Technische Universität Wien
Institut für Raumplanung
raum soziologie

Öffentlicher Raum – ein Wohnzimmer für alle?

Jens S. Dangschat

Mobilitätstagung der LEADER-Region Weinviertel Donauraum
Spillern, 04.05.2023

Inhalt

1. Öffentlicher Raum – was ist das?
2. Planerische und soziale Funktionen des öffentlichen Raumes
3. Öffentlicher Raum als „Bürgersteig-Ballett“ (Jane Jacobs)
4. Gestaltung? Umgestaltung – wie und wohin?
5. Umgestaltung des öffentlichen Mobilitätsraumes als Lernprojekt

Öffentlicher Raum – was ist das?

Ein öffentlicher Raum …

- ist für alle frei zugänglich, d.h. es besteht kein Konsumzwang und es gelten keine „Hausordnungen“;
- es bestehen keine physischen und sozialen Barrieren.

…. es gelten aber juridische und soziale Ordnungen

Ein öffentlicher Raum …

- ist nicht nur ein Platz,
- ist nicht nur eine Straße,
- sondern ist ein Netzwerk, denn die Menschen bewegen sich in Zeit und Raum

Planerische Funktion des öffentlichen Raumes

1. Aufenthaltsraum oder Durchquerungsraum
2. Urbaner oder ländlicher öffentlicher Raum
   - … zentraler Platz
   - … Quartiersplatz
   - … Funktion?
3. Gestaltet als ein „offener“ öffentlicher Raum oder für bestimmte soziale Gruppen und bestimmte Aktivitäten?
4. Gestaltet als Arena, Bühne, Tribüne?
5. Gestaltung der „Ränder“ / der angrenzenden Gebäude ➔ Funktion, Anlass dafür, den Raum zu nutzen / „Augen auf die Straße“

Soziale Funktion des öffentlichen Raumes

1. als „verlängertes Wohnzimmer“?
2. als Identifikationsraum?
3. als Raum für eine Gruppe?
4. als temporärer Raum?
5. als Treffpunkt und Ausgangspunkt für Bewegung im öffentlichen Raum?
6. als Ort der Gestaltung(soffenheit)? ➔ Partizipation?
7. als Ort der Aneignung? ➔ Soziale Kontrolle?
8. als Ort des Austragens von Konflikten?

Im *ländlichen* öffentlichen Raum begegnen sich Vertraute

Im *urbanen* öffentlichen Raum treffen sich Fremde ➔ Anonymität

Umgestaltung des öffentlichen Raumes

Aus dem Wechselverhältnis ergeben sich zwei Fragen:

1. Was ist „vorgegeben“, was soll/kann sich entwickeln?
2. Wenn es stimmt, dass Menschen (und nicht Infrastrukturen) Menschen anziehen – was passiert, wenn die „falschen Menschen“ anwesend sind?

und

Wie kann durch die Umgestaltung des öffentlichen Raumes das Verhalten beeinflusst werden?

Aufgabe des Leitprojektes

Trans|formator:in
Integrierte Transformation öffentlicher Mobilitätsräume

Technische Universität Wien
Institut für Raumplanung
raum soziologie

1. An sieben Orten in Österreich soll der öffentliche (Verkehrs-)Raum umgestaltet werden ➔ planerisch, partizipativ
2. Es soll das Mobilitätsverhalten zugunsten aktiver Mobilität verändert werden ➔ partizipativ, kommunikativ, lerntheoretisch
3. Es soll ein Beitrag zur Verkehrs- und Mobilitätswende geleistet werden

Ziel: Die Umgestaltung des öffentlichen Raumes als umfassender Ansatz soll

- die Wahrnehmung des Potenzials veränderter Verkehrsräume erschließen,
- die Einstellungen von Politik, planender Verwaltung und der Zivilgesellschaft zu Gunsten der notwendigen Mobilitätswende verbessern,
- das Mobilitätsverhalten grundlegend verändern

Einflüsse auf soziales Verhalten

Material

- ***physische Infrastruktur***
- ***Distanz / Erreichbarkeit***
- ***Zeitregime / Öffnungszeiten***

(ACCESS)

Teilhabemöglichkeit

- ***indiv. Fähigkeiten (capabilties)***
- ***indiv. Ressourcen (resources)***
- ***indiv. Restriktionen (constraints)***

(PARTICIPATIVE ABILITY)

Bedeutung

- ***Einstellungen (attitudes)***
- ***Wahrnehmung (perception)***
- ***Bewertung (cognition)***

