

Stadt 2: Interface im Face-to-Face''

Verwaltet die Stadt lediglich physische Körper, deren menschliche Kommunikationsnotwendigkeit vordringlich in den computervermittelten Medien zu organisieren ist? Fragmentiert die ökonomische Logik des Marktes den städtischen Raum, den wir mittels Medien wieder zu einer individualisierten Stadt rekombinieren? Lebt jeder bald gemeinsam allein in seiner Traumstadt?

1. Europäische Städte sind eine Ware.

Europäische Städte sind eine Ware. Auf dem globalen Markt stehen sie untereinander im Wettbewerb. Sie buhlen mit allen Mitteln darum, von welchen Individuen sie sich zu höchsten Preisen konsumieren lassen möchten. Die Übernachtungen von Touristen in Wien haben sich in den Jahren von 1995 bis 2013 auf 12,72 Millionen pro Jahr fast verdoppelt. In Köln haben sich die Übernachtungen mit 4,9 Millionen im Jahr 2012 seit dem Jahr 2002 fast verdreifacht.

Der Markenwert einer Stadt lässt sich in Euro berechnen. Ihr Image hat einen Wert, der sich sowohl für Unternehmen als auch Individuen monetär auszahlt. Ein Soziologe aus einer Kleinstadt ist z.B. monetär eher niedriger zu bemessen als einer aus New York. Ich komme aus Hamburg ;-). Obgleich vermutlich in Europa noch keine ganze Stadt insgesamt verkauft wurde, so werden selbstverständlich Teile in Form von Gebäuden und Grundstücken gehandelt. **Die Kommodifizierung, d.h. Vermarktung, aller Teile einer Stadt war vielen bisher selbstverständlich.** Zwar gab es ab den 1960er Jahren in Europa einige Hausbesetzungen, um darauf hinzuweisen, dass die ganze Stadt möglicherweise auch allen Bewohnern gehören könnte, aber die staatlichen Regelungen der Besitzverhältnisse wurden auch von diesen Kritikern langfristig für das eigene Wohlbefinden anerkannt. Diese Anerkennung von Besitz unterstreichen die Bürgerinitiativen „Recht auf Stadt“, indem sie die Rechte verändern möchte, um verständlicherweise am zu verteilenden Besitz im Sinne des Gemeinwohls zu partizipieren. **Im Jahr 2013 lag die Wohneigentumsquote in Deutschland bei 52,6 %, in Österreich bei 57,3 % und in den Niederlanden bei 67,4 %. Allerdings lag beispielsweise die Wohneigentumsquote in den Großstädten deutlich niedriger: In Hamburg bei nur 23 %, in Köln bei 24 % und in Berlin bei nur 15% im Jahr 2012.** Offensichtlich wohnen in deutschen Städten oftmals Mieter. Diese Verteilung könnte für die Stadtplanung auch Vorteile haben, sofern die Eigentümerstruktur viele Genossenschaften und städtische Träger beinhaltet. Die Frage „Wer wohnt in der Stadt und wem gehört sie?“ beantwortete sich in den letzten 2000 Jahren - soweit ich sehe – in unterschiedlichen Gewichtungen eher auf vergleichbare Weise.

2. Eine ausnahmslos monetarisierte Stadt zerstört ihre sozialen Systeme komplett.

Selbstverständlich könnte allen klar sein, dass Stadtbewohner je eher unglücklich werden, desto mehr die Stadt nur wenigen gehört und desto weiter sich die Gesellschaft von einem hohen Bruttonationalglück, d.h. grob die durchschnittliche Summe alle individuellen Glücksempfindungen, entfernt. Glück als soziales System hat bisher noch keine Gesellschaft stabilisieren können und deshalb haben wir dafür bisher keine gesellschaftliche Institution, die Unglück selektiv ausgrenzt und auf Glücksgleichverteilung achtet. Immerhin hat Bhutan schon einen Glücksminister. Als das anhaltende Glück konnte die Liebe als auch die Ehe ihre Funktion gesellschaftlich nicht ausdifferenzieren. Selbst Drogen haben hinsichtlich dauerhafter Glückserwartungen versagt. Menschliches Glück scheint etwas Temporäres zu sein, bei dem es – wie bei der Liebe – gut ist, wenn alle gleich oft einmal dran kommen. Die Liebe ist ein gutes Beispiel dafür, dass viele Menschen in unserem Kulturkreis wissen, sie würde nicht glücklich machen, wenn sie ganz und gar käuflich oder vermarktungsfähig sei. **Ich möchte daher fragen, ob es nicht auch für die Stadt vergleichbar notwendig ist, wenn Menschen in unverkäuflichen Bereichen kostenfrei partizipieren dürfen, weil sie sonst nicht auch ab und zu Glück erfahren?** Wenn die Stadt allerdings vollständig mit allen ihren sozialen Beziehungen, ihrer Kultur, ihren Identitäten und ihren Liebesverhältnissen als Ware auf transnationalen Märkten bewirtschaftet wird, wäre es wahrscheinlich, dass sie ihr Glücksversprechen auf eine Weise episodisch vortäuscht wie es bei komplett käuflicher Liebe der Fall wäre.

