

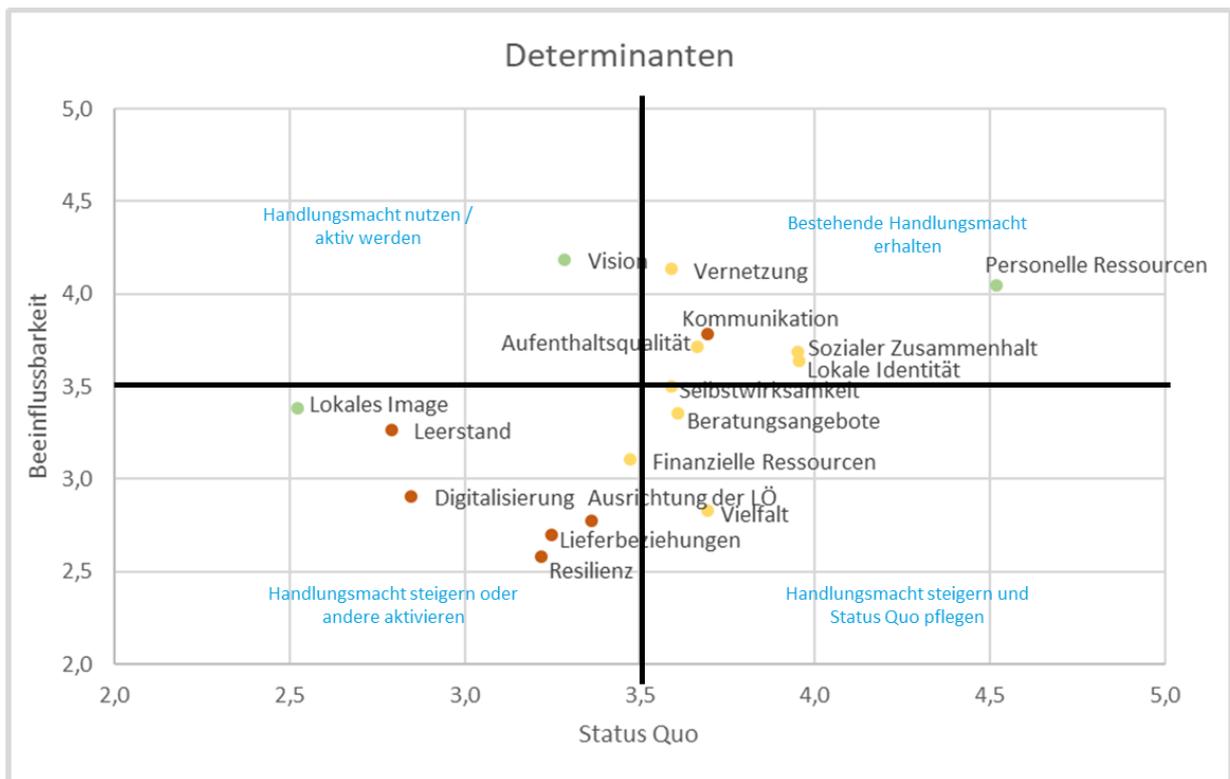


TransLOek: Gestaltungsansätze in der Lokalen Ökonomie und das Dilemma mit dem Quartiersimage

Newsletter Nr. 10/ Oktober 2022

Im Rahmen des achten Treffens des Kompetenzzentrums „Lokale Ökonomien am Niederrhein“ wurde am 4. Oktober 2022 diskutiert, wie Außen- und Binnenimage und andere Ansätze zur Gestaltung der Lokalen Ökonomie genutzt werden können, sodass sich das Quartier und die ansässigen Unternehmen positiv entwickeln.