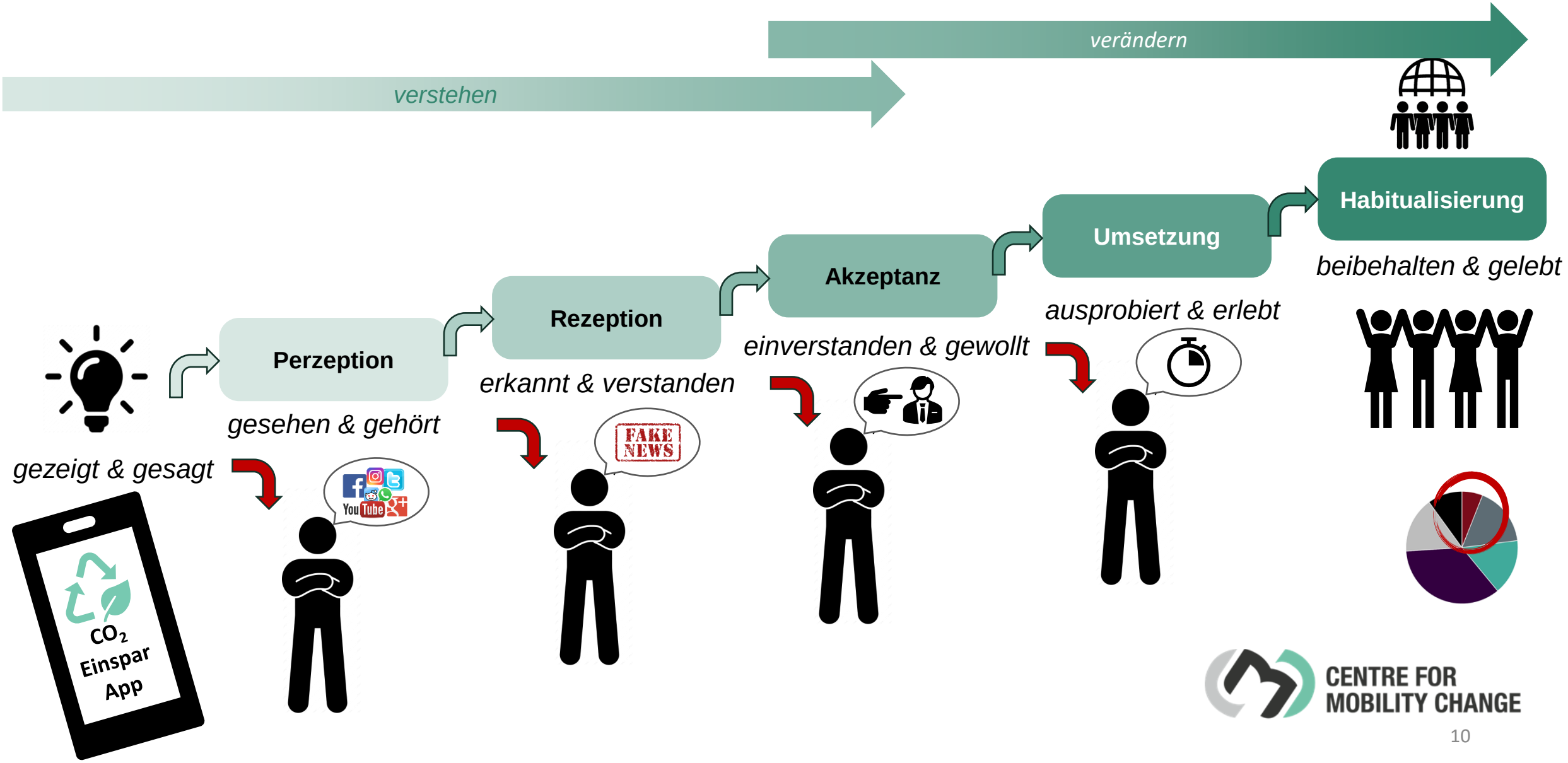
(MEANING)

Wie kann Verhalten verändert werden?

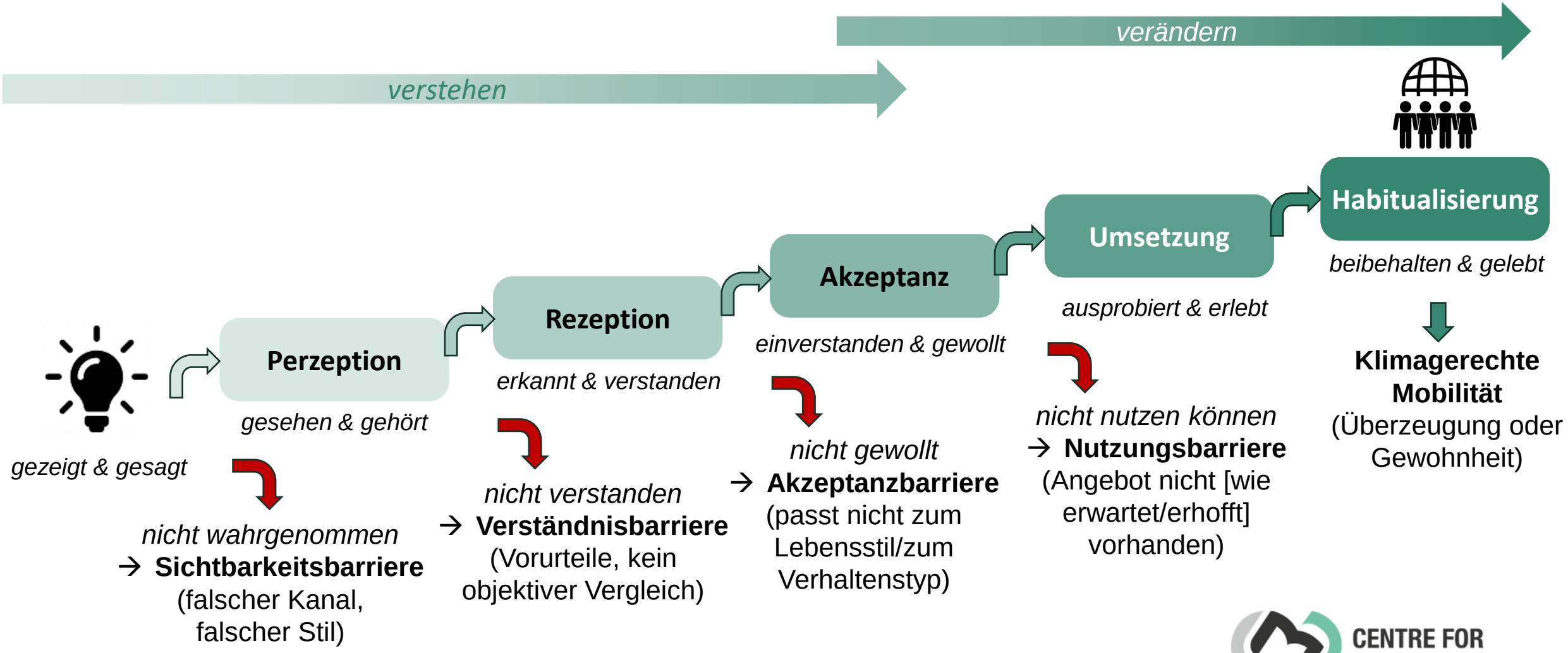
Es fehlen Ideen, wie das Verkehrsverhalten von sozialen Gruppen beeinflussbar ist:

- es fehlt an sozialräumlich differenzierten Informationen über Motivationen, Einstellungen und Wertvorstellungen;
- es fehlt am Wissen über verhaltensrelevante Zielgruppen und
- es fehlt an Wissen über schrittweises Lernen.

Verhaltens(ver)änderungsprozess
Stufenweise und am jeweiligen „Ausgangspunkt“ orientiert



Verhaltens(ver)änderungsprozess
„Steighilfen“ für verschiedene Stufen



CENTRE FOR MOBILITY CHANGE

www.changemobility.at

Die Intention des Centre of Mobility Change (CMC): Mobilitätsverhalten verstehen und verändern

Technische Universität Wien
Institut für Raumplanung
raum soziologie

CENTRE FOR MOBILITY CHANGE
http://www.changemobility.at/

Verstehen

Ungleichheiten (Barrieren und Disparitäten)

Veränderung (Change Prozesse und Wandel im Lebenszyklus)

Zielgruppen (Segmentierung und Definierung)

Verhaltenskategorien (bestehende Typologien und Merkmale)

Mobilität in Zahlen (Daten und Fakten)

Wirkung und Rebound (Maßnahmenwirkung)

Mobilitätsverhalten

Raumgestaltung (attraktive Umgebung für aktive Mobilität)

Mobilitätsinformationen (informierte Entscheidungen und Infokanäle)

Raumentwicklung (nachhaltige Erreichbarkeit)

Mobilitätsangebote (nachhaltige Verkehrsmittel und Services)

Verändern

Motivation (Akzeptanz und aktive Beteiligung)

Regularien (Beeinflussung und Steuerung)

Zusammenfassendes Fazit

Bei der (Um-)Gestaltung des öffentlichen Raumes muss

- das Spezifische des Ortes,
- die Funktion und
- die Zielgruppe(n)

der Maßnahmen geklärt sein

1. „Technologieoffenheit“ und „gute Planung“ allein reichen nicht aus, um die Verkehrswende einzuleiten.
2. Die Umgestaltung des öffentlichen Verkehrsraumes reicht nicht aus, um die Verkehrswende einzuleiten.
3. Es müsste vor allem auch darum gehen, eine Mobilitätswende einzuleiten, d.h.
   - eine Veränderung der Rahmenbedingungen seitens der Politik, der planenden Verwaltung, der Unternehmen, der Kammern und Verbände ist notwendig sowie
   - eine Veränderung der Werte, der Einstellungen und Handlungsweisen der Menschen.

Technische Universität Wien
Institut für Raumplanung
raum soziologie

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

… und ein gutes Gleichgewicht bei der Umsetzung, damit die Zahnräder gut ineinander greifen

Trans|formator:in
Integrierte Transformation öffentlicher Mobilitätsräume

Jens S. Dangschat
Technische Universität Wien, FB Soziologie
jens.dangschat@tuwien.ac.at

CENTRE FOR MOBILITY CHANGE
http://www.changemobility.at/