. Der Trend ist schon zu spüren. Zum Glück hat die extreme Eigenheim-Förderung aufgehört. Die Tendenz geht zu attraktiven, verdichteten, aber trotzdem familiengerechten Wohnformen. Auch in der Stadt

kann man etwas bauen, wo die Kinder im Garten spielen können.

Ist eine Wiederbelebung der Städte realistisch angesichts leerer Kassen in den Kommunen?

Ein Umdenken wird stattfinden. Es wird neue Organisationsstrukturen geben, öffentlich-private Finanzierungen. Dann wird eine City-Maut kommen. Die Einnahmen dienen dazu, Städte attraktiver zu machen. Ich glaube, dass die schrumpfenden Städte eine große Chance sind, weil die Stadt nicht mehr weiter nach außen wachsen muss. Diese Mittel und Energien kann man konzentrieren, um den Stadtkern oder Stadtteil-Zentren zu fördern.

Mit Albert Speer sprach Regina Krieger.

UNSERE THEMEN

MO ÖKONOMIE

DI ESSAY

MI GEISTESWISSENSCHAFTEN

DO NATURWISSENSCHAFTEN

FR LITERATUR

WORLD VIEW

ISRAEL

Haaretz Selbstkritik übt die Tageszeitung an der Berichterstattung in Israel über den Gesundheitszustand Ariel Scharons. Natürlich ist es wichtig für den Staat und die Öffentlichkeit, zu wissen, wie es um den Premierminister steht, heißt es im Leitartikel. Aber stündliche Bulletins im Fernsehen und Non-Stop-Analysen wie in den vergangenen Tagen seien einfach zu viel. Gelegentlich seien sie auch nicht exakt gewesen. In keinem anderen Land gebe es ein solches Phänomen wie in Israel. Die Medien und ihre Konsumenten sollten die Dosis reduzieren und Scharon seine Privatsphäre zurückgeben. Später müsse dann allerdings nach den jetzt entdeckten Löchern in den bestehenden Gesetzen gesucht werden, was die Übergabe der Macht betreffe. www.haaretz.com/hasen/spages/668213.html

USA

The New York Times

Aus Chicago berichtet Jodi Wilgoren von dem Trend, im Schaufenster seine politische Meinung kundzutun. „Stop Domestic Spying“, stoppt das Abhören von Privatgesprächen, steht in Großbuchstaben an einer Edel-Boutique. Die Geschäftsinhaber teilen nicht zum ersten Mal mit, wie sie politisch denken. Vor der US-Wahl 2004 dekorierte sie ihre Auslage mit einer irakischen Fahne, mit Kunstblut beschnittenen Schaufensterpuppen und dem Spruch „Vote World Peace“. Das Vorgehen der Geschäftsleute sei vergleichbar mit früheren Werbekampagnen für Mode gegen Aids, zum Beispiel von Benetton, erklärt ein Analyst. Kunden hätten sich nicht beklagt, so die Inhaber, der Umsatz sei sogar gestiegen. www.nytimes.com/2006/01/08/fashion/sundaystyles/08store.html

INDONESIEN

The Jakarta Post

Zu viele Kinder brechen ihre Schulausbildung ab, kritisiert die Jakarta Post. Im Gegensatz zu Nachbarländern wie Thailand, Malaysia und den Philippinen liege Indonesien weit zurück. 70 Prozent der 90 Millionen Arbeiter des Landes hätten nur Grundschulbildung oder seien Abbrecher. Insgesamt gebe es 15,5 Millionen Analphabeten. Eltern fehlt das Geld, ihre Kinder zur Schule zu schicken, schreibt Ridwan Max Sijabat. Rund 38 US-Dollar kostet allein die Grundschule im Jahr. Die Regierung müsse endlich das Verfassungs-Gebot umsetzen, nach der 20 Prozent des Haushalts in die Bildung investiert werden sollen. www.thejakartapost.com/detailnational.asp?fileid=20060109.C03&irc=2

Unterwegs gut beraten:

Das Handelsblatt-Gutscheinheft...

21 Handelsblatt-Gutscheine – überall einzulösen, wo es Zeitungen gibt: in Deutschland, Belgien, Luxemburg, Österreich, in Südtirol, der deutschsprachigen Schweiz, auf Mallorca, Menorca, Ibiza, Gran Canaria, Teneriffa und in Portugal.

Nutzen Sie Ihre Vorteile:

- Kein Verfallsdatum: Die Gültigkeitsdauer ist unbegrenzt.
- Bequeme und bargeldlose Einlösung an jeder Handelsblatt-Verkaufsstelle.
- Ersparnis im Inland: 14 % gegenüber dem Einzelkauf.

Sie sparen 14 % gegenüber dem Einzelkauf...



Ihr Dankeschön:

- Sie erhalten dieses hochwertige Lamy-Stift-Set



Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Handelsblatt Leser-Service

Bitte senden Sie diesen Coupon an:

Verlagsgruppe Handelsblatt, Vertrieb, Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf oder per Fax an 0800.000.2057. Sie können das Scheckheft auch per E-Mail bei shop@vhb.de bestellen. Service-Hotline bei Rückfragen: 0800.000.2056 (gebührenfrei). Bestellung über Internet: www.handelsblatt.com/gutschein

Ja, bitte senden Sie mir Handelsblatt-Gutscheinheft(e) mit je 21 Leser-Gutscheinen. Als Dankeschön erhalte ich das Lamy-Stift-Set.

- 21 Gutscheine zum Preis von € 32,50
- 21 Gutscheine zum Vorzugspreis von € 22,- für Studenten/Auszubildende (bitte entsprechende Bescheinigung beifügen)

Firma Privat

Name, Vorname _____

Firma (bitte nur bei Firmenanschrift angeben) _____

Beruf/Funktion/Abteilung _____

Straße, Nr. _____

PLZ, Ort _____

E-Mail _____

Telefon _____ Geburtsdatum _____

Zahlung per Bankinzug per Rechnung

Kontonummer _____

BLZ, Geldinstitut _____

Datum, Unterschrift _____

Ich bin damit einverstanden, dass mir die Verlagsgruppe Handelsblatt und deren Partnerfirmen Werbung zu interessanten Produkten per E-Mail oder Post zukommen lassen. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Teilen Sie uns dies ggf. schriftlich an die Anschrift Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf mit Beifügung des Werbemittels und Ihrer Adresse mit.