Es gibt unterschiedlichste Theorien und Ideen in wissenschaftlichen und Akteur:innenkreisen, wie sich die Lokale Ökonomie aktiv beeinflussen und gestalten lässt. Hierfür relevante Faktoren wie das Vorhandensein einer Vision, sozialer Zusammenhalt, das Quartiersimage, Vernetzung usw. wurden im Rahmen der Transformationsforschung mithilfe einer Literaturanalyse sowie eigener Erkenntnisse aus den Fallstudienquartieren näher beleuchtet und daraus eine Systematik aus 17 Gestaltungsansätzen entwickelt. Mittels eines Fragebogens konnte diese Systematik in den drei Fallstudienquartieren erprobt werden. Die dortigen Akteure konnten zu jedem der 17 Gestaltungsansätze die Bedeutung für die Lokale Ökonomie (Relevanz), dessen aktuellen Ist-Zustand (Status Quo) sowie die Beeinflussbarkeit durch die jeweils befragte Organisation einschätzen. Abb. 1 (S. 2) zeigt die graphische Aufbereitung der Ergebnisse für alle drei Quartiere zusammen. Die hieran anknüpfende Diskussion der quartiersspezifischen Ergebnisse mit den jeweiligen lokalen Akteuren hat gezeigt, dass eine solche Darstellung eine sehr gute Grundlage für Gestaltungsprozesse sein kann, da alle Beteiligten sich strukturiert und zielgerichtet über die jeweilige Wahrnehmung und Handlungsoptionen austauschen können. Zusätzlich zu einer solchen Übersicht können die Ergebnisse auch für einzelne Gestaltungsansätze nach den Akteur:innen aufgeschlüsselt werden, sodass z.B. sichtbar wird, wie die Meinungen der Wirtschaftsförderung von der Meinung des Quartiersmanagements abweichen. Das Befragungsinstrument wird als Transfer-Produkt für den kommunalen Einsatz zum Ende des Projektes online zur Verfügung stehen.



Farbgebung anhand der Relevanz:

Grün: ≥ 5

Gelb: 4,8 – 4,9

Rot: $\leq 4,7$

Die Grafik zeigt, dass alle Einflussfaktoren, die im oberen linken Quadranten dargestellt sind einen schlechten Ist-Zustand aufweisen während sie aber als gut beeinflussbar eingeschätzt wurden. Oben-Rechts stehen diejenigen Einflussfaktoren, die beeinflussbar sind und schon jetzt positiv in dem entsprechenden Quartier bewertet werden. Unten-links sind entsprechend diejenigen Einflussfaktoren aufgeführt, die weder beeinflussbar noch positiv bewertet sind und bei denen somit besonders großer Bedarf besteht die Beeinflussbarkeit zu erhöhen oder weitere Akteure einzubinden, die bei diesem Einflussfaktor mehr Veränderung hervorrufen können. Im unteren rechten Quadranten stehen die Faktoren, die zwar von den befragten Personen nicht als beeinflussbar eingeschätzt werden, deren aktueller Zustand aber trotzdem positiv bewertet wird. Die Einschätzung der Relevanz der unterschiedlichen Einflussfaktoren ist durch die farbliche Markierung der einzelnen Punkte angegeben. Die besonders relevanten Einflussfaktoren sind somit das Lokale Image, die Vision und die personellen Ressourcen. Für das Lokale Image wurde festgestellt, dass es zwar als sehr relevant, aber mit schlechtem Ist-Zustand und geringer Beeinflussbarkeit bewertet wird. Das hieraus resultierende „Dilemma mit dem Quartiersimage“ bildete den Leitfaden der Diskussionen.

Die Studie „Images innenstadtnaher Wohnquartiere. Strategien zur Steuerung von Images als kooperative Aufgabe der Wohnungswirtschaft und Stadtentwicklung“ von Patricia Berndt und Prof. Dr. Heidi Sinning (2016) zeigt, dass das Quartiersimage durchaus gestaltbar ist, es sich allerdings hierbei um einen langwierigen Prozess handelt, der eines strategischen Vorgehens bedarf. Die Ansätze zur Imageverbesserung entstehen nach dieser Studie aus zwei Richtungen, die in gewisser Weise ein Henne-Ei Problem abbilden. An einem Ende des Spektrums steht der Versuch reale Verhältnisse zu ändern, zum Beispiel indem bauliche Strukturen aufgewertet oder soziale Einrichtungen geschaffen werden – immer mit der Hoffnung, dass sich dadurch auch die (fiktiven) Zuschreibungen zum Quartier verbessern. Den anderen Pol bildet der Versuch die wertenden Interpretationen, Zuschreibungen und Deutungen des Quartiers durch der Bewohner:innen zu verändern, um damit Aktivitäten und sichtbare Veränderungen anzustoßen. Beispiele hierfür sind Maßnahmen, die die Vorzüge des Quartiers betonen und ein Wir-Gefühl erzeugen wie positive Berichterstattung in den Medien, Plakataktionen, gemeinschaftsstiftende Events wie z.B. kleinere Straßenfeste. Konkrete Instrumente zur Ausgestaltung des Quartiersimage lassen sich in kommunikative, soziale und städtebaulich-planerische Ansätze gruppieren, wobei diese in der Regel nicht isoliert wirken, sondern in engen Wechselbeziehungen stehen.

