

**Aus:**

*Constanze Klotz*

## **Vom Versuch, Kreativität in der Stadt zu planen**

### **Die Internationale Bauausstellung IBA Hamburg**

Mai 2014, 366 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 34,99 €, ISBN 978-3-8376-2701-5

Mit dem Hype um »kreative Städte« ist eine stadtpolitische Handlungspraxis entstanden, die als »strategische Kreativplanung« weltweit Verwendung findet. Constanze Klotz zeigt beobachtbare Ansätze der Praxis auf und verortet sie mithilfe der Cultural Theory im Gesamtkontext von »Kreativität« und »Stadt«. So werden Unterschiede ebenso wie Wechselwirkungen zwischen städtischen und nicht-städtischen Strategien sichtbar. Am Beispiel der Internationalen Bauausstellung IBA Hamburg (2007-2013) und mithilfe von Experteninterviews arbeitet die kulturwissenschaftliche Studie stadtpolitische Interventionsmöglichkeiten für das Steuerungsparadoxon »Kreativität« heraus.

**Constanze Klotz** (Dr. phil.), Kulturwissenschaftlerin, arbeitete parallel zu ihrer Promotion von 2007-2013 als Projektmanagerin für das Programm »Kreatives Quartier Elbinsel« bei der IBA Hamburg.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2701-5](http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2701-5)

# Inhalt

---

Abkürzungsverzeichnis | 8

**Vorwort** | 9

**Einführung** | 10

**1. Strategische Kreativplanung der Stadt** | 17

1.1 Kreativität und Stadt | 18

1.1.1 Zur urbanen Dimension von Kultur- und Kreativwirtschaft | 20

1.1.2 Kreativitätsbasierte Ansätze im urbanen Raum | 27

1.1.3 Zur Transformation des Kreativitätsbegriffes | 40

1.2 Planbarkeit von Kreativität? | 49

1.2.1 Zum Begriff der strategischen Planung | 50

1.2.2 Definition einer strategischen Kreativplanung der Stadt | 57

1.2.3 Governance und urbane Kreativitätspolitik | 63

1.3 Cultural Theory | 69

1.3.1 Der theoretische Bezugsrahmen | 69

1.3.2 Anwendung auf die strategische Kreativplanung | 81

1.4 Beispiele der Planungspraxis: Rein- und Hybridformen | 90

1.4.1 Hierarchische Ansätze | 90

1.4.1.1 Kulturell-kreative Leuchtturmprojekte | 93

1.4.1.2 Kulturelle Festivalisierung der Stadtpolitik | 97

1.4.1.3 Creative City-Narrative | 109

1.4.1.4 Hierarchische Ansätze revisited | 112

1.4.2 Hierarchisch-individualistische Ansätze | 114

1.4.2.1 Das 3-T-Modell | 116

1.4.2.2 Kreative Cluster-Politik | 121

1.4.2.3 Hierarchisch-individualistische Ansätze revisited | 133

1.4.3 Hierarchisch-egalitäre Ansätze | 134

1.4.3.1 Milieuspezifische Kontextsteuerung | 136

1.4.3.2 Hierarchisch-egalitäre Ansätze revisited | 150

1.5 Kritik der Kreativplanung | 152

1.5.1 Kommodifizierung als Image- und Vermarktungsstrategie | 153

- 1.5.2 Gesellschaftliches Leitmotiv vs. Mystifizierung | 157
- 1.5.3 Gesamtgesellschaftliche und raumpolitische Konsequenzen | 159
- 1.5.4 Ausblick: Kulturelle Homogenisierung vs. Differenzierung | 162

## **2. Die Internationale Bauausstellung IBA Hamburg | 164**

- 2.1 Zur Genese der IBA Hamburg | 165
  - 2.1.1 Der stadtentwicklungspolitische Entstehungskontext | 165
  - 2.1.2 Der kulturpolitische Entstehungskontext | 170
  - 2.1.3 Leitthemen und Projekte der IBA Hamburg | 173
  - 2.1.4 Die IBA Hamburg zwischen Eigenständigkeit und Abhängigkeit | 182
- 2.2 Strategische Kreativplanung der IBA Hamburg | 184
  - 2.2.1 Vom „IBA Kunst & Kultursommer“ zum „Kreativen Quartier“ | 185
  - 2.2.2 Programmatik und Handlungsansätze des „Kreativen Quartiers“ | 188
    - 2.2.2.1 Räume für die Kunst | 189
    - 2.2.2.2 Kreative Ökonomien – Kunst macht Arbeit | 192
    - 2.2.2.3 Elbinsel Sommer/ Kunstplattform | 195
    - 2.2.2.4 Projekte der kulturellen Vielfalt | 200

## **3. Das Forschungsdesign | 203**

- 3.1 Leitende Forschungsfragen | 203
- 3.2 Zur qualitativen Datenerhebung | 205
  - 3.2.1 Der Einzelfall als Untersuchungseinheit | 207
  - 3.2.2 Experteninterviews | 209
  - 3.2.3 Der Interviewleitfaden | 213
  - 3.2.4 Das semantische Differential | 216
- 3.3 Zum qualitativen Analyseverfahren | 219
  - 3.3.1 Die qualitative Inhaltsanalyse | 220
  - 3.3.2 Der Kodierleitfaden | 222

## **4. Analyseergebnisse | 224**

- 4.1 Strategische Kreativplanung der Stadt | 225
  - 4.1.1 Der Wirkungszusammenhang von Kreativität und Stadt | 225
  - 4.1.2 Kreativitäts- und Planungsverständnisse | 236
  - 4.1.3 Governanceformen | 240
  - 4.1.4 Bezüge zur Cultural Theory | 249
- 4.2 Strategische Kreativplanung der IBA Hamburg | 258
  - 4.2.1 Zielsetzungen | 258

4.2.2 Kreativitäts- und Planungsverständnisse | 264

4.2.3 Ansätze der Planungspraxis | 269

4.2.3.1 Programmatik vs. Umsetzung | 270

4.2.3.2 Governanceformen | 290

4.2.3.3 Bezüge zur Cultural Theory | 297

4.2.4 Konsequenzen | 300

4.2.5 Übertragbarkeit und Modellhaftigkeit | 306

**5. Strategische Kreativplanung als Urban Governance? | 311**

**Literatur | 331**

# Einführung

---

„Ja, mach nur einen Plan,  
sei nur ein großes Licht!  
Und mach dann noch 'nen zweiten Plan,  
geh'n tun sie beide nicht.“  
BERTOLT BRECHT/ DIE DREIGROSCHENOPER

Städte sind seit jeher Taktgeber für Neuerungsprozesse gesellschaftlicher, kultureller, politischer und wirtschaftlicher Art. Gleichwohl erfährt das Aufeinandertreffen von Menschen und Kulturen, Traditionen und Innovationen, Wissen und Wirtschaft über die Metapher der ‚kreativen Stadt‘ (Scott 2006a; Lloyd 2006; Landry 2000; Hall 2000, 1998) seit etlichen Jahren eine neue, öffentlichkeitswirksame Kontextualisierung: So rühmen Metropolen rund um den Globus die Effekte einer auf ‚Kreativität‘<sup>1</sup> basierenden Stadtentwicklungspolitik, die im fortschreitenden Wettbewerb um wirtschaftlich prosperierende, v.a. aber attraktive und lebenswerte Standorte eine zukunftsweisende Rolle einnimmt. Die Debatte, die den Beginn des 21. Jahrhunderts dominiert, blickt auf eine mehr als 20jährige Wirkungsgeschichte zurück, die ihren Ursprung im Wahlkampf der britischen Labour-Politik der 1990er Jahre findet. Mit der Deklaration des Wirtschaftszweiges der ‚Creative Industries‘ als Beschäftigungs- und Wachstumssektor der Zukunft hatte die Labour-Partei eine Diskussion entfacht, die den Grundstein für die seitdem andauernde Auseinandersetzung um ‚kreative‘ Wirtschaftsfelder, die ‚kreativen‘ Lebensstile ihrer Akteure<sup>2</sup> sowie ihre Rolle für die Innovationsfähigkeit von Städten bildet. Aufgegriffen von vielfältigen akademischen Diskursen wie der Stadt- und Regionalforschung, den Wirtschaftswissenschaften sowie der Soziologie, und befördert durch populäre, zuweilen gar als ‚Heilsversprechen‘ deklarierte programmatische Ansätze wie das

- 
- 1 Der Begriff der ‚Kreativität‘ wird aufgrund seiner zahlreichen Definitionsmöglichkeiten in der vorliegenden Studie durchgängig in einfachen Anführungszeichen gekennzeichnet. Zur detaillierten Erläuterung s. Kapitel 1.1.3.
  - 2 Die Studie verwendet durchgängig die männliche Beschreibungsform, die weibliche gilt als inkludiert.

Konzept der ‚Creative Class‘ (Florida 2002) ist der Diskurs heute in einem vorrangig wirtschafts- und stadtentwicklungspolitischen Kontext angelangt, der weit über seine politischen Anfänge hinausreicht.

Die vorliegende Untersuchung widmet sich dem weitreichenden Spannungsfeld der politisch-strategischen Nutzbarmachung von ‚Kreativität‘ für die ‚Stadt‘.<sup>3</sup> So zeichnen die vergangenen Jahre eine Entwicklung, in der ‚Kreativität‘ – entgegen ihres originären, autonomen Selbstverständnisses – immer häufiger als ‚verräumlichte Ressource‘ für stadtpolitische Interessen in Dienst genommen wird. ‚Kreativität‘ avanciert zu einer vermeintlich regulierbaren Größe, zu einem Steuerungsinstrument, mit dem kulturelle und kreative Prozesse ebenso gestaltbar erscheinen wie stadtentwicklungspolitische Zielvorgaben. Es ist dieses neuartige Planungsverständnis von ‚Kreativität‘, das mit dem eigens zu diesem Zweck eingeführten, analytischen Suchbegriff der ‚strategischen Kreativplanung‘<sup>4</sup> der Stadt den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie darstellt. Wie schon mit dem Eingangszitat Brechts angeführt, unterliegt jedoch nicht nur das Planen selbst klaren Grenzen: Inwieweit lässt sich der Untersuchungsgegenstand ‚Kreativität‘ überhaupt strategisch fassen? Wie sehen mögliche Planungs- oder Steuerungsversuche von ‚Kreativität‘ im städtischen Kontext aus? Und wo stößt die Plan- oder Steuerbarkeit an ihre Grenzen?

Um den paradox anmutenden Forschungsgegenstand der ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt zu erfassen, wird in der vorliegenden Arbeit die Cultural Theory (Thompson et al. 1990; Douglas 1978) als Analyserahmen herangezogen. Sie stellt insofern eine Besonderheit für das Untersuchungsphänomen dar, dass sie die Annahme verfolgt, jede Gesellschaft weise genau vier Organisationskulturen

---

3 Laut Luger existieren vielfältige disziplinäre Zugänge und Traditionen zum Topos ‚Stadt‘, die u.a. seit dem Erstarken der Urbanismus-Debatte und in diesem Zusammenhang diskutierten, spezifisch ‚urbanen‘ Lebensweisen eine aktuelle Relevanz erfahren (Vgl. Luger 1994: 16). Für die vorliegende Arbeit wird eine Definition von Weichhart geltend gemacht, nach der ‚Stadt‘ nicht nur als Siedlungsstruktur, sondern „als eine spezifische gesellschaftliche Struktur, ein spezifisches Spektrum von Lebensformen, Befindlichkeiten, sozialen Lagen, Karrieremustern, sozialen Entwicklungschancen und Gefährdungspotentialen, als System von ‚behaviour settings‘ und sozialen Interaktionsmöglichkeiten und wohl auch als Potentialstruktur für die Ausdifferenzierung von Persönlichkeitsmustern“ [Herv. i.O.] (Weichhart 1992: 401) verstanden werden kann.

4 Der analytische Suchbegriff der ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt wird durchgängig in einfachen Anführungszeichen gekennzeichnet, um die kritische Distanz der Verfasserin zur These der Planbarkeit von ‚Kreativität‘ hervorzuheben. Zur detaillierten Erläuterung s. Kap. 1.2.2.

auf.<sup>5</sup> Die Erfassung der Organisationskulturen entlang zweier Parameter sozialer Kontrolle gibt nicht nur Auskunft über spezifische Wertvorstellungen und Handlungspraxen der jeweiligen Organisationskultur. Der Analyserahmen erlaubt es auch, jedwedes Thema aufzurufen und dieses in Bezug auf den Umgang der einzelnen Organisationskulturen miteinander zu vergleichen. Ein Novum für die vorliegende Arbeit stellt die – in Europa noch weitestgehend unbekannte – Weiterentwicklung der Cultural Theory durch Christopher Hood (1998) dar, der eine Hybridität der einzelnen Kulturen postuliert. Für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand bedeutet dies, dass mithilfe des Analyserahmens verschiedene Handlungsansätze zum Zusammenwirken von ‚Kreativität‘ und Stadt erfasst werden können: Neben Motiven zur Ausbildung stadtpolitischer Planungsansätze von ‚Kreativität‘ (hierarchische Kultur) werden auch parallele Handlungsansätze deutlich, wie sie bspw. von kreativwirtschaftlichen Unternehmern (individualistische Kultur) oder nicht-ökonomisch agierenden Akteuren aus dem künstlerischen und kulturellen Feld (egalitäre Kultur) erfolgen. Denn auch wenn diese ebenfalls im Wirkungszusammenhang von ‚Kreativität‘ und Stadt agieren, unterscheiden sie sich doch maßgeblich in Bezug auf die Zielstellung ihres Handelns. Hybride Ansätze, etwa zwischen der Stadtpolitik und kreativwirtschaftlichen Entrepreneuren oder Akteuren aus dem künstlerischen Feld, weisen besonders interessante Ergebnisse für die Forschungsfrage auf, da sie nicht nur Interdependenzen und Konfliktpunkte, sondern auch strategische Allianzen zwischen den einzelnen ‚Kulturen‘ sichtbar machen. Für die vorliegende Studie ist es ebenjene Fähigkeit der Cultural Theory, die Gesamtheit von Handlungsansätzen – hier im Zusammenwirken von ‚Kreativität‘ und Stadt – zu vereinen, die sie in besonderer Weise als Analyseinstrument qualifiziert.

## **Kapitel 1: Theoretische Einführung**

Das einführende Kapitel 1.1 widmet sich dem Spannungsfeld, das der politisch-strategischen Nutzbarmachung von ‚Kreativität‘ für die Stadt entspringt und die Grundlage für die Brisanz und Konflikthaftigkeit des Forschungsgegenstandes darstellt. Den Auftakt der Untersuchung bilden jene kreativitätsbasierten Konzepte, die einen expliziten Wirkungszusammenhang mit der Stadt behaupten und damit eine auf den urbanen Raum fokussierte Nutzungsweise von ‚Kreativität‘ transportieren. Hier sind es v.a. die Modelle der ‚Creative Class‘ (Florida 2002) sowie ‚Creative City‘ (Landry 2000), die eine verklärende Populär-Diskussion zum Thema ‚Kreativität‘ und Stadtentwicklung ausgelöst haben und deshalb kritisch in Bezug auf die

---

5 Ausgehend von zwei Parametern sozialer Kontrolle unterscheidet die Cultural Theory vier Organisations-‚Kulturen‘, die in einer Gesellschaft vorherrschen und jeweils mit bestimmten gesellschaftlichen Gruppen gleichgesetzt werden können (Douglas 1995; Thompson et al. 1990). Zur detaillierten Erläuterung s. Kap. 1.3.

Verflechtung von ‚Kreativität‘ mit dem urbanen Raum beleuchtet werden sollen. Gegenläufige Ansätze werden anhand der Konzepte ‚kreatives urbanes Milieu‘ (Merkel 2009; Hessler/Zimmermann 2008), ‚Neo-Bohemia‘ (Lloyd 2006) sowie ‚Creative Field‘ (Scott 2006a) dargelegt.<sup>6</sup> Bei allen Ausführungen gilt es, die Spannungsfelder urbaner Kreativitätsdiskurse und ihrer Lesart – insbesondere hinsichtlich politischer Steuerungsversuche – aufzuzeigen und daraus forschungsrelevante Fragen für die vorliegende Untersuchung abzuleiten. Dazu gehört auch die Metamorphose des ‚Kreativitäts‘-Begriffes, die sich als paradigmatisch für die Indienstnahme desselben für wirtschafts- und stadtentwicklungspolitische Interessen sowie von Ansätzen einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt darstellt.

Die Anzahl der in den letzten Jahren entstandenen Kreativitätsdiskurse ist immens und in seiner Gänze nicht Grundlage der vorliegenden Studie. Vielmehr rückt Kapitel 1.2 jene Anwendungen von ‚Kreativität‘ in den Fokus, die in ihrer Wirkungsweise einen urbanen Fokus aufweisen und als sog. ‚strategische Kreativplanung‘ der Stadt in stadtentwicklungs- und kulturpolitischen Kontexten Verwendung finden. Im Rückgriff auf planungstheoretische Grundlagen und ihren Zugang zu einem ‚strategischen Planungsverständnis‘ erfolgt eine definitorische Annäherung an den Untersuchungsgegenstand. Die Rückkopplung erscheint deshalb relevant, weil der Grundgedanke der strategischen Planung, keine vorgegebenen Zielstellungen zu entwerfen, sondern Handlungsoptionen aufzustellen, die zum Erreichen des Planungsziels beitragen (Frey et al. 2008; Ossadnik 2003), mit dem Thema ‚Kreativität‘ auf einen Untersuchungsgegenstand trifft, der sich in seinem Selbstverständnis jeglicher Planung verweigert (Bröckling 2004). In der Praxis erfordert dieses Verständnis nicht nur eine integrative Betrachtungsweise, sondern auch eine besondere Form der Koordinierung und Steuerung der Gesamtheit der in die strategische Planung involvierten Akteure und Aktivitäten. Dieser wird mit der Einführung des politischen Diskurses der Governance entsprochen, der sich mit der Maßgabe ausgebildet hat, geläufige Regierungsformen zugunsten von informellen und nicht-institutionalisierten Kooperations-, Interaktions- und Steuerungsformen zu durchbrechen (Benz et al. 2007).

Ausgehend von der Annahme, dass ‚Kreativität‘ weder planbar noch vorhersagbar ist, soll mit der Anwendung des Analyserahmens der Cultural Theory und ihrer Weiterentwicklung durch Hood (1998) in Kapitel 1.3 die gängige Praxis der Nutzbarmachung von ‚Kreativität‘ als ökonomische und räumliche Ressource durchdrungen werden. Anhand der Gesamtheit der Handlungsansätze im Zusammenwirken von ‚Kreativität‘ und Stadt wird aufgezeigt, dass es weitaus mehr als ‚geplante‘

---

6 Die Diskursbegriffe ‚Creative Class‘, ‚Creative City‘, ‚kreative urbane Milieus‘ sowie ‚Creative Fields‘ werden in der vorliegenden Studie durchgängig in einfachen Anführungszeichen wiedergegeben.



Ansätze vonseiten stadtpolitischer Akteure gibt, um das Thema gemäß seiner vielschichtigen Logik zu befördern. Diese Vorgehensweise ermöglicht nicht nur eine Kontrastierung von städtischen Planungsversuchen mit gegenläufigen, d.h. in diesem Zusammenhang ‚ungeplanten‘ Ansätzen, ihren Grundverständnissen und Zielstellungen, sie gibt auch Einblick in mögliche Schnittstellen der involvierten Akteure und Kulturtypen.

Kapitel 1.4 lenkt den Fokus zurück auf die städtische (d.h. im Cultural Theory-Verständnis hierarchische) Kultur, welche die zu untersuchende Handlungsperspektive der vorliegenden Studie darstellt. Hier soll aufgezeigt werden, dass städtische Strategien nicht länger nur als reine Top-Down Maßnahmen konstituiert sind, sondern immer häufiger im Rückgriff auf die Handlungslogik anderer Kulturen erfolgen – eine Entwicklung, die im Rahmen der vorliegenden Studie mithilfe des Ansatzes von Hood (1998) Rechnung getragen wird. Neben hierarchischen Ansätzen in Reinform (*kulturelle Festivalisierung*, *kulturell-kreative Leuchtturm-Projekte*, *‚Creative City‘-Narrative*) sollen hierarchisch-individualistische Hybride (*3-T-Modell*, *‚kreative Cluster‘-Förderung*) sowie hierarchisch-egalitäre Modelle (*‚milieuspezifische Kontextsteuerung‘*) aufgezeigt und anhand internationaler Praxisbeispiele illustriert werden.<sup>7</sup> Allen Ansätzen ist gemein, dass sie eine Steuerbarkeit von ‚Kreativität‘ suggerieren, die mit spezifischen Instrumenten erfassbar erscheint.

Obwohl oder gerade weil der Begriff der ‚Kreativität‘ in stadtentwicklungspolitischen Maßnahmen zu seiner Nutzbarmachung teilweise sehr undifferenziert verwendet wird, sind zuletzt vielfältige negative Konsequenzen zu verzeichnen. Diese werden in Kapitel 1.5 im Rückgriff auf stadtsoziologische Theorien der Moderne und Postmoderne abschließend als Kritik der ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt dargelegt.

## **Kapitel 2: Die Einzelfallstudie**

Die gewonnenen Erkenntnisse zu Ansätzen und Konsequenzen einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt werden in Kapitel 2 auf das Anwendungsbeispiel der Internationalen Bauausstellung IBA Hamburg übertragen, die sich deutlich in die Nutzung von kreativitätsbasierten Entwicklungsstrategien einreihet. Von der Stadt Hamburg als Instrument zur Umsetzung des stadtentwicklungspolitischen Leitprojektes „Sprung über die Elbe“<sup>8</sup> ins Leben gerufen, kam ihr die Aufgabe zu, im Zeitraum von 2007 bis 2013 eine ‚Revitalisierung‘<sup>9</sup> des südlichen Hamburger Elbraums zu leisten. Neben einem Fokus auf bauliche Projekte gehörten zur Umsetzung auch

---

7 Spezifische Ansätze einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt werden zur Kenntlichmachung in der vorliegenden Studie durchgängig kursiv abgebildet.

8 Zur detaillierten Erläuterung s. Kap. 2.1.1.

9 Zur detaillierten Information s. Kap. 1.1.

Ansätze einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt, die im IBA-Projekt „Kreatives Quartier Elbinsel“ Gestalt annahmen.

Die IBA Hamburg stellte sich aus zweierlei Gründen als hochgradig interessantes Untersuchungsobjekt dar: Als Modell der kulturellen Festivalisierung zeichnete sie einerseits einen hierarchisch geprägten Ansatz einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt – auch wenn ihr durch ihre mehrjährige Dauer differenziertere Zielstellungen und Ansprüche im Vergleich zu kurzweiligen Festivalisierungsformaten zugrunde lagen. Andererseits ließ ihr Selbstverständnis als stadtplanerisches, experimentelles „Entwicklungslabor“ (Durth 2010: 67) auf Aktivierungsansätze von ‚Kreativität‘ hoffen, die sich aufgrund ihres Status v.a. durch Unkonventionalität und losgelöst von geläufigen Festivalisierungsmethoden auszeichnen. In der Hamburger Praxis traf das prozesshafte und ergebnisoffene Selbstverständnis einer IBA auf offenkundige Zwänge, etwa den Realisierungsdruck derselben zur Erfüllung des stadtentwicklungspolitischen Leitprojektes „Sprung über die Elbe“. Für das Forschungsvorhaben wurden die Ansätze einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der IBA Hamburg und die dem Format geschuldeten Erwartungen an ein experimentelles Vorgehen deshalb in den Fokus gerückt.

Auch wenn die IBA Hamburg ein interessantes Untersuchungsbeispiel darstellt, ist die vorliegende Studie in ihrer Reichweite zugleich deutlich über diese hinaus angelegt. So ist die ‚strategische Kreativplanung‘ der Stadt nicht nur ein Thema von internationalem Interesse, sondern eines, das ebenso von kontinuierlichen Neuerungsprozessen durchdrungen ist. Die vorliegende Studie begreift die IBA Hamburg deshalb als Mikroebene, spannt den Bogen aber auch zur international beobachtbaren Kreativitätspolitik auf Makroebene.

### **Kapitel 3: Das Forschungsdesign**

Im Rückgriff auf die Cultural Theory und ausgehend von der Mikroebene IBA Hamburg greift die vorliegende Studie die folgenden Forschungsfragen auf:

- Welche Ansätze einer ‚strategischer Kreativplanung‘ der Stadt sind – im Rückgriff auf die Definition auf Basis der Cultural Theory – im Kontext der IBA Hamburg vorherrschend?
- Welches Kreativitäts- und Planungsverständnis zeichnet sich in den Maßnahmen der IBA Hamburg ab, welche Ziele sind damit verbunden?
- Wie gestaltet sich die Umsetzung im Rahmen der IBA Hamburg?
- Was sind Konsequenzen der praktizierten ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt auf der Hamburger Elbinsel?
- Und welche Interventionsmöglichkeiten sind – ausgehend vom Beispiel der IBA Hamburg – aus stadtentwicklungspolitischer Sicht für das Steuerungsparadoxon ‚Kreativität‘ zu erkennen?

Die Analyse der Forschungsfragen erfolgte aus kulturwissenschaftlicher Sicht und begegnete dem vielschichtigen Untersuchungsgegenstand ‚Kreativität‘ aus einer interdisziplinären Forschungsperspektive. Das Forschungsdesign umfasste eine qualitative empirische Datenerhebung über 22 Experteninterviews. Des Weiteren wurde die Methodik der teilnehmenden Beobachtung geltend gemacht, da die Verfasserin von 2007 bis 2013 im Rahmen des Projektes „Kreatives Quartier Elbinsel“ als Mitarbeiterin der IBA Hamburg tätig war, was eine hohe Innensicht in die Arbeitsabläufe der Einrichtung ermöglichte.<sup>10</sup>

#### **Kapitel 4: Forschungsziele**

Im Mittelpunkt von Kapitel 4 stehen mit der Praxis der ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt verbundene Kreativitäts- sowie Planungsverständnisse, die offengelegt und in Bezug auf ihre Realisierbarkeit durch den Einsatz von Governance-Modellen geprüft werden. Daran anknüpfend werden konkrete Interaktionsmöglichkeiten diskutiert, wie Ansätze einer ‚strategischen Kreativplanung‘ von städtischer Seite unterstützt werden können, ohne dabei die geläufige Praxis der ‚Leerformel‘ (Topitsch 1960) – nach der eine Praxis leer sein muss, um wirken zu können<sup>11</sup> – weiter zu bedienen, sondern das Konzept inhaltlich aufzuladen, ohne die Konsequenzen außer Acht zu lassen, die ein solches strategisches Vorgehen vielfach impliziert. Aufgrund der umfassenden Auseinandersetzung mit der Cultural Theory und ihrer Anwendung auf den Untersuchungsgegenstand einer ‚strategischen Kreativplanung‘ der Stadt wird der Anwendungsteil der vorliegenden Studie weniger als hypothesengeleitete empirische Studie, denn als Illustration der theoretischen Erkenntnisse anhand des Fallbeispiels IBA Hamburg verstanden. Dies spiegelt sich zuletzt auch in der Gewichtung der theoretischen Kapitel gegenüber dem Analyseteil wider.

---

10 Zur detaillierten Erläuterung der teilnehmenden Beobachtung durch die Verfasserin s. Kap. 3.2.

11 Eine detaillierte Erläuterung des Ansatzes der ‚Leerformel‘ erfolgt in Kap. 1.1.3.