3. Eine ausnahmslos monetarisierte Stadt zerstört ihre sozialen Systeme. Eine solche Stadt würde sich noch gekünstelter aufspielen als beispielsweise der touristische Teil von Las Vegas, wo allenfalls Spielsüchtige ihr Glück finden.

4. Google Earth und Google Maps zeigen die ökonomisch motivierte Nachverdichtung eines Wertschöpfungsinteresses, das mit der Ansichtskarte massenhafter Stadtdarstellungen begann.

Die eingangs benannten, alten Vermarktungsinteressen einer Stadt bleiben selbstverständlich in naher Zukunft bestehen. Ebenfalls ändern sich die Besitzverhältnisse zukünftig allenfalls im Rahmen geltenden Rechts bzw. demokratischer Politik. Auffällig ist jedoch, dass zu den traditionellen Wertschöpfungen einer Stadt neue Wertschöpfungspotenziale hinzukommen, mit denen bisher erst wenige richtig kalkulieren. **Selbst die Besitzenden einer Stadt wunderten sich, dass die Fassade ihrer Häuser, ihre Gärten als auch „ihre“ Straßen mittels Google Earth und Google Maps zum Gegenstand eines Wertschöpfungsinteresses gemacht wurden, mit dem sie nicht rechneten und an dem sie auch meist nicht monetär partizipierten.** Zweifellos können es sich die Vermögenden als auch die Städte leisten, dass ihre Immobilien von einem transnational tätigen Unternehmen mittels digitaler Medien bewirtschaftet werden. Schließlich wurde der mittels Fotokameras

zugängliche Raum einer Stadt auch schon mit einer Ansichtspostkarte bewirtschaftet und damit zu einer Ware verfertigt. **Die komplette, bildhafte Darstellung einer Stadt ist demnach eine ökonomisch motivierte Nachverdichtung eines Wertschöpfungsinteresses, welches mit einer gedruckten Postkarte bisher nicht durchzuführen war.** Insofern ließen sich auch die vielen städtischen Überwachungskameras sowie die personalisierte Gesichtserkennung von Passanten als eine Nachverdichtung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung verstehen, da jetzt „intelligente“ Medien eventuell mehr Unregelmäßigkeiten im öffentlichen Leben erkennen können und sollen als Menschen vor Ort.

5: Fast alle Fähigkeiten und Besitztümer eines Stadtbewohners erhalten mittels der mediatisierten Nachverdichtung einen computerunterstützten Markt.

Als Nachverdichtung eines unternehmerischen Wertschöpfungsinteresses möchte ich es auch bewerten, wenn nun beispielsweise Facebook die sozialen Vernetzungsstrukturen der Stadtbewohner bewirtschaftet, weil diese mitunter häufiger in den Social Media voneinander lesen als sich Face-to-Face im städtischen Raum zu treffen.