Die Diskussionsrunde zu diesen beiden Studienergebnissen im Rahmen des Kompetenznetzwerk ergab, dass das Quartiersimage häufig als „Nebenwirkung“ bewertet wird und von sehr vielen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst wird. Als besonders hilfreich zur Imageverbesserung wurde die enge Zusammenarbeit der lokalen Akteure beschrieben, sowie die Verbesserung des gesamtstädtischen Images, welches dann auch positiv auf die einzelnen Quartiere ausstrahlt. Weiterhin wurde die Bedeutung einer gemeinsamen Vision betont, die umso wirksamer sei, je mehr sie gemeinsam mit den Menschen vor Ort entwickelt würde. Eine solche Vision kann identitätsstiftend sein und eine gemeinsame Zielsetzung beinhalten, die dann auch anerkannt wird. Als herausfordernd hierfür wurde eine sehr heterogene Bewohner:innenschaft beschrieben, die allerdings soziale Instrumente zur Stärkung der lokalen Identifikation und des Binnenimages als umso wichtiger erscheinen lässt. Zu klären ist, wer in diesen Prozessen relevante Sprecher:innen sind und wie alle Gruppen gleichermaßen Gehör bekommen können. Ambivalent diskutiert wurde die Notwendigkeit von großangelegten Maßnahmen (insbesondere zur Stärkung des Außenimages) und niedrigschwelligen, sehr kleinräumig auf die lokalen Bedürfnisse angepassten Aktivitäten - insbesondere zur Stärkung des Binnenimages. Letztere eignen sich für kleinteilige Beteiligungsformate und nehmen mögliche Begegnungsorte im öffentlichen Raum in den Blick.

Als praktisches Beispiel für die Gestaltung Lokaler Ökonomie und das damit verbundene Quartiersimage stellte Gabriela Dick vom Wirtschaftsbüro Hamm-Westen mit dem *Immobilientag „Hammer Heimwerk“* vor. Die Idee zu einem Immobilientag als stadtteilbezogene Messe entstand schon 2017 mit dem Ziel Impulse zur Wertsteigerung weiter zu geben. Die Aussteller:innen sind Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe aus dem Westen Hamms. Der Immobilientag richtet sich an private & gewerbliche Immobilieneigentümer:innen. Das Wirtschaftsbüro hat insbesondere die Koordination, Akquise und Planung übernommen. Aus diesem Immobilientag ist mittlerweile ein lebendiges Netzwerk von Immobilieneignern und lokalen Unternehmen/Handwerksbetrieben entstanden.

Frau Dick zufolge war die Verbesserung des Quartiersimages nicht Hauptanliegen des Netzwerks und des Immobilientags. Dadurch jedoch, dass etablierte Unternehmen aus dem Hammer Westen sich auf attraktive Weise und in einem attraktiven Umfeld präsentieren konnten, konnte eine positive Wirkung auf das Stadtteilimage erzielt werden, die wiederum zu einer positive(re)n Identifikation mit dem Quartier bei Bewohner: innen, Unternehmen und Immobilieneignern führte.

Die vollständige Präsentation des Kompetenznetzwerktreffen ist unter: <https://www.hs-niederrhein.de/transloek/#c246083> zu finden. Weitere Informationen zum Hammer Heimwerk finden Sie unter: www.hammerheimwerk.de.



Ansprechpartner:in

Dr. Ann Marie Krewer
Projektleiterin

Tel. Nummer: +49 (0) 2161 / 186 - 6250
E-Mail: transloek@hs-niederrhein.de

Prof. Dr. Rüdiger Hamm
Projektleiter

Tel. Nummer: +49 (0) 2161 / 186 - 6411
E-Mail: transloek@hs-niederrhein.de