



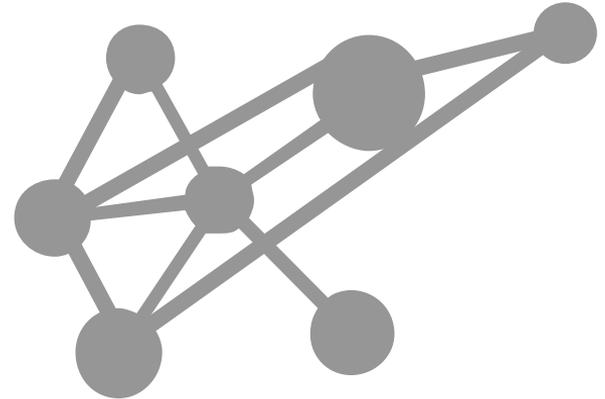
WIEN WÄCHST

DIGITALISIERUNG UND ÖFFENTLICHER RAUM
BOOSTER / BLACK-OUT / WIE GEHABT?

CHRISTIAN PICHLER | 24.09.2019

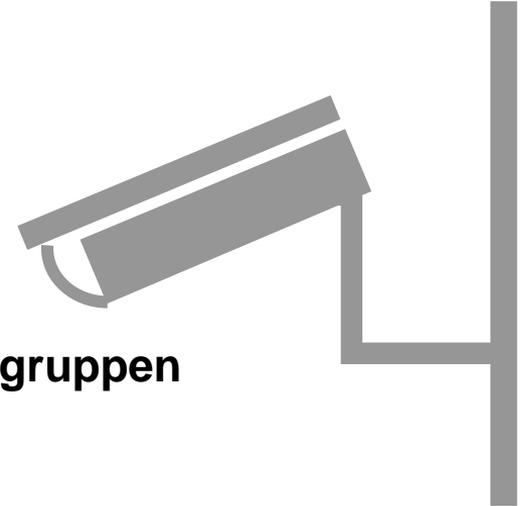
ERSTE ERWARTUNG: AUFLÖSUNG

- **Digitale Informationsnetze schaffen einen virtuellen Raum**
- **Ort und zeitgebundene Funktionen verlagern sich**
- **Klar definierte Orte werden obsolet**
- **Die Telekommunikation vernichtet den öffentlichen Raum**



ZWEITE ERWARTUNG ÜBERWACHUNG

- **Zunehmende Kontrolle und Überwachung**
- **Bessere Steuerung, besseres Management (zB Verkehrsüberwachung)**
- **Gefahr der Ausgrenzung bestimmter Bevölkerungsgruppen**

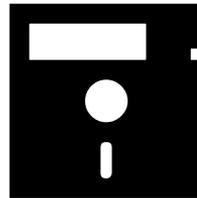


DRITTE ERWARTUNG TEILHABE

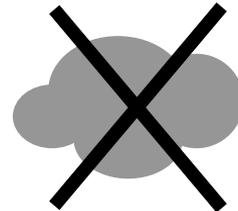
- **Bessere Information für NutzerInnen und BetreiberInnen**
- **Förderung und Wiederbelebung sozialer Interaktion**
- **Aktivierung zur Teilnahme an Prozessen im und für den öffentlichen Raum**
- **Verstärkung der Zugangshürden und Ausschluss für Offliners**



digital natives



digital immigrants



offliners

ÄNDERUNG DER BEDEUTUNG DES ÖFFENTLICHEN RAUMS?

- Welche Rolle spielt der öffentliche Raum in der wachsenden Stadt?

Der öffentliche Raum macht aus vielen Einzelprojekten erst eine lebenswerte Stadt.

- Wie trägt der öffentliche Raum zu stadträumlichen Qualitäten bei und in der Folge zu mehr Lebensqualität?

Er ermöglicht Freizeit, Kommunikation, Spiel, Wege, Erholung, sozialen Austausch, Veranstaltungen...> Leben.

RAUM FÜR DIE, DIE SICH IN DER DIGITALEN WELT ZURECHTFINDEN? RAUM FÜR ALLE!

- **der öffentliche Raum ist per Definition öffentlich**
 - nicht verschlossen
 - frei
 - ohne Hindernis
 - uneingeschränkt
 - unbesetzt
 - Allen zugänglich



AUSGANGSLAGE

- Der öffentliche Raum ist primär – nach wie vor - als Verkehrsfläche definiert und dient der Abwicklung der Verkehrsbedürfnisse, insbesondere des motorisierten Verkehrs.
- Kommerzielle Nutzungen des öffentlichen Raums waren bisher klar geregelt:
Verordnungen, Nutzungsgebühren, Genehmigungsabläufe, Amtswege und Zuständigkeiten



AUSGANGSLAGE

- **Alle anderen Nutzungen nicht kommerzieller Art sind Sondernutzungen und bedürfen einer Gebrauchserlaubnis bzw. einer privatrechtlichen Zustimmung der Stadt**
- **Nutzungen nicht kommerzieller Art waren weniger klar geregelt und weniger unterstützt: Umsetzung und Realisierung aufwändiger, schwieriger oder unmöglich**



HERAUSFORDERUNG

- **Annäherung an Gleichberechtigung kommerziell nicht kommerziell**
- **Angleichung der Zugangsvoraussetzungen**
 - **Informationsbereitstellung**
 - **Genehmigungserfordernisse, Unterstützung**
 - **tatsächliche Genehmigung, Zuteilung, Aufteilung**
- **Annäherung an städtische Zielvorstellungen (zB Verkehr)**

STEUERUNGSERFORDERNIS BEREITS JETZT IMMANENT

- **Reglementierung**
zB dort wo die kommerzielle Nachfrage zu dominant wird
- **Unterstützung**
zB nichtkommerzielle Nutzungswünsche



ÄNDERUNGEN DURCH DIGITALISIERUNG

- **Neue Geschäftsideen ergänzen die Kommerzialisierungswünsche**
 - **Hippe Verkehrsmittel zur Datengenerierung**
Räder, Roller, ...
 - **Verteilerkästen, Rollingboards, Paketboxen, E-Ladestationen...**
 - **City Hubs - Last-Mile Stadtlogistik**

Chance / Bedrohung für städtische Zielvorstellungen

- **globale Monopolunternehmen versus schlecht vorbereitete Kommunen**
- **Dominanz neuer Technologien der kommerziellen Welt**
- **fortschreitende Überlagerung, Kommerzialisierung und Dominanz**
- **Prolongierung und Verstärkung der Schiefelage**



ÄNDERUNGEN DURCH DIGITALISIERUNG

- **Kontrolle schreitet voran**
- **Überwachung durch hoheitliche und zivile Überwachungssysteme und soziale Medien**
- **Überwachung zur Steuerung und zum Management**
Verkehrsmanagement
- **Überwachung zur Unterbindung von Unerwünschtem**
Privat, Halböffentlich, Öffentlich
- **Anpassung an Überwachungsgesellschaft**



Steuerungsvorteile versus Einschränkung der persönlichen Freiheit, Ausschluss von NutzerInnengruppen

ÄNDERUNGEN DURCH DIGITALISIERUNG

- **Historische Selbstverständlichkeiten, wie zB die Nachbarschaftshilfe werden digitalisiert**
- **Apps ermöglichen Vernetzung mit den NachbarnInnen, dem Grätzl Infos, Sharing, Kontakt**
- **Apps versuchen nachbarschaftliche, bodenständige, lokale Communities künstlich zu erzeugen**
- **Vordergründig nicht kommerzielle Angebote werden mit Daten, Wissen und Handlungen bezahlt**

Mehrwert?

**Digitale Tools kommerzialisieren Selbstverständlichkeiten:
„Ich gehe jetzt gleich mal rüber zu den Nachbarn und frag“**

VIELFÄLTIGE BEDÜRFNISSE UND ZIELVORSTELLUNGEN ABER AUCH ERWARTUNGEN UND BEFÜRCHTUNGEN

- **NutzerInnensicht**
 - **Nicht kommerzielle Bedürfnisse der BewohnerInnen**
 - **Zielvorstellungen kommerzieller Geschäftsideen**
- **BetreiberInnensicht, Kommune, Stadtentwicklung, InvestorInnen**
 - **Management, Servicierung**
 - **Analyse**
 - **Funktionalität**
 - **Aktivierung**
 - **Ausstattung**
 - **Kontrolle**

HERAUSFORDERUNGEN

- **Verschiedenste Anforderungen und Interessenlagen**
- **Unterschiedliche Erfordernisse im Stadtraum:
Reglementierung – Unterstützung**
- **Komplexe Zuständigkeiten**
- **Der verhandelbare Raum ist begrenzt**

WIE MUSS DER ÖFFENTLICHE RAUM DER ZUKUNFT AUSSEHEN?



Stadtentwicklungsgebiet Neu Leopoldau

ANDERS ALS DER ÖFFENTLICHE RAUM JETZT?



Stadtentwicklungsgebiet Seestadt Aspern

ZIELVORSTELLUNGEN ÖFFENTLICHER RAUM

- **Zugang für Alle**
- **Keine Einschränkungen**
- **Gleichberechtigt kommerziell und nicht kommerziell**
- **Versteckte Barrieren vermeiden**
- **Ausgleichende Angebote**
- **Flexible Ermöglichungsräume statt vordefinierte Nutzungsziele**



WAS ES BRAUCHT: SCHÄRFUNG DER ZIELVORSTELLUNGEN UND STEUERUNG

- **Kommunale Rahmenbedingungen schaffen - kommerziellen Monopolen entgegenwirken**
- **Gestaltungsmöglichkeiten der Kommune erhalten**
- **Etablierung von Chancengleichheit, die historische Schwerpunktsetzung und Priorisierung überwindet**
- **Auch die kommunale Welt ist im öffentlichen Raum mit Digitalisierungsprojekten und Angeboten vertreten und unterstützt eine selbstreflektierende, mündige Gesellschaft**
- **Alle Bevölkerungsgruppen - auch die Offliner – werden berücksichtigt**

Chancengleichheit im Öffentlichen Raum



GERECHTIGKEIT MUSS SEIN

