

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Institut für Geographie

Exkursion: Transformationsdiskurse zwischen Wachstum und Widerstand

Dozentinnen: Le-Lina Kettner u. Lilith Kuhn

Sommersemester 2022

Das Guggenheim Museum in Bilbao,

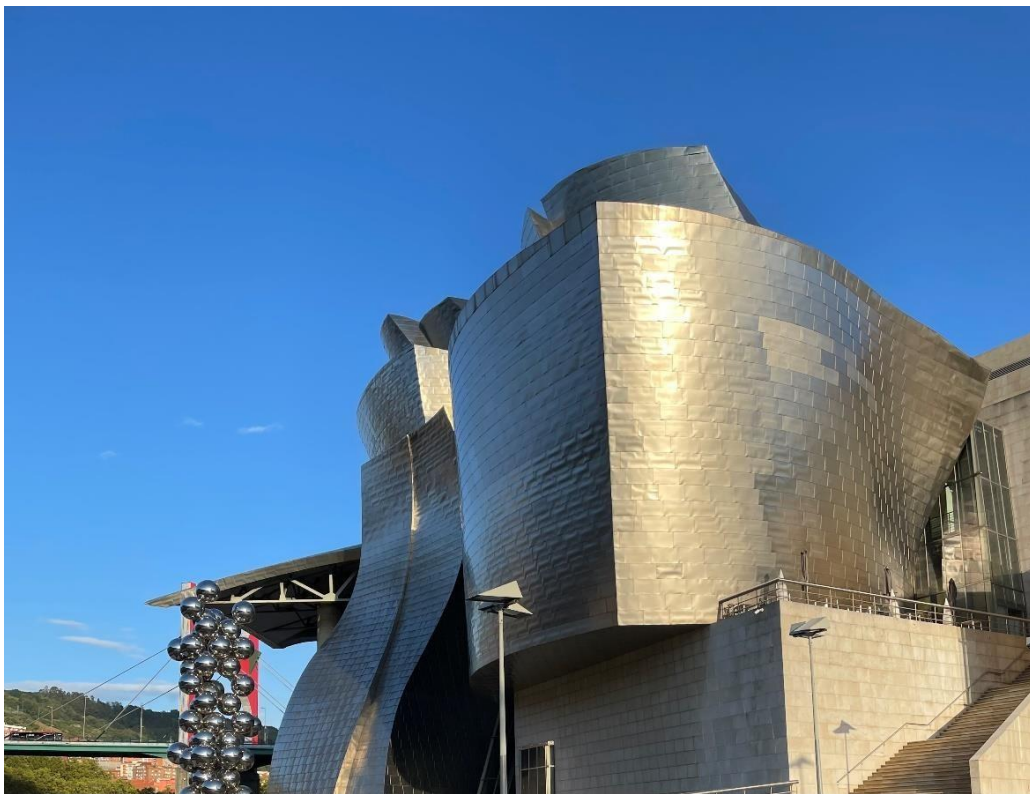


Abbildung 1: (eigene Aufnahme)

Ursprung des Strukturwandels oder doch
eine Medaille mit zwei Seiten?

Vorgelegt von:

Jamila Brüggemann

B.Sc. Geographie

Matr.Nr. 505800

jbruegg3@uni-muenster.de

Bei einem Spaziergang durch die Innenstadt Bilbaos am Ufer des Nervión Flusses entlang, begegnet den Menschen seit 1997 ein architektonisches Bauwerk, welches das Stadtbild seither bedeutend prägt. Gesprochen wird von dem Museumsabteiler der US-amerikanischen Salomon R. Guggenheim Stiftung. Das Gebäude, welches von dem kanadischen Stararchitekten Frank O. Gehry entworfen wurde, zieht jährlich Millionen von Besucher:innen in seinen Bann und dient als Motiv für sämtliche Postkarten und als Hintergrund von zahlreichen Erinnerungsfotos (GUGGENHEIM BILBAO 2021). Das Gebäude, mit den organisch, dekonstruktivistischen Choreographien verschiedener Volumina, gilt heutzutage als eine Skulptur per definitionem und wird häufig als eines der bedeutendsten architektonischen Meisterwerke des 20. Jahrhunderts genannt. Neben der architektonischen Besonderheit des Museums, gilt das Guggenheim Museum in Bilbao auch als „Best-Practice-Beispiel“, für einen städtebaulichen Revitalisierungsprozess. Das Museum steht dabei stellvertretend für die Stadt Bilbao und den Aufstieg von einem Industriestandort durch eine rapide Tertiärisierung hin zu einer stark beliebten Tourist:innendestination. Gerade in der Presse wird das Museum sogar als Ursprung des Strukturwandels und Auslöser für zahlreiche Neuerungen und soziale Prozesse angeführt. Aus diesem Grund wird von dem ‚Guggenheim-Bilbao-Effekt‘ gesprochen (vgl. HAARICH u. PLAZA 2010, S.2). Jedoch ist ebendieser auch kritisch zu betrachten. Zum einen ist es fehlerhaft, das Guggenheim-Museum als Ursprung des Strukturwandels zu benennen und zum anderen gibt es neben der oben genannten Auffassung des ‚Guggenheim-Bilbao-Effekts‘, noch einen weiteren Blickwinkel, der von vor allem Kritiker:innen geprägt wird. Sie zeigen, dass das Guggenheim Museum und die jüngste Stadtentwicklung als Ausdruck neoliberaler Stadtentwicklungspolitik gewertet werden kann und zu einer ungleichen Entwicklung, zu sozialer Ausgrenzung und Gentrifizierung führt (vgl. DZUDZEK 2016 S.140ff.). Im Folgenden soll kurz darauf eingegangen werden, weshalb das Guggenheim Museum nicht ausschließlich für den Strukturwandel Bilbaos verantwortlich gemacht werden kann und als Symbol für eine neoliberale, festivalisierte Stadtpolitik steht und somit metaphorisch zu einer Medaille mit zwei Seiten wird.

Anfang der 1970er Jahre war die Stadt Bilbao geprägt von einem negativen Wirtschaftswachstum, steigender Arbeitslosigkeit und Vernachlässigungen im Bereich der räumlichen Planung. Folgen waren Altlasten, Verkehrschaos und soziale Unruhen, die in einem Teufelskreis aus Abwanderung und Verlust gipfelten (vgl. LENFERS 2000 S.30). Um dieser Entwicklung entgegen zu wirken, nutzte die Stadt Bilbao die Stadtplanung als integralen Bestandteil der Regenerationsstrategie und

verknüpfte das Element der Raumplanung mit einer sozialpolitischen und finanzwirtschaftlichen Vorgehensweise (vgl. WOUTERS 2022 S.46 f.). Seit Ende der 1980er Jahre wurde durch gezielte Industriepolitik und nachfrageorientierte Standortförderung, inklusive städtebaulicher Regeneration, gegen den „Verfall“ angekämpft (vgl. SALAZAR 1996 S.9 ff.). Unter anderem wurde die Infrastruktur der Stadt großflächig neugestaltet. Eine neue regionale Metro und ein Großhafen wurden angelegt, das Straßennetz ausgebaut, der Flughafen erweitert, der Nervión Fluss saniert und in dem Zuge auch das Abwassernetz vervollständigt. Dazu kamen Umwandlungen innerstädtischer Industrieflächen zu Freizeit- und Wohnräumen (vgl. WOUTERS 2022 S.46 ff.).

Die Grundbedingungen für einen langfristigen Erfolg sollten somit geschaffen werden (vgl. HAARICH u. PLAZA 2010 S.7). Gerade der Bezirk Abandoibarra, der in der unmittelbaren Nachbar:innenschaft des Museums liegt, war eines der wichtigsten Schwerpunkte des Regenerationsplans. Das Viertel, direkt neben dem historischen Stadtzentrum gelegen, sollte Wirtschaft und Besucher:innen anziehen (vgl. WOUTERS 2022 S.39). Es wurde viel Wert auf eine Fußgänger:innen freundliche Verkehrsführung gelegt, somit entstanden durchgängige Bürger:innensteige, Zebrastreifen und Parks zwischen den Gebäuden. Generell umfasste das innerstädtische Konversionsprojekt Wohnhausblöcke, Bürotürme, Universitätseinrichtungen, Hotels der oberen Luxus-Klasse, Parks, kulturelle Einrichtungen und die Trasse einer umweltfreundlichen Straßenbahn. Ein neues gemischt genutztes Stadtviertel entstand.

Das Gebiet ist eines von vielen in und um Bilbao herum, welches seit 1992 durch die Entwicklungsgesellschaft Bilbao Ria 2000 in öffentlicher- privater Kooperation zu neuen Nutzungen aufbereitet wurde (vgl. HAARICH u. PLAZA S.10). So bewirkte der vorläufige städtebauliche Umbau die physischen Wandlungen des Umfeldes und machte den Ort um das Guggenheim Museum und die Stadt Bilbao attraktiv für Besucher:innen. Die komplette Sanierung und Neugestaltung des Abwasserkanalsystems Bilbao, welches dem Fluss die natürliche Farbe und Konsistenz zurückgab, ermöglichte beispielsweise die (geruchsfreie) Nutzung der Promenade entlang des Nervión Flusses, der unter anderem mit in die Architektur des Guggenheim Museums aufgenommen wurde. Die heutige aktive Einbindung der Umgebung in die Ausstellungsfläche des Museums ermöglicht den Kund:innen ein intuitives Suchen und Finden, das die Architektur des Gebäudes von allen Seiten optisch erfahrbar macht und sie sich so ein inneres Bild des Ortes konzipieren können (vgl. KÖRBE 2010 S.97).

Die Statistiken des Museums zeigen, dass die Besucher:innenzahl aus dem Ausland deutlich überwiegen. Fast die doppelte Menge der Besucher:innen des Museums reist für einen Besuch von außerhalb Spaniens an (vgl. GUGGENHEIM BILBAO 2021). Der erweiterte Einzugsraum und hohe Andrang der Besucher:innen aus dem Ausland kann durch die guten und günstigen Transportmöglichkeiten erklärt werden. Die Erweiterung des Flughafens ermöglichte eine Billigfliegeranbindung, was die Anziehungskraft des Museums für internationale Besucher:innen erheblich verstärkt (vgl. AENA 2022). Aber auch im Tourismussektor spielen andere Antriebskräfte, wie das Kongresszentrum Euskaladuna, für Bilbao eine weitere anziehende Rolle (vgl. HAARICH u. PLAZA S.10). Somit lässt sich sagen, dass der große Erfolg des Museums maßgeblich mit dem urbanen und wirtschaftlichen Planungsaufwand verbunden ist, der dem Museum vorangegangen ist und nicht einzig und allein der Bau des Guggenheim Museums die Stadtregion vom Schwerindustriestandort in ein Dienstleistungszentrum und attraktives Tourismusziel verwandelt hat.

Die Regenerationsstrategie der Stadt Bilbao zeigt, dass die Entscheidungsträger:innen in der Stadtplanung den Fokus vor allem auf weiche Standortfaktoren wie Kultur und Kreativität setzen. So wird seit Jahren in Bilbao die Strategie gefahren, berühmte und begehrte Architekt:innen für Großinvestitionsprojekte zu gewinnen (vgl. HAARICH u. PLAZA, 2010 S.9). Daher wird Bilbao in der Literatur auch als „ein Freilichtmuseum renommierter zeitgenössischer Architekten“ (HAARICH u. PLAZA 2010, S.9) beschrieben. Die Zielgruppe, an die sich diese Art von festivalisierter Stadtpolitik richtet, wird auch *creative class* (Kreative Klasse) genannt (vgl. PECK 2005 S.743ff.). Es war Richard Florida in seiner 2002 erschienen Publikation „The Rise of the Creative Class“, der diese kreativitätsbasierte Stadtentwicklungstheorie entwickelt hat. Seine Wachstumstheorie gründet auf der Annahme, dass Kreativität, nicht nur für Unternehmen sondern auch für Städte, zur entscheidenden Produktivkraft und Ressource für Wettbewerbsvorteile geworden ist. Kreativität wird dabei in zwei Dimensionen zu einer zentralen Ressource der Stadtentwicklung. Zum einen soll sie ökonomisch das Beschäftigungs- und Wirtschaftswachstum anregen und kulturell für Attraktivität und Lebensqualität in den Städten sorgen. Dies soll zum anderen dazu führen, dass die Kreative Klasse angezogen wird und im Standortwettbewerb als „Humankapital“ eingesetzt werden kann. Als Kreative Klasse zeichnet er Berufsgruppen, die in ihren Tätigkeiten Neues hervorbringen oder Probleme finden und diese lösen.

Die Zugehörigkeit zu diesen Berufsgruppen äußert sich durch den Inhalt der Arbeit sowie ähnlichen sozialen und kulturellen Werthaltungen (vgl. FLORIDA 2004 S.68ff.). Diese kreativen Wissensarbeiter:innen stellen begehrte Arbeitskräfte dar, die von technologieintensiven Unternehmen gesucht werden und die zunehmend diesen kreativen Talenten und deren Wohnstandortwahl folgen (vgl. FLORIDA 2004 S.6ff.). Es geht folglich nicht um die menschliche Fähigkeit, Neues zu schaffen, sondern um die „Realisierung eines Mehrwerts aus dem Akt der geistigen Schöpfung“ zu gewinnen (DZUDZEK 2020, S.185). Somit handelt es sich bei Kreativität in diesem Kontext darum Innovationen zu erzeugen, die sich auf dem Markt durchsetzen. Solch ein marktorientiertes Verständnis von urbaner Kreativität wird von Aktivist:innen und kritischen Stadtforscher:innen kritisiert. Sie kritisieren die Vereinnahmung der urbanen Kreativität für die Aufwertung und Vermarktung der Städte als Kreativstandorte. Es wird darin die Fortführung der Neoliberalisierung der Städte mit anderen Mitteln gesehen. So ist die Strategie als unternehmerische Stadtpolitik zu verstehen, die den internationalen städtischen Wettbewerb verstärkt (vgl. HEEG u. ROSOL S.492 ff.). Die Schaffung hochpreisiger Kreativquartiere, exklusiver Büro- und Atelierräume, die Revitalisierung urbaner Brachflächen, die Förderung unternehmerischen Handelns von Kreativen, eine Standortpolitik für kreative Unternehmen und die Schaffung kultureller Leuchtturmprojekte, wie dem Guggenheim-Museum sind dieser Strategie zuzuordnen. Seit Entstehung des Ablegers in Bilbao war offensichtlich, dass es nicht primär um die Kunst geht, sondern dass das Guggenheim-Museum in erster Linie ein wirtschaftliches Unternehmen ist (vgl. KÖRBE 2010 S.74 ff.). Dies zeigt sich beispielsweise in dem schwachen Bezug zu der lokalen Bevölkerung und der fehlenden Integration des Guggenheim-Museums in die lokale oder regionale Kunstszene. Auch zeichnet die Strategie des amerikanischen Guggenheim-Museums ein anderes Verständnis von Kultur als die Auffassung, welche im europäischen Raum gängig ist. Hier wird Kultur überwiegend als Gemeingut aufgefasst, dessen ideelle Substanz auch Gemeinbesitz ist. So werden in den Statuten des Internationalen Museumsrates Museen als eine „nicht gewinnorientierte ständige Einrichtung definiert, die der Gesellschaft und ihrer Entwicklung dient, zugänglich für die Öffentlichkeit ist und materielle Zeugnisse des Menschen und der Umwelt für Studien und Unterhaltungszwecke beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt“ (DEUTSCHER MUSEUMSBUND E.V. 2006 S.6.). Angewandt auf die Strategie des Guggenheim-Konzerns, welcher sich als museale Institution versteht, werden diese Grundsätze hinfällig, da zunehmend eine alleinige Vermarktung der Kunst unter dem eigenen Namen betrieben wird und eine Fokussierung auf Kulturkonsumption statt Kulturproduktion damit einhergeht (vgl.

KÖRBE 2010 S.75). Abschließend kann gesagt werden, dass die neoliberale Kreativpolitik trotz der affirmativen Akzentuierung von Toleranz und Kultur zu vielen Teilen als eine ökonomische Vision gewertet werden kann, die das Soziale und Kulturelle vor allem unter ökonomischen Gesichtspunkten betrachtet und soziale Ungleichheiten (im Endeffekt) verschärft. Politisch wird kein Fokus mehr auf das Gemeinwohl gelegt. Damit verbunden sind eine Vielzahl problematischer Auswirkungen. Angefangen bei der Verdrängung ärmer Bevölkerungsschichten durch Revitalisierungsprozesse von Vierteln als Kreativquartiere oder der Verschärfung repressiver Vorgehensweisen gegenüber marginalisierter Personengruppen, über eine Postdemokratisierung bis hin zur Vernachlässigung der Daseinsvorsorge durch die politischen Akteure (vgl. SCHULZ 2017 S.68). Eine gesamtstädtische Entwicklung steht dabei nicht im Fokus, sondern es wird ein Kreativitätsskript angestrebt, welches nicht nur selektiv und strategisch sondern auch hoch politisch ist und die steigenden sozialen Probleme ausblendet oder an den Stadtrand drängt (vgl. DZUDZEK 2020 S.185ff.).

Eine Medaille hat immer zwei Seiten. So auch die Betrachtung des Guggenheim Museums in Bilbao. Als Destination hat Bilbao seit der Eröffnung des Museums einen eindrucksvollen Markteintritt und Aufschwung vollzogen. Das Guggenheim Museum kann dabei als metaphorisches Symbol gewertet werden, bei welchem ein Paradigmenwechsel in der Raumentwicklung stattgefunden hat. Wo die Standortfaktoren Kultur und Kreativität immer wichtiger werden, in einer neoliberalen Stadtentwicklung, die auf Großprojekte vertraut und negative Effekte in Kauf nimmt. Das Gebäude des Museums ist eines der bedeutendsten des zwanzigsten Jahrhunderts, und sein Bekanntheitsgrad hat Bilbao mediale Aufmerksamkeit eingebracht. Das Museum allein hat nicht den Gesamterfolg hervorgerufen. Das umfassende Planungsprogramm der Stadt, welches sich, wie in dem ersten Teil Essay gezeigt wurde, auf verschiedene Aspekte der Stadt konzentriert, ist die Grundlage des erfolgreichen Strukturwandels gewesen. Die Entstehung des Museums war integriert in einen stadtweiten Gesamtplan, der eine Reihe von wirtschaftlichen Vorteilen mit sich brachte. Die Konsequenzen für den Stadtraum lesen sich indessen aber auf keinen Fall als ausschließliche Erfolgsgeschichte, wie im zweiten Teil des Essays gezeigt wurde. Hier ist jedoch anzumerken, dass es ohne das Guggenheim Museum womöglich noch zu anderen Konsequenzen hätte kommen können. Da in weiteren Städten immer wieder versucht wird den „Bilbao-Guggenheim-Effekt“ zu erzeugen, ist es wichtig in einer ganzheitlichen Betrachtung sowohl die negativen als auch die positiven Aspekte zu nennen und sowohl die Gewinner:innen als auch die Verlierer:innen zu betrachten.

Literatur:

- AENA (2022): Bilbao Airport at. History. (Online unter: <https://www.aena.es/en/bilbao/get-to-know-us/history.html> abgerufen am: 28.10.2022).
- DEUTSCHER MUSEUMSBUND E.V.(2006): Standards für Museen. Kassel, Berlin.
- DZUDZEK, I. (2016): Kreativpolitik. Über die Machteffekte einer neuen Regierungsform des Städtischen. Bielefeld
- DZUDZEK, I. (2020): Kreative Stadt. In: BELINA, B., NAUMANN, M. u. A. STRÜVER (Hrsg.)(2020⁴): Handbuch Kritische Stadtgeographie. Münster. S.184-189.
- FLORIDA, R. (2004): The Rise of the Creative Class. New York.
- GUASCH, A.M. u. J. ZULAIKA (2005): Learning from the Bilbao Guggenheim. The Museum as a Cultural Tool. Nevada.
- GUGGENHEIM BILBAO (2021): Activity Report 2021. (Online unter: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/organization-and-governance/report-and-economic-financial-information> abgerufen am 28.10.2022)
- HAARICH, S. u. B. PLAZA (2010): "Das Guggenheim-Museum von Bilbao als Symbol für erfolgreichen Wandel – Legende und Wirklichkeit". In: ALTROCK, U. et al. (2010): Symbolische Orte. Planerische (De-)Konstruktionen. Berlin. (Planungsrundschau 19)
- HEEG, S. u. ROSOL, M. (2007): Neoliberale Stadtpolitik im globalen Kontext. Ein Überblick. In: PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, H. 149, 37.Jg., 2007, Nr.4, 491-509.
- KÖRBE, N. (2010): Architektur zwischen Kunst und Kommerz. Das Guggenheimmuseum in Bilbao von Frank O. Gehry. Frankfurt am Main.
- LENFERS, E.A. (2000): „Flagship-Projekte“ als Instrument im Strukturwandel von Altindustrieregionen. Dortmund.
- PECK, J. (2005): Struggling with the Creative Class. In: International Journal of Urban and Regional Research, V.29.4, S. 740-70.
- SALAZAR, J. (1996): Industriekrise und Stadterneuerung in Bilbao. In: Werk, Bauen + Wohnen 83, H. 12, S. 6- 17.
- Schulz, B. (2014): Neoliberalisierung des Urbanen. Ein (gewollt) blinder Fleck im stadtgeographischen Unterricht? In: INSTITUT FÜR GEOGRAPHIE DER UNIVERSITÄT POTSDAM (Hrsg.) (2017): Potsdamer Geographische Praxis, H. 13.
- WOUTERS, M. (2022): Reinventing Bilbao, the Story of Bilbao Effect. In: PISELLI, C. et al.(Hrsg.) (2022): Innovating Strategies and Solutions for Urban Performance and Regeneration. Cham. S. 37- 48.