Selbstverständlich verdienen Unternehmen auch daran, wie eine Stadt, ein Gebäude, ein Restaurant oder ein Mensch öffentlich „gerated“ wird und ob man den Ort oder den Menschen dann nochmals wieder sehen möchte. Die traditionelle Bewirtschaftung einer Stadt vermarktete vermehrt Immobilien und territoriale Kontexte. **Die mediatisierte Bewirtschaftung einer Stadt vermarktet indessen zunehmend die Mobilität in physischen, räumlichen, sozialen und kulturellen Kontexten.** Insbesondere ehemals unverkäufliche Bereiche des sozialen und kulturellen Lebens, wie beispielsweise fotografische Ansichten, Ankündigungen, Freundschaft, Gastfreundschaft, Nachbarschaft, freundliche Hinweise, Insidertipps, Hilfsbereitschaft, Orientierung oder Liebe werden infolge der Mediatisierung einer Stadt zu Marktplätzen. Auf diesen mediatisierten Marktplätzen einer Stadt kann nun jeder, selbst wenn er fast nichts besitzt, seine Orientierung, seine Freundschaft, sein Bett, seine Kochkünste, seine Familie, seine Freunde und seinen kulinarischen, künstlerischen oder musikalischen Geschmack an den Meistbietenden für Stunden oder Tage verkaufen. **Fast alle Fähigkeiten und Besitztümer eines Stadtbewohners erhalten mittels der mediatisierten Nachverdichtung einen computerunterstützten Markt.** Und erstaunlich ist, dass diese mediatisierten Marktplätze in einer Stadt weder dieser selbst noch den wenigsten Besitzenden vor Ort gehören, sondern dass sie transnational tätigen Aktienunternehmen irgendwo in dieser Welt gehören. Aber ohne diese mediatisierten Märkte hätte eben auch niemand seine Freunde, seine Familie, seine Liebe, seine Kochkünste und seinen Geschmack verkaufen können. **Ungewohnt wäre es, wenn eventuell zukünftig niemand mehr Freunde, Familie, Liebe, Glück, Gastfreundschaft, Kochkünste und den Geschmack von anderen kostenfrei erhält, sondern deren Wert in einer Geldwährung bemisst.**

6. Fragmentiert die ökonomische Logik des Marktes den städtischen Raum, den wir mittels Medien wieder zu einer individualisierten Stadt rekombinieren?

Eventuell ist es ja unerheblich, wenn der monetäre Gewinn der Wertschöpfung durch Kommunikation nicht mehr der Stadt und auch nicht den Bewohnern gehört, sondern transnationalen Aktiengesellschaften. **Ich möchte lieber danach fragen, ob die Stadt lediglich physische Körper verwaltet, deren menschliche Kommunikationsnotwendigkeit vordringlich in den computervermittelten Medien zu organisieren ist? Fragmentiert die ökonomische Logik des Marktes den städtischen Raum, den wir mittels Medien wieder zu einer individualisierten Stadt rekombinieren? Lebt jeder bald gemeinsam allein in seiner mediatisierten Traumstadt?** Diesen drei Fragen möchte ich nachgehen. Zuvor möchte ich daran erinnern, welche Funktion die Stadt in soziologischer Perspektive bisher erfüllte.

7. Die Stadt gibt ihr ökonomisches, politisches und kulturelles Machtzentrum an transkulturelle Medienmonopole zunehmend ab.

In historischer Perspektive gilt die Stadt als ein ökonomisches, politisches und kulturelles Machtzentrum. Sie privilegierte ihre Bürger, die ihre (militärische) Überlegenheit nutzten, um die Peripherie zu dominieren und sich deren Produkte anzueignen. Ohne Frage verfügen die Metropolen noch über eine ökonomische, politische und kulturelle Machtstruktur. Die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft steigerte ihren Umsatz in den letzten 5 Jahren sogar. Diese Steigerung hatte sie allerdings wesentlich der Software- und Game-Industrie zu verdanken. Hinsichtlich der politischen Machtausübung geht die Wahlbeteiligung seit Beginn der 1970er Jahre in Deutschland zurück. Eine Tendenz zur Entdemokratisierung zeigt sich auch in der Krise der Zeitungen, die von den Medienformaten der Public Relations vielfältiger Unternehmen überholt werden. **Ebenfalls verlieren die Kirchen ihr Publikum. Schau ich auf diese drei Entwicklungen, dann geht mit der Durchdringung des städtischen Raumes mittels computerunterstützter Medien einer Deligitimation und Erosion der Orientierungsansprüche einher, die einst die Politik mittels Stadtverwaltung, die Religion mittels Kirchen, die Ökonomie mittels Marktplätzen etablieren konnte.** Die Vertrauenskrise gegenüber den etablierten Institutionen erzeugt ein Machtvakuum, welches kommerzielle Medienplattformen zunehmend ausfüllen. Die Besucherfrequenz als auch die Flächenproduktivität des Einzelhandels reduziert sich kontinuierlich. Marktplätze sowie die Zentrierung handwerklicher Fähigkeiten befinden sich weniger im städtischen sondern öfter in mediatisierten Handelszentren. War die Stadt im historischen Rückblick noch dafür da, Heiligtümer zu bewahren und zu besuchen, so haben selbst Konsumtempel momentan keine wachsende Chance auf mehr Flaneure. Publikumsmagnete bleiben die computerunterstützten Medien, in denen sich die Bewirtschaftungs- und Orientierungsstruktur einer Stadt organisiert. Da stimmt es zuversichtlich, dass Bürger weiterhin ins Theater und zunehmend ins Restaurant gehen, wie an den steigenden Umsätzen der letzten Jahren abzulesen ist.

