Pop im Kiez – oder: Von Anwohnern und Fans

Ergebnisse einer Untersuchung in Berlin

ULRICH WÜNSCH

EINGANG

Auf den folgenden Seiten werden die Ergebnisse einer Forschung im Förderbereich *Pop im Kiez* für das Musicboard Berlin vorgestellt. Das Projekt aus dem Jahr 2013 trug den Titel: *Musik erleben – Konflikte kennen – Probleme lösen*. Der theoretische Hintergrund der Studie wie der Forschungsansätze fehlt in diesem Text aus Platzgründen, kann aber in der online erhältlichen Studie[1] nachgesehen werden. Kurz seien zunächst die Hauptlinien und Fragestellungen des Forschungsprojekts skizziert, bevor es an die Auswertung und Diskussion der Ergebnisse geht.

Problemskizze, Ausgangslage

Das Musikgeschehen in Berlin ist geprägt von diversen Stakeholdern, Locations und Ereignissen. Nicht alle stimmen zu jeder Zeit darin überein, was nötig und was möglich ist. Die Interessen sind verschieden, geht es etwa um Lautstärke und Ruhe, um Erlebnisdichte und Privatsphäre, um Quartiersbelebung und Anwohnerbedürfnisse, um Auftrittsmöglichkeiten und Stadt-Image,

1 Die gesamte Studie (Wünsch u.a. 2014) inklusive Fragebögen, Textdokumentationen und ausführlicher Literaturliste steht im Netz unter: https://cdn-hdpk.azureedge.net/fileadmin/user_upload/Downloads/Forschungsbericht_hdpk_Pop_im_Kiez_2013.pdf auf der Seite der hdpk unter Forschung/Publikationen zum Download bereit.

um diverse Publika und um Medien und Menschen. Die Konflikte um Schließungen von Clubs, um die Verlagerung von Musik-Geschehen, um Straßenfeste, Paraden und anderem mehr zeichnen ein scheinbar klares, andererseits, schaut man näher hin, ein doch sehr diffuses Bild. Eine zentrale Frage, die beantwortet werden will, um die Musik-Zukunft Berlins besser gestalten zu können, lautet: wie kann man die bestehenden Konflikte besser erkennen, wie verstehen und wie kann man in den bestehenden und zu erwartenden Konflikten vermitteln? Ein Zentrum der Befragungen betrifft die Aneignung, verstanden als In-Besitz-Nahme / Beteiligung / Nutzung / Umwidmung / Anverwandlung von Kiez, Club, Szene.

Generelle Leitfragen der Untersuchung

Anhand von Leitfragen, die mit den Stakeholdern abgestimmt wurden, ergab sich eine erste Gliederung des Untersuchungsfeldes. Die folgende Abbildung zeigt die Leifragen der Untersuchung, die Struktur der fragenden Herangehensweise sowie den Interpretationsfokus der Untersuchung.

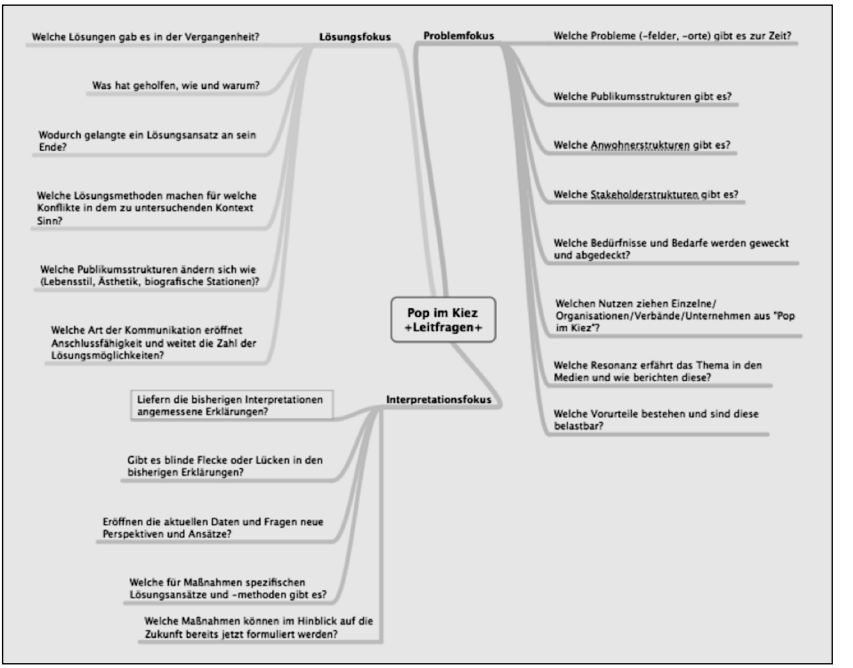


Abb. 1 Leitfragenschema der Untersuchung (Wünsch u.a. 2014: 4)

Mittel und Methoden der Datensammlung

Hieraus ergaben sich Struktur und Umsetzung der Untersuchung, die zu den entsprechenden Daten führen sollten. Folgende Befragungen und Recherchen wurden unternommen:

- Online-Umfrage, die sich an die Berliner Bevölkerung wendet (Zeitraum August, September, Oktober 2013, Auswertung: quantitativ)
- Straßen-Umfrage beim Torstraßenfestival (31.8.2013, Auswertung: quantitativ)
- Stakeholder Interviews (vier leitfadengestützte qualitative Interviews; Auswertung: Themenclusterung, Diskursanalyse)
- Dokumentation der Diskussion *Pop im Kiez* mit diversen Stakeholdern während des Torstraßenfestivals (Auswertung: Themenclusterung, Diskursanalyse)
- Medienanalyse zum Thema *Pop im Kiez*/ Club (Auswertung: Themenclusterung, Diskursanalyse)
- Recherche weiterer Datensammlungen zum Thema (Clubcommission, Jugendforschungsinstitute, Lebensstilforschungsergebnisse etc.)
- Literatursammlung zu Forschungsfragen und Forschungsgegenstand.

Im Folgenden werden aufgrund der Begrenzung eines Buchbeitrags nicht alle Datensammlungen ausgewertet und angesprochen.

Einige Zahlen zum Phänomen Popularmusik in Berlin

Vorab einige unkommentierte Zahlenaussagen zu Umfang und wirtschaftlichen Auswirkungen des Popularmusik-Geschehens. Sie belegen die Bedeutung desselben für das Land Berlin, auch für die verbundenen Bereiche Tourismus- und Immobilienwirtschaft.

Clubszene:

- Die Musik- und Clubszene hat sich zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor entwickelt. Die etwa 300 Clubs, Lounges und Konzerthallen beschäftigen rund 10.000 Personen und erwirtschafteten im Jahr 2011 einen Umsatz von ca. 185 Mio. Euro. Besonders seit 2001 gibt es zahlreiche Neugründungen, so dass die Branche noch an Bedeutung zunimmt (vgl. Investitionsbank Berlin 2013a: 24).

- Insbesondere bei den Umsätzen konnten die Berliner Diskotheken und Clubs kräftig zulegen. Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Umsätze im Jahr 2011 um 16,5% auf rund 185 Mio. Euro (vgl. Investitionsbank Berlin 2013a: 23).
- Die Clubcommission[2] zählt 250 bis 300 Clubs in der Stadt. Dazu gehören auch Mischformen wie Bars mit einer Bühne für Live-Musik. Die Interessenvertretung der Clubs hat derzeit 140 Mitglieder. Der Absatzmarkt der Clubszene beträgt 170 Mio. bis 200 Mio. Euro bei einem Arbeitsmarkt von 8.000 bis 10.000 Personen (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen 2007: 34).
- Der größte Anteil der Einnahmen der Clubs stammt aus Gastronomieerlösen (65%), 17% stammen aus Eintrittsgeldern und 17% aus Sponsoring oder Vermietung. 20% der Umsätze wurden durch Tourist_innen generiert (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen 2007: 35).
- Ein typischer Berliner Club mit einer Tanzfläche von circa 800 Quadratmetern hat zwei Geschäftsführer_innen, eine_n Personaleinteiler_in, eine_n Wareneinkäufer_in, eine_n Buchhalter_in, eine_n Booker_in, der/die auch als Künstlerbetreuer_in arbeitet, zwei Techniker_innen, 15 Barkräfte in verschiedenen Schichten, zwei eigene Security-Leute, vier Runner_innen und vier Putzkräfte. Weitere Sicherheitsleute, Dekorateur_innen, Lichtgestalter_innen und die Künstler_innen werden für einzelne Veranstaltungen eingekauft. Noch größere Clubs haben bis zu 60 Mitarbeiter_innen (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen 2007: 36).

Tourismus:

- Tourismusmetropole Berlin: Die Zahl der Übernachtungen stieg zwischen 1993 und 2012 von 7,5 Millionen auf rund 25 Millionen. Seit 1999 hat sich die Zahl der Tourist_innen fast verdoppelt. (Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2012)
- Eine steigende Zahl ausländischer Gäste spricht für die weltweit wachsende Bedeutung und Attraktivität Berlins. Allein zwischen 2003 und 2009 sind die Auslandsübernachtungen von 3,4 auf 7,5 Millionen, der Anteil an allen Übernachtungen von 30% auf 42,5% gewachsen. (Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2012)

2 Die Clubcommission Berlin ist ein seit dem Jahr 2001 eingetragener Verein und Zusammenschluss von Berliner Club-, Party- und Kulturereignisveranstaltern. Als Sprachrohr der Berliner Clubszene setzen sie sich dafür ein, dass die Belange ihrer Mitglieder in Politik und Wirtschaft wahrgenommen werden.

- Die touristische Nachfrage auch in Bezirken wie Friedrichshain-Kreuzberg und Pankow hat sich überdurchschnittlich dynamisch entwickelt. So zählt allein Friedrichshain-Kreuzberg heute fast ebenso viele gewerbliche Übernachtungen wie Stuttgart (Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2012).
- Das Angebot an Low Cost Carriern (LCC, auch *Billigflieger*) ist deutlich gewachsen. Zwischen 2003 und 2009 stieg die Zahl der LCC-Passagiere an den Berliner Flughäfen um mehr als das Dreifache von circa 3,4 auf 11,1 Millionen. Innerhalb Kontinentaleuropas ist Berlin mit Abstand der wichtigste LCC-Standort (Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2012).
- 35% der Besucher_innen sind 2012 im *Nachtleben* unterwegs; 35% nennen (auch) den Clubbesuch als Anlass der Reise. Im Jahr 2009 unternehmen 53% der Inlandsbesucher_innen etwas im Bereich Bars, Disco, Nachtleben. (Berlin Tourismus & Kongress GmbH 2012).

Immobilien, Wohnen:

- Die Mieten steigen in Trendbezirken am stärksten. Nach wie vor sind vor allem die Wohnungen in Innenstadtlagen gefragt. Der am stärksten wachsende Bezirk ist dabei nach wie vor Mitte mit fast 7.000 neuen Einwohnern in 2012. Auf Platz zwei liegt der neue Szenebezirk Neukölln mit rund 5.900 Zugezogenen. Analog dazu stiegen die Mieten 2012 mit einer Steigerungsrate von 14,7% in Mitte am stärksten, gefolgt von Neukölln mit 12,2% Preiszuwachs gegenüber 2011. Auf Platz vier liegt Friedrichshain-Kreuzberg mit 11,5% (Investitionsbank Berlin 2013b).
- Die starke Nachfrage nach Wohneigentum hat dazu geführt, dass 2012 im Vergleich zum Vorjahr 53% mehr Miet- in Eigentumswohnungen umgewandelt wurden. 7.264 Quartiere wurden auf diese Weise veräußert. Am häufigsten davon betroffen waren die Altbezirke Prenzlauer Berg, Friedrichshain, Mitte und Kreuzberg (Investitionsbank Berlin 2013b).[3]

3 Einige Zahlen widersprechen sich oder sind unscharf, hier existiert Klärungsbedarf. Eine umfassende Wirtschaftsanalyse der Clubszene, die auch Umwegrentabilitätseffekte einfängt sowie einen *Creative Footprint* ermittelt, würde weiterführen.

ÜBERLEITUNG

Beim Aufeinandertreffen von *Pop* und *Kiez* wie auch *Pop* im *Kiez* hat man es mit einem multipolaren, vielschichtigen Problem zu tun. Die medienwirksamen und auffälligen Merkmale *Lärm* und *Gentrifizierung* weisen die Problemlage nur ansatzweise aus.

Wie im Brennglas sind hier die Verwerfungen der modernen, städtischen Gesellschaft versammelt, die mit folgenden Schlagworten verbunden sind: Änderung der Lebensstile, Älterwerden, Auseinanderdriften, Erlebnisgesellschaft, Spaßkultur, Verdichtung, Beschleunigung, Vereinzelung, Wunsch nach Gemeinschaft, Überregulierung, Bürokratisierung, Wunsch nach Freiheit, Partizipation und vieles mehr.

Zudem ist das Problem nicht nur ein Berliner Problem, sondern eines, das in ähnlichen Gesellschaften gleichermaßen anzutreffen ist: auf dem Land ebenso wie in der Stadt, in kleinen Städten wie in größeren und in Metropolen. Das aktuelle beschleunigte Veränderungsgeschehen (Globalisierung, Digitalisierung) hat alle und alles ergriffen und (scheinbar) im Griff. Die Antagonismen, um die sich Konflikte drehen, sind so global wie lokal: arm versus reich; langsam versus schnell; laut versus leise; sauber versus schmutzig; digital versus analog; Fläche versus Kern; Peripherie versus Zentrum; Tradition versus Avantgarde. Insgesamt ist in der Gesellschaft ein Trend hin zu Ästhetisierung und Lebensstilgemeinschaften zu verzeichnen, der als Reaktion auf die Entfremdungserfahrungen angesichts der Rationalisierungs- und Versachlichungsprozesse der Moderne zu sehen ist (vgl. Reckwitz 2012, Weber 2005) und der auch das Geschehen rund um die Clubkultur im Kiez beeinflusst.

Die hier besprochenen Phänomene jedoch beziehen sich auf die Metropole Berlin. Der Vergleichsmaßstab sind andere Metropolen – mit diesen (etwa London, Barcelona, New York, Paris) wird Berlin nicht nur im Bereich Musik verglichen, auf diese wird Berlin bezogen und bezieht sie sich. Berlin nimmt in diesem Kontext eine Sonderstellung ein, die einiges erklärt, anderes bedingt. Einige wesentliche Faktoren sind zu nennen:

- die historisch bedingte Teilung zeitigte und zeitigt noch unterschiedliche Entwicklungslagen, Umsetzungsgeschwindigkeiten, Veränderungsansätze in diversen Bereichen (Finanzen, Flächen, Kulturen, fehlende Industrie etc.),
- der demografische Wandel der deutschen Gesellschaft ist gerade in Berlin mit seinen spezifischen Verwerfungen (Migration, Überalterung, Beharrung, Schrumpfung, Wachstum etc.) deutlich abgebildet,

- die spezifische kulturelle Mischung der Metropole (türkisch, russisch, europäisch, aber auch alt-Westberlinerisch, alt-Ostberlinerisch, preußisch, schlesisch, etc.)
- die Kreativstadt im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihrer Farbigkeit, Szenespezifität, Non-Konformität, den Flexibilitätsansprüchen, Avantgardeinszenierungen und Nicht-Berechenbarkeitsansprüchen wie dem Ruf nach Abenteuer und Jugendlichkeit
    - als Aufgabe derselben die Kompensationsfunktion des Kreativstandortes angesichts des schwachen Industriestandorts
    - als Umfeld derselben die digitale Gesellschaft mit der hohen Mobilität ihrer Akteure wie ihres Kapitals und ihrer Erlebnisaffinität und Kleinteiligkeit
    - als Partialatmosphäre derselben die Hauptstadt und Regierungsmetropole mit ihren Anforderungen an Repräsentanz, Seriosität und Internationalität.

Stakeholder-Beispiel Anwohner_innen: Laute Musik, nächtliche Menschenmengen und leere Flaschen

Parties sind schön und gut, aber was machen jene, die dort wohnen, wo andere feiern wollen? Im Prenzlauer Berg, wo sich die Bewohner_innenschaft seit dem Fall der Mauer weitgehend ausgetauscht hat, kam es zu den meisten Clubschließungen in den vergangenen Jahren. Der *Knaack Club* musste aufgrund von Protesten neu zugezogener Anwohner_innen aufgeben, weil man beim Neubau eines Wohnhauses keine Lärmschutzeinrichtungen berücksichtigt hatte. Der *Magnet Club* und das *Icon* mussten sich einen neuen Standort in einem anderen Viertel suchen. Bewohner_innen der Dunckerstraße und Nachbarn der Kulturbrauerei protestieren regelmäßig gegen nächtlichen Lärm. Der *Schokoladen* in der Torstraße wurde von einer einzelnen Mieterin beinahe zu Fall gebracht. Kreative Aktionen und ein neuer Immobilieneigentümer retteten den Club. Das *SO36* in der Kreuzberger Oranienstraße musste mit viel Geld und entsprechender Unterstützung erhebliche Umbaumaßnahmen leisten. Und auch das *Lido* in der Schlesischen Straße sowie die Clubs an der Revaler Straße in Friedrichshain hatten es neben vielen anderen schon mit Anwohner_innenn oder den Behörden zu tun.

Abhilfe ist unterwegs: Die Betreiber des *Sage Club* zwischen Kreuzberg und Mitte denken darüber nach, draußen vor dem Club so genannte Pinkelsäulen aufzustellen und darauf hinzuwirken, dass auch die benachbarten Spätkauf-Läden nur noch Pfandflaschen verkaufen. Denn oft ist es nicht die laute Musik, die die Anwohner_innen stört, sondern es sind die nächtlichen Menschenansammlungen vor den Clubs, die zerbrochenen Flaschen auf dem Asphalt und die männlichen Clubgäste, die an die Hauswände pinkeln.

Die Clubs sehen sich einerseits als Bestandteil *ihres* Kiezes. Der auf das Mittelalter zurückgehende Begriff *Kiez* bezeichnet vor allem in Berlin einen überschaubaren Wohnbereich mit einem identitätsstiftenden Zugehörigkeitsgefühl in der Bevölkerung. Auch aus einem anderen Grund wollen die Clubs ihren jeweiligen Kiez nicht verlassen: Sie beabsichtigen zunehmend, sich zu professionalisieren, sprich, z.B. in den Lärmschutz zu investieren. Das geht aber nur, wenn sie nicht in wenigen Jahren schon wieder weiterziehen müssen.

Es ist aber nicht nur der Lärm und der Müll, der die Anwohner_innen stört, oft sehen sie sich auch in einen Verdrängungswettbewerb verwickelt: „Der Reuterkiez lockt viele Kreuzberger und Friedrichshainer an – und sehr viele Junge“, so steht es im Kieznet.

> In den vergangenen Jahren gab es im Kiez einen massiven Zuzug von Leuten zwischen 18 und 35. Mit ihnen kamen die vielen neuen Kneipen. Das zieht Tourist_innen an und mit ihnen kommen nun die Ferienwohnungen, besser gesagt: Immer mehr Wohnungen werden in Ferienwohnungen umgewandelt. Das macht es für diejenigen, die auf der Suche nach bezahlbarem Wohnraum sind, nicht leichter. (Kieznet[4])

In Kreuzberg fürchten die Anwohner_innen, dass sie an der Entwicklung des Kiezes, wo an der Falckensteinstraße eine *Ausgehmeile* entstanden ist, nicht teilhaben können. Es bilde sich ein *Parallelraum*, mit dem einige Bewohner_innengruppen keinen Kontakt mehr haben bzw. ihn sich nicht leisten können (vgl.: http://www.kreuzberg-nachrichten.de, Zugriff am 19.3.2013).

„In den beiden vergangenen Jahren nahm die touristische Entwicklung im Quartier extrem zu, was zu einer Vielzahl von Beschwerden der Bewohner/innen über die Belastungen des Tourismus führte“, beschreibt das Quartiersmanagement Wrangelkiez[5] die Entwicklung im Kiez am Schlesischen Tor. Vor allem der nächtliche Lärm störe die Anwohner_innen, aber auch die durch Gastronomie zugestellten Bürgersteige seien hinderlich. Von der touristischen

4 http://www.kieznetz.net/ (Zugriff 21.3.2013).

5 http://www.wrangelkiez.de/ (Zugriff 19.3.2013).

Entwicklung profitiere selbst die lokale Ökonomie sehr unterschiedlich. „Die Gefahr besteht, dass Konflikte zwischen den Gewinnern und Verlierern dieser Entwicklung, auch innerhalb der Gewerbetreibenden, auftreten.“(http://www.wrangelkiez.de/, Zugriff am 19.3.2013). Die Angst vor Verdrängung scheint unter Kiezbewohner_innen zuzunehmen.

Was wurde bisher getan?

In Berlin ist in Bezug auf die Fragestellung von *Populärkultur im Kiez* seit den 1990er Jahren eine Menge geschehen, konnten diverse Ansätze, Modelle, Maßnahmen ausprobiert werden. Von technischen Hilfsmitteln bis zu Vermittlungsbemühungen diverser Stakeholder reicht das Arsenal an passenden *Werkzeugen* und Best Practices. Die Clubcommission etwa hat auf beiden Gebieten sehr viel geleistet; auf ihrer Webseite[6] ist mit der aktuellen Toolbox ein zeitgemäßes Instrumentarium ausgebreitet. Ihre Angebote und Leistungen umfassen: Information, Datenbanken und Kontaktlisten, Checklisten, Expert_innenvermittlung, Beratung zu baulichen und technischen Maßnahmen sowie Initiierung neuer Lösungen in diesem Bereich, kommunikative Maßnahmen, Workshops und Panels, