

Stadt und (Jugend-)Kultur: Jugendliche als Zielgruppe und Akteure städtischen Wandels

Tebbich, Heide

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Tebbich, H. (2002). Stadt und (Jugend-)Kultur: Jugendliche als Zielgruppe und Akteure städtischen Wandels. *SWS-Rundschau*, 42(1), 19-27. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-165647>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Stadt und (Jugend-) Kultur

Jugendliche als Zielgruppe und Akteure städtischen Wandels

Heide Tebbich (Wien)

Im Zuge der sozialen Aufwertung innenstadtnaher Wohngebiete und Konsumzonen in europäischen und US-amerikanischen Städten in den letzten beiden Jahrzehnten werden städtische Konsum-, Freizeit- und Kulturangebote zunehmend auch auf ein jugendliches und jung-erwachsenes Publikum hin ausgerichtet. Jugendliche profitieren also in gewisser Hinsicht von gegenwärtigen Prozessen städtischen Wandels. Die (Wieder-) Eroberung und Belebung von öffentlichem Raum durch Jugendliche erfolgt aber auch durch jugendkulturelle Präsenz in den Straßen (z.B. durch Streetpartys) oder Straßensport (Inline Skaten, Skate Boarden, Street Basketball).

Eine negative Konsequenz der kulturellen und ökonomischen Aufwertung von Stadtgebieten bzw. ihrer kulturellen Ausrichtung auf ein junges Publikum ist jedoch, dass einkommensschwächere StadtbewohnerInnen sowohl aufgrund steigender Mietpreise in den Innenstadtgebieten als auch kulturell an den Stadtrand verdrängt werden. Vor allem künstlerische Avantgarde, Kulturindustrie und Jugendkultur spielen in diesen Verdrängungsprozessen nicht selten sogar eine Pionierfunktion. Zunehmend ausgeschlossen werden aber auch unerwünschte Gruppen wie Obdachlose, Bettler oder marginalisierte/unangepasste Jugendliche, die dem Klischee der sauberen und sicheren Stadt widersprechen.

1. Einleitung

Seit Mitte der 80er-Jahre lässt sich in US-amerikanischen und westeuropäischen Städten ein neuer Urbanisierungsschub erkennen. Die in den 60er- und 70er-Jahren vernachlässigten Innenstädte werden im Zuge der zunehmenden Konkurrenz von Städten und Stadtregionen revitalisiert und aufgewertet, indem sie auf kaufkräftige BesucherInnen und StadtbewohnerInnen hin ausgerichtet werden (Dangschat 1996). Ziel ist es, einkommensstärkere Bevölkerungsgruppen sowohl als BewohnerInnen als auch als KundInnen zurück in die Stadtzentren zu holen. Konsum wird im Zuge dessen (wieder) mit dem Reiz des Urbanen verknüpft. Mitunter wird sogar versucht, künstlich eine urbane Atmosphäre herzustellen, denn Urbanität wird (paradoxaerweise) selbst in Shopping Centers vorgespiegelt: In ihnen wird Urbanität nach einem um 1900 üblichen Stadtbild simuliert und inszeniert. Passagen als Stilmittel, Symmetrie- und Achsenbildungen sowie zentrierende Plätze mit Begegnungs- und Erholungsfunktionen versuchen, diese Form der städtischen Architektur und das entsprechende Lebensgefühl nachzuempfinden (Hoffmann-Axthelm 1995, 64). Das Comeback der Städte manifestiert sich aber auch in der „Festivalisierung“ von Stadtkultur, die – etwa in Wien – in ihrer Bandbreite vom City-Marathon über den „Silversterpfad“ bis zum Snowboard-Event vor dem Riesenrad reicht.

Welche Konsequenzen hat diese Wiederbelebung, Aufwertung und Kommerzialisierung von Stadtgebieten für Jugendliche? Welche Rolle spielen sie in diesen Pro-

zessen, inwiefern sind sie davon betroffen? Sowohl in der Sozialwissenschaft als auch in (sozial-) pädagogischen Diskursen zeigen sich Tendenzen, Jugendliche einseitig als eine im öffentlichen städtischen Raum benachteiligte Gruppe (mangelnde Freiräume, fehlende Treffpunkte, unerwünschte Gruppe, ...) darzustellen. Anhand von Beispielen aus Wien, New York und Berlin soll im Folgenden gezeigt werden, dass die Rolle und Betroffenheit von Jugendlichen differenzierter betrachtet werden muss. Jugendliche gewinnen einerseits neue Räume bzw. eignen sie sich diese an, wenngleich mitunter auf Kosten anderer sozialer Gruppen. Andererseits sind auch Jugendliche selbst von Ausschluss- und sozialen Verdrängungsprozessen betroffen.

2. Jugend als Zielgruppe städtischen Wandels

Einerseits scheinen Jugendliche als soziale Gruppe von der Wiedergeburt der Innenstädte zu profitieren. Denn die soziale Aufwertung von innerstädtischen Zonen erfolgt u.a. durch die Ansiedlung von Kultur-, Konsum- und Freizeitangeboten. Neben der gehobenen Mittelschicht ist zunehmend ein jugendliches und jung-erwachsenes Publikum (also die ca. 12- bis 25-Jährigen) die Zielgruppe. Die boomenden Urban Entertainment Centers etwa, die eine Synthese von Shopping und Unterhaltung bieten, richten sich, vor allem wenn sie ihren „Anker“ in Multiplex-Kinos, Virtual Reality Centers, Internet Cafés oder elektronischen Spielhallen haben, an ein junges Publikum. Wie eine Analyse von BesucherInnenstrukturen von Erlebniseinkaufs-Centers zeigt, interessieren und besuchen Jugendliche Entertainment-Anlagen signifikant häufiger als Erwachsene (Opaschowski 1998, 47). Nicht zuletzt bringt auch die Festivalisierung von Stadtkultur neue und attraktive Angebote im Bereich von (Fun-) Sport und (Pop-) Musik.

Aber auch die traditionellen städtischen Einkaufsmeilen ändern ihr Image mit der Ausrichtung auf Jugendliche. Gut veranschaulichen lässt sich dies an der Umgestaltung der inneren Mariahilfer Straße in Wien. Im Zuge des Baus einer neuen U-Bahnlinie Anfang der 90er-Jahre wurde auch die Oberfläche der Straße neu gestaltet. Die Gehsteige wurden wesentlich verbreitert, die Straße mit neuem einheitlichen Straßemobiliar und Alleebäumen ausgestattet und der Autoverkehr im Vergleich zu früher stark eingeschränkt. Seit dieser Neugestaltung und der Eröffnung der U-Bahn-Linie 3 hat sich der Einkaufsboulevard von seiner Wirtschafts- und Imagekrise in den 80er-Jahren erholt. Es haben sich seither zunehmend Geschäfte und internationale Ketten angesiedelt, die sich in ihrem Angebot in erster Linie an ein jugendliches Publikum wenden. Auch wenn sich zwischen Geschäften wie „Virgin Megastore“, „H&M“ oder „Mango“ und „Footlocker“ noch Residuen wie „Herrenausstatter Gaggl“, „Gibbian Handschuhe“ oder kleine Schmuckgeschäfte finden, die in ihrer Ästhetik und Gestaltung von Fassade und Auslage den 50er- und 60er-Jahren verhaftet sind, so ist die „Verjugendlichung“ der traditionsreichen Einkaufsstraße nicht zu übersehen. Jugendliche finden hier die notwendigen Konsumgüter für die Teilhabe an jugendkulturellen Mainstream-Szenen, wie z.B. Rave- oder HipHop-Kultur. Die Geschäfte dominieren mit ihren jugendkulturell codierten Symbolen und Zeichen, wie etwa den McDonalds-,

H&M-, oder Virgin-Megastore-Logos via Auslagen und Beschilderung die Szenerie. Auch die Musik in den Geschäften, die bisweilen bis auf die Straße zu hören ist, ist Teil dieser symbolischen und ein jugendliches Publikum ansprechenden Inszenierung. Im Jahr 2001 eröffnete ein „GameWorks“-Spielcenter auf der Mariahilfer Straße und bildet einen weiteren Mosaikstein im Shopper-Entertainment-Angebot der Straße für junge Leute: GameWorks steht für eine Kette von Erlebnis-Centers für Jugendliche, die im Franchise-System betrieben wird. Es handelt sich um eine Entertainment-Marke, die aus der Kooperation von Universal Studios, Dream Works (Steven Spielbergs Animations-Entwicklungsstudio) und Sega Enterprises hervorgegangen ist. Auf drei Etagen – unterteilt in die Bereiche „Action“, „Racing“ und „Sport“ – finden sich 120 Spielgeräte, von der Autorenn- über die Angelsimulation bis zu klassischen Tischfußballgeräten.

Jugendliche werden also als KonsumentInnen umworben bzw. eingeladen und gewinnen damit auch neue städtische Räume, Konsum- und Freizeitangebote. Nicht zu leugnen ist, dass diese Räume und Angebote im Interesse privatwirtschaftlicher Unternehmen stehen, deren Ziel Profit ist. Der Einwand, dass Jugendliche ja lediglich in ihrer Rolle als passive und manipulierte KonsumentInnen adressiert werden, vernachlässigt die soziale Bedeutung und Komplexität von Konsumprozessen: Die Produktion von Identität und sozialer Unterscheidungsmerkmalen erfolgt heute zu einem wesentlichen Teil über ästhetische Mittel – mittels Selbstinszenierung über konsumierte Produkte und Kulturproduktionen. Weil traditionelle identitätsstiftende soziale Formationen wie politische Parteien, Kirchen oder soziale Klassen zunehmend an Bedeutung verloren haben, wird die Zugehörigkeit zu expressiven Lebensstilen (Schulze 1993) als zentraler kollektiver Bezugsrahmen wesentlich über den Konsum bestimmter Produkte und Kulturgüter, wie etwa Musik, hergestellt. Wie Bourdieu es formuliert, sind Konsum und Freizeitverhalten symbolisches Kapital, mit dem die Individuen ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Schicht ausweisen (Bourdieu 1982).

3. Jugendliche als Akteure städtischen Wandels

Die Rückeroberung und Neubelebung der Stadt erfolgt nicht zuletzt durch jugendkulturelle Präsenz im öffentlichen Raum. Vor allem die Rave-Kultur und allen voran die Love Parade in Berlin und ihre Nachfolgerinnen in vielen anderen Städten geben Zeugnis davon. Diese jugendkulturellen Formen der Aneignung von öffentlichem Raum galten bis vor kurzem als hedonistischer Ausdruck der jungen Spaßgesellschaft. In Wien haben sich aber spätestens seit dem Regierungswechsel von der SPÖ/ÖVP- zur ÖVP/FPÖ-Koalition im Jahr 2000 Teile der Clubszene politisiert. So hatte sich die etwa die politische Plattform Volkstanz.net gebildet, die sich als Teil der Bewegung gegen „Schwarz-Blau“ versteht und sich vor allem gegen Rassismus und Nationalismus wendet, aber auch für die Eroberung öffentlicher Räume für jugendkulturelle Artikulation und selbstverwaltete Kulturproduktion eintritt (Weinzierl 2000, 20). Es handelt sich dabei um eine lose Allianz aus DJs, Netz- und VideokünstlerInnen sowie politisierten Teilen der Dancefloor-Szene. Mit dem Medium der

politischen „Streetparty“ entdeckten sie die Stadt neu als politischen Raum für sich: Monatlang mieteten die AktivistInnen jeden Samstag einen mobilen Lastwagen und ein mobiles Soundsystem. Sie mobilisierten Menschen hauptsächlich via Internet und Flyer und starteten eine politische Streetparty, die meist am Heldenplatz stattfand oder durch die Innenstadt-Shopping Zonen führte. Ob Party und/oder Protest: die Straßen der Stadt werden wenigstens für ein paar Stunden dem motorisierten Individualverkehr entzogen und zur Bühne jugendkulturellen Lifestyles und/oder politischer Artikulation.

Die Aneignung des Stadtraumes durch Jugendliche ist in den letzten Jahrzehnten auch über Fun- und Trendsportarten erfolgt. Jugendliche haben damit die für Bewegungs- und Körperkultur in der Stadt vorgesehenen angestammten Sporträume (Sportplätze, Schwimmbäder) verlassen und die Öffentlichkeit urbaner Zentren als Handlungsfeld entdeckt. Mit ihren diversen Betätigungen (Inline Skaten, Skate Boarden, Street Basketball...) haben Heranwachsende Straßen, Plätze und Passagen auf eine für StadtplanerInnen unvorhergesehene Weise in Besitz genommen. Jugendliche schaffen damit Situationen, in denen sie sich selbst beobachtbar machen und andere in deren Erleben und Handeln „lesen“ können. Denn: „Wer sich in urbanen Räumen in Bewegung setzt, installiert sich gleichzeitig als Wahrnehmungsobjekt und Kommunikationsanlass für andere Teilhaber der urbanen Öffentlichkeit, ohne auch nur ein einziges Wort von sich zu geben“ (Bette 1997, 65).