8: In der mediatisierten Stadt „urbo kune“ lebt jeder bald gemeinsam allein in seiner fiktiven Traumstadt.

In der Stadt treffen Menschen immer seltener jemanden, in den sie sich verlieben mögen. Sie finden jemanden zielsicherer im Datingportal. Acht Millionen Deutsche sollen sich im Jahr 2013 in einer Online-Dating-Börse registriert haben. Auch die Politik, ein Flugblatt z.B., ist in der Stadt seltener geworden. Die Kirchen sind leer. Die Geschäfte machen zu und die Kaufhäuser schließen. Die Stadt ist voller Menschen, aber sie sprechen eventuell nicht viel miteinander, außer sie werden dafür bezahlt. Die deutschen Stadtbewohner atomisieren sich in immer mehr Einpersonenhaushalten, wo die Hälfte von ihnen mit einem Einkommen von unter 1500 Euro auskommt. Mittlerweile nehmen Einpersonenhaushalte einen Anteil von 40 Prozent der fast 40 Millionen Haushalte in Deutschland ein – in Hamburg sind es fast 50 Prozent. Zwar gibt es beispielsweise in Hamburg immer mehr Autos, aber sie werden stets weniger bewegt. Ruhender Verkehr nennt sich dies. Das Zeitbudget der audiovisuellen Mediennutzung pro Kopf in Deutschland beträgt 8,1 Stunden. **Die geistige Abwesenheit in den Medien bei körperlicher Anwesenheit im städtischen Raum befördert eine Stadt, in der sich Menschen an mediatisierten Sinnprovinzen und immer weniger aneinander orientieren.** Die unsichtbare Hand des freien Marktes und des politischen Willens fragmentiert den städtischen Raum, den Bewohner mittels Medien wieder zu einer individualisierten Stadt zusammensetzen. Die gemeinsame Stadt, die urbo kune, fügt sich mittels computerunterstützter Medien zu sozial vernetzten Sinnprovinzen im städtischen Raum zusammen. In den Social Media finden Stadtbewohner zukünftig ihre Einkaufsmeile, ihre Bank, ihren Onlinearzt sowie ihre Lieblingsnachbarn sowie netten Besuch, der eine vorzeigbare Ratinggeschichte vorweisen kann, also nachprüfbar vertrauenswürdig ist. **In der mediatisierten Stadt „urbo kune“ lebt jeder bald gemeinsam allein in seiner fiktiven Traumstadt.** Alle Sozialkontakte wurden hinsichtlich ihres sozialen, ökonomischen oder kulturellen Kapitals optimiert und entsprechend zusammengeklickt. Im Bereich des gesellschaftlich erwünschten Optimums scheint alles zu stimmen, bloß das Glück eventuell nicht so richtig. Auf diese mediatisierte Weise tradiert sich die Geschichte der Stadt. Seit langem war sie das von Gott und der Erde Entfremdete, das Eigenständige, wo der Stadtbewohner mittels seiner Kultur zum Schöpfer seiner eigenen, jetzt mediatisierten Welt wurde (vgl. Schäfers, Stadtsoziologie, 2010). Zukünftig fließt mediatisiertes und städtisches Leben zusammen: In beiden Lebensweisen spiegeln sich Individuen fast ausschließlich in dem von ihnen selbst Hergestelltem.

9: Ohne die immer wieder problematische Utopie lässt sich formulieren, auf welche Herausforderungen die Stadt in der Gegenwart reagieren soll.

Die Utopie der Stadt organisiert ein Problem, da sie ihre eigene Unerreichbarkeit und damit eine Blockade formuliert. Angenommen, die jeweilig aktuelle Gesellschaft ist die Lösung ihres Problems, dann kann jedes Problem im Sinne einer gesellschaftlichen Herausforderung verstanden werden. **Ohne die immer wieder problematische Utopie lässt sich formulieren, auf welche Herausforderungen die Stadt in der Gegenwart reagieren soll.**

Die Frage „Was soll ich tun“ gehörte nach Kant zu den ethischen Fragen? Sofern keine Institution der Gesellschaft das gute von dem schlechten Leben unterscheiden kann, überlassen wir es momentan der Ökonomie, auf die Frage zu antworten: Wie wollen wir in der Stadt leben? Das soziale System „Wirtschaft“ hat beschlossen, dass das reiche Leben das gute Leben ist. Die Utopie wäre dann, ein noch reicheres Leben. Die Ökonomie hat bemerkt, dass sie sich selbst ihr überlebensnotwendiges Wasser abgräbt, wenn sie die sozialen Systeme der Politik, der Kunst, der Wahrheit, der Spiritualität, der Liebe, des Rechts und des Guten ganz und gar dominieren würde. Ob die gegenwärtig momentan unterlegenen Sozialsysteme eine bessere Entscheidungsgrundlage für die zukünftige Stadt bieten, ist keinesfalls sicher.

10: Steigerungslogiken der Sozialsysteme

In der pauschalen Beobachtung folgen alle sozialen Systeme eine Steigerungslogik des Reichtums:

Der Reichtum der Politik wäre beispielsweise eine stärkere Macht oder größere Mehrheit für etwas.

Der Reichtum der Kunst besteht in der noch schöneren Irritation.

Der Reichtum der Spiritualität bemüht sich um die vermehrte Erleuchtung oder Erlösung.

Der Reichtum der Rechts strebt die wahre Gerechtigkeit an.

Der Reichtum der Ethik ist das richtigere, gute Leben.

Der Reichtum der Wissenschaft zeigt die neuere „Wahrheit“ auf, um die Gestrige zu überholen.

Der Reichtum der Liebe ist beglückendere Irrationalität, vielleicht sogar mehr Sex und noch mehr Kinder.

Zum Reichtum der Gemeinschaft gehört mehr Sozialstress, mehr Verregelung und Normierung. Hinsichtlich der Social Media heißt dies Oversharing.

11: Die Steigerungslogik des Glücks müsste zukünftig sein, das weniger in den neun anderen Sozialsystemen als ein mehr an Glück wahrgenommen wird.

Die Steigerungslogik in den neun genannten sozialen Systemen führt keineswegs zu einer besseren Stadt oder besseren Gemeinwohlökonomie. Diese neun sozialen Systeme nehmen viele gesellschaftliche Herausforderungen auf brauchbare Weise an, aber ihre Steigerung verspricht eine gesteigerte Anstrengung. Mir scheint, dass allein das noch zu erarbeitende soziale System „Glück“ mit dem Reichtumsversprechen einer Gleichverteilung des Gemeinwohls wegweisend für die Stadt der Zukunft ist. Die Steigerungslogik des Glücks müsste es dann zukünftig sein, das weniger in den neun anderen Sozialsystemen als ein mehr an Glück wahrgenommen wird. Dies klingt pathetisch, aber es scheint mir naheliegend, um Probleme als gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen. Im „World Happiness Report 2015“ der Uno liegt Deutschland im Vergleich mit 158 Ländern – wie schon im Vorjahr - auf Platz 26. Vor allem deutsche Medien beschreiben diese Platzierung als unglücklich ☹. World [Happiness Report 2015: <http://worldhappiness.report>]

urbo kune - stadt mit, oder ohne agora?

Andreas Schelske arbeitet als Berater und Trendforscher in seinem Unternehmen 4communication: www.SozilogischeBeratung.de. Kommunikationswissenschaft und Public Relations lehrt Prof. Dr. Schelske als Soziologe und Semiotiker seit dem Jahr 2008 im Studiengang Medienwirtschaft und Journalismus an der Jade Hochschule. Zahlreiche Publikationen erschienen zu den Themen: Bildsemiotik, Schwarmintelligenz, Vertrauen, Soziologie vernetzter Medien und Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung.