

Schloß Nynphenburg

7.11.08

Garten und Medien

"Landschaftsarchitektur mit neuen Medien,,

Andreas Kipar

Landschaftsarchitektur als interaktive Kommunikationsstrategie

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe FreundInnen und KollegInnen!

“Wer bin ich und wenn ja, wie viele?” - mit diesem Buch hat sich Richard David Precht als Philosoph überraschend an die Spitze der deutschen Bestsellerlisten gesetzt. Auf die Frage, wie er es sich erklären könne, dass sein Buch bereits mehr als 300.000 mal verkauft wurde, gab er dem Lufthansa Magazin in der Oktober-Ausgabe eine überraschend einfache und nüchternde Antwort: „Mein Buch hätte sich wahrscheinlich nur zwischen 10.000- und 15.000- mal verkauft, wenn Elke Heidenreich es nicht in ihrer TV- Sendung “Lesen!” so gelobt hätte. Dadurch ist es aus der großen Fülle von philosophischen Büchern ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt.”

Und genau darum geht es uns heute, wenn wir über “Gärten und Medien” auf dieser Fachtagung sprechen. Wir wollen mehr und mehr unsere Thematiken und Projekte ins Zentrum der Aufmerksamkeit einer breiten Öffentlichkeit stellen. Dabei geht es uns als Garten- und Landschaftsarchitekten und planende Zunft grundsätzlich nicht anders als anderen Fachbereichen. Die Auseinandersetzung mit den Bedingungen für eine gelingende Kommunikation ist daher essentiell.

Fünf Grundsatzfragen hat Frau Prof.Dr. Susanne Hauser der UdK Berlin anlässlich einer Expertenwerkstatt im Forschungsprojekt „Renaturierung als Strategie“ sehr treffend ausformuliert:

- Warum kommunizieren wir überhaupt und wie definieren wir unsere Ziele?
- Was sind die Anlässe und mit welchen Erwartungen nehmen wir an ihnen teil?
- Was ist die Botschaft und wie interpretieren wir sie?
- Wer kommuniziert überhaupt? Wie lassen sich Sender und Empfänger definieren?
- Wie wird kommuniziert, mittels welcher Medien und Strukturen?

Den Titel meines Eingangsreferates “Landschaftsarchitektur als interaktive Kommunikationsstrategie” habe ich bewusst auf Basis meiner 25 jährigen Erfahrung als Landschaftsarchitekt gewählt.

Der gezielte Einsatz der Moderationsplattform „Landschaft“, um komplexen und schwierigen Sachverhalten einen fachlich übergreifenden Rahmen zu verleihen, ist bereits seit den 1980iger Jahren üblich.

Denken wir an Tom Königs und seiner visionär angelegten Frankfurter Grüngürtelplanung, oder an Karl Ganser und seine kreative Wortschöpfung IBA EmscherPark, oder an das EXPO 2000 -Thema „Die Welt als Garten“ und es wird uns sehr schnell klar, dass Grün, Gärten, Parks, Landschaft zunehmend als positiv belegte Begriffe Anwendung finden. Häuser, Siedlungen, Städte und die dazu notwendigen Infrastrukturen wie Straßen, Ver- und Entsorgungsanlagen mit ihrem doch eher

funktionalen Charakter haben es dagegen deutlich schwerer, positiv in der Kommunikation aufzutreten.

Folglich sprechen wir von grünen Straßen, (Parkways, Boulevards,...), Parkresidenzen, Gartenstädten und eco-designten Metropolen und versuchen aus der Not eine Tugend zu machen, was in vielen Fällen dann auch gelingt.

Allerdings geht heute dabei immer häufiger der Blick auf das Ganze verloren. Eine neue Hilflosigkeit, ausgelöst durch eine undifferenzierte Informationsflut, erschwert die Suche nach ortstypischen, landschaftsidentischen Leitbildern im großräumigeren Kontext.

Landschaft als Thema verbindet die Menschen und ist in der Regel auch für eine unverfängliche Tischkonversation geeignet. Geht es doch nicht zuletzt um Menschen, die diese Landschaft mit ihren Aktivitäten geprägt haben und sie heute noch prägen. Daher ist Landschaft auch ständigen Veränderungen ausgesetzt und eignet sich kaum zur Musealisierung.

Landschaft also als Spiegel unserer Gesellschaft: was passiert wo, wer weiß von wem, wer investiert wo und welche Strategien können sich daraus ableiten lassen? Eine der ersten Übungen für junge Studenten der Landschaftsarchitektur sollten das bewusste Lesen der Tagespresse, sowie der intelligente und intuitive Spaziergang sein.

Sich zu "verorten" ist heute eine unabdingbare Forderung an unser Handeln und Planen. Im Folgenden möchte ich dieses "Verorten" und Kommunizieren anhand einiger weniger strategischer Landschaftsprojekte verdeutlichen.

1) Molta+Brianza 2009

(http://www3.provincia.milano.it/monzabrianza/progetto_pilota/progettispeciali_moltapiubrianza.html)

Aus der Mailänder Metropolenlandschaft suchen sich 50 Kommunen, Mittels einer administrativen Neuordnung eine eigenständige Landschaftsstrategie: es handelt sich um die Brianza, einer der reichsten und produktivsten Landstriche Europas. Die europäische Landschaftskonvention steht Pate für eine neue Strategie, die die Wahrnehmung der eigentlichen Qualitäten dieses Gebietes fördern soll.

Natur, Kultur und Landschaft sind die Begriffe, unter denen die 50 Bürgermeister ihre Projekte sammeln, verorten und kommunizieren. So können zukünftig die Qualitäten der eigenen Landschaft als Grundlage für alternative Wohnformen in der Provinz genutzt werden, statt diese für Flächen fressendes Gewerbe zu verschwenden. "Molta+Brianza 2009" ist der Titel unserer neu entwickelten Strategie für diese sozusagen „reichhaltige“ Landschaft, um mit den in Fülle vorhandenen Ressourcen nachhaltiger umgehen zu können.

2) Carso 2014+

(www.carso2014.it)

Im Grenzgebiet zwischen Italien und Slowenien liegt die Karsthochebene, ein aufgrund seiner strategisch bedeutenden Grenzlage über Jahrhunderte heftig umkämpftes Gebiet. Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs wurde der Karst ein Ort der Erinnerung, aber auch ein kultureller Pol, der mit unserer Strategie aus der heutigen, historisch entstandenen Randlage zurück in die Zentralität katapultiert werden soll.

Der Karst ist nicht nur historisch spannend, sondern auch landschaftlich einmalig. Auf diese Einmaligkeit und auf die 100 Jahre währende Entwicklung seit Beginn des ersten Weltkriegs nimmt unsere Landschaftsstrategie "Carso 2014+" Bezug. Viele kleine Wiederbelebungsmaßnahmen bilden zusammen eine Entwicklungsspirale, die alle Bevölkerungsschichten mitnehmen möchte. Carso 2014+ zeigt, wie mit einer

entwicklungsschwachen Region und einer "mageren" Landschaft umgegangen werden kann.

3) Valenza 2010

(www.biennaledelpaesaggio.it)

Das Tal des Flusses Enza liegt zwischen den Regierungsbezirken Parma und Reggio Emilia. In dieser geschichtsträchtigen Landschaft lassen sich die Spuren einer glorreichen Vergangenheit noch heute lesen: so sind die "Terre di Matilde di Canossa" oder das Dukat der Estensi vielen ein Begriff.

Durch die intensive agrarische Nutzung der Landschaft, den Kies- und Sandabbau sowie der Entstehung neuer Gewerbeflächen ist der Fluss Enza in seiner eigenständigen landschaftsprägenden Wirkung erheblich bedroht. Unser Projekt hebt den Fluss erneut als Protagonisten des Gebietes hervor und möchte ihm seine Bedeutung zurückgeben und die zukünftige Entwicklung der Landschaft an ihn anknüpfen.

Der Titel "Valenza" hat eine Doppelbedeutung: Valle, das Tal und Enza, der Fluss, bilden zusammen eine "Valenza", einen Wert. Im Rahmen der italienischen Landschaftsbiennale 2010 stellen nun die Kommunen und privaten Investoren ihre ersten Projekte vor.

4) Freiraum schafft Stadtraum: "Neue Wege zum Wasser"

(www.neuwegezumwasser.de)

Vor dem Hintergrund aktueller und sich für die Zukunft abzeichnender demografischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Veränderungen formuliert die Stadt Essen zur Zeit ihre Stadtentwicklungsperspektiven neu. Entwickelt und erprobt wird ein gesamtstädtisches Konzept zur Vernetzung und Entwicklung der Grün- und Freiflächenstrukturen in Essen. Die Anbindung der neuen Freiräume an das Umfeld und deren „Inszenierung“ soll den Planungsprozess in das öffentliche Bewusstsein rücken. Das Modell der Strahlen bietet die Möglichkeit, vorhandene Potenziale nutzbar zu machen und Aufmerksamkeitsbereiche innerhalb des Stadtgebietes heraus zu kristallisieren. Aufgrund seiner Akteursorientierung und seines neuen stadträumlich-strategischen Ansatzes kann das Projekt zu einem Entwicklungsmotor sowohl für die Stadt als auch für die gesamte Region werden.

5) "Raggi verde" – das Mailänder Strahlenmodell: auf dem Weg zur grünen Expo 2015

(www.milanoexpo-2015.com)

Derzeit findet im Großraum der Metropole Mailand ein Investitionsboom statt. Die schnelle Umsetzung einer Vielzahl von bisher nicht untereinander kommunizierter Projekte erfordert aber auch eine entsprechende Flächensicherung und Freiflächenentwicklung. Genau da setzt das Modell Raggi Verde an: es stellt ein übergeordnetes Konzept zur Vernetzung der auf ökonomische Effizienz ausgerichteten Bauprojekte mit dem Freiraum und Stadtgrün Mailands dar und wurde in Kooperation mit privaten Interessensverbänden entwickelt.

Nur durch die geschickte Verbindung privater und öffentlicher Interessen und der Verständigung aller Akteure auf ein gemeinsames Ziel, kann es gelingen, Freiflächen und Räume für öffentliches Leben zu sichern und auch für die städtischen Bewohner einen nachhaltigen Wert zu erzeugen.

In allen fünf Beispielen ist die Kommunikationsstrategie aktiver Bestandteil des jeweiligen Projektes. Alle Projektbeteiligten werden bereits frühzeitig über interdisziplinär

besetzte Workshops angesprochen und mit einer von außen injizierten neuen Sicht auf ihre eigene Landschaft konfrontiert. Das Grundgerüst der Kommunikationsstrategie fußt auf zwei Elementen: einerseits ist es die gezielte Provokation, um Stereotypen aufzubrechen und Interesse zu wecken, andererseits wird über eine ausgleichende Moderation durch ortsansässige Multiplikatoren ein produktiver Diskussionsrahmen gewährleistet.

Der Erfolg eines Projektes hängt in den meisten Fällen unmittelbar mit dem Umfang und der Qualität der Verständigung und Einbindung der Menschen zusammen, für die wir letztlich planen. Kommunikation über und durch Landschaft selbst als eigenständiges Medium sollten wir daher als wichtigen Schwerpunkt unserer Arbeit sehen und entsprechend sorgfältig betreiben.

Mailand, 7.11.08
A.K.