4. Kunst und jugendliches Flair als städtische Imagefaktoren

Die Ausrichtung von städtischen Konsum- und Freizeitangeboten auf ein junges urbanes Publikum kann unter „funktionellen“ Gesichtspunkten gesehen werden. Jugendliches Image wird instrumentell für die Aufwertung innenstadtnaher Wohngebiete und Konsumzonen genutzt. Junge Menschen werden jedoch auch (unfreiwillig) zu „Steigbügelhaltern“ (Dangschat 2001, 29) für jene einkommensstärkeren Bevölkerungsgruppen, deren Zuzug aus ökonomischen Gründen gewünscht wird, deren Landnahme jedoch möglicherweise zu einer Verdrängung der angestammten Bevölkerung führen kann. Denn Studierende und sogenannte „Alternative“, aber vor allem künstlerische Avantgarde, Kulturindustrie und Jugendkultur spielen in diesen Prozessen nicht selten eine Pionierfunktion, wie Beispiele etwa in Deutschland oder in den USA zeigen: Am Beginn der kommerziellen (Wieder-) Erschließung bzw. Revitalisierung innerstädtischer Zonen steht häufig die „Rückeroberung“ der vernachlässigten Stadtgebiete durch künstlerische Avantgarde und Studierende. In der Folge siedeln sich dort Galerien, aber auch Szenelokale und Geschäfte für ein junges „hippes“ Publikum an. So beschreibt z.B. Uwe Rada, wie die Spandauer Vorstadt in Berlin-Mitte zunächst von einer Kultur- und Kunstszene in Besitz genommen wurde, und damit die Umwertung in ein exklusives Wohngebiet und zur schicken unterhaltungskulturellen Zone einleitete. In den Entdeckermythen der Pioniere, die diesen Prozess initiierten, wurden gegenwärtige Kultur und Geschichte des Viertels ignoriert oder vereinnahmt (Rada 1997). Noch eindrücklicher beschreibt Neil Smith in seinem Buch „The New Urban

Frontier“ diese Entwicklung in der Stadt New York: Niedrige Mieten, aber auch das attraktive Image der Stadtgrenze („living on the edge“) zogen in New York KünstlerInnen nach Chelsea, zur Lower East Side oder nach Harlem. Neben günstigen Mieten übten auch die „Rauheit“ und die exotische „Gefährlichkeit“ der Stadtgebiete eine Anziehungskraft aus, die sich gut mit dem eigenen Selbstverständnis von gegenkultureller Identität verbinden ließen. Die neu eröffneten Galerien und Szenelokale zogen schließlich die Kulturindustrie, BesucherInnen, TouristInnen und neue BewohnerInnen an. Diese PionierInnen „zähmten“ die wilden Zonen der Stadt damit für Immobilienspekulanten und waren die WegbereiterInnen für die weiße Mittelschicht, die auf ihren Spuren den Weg zurück in die verarmten innerstädtischen Zonen fand (Smith 1996).

Die Aufwertung und Revitalisierung innenstadtnaher Wohngebiete bedeutet letztendlich oft eine Transformation der BewohnerInnen- und BenutzerInnenstruktur.¹ Insbesondere unter kapitalistischen Bedingungen nordamerikanischer Prägung, wenn also die mit der sozialen Umwertung einhergehenden Mieterhöhungen und Immobilienspekulationen nicht durch sozialdemokratische Wohnpolitik aufgefangen werden, müssen vor allem ethnische Minderheiten oder MigrantInnen sowie alte Menschen den neu hinzuziehenden, einkommensstärkeren Bevölkerungsgruppen weichen. Aber auch unter sozialstaatlichen Bedingungen sind diese Verdrängungsprozesse, wenn auch abgemildert, beobachtbar. Die Innenstädte werden – vereinfacht gesagt – zu Lifestyle-Bühnen einkommensstarker KosmopolitInnen, hedonistischer und aufstiegsorientierter Milieus, während einkommensschwächere StadtbewohnerInnen, PensionistInnen und MigrantInnen aufgrund steigender Mieten an den Stadtrand verdrängt werden. Denn nach dem Zuzug der PionierInnen erfolgt auch die ökonomische Aufwertung: „Dann steigen die Mieten und Pachten, Dachgeschoße werden ausgebaut, die Mietwohnungen werden aufwendig saniert oder in Eigentumswohnungen umgewandelt“ (Dangschat 2001, 29). Aber auch Infrastrukturen und soziale Netzwerke gehen verloren bzw. werden durch andere ersetzt. Daher kann die Ausrichtung von Stadträumen auf ein junges Publikum, aber auch die Pionierfunktion von Kunst, Kulturindustrie und Jugendkultur in diesem Prozess keineswegs nur unter positiven Vorzeichen gesehen werden.

5. Das Projekt URBAN Wien Gürtel Plus

Ein aktuelles Beispiel für die Instrumentalisierung jugendkulturellen Flairs, um städtischen Verfall in urbanen Chic zu verwandeln, stellt in Wien das Projekt „URBAN

¹ Diese Entwicklung wird in der Stadtforschung mit dem Begriff Gentrification beschrieben. Der Begriff geht auf eine soziologische Beschreibung eines Prozesses in Großbritannien während der 60er-Jahre zurück, als der niedere Adel (gentry) in aufgewertete Stadtviertel zurückkehrte. Im angloamerikanischen Raum wurde der Begriff in der Folge an den Beispielen New York, Baltimore und Philadelphia diskutiert und erweitert (Meinharter/ Rode 2001, 21). Er beschreibt im Wesentlichen den Prozess der Stadterneuerung durch die Umwandlung von preisgünstigem Wohnraum in aufgewertete Wohnungen für die gehobene Mittelklasse. Die Mietpreise im Umfeld erhöhen sich und die bisherigen BewohnerInnen werden dadurch verdrängt. Üblicherweise findet dieser Prozess in älteren Stadtvierteln statt, die von ihrer Mietstruktur den Immobilienfirmen und Investoren die Möglichkeit bieten, durch Erneuerung Mieterhöhungen zu erreichen.

Wien Gürtel Plus“ dar. Dessen Ziel ist es, in städtischen Problemgebieten konkrete und langfristig wirksame Strukturverbesserungsmaßnahmen zu realisieren. Dieses Projekt wurde im Rahmen der URBAN-Gemeinschaftsinitiative der Europäischen Union durchgeführt, die mittlerweile in mehr als 100 Städten aktiv ist und im Zeitraum 1994–1999 über einen Etat von annähernd 891 Millionen Euro verfügte (Assadi/ Mokre 2000, 10). Für die Problemzone „Wiener Gürtel“ wurde schließlich von der Architektin Silja Tillner die Idee geboren, nicht am schwerwiegendsten Problem, nämlich am Verkehr, anzusetzen, sondern das Terrain u.a. durch die Ansiedlung von Avantgarde, multikultureller Jugendkultur und damit zusammenhängender Szene-Gastronomie in den leer stehenden Räumen unter den Viadukt-Bögen der ehemaligen Stadtbahn wieder attraktiv zu machen. In der Gürtelmittelzone unter der erhöhten Stadtbahn befinden sich nun auf Straßenniveau nicht mehr nur zugemauerte Lagerräume, sondern auch Lokale, die mit ihren verglasten Fassaden Ein- und Durchblicke ermöglichen und sogar den Grünstreifen neben der Bahnlinie mit Schanigärten beleben. Während die meisten der geplanten nichtkommerziellen Projekte, wie zum Beispiel ein Treffpunkt von und für Jugendliche der zweiten EinwanderInnen-Generation („Echothek“) oder ein Arbeitslosenprojekt nicht verwirklicht werden konnten, scheint zumindest der oben skizzierte stadt- und jugendkulturelle Teil des Konzepts auf den ersten Blick aufgegangen zu sein. Abend für Abend strömt ein vornehmlich junges Publikum in die neuen Musiklokale wie „Chelsea“, das „B72“ oder „Rhiz“. Das Gebiet wurde (zumindest nachts) wiederbelebt und erhielt ein neues Image. Neue elektronische Musik und junge Menschen haben damit städtisches Terrain gewonnen.

Allerdings drängt sich auch hier der Verdacht auf, dass Kunst und Jugendkultur als Vorhut zur „Säuberung“ von Randbezirken eingesetzt werden, die mithilfe dieses kulturellen Kapitals „aufgewertet“ und für Investoren lukrativ gemacht werden sollen. Ein wesentlicher Kritikpunkt ist u.a., dass die neuen Lokale und Geschäfte nicht für die BewohnerInnen des URBAN Wien Gürtel Plus-Gebietes gedacht sind und auch von diesen kaum genutzt werden. Es ist eine Tatsache, dass 34% der dort lebenden 130.000 EinwohnerInnen MigrantInnen sind (im Wiener Durchschnitt sind es 18%) (Assadi/ Mokre 2000, 5). Die Kulturmeile ist aber „auf ein junges, sogenanntes urbanes Publikum weißer Hautfarbe ausgerichtet“ (Danklmaier/ Rode 2000, 9) und Michael Zinganel fragt, ob nicht „die Electronic Music Community als junge nächtliche urbane Kriseninterventionsgruppe aus den Innenstadtbezirken an die Demarkationslinie zwischen MigrantInnenquartieren und BürgerInnen versetzt wurde“, um das Rotlichtmilieu vom Gürtel zu verdrängen bzw. durch die nächtliche Belebung des Gebietes das subjektive Sicherheitsgefühl der PassantInnen zu erhöhen (Zinganel 2000, 6). „Ein Ziel der Gürtelrevitalisierung kann als gescheitert gelten, nämlich der Anspruch, nicht nur ein Angebot an alle ‚Wiener Jugendlichen‘ zu sein, sondern zugleich einen hohen lokalen Fehlbedarf im unmittelbaren Einzugsbereich abzudecken“, resümieren Assadi und Mokre die Rolle von Kunst und Kultur bei der Gürtelreanierung. Die Autorinnen argumentieren, dass viele Merkmale des URBAN Wien Gürtel Plus-Gebietes es für Gentrification prädestiniert erscheinen lassen: „Die innenstadtnahe Lage, die flexiblen Wohnungsgrundrisse der Altbauwohnungen und die noch niedrigen Mieten

(= der rent-gap zwischen tatsächlicher und potentieller Rendite) des Wohngebietes“ (Assadi/ Mokre 2000, 30-31).

6. Jugendliche als unerwünschte städtische Gruppe(n)

Wo sozialen Gruppen Raum gegeben wird, wird er anderen (schwächeren) Gruppen in der Regel genommen. Immer häufiger ausgeschlossen werden in diesem Prozess auch unerwünschte Gruppen, die dem Klischee der sauberen und sicheren Stadt widersprechen, wie etwa Obdachlose, BettlerInnen oder DrogenkonsumentInnen. Herumlungern, Trinken oder Betteln werden dabei zunehmend als deviantes (abweichendes) Verhalten definiert, das die öffentliche Ordnung gefährdet und deshalb sanktioniert werden muss. Anfang der 90er-Jahre wurden in vielen Städten in Deutschland (Ronneberg 1998), aber auch in Österreich entsprechende Verordnungen erlassen (in Wien z.B. der sogenannte Bettelparagraph²), die diese Verhaltensweisen kriminalisieren und eine Vertreibung der unerwünschten Personen legitim erscheinen lassen (Baldauf et al. 2000; Ronneberg 1998). Populäres Vorbild für diese präventiven Sicherheitskonzepte war die „Zero-Tolerance“-Strategie der New Yorker Polizei. Mithilfe der Sanktion kleiner Vergehen (Anbringen von Graffiti, Trunkenheit oder Urinieren in der Öffentlichkeit, usw.) sollten in New York u.a. die Verbrechensrate bei Kapitalverbrechen gesenkt, aber auch Ordnung, Sicherheit und Sauberkeit im öffentlichen Raum wieder hergestellt werden.

Zusätzlich hat sich das Ausmaß an Überwachung und Kontrolle in den Städten deutlich erhöht: Neben dem Ausbau von Videoüberwachungssystemen sorgen immer mehr private Sicherheitsdienste dafür, dass sich nur jene Personen in den Einkaufszentren – aber auch auf den Gehsteigen davor – aufhalten, von denen erwartet wird, dass sie auch tatsächlich konsumieren bzw. die potenziellen KundInnen nicht stören.

Betroffen von diesen Strategien des Ausschlusses und der Überwachung sind auch Jugendliche. Gerade jene Jugendliche werden vermehrt Kontrollen ausgesetzt bzw. nicht mehr geduldet, die aufgrund ihrer sozialen Lage (wie Obdachlosigkeit), ihrer ethnischen Zugehörigkeit (junge männliche Migranten) oder jugendkulturellen Identität (etwa Punks) auch in anderen Lebensbereichen benachteiligt sind. Dies betrifft etwa in New York (vornehmlich afroamerikanische) Jugendliche, wenn aufgrund der oben erwähnten „Zero-Tolerance“-Strategie jede Regelwidrigkeit wie das Hören lauter Musik, das Trinken in der Öffentlichkeit oder das Skaten an nicht dafür bestimmten Orten streng geahndet wird und Personalien aus nichtigen Gründen überprüft werden (können). Diese Kontrollstrategie dient u.a. ganz unverhohlen dazu, den Druck

2 In Wien macht es der 1993 unter Bürgermeister Zilk erlassene Bettelparagraph möglich, die Innenstadt als touristisch und wirtschaftlich wichtiges Gebiet von störenden Elementen wie Punks, Obdachlosen und Bettlern zu befreien: Im Wiener Landessicherheitsgesetz 1993 ist in §2(1) folgendes festgeschrieben: „Wer an einem öffentlichen Ort in aufdringlicher oder aggressiver Weise oder als Teilnehmer an einer organisierten Gruppe um Geld oder geldwerte Sachen bettelt, begeht eine Verwaltungsübertretung und ist mit einer Geldstrafe bis zu 10.000.- S, im Falle der Uneinbringlichkeit mit einer Ersatzfreiheitsstrafe bis zu einer Woche zu bestrafen“ (Landessicherheitsgesetz 1993 §2(1)). Was unter aggressivem Betteln zu verstehen ist, ist im Gesetz nicht definiert, die Auslegung liegt also im Ermessen einzelner BeamtInnen.

auf verdächtige Personen, denen man kein Vergehen nachweisen kann, zu verstärken und sie eines vermeintlichen Vergehens zu beschuldigen (Parenti 1999). Weiters sind junge schwarze Obdachlose die Opfer dieser Politik: Seit der Neugestaltung des Times Square durch die Großkonzerne Virgin, Sony, Bertelsmann und Disney wurden diese Menschen von dort im Zuge von „Säuberungsaktionen“ systematisch vertrieben (Baldauf/ Weingartner 1998). Doch auch in Österreich lassen sich mühelos entsprechende Beispiele finden. Denn es haben sich – wie in vielen deutschen Städten (Ronneberger 1998) – Allianzen aus Geschäftsleuten und Behörden gebildet, um Verbotszonen für bestimmte Gruppen und normative Vorstellungen zur sozialen Reglementierung öffentlicher Räume durchzusetzen. So hat etwa ein Einkaufszentrum in Wien (Lugner City) einen privaten Sicherheitsdienst engagiert, um angeblich geschäftsschädigenden jugendlichen MigrantInnen den Aufenthalt im Shopping Center zu verwehren (Thien/ Voglmayr 1999). Ein weiteres Beispiel stellt der fortwährende Kampf gegen die Punks auf der Wiener Mariahilfer Straße dar. Hier kann auf den Vorschlag von BezirkspolitikerInnen der ÖVP verwiesen werden, die Bänke auf der Mariahilfer Straße zu entfernen, damit die Punks dort nicht mehr „herumlungern“ könnten – eine Idee, die in der Stadtzeitung „Falter“ übrigens folgendermaßen zynisch kommentiert wurde: „Haben die Bezirks-VPLer noch nie Punks gesehen? Welcher Stachelfrisurbesitzer braucht zum Sitzen schon ein Bankerl? Sogar 35-jährige Punkopas lassen sich lieber gleich auf dem Boden nieder. Von wegen Establishment und so. Kleiner Tipp an die Mariahilfer Volkspartei: Gegen die Punkplage helfen nur noch Taubenstacheln. Und zwar flächendeckend. Obwohl: Da bleiben Einkaufssackerln so leicht hängen“ (Wurmdobler 2001, 69).

7. Fazit

SozialwissenschaftlerInnen tendieren dazu, gerade wenn sie mit Jugendlichen sympathisieren, Jugendliche in einer Position von Ohnmacht statt von Macht zu konstruieren. Das betrifft auch die Rolle von Jugendlichen im öffentlichen Raum. Aus dem Blick gerät dabei, dass Stadträume im Zuge der Kommerzialisierung und Festivalisierung auf ein jugendliches bzw. jung-erwachsenes Publikum hin ausgerichtet werden. Jugendliche stellen im Vergleich zu älteren, aber auch jüngeren Altersgruppen (Kindern) keineswegs eine generell benachteiligte Gruppe dar: Jugendkultur und jugendliches Image haben in Prozessen der sozialen Umwertung von Stadtgebieten und der Verdrängung angestammter Bevölkerungsgruppen nicht selten sogar eine Pionierfunktion. Über jugendkulturelle, politische Präsenz erfolgt zudem eine zumindest zeitweise Rückeroberung städtischer Räume. Trotzdem darf jedoch nicht übersehen werden, dass bestehende soziale Diskriminierungen in städtischen (Konsum-) Zonen verschärft und weiter aufrecht erhalten werden und dass auch Jugendliche davon betroffen sind.

Literatur

- Assadi, Shams/ Mokre, Monika (2000) *URBANE Kulturen. Kunst und Kultur in der Stadtentwicklung am Beispiel von URBAN Wien Gürtel Plus*. Rohmanuskript. Wien.
- Baldauf, Anette/ Seibel, Alexandra/ Tebbich, Heide/ Weingartner, Katharina (2000) *Shopping. Manifestationen einer jugendkulturellen Alltagspraxis*. Wien.
- Baldauf, Anette/ Weingartner, Katharina (1998) *Die Stadt als Themenpark*. In: Architektur Aktuell, Heft 3, 35–43.
- Bette, Karl Heinrich (1997) *Über dem Pflaster liegt das Glück*. In: Psychologie Heute, Heft 10, 62–65.
- Bourdieu, Pierre (1982) *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt.
- Dangschat, Jens (1996) *Raum als Dimension sozialer Ungleichheit und Ort als Bühne der Lebensstilisierung? – Zum Raumbezug sozialer Ungleichheit und von Lebensstilen*. In: Schwenk, Otto (Hg.) *Lebensstil zwischen Sozialstrukturanalyse und Kulturwissenschaft*. Opladen, 99–139.
- Dangschat, Jens (2001) *Gentrification – Die Aufwertung innenstadtnaher Wohnstandorte*. In: *dérive – Zeitschrift für Stadtforschung*, Heft 4, 28–30.
- Danklmaier, Nina/ Rode, Phillip (2000) *Das Urbane Projekt: Imageprodukt oder städtischer Freiraum?* In: *dérive – Zeitschrift für Stadtforschung*, Heft 1, 8–10.
- Hoffmann-Axthelm, Dieter (1995) *Das Einkaufszentrum*. In: Fuchs, Gotthard (Hg.) *Mythos Metropolen*. Frankfurt, 63–73.
- Meinharter, Erik / Rode, Philipp (2001) *Gentrifikation – ein langer angloamerikanischer Diskurs*. In: *dérive – Zeitschrift für Stadtforschung*, Heft 4, 21–23.
- Opaschowski, Horst W. (1998) *Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Die Zukunft von Freizeitparks und Erlebniswelten*. Hamburg.
- Parenti, Christian (1999) *Lockdown America. Police and Prison in the Age of Crisis*. London/ New York.
- Rada, Uwe (1997) *Hauptstadt der Verdrängung – Berliner Zukunft zwischen Kiez und Metropole*. Berlin.
- Ronneberger, Klaus (1998) *Die Stadt der „Wohlständigen“ und die neuen „gefährlichen Klassen“: Der Umbau der Städte zu Konsumfestungen*. In: Breyvogel, Wilfried (Hg.) *Stadt, Jugendkulturen und Kriminalität*. Bonn, 16–36.
- Schulze, Gerhard (1993) *Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/ New York.
- Smith, Neil (1996) *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City*. New York.
- Thien, Klaus/ Voglmayr, Irmtraud (1999) *Urbane Strukturen und neue Freizeittrends*. Werkstattbericht Nr. 29 der Stadtplanung Wien.
- Weinzierl, Rupert (2000) *Fight the Power! Eine Geheimgeschichte der Popkultur & die Formierung neuer Substreams*. Wien.
- Wurmdobler, Christoph (C. W.) (2001) *Punk- und Banksachen*. In: *Falter: Zeitschrift für Politik und Kultur*, Nr. 40, 69.
- Zinganel, Michael (2000) *Architecture of Fear. Zur Diffusion angloamerikanischer Sicherheitsdiskurse durch frauengerechte Stadtplanung*. In: *dérive – Zeitschrift für Stadtforschung*, Heft 1, 4–7.