

# POP UP

temporäre Nutzungen im städtischen Raum, im  
Kontext zwischen kulturellen und ökonomischen  
Interessen

## DIPLOMARBEIT

Zur Erlangung des akademischen Grades einer Diplom-Ingenieurin  
der Studienrichtung Architektur

Technische Universität Graz  
Erzherzog-Johann-Universität  
Fakultät für Architektur

Betreuer  
Univ.-Prof. Mag.phil. Dr.phil. Anselm Wagner  
Institut für Architekturtheorie, Kunst-und Kulturwissenschaften

PIA PÖLLAUER  
Mai 2014

*für meinen Großvater*

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen/Hilfsmittel nicht benutzt, und die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Graz, am .....

.....

(Unterschrift)

STATUTORY DECLARATION

I declare that I have authored this thesis independently, that I have not used other than the declared sources/resources, and that explicitly marked all material which has been quoted either literally or by content from the used sources.

.....

(date)

.....

(signature)

# INHALTSVERZEICHNIS

|  |     |
|--|-----|
| 1. <u>Einleitung</u>                           | 4   |
| 1.1 Begriffsdefinition                         | 6   |
| 2. <u>Geschichtliche Hintergrund</u>           | 8   |
| 2.1 Generell                                   | 8   |
| 2.2 Ausstellungspavillons                      | 11  |
| 2.3 Mobile Utopien                             | 14  |
| 2.4 60er/70er Jahre                            | 15  |
| 2.5. Entwicklungen zur gegenwärtigen Situation | 19  |
| 3. <u>Analyse</u>                              | 21  |
| 3.1 Zwischen Kunst und Architektur             | 21  |
| 3.2. Temporalität                              | 23  |
| 3.3 Aktuelle Bedingungen                       | 25  |
| 3.4 Stadtraum                                  | 27  |
| 3.4.1 Öffentlicher Raum                        | 28  |
| 3.4.2 Stadt als Ort des Kapitalismus           | 29  |
| 3.4.3 Neoliberales System                      | 30  |
| 3.4.4 Stadtentwicklung                         | 32  |
| 3.5 Kreativität                                | 36  |
| 3.6 Motivationen und Ausdrucksformen           | 38  |
| 3.7 Aktivismus und Community                   | 39  |
| 3.8 Materialien                                | 45  |
| 3.9 Tendenzen                                  | 46  |
| 3.9.1 Individuelle Pop Up                      | 46  |
| 3.9.2 Kulturelle Pop Up                        | 51  |
| 3.9.3 Kommerzielle Pop Up                      | 54  |
| 4. <u>Forschungsort Graz</u>                   | 59  |
| 4.1 Vergangene temporäre Projekte              | 60  |
| 4.2 Kulturhauptstadt 2003                      | 67  |
| 4.3 Aktuelle Situation                         | 71  |
| 4.4 Individuelle Pop Up Graz                   | 72  |
| 4.4.1 Lendwirbel                               | 72  |
| 4.4.2 Annenviertel                             | 76  |
| 4.4.3 Interview mit Margarethe Makovec         | 77  |
| 4.5 Kulturelle Pop Up Graz                     | 84  |
| 4.5.1 Steirischer Herbst                       | 84  |
| 4.5.2 Designmonat Graz                         | 91  |
| 4.6 Creative Industries Styria                 | 95  |
| 4.7 City of Design                             | 97  |
| 4.8 Resümee                                    | 100 |
| 5. <u>Anhang</u>                               | 102 |
| 5.1 Literaturverzeichnis                       | 102 |
| 5.2 Internetquellen                            | 104 |
| 5.3 Abbildungsverzeichnis                      | 105 |



# 1. EINLEITUNG

Temporäre Funktionen im öffentlichen Raum sind wichtige Werkzeuge der Stadtentwicklung von heute und damals. Sie sind Ausdrucks- und Darstellungsform aktueller gesellschaftlicher, politische, kultureller, als auch ökonomischer Tendenzen. Jene Tendenzen zu erforschen und ihren Einfluss und Auswirkungen auf künstlerische und architektonische Projekte zu erkennen, sind für mich und meinen Zugang zur Architektur von großer Bedeutung.

In dieser theoretischen Arbeit möchte ich die Entwicklung, die unterschiedlichen Formen und die Orte der Pop Up Architektur erläutern. Ein Begriff, der in den letzten Jahren besonders stark aufgekommen ist. Der Begriff des Pop Ups wird versucht zu erklären und in einen wissenschaftlichen Kontext zu rücken. Diese Form zwischen Architektur und Kunst, wird einer Kritik und Untersuchung unterzogen. Die Parallelen und Unterschiede zwischen Kunst und Architektur herausgearbeitet und die Bedeutung zwischen den kulturellen und ökonomischen Faktoren untersucht. Die Frage der bespielten Räume in Kontext mit der Umgebung und dem Milieu wird bearbeitet, das Publikum und die Akteure der „neuen“ Räume dargestellt und deren Kontext mit dem städtischen Umfeld, in dem sich Pop Up hauptsächlich entwickelt.

Die Auswirkungen auf die Urbanität spielt dabei eine wichtige Rolle. Neue Formen und Verständnisse kristallisieren sich, die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüche der letzten Jahre zeigen welchen Einfluss diese, auf Projekte im öffentlichen Raum haben und welche Richtung die Urbanität und die Formen der Architektur in Zukunft einschlagen werden. Die Bedeutung temporärer Bauten und Projekte der Vergangenheit wird untersucht und deren Auswirkung auf die heutigen Entwicklungen.

Die veränderten Anforderungen an die Architektur wird beleuchtet, sowohl als Orte und Räume wo, wann und in welchem Kontext sie entstehen und welchen Einfluss sie auf die Gesellschaft ausüben. Pop Up zwischen populistischen Ansichten, sozialen, politischen, kultureller, kommerzieller und wirtschaftlicher Absichten und Aufgabenstellungen werden einer kritischen Betrachtung hinterzogen.

Die Fragestellungen lauten: Wie werden temporäre Funktionen bzw. Strategien im öffentlichen Raum genutzt? Wie ist die Entwicklung von kleinen kulturellen Interventionen zu Interventionen mit einem ökonomischen Hintergrund? Welchen Stellenwert hat Kreativität in der jetzigen Gesellschaft, wie wird sie genutzt? Wie äußern sich jene Projekte um Stadtraum und wie wirken sie sich auf die Stadt aus?

Anhand der Stadt Graz werden jene Fragestellungen erforscht. Die Stadt in Zusammenhang mit ihren bisherigen und aktuellen temporären Interventionen im öffentlichen Raum gebracht. Die Auswirkungen auf die Stadt beobachtet und hinterfragt. Ziel ist es eine kritische Auseinandersetzung mit dem Thema des Pop Up zwischen den kulturellen und ökonomischen Polen der Stadt zu analysieren und anhand dem Fallbeispiel Graz darzustellen.

## 1.1 BEGRIFFSDEFINITION

Der Begriff Pop Up für die Bezeichnung temporärer Bauten, Installationen, Interventionen ist relativ neu, eine genaue Definition gibt es nicht. Aus dem englischen übersetzt bedeutet „to pop up“ „plötzlich auftauchen“, also eine klare Bestimmung einer zeitlichen Relevanz.

Besonders geläufig ist der Begriff jedoch im Zusammenhang mit dem Computer, also einer Erfindung der letzten Jahrzehnte. Pop Up Menüs öffnen Inhalte am Bildschirm und schaffen eine plötzliche Aufmerksamkeit oder liefern Hinweise. Unterschiedliche Inhalte können mittels Pop Up Fenster vermittelt werden. Hierbei kann man eine erste Verbindung oder Assoziation schaffen, wie Pop Up Projekte im Raum auftaucht.

Unter Pop Up versteht man temporäre Architekturen, Nutzungen oder auch Events. Aufgrund des Erscheinens über einen bestimmten zeitlichen Abschnitt, verfügen die Pop Up Architekturen über eine große Flexibilität. Raum und Zeit sind wichtige Faktoren und stehen in einer engen Wechselbeziehung zueinander und im Zusammenhang mit den Bauten und Nutzungen.

Diese neuen plötzlich aufkommenden Projekte haben eine große Anziehungskraft und Attraktivität, wodurch sie an Beliebtheit gewinnen. Eine Eventisierung von Räumen wird erzielt und mithilfe dessen, gewisse Inhalte transportiert. Durch ihre Attraktivität auf das Publikum und die Flexibilität, haben sie einen experimentellen Aspekt. Diese Räume befinden sich an einer Schnittstelle zwischen Architekturen und Kunstprojekten, die Grenzen sind hier oft verschwimmend. Pop Up Ausstellungen, Pop Up Theater, Pop Up Stores sind sehr bekannte Beispiele. Unter Pop Up kann man auch temporäre Festivals oder Interventionen, wie beispielsweise, Flash Mobs zählen. Somit gehört Spontanität zu einer Strategie der Projekte. Durch die Flexibilität der Architektur kann das Erscheinungsbild unfertig, provisorisch, kostengünstig und baustellenhaft erscheinen.

Diese Ausdrucksform kann auch Sinnbild und Darstellungsform der Architektur sein. In Hinblick auf temporäre Nutzungen ist in den letzten Jahren ein großes Interesse gewachsen und stellt auch eine Faszination dar. Ein neues Ausdrucksmittel und Phänomen, welches sich den dynamischen Veränderungen der nördlichen Hemisphäre anpasst. Jene temporären Bauten und Projekte treten meist im städtischen Raum auf. Sie treten in einen Dialog mit ihrer Umgebung, weshalb die Verbindung mit der Stadt von Relevanz ist. Es kann Einfluss auf die Stadt ausüben, die Zukunft eines Stadtviertels oder den Ruf einer Stadt verändern. Es kann ein Indikator für neue Entwicklungen darstellen. Pop Up Architekturen bieten eine Wandelbarkeit und unterschiedliche Verwendungsmöglichkeiten an. Dadurch eignen sie sich als Experimentiermöglichkeit um neue Prototypen und Raumsituationen zu erschaffen.

Obwohl meist nur über eine gewisse Zeitperiode vorgesehen, können Projekte je nach Aufmerksamkeit und Annahme des Publikums und der Zustimmung der Behörden über einen längeren Zeitraum bestehen oder auch zu einem fixen Bestandteil des Stadtraums werden.

Hinter Pop Up Architekturen kann auch eine Informalität stecken, da die Entstehungsformen teils in einer Subkultur oder in einem künstlerischen Umfeld aufkommen und somit außerhalb der genehmigten Projekte befinden. Diese Interaktionen mit dem städtischen Raum können sich jedoch auch weiter entwickeln und auch zu einer Veränderung vorheriger Strukturen führen.

Informalität kann sich als eine wichtige Strategie im öffentlichen Raum erweisen. Sie bedingt eine Freiheit, Orte zu bespielen oder anzueignen ohne behördliche Genehmigungen einzuholen. Informalität ist ein Mittel Richtlinien, welche die gegenwertige Situation des öffentlichen Raums bestimmen, zu umgehen. Die Akteure bleiben anonym oder verschwinden in einer community. Jene Anonymität der Projekte kann sie auch interessanter machen. Ein Spektakel, welches sich durch seine Anonymität und Informalität auszeichnet.

Die Ideen und Innovationen können von anderen übernommen werden und in einem anderen Zusammenhang gebracht werden. Dies kann nicht immer im Interesse des ursprünglichen kreativen Milieus sein. Hier führen Projekte vom anfangs kulturellen zu e ökonomischen Interessen.

## 2. GESCHICHTLICHE BEDEUTUNG

### 2.1 GENERELL

Die Produktion temporärer Bauten hat schon lange existiert. Wenn man an kurzfristige Bauten denkt, hat man Zirkusse, Märkte, Messen und auch Stadtfeste vor sich, welche auch alle neben ihrer zeitlichen Komponente, die Gemeinsamkeit einer Attraktion für viele Menschen beherbergen. Nebenbei über eine kompakte und flexible Konstruktion verfügen, um einen schnellen Auf-und Abbau zu garantieren und dadurch Mobilität vorweisen. Der Ortswechsel ist ein wichtiger Faktor, welcher auch einen finanziellen Hintergrund besitzt. Märkte und Messen sind je nach Produkt und Jahreszeiten abhängig. Zirkusse suchen neue Standorte, um auch ein neues finanzkräftiges Publikum zu finden. Dies erinnert an Nomaden, welche keinen fixen Standort besitzen. Die Attraktion ist hier ein sehr wichtiger Ausgangspunkt um Menschen anzuziehen.

Jahrmärkte und Messen hatten in der Vergangenheit großen Stellenwert, wofür auch extra Plätze in der Stadtmitte vorgesehen waren, welche für Verkauf von Waren und Produkte benutzt wurden. Im 19.Jahrhundert änderte sich die Situation stark da, man zum Einkauf in die Passagen der Städte ging und die temporären Märkte nun nur mehr als Attraktionspunkt verschiedenster spezieller Angebote fungierten.

Funktionen wie Marktstände, Messen und dergleichen finden zwar immer im Ortskern statt, dennoch ist anders wie bei den Pop Up immer ein bestimmter Ort für dessen Funktion im städtischen Gefüge vorgesehen. Die Gemeinsamkeit beschränkt sich deshalb auf die Bestimmung über einen gewissen Zeitraum und die von ihnen ausgehende Attraktion auf ihr Publikum. Auch sie sprachen mit ihren Attraktionen meist ein gewisses Publikum oder Feld an.

Auch heute werden noch temporäre Pavillons errichtet zu Massenergebnissen, oder diversen anderen Veranstaltungen. Sie sind Anziehungspunkt für eine Gruppe Gleichinteressierter und bedingen auch ein gewisses Gemeinschaftsgefühl. Es handelt sich auf hierbei um Events welche Aufmerksamkeit er zeugen wollen und im Gedächtnis der Menschen bleiben sollen. Die Stadt fungiert als eine Präsentationsfläche für eine Ware. Stadträume waren auch Orte für Feste, Märsche, Umzüge und Paraden. Temporäre Bauten auch zu politischen Machtdemonstrationen oder Inszenierungen verwendet. Festzelte und auch politische Aufbauten für Könige oder Herrscher waren schon in damaligen Zeiten vorhanden. Tribünen und Pavillons wurden errichtet um die Herrschaft über die öffentliche Sphäre<sup>1</sup> zu demonstrieren. Durch ihre Präsenz im öffentlichen Raum wird ein breites Publikum angesprochen und eignet sich als Präsentation politischer Inhalte in Zusammenhang mit Unterhaltung. Die Inszenierung spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle. Ein temporärer Triumphbogen, aus flexiblen Materialien, Holz mit Stoff verkleidet, wurde zu Ehren des neuen Königs erbaut, um ihn zu ehren und den Auftritt würdig zu inszenieren(ABB01). Anhand solcher Projekte lässt sich die frühe Position temporärer Installationen im öffentlichen, in einem politischen Rahmen aufzeigen.

Ehrenpforte für den sächsischen König Georg I.,  
Leipzig, November 1902

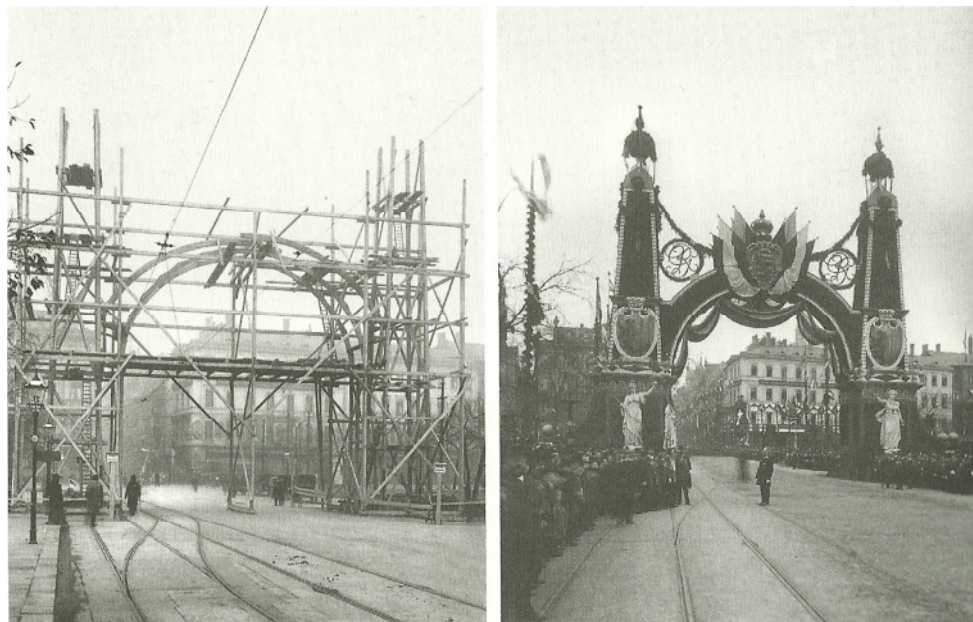


ABB. 01

---

<sup>1</sup> Vgl. Doßmann/Wenzel, 2006, 15.

Temporäre Installationen im öffentlichen Raum können unter anderem auch Schanigärten darstellen, welche über die Sommersaison, öffentliche Plätze, Straßen, Parkplätze als zusätzlichen Gastbereich benutzen und von der Stadt genehmigt werden. Saisonal bedingte Strategien äußern sich auch durch eine Anpassung der zeitlichen Gegebenheiten und ziehen daraus ihren Vorteil.

Mobile Architekturen entstanden auch in Krisensituationen, wie Kriegen, in denen Baracken oder Container über eine gewisse Zeitperiode aufgebaut wurden. Eine neue Typologie, welche Teil der Architektur geworden ist

*„Die Entwicklung mobiler Architektur war von verschiedenen Einflüssen geprägt: kommerzielle Interessen bei den Herstellern, politische Absichten in den Kriegsphasen, aber auch ideologische Absichten bei den Planern, vor allem in den zwanziger, fünfziger und siebziger Jahren. Trotz eines heterogenen geschichtlichen Verlaufs kann man dennoch sagen, daß sich neben der konventionell gefertigten, ortsfesten Architektur eine weitere Typologie von Gebäuden entwickelt und etabliert hat.“<sup>2</sup>*

Temporäre, flexible und mobile Architektur erreicht im 20. Jahrhundert an großer Beliebtheit. Es bietet die Möglichkeit frei im öffentlichen Raum zu agieren und zu experimentieren. Durch die steigende Flexibilität der Gesellschaft, erachtet man mobile Bauten als einen Folge und Anpassung an unser mobiles Leben.

Guy Debord spricht in seinem Buch „Gesellschaft des Spektakels“ über eine Gesellschaft, welche sich beginnend im 20. Jahrhundert in einem Wandel „von der traditionellen Ökonomie hin zur immateriellen Ökonomie im Postfordismus“ befindet.<sup>3</sup> Die Flexibilität und Gebundenheit an die Zeit beginnt in jener Periode eine wichtige Rolle zu spielen. Durch neu auftretende Technologien und eine Veränderung der Arbeits- und Wirtschaftsstruktur, vermischt sich die Arbeitswelt immer mehr mit der Freizeit und neue Formen des Vergnügens entstehen.

---

<sup>2</sup> Ludwig 1998, 8.

<sup>3</sup> Doßmann/Wenzel 2006, 15.

## 2.2 AUSSTELLUNGSPAVILLONS

Weitere Beispiele sind Ausstellungspavillons, wie die der Weltausstellungen, welche auch eine Repräsentationsmöglichkeit der unterschiedlichen Länder und ihren Fortschritten darstellt. Die Weltausstellung wurde 1851 begründet, in der Zeit der Industrialisierung, in welcher technischer Fortschritt und Know How von großer Bedeutung war. Joseph Paxton entwarf den ersten Pavillon, der Crystal Palace wurde in nur 17 Wochen im Londoner Hyde Park errichtet(ABB02).

Eine schnelle Auf- und Abbaubarkeit stand laut Ausschreibung im Vordergrund. Mittels der Weltausstellung fand ein Austausch und gleichzeitig eine Repräsentation der industriellen Möglichkeiten eines Landes statt. Alle paar Jahre wechselte der Austragungsort, ein weiteres Mittel, das jeweilige Land darzustellen und ein wichtiger Tourismusfaktor. Die letzte Weltausstellung fand 2012 in Südkorea statt. In der späteren Entwicklung wurden Pavillons mit Unterstützung durch Unternehmen erbaut. Die Darstellung des technischen Potenzials ist immer noch sehr präsent, jedoch gleichzeitig Präsentationsmöglichkeit für viele Unternehmen(ABB03).

Weltausstellung, Crystal Palace

Joseph Paxton

Hyde Park

London 1851

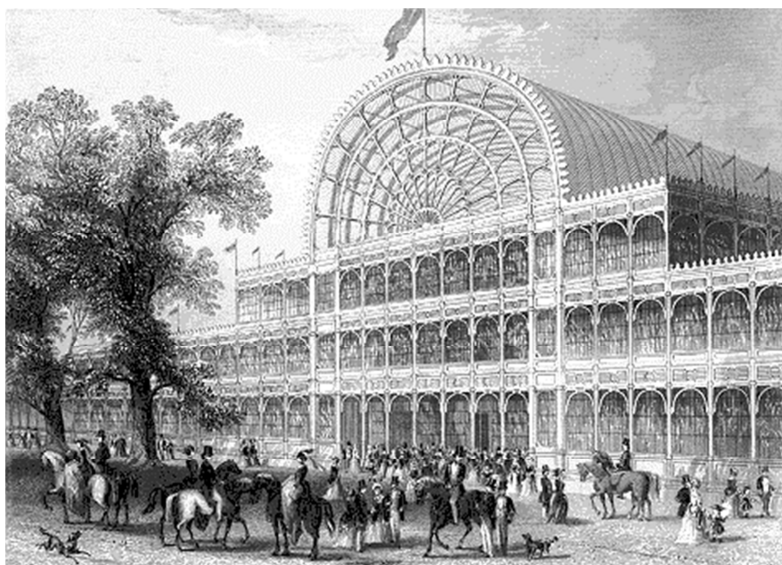


ABB. 02



Weltausstellung, Hyundai Motor Group Pavillon  
Unsangdong Architects  
Yeosu, Südkorea 2012



ABB. 03

Ein weiteres bekanntes Beispiel ist die Serpentine Gallery, welche jedes Jahr einen Pavillon einer zeitgenössischen Architekturgröße für einen gewissen Zeitraum präsentiert. Hier steht auch der Designstil und Innovationsgrad der aktuellen Architektur im Vordergrund. Die aktuellen Tendenzen der Architektur und Kunst werden mittels einem Pavillon präsentiert und jener ist Ausdruck des gegenwärtigen Zeitgeistes. Seit dem Jahr 1986 wird jedes Jahr ein international bekanntes Architekturbüro eingeladen einen Pavillon zu entwerfen. Der Pavillon ist Ausstellungsobjekt und Ausstellungsort in einem(ABB04+ABB05).

Serpentine Gallery Pavillon

Sou Fujimoto

London 2013



ABB. 04

Serpentine Gallery Pavillon

Jean Nouvel

London 2010



ABB. 05

## 2.3 MOBILE UTOPIEN

Vor allem in den Jahren des 20. Jahrhunderts wurden einige Utopien über mobile Architekturen und die Mobilität der Bewohner entwickelt. Man könnte auch davon sprechen, dass sich durch die Jahre temporäre Bauten zu einer neuen Typologie in der Architektur entwickelt haben. Der Begriff der Mobilität bekam einen neuen Zusammenhang und gewann an Interesse. Neue Innovationen von mobilen Wohnungen bis hin zu Städten wurden erdacht.

Archigram entwickelte die Idee der mobilen Stadt „Plug In City“, „Instant City“ und „Walking City“ (ABB06), welche jedoch nie mehr als Utopien blieben. Man ging weg von der Idee des Provisorischen zu einer ideellen, neuen mobilen Wirklichkeit für die Menschheit. Mobilität wurde neu gedacht. Man hat begonnen temporäre Bauten neu zu interpretieren und auch in das Alltagsleben einfließen zu lassen. Die Architektur passt sich der Flexibilität und Mobilität des Menschen an.

Walking City  
Archigram  
1964

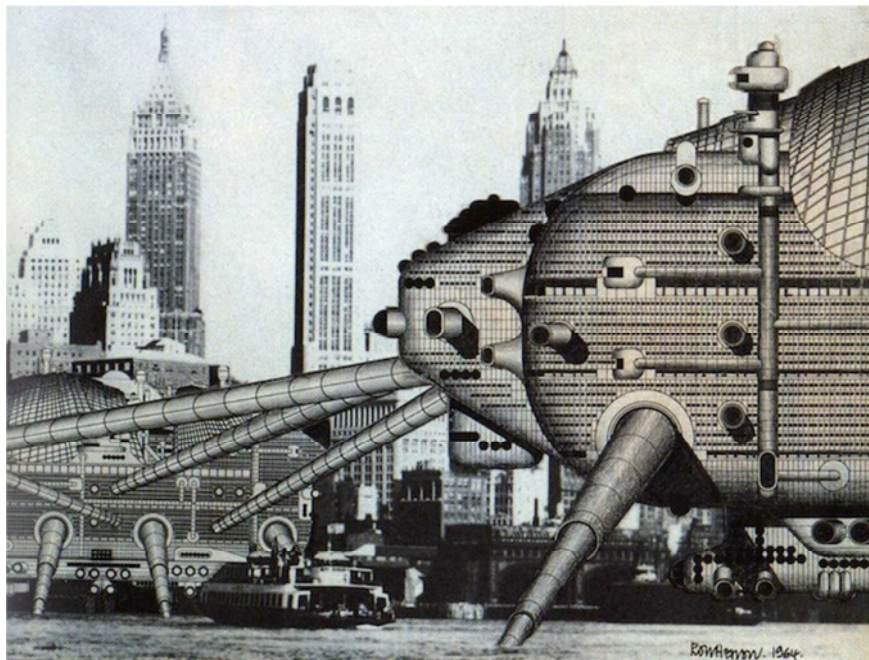


ABB. 06

## 2.4 60er/70er JAHRE

In den 60iger Jahren nahm unter anderem die Kunst im öffentlichen Raum stark zu. Die Stadt wurde bespielt wie eine Bühne und die Eigenheiten des städtischen Raumes genutzt. „In Österreich, und im Speziellen in Wien, waren es vor allem junge Architekten, die mit temporären Interventionen im öffentlichen Raum Wahrnehmungsverschiebungen erreichen wollten.“<sup>4</sup> Die Stadt wurde zu einem lebendigen Museum und erreichte somit auch ein breiteres Spektrum an Menschen, auch ein Mittel um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Vor allem auch der Zeitraum der 60iger Jahre ist in diesem Zusammenhang sehr interessant, denn auch dieser Zeitabschnitt war geprägt von einem gesellschaftlichen Umbruch und Veränderungen. Die „Renaissance des Städtischen“, welche bereits in den 70er, 90er angestrebt wurde“, verfolgte eine Neuinterpretation der Stadt.<sup>5</sup>

*„...Es muss nicht Architektur sein, auch Events und Festivals können diese Rolle übernehmen. Auch die Festivalisierung städtischer Räume geht auf die 1970er und 1980er Jahre zurück; eine Entwicklung, in die sich temporäre Nutzungen und Interventionen, die häufig aus dem Feld der Kunst und Kultur stammen, einreihen lassen. Nachdem die moderne Planung in Misskredit geraten war, setzte sich in dieser Zeit eine neue Planungspraxis durch, die sich als >>Politik der kleinen Schritte<< versteht: der sogenannte >>Inkrementalismus<<, dem es nicht mehr um eine umfassende Strategie und übergeordneten Zielen geht. Mit einzelnen Entscheidungen und Umsetzungen sollen Impulse gesetzt und Prozesse in Gang gebracht werden, auf die dann reagiert werden kann.“<sup>6</sup>*

Eine wichtige Strömung der temporären Installationen im öffentlichen Raum wurde in Wien geprägt (ABB07). Unter ihren Vertretern waren einige bekannte Architekten und Künstler, wie Zünd-Up, Haus-Rucker-Co oder Coop Himmelblau. Der Stadtraum wurde durch ihre utopische Installationen geprägt. Die Stadträume werden zu einer Bühne, Feste und Diskussionen wurden veranstaltet, sie dienten auch als Ort der Kommunikation und des Austausches untereinander (ABB08). Es dient als eine neue Strategie urbane

---

<sup>4</sup> Feuerstein/Fitz 2009, 6.

<sup>5</sup> Heßler 2007, 40.

<sup>6</sup> Oswalt/Overmeyer/Misselwitz 2013, 91.



Prozesse anzukurbeln, fernab von stringenten Masterplänen. „*Provisorische Architektur baut keine Dome, auch keine Kerzenläden, sie simuliert mögliche Veränderungen. Sie ist wegräumbar.*“ (Haus-Ruck-Co, in *Prix, ein Handbuch zur Stadtveränderung*)<sup>7</sup> Das Experiment mit dem öffentlichen Raum und der Auseinandersetzung mit den Bewohnern stand im Fokus. Die Kommunikation unter den jungen Architekten und Künstlern war sehr wichtig und die Aktionen führten zu Aufmerksamkeit und die Akteure gelangten zu Bekanntheit in der Szene und auch an der breiten Masse. Mittels temporären Installationen und Festivitäten wurden neue Ideen und Strategien verbreitet.

Schiefe Ebene im Rahmen des Stadtfestivals Supersommer

Haus-Rucker-Co

Wien 1976



ABB. 07

Wolkenkulisse,

Coop Himmelblau

Wien 1976



ABB. 08

<sup>7</sup> <http://www.gat.st/news/regalsystem-mit-sonnendeck>

Oase Nr.7, documenta 5

Haus-Rucker-Co

Kassel 1972



ABB. 09

Die Oase7 ist eine der bekanntesten Projekte von Haus-Rucker-Co (ABB09) und auch eines der wichtigsten Elemente der documenta5, eine weltweit bekannte Ausstellung Moderner Kunst. Abseits des Museums erobern temporäre Installationen das städtische Feld. Kunst und Architektur als eine Einheit und als Kooperationspartner. Eine der ersten Prozesse kultureller Interventionen im öffentlichen Raum, kommunizierend mit einer breiten Öffentlichkeit.

Auch die Situationistische Internationale gehört in Österreich zu einer Bühne für revolutionäre Gedanken in der Umformulierung der Idee einer Stadt und seiner Nutzung, um zu einer Wahrnehmungsänderung vom bisherigen Stadtbegriff zu gelangen. Durch öffentliche Aktionen und temporäre Installationen wurde ein neues Verständnis für die Aneignung und Bespielung einer Stadt und urbaner Räume geprägt, ein wichtiger Schritt für die heutige Situation.

Die „Situationistische Internationale“ entwickelte in den Fünfziger Jahren neue Pläne und Eingriffe in die Stadt Paris. Eine Umstrukturierung sollte stattfinden, „*gefordert wurden bewegliche urbane Räume und eine modifizierbare Architektur*“<sup>8</sup>, welche sich den Wünschen, Anforderungen und Bedürfnissen der Bewohner umformte.

Der Gedanke Henri Lefebvres, die Stadt sei ein Produkt unterschiedlichster Prozesse, wurde aufgenommen und umgesetzt. Neue Formen der Stadtaneignung wurden im Rahmen der *Situationistischen Internationalen* dargestellt.

*„Der ‚Unitäre Urbanismus‘ knüpft an Ideen der Lettristischen Internationale der 1950er Jahre und später der Situationistische Internationale an. Er wollte für die ‚wahren‘ Bedürfnisse der Menschen Raum bieten, während die vorherrschende Stadtplanung nur vorgebe, zum Wohle der Menschen zu handeln und gleichzeitig ihre Herrschaftsstrukturen hinter einer ‚Gesellschaft der Spektakels‘, wie sie Guy Debord beschreibt, verberge“*<sup>9</sup>

Die bisherige unflexible Stadtplanung wird abgelehnt, die Architektur sollte sich wieder dem Menschen annehmen und nicht das kapitalistische Leben hinter den Spektakeln verbergen.

---

<sup>8</sup> Haydn/Temel 2006, 42.

<sup>9</sup> Feuerstein/Fitz 2009, 94.

## 2.5 ENTWICKLUNG ZUR GEGENWÄRTIGEN SITUATION

In den 1990 beginnt durch temporäre Installationen immer mehr die Vermarktung und die Stadtvermarktung in den öffentlichen Raum einzuziehen. Die Stadt als ein Ort der Attraktion und Erlebnisse wird suggeriert, um Inverstoren anzuziehen und Besucher anzulocken, auch aufgrund der immer stärkeren wachsenden Peripherie. Temporäre Kunst und Architektur wird zu einem wichtigen Stellenwert für das Stadtmarketing und die Stadtneuerungen, Stadt als eine Darstellung der Kulturindustrie.

In dessen Folge treten Künstler und Architekten als Sprachrohr der Stadtviertel auf, Nachbarschaften organisieren sich und möchten durch Eigeninitiativen und mit Unterstützung von Aktivistengruppen eine Verbesserung ihres Stadtteiles bewirken. 1977 wurde beruhend auf Henri Lefebvres „Recht auf Stadt“ die Charta der Stadtgestaltung entworfen, unter anderem von den Begründern von Coop Himmelblau und Salz der Erde. Sie bestand aus der Idee einer Kooperation von Künstlern, Designer, Architekten sowie Bewohnern zu einer Mitgestaltung ihrer Stadt und Lebensraum. Das Stadtteilstadt Soho in Ottakring wurde 1999 gegründet, in Zusammenarbeit mit Lokalitäten.

Hier treffen gegensätzliche Ideologien aufeinander, welche miteinander im Zusammenhang stehen und sich auch gegenseitig bedingen. Aktuelle Projekte sind durch die ersten temporären Installationen beeinflusst und weiterentwickelt worden, wobei in der Gegenwart unterschiedliche und neue Aspekte in die Projekte einfließen.

2005 wurde eine temporäre Installation namens add-on in Wien am Wallensteinplatz aufgestellt, über einen Zeitraum von 42 Tagen wurde dieser Pop Up bespielt(ABB10+11). Bestehend aus einem Gerüstbau, werden auf Ebenen Räume und öffentliche Orte der Kommunikation und Lebensformen geschaffen. Ein Wohnzimmer im Stadtraum, welches Gärten und sogar ein Café beherbergt. Es wurden Musik, Workshops und diverse Veranstaltungen neben künstlerischen Interventionen angeboten. Jene Funktionen konnten nebeneinander auf unterschiedliche Weise bestehen und gab auch dem Besucher das Gefühl ein mitwirkender Teil des Ganzen zu sein.



Add On 20 Höhenmeter

Peter Fattinger, Veronika Orso, Michael Rieper

Wallensteinplatz, Wien 2005



ABB. 10



ABB. 11

Hier ist zu beobachten, dass im Gegensatz zu den Pop Ups in den 60er/70er Jahren eine klare Positionierung stattgefunden hat. Waren die damaligen Projekte noch aktivistische und wenig geachtet, arbeitet man offensiv mit Attraktionen im öffentlichen Raum. Eine Unterstützung durch internationale Künstler findet statt und auch von Seiten des Stadtmarketings werden jeweilige Objekte gefördert. Mediale Aufmerksamkeit und eine scheinbare Aufwertung des Stadtteiles hinterlassen ein positives Image.

## 3. ANALYSE

### 3.1 ZWISCHEN KUNST UND ARCHITEKTUR

Die Unterschiede zwischen Pop Up (-Architektur) und Kunst im öffentlichen Raum sind teilweise verschwimmend. Auch die Grenze zwischen Kunst und Architektur lässt sich schwer ziehen. Man könnte hier von einer neuen Typologie sprechen. Ausgangspunkte und Gedanken hinter den Projekten sind in beiden Bereichen oft ähnlich, ob sie nun aus dem Bereich der Kunst oder der Architektur stammen. Doch wo kann man hier eine Grenze zwischen Kunst und Architektur setzen und sind nicht beide Bereiche übergreifend?

Im 20. Jahrhundert änderte sich auch die Präsentations- und Ausdrucksform der Kunst und der Kunstschaffenden. Künstler gingen mit ihren Arbeiten in das Alltagsleben, in öffentliche Bereiche und eroberten teilweise das städtische Feld. Künstlerische Interventionen im öffentlichen Raum schaffen Aufmerksamkeit und erreichen auch ein anderes oder größeres Publikum, als in traditionellen Museumsausstellungen. Die öffentliche Wirkung verstärkt auch die Präsenz und birgt das Potenzial, eine breitere Masse zu erreichen und anzusprechen. Wie auch schon Henri Lefebvre in seinem Buch „The Production Of Space“ erklärte „The future of art is not artistic, but urban.“<sup>10</sup> erklärt, dass ein Wandel der Kunst als auch der Urbanität stattgefunden hat oder stattfinden wird. Pop Up könnte man als einen Teil dieser Entwicklung sehen, als ein Konglomerat zwischen den einzelnen kreativen Feldern. Kunst und Architektur experimentieren gerne im öffentlichen Rahmen. Die Instrumentalisierung der Kunst kann auch zu neuen Formen der Stadtentwicklung beitragen.

Miwon Kwon unterscheidet zwischen 3 Formen von Kunst im öffentlichen Raum: „Kunst in öffentlichen Räumen“ Kunst, welche sich außerhalb der Museumshallen befindet, „Kunst im öffentlichen Interesse“, Prinzip welches neue Öffentlichkeiten produziert, und „Kunst als öffentlicher Raum“, eine Inszenierung des Raumes, um ein neues Raumgefühl herbeizuführen.

---

<sup>10</sup> Lefebvre 1991, 383.

*„Man sollte darauf achten, Kunst nicht zu sehr als Dekoration der funktionalistischen Stadt zu verwerten, als Marketing oder choreografiertes Spektakel zu benutzen. Doch Behübschung, Unterhaltung und Selbstermächtigung sind noch heute oft Elemente künstlerischer Interventionen im öffentlichen Raum.“*

<sup>11</sup>

Die Kunst als Mittel der Behübschung und Inszenierung dient seit langem als Präsentationsmedium einer Stadt. Vor allem seit dem Stadtmarketing die Möglichkeiten der Kunst im öffentlichen Raum für politische, ökonomische und kommerzielle Zwecke entdeckt haben

Dient jene neue Form als eine Alternative zu dem traditionellen Museum? Projekte im öffentlichen Raum, agieren sehr schnell, sind manchmal illegal und informell. Der Künstler ist anonym und die Präsentationsform ist anders, als in einem traditionellen Museum. Die Kommunikation erfolgt direkt mit dem Publikum, welches auch durchaus breiter und nicht so gesellschaftsspezifisch ist, wie in einem Museum. Die Kunstwerke kommunizieren mit ihrer Umgebung und stehen in enger Verbindung mit ihr. Architektur ist im Gegensatz zu Kunst im öffentlichen ortsspezifischer und passt sich seinem Umfeld an, steht in Verbindung mit seiner Umgebung.

Jeder kann hier Künstler im öffentlichen Raum sein, jeder kann kreativ sein und sich den Raum aneignen. Hier sind dann auch sogenannte Professionisten wie Künstler und Architekten fast unnötig, da jeder selbst sein Kunstwerk schaffen kann und seinen Raum „bauen“ kann. Dies entspricht auch der Idee der Ökonomie, dass jeder zu jederzeit und überall kreativ sein sollte, denn es ist eine der besten Vermarktungsstrategie und Motor unserer Wirtschaft.

---

<sup>11</sup> Feuerstein/Fitz 2009, 96.

## 3.2 TEMPORALITÄT

Temporalität ist von Kurzfristigkeit geprägt und steht im Gegensatz zur Langfristigkeit, Ausdruck unserer Zeit und hinterfragt den Aspekt der Planung, ob dieser im städtischen Raum noch von Notwendigkeit ist. Temporalität kann nur kurzlebig sein oder auch provisorisch. Doch gerade im Temporären kann vieles möglich sein, was im Dauerhaften nicht durchsetzbar wäre, im Temporären jedoch an Qualität gewinnt. Die Vorbestimmung der Nutzung ist hier nicht aktuell, die Handlungsfreiheit ist groß, im Gegensatz zu Räumen mit einer fixen Nutzungsstruktur. *„Temporalität beinhaltet das Wesen einer Demokratie.“*<sup>12</sup> Die Handlungsfreiheit ist größer und die Funktion variabel und offen. Die Identität der Räume ist noch offen und gestaltbar, temporäre Installationen können Spuren in den Handlungs- und Denkweise der Nutzer hinterlassen und auch somit zu Veränderungen beitragen.

*„Diese sind durch Flüchtigkeit gekennzeichnet, wobei sich hier zwei Phänomene überkreuzen: Temporalität als selbst gewählte politische Strategie und Temporalität als Marginalisierungsstrategie seitens der institutionellen Politik.“*<sup>13</sup>

Pop Up kann für unterschiedliche Zwecke verwendet werden, dabei kann sich das städtische Gefüge einem Wandel unterziehen, dadurch dass eine Aufwertung stattfindet. Sozial schwächere Gesellschaftsgruppen könnten somit aus ihrem Umfeld verdrängt werden und einem finanzstärkerem Publikum weichen.

Aktuell sind Zeichen zu sehen, dass große Masterpläne überholt sind und Veränderungen im städtischen Bereich bereits im Kleinen beginnen. Man kann durch die Temporalität, Orten neue Bestimmungen geben oder Identität verleihen, experimentieren und Möglichkeiten erforschen, es kann provozieren oder kritisieren, neue unkonventionelle oder andere Wege aufzeigen.

---

<sup>12</sup> Haydn/Temel 2006, 75.

<sup>13</sup> Feuerstein/Fitz 2009, 86.

Die zeitliche Dauer kann in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung sein. Der entscheidende Unterschied ist, dass dieser Nutzungen auch von Anfang an als zeitlich begrenzt deklariert sind.

*„Temporäre Räume sind diejenigen Räume, die durch temporäre Projekte aufgespannt werden, ob ökonomisch oder ästhetisch, sozialplanerisch, kulturell oder schlicht durch ein Verwendungsbegehren hervorgerufen. Diese Räume bewegen sich allererst auf der Ebene der Handlungs- und Interaktionsstrukturen, der Produktion, Nutzung und Aneignung von materiellen Räumen, sowie mit zumindest gleich großer Bedeutung auf der Ebene der räumlichen Repräsentationssysteme.“<sup>14</sup>*

Der Raum wird erst durch die temporäre Aktion konstituiert. Die Aneignung des öffentlichen Raumes zu unterschiedlichen Zwecken. Temporäre Räume bieten eine wichtige Form der Repräsentation.

In einer Stadt ergeben sich Kontraste, da neben temporärem auch langfristiges besteht und dieses in einen Zusammenhang gebraucht werden sollte. Bei temporären Nutzung gibt es immer einen Ausgangspunkt vor dem aufpoppen und einem Moment danach, die Frage ist nur was geblieben ist.

---

<sup>14</sup> Haydn/Temel 2006, 63.

### 3.3 AKTUELLE BEDINGUNGEN

Funktionen der Pop Ups haben etwas „Nomadenhaftes“, die Nomadologie des Temporären hat sich den aktuellen gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Bedingungen angepasst. Die Rolle der Beständigkeit in der Gesellschaft der heutigen Zeit, hat sich geändert und bedingt eine gewisse zeitliche Instabilität. Innovationen und Fortschritt haben die gesellschaftlichen Bedingungen der ersten Welt Länder verändert. Gefordert wird von jedem im Wirtschaftssystem ein hohes Maß an Flexibilität und Kreativität.

*„Der Postfordismus ist geprägt von einer Flexibilisierung und Dynamisierung gesellschaftlicher Prozesse. Dies schlägt sich auch in der Raumnutzung nieder. Dabei sind Zwischennutzungen nur das uns besonders interessierende Beispiel einer breiteren Tendenz. Hierzu gehören die Eventisierung urbaner Räume wie auch die raumzeitliche Dynamisierung von Dienstleistungen.“<sup>15</sup>*

In vielen Berufen ist es durch die Vernetzung über Internet und andere neue Medien möglich geworden, Teile seiner Arbeit von zu Hause aus zu erledigen. Somit wird Freizeit und Arbeit oft vermischt und keine klaren Abgrenzungen sind mehr vorhanden. Um dem Wirtschaftssystem gerecht zu werden nehmen die meisten Menschen dies hin. Eigentum spielt nur mehr über eine gewisse Zeit eine Rolle, was auch daraus resultiert dass sich die Arbeitsverhältnisse in den letzten Jahren geändert haben. Festes Eigentum schwindet, Räume zur Vermietung sind im Trend, da man sich dem Lauf der Zeit anpassen sollte. Zwischennutzungen werden in jener Zeit immer interessanter, da sie sich dem Kapital anpassen.

Harvey in seinem Buch rebellische Städte, sieht in den neoliberalen Städten unserer Zeit, Bedarf an revolutionärem urbanem Handeln, welches den Bewohner die Städte zurückerobert lässt.

---

<sup>15</sup> Oswalt/Overmeyer/Misselwitz 2013, 10.

Kreativität kann Mittel jener Aktion werden. Kreativität kann man als neuen wichtigen Maßstab sehen, jede Person soll und muss kreativ sein, um sich den angeforderten Situationen anzupassen, Altes neu zu interpretieren und dem Wandel der Zeit gewachsen zu sein.

*„Die Forderung war eigentlich mehr ein Befehl, dieser Krise fest ins Auge zu blicken und ein alternatives urbanes Leben zu entwerfen, das weniger entfremdet, sinnstiftender, spielerischer, dabei aber – wie immer bei Lefebvre – auch konfliktreich und dialektisch ist, offen für das Entstehende, für Begegnungen (beängstigender und angenehmer Art) und für das ständige Streben nach dem bislang unbekanntem Neuen.“<sup>16</sup>*

Die Idee temporäre Räume zu entwickeln hat Geschichte, jedoch steigt zurzeit die Präsenz an Räumen, Bauten, Kunstprojekten an öffentlichen Orten, welche für eine kurze Zeitperiode das städtische Bild beherrschen. Temporäre Räume bieten Freiheit und Raum zum Experimentieren. Das Neue, wozu Kreativität ein bedeutender Beitrag ist, wird gesucht.

Wirtschaftskrisen können sich unter anderem in der Architektur widerspiegeln, die Materialien werden recycelt und anders wieder eingesetzt, Räume flexibler und mehrfach genutzt, und auch das Zusammentreffen einer Gemeinschaft hat sich geändert. Das Unbeständige hat den Anschein immer mehr in das Leben der Gesellschaft einzuziehen. Die Verwirklichung durch ein kleines Budget lässt auch eine Flexibilität zu, Pop Ups sind anpassungsfähig, an jegliche Situationen. Zeit und Raum können flexibel bespielt werden und auch den Anforderungen angepasst, sie sind eine Möglichkeit traditionelle Strukturen aufzubrechen. Durch die gesellschaftlichen Veränderungen der westlichen Welt, in der Zeitdruck, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit zu zentralen Regeln des Lebens geworden sind, könnten sich Pop Ups als mögliche Lösung temporärer Probleme erweisen.

---

<sup>16</sup> Harvey 2013 ,11.

## 3.4 STADTRAUM

Typische Städte für Pop Ups sind meist Großstädte, von welchen die neuen Bewegungen ausgehen und sich die Trends weiter in das Land streuen. Städte in denen eine Vielfalt an kulturellen und sozialen Unterschieden besteht, verschiedene Personen zusammen treffen und die Gesellschaft, sowie das Kapital floriert. Bevorzugte Städte wie Berlin, London, Amsterdam, Wien und weitere Städte der 1. Welt, die Markt des neoliberalen Systems sind.

Pop Up kann je nach Funktion und Motivation, an diversen Orten stattfinden. Die Gemeinsamkeit ist dennoch immer die gleiche, die Stadt als Schauplatz. Die Aufmerksamkeit und die Attraktion wird genützt, die Besucherströme und die Urbanität. Die Miteinbeziehung des städtischen Publikums ist von großer Bedeutung.

Um die Reichweite der Pop Ups zu verstehen und ihren Zusammenhang mit dem städtischen Umfeld, muss man jenes genauer beleuchten. Die Städte haben sich in den letzten Jahrzehnten geändert, doch die Stadt als Ort für Veränderungen, Technologien, Wissenschaft, Innovationen und Entwicklung ist schon sehr alt. Bereits in der Antike war die Stadt das Zentrum der Wissenschaft und der Kommunikation und des Austausches. Sie besaß Einrichtungen wie, Universitäten oder Kaffeehäuser, an denen der Austausch an Wissen und Neuheiten besprochen wurden konnten, auch bestimmte Viertel einer Stadt wurden als kreativer Stadtteil angesehen, „Stadt als sozialer Raum, als Raum der Interaktion“.<sup>17</sup>

Gerade der Austausch unterschiedlicher sozialer Gruppen ist ein großes Potenzial der Stadt und bringt Kreativität hervor. „Entstehung, Vermittlung und Verbreitung von Wissen ist, so wurde über Jahrhunderte hinweg immer wieder betont, mit Kommunikation und Austausch verbunden.“<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Heßler 2007, 44.

<sup>18</sup> Ebda., 45.



Heute haben sich die Kommunikationsformen geändert und vielleicht deshalb, ist die Kommunikation im öffentlichen Raum wichtiger und wieder interessanter geworden. Es zeigt die Verbindung zwischen Kreativität und dem Wachstum oder Imagebildung einer Stadt.

*„Statt in sich abgeschlossene Orte schaffen sie öffentliche Orte als Magneten, die im Erfolgsfall als urbane Hot Spots funktionieren. Nicht Abgrenzung, sondern Schaffung von Attraktoren ist das Grundprinzip, auch wenn diese Orte auf ein recht spezifisches Publikum zielen. Im Politischen und Kulturellen zeichnen sich heutige temporäre Nutzungen durch eine große Permissivität, wenn nicht gar Promiskuität aus. Die Bedeutung der entstehenden Räume und Programme liegt in ihrem zumeist öffentlichen Charakter, der für das jeweilige städtische Leben und damit auch für die Identität und Image der jeweiligen Stadt eine wesentliche Rolle spielt. Diese Orte fungieren als Brutstätte für Innovationen, nicht zuletzt als Trendsetter für den Mainstream.“<sup>19</sup>*

Kreativität ist für eine Stadt von großer Bedeutung, da es um eine Imagegestaltung geht und für die Ansiedelung von Unternehmen und Industrien ein interessanter Faktor sein kann. Somit bietet der Name einer Creative City auch einen Vorteil anderen Städten gegenüber. Ein weiterer Vorteil kann die Belebung des Ortskerns darstellen, da durch Geschäftsprogramme und neue Entwicklungen, die Attraktion auf den historischen Teil der Stadt gelenkt wird und die Belebung von leerstehenden Gebäuden oder Räumen initiiert wird. Die kreative Branche hilft Attraktionen zu schaffen und einen gewissen Lifestyle zu entwickeln.

### 3.4.1 ÖFFENTLICHER RAUM

*„Die Grenzen des öffentlichen Raumes konstruieren sich immer wieder neu auf Basis von Verhandlungen und Aneignung.“<sup>20</sup>* Öffentlicher Raum ist sehr anonym durch Bespielung und Aneignung findet ein Kontakt und eine Kommunikation statt. Eine Auseinandersetzung mit der Umgebung und den Bewohnern findet statt, eine Gemeinschaft kann aufgebaut werden.

---

<sup>19</sup> Oswald/Overmeyer/Misselwitz 2013, 13.

<sup>20</sup> Haydn/Temel 2006, 72.

Räume werden in Beziehung gestellt und Grenzen ausgelotet und in ein neues Verhältnis gestellt.

Öffentlicher Raum hat keine klaren Grenzziehungen, außer der Krümmung der Gebäude. Öffentliche Räume erhalten ein Programm, eine Bespielung. Öffentlicher Raum, kann unterschiedlich begriffen werden, als Ort im Besitz der öffentlichen Hand, Raum offen für Bewohner und frei zugänglich oder als Ort der Kommunikation vergleichend mit der griechischen Agora.<sup>21</sup>

Jene unterschiedlichen Begrifflichkeiten können zu Reibungen im öffentlichen Raum führen. Der Raum wird für unterschiedliche Funktionen und Motivationen genutzt, seien es politische, soziale oder individuelle. Öffentlicher Raum kann unterschiedlich verstanden werden, auch in der heutigen Zeit, wo öffentlicher Raum dezimiert und reglementiert wird, werden individuelle Rückeroberungen zu interessanten Standpunkten. Henri Lefebvres Recht auf Stadt hat auch für gegenwärtige Bedingungen noch große Bedeutung. Je nach Motivation der Akteure wird der öffentliche Raum unterschiedlich bespielt. Die Reaktionen auf urbane Interventionen sind unvorhersehbar.

Heutige Entwicklungen zeigen, dass öffentlicher Raum immer mehr bewacht wird, zu einem Ort wird an dem Randgruppen verdrängt werden und konsumierendes Publikum das Recht hat sich aufzuhalten. Deshalb sind temporäre Interventionen Indikatoren und Denkanstöße für Änderungen.

### 3.4.2 STADT ALS ORT DES KAPITALISMUS

Kapitalismus braucht die Stadt und umgekehrt. Die Stadt ist Ort des Wandels und der Neuerfindung, hier findet eine rege Zirkulation der Waren statt. Dies ist aber auch ein wichtiger Faktor zur Wertsteigerung einer Stadt, dazu zählt unter anderem natürlich auch das kulturelle Potenzial der Stadt. Die Einzigartigkeit und ihre speziellen Attraktionen sind Aushängeschilder für eine Stadt.

---

<sup>21</sup> Vgl. Glasze 2001, 160.

David Harvey in einem Interview für den Spiegel Online, indem der Kapitalismus in Zusammenhang mit der Urbanität diskutiert wurde:

*„Harvey: Urbanisierung ist ein Kanal, durch den überschüssiges Kapital fließt, um die Städte für die Oberschicht neu zu bauen. Ein machtvoller Prozess, der neu definiert, worum es in Städten geht, wer dort leben darf und wer nicht. Und er definiert die Lebensqualität in Städten nach den Maßgaben des Kapitals, nicht nach denen der Menschen. [...] Städte versuchen daher heute, einen Preisaufschlag zu erreichen, indem sie sich als kulturell einzigartig darstellen.“<sup>22</sup>*

Die Stadt ist ein mächtiger Ort des Kapitalismus, eine gebaute Form des Konsums. Konsum ist auch die Bedingung für Lebensqualität und den Ruf einer Stadt.

Lefebvre teilt die sozialräumlichen Prozesse in zwei Räume: dem wahrgenommenen, in dem alle produzierten Aktivitäten einer Gesellschaft, ihre Räume definiert, und dem vorgestellten Raum, einem Raum der Zeichen welche eine konstruierte Wirklichkeit darstellt, welche stark im Kapitalismus präsent ist.<sup>23</sup> „Die Verbannung des Funktionalen und die Variabilität des Raums für spielerische Aktivitäten“<sup>24</sup> sollte sich jedoch auch auf die Gesellschaft auswirken, da jede Handlung ihre Auswirkungen auf das soziale Gefüge hat. Das Handeln im Raum und die sozialen Strukturen stehen im engen Zusammenspiel miteinander.

### 3.4.3 NEOLIBERALES SYSTEM

*„Der neoliberale Staat achtet auf die Förderung der Anliegen und die Erleichterung und Stimulierung sämtlicher Geschäftsinteressen[...]mit dem Argument, dass dies zu Wachstum und Innovation führe und der einzige Weg zur Beseitigung der Armut und zur langfristigen Schaffung höherer Lebensstandards für die Masse der Bevölkerung sei.“<sup>25</sup>*

---

<sup>22</sup> <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/der-marxist-und-geograph-david-harvey-ueber-das-recht-auf-stadt-a-895290.html>

<sup>23</sup> Vgl.: Haydn/Temel 2006, 51.

<sup>24</sup> Haydn/Temel 2006, 42.

<sup>25</sup> Harvey 2005, 25.

Innovation und die Erhöhung der Lebensstandards sind grundlegende Ziele des neoliberalen Systems. Dazu sollte jedes Potenzial genutzt werden. Der Mensch sich in seiner Arbeit verwirklichen und somit Teil der Arbeitsproduktion werden. Die Übergänge zwischen Freizeit und Arbeitszeit sind übergreifend. Die Nutzung von Leerstand und ungenützten Raum ist im Neoliberalismus nicht rentabel und muss ebenfalls verwertet werden. Teil des neoliberalen Systems, Räume immer einer Nutzung zu unterziehen und ohne Übergang sinnvoll und verwertbar zu nutzen, dies entspricht dem heutigen Wirtschaftssystem. Die Anpassbarkeit an Situationen sollte möglich sein, eine Flexibilisierung des Raumes und der Arbeit wird angesteuert.

*Es gibt starke individuelle wie kollektive Anreize, die Umschlagzeit des Kapitals zu verringern, und als Konsequenz stoßen wir auf viele Innovationen, die darauf abzielen, Produktion, Vertrieb und Konsumation zu beschleunigen. [...] Die Verringerung der Kosten und des Zeitaufwands für die Warenzirkulation, die Menschen (Arbeitskraft), Geld und Information mittels dessen, was Marx >>die Vernichtung des Raumes durch die Zeit<< nannte, ist ein Grundgesetz der Kapitalakkumulation.<sup>26</sup>*

Pop Up kann als Mittel des neoliberalen Systems angesehen werden. Durch die Herstellung temporärer flexibler Räume, passen sich Räume dem Wirtschaftssystem und den aktuellen Bedingungen an.

Freiheit und Individualismus am Markt sind das größte Gut im neoliberalen System und sollte ausgeschöpft werden. Individualismus, das Anderssein und Einzigartige birgt besonderes Potenzial. Das fordistische System welches das 20. Jahrhundert prägte, wurde von Funktionalismus, Produktionssteigerung und Vereinheitlichung dominiert, welches Bewohner in klare Grenzen einschloss. Der Neoliberalismus versuchte eine Abschwächung dieser Regeln zu erwirken.

*„Es geht also um die Befreiung des Produktionsmittels Grund von den Fesseln des Dauerhaften, wenn der temporären Nutzung das Wort geredet wird. Sei es einerseits in Form von Zwischennutzungen, die unproduktive Standzeit verwertbar machen, oder seien es Temporalisierungen prinzipiell jeder Nutzung, die je nach Erfordernis des Marktes der nächsten, produktiveren weichen muss.“<sup>27</sup>*

---

<sup>26</sup> Harvey 2005, 105.

<sup>27</sup> Haydn/Temel 2006, 60.

Durch Temporalität entstehen keine ungenutzten Räume, das Kapital kann in ständigen Fluss sein. Produktivität erhöht den Gewinn und ist Ziel des neoliberalen Systems.

Das wichtigste Kapital am heutigen Markt ist die Kreativität, aus der die Gesellschaft und Wirtschaft die Profite zieht. Die Kreativwirtschaft ist in den letzten Jahrzehnten zu einem der stärksten Sektoren geworden. Auch der Begriff der Kreativwirtschaft ist relativ neu und wird erst seit wenigen Jahren in so engen Zusammenhang gebracht. Die Kulturindustrie hat sich zu den bedeutendsten Sparten der Wirtschaft entwickelt. Sie wird zu einem globalisierten Produkt.

#### 3.4.4 STADTENTWICKLUNG

Teilweise werden sehr euphorische Perspektiven der Pop Ups geschildert. Sie gelten als eine neue Form der visionären Stadtentwicklung der Zukunft, welche durch individuelles Potenzial und auch durch kommerzielle Unterstützung eine Aufwertung der Stadt herbeiführen können. Das Ziel die „Formalisierung des Informellen“, durch Instrumente der Stadt, durch kleine temporäre Projekte ein flächendeckendes zu Image erschaffen. Sie können zu offiziellen Auszeichnungen wie „creative city“ oder „city of design“ führen, welche ein Marketing und eine Kommerzialisierung des städtischen Bereiches bewirken und Tourismus, als auch Unternehmensbildung fördern soll. Diese städtischen „kreativen“ oder „innovativen Milieus“ stehen für Hoffnung auf ökonomisches Wachstum, sie gelten als zentrales Element städtischer Ökonomien.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Heßler 2007, 38.

*„Informelle Nutzungen, die traditionell als bedrohlich für die Interessen der Eigentümer und Developer galten, werden nun immer mehr als wichtige Indikatoren eines potenziellen Wachstums gesehen. Eine temporäre Nutzung kann Impulse für neue Entwicklungen liefern und deren urbane Qualität beeinflussen. Das ist nirgendwo wichtiger als in städtischen Brachen und anderen Resträumen, in denen traditionelle Entwicklungsmethoden versagt haben. Hohe Baukosten, der weit verbreitete Widerstand gegen homogene Projekte der Masseninvestition, lange Planungsprozesse und strikte Vorschriften, die Risiken fester Nutzungsprogramme in einer Zeit der ökonomischen und sozialen Wandlungen...“<sup>29</sup>*

Jene Entwicklungen können, welche teils aus kreativen Milieus und anderen Motivationen stammen, zu einer Aufwertung des Images einer Stadt oder nur eines Stadtteils führen. Dies kann auch negative Auswirkungen haben, es kann zu Gentrifikation führen. Da meist Stadtteile betroffen sind, welche von sozial schwächeren Gesellschaftsgruppen bewohnt werden oder nicht auf demselben Entwicklungsstand liegen wie andere Stadtteile, kann durch eine neue Attraktivität und Aufwertung der Bereiche, eine Teuerung, sowohl der Mieten als auch der Dienstleistungen erfolgen. Somit werden jene Gruppen verdrängt und eine Verlagerung des vorangegangenen Problems findet statt.

*„Das Prozesshafte, das Unklare und Unfertige ist nicht das Gegenteil von Architektur, sondern kann vielmehr ihren Kern bilden. Ein solches Verständnis von Architektur als flexible, transformative und eher auf eine Strategie als auf ein Ergebnis ausgerichtete Stadtveränderungskunst könnte uns in den nächsten Jahren enorm hilfreich sein...“<sup>30</sup>*

Temporäre Interventionen können sich als hilfreiche Methoden der Förderung der Stadtentwicklung erweisen und sich als eine neue Form der Architektur konfigurieren. Sie können neue Möglichkeiten aufzeigen, ohne großen Schaden herbeizuführen. Veränderungen und Anpassungen sind stets umsetzbar.

Unter dem Begriff Pop Up fallen temporäre Installationen im öffentlichen Raum, Projekte mit teils ökonomischen oder kulturellen Hintergründen, die Konstante hinter den Projekten ist, die Kurzfristigkeit und die Besitznahme eines Raumes zu unterschiedlichen Zwecken.

---

<sup>29</sup> Oswald/Overmeyer/Misselwitz 2013, 5.

<sup>30</sup> Heilmeyer 2013, 11.

Der erst neue Name Pop Up dient als ein Überbegriff jener Formen und könnte als eine Art Modebegriff der aktuellen Zeit gesehen werden.

*„Nur zu oft sind die Spuren dieser abgerissenen, transformierten oder verschobenen Bauten verwischt. Allgemein werden temporär angelegte Bauten aus dem Bewusstsein verdrängt und nur selten dokumentiert, so dass sich ihre Existenz im kollektiven Gedächtnis häufig nicht mehr abzeichnet. Der stadtgeschichtlichen Amnesie gegenüber Architekturen auf Zeit steht jedoch eine Fülle von künstlerischen Projekten gegenüber, die vor allem den Schick dieser Bauten hervorheben.“<sup>31</sup>*

Die Aussagen, Ideologien und Zwecke hinter den Pop Ups und die Materialien mögen sich zwar aufgrund der aktuellen ökonomischen, politischen und kulturellen Hintergründe geändert haben. Weshalb diese Hintergründe auch zu hinterfragen sind, und Pop Up nicht als ein Modewort für temporäre Erscheinungen darzustellen.

*„Außerdem vermute ich, auch wenn ich es nicht beweisen kann, dass die kulturellen Transformationen, die in der Folge im urbanen Leben stattfanden, als das nackte Kapital sich die Maske des Warenfetischismus, des Nischenmarketings und des stadtkulturellen Konsumismus überzog.“<sup>32</sup>*

Vor allem der Begriff Pop Up lässt auf eine Eventisierung temporärer Projekte schließen. Ein Modewort, welches ein Ausdruck des aktuellen Zeitgeistes darstellt. Dahinter soll Spontaneität, etwas Neues, Hipbes, Junges stecken. Diese Attribute scheinen in unserer Gesellschaft als sehr erstrebenswert und attraktiv zu sein, somit sind sie auch Anziehungspunkt. Der Stadtraum kann durch seine Darstellung als kreatives Produkt in eine Art Museum verwandeln. Die Stadt gewinnt durch kulturelle Inszenierungen an Aufmerksamkeit und kann dies nutzen.

Die Stadt ist einem Nutzungszyklus unterworfen, in dem auch Zwischenräume und Leeren ohne spezifische Nutzung entstehen können, jene bieten Raum und die Möglichkeit für temporäre Nutzungen. *„Andererseits lässt sich nach Buckminster Fuller sagen: ‚Wir müssen alle Ressourcen dieser Welt in einen flüssigen, fließenden, mobilen Zustand transferieren, so dass nichts existiert, was wir loswerden wollen.‘“<sup>33</sup>*

---

<sup>31</sup> Doßmann/Wenzel 2006, 10.

<sup>32</sup> Harvey 2013 ,13.

<sup>33</sup> Haydn/Temel 2006, 78.

Ein besonderes Potenzial wird in der städtischen Aufwertung und Entwicklung in Leerstand und Brachen gesehen. Orte an denen traditionelle Planungen versagten und als Schandfleck galten, können durch sogenannte Pop Ups, Interventionen oder auch Besetzungen Aufmerksamkeit erlangen und neue Möglichkeiten der Nutzung aufwerfen.

Zwischennutzungen von Leerständen sind leichter zu planen und organisieren, ihre Nutzung ist klarer und räumlich begrenzt, temporäre im öffentlichen Raum sind dagegen Ort des Experiments und flexibler. Verfügbarer Raum, der leer sein kann oder auch bespielbar sein kann, Nutzungsüberschneidung, offen für alternative Nutzung, mit neuer Nutzung überschreiben der interessant für Akteure ist.



## 3.5 KREATIVITÄT

Kreativität hat mit dem Erfinden von etwas Neuem zu tun, etwas noch nie da Gewesenem. Da man jedoch das Rad nicht neu erfinden kann, birgt in jedem scheinbar Neuem auch etwas Altes, schon da Gewesenes. Doch man hat die Möglichkeit jenes neu zu interpretieren, in einen neuen Zusammenhang zu stellen, in die jetzige Zeit zu übersetzen und somit etwas anderes Neues zu schaffen.

Kreativität wird oft als problemlösendes Mittel gesehen, welches durch innovative Ideen Probleme löst. Sie wird als Produkt verkauft und dient dem Markt. „Kreativität ist eine ökonomische Ressource, die der Markt gleichermaßen mobilisiert wie verbraucht.“<sup>34</sup> Die Kreativität ist nichts geniales, was nur wenigen wirklich intelligenten Menschen bestimmt ist, sondern kreativ sollte oder kann jeder sein, und vor allem in unserer Gesellschaft ist die Kreativität eine der besten Eigenschaften und Verkaufsprodukte die eine Person anbieten kann. „Die Mobilisierung der Innovationspotenziale privatisiert und individualisiert“<sup>35</sup> bedingt, dass jeder Mensch seine Kreativität nützen soll und weiterbilden soll. Kreativität hat in der Wirtschaft großes Potenzial, um schneller, besser zu sein ist es notwendig möglichst kreativ und innovativ zu sein, um am Markt Gewinn zu erzielen.

Die Lebensspanne neuer Ideen wird in diesem Zusammenhang wird jedoch immer kürzer, Ideen werden immer schneller verbraucht. Der Markt fordert immer neue Ideen und Innovationen und beschleunigt somit auch seinen Verbrauch. Es bleibt keine Zeit sich auszuruhen sondern ständig nach dem Neuen, Unbekannten zu forschen, das zuvor noch niemand hatte. Das Neue und Kreative muss sich am Markt durchsetzen, so hat es Erfolg und erzeugt Interesse bei der Masse. Das Außergewöhnliche, Einzigartige wird gefordert und ist gewinnbringend. Nicht jede Idee ist gefragt, deshalb muss man auch ein gewisses Publikum bedienen.

---

<sup>34</sup> Bröckling u.a.2004, 141.

<sup>35</sup> Ebda, 142.

Kreativität kann auch als ein Akt der Befreiung gesellschaftlicher Konventionen interpretiert werden, als eine Revolution gegen vorherrschende Bedingungen.

„Die vierte Metapher ist die Revolution. Schöpferisches fällt dabei zusammen mit befreiendem Handeln, der radikalen Neuerfindung des Sozialen.“<sup>36</sup> Der Kreative erweist sich als „Schöpfer“. Die Individualität spielt in diesem Zusammenhang auch eine große Rolle, da man sich von der Masse abhebt, gegenwärtig ein Trend einzigartig zu sein.

---

<sup>36</sup> Ebda, 140.

## 3.6 MOTIVATIONEN UND AUSDRUCKSFORMEN

Hinter einem Pop Up kann die Motivation der Aneignung des Raumes stehen, eine Rückeroberung durch das Individuum und Privatisierung des Raumes findet statt. Es handelt sich um eine Abgrenzung von der bisherigen Gesellschaft, einerseits durch die in Besitznahme des Raumes und andererseits grenzt man sich durch die alternative Handlung von anderen ab. Individualität und Einzigartigkeit sind interessante „neue Wert“ der aktuellen Gesellschaftsstruktur.

Die Nutzung des Raumes als Lückenfüller, oder Idee der Aufhübschung der Umgebung oder auch die Aufmerksamkeit auf mögliche Alternativen ziehen Akteure an. Auch das Aufzeigen der Möglichkeiten und hinterfragen von Altem sind Motivationen. Dies kann durch Besetzungen, Guerilla oder Eigeninitiativen der Bewohner á la do-it-yourself stattfinden. Dabei kann es sich um leerstehende Räume, Häuser, Brachland oder ungenütztes Stadtraum handeln in denen Akteure Potenzial sehen.

Hinter dem Pop Up steht kein Masterplan, sondern kleine Räume werden kurzfristig bearbeitet. Nutzungen und Funktionen können beim Pop Up überlagert werden und miteinander kooperieren. Pop Up bietet die Möglichkeit der Zwischennutzung einer gleichen Lokalität. Es besteht die Möglichkeit zu experimentieren und testen und daraus zu lernen ohne großen Schaden anzurichten. Besucher werden aktiv, Teil des Projektes und werden in den Prozess miteinbezogen.

Das Recht auf Eigentum und die Frage nach der Nutzungsfreiheit und dem Nutzungsrecht, zwischen Verboten und Geboten ist derzeit eine relevante Frage. Vor allem in der Stadt wo die Definition des sozialem Gemeinschaftseigentum unklar ist. Die Möglichkeiten den angeblich öffentlichen Raum zu nutzen sind begrenzt. Es geht um eine Auslotung von Grenzen zwischen privaten und öffentlichen Eigentum.

### 3.7 AKTIVISMUS UND COMMUNITY

Die Community ist eine Gruppe an Personen, welche sich den gleichen Interessen anschließt und sich auch dadurch gründet andere ausschließen. Ein Raum für Gleichgesinnte. Die Community gibt gerade in der jetzigen Zeit Halt, wo Individualismus verstärkt präsent wird, durch neue Arbeitsformen, in denen man Selbstverantwortlicher ist. Das kollektive Anliegen kann verstärkt werden und man ist stärker gegen äußere Einwirkungen oder Gegenmeinungen, Gegenströmungen gewappnet. Die Individuellen Probleme können zu einem gemeinsamen werden und bearbeitet werden, denn im Kollektiv ist man stärker, auch wenn es um die egoistischen Wünsche und Vorstellungen geht.

*„Wie er später bemerkte, ist dies eine ganz andere Art von sozialer Formation – fragmentarisch und gespalten, vielfältig in ihren Zielen und Bedürfnissen, eher wandernd, desorganisiert und flüchtig als fest verwurzelt.“<sup>37</sup>*

Auch ein Flash Mob kann ein kollektives Gefühl von Gemeinschaft herbeirufen, ist jedoch ein zeitabhängiger Faktor, in dem jeder mit seinen individuellen Vorstellungen antritt. Eine leichte Form des Egoismus kann man hier vorfinden.

„Landry unterscheidet zwischen soft und hard architecture. Die hard architecture stellt die materiellen Bedingungen dar und die soft architecture die sozialen Netzwerke, informellen Gruppen und Kontakte“<sup>38</sup>

Die Aktivisten benutzen die Stadt, die Eigenheiten und die Vielfalt des städtischen Raumes, um sich wieder ein eigenes Stück „Land“ zurück zu erobern. Es besteht teilweise der Wunsch der Bewohner sich in der Stadt zu verwirklichen. „Eigeninitiative entsteht aus zwei Hauptmotivationen heraus: aus dem Mangel an passenden Alternativen und aus dem Wunsch, selbst

---

<sup>37</sup>Vgl.: Harvey 2013 ,16.

<sup>38</sup> Heßler 2007, 44.

etwas nach eigenen Vorstellungen zu gestalten.“<sup>39</sup> Somit entstehen auch kleine Kunstwerke, wobei man von traditioneller Kunst im öffentlichen Raum kaum mehr unterscheiden kann. Die Grenzen zwischen legal und illegal verschwimmen, man kann jenseits von städtischen Reglementierungen eigene Kreationen schaffen. Es handelt sich hierbei vielleicht nur um einen kleinen Zeitraum bis die Projekte wieder verschwinden, da sie auch außerhalb des Gesetzes arbeiten, jedoch hinterlassen sie teilweise Spuren oder werden von Beobachtern weiter geführt und zu einem Trend entwickelt.

Man hat das Gefühl, dass bei diesen individuellen und informellen Projekten der eigene Egoismus oder Selbstverwirklichungsdrang an die Oberfläche kommt. Dies resultiert vielleicht aus den Gründen, dass gerade in einer städtischen Umgebung, wenig Ausdruck zum Individualismus möglich ist. In der Stadt, wo viele Menschen und immer mehr Menschen zuwandern, ist man einer von vielen, wodurch auch Individualität und Kreativität, Ausdrücke sind sich selbst zu präsentieren und darstellen zu können. Es ist auch die Möglichkeit sein eigenes Umfeld, Wohn- Arbeitsbereich etc. mitgestalten zu können, mitwirken zu können für die Stadtentwicklung der Zukunft und vielleicht ermöglicht dies sogar die traditionellen Strukturen etwas aufzubrechen.

*„Und wenn Konzepte wie jenes der »Bürgerhaushalte«, die es normalen Stadtbewohnern ermöglichen, sich im Rahmen demokratischer Entscheidungsprozesse direkt an der Verteilung der städtischen Haushaltsmittel zu beteiligen, so viele begeistern, hängt das damit zusammen, dass viele Menschen eine Antwort auf einen internationalen Kapitalismus suchen, der die neoliberale Reformagenda auf brutale Weise durchsetzt und dessen Angriffe auf die alltägliche Lebensqualität sich seit den frühen Neunzigern zuspitzen.“<sup>40</sup>*

Die Frage ist nur wie sich diese neuen Trends auf die zukünftige Entwicklung der Stadt und deren Vermarktung auswirken und wie viel die Bewohner oder auch die Akteure davon profitieren. Auf jeden Fall erzeugen diese Interventionen im öffentlichen Raum Impulse zum Nachmachen, machen aufmerksam und sind eine Attraktion, welche auch schnell, vor allem in den neuen Medien verbreitet werden.

---

<sup>39</sup> Heilmeyer 2013,15.

<sup>40</sup> Harvey 2013 ,14.

Somit bekommt auch die Gegend, großflächig gesehen die Stadt selbst ein gewisses Image, der Kreativität und des Designs.

Durch die Medien können solche Trends schnell verbreitet und auch nachgemacht werden, sie haben aber demnach auch eine kürzere Halbwertszeit, wodurch wieder schnell die Suche nach neuen Trends und Attraktionen geforscht wird. Orte haben meist einen persönlichen Bezug der Akteure im Raum, vor allem das Interesse an dem Urbanen Raum, der mit anderen geteilt wird, wird zu einem individuellen Bereich.

Eine Art Subkultur ist hier der Künstler im öffentlichen Raum, der jedoch kein Professionist ist, sondern viel mehr ein Kreativer oder eine kreative Gruppe an Gleichgesinnten, welche das gleiche Ziel verfolgen. Der Sinn oder der Zugang zu dem Projekt bleibt meist in der Gruppe und ist dem Betrachter im öffentlichen Raum nicht ersichtlich, er kann selbst interpretieren und damit umgehen.

Außerdem gibt es unterschiedliche Arten sich dem städtischen Raum anzunehmen, man kann Neues entwickeln, das Vorhandene verändern umformen, etwas hinzufügen oder sich einfach nur aneignen. Die Arten sind hier sehr breit gefächert, gehen von, Street Art, zu architektonisch angrenzenden Ständen bis hin zu Hausbesetzungen. Dahinter können auch unterschiedliche Ziele stecken, soziale, politische, ökonomische oder kulturelle etc.

Auch der Zuspruch oder das Event kann als Attraktion fungieren. Die Schöpfer solcher Events, versuchen eine Kritik an dem bisherigen System zu finden, nehmen sich der Stadt an und wollen sie individualisieren. Doch es stellt sich die Frage, ob die eigentliche Aussage hinter den Projekten dem Publikum somit klar kommuniziert wird und es nicht zu Unklarheiten kommt. Die Interpretation können vielfältig sein, doch man hat teilweise das Gefühl die Aussage wird mit Events und Spaß vermischt und lässt keinen Eindruck der Ernsthaftigkeit zurück. Es spricht die Spaßgesellschaft an und findet hier ein reges Publikum. Der Versuch nach einer spielerhaften Revolution um die Missstände der Stadt aufzuzeigen kann somit hinterfragt werden. Auch politische Interessen werden in dieser Form der Spaßtherapie kommuniziert und es ist fraglich, ob ernsthafte Probleme so zu lösen sind. Dies ist ein Phänomen der ersten Welt, man kann sich kaum vorstellen, dass Proteste in anderen Regionen der Welt, so zu einem Resultat führen könnten. Die Stadt wird zu einem Spielplatz auf dem sich jeder auslebt, alles ist ein Festival und das Vergnügen steht bei allem im Vordergrund. Die Stadt als ein großes Experiment.

Im Buch „the temporary city“ von Bishop und Williams wird der derzeitige Trend der Pop Up Kultur behandelt.

Das Kapitel counterculture and activism glorifiziert den Begriff TAZ, welcher durch den Philosophen und Schriftsteller Hakim Bey geprägt wurde. TAZ bedeutet Temporäre Autonome Zone und beschreibt einen Bereich, einen Raum, eine Situation welche nur temporär gebildet bzw. bespielt wird.

Bei diesen kurzlebigen Ereignissen muss man sich jedoch fragen, wie weit hier ein Ergebnis zu erzielen ist. Kann denn aus einer derartig spontanen schnellen Aktion ein Resultat entstehen?

Bey beschreibt die temporären Handlungen als eine Revolution gegen soziale und kulturelle Regeln, Beschränkungen, aus denen das Individuum mit Hilfe der temporären Aktion ausbrechen kann, bevor eine Obrigkeit die Möglichkeit hat einzuschreiten. Ein freier Ort an dem man sich außerhalb jeglicher Normen befindet.<sup>41</sup>

Hiermit stellt sich die Frage, ob das Individuum durch solche kurzfristigen Erlebnisse sich nicht nur selbst täuscht und einen Weg der Selbstverwirklichung einschlägt, jedoch ohne zu bedenken dass sich einige Minuten nach dem TAZ, sich an seiner eigentlichen Situation und der gesellschaftlichen Ordnung nichts geändert hat. Es kann sich hier auch um eine Flucht aus der Realität handeln, sich in ein Spaßverhalten, bzw. in einen Flash Mob stürzt, sich selbst belügen. Doch diese aktuellen Tendenzen bringen wenig Veränderung insgesamt im System.

Im Gegenteil, dergleichen Ausdrucksmittel werden immer mehr auch von der Konsumwirtschaft benutzt. Der einstmalig neue „revolutionäre“ Aktivismus wird schleichend zu Marketingstrategien und somit zu einem Teil der neoliberalen Entwicklung. Kreativität wird zu einem Instrument der Vermarktung und Sklave einer Konsumgesellschaft ohne zugehörig sein zu wollen.

Doch wer ist es der solche Aktionen hervorbringt, welche Gesellschaftsgruppe schafft neue Trends?

Die Ansprechgruppe für derartige neuartige Strukturen ist das kreative Milieu. Anfänglich im Kapitel wird beschrieben, dass gerade die kreative Gesellschaftsgruppe immer wieder auch in der Geschichte Wünsche nach Neuerungen definiert. So kommen herkömmlich angebotene Strukturen im kommerziellen Gefüge nicht in Frage.

---

<sup>41</sup> Vgl. Bey 1994.

Neue Orte, Räume, Projekte und Initiativen werden gesucht und angestrebt. Dies führt ungewollt dazu, dass sie kommerzielle Strukturen fördern und ein Teil davon werden, somit haben sich auch Tendenzen wie die Gentrifizierung entwickelt. Künstlerische und moderne Tendenzen erzielen Aufmerksamkeit, sind ansprechend und dienen somit der kommerziellen Vermarktung und haben das Potential Trend zu werden. Die Gesellschaft profitiert von der kreativen Klasse und ihren Ausdrucksformen.

Weiters ist diese Gesellschaftsgruppe, ein in sich geschlossenes Forum an Menschen, welche einen gebildeten Hintergrund haben. Die Entwicklung und Ideologien finden abseits von schlechter gestellten Gruppen statt. Das Ausbrechen durch diese TAZ in „neue Welten“ ist dadurch auch nur temporär und bestimmten, meist gutsituierten Gruppen vorbehalten. Dieses Netzwerk aus gleichgesinnten Personen ist nicht für die breite Maße zugänglich.

Weiter im Kapitel wird angemerkt, dass die kreative Klasse auch schon in der Geschichte wichtiger Stellenwert für die Entwicklung einer Stadt war. Somit zeigt sich hier, dass auch schon in der Vergangenheit die Bedeutung der Kreativität im urbanen Gefüge erkannt wurde und von jener profitiert wurde.

Die eigentliche Bedeutung einer Revolution hat TAZ nicht. Es agiert viel mehr als ein Unterhaltungsprogramm für kreative und weniger kreative Personen, hat jedoch von dem eigentlichen Sinn eines Aktivismus oder eine Revolution, eine Verbesserung bisheriger Strukturen wenig zu tun. Es fehlt an Ernsthaftigkeit und auch an Zeit, um eine Veränderung erzielen zu können. Derartige Aktionen könnten die Wahrnehmung tatsächlicher ernstgemeinter revolutionärer Umbrüche verfälschen, fast verhöhnen, da Menschen durch öffentliche Initiativen weltweit immer noch versuchen eine Veränderung des politischen, sozialen Systems herbeizuführen, jedoch damit keine Spaßveranstaltung für das Individuum bezwecken.

Eine TAZ agiert außerdem egoistisch und bewirkt in keiner Form eine Ideologie an eine breite Gesellschaftsstruktur, sondern bewegt sich im Bürgertum. Die TAZ als ein kraftloses Ereignis ohne Ergebnis oder Ziel. Ein TAZ verkommt immer mehr zu einem Trend, einem Phänomen unserer derzeitigen Gesellschaft, Kreativität als ein Instrument neoliberaler Stadtentwicklung.



*„Das Spektakel ist die Ideologie schlechthin, weil es das Wesen jedes ideologischen Systems in seiner Fülle darstellt und zum Ausdruck bringt: die Verarmung, die Unterjochung und die Negation des wirklichen Lebens.“<sup>42</sup>*

Der fortschreitende Kapitalismus bewirkt die Individualisierung des Menschen, und das Spektakel präsentiert uns die Beziehung zwischen den Menschen durch vielfache Bilder. Die Wahrheit der Dinge ist nicht mehr herauszufiltern, sie verschwimmt. Das Spektakel ist nur eine Präsentation, welche zu einer Passivität führt. Des weiteren ist das Spektakel eine Ausdrucksform unseres Konsums. Somit stellt auch Unterhaltung und Festivals eine wichtige Ware in unserem Wirtschaftssystem dar.

In einer Zeit des Neoliberalismus spielt das Thema der Ware und der Spaßgesellschaft eine große Rolle. Debord spricht von „Pseudoereignissen“ und Pseudo-Sensationen“, welche auf der Ideologie der Konsumgesellschaft aufbauen und den Menschen lebendige anziehende Attraktionen vorspiegelt. Das Spektakel stellt neben den von dem System suggerierten Prioritäten von Arbeit und Konsum, eine Möglichkeit des Lebendigen dar.

---

<sup>42</sup> Debord 1996, 182/183.

## 3.8 MATERIALIEN

Da sich Pop Up Architektur schnell umstrukturieren sollte, spielt das Material eine wichtige Rolle. In einer sehr schnelllebigen Zeit, einer Zeit der Überproduktion, werden recycelbare Materialien benutzt, um unsere Ressourcen zu schonen. Auch aus finanziellen Gründen, besteht das Material meist aus wiederverwerteten Produkten. Die Materialien werden neu interpretiert, verfremdet und anders eingesetzt. Der öffentliche Raum oder auch verlassene Gebäude werden als Präsentationsort genutzt.

Die Materialien der Pop Ups sind meist sehr kostengünstig oder sind bereits Mobiliar der Stadt und werden umfunktioniert. Durch ihre temporäre Funktion und durch meist kleine Budgets können recycelte Materialien angewandt werden, welche schnell montierbar und flexibel sind. Paletten, Doka-Platten, Gerüstbau oder Ähnliches sind beliebte Produkte für Pop Ups Architekturen. Oft wird auch städtisches Mobiliar umgewandelt, mit einfachen Mitteln und ohne großen Zeit- oder Geldaufwand. Recycelte Materialien als Baustruktur zu verwenden ist auch ein Ausdruck der heutigen Wegwerfgesellschaft, alternative Gruppen nehmen dies als Ausdrucksform auf.

## 3.9 TENDENZEN

Pop Up findet unter vielen verschiedenen Namen statt, ihre Gemeinsamkeit ist Raum und Zeit. Um sie zu gliedern, werden hier drei für diese Arbeit grundsätzliche Typen aufgelistet. Die Entwicklung von individuellen bis zu Pop Up, welche Teil einer Vermarktung sind. Die Gliederung erfolgt für diese Arbeit in 3 relevante Projekte, welchen ein Beispiel angehängt ist. Die Einteilung in individuelle Pop Up, welche durch Eigeninitiativen und Nachbarschaftshilfen den öffentlichen Raum „besetzen“. In weitere Folge bestimmen kulturelle Pop Up den Stadtraum, welche durch Vermittlung kreativen Potenzials Aufmerksamkeit schaffen. Als letztes folgen kommerzielle Pop Up, welche vollkommen Teil einer Vermarktungsstrategie sind und Kreativität als Lifestyle verkauft. Jene Motivationen stellen räumliche Strategien im öffentlichen Raum dar, welche sich auch gegenseitig bedingen und Kreativität als wichtigen Fortschritts- und Innovationsfaktor nutzen.

### 3.9.1 INDIVIDUELLE POP UP

Eigeninitiativen nutzen ihre individuelle Kreativität und ihren Schaffungsdrang, manchmal auch ihr eigenes Geld, um Projekte zu schaffen. Ihr Arbeitsbereich beschränkt sich hierbei meist um das eigene Umfeld und den persönlichen Radius in der Stadt. Um eine Verbesserung zu erzielen, werden Projekte geschaffen, welche eine Aufwertung und Verbesserung des Rufs ihres Viertels herbeiführen können.

*„Mit gutem Know how, mit Ideen und Einbildungskraft, aber mit geringen Mitteln gelingen ihnen die Innovationen der neuen Zeit. Der Mangel an Institutionalisierung und an Geldmitteln ist kein Hindernis, eher schon eine Voraussetzung für den Erfolg.“<sup>43</sup>*

Durch Eigenkapital werden Projekte finanziert. Projekte werden individuell gestaltet, den eigenen Bedürfnissen und den gegebenen Situationen angepasst und von den Bewohnern und Akteuren umgesetzt. Die betroffenen Gebiete sind für die Stadt und Besucher eher uninteressante Bereiche, bis die Bewohner anfangen, Eigeninitiativen zu starten. Temporäre Projekte sind Motivation für Veränderungen und können gegebenenfalls zu langfristigen Projekten und dauerhaften Innovationen werden. Eigeninitiativen werden durch Wünsche gegründet, wo Stadtpolitik und Verwaltung keine Unterstützung fördern. Ein Beispiel für ein hohes Aufkommen an „Selfmade“ Projekten ist Berlin, in der sich eine stark alternative Kultur entwickelt hat, die auch das Image der Stadt geprägt hat.

*„Der soziale Hintergrund vieler Zwischennutzer ist prototypisch für die sich wandelnden gesellschaftlichen Prozesse in den einst fordistisch geprägten Industriestaaten der nördlichen Hemisphäre. Zwischennutzer sind Pioniere anderer Raumnutzungen und zunehmend instabiler, entinstitutionalisierter Lebensweisen. Diese Entwicklung schlägt sich etwa in den immer schneller wechselnden Beschäftigungsverhältnissen sowie in der Fülle an Freiberuflern, Kleinunternehmern, Teilzeitbeschäftigten nieder. [...] Die gezielte Vernetzung und der Aufbau möglichst breit gefächerter Wissensmilieus gewinnen für den Einzelnen, aber auch für die Städte insgesamt an Bedeutung.“<sup>44</sup>*

Pop Up können von unterschiedlichen Menschen und Gruppen mit unterschiedlichen Zielsetzungen verwendet werden. Sie können im Untergrund ohne gesetzliche Genehmigung entstehen, jene Projekte können aufgrund ihrer Illegalität natürlich nur über eine kurze Zeitdauer bestehen. Die Informalität dieser Projekte ist auch sehr interessant, da sie in der Anonymität der Stadt verschwinden und sich außer Reichweite gesetzlicher Reglementierungen befinden. Solche Eigeninitiativen werden meist durch persönliche Wünsche und Anregungen einer Änderung, des bisherigen Umfelds produziert.

---

<sup>43</sup> Oswald/Overmeyer/Misselwitz 2013, 12.

<sup>44</sup> Oswald/Overmeyer/Misselwitz 2013, 11.

*„Es ging beim „Unitären Urbanismus“ um Eigenermächtigung der StadtnutzerInnen, Überwindung einseitigen Effizienzdenkens und um das Zurückdrängen von Kontrollmechanismen – alles Motive, die in einer kritischen urbanistischen Theorie und Praxis heute noch bzw. wieder diskutiert werden.“<sup>45</sup>*

Bürgerbeteiligungen können die Stadtstrukturen neu formen, ihre eigenen Wünsche umsetzen und alternative Nutzungen im starren System aufzeigen. Oft sind es Menschen aus dem kreativen Milieu welche sich Orten annehmen und durch Kreativität, ohne große finanzielle Mittel und sonstige Unterstützung, Räume einer Veränderung unterziehen.

*„Die Vorstellung von einem Recht auf Stadt entspringt nicht vorrangig irgendwelchen intellektuellen Interessen und Modeerscheinungen (auch wenn es davon genügend gibt, wie wir wissen). Sie erhebt sich ursprünglich aus den Straßen und Stadtvierteln, als Ruf der Unterdrückten nach Hilfe und Unterstützung in verzweifelten Situationen.“<sup>46</sup>*

Jene individuellen Gründe und Wünsche das eigene Umfeld zu verändern oder einen Bereich zu beeinflussen entstehen im Kleinen und formieren sich langsam zu einer Nachbarschaftshilfe. Eigeninitiativen können an Bedeutung gewinnen und können somit großen Einfluss an der Gestaltung der Stadt teilhaben. Zur Entwicklung tragen Bewohner und deren Ideologien bei, Nachbarschaftsprogramme und Communities werden gegründet, und leisten einem Beitrag zur Veränderung des Lifestyles. Die Stadtteile werden für Inverstoren und Bewohner interessanter. Derartige Projekte sind auch unter dem Begriff bottom up bekannt, wie der Name schon vorgibt, einer Strategie, welche sich im Kleinen entwickelt und sich dann ausbreitet. *„Die neuen Orte sind immer diejenigen, die noch nicht zum Ziel der ‚offiziellen‘ Sympathie in einer bestimmten Zeit werden konnten.“<sup>47</sup>*

Die Miteinbeziehung und Selbstorganisation gilt als Waffe und neue Leitform für die Entwicklung von „Problemvierteln“. Staatliche Eingriffe und finanzielle Unterstützungen können reduziert werden. Der Masterplan ist nicht mehr gültig. Es ist jedoch nicht zu vernachlässigen Stadtprogramme nur lokal in Stadtteilen durchzuführen, ohne Gesamtkonzept für angrenzende Teile.

---

<sup>45</sup> Feuerstein/Fitz 2009, 94.

<sup>46</sup> Harvey 2013 ,15.

<sup>47</sup> Haydn/Temel 2006, 42.

*„Die mit ihm verbundenen neuen Machttechnologien zielen darauf ab, soziale Risiken zu individualisieren, vormalige Schutzrechte abzubauen und die Menschen der Selbstregulation zu überantworten. Auf die verstärkte Forderung nach individuellen Gestaltungsspielräumen reagiert das neue Regime mit einem ‚Angebot‘ an die Individuen, sich aktiv an der Lösung von Problemen zu beteiligen, die bislang durch staatliche Einrichtungen reguliert wurden.“<sup>48</sup>*

In den konsumschwachen Bereichen formieren sich communities, welche durch Eigeninitiativen und Zusammenarbeit der Anrainer ihr Potential ausschöpfen. Die Stadt hat das Potenzial erkannt und befürwortet derartige Projekte. Die Stadt wird zu einem Erlebnis- und Konsumraum, besonders attraktiv für finanzstarke Gruppen und dem Tourismus.

*„Die kommunale Modernisierungspolitik instrumentalisiert damit in gewisser Weise lokale Akteure und Formen der Selbstorganisation, um die gegenläufige Entwicklung zwischen Sozialabbau und Verarmung zu bremsen.“<sup>49</sup>*

Das Kapital einer Stadt, die Kreativität der Bürger, entsteht im Kleinen, von Unten und entwickelt sich. Die Stadt fördert diese Projekte, da auch die Stadt auch langfristige Dauer gesehen, einen Nutzen daraus ziehen kann. Top down und bottom up sind Begriffe, welche Teile des kreativen Prozesses im Stadtgefüge sind.

*„Da der Zentralstaat die wachsenden sozialräumlichen Disparitäten nicht mehr ausreichend durch Transferleistungen ausgleichen kann oder will, gewinnen lokale Entwicklungsmodelle an Bedeutung. Ging es in den siebziger Jahren noch darum, die Ungleichheit der Räume zugunsten einer einheitlichen nationalen Dimension aufzuheben, so setzt nun der Staat verstärkt auf die lokale Dimension. Die Städte sehen sich dazu veranlasst, unternehmerische Profile zu entwickeln und eine aktive lokale Arbeits- und Sozialpolitik zu betreiben. Nicht mehr die Bereitstellung sozialer Infrastrukturen, sondern die marktförmige Organisation des städtischen Raums erhält für die lokalstaatliche Politik einen zentralen Stellenwert. Die Abwendung vom etatistischen Solidarprinzip und die Mobilisierung des Raums als strategische Ressource sind die entscheidenden Merkmale der ‚unternehmerischen Stadt‘.“<sup>50</sup>*

---

<sup>48</sup> Ebda., 53.1

<sup>49</sup> Haydn/Temel 2006, 56.

<sup>50</sup> Ebda.

Die Stadt kann temporäre Funktionen und kulturelle Programme als eine wichtige ökonomische Ressource nutzen. Die Unterschiede der einzelnen Viertel werden hervorgehoben und als Identität der Orte vermarktet. Lokale Differenzen können als neues urbanes Potenzial den Charakter einer Stadt gestalten.

### Parkfiction, Hamburg

Im Hamburger Bezirk St. Pauli, einem der ärmsten Stadtteile, hat sich durch die Initiativen zweier Künstlerinnen eine Bürgerinitiative entwickelt. Der Entwurf eines Parks für Anrainer, Besucher und Touristen wurde angedacht.

Es führte zu Festivitäten, Events und dergleichen, welche die Forderungen der Bewohner zu einer Auseinandersetzung mit dem Raum und deren Wünsche für den Raum bewirken sollte(ABB12+13).

1997 wurden von Aktivisten Teile des Stadtraumes besetzt und bespielt. Im Endeffekt fand eine Zusammenarbeit mit der Stadtbehörde statt und die Wünsche konnten weitestgehend umgesetzt werden, nach langen Streitigkeiten, kleinen Zerwürfnissen und dem Absprung einiger Mitglieder konnte der Park auch unter steigendem öffentlichen Interesse verwirklicht werden. Der Kreativbereich war dabei auch ausschlaggebend und wirkte mit. Das Interesse von Seiten der Investoren steigt im dem Bezirk und ist mittlerweile auch von der Gentrifizierung betroffen, somit ist eine anhaltende Beschäftigung mit dem ursprünglichen Grundgedanken notwendig.

## Park Fiction

Margit Czenki, Christoph Schäfer

St. Pauli, Hamburg 1997



ABB. 12



ABB. 13

Das Park Fiction Projekt steht in einem sehr klaren künstlerischen Kontext. Die Initiatoren stammen aus dem künstlerischen Bereich und die Methoden sind kulturell. Die Aneignung der Räume erfolgt mit Hilfe gleichgesinnter Akteure. Partizipation ist in diesem Kontext sehr wichtig, man hat die gleichen Stellenwerte und Prinzipien in der Community. Die Aufwertung des Standortes bedingt jedoch nicht nur eine individuelle Verbesserung für die Akteure, sondern bewirkt auch eine Aufwertung des Stadtteiles und bewirkt die schleichende Erhöhung des Lebensstandards, welche eine Gentrifizierung und Segregation zur Folge haben kann.

### 3.9.2 KULTURELLE POP UP

In diesem Kapitel möchte ich die Projekte vorstellen, welche aus einem kulturellen Hintergrund und mit einem künstlerischen Aspekt erzeugt wurden, sie sind auch Indikator und Motor für städtische Entwicklungen. Weitere Nutzer von Pop Ups sind kulturell bestimmte Organisationen, welche neue Formen der Präsentation nutzen. Sie entstehen im Rahmen von künstlerischen Veranstaltungen, wobei die Kunstvermittlung im Vordergrund steht. Auch hier wird auf Missstände oder neue Möglichkeiten hingewiesen.



Jene Projekte besitzen einen kulturellen Hintergrund, und befinden sich an der Schnittstelle zu künstlerischen Initiativen. *„Zur Unabhängigkeit gelangend beginnt die Kultur eine imperialistische Bereicherungsbewegung, die gleichzeitig der Niedergang ihrer Unabhängigkeit ist.“*<sup>51</sup>

Da temporäre Nutzungen, beziehungsweise Kunst im öffentlichen Raum, seit dem 20. Jahrhundert Tradition haben, sind sie auch immer noch wichtiges Ausdrucksmittel im Rahmen künstlerischer Projekte. Unterschiede zu alten Formen sind neue Ideologien und provisorisch wirkende oder recycelte Materialien. „Moderne“ Darstellungen fördern die Wahrnehmung von Besuchern und ein breiteres Publikum wird angesprochen. Die Eventisierung durch Festivals und Parties, ist bereits in diesem Kontext von Bedeutung.

Temporäre Architekturen, wie Ausstellungspavillons, dienen der Präsentation neuer Techniken, Technologien etc. und sind eine Experimentform allerdings in einem intellektuellen Feld. Das Publikum ist spezifisch und interessiert an diesem, das Ausstellen an öffentlichen Orten lässt auch andere Zuschauer zu, doch der Kontext bleibt ihnen vielleicht verborgen. Hier ist die Präsentation im öffentlichen Raum mehr Prestige und Marketing als der Versuch einer Veränderung des städtischen Gefüges. Sie sind auch legal und angekündigt über eine gewisse Zeitdauer.

Solche Pavillons können auch Teil einer künstlerischen oder architektonischen Arbeit sein. Für die Stadtpolitik sind solche Projekte lukrativ, da sie in den Medien vorkommen, hier findet eine Zusammenarbeit zwischen Stadt und Künstler statt. Beständige Architekturen können teilweise abgelöst werden oder Bestände umformuliert werden. Doch auch temporäre Architekturen haben das Potenzial zu einer beständigen Lösung zu werden.

---

<sup>51</sup> Debord 1996, 157.

## Centre Pompidou mobile

Das Centre Pompidou mobile ist die flexible mobile Version des Centre Pompidou, von 2012 bis 2014 wandert es durch die Städte Frankreichs und funktioniert öffentliche Plätze in ein Museum um. Die Optik gleicht einem Zirkuszelt und dennoch erinnert es im Inneren an ein Museum. Aufmerksamkeit wird erzeugt und das Interesse an einen Besuch verstärkt, es ist eine kleine Form der Urbanisierung mittels Kulturgut, welches in Orte gebracht wird, die möglicherweise nur wenig darüber verfügen. Nebenbei hat es einen positiven Prestige Effekte für das Centre Pompidou und vermittelt die Anpassungsfähigkeit und die Innovationsfähigkeit der Institution.

### Centre Pompidou Mobile

Patrick Bouchain, Loïc Julienne

Frankreich 2012-2014



ABB. 14



ABB. 15

Dieses temporäre Projekt steht in Kontext mit einer kulturellen Organisation. Das Museum steht nicht direkt im Vordergrund, die Marke des Museums ist sehr präsent. Sie steht im Fokus, und präsentiert sich mittels dem temporären Museum. Es kann als eine Art von Werbung angesehen werden, es schafft Aufmerksamkeit und repräsentiert das Museum als eine moderne Organisation.

### 3.9.3 KOMMERZIELLE POP UP

Da Kreativität einen großen Stellenwert in der heutigen Gesellschaft besitzt, besteht auch in der Marktwirtschaft das Interesse durch neue und interessante Entwicklungen, die Marktsteigerung und Attraktivität der Ware zu erhöhen. Diese Projekte haben einen klaren Zweck, sie sind ein Teil der Werbung und ihr Ziel ist, eine große Gruppe an Menschen zu erreichen und Aufmerksamkeit auf das Produkt zu produzieren. Schnell „poppen“ neue Ideen und unterschiedliche Interpretationen des Pop up Konzeptes auf. Es reicht von Pop up Stores zu Pop up Restaurants, Pop up Märkte, Pop up Restaurants und vielen kleinen weiteren Interventionen.

Die erwähnten Projekte unterscheiden sich jedoch zu den anderen Interventionen im öffentlichen Raum, da sie einen starken Konsumgedanken als dem Konzept besitzen. Der „Titel“ Pop up fungiert hier augenscheinlich fast nur mehr als Werbung, als Attraktion, als Eyecatcher für etwas das eigentlich etwas Altes als etwas Neues verkauft. Verkauf wird in diesem Kontext zum ersten Mal erwähnt, doch man muss auch darüber nachdenken, welche Konsequenzen die eigentlich individuellen kreativen Projekte haben. Der Begriff Pop Up als ein neuer Modebegriff, welcher einen gewissen Lifestyle oder Image verkauft, das Kreative, Junge unangepasste steht im Trend.. Doch stehen die eigentlichen Schöpfer noch dahinter? Ist dieser urbanen Trend im Sinne der Schöpfer?

Pop Ups werden unter anderem von Firmen und Marken verwendet, welche ihre Produkte mit aktuellen interessanten Neuerungen populär machen, um die Attraktivität auf die Marke zu steigern. Auch hier ist die Darstellung und Präsentationform von großem Interesse, um frisch, jung und hipp zu wirken. Des weiteren kann Pop Up auch für Unternehmer besonders interessant sein, welche zu bestimmten Saisonen Produkte anbieten um einen möglichst großen Umsatz zu erzielen, da ohne zweifache Bespielung der Fläche nicht genug Eintrag erfolgt.

Jene Projekte sind zurzeit sehr verbreitet und meist auch am bekanntesten, weil sie durch Werbung ein breites Publikum erreichen und somit ihr Ziel verfolgen. Man findet neue Ereignisse im Internet, auf sozialen Netzwerken, an denen die neuesten Aktivitäten aufgezeigt werden. Hier wird auch der populäre Begriff des Pop Up verwendet.

*„Die Gesellschaft, die ihre ganze Umgebung ummodelt, hat sich eine spezielle Technik geschaffen, um die konkrete Basis all dieser Aufgaben zu bearbeiten: ihr Territorium selbst. Der Urbanismus ist diese Inbesitznahme der natürlichen und menschlichen Umwelt durch den Kapitalismus, der, indem er sich logisch zur absoluten Herrschaft entwickelt, jetzt das Ganze des Raums als sein eigenes Dekor umarbeiten kann und muß.“<sup>52</sup>*

Der Raum wird als Instrument verwendet um die unterschiedlichen Inhalte und Forderungen der Gesellschaft zu transportieren. Der Kapitalismus hat auch diese Möglichkeiten erkannt und nutzt sie zu seinem Vorteil.

Diese neue Form des Marketing, kann auch unter dem Begriff Guerilla Marketing bestehen. Es ist eine Form des Pop Up und seit etwa 25 Jahren ein beliebtes Mittel der Werbung.

*„Guerilla ist ein militärischer Begriff. Guerilla, der >>Kleine Krieg<<, bezeichnet im 18. Und 19. Jahrhundert taktische Täuschungsmaßnahmen mit denen gegnerische Kräfte jenseits des eigentlichen Schlachtfelds gebunden werden sollten.“<sup>53</sup>*

Tarnung ist des weiteren ein wichtiges Element, da es nicht als Marketing Aktion auffallen soll, sondern die gute und unterschwellige Präsentation einer Marke steht im Vordergrund, somit wird die Zielgruppe erreicht. Diese Aktionen sind geprägt durch ihre Kurzfristigkeit, womit sie von einem Überraschungsmoment profitieren und „von der reziproken Nachhaltigkeit der Aufmerksamkeitsökonomie“<sup>54</sup> lebt. Das anzusprechende Publikum wird über Netzwerke oder per Mundpropaganda akquiriert.

*„Die Exklusivität des Produkts generiert sich dabei nicht nur über den Faktor Geld (denn das Label ist, da es auf die üblichen, aber teuren Vertriebsstrukturen verzichtet, eher günstig), sondern über die Kenntnis von Ort und Zeit. Die Guerilla-Strategie bringt also gegenüber den klassischen agierenden Wettbewerbern einen ökonomischen Vorteil (das Produkt kann billiger angeboten werden) und einen Imagegewinn. Die Zeitverknappung wird in einer Gesellschaft, in der Zeit für die Wohlhabenden das kostbarste Gut ist, zum Distinktionsmerkmal.“<sup>55</sup>*

---

<sup>52</sup> Debord 1996, 146.

<sup>53</sup> Oswald/Overmeyer/Misselwitz 2013, 366.

<sup>54</sup> Ebda., 367.

<sup>55</sup> Ebda., 368.

Vergänglichkeit der Läden ist von Bedeutung, die Einrichtung einfach und flexibel, die gestalteten Orte heben sich ab und schaffen Identität, die Abhebung von dem Standard erzeugt Aufmerksamkeit. Das Einkaufen wird zu einem besonderen Erlebnis und bewirkt auch, dass sich der Besucher als einzigartig und besonders empfindet und einen gewissen Lebensstil vermittelt bekommt. Das Risiko am Markt wird des weiteren minimiert, da die Kosten reduziert werden und dabei im positiven Vergleich gegenüber dem Absatz stehen, kreatives Potenzial und Kapital effizient zu verarbeiten. Es kann als eine neue und preisgünstigere Form des Flagshipstores angesehen werden.

Adidas Pop Up Store  
Barcelona 2011



ABB. 16

Die Marke Adidas stellt in verschiedensten Ländern für wenige Tage ihre Showbox auf und erreicht somit ein großes interessiertes Publikum(ABB16). Allein durch die Gestaltung des Pop Up Stores wird Aufmerksamkeit regeneriert und zieht Besucher an. Das Erlebnis, Teil des Events zu sein generiert die Vorstellung an etwas Besonderem teilgenommen zu haben und sich somit von anderen abzuheben. Nach dem gleichen Prinzip handelt das Marketing des Ö3 Pop Up Club(ABB17). Ö3 wirbt mit ungewöhnlichen Locations und diese nur für einen Abend, natürlich wird hier auch mit der Exklusivität des Events geworben.

Ö3 Pop Up Club  
Österreich 2014



ABB. 17

Austria Pop Up Store  
New York 2011



ABB. 18

Ebenfalls das Österreich Marketing hat das Pop Up für sich entdeckt. Ein Pop Up repräsentiert für wenige Tage in verschiedenen Ländern das Land Österreich mit seinen Spezialitäten, Kunst, Kultur, Architektur, Musik und Kulinarik. Das Cafe Sacher wurde für das Pop Up nachgebaut, Österreichische Musik gespielt, Schaustücke des Kunsthistorischen Museums und der Firma Swarovski wurden ausgestellt, sowie eine Auswahl an Trachten. Aufmerksamkeit soll erzeugt werden und Österreich für den Tourismus attraktiv gemacht werden. Der Austria Pop Up Store wurde in New York und Brüssel ausgestellt. Der Pop Up Store in New York präsentiert Österreich über einen Zeitraum von 2 Wochen im Ausland. Neben Events werden kulturelle Programme Österreichs vermarktet. Tickets sind begrenzt und werden über Facebook verlost, dadurch wird Exklusivität geschaffen und ein klares junges Medium zur Verbreitung ausgewählt.

Bei jenen Projekten ist die Temporalität und Nomadologie von besonderer Bedeutung. Sie schaffen besondere Attraktivität. Das Publikum hat die Überzeugung an etwas Besonderem, Einzigartigem teilgenommen zu haben. Die Marke und das Erlebnis stehen im Vordergrund, ein Teil von der Aktion zu sein. Es generiert die Darstellung eines modernen wünschenswerten Lifestyles. Die Projekte stehen in keiner Verbindung mit der Umgebung, als Standort werden meist Plätze mit einer großen Fluktuation an Besuchern ausgewählt.

## 4. FORSCHUNGSORT GRAZ

Graz ist die zweitgrößte Stadt Österreichs mit rund 265.000 Einwohner und Landeshauptstadt Steiermarks. Graz hat einige kulturelle Institutionen, Ausbildungsstätten und eine vielfältige kreative Szene. Auch in der Vergangenheit war Graz ein Schauplatz künstlerischer Interventionen und Veranstaltungen. Die Stadt verfügt über großes kreatives Potenzial, weshalb sich auch junge Designer in Graz etablieren. Seit dem Jahr 2011 wurde der Stadt Graz, der Titel der City of Design verliehen. Im Jahre 2003 wurde sie zur Kulturhauptstadt Europas. Das kreative Potenzial ist sehr hoch unter anderem auch durch die ansässigen Bildungsstätten. Sie ist eine der wichtigsten Studentenstädte Österreichs mit über 40.000 Studierenden. Die Stadt zieht junge Leute an, Studenten geben der Stadt eine Jugendhaftigkeit, Trends bilden sich fort, Subkulturen entwickeln sich, und Communities bilden sich. Ein Lebensgefühl wird verbreitet, ohne und mit Hilfe kommerzieller Unterstützung. Internationale Trends setzen sich auch hier nach einiger Zeit fort. Die Kreativindustrie ist stark im Steigen und wird auch seitens des Landes unterstützt. Aufwertung von Stadtteilen ist in Graz in letzter Zeit sehr präsent. Viertelweise wird die Stadt aufgewertet und mit jungen Kreativschaffenden besetzt. Vor allem die bisher uninteressanten, Stadtteile mit einem hohen Anteil an Arbeitern und Immigranten, werden Ziel der Interventionen. Beispiele sind das Jakomini Viertel und das Annenviertel. Beide mit neuem einprägendem Namen versehen, welche Aufmerksamkeit schaffen. Im Jakomini Viertel wurde in den Straßen Klosterwiesgasse und Jakoministraße, durch eine künstlerische Intervention genannter Bereich hervorgehoben, eine Straßenbemalung in Form einer Rennstrecke wurde gestaltet. Auch im Annenviertel hat sich einiges getan. Die Annenstraße wurde einer Sanierung unterzogen. Außerdem haben sich kreative Milieus angesiedelt, welche an den Veränderungen mitwirken oder sie sogar initiieren. Die Kreativschaffenden bekommen Unterstützung von der Stadt, um ihnen einen guten Einstieg in die Wirtschaft zu garantieren und somit langfristig gesehen auch die heimische Kreativindustrie zu fördern und sie danach der Selbststeuerung zu überlassen. Außerdem hat das Image kreativer Viertel positive Auswirkungen auf das junge kreative Imagebild der Stadt Graz.



## 4.1 VERGANGENE TEMPORÄRE PROJEKTE

Temporäre Interventionen und Kunst im öffentlichen Raum haben in Graz schon jahrelange Tradition. Im Rahmen unterschiedlicher kultureller Veranstaltungen wurden einige kurzfristige Projekte im Stadtraum realisiert. Jene Veranstaltungen, welche auch internationalen Ruf erlangten, sind beispielsweise, die Grazer Sommerspiel, die steirische Akademie, Stadtpark Trigon, der steirische Herbst oder der Designmonat. Graz hat aufgrund seiner Präsenz als city of design, einen im Verhältnis zur Stadtgröße, hohen Anteil an Kreativwirtschaft.

Erste Schritte in ein Zentrum für zeitgenössische Kunst wurde durch die Gründung des Forum Stadtpark im Jahr 1959 getan, welche unterschiedlichen Künsten einen Präsentationsrahmen gab und jene vereinte. Die heimische Architektur, Musik und bildende Kunst, verlieh der Kunstszene über die Grenzen hinaus Aufmerksamkeit und Bekanntheit.

Als Vorreiter des Steirischen Herbstes wurde ebenfalls von Hanns Koren 1963 das Projekt Stadtpark Trigon gegründet. Anfangs in Zusammenarbeit mit jugoslawischen und italienischen Künstlern als Dreiländerbiennale veranstaltet, wurde in weiterer Folge ganz Europa eingeladen Projekte zu realisieren. Die Trigon Biennale hatte bis zum Jahr 1993 Bestand.

Trigon 67 Künstlerhaus Graz, „ambiente“

Eilfried Huth, Günther Domenig

Graz 1967



ABB. 19

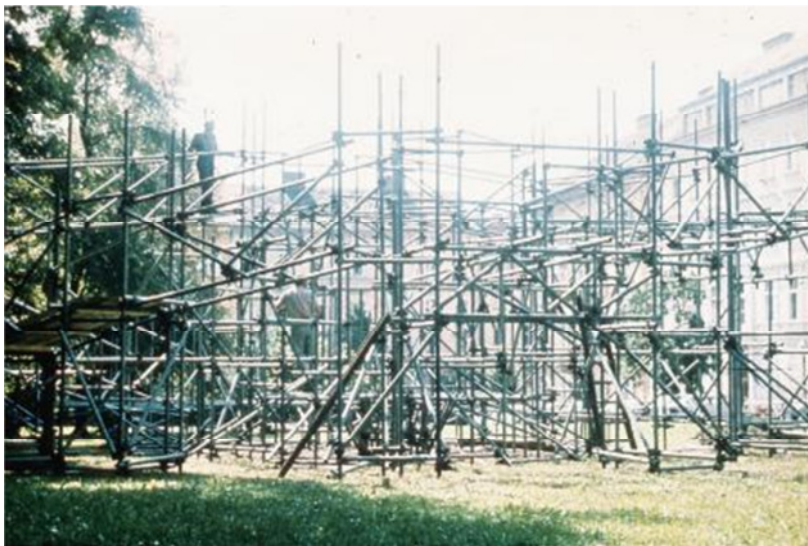


ABB. 20

Im Jahr 1967 wurde Trigon unter dem Titel „Ambiente/Environment“ veranstaltet, in diesem Jahr standen vor allem temporäre Projekte im Vordergrund. An das Künstlerhaus Graz wurde durch die Architekten Eilfried Huth und Günther Domenig ein Anbau angeschlossen, welcher über die Dauer des Festivals bestand. Das Projekt war eine bedeutende Darstellung der Grazer Schule. Ansätze vor Ideen der Gruppe Archigram sind in dem Projekt zu erkennen(ABB19). Das damalige Publikum konnte jedoch wenig mit der Ausstellung anfangen, was in Leserbriefen thematisiert wurde.

Die Struktur ist leicht und schnell auf-bzw. abbaubar(ABB20). Das Projekt ist eines der ersten temporären Installationen in Graz. Sie wurde im Rahmen einer kulturellen Veranstaltung initiiert und war für die damalige Kunst- und Architekturszene richtungsweisend. Nach ihr folgte der steirische Herbst, welcher geprägt war von einer Vielzahl an temporären Funktionen. Jene Intervention fand in einem kulturellen Rahmen statt. Das Projekt erlangte große Aufmerksamkeit, international und unter der Grazer Bevölkerung. Aus der Grazer Bevölkerung kamen jedoch einige negative Stimmen. Dies hat sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt geändert, da kulturelle Projekte aktuell als positiv betrachtet werden.

City Joker, steirischer Herbst  
Bernd Knaller-Vlay, Dieter Spath,  
Graz 1995



ABB. 21



ABB. 22

Die temporäre Intervention bricht das übliche Gefüge zwischen öffentlichen und privaten Grenzen auf, ob gebaut oder unbespielt, die Stadt erweitert sich. Die Aktion bewirkt ein neues Denken, frei von Grenzziehungen und Reglementierungen. Die Stadt wird neu erkundet, mittels Luftlinie, quer durch Häuser und durch Hindernisse(ABB21+22). Eine Bespielung des Stadtraumes entsteht. Die Vernetzung zwischen privaten und öffentlichen Raum wird produziert. Auch dieses Projekt entstand aus einem kulturellen Kontext.



Chance 2000 im Rahmen des steirischen Herbst  
Graz 1998  
Christoph Schlingensief



ABB. 23

Als Ort der Intervention wurde das Eiserne Tor, an der Mariensäule gewählt. Ein sehr öffentlicher Platz mit einer hohen Publikumsfrequenz. Die Öffentlichkeit wird gesucht, um die politischen, sozialen Themen zu diskutieren. Holzpfähle wurden aufgestellt, auf denen „Obdachlose“ ausharren, aufgrund eines „Wettsitzens“(ABB23). Ein politisches Statement wird durch die Aktion vermittelt, welche auch große mediale Rückmeldung erhielt.

Das Projekt lädt auch zur Partizipation und will einen Denkanstoß bieten. Es steckt auch ein Teil Aktionismus und Provokation dahinter, da die Intervention Handlungsräume freigibt und einen Ort der Diskussion schafft.

I did not know, im Rahmen von Enactments of the Self

Graz 2002

Maja Bajevic, Emanuel Licha



ABB. 24

Installation eines temporären Objektes am Hauptplatz, ein Glaskubus welcher Fragmente eines Wohnzimmers beherbergt. Über die Zeit eines Monats war der Glaskubus im Stadtraum präsent(ABB24). Eine künstlerische Intervention, ebenfalls an einem sehr öffentlichen Raum. Die Kunst sucht sich den öffentlichen Stadtraum, um ihre Inhalte zu transportieren und außerhalb des Museums ihre Arbeit zu präsentieren. Hier steht die Kunst im öffentlichen Raum im Fokus.



permanent breakfast  
Theatergruppe InterAct  
Graz 1997-2004



ABB. 25

Die Theatergruppe InterAct besetzt den öffentlichen Raum, durch die Bespielung mittels eines Frühstückstisches, und lädt Passanten ein daran teilzunehmen. Eine Eigeninitiative soll gestartet werden, eine Art Kettenreaktion der städtischen Zurückeroberung des Raumes. Der öffentliche Raum und die Aneignung werden bearbeitet. Alltägliche Situationen in das städtische Bewusstsein zu rücken und den Bürgern die Möglichkeit zu geben Teil einer Intervention zu werden und die Grenzen zwischen öffentlichen und privaten Raum zu überwinden. Ein Pop Up mit einem sozialen, künstlerischen und leicht aktionistischem Aspekt.

Graz geht gießen, Wandergarten und Spielgarten  
Verein GGG  
Graz 2003/2004

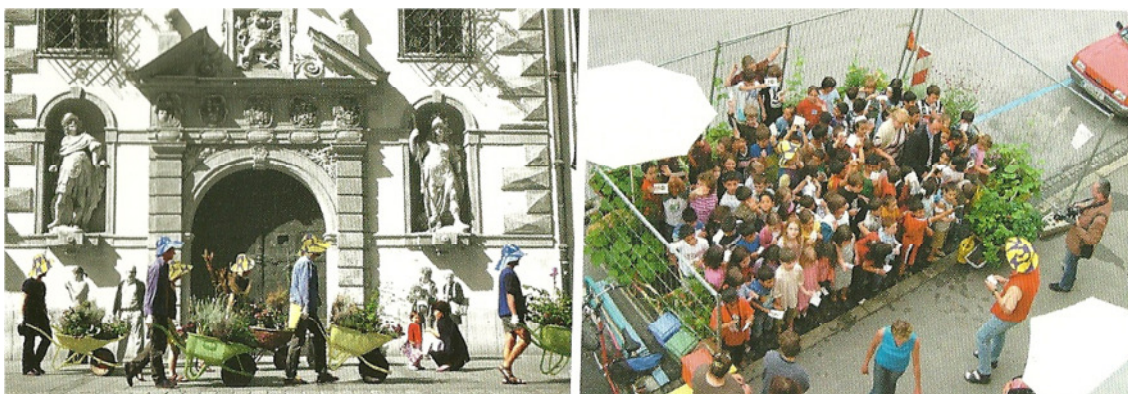


ABB. 26

Mobile Gärten begrünen den Stadtraum. Mittels begrünten Schubkarren wird Grünraum durch den öffentlichen Raum transportiert. Beruhigte Zonen sollen durch kleine Grüne Spielgärten geschaffen werden (ABB26). Die nicht kommerzielle Nutzung soll auf den Gebrauch öffentlicher Räume hinweisen.<sup>56</sup> Eine Form des Aktivismus um auf stadtplanerische Defizite hinzuweisen. Stadtplanerische Defizite werden in den Vordergrund des Diskurses gerückt. Mehr Grünraum und Spielraum für die Kinder sollte zur Verfügung gestellt werden. Durch temporäre Interventionen machen sie auf städtische Missstände aufmerksam und stellen somit ihre Forderungen dar.

Neben den temporären Installationen des steirischen Herbst, haben auch das Forum Stadtpark, die Steirische Kulturinitiative, die Werkstatt Graz, Vereine wie Find, Rhizom und rotor temporäre Projekte im öffentlichen Raum umgesetzt.<sup>57</sup> Im Jahr 2003 wurden unter der Kulturhauptstadt auch zahlreiche Installationen gefertigt. Die Projekte befanden sich meist in einem kulturellen Rahmen mit einem künstlerischen, politischen oder sozialen Interesse. Die Kommunikation erfolgte öffentlich, mittels temporären Aktionen. Die Bevölkerung wurde versucht miteinzubauen, Pop Up als ein Instrument zur Kommunikation städtischer Defizite.

---

<sup>56</sup> Vgl.: Fenz 2005, 67.

<sup>57</sup> Vgl.: Ebda., 18.

## 4.2 KULTURHAUPTSTADT 2003

2003 wurde Graz Kulturhauptstadt Europas, ein wichtiger Tourismus- und Kulturfaktor für die Stadt. Heute wertvolle Sehenswürdigkeiten wurden damals erbaut, das Kunsthaus und die erst temporär ausgeschriebene Murinsel. In diesem Jahr war Graz Schauplatz vielseitiger Veranstaltungen und Ort temporärer Installationen im öffentlichen Raum. Die Stadt wurde zu diesem Zeitpunkt inszeniert und vermarktet. Zahlreiche Touristen besuchten die Stadt, von jenem Ereignis wird heute noch profitiert.

*„‘Graz’, heißt es in der Bewerbung der Stadt um den Titel ‚Kulturhauptstadt Europas‘, ‚liegt seit Jahrhunderten am Schnittpunkt der europäischen Kulturen. Hier konnten sich romanische und slawische, auch magyrische und germanisch-alpine Einflüsse zu einem ganz spezifischen Charakter verbinden.‘ Ein Charakter, dem eine ganz besondere Lust an der Innovation wohl nachzuweisen ist. Und das nicht nur in den Bereichen Wissenschaft und Wirtschaft. Im 20. Jahrhundert zählte Graz mit dem Forum Stadtpark als Keimzelle zeitgenössischer Kunst und bedeutender Literatur und mit dem internationalen Festival ‚steirischer herbst‘ zu den Ausgangspunkten der internationalen Avantgarde. Was vermutlich eine gute Basis ist, sich den Herausforderungen des ständigen Wandels von Kultur und Gesellschaft im 21. Jahrhundert zu stellen.“<sup>58</sup>*

Titel wie Kulturhauptstadt oder City of Design, basieren auf vergangenen kulturellen Errungenschaften, individuellem kreativen Schaffen, sei es aus Bereichen der Kunst, Architektur, Design oder Musik. Aktuell werden die gesamten kreativen Leistungen der Stadt unter den erworbenen Namen vermarktet. Denn der Ruf der kreativen Stadt ist nach der Nominierung zur Kulturhauptstadt 2003 geblieben, er fördert die Kreativwirtschaft und den Tourismus.

---

<sup>58</sup> <http://www.graz03.at/servlet/sls/Tornado/web/2003/content/08D6BBB5DCF0472EC1256E350056CA64>



Concrete Art, patatas  
Hans Kupelwieser  
Südtirolerplatz, Graz 2003



ABB. 27

Concrete Art, horse  
Haim Steinbach  
Mariahilferplatz, Graz 2003



ABB.28

Unter den Projekten der Kulturhauptstadt 2003 befanden sich mobile Betonskulpturen unterschiedlicher Künstler, welche durch die Innenstadt wanderten.

Nach der Strategie der „drop sculpture“ wurden jene Objekte im öffentlichen Raum platziert(ABB27+28). Die Skulpturen wanderten nomadisch durch den Stadtraum. Die Besucher stoßen unerwartet auf die Skulpturen. Der Stadtraum wird zu einem großen musealen Bereich, durch temporäre Installationen während der Kulturhauptstadt. Die Stadt als Raum steht somit auch im Fokus, da er durch die Kunstwerke erfahren wird. Sie haben dennoch keinen direkten Bezug zur Umgebung, sondern grenzen an eine städtische Aufhübschung mittels künstlerischen Objekten.

Cadavre Exquis  
Adriana Czernin  
Graz 2003



ABB.29

Ein weiteres Projekt im Rahmen der Kulturhauptstadt war Cadavre Exquis von Adriana Czernin. Eine mobile Leinwand, welche Arbeiten internationaler Künstler präsentierte und stetig den Ort wechselte(ABB29). Kunst im öffentlichen Raum mittels moderner Medien, erzeugt Aufmerksamkeit und zieht das Interesse der Passanten an. Der Fokus liegt allein auf der Präsentation künstlerischer Werke und auf dem Darstellungsmedium, der Leinwand. Die Flexibilität ist durch den LKW als Transportmittel geregelt. Der Stadtraum fungiert als temporäres Kino.

## Surface

Michael Rieper, Peter Fattinger ( in Kooperation der Tu Wien)

Palais Thienfeld, Graz 2003



ABB.30

Dem Palais Thienfeld wird ein Gerüst vorgeblendet. Innen und Außen bekommen eine Zwischenzone. Das Gerüst wird bewohnt und auch immer wieder umstrukturiert(ABB30). Publikum wird eingeladen an dem Prozess teilzuhaben und ein Teil des Projektes zu werden. Auch hier setzt man sich mit den Grenzen zwischen dem öffentlichen und dem privaten Raum auseinander. Es wurde eine temporäre Struktur erbaut, ein Zwischenraum an der Grenze zwischen Innen und Außen. Die Einbeziehung von Architekturstudenten, zeigt auf, dass temporäre Installationen Priorität haben und Forschungsgebiete sind. Mit temporären Methoden wird experimentiert und Alltagssituationen in diesem Gefüge erprobt. Im studentischen Kontext, bieten Pop Up Konzepte Experimentierfelder für urbane Räume. Diese Installation erinnert an die Installation in Wien am Wallensteinplatz.

## 4.3 AKTUELLE SITUATION

Graz ist seit Jahren Ort für temporäre Installationen im öffentlichen Raum und Schauplatz kultureller Projekte und Produktionen bekannt.

Aktuelle temporäre Funktionen im öffentlichen Raum finden in Graz hauptsächlich in Verbindung mit kulturellen Veranstaltungen statt. Dadurch wird insbesondere die Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaft und der Kultur in Graz ersichtlich. Auch durch den Einsatz der Creative Industries Styria, welche als Institution der Kulturindustrie, steirische Kunstproduktion mit der Wirtschaft koppelt und Netzwerke aufbaut.

Es finden kleine Projekte statt, welche im Laufe der Zeit auch von der Stadt unterstützt werden, da sie das Potenzial und den Nutzen für das Image der Stadt Graz erkennen.

Das Potenzial der Stadt liegt in seinem kreativen Milieu. Als kreative Stadt, sind die Grenzen zwischen kulturellen und kommerziellen Bereichen übergreifend. Die genaue Trennung lässt sich anhand Graz nicht bestimmen, da die Zusammenarbeit zwischen Kultur, Politik und Wirtschaft sehr vereinheitlicht wurde.

## 4.4 INDIVIDUELLE POP UP

### 4.4.1 LENDWIRBEL

Der Lendwirbel ist ein Stadtteilstadtteilfest, welches im Grazer Bezirk Lend stattfindet. Seit dem Jahr 2008 finden Projekte und Diskurse aus Bereichen der Kunst, Musik und weiteren Feldern statt.

Durch das Projekt soll eine Aufwertung stattfinden, beziehungsweise die Attraktionen des Arbeitsviertels hervorgehoben werden. Eine Belebung durch Nachbarschaftsprogramme und Vernetzung der Lokalitäten schafft Aufmerksamkeit und lockt auch neue Unternehmen an. Vor allem junge Kreativschaffende, Künstler, Architekten und Designer haben sich im Bereich um das Kunsthaus, den Lendplatz und die Annenstraße angesiedelt. Dieser Schauplatz ist für Kreativschaffende sehr interessant, auch weil jener Bereich, ihr Arbeits- oder Wohnort geworden ist.

Der Lendwirbel wurde durch engagierte Leute gegründet und hat in den letzten Jahren große Beliebtheit bei der Grazer Bevölkerung erlangt. Der Lendwirbel bietet einer Vielfalt an Künstlern die Möglichkeit zu sich einzubringen und schafft einen Ort der Kommunikation. Bürger werden eingeladen mit eigenen Projekten am Festival teilzunehmen. Es ermöglicht Teil einer temporären Stadtgestaltung zu werden. Partizipation unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen und die Verbindung der benachbarten Lokalitäten, Büros und Organisationen sind Merkmale des Lendwirbels. Die Community und das Gemeinschaftsgefühl, über den Zeitraum der Veranstaltung, bewirkt eine positive Stimmung. Das Festival wird von Seiten der Stadt mittlerweile unterstützt und hat sich einen kulturell bedeutenden Ruf erarbeitet.

Jedoch ist es fraglich, ob hinter dem Projekt Lendwirbel, noch das vorrangige Ziel steht, die Aufhebung städtischer Nutzungsreglementierungen. Denn hinter den zahlreichen Spektakeln, welche der Lendwirbel bietet, wird die Kommerzialisierung schleichend Teil der Veranstaltung, auch durch die Partizipation einiger Geschäfte und Marken.

Durch das Lendwirbel Manifest, welches zu Beginn aufgesetzt wurde, werden von den Initiatoren die Kriterien und Stellenwerte für das Festival dargestellt.

Auszug aus dem Lendwirbel Manifest:

*„Den Lendwirbel sehen wir als Akt der Öffnung des Stadtraums, der uns gerade in Zeiten einer zunehmenden Reduktion des öffentlichen Raums auf Aspekte der Kommerzialisierung und des Konsums wichtig erscheint. Mit dem Trend zur kommerziellen Privatisierung geht eine selektive Kontrolle des öffentlichen Raums einher [...] Verschiedene Menschen und Milieus - ausgestattet mit unterschiedlichen Ressourcen der Teilhabe - sollen die Möglichkeit bekommen, Teil dieser Auseinandersetzung im Stadtteil zu sein. Für dieses Zusammenwirken braucht es Schnittstellen, Unterstützung und das Abreißen von bestehenden Barrieren. Dafür steht der Lendwirbel und ruft auf, gemeinsam in diese Richtung wirksam zu sein. Erst so kann jene Kreativität gedeihen, welche heute als so wesentliches Gut unserer Gesellschaft angesehen wird, und über die jeder Mensch verfügt. Nur durch die Schaffung dieser konkreten Handlungs- und Gestaltungsoptionen kann unser Stadtraum für alle BewohnerInnen ein lebendiger und lebenswerter Raum sein. [...] In diesem Sinne wollen wir im Lendwirbel einen Raum des Diskurses schaffen und verwehren uns auch gegen Vereinnahmungen und die Positionierung von Marken und Labels im öffentlichen Raum. [...] Seit März 2011 trägt die Stadt Graz den Titel „City of Design“. Auch der Lend mit seinem Wirbel wurde in der Bewerbung als Argument für die Verleihung des Titels angeführt. Wir möchten deswegen klarstellen: Dieser Titel darf nicht zur Legitimierung einer weiteren Oberflächenbehandlung unserer Stadt im Zuge einer Standortvermarktung genützt werden. [...] Und wir sehen uns auch nicht als kreative Industrie. Wie wir wissen, ist das Industriezeitalter vorbei. Wir erleben im Moment einen epochalen Wandel, der uns unmittelbar betrifft: Fordistisch gestaltete Produktionsprinzipien nationalstaatlicher Organisationslogik führen zu den Systemkrisen, die täglich in den Zeitungen beschrieben stehen. Wir leben in einer transkulturellen Gesellschaft, in der es darum geht, das Wissen und die kreativen Ressourcen aller Menschen nutzbar zu machen. Wir wollen Teil der Gestaltung unserer postindustriellen, kreativen Gesellschaft sein. Die Möglichkeit der aktiven Teilhabe aller BürgerInnen an gestaltenden Prozessen ist dabei das oberste Prinzip.“<sup>59</sup>*

---

<sup>59</sup> <http://lendwirbel.at/data/uploads/2012/04/lendmanifest.pdf>

Das Team des Lendwirbels fordert eine Mitbestimmung der Bewohner in der Stadt. Sie distanzieren sich von einer Vermarktung und auch von der Vermarktung des kreativen Kapitals, durch die Imagebildung der Stadt Graz, durch kommerzielle Zwecke und Vermarktungsstrategien seitens der Kreativwirtschaft. Die Veranstaltung kann jedoch ohne jegliche behördliche Unterstützung, in dem derzeitigen Rahmen nicht bestehen.

Die Miteinbeziehung der Stadtbürger ist für das Konzept von großer Bedeutung, da sich jeder seinen Teil urbanen Raumes erobern kann. Der Kreativität wird ein wichtiger Stellenwert zugeschrieben, welche auch Ausgangspunkt der Initiation ist. Wie bereits erwähnt, spielt das Spektakel als gemeinschaftliches, über einen Zeitraum verbindendes Element, eine wesentliche Rolle(ABB33+34).

Der Lendwirbel sollte Raum und Initiationspunkt für soziale Räume darstellen. Durch die Eigeninitiative gewinnt der Bezirk natürlich an Aufmerksamkeit. Das kreative Image, welches vermittelt wird, wird unfreiwillig, ohne die primäre Zielsetzung der Initiatoren, vermarktet und dient auch der Stadt Graz.

Unterschiedliche temporäre Projekte bespielen den Raum. Unter den Projekten war auch ein Urban Garden, Hochbeete wurden erbaut, die über Wochen bepflanzt wurden(ABB31+32). Die Bepflanzung und Ernte war den Bewohnern offen gestellt, jeder konnte die Infrastruktur nutzen und sich beteiligen.

Die Organisation ging im Rahmen des Lendwirbels von Grazer Gemeinschaftsgärten aus. Urban Gardening als neue temporäre Stadtmöblierung ist stark verbreitet. Neue Grünräume zu schaffen und dem Individuum die Möglichkeit zu geben im städtischen Raum einen privaten Teil Grün zu pflanzen. Es wird als eine sehr positive Form der Stadtaneignung empfunden, auch wenn Behörden sich teilweise gegen urban oder guerilla gardening wehren. Natur und Gemeinschaft sind wichtige Aspekte des urban gardenings.



Urban Garden & Mobiler Stadtteilgarten  
Lendwirbel  
Mariahilferplatz, Graz 2013 & 2012



ABB.31



ABB.32

Lendwirbel  
Südtirolerplatz, Graz 2014



ABB.33



ABB.34



#### 4.4.2 ANNENVIERTEL

Das Annenviertel befindet sich am rechten Murufer der Stadt Graz, befindet sich an der Schnittstelle zwischen den Bezirken Gries und Lend, rund um die Annenstraße, ihr eigentliches Zentrum. Es handelt sich um einen grenzenlosen Raum, welcher sich durch die Produktivität der Bewohner bestimmt. Der Name Annenviertel schafft den ansässigen Bewohnern Identität.

Der Ruf des rechten Murufers ist unter Grazern nicht der besten. Das Viertel ist und war schon immer ein Raum der Zuwanderer und Arbeiter.

Die Annenstraße war eine der wichtigsten und beliebtesten Einkaufstraßen, die Innenstadt verbindend mit dem Bahnhof, wurde jedoch in den letzten Jahrzehnten vernachlässigt.

Der Verein Rotor, Zentrum für zeitgenössische Kunst, hat einen großen Anteil an der Stadtviertelentwicklung in Graz. Er beschäftigt sich seit Jahren mit der „Kunst des urbanen Handelns“, und arbeitet mit internationalen Künstlern zusammen, Kunst im öffentlichen Raum zu gestalten und urbane Methoden mit Einbeziehung der Bewohner zu erfahren, sind Methoden der Auseinandersetzung mit dem Viertel. Bürgerbeteiligungen erweisen sich als ein wichtiges Instrument der Stadtentwicklung.

Ebenfalls angesiedelt im Annenviertel, setzten sie sich mit dem Viertel auseinander, seinen Bewohnern und Eigenheiten. Um eine Aufmerksamkeit auf das bis dato unscheinbare Viertel zu legen, schafften sie Initiativen und kreierten den Begriff Annenviertel. Unter anderem durch jene Aufmerksamkeit wurde das Viertel, rund um die Annenstraße saniert und aufgewertet. In Kooperation mit der Stadt Graz und dem Stadtteilbüro wurden Interventionen umgesetzt.

Temporäre Funktionen wie den Annenviertel Flohmarkt oder Annenspaziergänge, Nachbarschaftsprogramme –und treffen waren Teil der Aufwertung. Temporäre Kunstprogramme und interaktive Workshops im öffentlichen Raum, an denen jedermann teilnehmen konnte, waren Schritte eine Gemeinschaft zu entwickeln und Kontakte aufzubauen.

#### 4.4.3 Im Interview mit Margarethe Makovec

geführt von Pia Pöllauer am 19.05.2014 im <rotor>, Verein für zeitgenössische Kunst, Graz

Wieso haben Sie den Bezirk Lend als Standort gewählt? Welches Potenzial haben Sie in dem Viertel gesehen?

*„Es interessiert uns diese Gegend, weil sie eigentlich die internationalste ist, wenn es in Graz so etwas wie ein urbanes Gefühl gibt, dann haben wir es hier gefunden. Uns hat es hier interessiert, weil es eine interessante Durchmischung gibt.*

*Aus der Kunst und dem kulturellen hat es in der Zeit nicht viel gegeben. Es hat ein paar so vereinzelte Kulturanbieterinnen gegeben, aber es war noch nicht so durchmischt wie jetzt.*

*Im Jahr 2000 hat es ein Projekt gegeben, Urban 2000. Hans Jörg Luser war damals in der Baudirektion für die Stadtentwicklung zuständig, und der hat das Urban 2000 geleitet. Damals ist viel passiert in der Heranführung*

*An diesem Standort arbeiten wir sehr gerne, es ist ein super Ort.“*

Welche Rolle habt ihr im Umfeld und wie entwickelte sich die Zusammenarbeit mit den Nachbarschaften?

*„Wir haben damals unser erstes EU.- Projekt entwickelt, es hat Land of Human Rights geheißen, also analyses on the human rights situation of europe. Uns ist es darum gegangen die Menschenrechtsfragen vor unserer Tür anzuschauen. In Wahrheit werden die Menschenrechte immer mehr beschnitten auch innerhalb Europas.*

*Wir versuchen immer die Diskurse, die wir im künstlerischen Bereich haben, mit den Leuten zu verknüpfen die in ihren Bereichen Expertinnen sind. Also wir versuchen eigentlich immer Allianzen einzugehen mit anderen. Das ist für uns total relevant und die anderen können die unterschiedlichsten Expertinnen sein.*

*Wir haben immer versucht ganz viele Leute zu involvieren in diese Dinge, die wir auch in der Kunst abhandeln, verhandeln oder diskutieren.*

*Es sind in dieser Zeit auch viele Leute gekommen, aus der Nachbarschaft und um Fragen zu stellen.*

*Wir können die Fragen nicht lösen aber wir können verknüpfen, das haben wir damals gemacht.*

*In dem Zeitraum von 2007 bis 2009 haben wir schon begonnen die urbane Kunst des Handelns und das Annenviertel zu bearbeiten. Die Kunst des urbanen Handelns ist ein weiteres EU-Projekt, wo wir gesagt haben, uns interessiert die Stadt in ihrer Transformation. Es ist nichts statisches, das ist ein total lebendiges Gefüge wo es immer Veränderungen gibt. Die Frage ist nur wie kann man eingreifen. Damals haben wir gesagt, uns interessieren diese Nachbarschaften, diese Communities.*

*Uns ist damals aufgefallen über den Stadtplänen sitzend, dass es eigentlich nix ist. Es hat überhaupt keinen Namen, diese Gegend.*

*Wir sind darauf gekommen wie wir uns die Gegend angeschaut haben, dass die Annenstraße genau die Grenze ist zwischen Gries und Lend. Diese Straße ist nicht wie in Wien, die Mariahilferstraße, das Zentrum eines Viertels, sondern die Annenstraße teilt in Wirklichkeit.*

*Wir wollen in diesem Projekt nicht von dem Ort ausgehen, wir wollen von den Leuten ausgehen. Wie transformieren die Menschen die Stadt. Wir haben 2003 im Rahmen der Kulturhauptstadt ein Projekt entwickelt, das heißt real utopia. Damals hat uns das städtische Gefüge interessiert. Abseits der Unesco City, nicht diskutierte Orte wollten wir darstellen.*

*Wie bekommen Menschen gehör in einer Stadt oder wie können Menschen eine Stadt verändern. und sich selbst bewusst sind auch selbst eine Stadt verändern zu können. Es nicht nur eine top down Planung gibt, sondern Bürgerinnen auch Stadt selbst entwickeln können, das hat uns interessiert.*

*Wir wollten eigentlich nie eine Stadtteilarbeit leisten, wir wollten nur über das Medium Kunst Methodiken liefern. Ist vielleicht eine Methode der Partizipation oder Ermächtigung, der Beteiligung von Bürgerinnen in einem Prozess, der langfristig zu etwas führen könnte. Das Bewusstsein fördern, dass man selbst auch etwas tun kann.“*

Welche Organisationen, Akteure oder Gruppen waren daran interessiert und beteiligt? Wie haben sie kommuniziert? Was war im Umgang mit Bewohnern/Nachbarn wichtig?

*„Wir haben von Anfang an sämtliche NGOs involviert, aktive Zentren bis hin zu den Cafes, wir haben die unterschiedlichsten Organisationen von Anfang an involviert. Es hat sich sogar eine Kommunikation entwickelt, die Annenpost, welche die FH Joanneum betreut und junge Journalisten ein Medium haben zu experimentieren und ein Archiv entsteht. Die Methodiken wie wir es nach Außen vermittelt haben, fangt an bei Zeitungen, Mailinglisten, Plakate, auf allen Ebenen. Und die*

*Kooperation mit einer Initiative, da schafft man Multiplikatorenschaften. Vernetzen ist unser oberstes Gebot. Kommunikation nach Außen ist wichtig, mit Leuten reden. Wir arbeiten sehr viel direkt, deshalb gehen wir hinaus und kooperieren mit vielen Organisationen. Projekte im Park sehen wieder andere Leute. Vernetzung und Kommunikation ist die Basis des Ganzen. Aber es geht auch um Empowerment, in der Kunst sollte es auch bisschen weiter gehen.“*

Wie ist Ihre Beziehung zu temporären Projekten im Stadtraum?

*„Wir haben viele temporäre Projekte im Zusammenhang mit dem Annenviertel veranstaltet. Zum Beispiel Visionen zur Lebensqualität im Idlhof, wo wir eine Künstlerin eingeladen haben, dies ging über mehrere Wochen. Boards wurden an alle in der Nachbarschaft ausgeteilt worden, wo sie ihre Vorstellungen und Wünsche rauf malen konnten. Ganz temporär waren die Workshop Serien im Volksgarten, es waren viele Leute und Expertinnen involviert. In einer Serie von Aktivitäten hat sich etwas entwickeln können. Wir haben Formate entwickelt mit ganz unterschiedlichsten Diktionen, in dem wie man an die Bevölkerung geht und sie involviert.“*

Wie hat sich die Zusammenarbeit mit der Stadt entwickelt und hat sie funktioniert?

*„Wir wollten nicht wie die Kunst so agiert von unten nach oben, sondern wir möchten gleich auf selber Augenhöhe mit der Politik arbeiten. Das heißt wir haben gleich wie wir das Projekt bekommen haben, mit Stadtverantwortlichen eine Meeting gemacht und das Projekt vorgestellt, wobei vielen der Hintergrund nicht klar war. Wir haben immer eine Form der Übersetzungsleistung gehabt.*

*Das was wir hier diskutieren muss auch ins Zentrum der Macht, man muss auch weiterführen. Man arbeitet nicht unabhängig von Strukturen, die man sich immer genau anschauen muss und vorher alles abprüfen muss.*

*Es hat keine klare Zielvorstellung gegeben, wir haben KünstlerInnen eingeladen. Unserer Aufgabe ist nicht das Stadtteilmanagement, sondern uns interessiert es von Seiten der Kunst. Wir haben nie die Rolle eines Stadtteiloffices eingenommen. Eine Gebietsbetreuung wie in*

*Wien, gibt es in Graz nicht. In Wien denkt man kleiner, dies hat sich jedoch nicht in Graz durchgesetzt.*

*In der Stadt hat sich ein Stadtteilmanagement gegründet, welche für die Sanierung der Annenstraße beauftragt war. Die Stadt wollte eine Stadtteolförderung aufbauen, und hat das Stadtteilmanagement eingesetzt für den Umbau der Annenstraße. Dort ist entdeckt worden, dass der Name Annenviertel für die Stadt ein interessanter Moment sei, der nicht nur als Straße denkt, sondern als Viertel.*

*Sie haben uns angefragt ob sie den Begriff Annenviertel auch verwenden dürfen und haben ihn dann freigegeben, obwohl er fiktional ist, da das Annenviertel für uns keine Grenzen hat. Wie definiert man ein Viertel? Wer sich als Annenviertler fühlt, ist Annenviertler und auch wenn er in Geidorf lebt, aussagend ist wie man urbanes Leben denkt. Es war immer fiktiv.“*

Wie ist die aktuelle Situation des Annenviertels?

*„Wir waren und sind immer noch im permanenten Kontakt mit dem Stadtteilmanagement. Wir daten uns up, in dem was wir tun und denken. Die Entwicklung wird spannend werden, damit auch ein Verein entsteht, an dem sich viele Leute beteiligen, die ein ähnliches Anliegen haben. Man hat auch das Interesse etwas weiter zu beobachten, auch*

*profund und sich weiter einzuschreiben. Wir stellen unsere Projekte dar. Die Stadt sieht es noch nicht so wie wir uns das wünschen würden. Wir sind aktive BürgerInnen, die sich über die Kunst, leichter tun. Sie hat auch Potenzial etwas Eigenständiges zu werden.“*

Wie sehen Sie die heutige Position des Annenviertels? Ist Annenviertel zu einer Marke geworden?

*„Wir haben auch gewusst, wie wir den Namen gegeben haben welche Konsequenzen folgen könnten, da wir auch im Diskurs mit anderen Städten stehen und gesehen haben wie es sich dort entwickelt hat. Vielleicht poppt es nur auf und verschwindet wieder, Kult für eine Zeit. Im Moment wird es sicher aufgenommen, von Immobilienspekulanten, Wohnen im Annenviertel, also es wird mit dem Begriff des Annenviertels beworben. Weil es auch schön das Viertel definiert. Die Identifikation von beiden Distrikten gegeben ist, eine enorme Identifikation mit dem Begriff gibt, es ist auch äußerst positiv*

*konnotiert. Das Annenviertel steht für einen ganz positiven Moment. Es wird von der Markenkommerzialisierung stärker genutzt, als wir es noch nützen könnten, dass es für etwas anderes steht, für einen anderen Geist aus. Die Marke ist immer da, man kann es nicht verhindern, man kann nur versuchen es umzuwerten.“*

Wie stehen Sie zu den Verwertungsstrategien der Stadt kreatives Potenzial zu nutzen?

*„Wir grenzen uns komplett von den Verwertungsstrategien ab, wir kooperieren auch mit den Leuten die verwerten überhaupt nicht. Wir haben einen anderen Diskurs gewählt und wir denken wir können immer einen anderen Weg gehen und verorten es dann auch politisch in der Öffentlichkeit, wo man nicht intendiert wird von der Stadt. Von der Kunst her kann man kritischer arbeiten und hat Spielraum.“*

Workshops im Rahmen des Annenviertel!, Kunst des urbanen Handelns,  
Verein Rotor  
Volksgartenpark, Graz 2012



ABB. 35



ABB. 36



ABB. 37



Temporäre Interventionen haben in Zusammenhang mit dem Verein rotor immer in einen starken Bezug mit der Umgebung. Sie gehen mit Workshops in die Öffentlichkeit und setzen auf Bürgerbeteiligungen(ABB35-37). Das Recht auf individuelle Partizipation im öffentlichen Raum erschließt sich auf das persönliche Umfeld und das der Nachbarschaften. Die temporären Interventionen schaffen außerdem Aufmerksamkeit bei den Passanten und laden zur Teilnahme ein. Unterschiedliche Personen aus dem Stadtteil oder KünstlerInnen beteiligen sich an den urbanen Projekten. Ihr gemeinsamer Nenner ist der künstlerische und soziale Faktor. Kommerzielle Strategien werden abgelehnt, die Zusammenarbeit erfolgt lediglich auf einer gemeinnützigen Basis. Die Projekte bleiben auch meist in einem kleinen Rahmen.

Annenviertelflohmarkt  
Stadtteilbüro  
Annenstraße, Graz 2013



ABB.38



## 4.5 KULTURELLE POP UP

### 4.5.1 STEIRISCHER HERBST

Der steirische Herbst ist eine Institution der Grazer Kulturszene und international bekannt. Jedes Jahr im September/Oktober werden internationale Künstler eingeladen an dem Festival teilzunehmen. Das Festival verbindet die verschiedenen Richtungen künstlerischer Bereichen und bietet ihnen einen Ort und ein Medium. Es ist das älteste Festival für zeitgenössische Kunst in Europa und wurde 1968 vom Grazer Volkskundler Hannes Koren gegründet. *„Besonders – und in der internationalen kulturpolitischen Situation immer notwendiger – ist auch die klare Positionierung als Festival der Produktion und der Prozesse, des Ermöglichens und Initiierens.“*<sup>60</sup> Der steirische Herbst als eine GmbH hat einen großen Einfluss auf die regionale Kulturszene, zeigt internationale Trends auf und bietet ihnen eine Möglichkeit der Präsentation und des Experimentierens.

*„Die Nomadologie ist Ausdruck steter Unstetigkeit und somit keine zeitlich fixierbare Erscheinung. Man muss immer etwas vor sich haben. Mit Sehnsucht, mit Trauer, mit Zweifel, mit jener Emotion, die sich einstellt, wenn man geht.“*<sup>61</sup>

Nomadisch wird jedes Jahr ein neuer Veranstaltungsort ausgewählt und durch Architekturbüros umgestaltet oder ergänzt. Die Erweiterungen sind meist gekennzeichnet durch flexible Materialien, welche die schnellen Auf- und Abbauarbeiten erleichtern. Das Massenprodukt der Standardisierung ermöglicht eine vielseitige Einsetzbarkeit. Die ausführenden Büros beschäftigen sich auch meist mit urbanen Raumsituationen und die Wahrnehmung von Architektur und Kunst in öffentlichen Raum.

---

<sup>60</sup> <http://www.steirischerherbst.at/2014/micro/deutsch/festival.php>

<sup>61</sup> Krause 1990, 9f.

*„Der "steirische herbst" soll eine repräsentative Zusammenfassung der künstlerischen und wissenschaftlichen Kräfte des Landes Steiermark in einer zusammenhängenden Veranstaltungsreihe in den Monaten September und Oktober jeden Jahres sein. Sinn und Zweck des "steirischen herbstes" ist die Rechenschaft über die besten im Lande möglichen Leistungen, die aus ihm selbst hervorgebracht werden können, und die im gleichen Rahmen den künstlerischen Darbietungen und wissenschaftlichen Veranstaltungen aus anderen Nationen als Ergänzung und im Wettstreit gegenübergestellt werden sollen.“<sup>62</sup>( Hanns Koren, aus der Rede zur feierlichen Eröffnung des "steirischen herbstes" 1968)*

Der steirische Herbst bietet dem künstlerischen Feld eine Präsentationsmöglichkeit, sowohl gegenüber der heimischen als auch gegenüber der internationalen Konkurrenz. Die Darstellung der Leistung ruft den Eindruck einer Kommerzialisierung des künstlerischen Potenzials, als eine kulturelle Ware des Landes hervor.

Seit dem Jahr 2006 wandert das Zentrum des steirischen Herbst und dockt teilweise an diverse, bereits bestehende Räumlichkeiten an oder ergänzt den Schauplatz. Jedes Jahr werden Büros eingeladen, welche sich mit urbanen Interventionen auseinandersetzen, das Festivalzentrum zu gestalten. Temporäre Eingriffe in bestehende Gebäude und neue Bereiche gestalten den städtischen Raum und werden somit auch im Stadtbild erkennbar.

---

<sup>62</sup> <http://www.gat.st/news/1967-trigon-67-ambiente>

The Theatre: Festivalzentrum

Mårten Spånberg, Tor Lindstrand

weitere Projektbeteiligte ortlos architects Ivan und Andrea Redi

Karmeliterplatz, Graz 2007



ABB. 39

*„Sabine Breitwieser: Als ich gefragt wurde, eine Ausstellung für den Herbst zu machen, war mein spontaner Impuls, dorthin zurückzukehren, wo ich wesentliche Wurzeln des Festivals sehe: eben in den öffentlichen Raum. Und dort Projekte zu realisieren sowie durch Debatten und Diskurse Öffentlichkeiten zu mobilisieren. Wichtig war mir, dass diese Ausstellung nicht nur im öffentlichen Raum stattfindet, sondern sich diesen selbst zum Thema macht und welche Rolle die Kunst darin einnehmen soll. In „Utopie und Monument“ wird in diesem Jahr seine zunehmende Privatisierung hinterfragt, seine Nutzung durch unterschiedliche Interessenten, die oft so weit greift, dass andere Öffentlichkeiten diesen Raum für sich kaum mehr definieren oder wahrnehmen können. In Graz beispielsweise nutzen kommerzielle und politische Interessensgruppen den öffentlichen Raum, den physischen Stadtraum, allerorts für sich.“<sup>63</sup>*

Die Festivalzentren stellen sich teilweise als Solitäre im öffentlichen Raum dar (ABB39+40). Das Festivalzentrum ist ein Ort der künstlerischen und kulturellen Auseinandersetzung mit dem urbanen Raum und mit diversen anderen Diskursen. Es handelt sich um einen Ort der Kommunikation und Vernetzung des kreativen Milieus und ist Anlaufpunkt für Besucher.

<sup>63</sup> <http://www.gat.st/news/kunst-auf-zeit>

Schauhaus 09, Festivalzentrum Orpheum  
MVD Austria, Frank Rieper, Michael Rieper, Irina Koerdt  
Graz 2009



ABB. 40

Festivalzentrum Steirischer Herbst  
feld72 (A)  
Graz 2010



ABB. 41

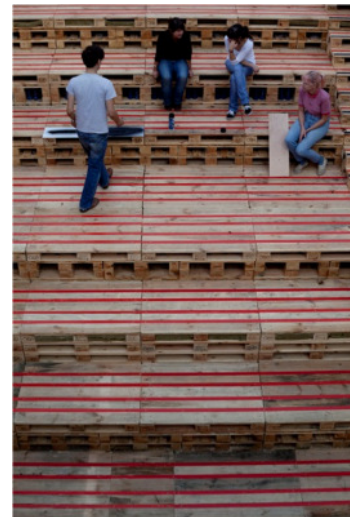


ABB. 42

Für das Zentrum der Veranstaltungen des steirischen Herbst 2010 wurde das Forum Stadtpark in Graz ausgewählt. Über die Dauer des steirischen Herbstes wurden die Räumlichkeiten durch eine Tribüne erweitert, welche an das Bestandgebäude andockt(ABB41). Die Gestaltung wurde von den Wiener Architekten feld 72 durchgeführt. Als Material wurden Europaletten verwendet, welche gestapelt aufgebaut und gefügt wurden(ABB42). Das recycelte Material ist flexibel, schnell auf- und abbaubar und deswegen geeignet für temporäre Funktionen. Die Paletten sind für den Zeitraum des Gebrauchs angemietet und können nach dem Festival wiederverwendet werden. Das Festivalzentrum des steirischen Herbst erhielt 2011 sogar den Holzbaupreis in der Kategorie „Besser mit Holz gebaut“.

Die Tribüne ist funktionsoffen und lässt unterschiedlichste Arten der Bespielung zu, wodurch sie im Rahmen kultureller Veranstaltungen besonders interessant ist. Die Tribüne wurde an das Forum Stadtpark angebaut, welches seit Jahrzehnten, ein bedeutendes Zentrum zeitgenössischer Kunst und Architektur darstellt. Die Veranstaltung basiert klar in einem kulturellen Rahmen.

Festivalzentrum steirischer Herbst  
raumlabor Berlin  
Graz 2012



ABB. 43

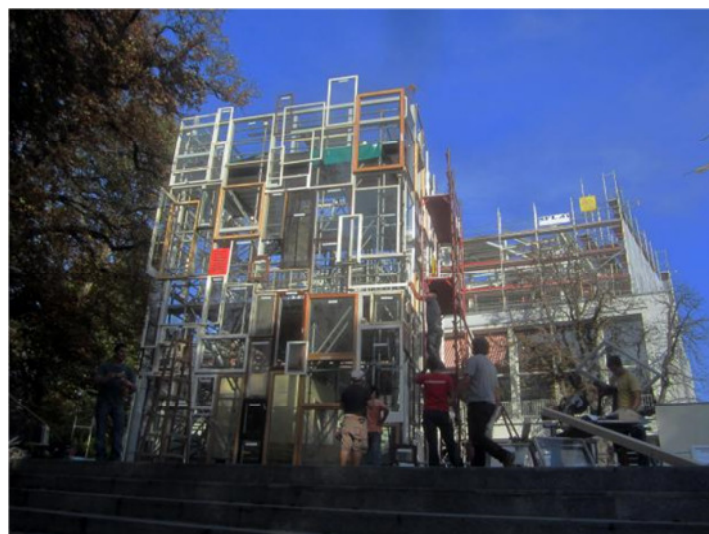


ABB. 44



Auch das Berliner Architekturbüro Raumlabor hat für den steirische Herbst ein temporäres Projekt geplant. Raumlabor beschäftigt sich seit Jahren mit öffentlichen Räumen im urbanen Kontext und ihre Installationen sind auch durch recycelte Materialien gekennzeichnet. In diesem Sinne möchten sie die Verschwendungsweise der Wegwerfgesellschaft aufzeigen und darstellen, dass auch aus wiederverwendeten Baustoffen Neues entstehen kann. Durch die Anordnung von gebrauchten Holzrahmen wurde die Struktur des anschließenden Turmes gebildet. Tragstruktur sind Baugerüste, welche durch ihre Funktion auch immer temporär eingesetzt werden und flexibel in ihrer Formensprache sind(ABB43+44). Die Struktur ist wandelbar, im Laufe des Festivals wurde das Gebilde immer neu umfunktioniert und weitergebaut. Im Fokus stand wieder die Auseinandersetzung mit den Grenzen des städtischen Raumes. Als Standort wurde ein sehr frequentierter Bereich gewählt, wodurch auch eine große Aufmerksamkeit erzeugt wurde.

Festivalzentrum im ehemaligen Zollamt und Jugendkulturzentrum Explosiv  
atelier le balto (DE/FR)  
Graz 2013



ABB. 45



ABB. 46

Das Festivalzentrum für den steirischen Herbst 2013 wurde von den Landschaftsarchitekten Atelier le balto gestaltet. Als Schauplatz wurde das ehemalige Zollamt in unmittelbarer Umgebung des Grazer Hauptbahnhofes ausgewählt. Das leerstehende Gebäude wurde mit leichten Eingriffen umgestaltet(ABB45). Holzeinbauten wurden als Tische, Bänke, Sitzmöbel, Wege und Raumteiler verwendet(ABB46). Hier ist die aktuelle Tendenz interessant, Leerstände als Austragungsort kultureller Veranstaltungen zu verwenden. Leerstand nicht ungenutzt zu lassen, ist eine Prinzip des neoliberalen Systems und baut auf dem Kapitalismus auf. Da sich kulturelle Veranstaltungen im Regelfall von kommerziellen Methoden distanzieren, ist dieser Sachverhalt sehr interessant, denn er zeigt auf, dass auch im künstlerischen Bereich, Leerstand als ein wertvolles Produkt erachtet wird.

## 4.5.2 DESIGNMONAT GRAZ

Designhalle  
Lazarettgürtel 62  
Graz 2013



ABB. 47



ABB. 48

Der Designmonat Graz wird seit einigen Jahren in der ehemaligen Warenhalle am Lazarettgürtel ausgetragen (ABB48). Der Standort befindet sich an einer stark befahrenen Straße, jedoch außerhalb des Stadtzentrums, wodurch man auf spezifisches Publikum abzielt und nicht auf Laufkundschaft setzt. Dies schafft eine Exklusivität. Der Designmonat wird von der Creative Industries Styria veranstaltet. Über den Zeitraum des Designmonats wird das leere Gebäude bespielt, Ausstellungen, Diskussionen, Parties und andere Funktionen finden hier statt (ABB49). Hier findet eine starke temporäre Eventisierung des Raumes statt. Auch in diesem Fall bietet der Leerstand Möglichkeiten zur kulturellen Warenpräsentation. Die Halle wird jedoch immer nur über den Zeitraum des Designmonats bespielt, wodurch die dauerhafte Nutzung im Sinne des neoliberalen Systems nicht gegeben ist.





ABB. 49

Im Jahr 2013 waren vor der Designhalle Pop Up Container aufgestellt, welche jungen Designern einen Verkaufsraum ihrer Produkte bot. In wechselnden Abschnitten stellten Designer ihre Produkte in den 6 Pop Up Containern aus(ABB49). Container als Pop Up zu nutzen ist schon öfter erprobt worden, da sich Container durch ihre Funktion auch anbieten, temporär Raum anzubieten. Regionale Designer und Ausbildungsstätten haben die Möglichkeit unter dem Designmonat ihre Projekte darzustellen und eine Einbindung in die Kreativwirtschaft zu fördern. Diese Funktion hat bereits einen starken kommerziellen Charakter, da es sich um kleine Verkaufs- und Präsentationsräume handelt. Die Temporalität erzeugt Aufmerksamkeit und der Container als Verkaufsraum, liegt gegenwärtig im Trend, als ein mobiles industrielles Mittel, welches für kulturelle bzw. kommerzielle Zwecke umfunktioniert wird.

*„Der Designmonat Graz fasst die Energie der Kreativwirtschaft innerhalb eines Monats zusammen, macht sie nach außen sichtbar und leistet einen zentralen Beitrag zur Verankerung der wirtschaftlichen Relevanz von kreativen Prozessen im Bewusstsein der Menschen.“<sup>64</sup>*

Der Designmonat befindet sich an einer Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Kreativität, wodurch er schon einen kommerziellen Charakter besitzt. Der Begriff der Kreativwirtschaft lässt die enge Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kultur erahnen. Ein neuer Begriff, welcher das derzeitige kulturelle Feld mitbestimmt.

<sup>64</sup> <http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Designmonat-Graz>

Designmonat Pop Up Store  
Jakoministraße 30, Graz 2011



ABB. 50



ABB. 51

*„Der Open Design Showroom war der erste Shop in Österreich, in dem es ausschließlich Open Design Produkte zu kaufen gab. Die Produkte wurden von lokalen und internationalen Designern gestaltet, Waren sind jedoch zu 100% made in Styria.“<sup>65</sup>*

In diesem Pop Up Store über die Länge des Designmonats wurden Designwaren zum Verkauf angeboten(ABB50+51). Vor allem liegt der Wert auf der Darstellung der kreativen Leistung des Landes. Die „Marke made in styria“ vermittelt das heimische kreative Potenzial. Die direkte Verwendung des Begriffs Pop Up Store, schafft Aufmerksamkeit, da es sich um einen neuen Begriff handelt. Man weist außerdem auf die Einzigartigkeit des Projektes hin.

Auch der Ort des Pop Up Stores ist interessant, da es sich in einem Viertel der Grazer Innenstadt befindet, wo sich in den letzten Jahren viele heimische Kunstschaffende und Kreative angesiedelt haben. Die Möglichkeit der Präsentation der Waren in der Innenstadt, wird durch die Stadt gefördert. Das Viertel ist mittlerweile von einem von Leerstand betroffenen Bereich, zu einem kreativen Viertel für junge Kreativschaffende geworden.

<sup>65</sup> <http://www.cis.at/de/archiv/pop-up-store>

## Sight Pop UP

Künstlerhaus Graz Burgring 2, 2014



ABB. 52

## Sight Pop UP Flyer

Sissa Micheli

Graz 2014

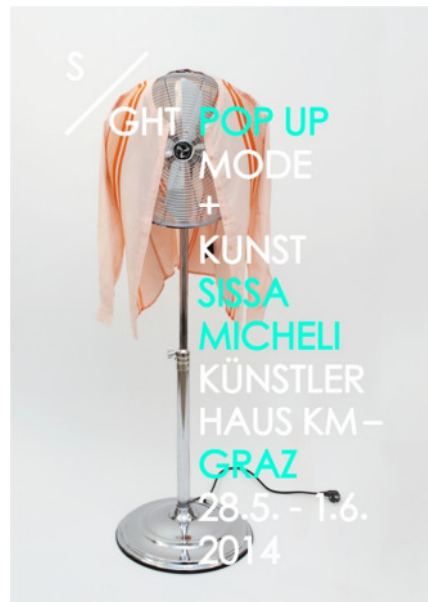


ABB. 53

Im Künstlerhaus Graz findet während des Designmonats ein Pop Up Store in Kooperation mit Künstlern statt(ABB52). Der Pop UP Shop stellt zeitgenössische Mode und Kunst aus. Kunst wird in diesem Zusammenhang schon stark kommerzialisiert. In diesem Kontext wird ebenfalls der Begriff des Pop Up, als temporäre Veranstaltung verwendet. Es wird mit dem Begriff mittels Flyer(ABB53) geworben und erreicht somit ein breites Publikum, wodurch auch jene Veranstaltung, in einem kommerziellen Kontext steht, auch wenn sich vorrangig, durch die Standortwahl und die Waren, der Eindruck eines kulturellen Pop Up ergibt. Die Vermarktung und Präsentation von Kunst steht im Vordergrund, wird jedoch durch kulturelles Marketing verschleiert

## 4.6 CREATIVE INDUSTRIES STYRIA

Graz besitzt seit dem Jahr 2007 ein Unternehmen, genannt Creative Industries Styria, welche für die Vernetzung von Kreativschaffenden verantwortlich ist und eine Verbindung zwischen Kreativität und Wirtschaft schafft. Es ermöglicht einen Präsentationsort und eine Verkaufsmöglichkeit mit Hilfe eines Online Datenpools, indem sich Kreativschaffende einschreiben können und ihre Produkte vermarkten können. An der Gesellschaft ist auch das Land Steiermark und die Stadt Graz beteiligt.

*„Hinter der CREATIVE INDUSTRIES STYRIA GMBH stehen die Innofinanz - Steiermärkische Forschungs - und Entwicklungsförderungs ges.m.b.H., die steirische Industriellenvereinigung, die Wirtschaftskammer Steiermark und die Stadt Graz.*

*Die Aufteilung der Gesellschafter ist wie folgt:*

*Innofinanz/Steirische Wirtschaftsförderung SFG (80%)*

*Stadt Graz (10%)*

*Wirtschaftskammer Steiermark (10%)<sup>66</sup>*

Man erkennt anhand der Teilhaber der Creative Industries Styria, die Mitarbeit und Förderung seitens der Stadt Graz und des Landes Steiermark, somit die Verbindung. Die Kreativwirtschaft ist zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor in den letzten Jahren gewachsen. Die Creative Industries Styria war verantwortlich für die Bewerbung zur City Of Design. Außerdem ist sie Veranstalter des Designmonats, welcher die Darstellung der aktuellen Kreativwirtschaft ist und die Projekte seiner Akteure über einen Monat, einem großen Publikum darbietet. Es unterliegen weitere Programme der Creative Industries Styria, welche Öffentlich- und Vernetzungsarbeit in dem Bereich der Kreativindustrie leisten.

---

<sup>66</sup> <http://cis.at/de/organisation/eigentumer>

*Wissen. Kapital. Gesellschaft.  
Die „Kreativwirtschaft“ ist einer der am stärksten wachsenden Zweige der Wirtschaft. Das kommt nicht von ungefähr: Wir erleben zurzeit einen grundlegenden Strukturwandel unserer Gesellschaft. Das Stichwort lautet „Wissensgesellschaft“ – „Wissen“ ist dabei das Kapital, das von den Unternehmen auf den Markt geworfen wird, um Innovationen markttauglich zu machen.<sup>67</sup>*

Creative Industries Styria stellt eine wichtige Institution zur Vermittlung zwischen kreativen Akteuren und der Wirtschaft dar. Hier ist der Stellenwert zu sehen, wie grundlegend, die gegenwärtige Verbindung zwischen Kultur und Wirtschaft ist und außerdem einen großen Anteil für die Präsentation und Darstellung der Kulturindustrie Steiermarks über die Grenzen hinaus besitzt. Es schafft einen wichtigen Beitrag zur Imagebildung der Stadt Graz und Beitrag für die Förderung von Tourismus, Geschäftsbildungen und Arbeitsplätzen. Der Profit für die Zukunft der Stadt und deren Bewohner steht im Vordergrund.

Die Kreativität und deren Akteuren und Prozesse, werden in ein marktwirtschaftliches System überschrieben, die einzelnen Funktionen werden in eine Geschäftsstruktur eingeteilt.

---

<sup>67</sup> <http://www.cis.at/de/organisation>

## 4.7 CITY OF DESIGN

Im Jahr 2011 wurde die Stadt Graz in den Verband der Unesco Cities Of Design aufgenommen. Nur 11 Städte sind Teil der Unesco Auszeichnung, welche seit 2004 vergeben wird. Graz etabliert sich somit, als eine Stadt des kreativen Milieus, kulturelle Projekte, Designer, Ausbildungsstätten sowie Architektur sind Ausdruck oder Ergebnis dieses Trends. Somit zählt der Faktor city of design zu einer der wichtigsten Wirtschaftsbranchen der Gegenwart. Die Stadt Graz gewinnt somit an Bedeutung in der internationalen Kulturbranche. Diese Auszeichnung bedingt einen Imagegewinn und wird Teil der Kreativwirtschaft der Stadt. Die Stadt gewinnt an Attraktivität und dies kann sich positiv auf den Tourismus auswirken. Verschiedene Projekte wurden Teil der Bewerbung. Graz verfügt durch Ausbildungsstätten, wie den Universitäten und der FH Joanneum, über ein starkes Potenzial für die zukünftige Kreativwirtschaft. Creative Industries Styria war verantwortlich für die Bewerbung und ist ein wichtiger Partner bei der Zusammenarbeit zwischen Kreativszene und Wirtschaft. Die Kosten für die Bewerbung, inklusive der begleitenden Informationskampagne, beliefen sich auf € 200.000,--.

### *„Ziele des Unesco City OF Design Netzwerkes*

- *die Entwicklung vorhandener lokaler Potenziale erleichtern*
- *die heimische und internationale Vermarktung von kulturellen Erzeugnissen begünstigen*
- *Zusätzliche Arbeitsplätze schaffen und*
- *die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung fördern*<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Vgl.: <http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Graz-UNESCO-City-of-Design/projektittel-no02>

*„Die Branchen der Kreativwirtschaft erwirtschaften im Großraum Graz 1,5 Milliarden Euro an Bruttowertschöpfung, das entspricht einem Anteil von 14 % an der gesamten Wertschöpfung. Rund 40.000 Arbeitsplätze in der Steiermark zählen zum Bereich Kreativwirtschaft, und die Tendenz ist weiter steigend.“<sup>69</sup>*

*„Graz bleibt also dauerhaft City of Design und ist dadurch Mitglied in einem weltweiten Netzwerk kreativer Städte, was zahlreiche Synergieeffekte mit sich bringt und die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung der Stadt vorantreibt.*

*Das kreative Potenzial und die daraus resultierende wirtschaftliche Dynamik rücken die Stadt ins Zentrum des internationalen Interesses, was die Attraktivität des Standorts nachhaltig steigert. Es sind insbesondere starke wirtschaftliche und touristische Impulse zu erwarten, die das Standing von Graz als attraktive und smarte City weiter stärken. Eines muss jedoch auch klar gesagt werden: „City of Design“ ist kein Etikett und dient nicht der Imagepolitik. „City of Design“ ist eine gelebte Haltung und Ausdruck einer urbanen Kultur, die die bewusste Gestaltung des Lebensraums als zentralen Wert ansieht.*

*Die Steiermark gehört mit 17.000 Beschäftigten und 4.800 Unternehmen in den Kernbranchen der Kreativwirtschaft zu den dynamischsten Kreativstandorten in ganz Europa. Die Bruttowertschöpfung beträgt eine Milliarde Euro.*

*In diesem lebendigen und dynamischen, kreativen Milieu, das die Unterstützung der Stadt und der Region genießt und sich entfalten kann, werden gemeinsam mit Unternehmen und Institutionen Projekte mit dem Fokus Design umgesetzt, Ausschreibungen innerhalb des Netzwerks der Creative Cities öffnen neue Perspektiven nach außen. Langfristig wirkt die City of Design als Magnet für Tourismus und Wirtschaft gleichermaßen und sorgt für die Attraktivierung der Stadt als Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur und Bildungsstandort.“<sup>70</sup>*

Für die Stadt bedeutet ein solcher Titel eine Wertschöpfung und wichtige Ausgangspunkte für den internationalen Wettbewerb. Wirtschaft und Politik rücken somit auch in den Fokus und profitieren mit. Graz wird zu einer Marke, welche eine Geschäftsstruktur dahinter verbirgt. Innovationen und Neues zu schaffen ist Teil der regionalen Wirtschaft. Das Ziel ist unter anderem die Steigerung der Lebensqualität.

---

<sup>69</sup> <http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Graz-UNESCO-City-of-Design/projekttitel-no02>

<sup>70</sup> <http://www.graz-cityofdesign.at/de/graz-design/graz-als-city-of-design>

Der Titel ist unbefristet vergeben worden und weiters wird keine finanzielle Förderung von der Unesco erhalten. Im Gegensatz zur Kulturhauptstadt 2003.

Dazu wurde eine Kampagne nach dem Erhalt des Titels gestartet, an wichtigen und wertvollen Kunstobjekten, Ausbildungsstätten, Schaufenster oder Landmarks wurden Plakate angebracht. Nebenbei wurden auch Merchandise-Produkte entwickelt.

*„Wir freuen uns sehr über den Titel und darauf, dazu beitragen zu können, ein offenes Klima für Innovationen und Experimente zu schaffen. Die Bewerbung als City of Design war eine richtige Entscheidung. Denn Kreativität ist ein wichtiger Rohstoff, den wir nun heben wollen“, erklärt der Grazer Bürgermeister Mag. Siegfried Nagl.<sup>71</sup>*

*„Die Beteiligten sind sich einig, dass auch die ‚Benutzeroberfläche‘ der Stadt neu diskutiert werden muss. Das bedeutet nicht nur, Verantwortung im Umgang mit öffentlichen Räumen und Plätzen zu übernehmen. Es geht insgesamt um das Erscheinungsbild und die Frage, wie sich die Stadt von den Plätzen, den Web-Auftritten bis zu den Schaufenstern präsentieren soll.“<sup>72</sup>*

Von Seiten der Politik wird Graz ,als kreativer Standort mit großem Potenzial für die heimische Wirtschaft, als besonders erstrebenswert erachtet. Die Vermarktung kann jedoch auch Gegenströmungen bewirken, wie am Beispiel von Hamburg, durch die Initiative „not in our name, Marke Hamburg!“<sup>73</sup>, wo das kreative Milieu sich gegen die Vermarktung kultureller Projekte ausgesprochen hat und sich sehr klar von der Marke der Stadt Hamburg distanziert hat.

---

<sup>71</sup> <http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Graz-UNESCO-City-of-Design/downloads/graz-ist-unesco-city-of-design>

<sup>72</sup> <http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Graz-UNESCO-City-of-Design/downloads/graz-ist-unesco-city-of-design>

<sup>73</sup> <http://www.rechtaufstadt.net/netzwerk/not-our-name-marke-hamburg>



## 4.8. RESÜMEE

*„Der Kreative mit vielen Eigenschaften stellt einen wichtigen Sozialtypus des gegenwärtigen Kapitalismus dar“<sup>74</sup>*

Temporäre Nutzungen im öffentlichen Raum haben in Graz lange Tradition. Sie gelten als wegweisend in der heimischen Kunst und Architektur. Temporäre Funktionen sind in der Stadt Graz vielfältig, sie stammen jedoch meist aus einem kulturellen Prozess. Die Aktionen werden in einem kulturellen Rahmen entwickelt. Durch ihr Auftreten in der Öffentlichkeit schaffen sie Aufmerksamkeit, auch auf politischen und ökonomischen Ebenen.

Kleine Interventionen im Stadtraum haben einen sehr individuellen Charakter. Durch Bürgerbeteiligungen, werden eigene Wünsche und Anregungen urbaner Änderungen mittels kurzfristigen Projekten realisiert. Das vorrangige Anliegen jener Projekte, ist eine Verbesserung der eigenen Umgebung und die Auseinandersetzung mit dem eigenen Umfeld anzustreben. Die Möglichkeiten Stadt selbst mitzugestalten, ein individuelles Recht auf Stadt zu haben, fernab von der Stadt als einen Ort des Kapitalismus, seine persönlichen Wünsche und Anregungen im Stadtraum umzusetzen werden forciert. Durch künstlerische Projekte bekommen Bürger die Möglichkeit im Stadtraum zu experimentieren und bekommen die Möglichkeit eines Sprachrohrs durch kreative Vereine. Die Grenzen des öffentlichen Raumes, welcher immer stärker von Reglementierungen bestimmt wird, werden individuell ausgelotet. In Graz existiert eine Kooperation und Förderung zwischen Kultur und städtischen Behörden. Die Stadt(teil)entwicklung wird als positiver Effekt angesehen. Es ist eine Entwicklung einzelner Stadtteile ersichtlich. Graz ist durch seine Größe auch gut vernetzt, die Akteure kennen sich und arbeiten zusammen. Internationale Akteure werden eingeladen, was den Projekten zusätzliche Präsenz verleiht. Die Entwicklung von kleinen Initiativen, zu großen Stadt verändernden Maßnahmen wird befürwortet. Die Kommerzialisierung wird im kreativen Bereich jedoch kritisch betrachtet.

---

<sup>74</sup> Ronneberger 2014, 44.

Die Vermarktung ist auch in Graz gegenwärtig und unaufhaltbar, da sie Teil unseres Zeitgeistes ist. Organisationen haben sich gegründet, welche das kreative Potenzial des Landes vermarkten. Finden individuelle Interventionen noch in einem kleinen Rahmen statt, werden die kreativen Waren einer Stadt mittels Events und Festivals an eine breite Masse kommuniziert. Die Kreativität hat längst den Status einer Ware erlangt.

Das Spektakel und die Vermittlung des kulturellen Potenzials einer Stadt gehen Hand in Hand. Die Eventisierung temporärer Projekte fördert den Aktivismus und vermittelt einen besonderen Lifestyle, durch die Teilnahme an etwas „Einzigartigem“. Die Partizipation solcher Momente ist gegenwärtig sehr interessant für das urbane Publikum. Sind individuelle Projekte nur in einem Bereich ansässig, betreffen kommerzielle Strategien den ganzen Stadtbereich. Im Fall von Graz wird die Summe aller Projekte, seien es individuelle oder kulturelle, unter einem ganzen Schirm vermarktet. Dies passiert nicht immer in Kooperation mit den Initiativen. Die Vermarktung geht zugunsten des Stadtmarketings, Kulturhauptstadt und City of Design gründen auf der kulturellen Basis der Kreativen.

Temporäre Installationen im öffentlichen Raum finden in Graz somit besonders zwischen individuellen und kulturellen Projekten statt. Wobei kulturelle Interventionen schon sehr stark kommerzialisiert wurden, durch Marken wie City of Design. In Graz herrscht dennoch eine starke Kooperation unter den einzelnen Feldern.

Die temporären Funktionen der Stadt Graz haben, durch ihren kulturellen Charakter, über die Grenzen hinaus, Aufmerksamkeit erreicht und den Ruf einer kreativen, experimentierfreudigen, weltoffenen und attraktiven Stadt erlangt.

## 5. ANHANG

### 5.1 LITERATURVERZEICHNIS

Bishop, Peter/ Williams Lesley: The Temporary City. London 2012

Bröckling, Ulrich (Hrsg.): Glossar der Gegenwart. Frankfurt am Main 2006

Debord, Guy: Die Gesellschaft des Spektakels. Berlin 1996

Doßmann, Axel/Wenzel, Jan/Wenzel, Kai: Architektur auf Zeit. Baracken, Pavillons, Container. Berlin 2006

Fenz, Werner/ Kulterer, Birgit/ Martischnig, Eva: Offsite Graz. Kunst im öffentlichen Raum. Graz 2005

Ferguson, Francesca(Hrsg.): Make Shift City. Die Neuverhandlung des Urbanen. Berlin 2014

Feuerstein, Christiane/ Angelika Fitz: Wann begann temporär. Frühe Stadtinnovationen und sanfte Stadterneuerungen in Wien. Wien 2009

Florida, Richard: The Flight of the Creative Class. The new global competition for talent. New York 2007

Glasze, Georg: Privatisierung öffentlicher Räume? Einkaufszentren, Business Improvement Districts und geschlossene Wohnkomplexe. in: Berichte zur deutschen Landeskunde 75 2/3: 160-177. Leipzig 2001

Haberl, Horst/ Krause Werner: Auf, und , davon. Eine Nomadologie der Neunziger. Graz 1990

Haring, Sabine/ Stromberger, Monika/ Tragatschnig, Ulrich/ Zelinka-Roitner, Ingeborg(Hrsg.): Annenstrasse.info.Urbane Transformation und sozialer Wandel. Graz 2010

Harvey, David: Rebellische Städte. Berlin 2013

Harvey, David: Räume der Neoliberalisierung. Zur Theorie der ungleichen Entwicklung. Stuttgart 2005

Haydn, Florian/ Temel Robert(Hrsg.): Temporäre Räume. Konzepte zur Stadtnutzung. Basel 2006

Hellmann, Kai-Uwe/ Zurstiege, Guido(Hrsg.): Räume des Konsums. Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus. Wiesbaden 2008

Heßler, Martina: Die kreative Stadt. Zur Neuerfindung eines Topos. Bielefeld 2007

Holub, Barbara/ Rajakovics: Direkter Urbanismus. Nürnberg 2013

Jeinic, Ana/ Wagner, Anselm(Hrsg.): Is There (Anti-)Neoliberal Architecture?. Berlin 2013

Klanten, Robert(Hrsg.): Urban interventions. personal projects in public space. Berlin 2010

Klanten, Robert(Hrsg.): Going public. public architecture, urbanism and interventions. Berlin 2012

Krasny, Elke/ Lederer, Anton(Hrsg.): Annenviertel!. Die Kunst des urbanen Handelns. Dokumentation 2009-2011. Graz 2011

Laister, Judith: Städtische Störzonen. Grazer Beiträge zur europäischen Ethnologie. Frankfurt am Main 2005

Laister, Judith/ Makovec, Margarethe/ Lederer, Anton(Hrsg.): The art of urban intervention. Wien 2014

Lefebvre, Henri: The Production Of Space. UK 1991

Ludwig, Matthias: Mobile Architektur. Geschichte und Entwicklung transportabler und modularer Bauten. Stuttgart 1998

Müller, Michael: Kultur der Stadt. Essays für eine Politik der Architektur. Bielefeld 2010

Oswalt, Philipp/Overmeyer,Klaus/Misselwitz, Philipp: Urban Catalyst. Mit Zwischennutzungen Stadt entwickeln. Berlin 2013

Ring, Kristien/ Eidner Franziska: Selfmade City. Berlin Stadtgestaltung und Wohnprojekte in Eigeninitiative. Berlin 2013

Ronneberger Klaus: Derive Nr 44. Urban Nightscapes. 2014

Schmid, Christian: Stadt, Raum und Gesellschaft. Henri Lefebvre und die Theorie der Produktion des Raumes. München 2005

## 5.2 INTERNETQUELLEN

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/der-marxist-und-geograph-david-harvey-ueber-das-recht-auf-stadt-a-895290.html> (03.04.2014)

<http://www.gat.st/en/news/steirischer-holzbaupreis-2011-preistraeger> (01.05.2014)

[http://de.wikipedia.org/wiki/Steirischer\\_herbst](http://de.wikipedia.org/wiki/Steirischer_herbst) (01.05.2014)

<http://www.steirischerherbst.at/2014/micro/deutsch/festival.php> (01.04.2014)

<http://www.steirischerherbst.at/2010/deutsch/kalender/kalender.php?eid=43>  
(10.04.2014)

<http://www.steirischerherbst.at/2012/deutsch/kalender/kalender.php?eid=47>  
(04.04.2014)

<http://www.steirischerherbst.at/2013/deutsch/kalender/kalender.php?eid=88>  
(01.05.2014)

<http://lendwirbel.at/data/uploads/2012/04/lendmanifest.pdf> (01.05.2014)

<http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Graz-UNESCO-City-of-Design/projekttitel-no02>  
(01.05.2014)

<http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Designmonat-Graz> (01.05.2014)

<http://www.cis.at/de/archiv/pop-up-stores> (01.05.2014)

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20111007\\_OTS0136/glanz-und-prominenz-bei-der-eroeffnung-des-ersten-austria-pop-up-stores-in-new-york](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20111007_OTS0136/glanz-und-prominenz-bei-der-eroeffnung-des-ersten-austria-pop-up-stores-in-new-york)  
(02.05.2014)

<http://cis.at/de/organisation/eigentumer> (07.05.2014)

<http://www.cis.at/de/organisation> (07.05.2014)

<http://www.graz-cityofdesign.at/de/graz-design/graz-als-city-of-design> (07.05.2014)

<http://www.cis.at/de/Schwerpunkte/Graz-UNESCO-City-of-Design/downloads/graz-ist-unesco-city-of-design> (07.05.2014)

[http://rotor.mur.at/frameset\\_derrotor-ger.html](http://rotor.mur.at/frameset_derrotor-ger.html) (07.05.2014)

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/der-marxist-und-geograph-david-harvey-ueber-das-recht-auf-stadt-a-895290.html>  
(13.04.2014)

<http://www.gat.st/news/kunst-auf-zeit>  
(17.04.2014)

<http://www.graz03.at/servlet/sls/Tornado/web/2003/content/08D6BBB5DCF0472EC1256E350056CA64> (13.04.2014)

<http://www.gat.st/news/regalsystem-mit-sonnendeck>(19.04.2014)

<http://www.rechtaufstadt.net/netzwerk/not-our-name-marke-hamburg>(11.05.2014)

### 5.3 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABB. 01: Ehrenforte: Architektur auf Zeit 2006, 72. Doßmann/Wenzel

ABB. 02: [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Crystal\\_Palace](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Crystal_Palace) (14.05.2014)

ABB. 03:

[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Expo\\_2012\\_Hyundai\\_Motor\\_Group\\_Pavilion.JPG](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Expo_2012_Hyundai_Motor_Group_Pavilion.JPG) (14.05.2014)

ABB. 04:

[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Serpentine\\_Gallery\\_Pavilion\\_2013.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Serpentine_Gallery_Pavilion_2013.jpg)  
(14.05.2014)

ABB. 05:

[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Serpentine\\_Gallery\\_Pavilion\\_2013.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Serpentine_Gallery_Pavilion_2013.jpg)  
(14.05.2014)

ABB. 06: <http://thetricycles101.blogspot.co.at/2012/08/extra-research-walking-city.html> (15.05.2014)

ABB. 07: <http://www.ortner.at/?load=hausruckerco&lang=de&site=ortner>  
(30.04.2014)

ABB. 08: <http://www.ortner.at/?load=hausruckerco&lang=de&site=ortner>  
(30.04.2014)

ABB. 09: <http://www.ortner.at/?load=hausruckerco&lang=de&site=ortner>  
(30.04.2014)

ABB.:10 <http://www.add-on.at/cms/cat23.html>(30.04.2014)

ABB. 11: <http://www.add-on.at/cms/cat23.html>(30.04.2014)

ABB. 12: <https://www.nadir.org/nadir/initiativ/parkfiction/> (31.04.2014)

- ABB. 13: <https://www.nadir.org/nadir/initiativ/parkfiction/> (31.04.2014)
- ABB. 14: <http://www.ignant.de/2013/03/11/centre-pompidou-mobile/?lang=de> (9.4.2014)
- ABB. 15: <http://www.ignant.de/2013/03/11/centre-pompidou-mobile/?lang=de> (9.4.2014)
- ABB. 16: <http://www.socialmediacub.at/2014/01/adidas-giant-shoobox-pop-up-store.html> (9.4.2014)
- ABB. 17: <http://oe3popupclub.at/> (01.05.2014)
- ABB.18:<http://newsroom.austriatourism.com/2011/09/erster-„austria-pop-up-store“-offnet-in-new-york-seine-pforten/> (01.05.2014)
- ABB.19: <http://www.gat.st/news/doyen-der-oesterreichischen-architektur> (01.05.2014)
- ABB.20: <http://www.gat.st/news/1967-trigon-67-ambiente> (01.05.2014)
- ABB.21: wann begann temporär seite 93, scannen19
- ABB.22: <http://offsite.kulturserver-graz.at/projekte/652>(01.05.2014)
- ABB.23: Fenz, Werner/ Kulterer, Birgit/ Martischnig, Eva: Offsite Graz. Kunst im öffentlichen Raum. Graz 2005, Seite 188
- ABB.24: [http://www.emmanuel-licha.com/EN\\_Ididntknow.html](http://www.emmanuel-licha.com/EN_Ididntknow.html) (01.05.2014)
- ABB.25: Fenz, Werner/ Kulterer, Birgit/ Martischnig, Eva: Offsite Graz. Kunst im öffentlichen Raum. Graz 2005, Seite 66
- ABB.26: Fenz, Werner/ Kulterer, Birgit/ Martischnig, Eva: Offsite Graz. Kunst im öffentlichen Raum. Graz 2005, Seite 67
- ABB.27:<http://www.graz03.at/servlet/sls/Tornado/web/2003/content/5ECF6238A4F9D13AC1256BE90053AADB> (15.5.2014)
- ABB.28:<http://www.graz03.at/servlet/sls/Tornado/web/2003/content/5ECF6238A4F9D13AC1256BE90053AADB> (15.5.2014)
- ABB.29:<http://www.gruppe77.at/kunst-auf-zeit/2003-cadavre-exquis/> (15.5.2014)
- ABB.30: Fenz, Werner/ Kulterer, Birgit/ Martischnig, Eva: Offsite Graz. Kunst im öffentlichen Raum. Graz 2005, Seite 65

ABB.31:

<http://www.zusammenlebengestalten.steiermark.at/cms/beitrag/11870404/73407275/> (01.05.2014)

ABB.32:

<http://www.zusammenlebengestalten.steiermark.at/cms/beitrag/11870404/73407275/> (01.05.2014)

ABB.33: [https://www.facebook.com/lendwirbel/photos\\_stream](https://www.facebook.com/lendwirbel/photos_stream)(03.05.2014)

ABB. 34: [https://www.facebook.com/lendwirbel/photos\\_stream](https://www.facebook.com/lendwirbel/photos_stream) (03.05.2014)

ABB:35: [http://rotor.mur.at/frameset\\_aktuell-ger.html](http://rotor.mur.at/frameset_aktuell-ger.html)(03.05.2014)

ABB:36: [http://rotor.mur.at/frameset\\_aktuell-ger.html](http://rotor.mur.at/frameset_aktuell-ger.html)(10.05.2014)

ABB:37: [http://rotor.mur.at/frameset\\_aktuell-ger.html](http://rotor.mur.at/frameset_aktuell-ger.html)(10.05.2014)

ABB. 38: <http://annenviertel.at/2012/04/flohmarkt-annenstrasse/>(10.05.2014)

ABB.39: <http://www.gat.st/news/kunst-auf-zeit> (12.05.2014)

ABB.40: <http://www.gat.st/news/regalsystem-mit-sonnendeck> (12.05.2014)

ABB.41: <http://www.steirischerherbst.at/2013/deutsch/presse/pressefotos.php>  
(30.04.2014)

ABB.42: <http://www.steirischerherbst.at/2013/deutsch/presse/pressefotos.php>  
(30.04.2014)

ABB.43: <http://www.steirischerherbst.at/2010/deutsch/presse/pressefotos.php>  
(30.04.2014)

ABB.44: <http://www.steirischerherbst.at/2010/deutsch/presse/pressefotos.php>  
(30.04.2014)

ABB.45:

<http://www.steirischerherbst.at/2013/deutsch/kalender/kalender.php?eid=15>  
(20.04.2014)

ABB.46:

<http://www.steirischerherbst.at/2013/deutsch/kalender/kalender.php?eid=15>(20.04.  
.2014)

ABB.47: [http://www.info-graz.at/fotos-graz-veranstaltungen-events-bilder/overview/33693/15223\\_grazer-designmonat-2013-eroeffnungsevent-3-mai-2013-nagoya-design-meets-graz/page/3/](http://www.info-graz.at/fotos-graz-veranstaltungen-events-bilder/overview/33693/15223_grazer-designmonat-2013-eroeffnungsevent-3-mai-2013-nagoya-design-meets-graz/page/3/) (30.04.2014.)



ABB:48: [http://www.info-graz.at/fotos-graz-veranstaltungen-events-bilder/overview/33693/15223\\_grazer-designmonat-2013-eroeffnungsevent-3-mai-2013-nagoya-design-meets-graz/page/3/](http://www.info-graz.at/fotos-graz-veranstaltungen-events-bilder/overview/33693/15223_grazer-designmonat-2013-eroeffnungsevent-3-mai-2013-nagoya-design-meets-graz/page/3/) (30.04.2014.)

ABB:49: <http://www.cis.at/de/archiv/pop-up-stores> (30.04.2014)

ABB:50: <http://www.meinbezirk.at/graz/magazin/pop-up-store-open-design-d284247.html> (15.5.2014)

ABB:51: <http://www.cis.at/de/archiv/pop-up-store> (20.04.2014)

ABB:52: [http://www.graztourismus.at/de/sehen-und-erleben/veranstaltungen/veranstaltungen/sght-pop-up\\_ev-3842](http://www.graztourismus.at/de/sehen-und-erleben/veranstaltungen/veranstaltungen/sght-pop-up_ev-3842) (15.5.2014)

ABB:53:

<http://www.sight.at/pics/projects/specifics/graz/pressekit/flyer1.jpg>(20.04.2014)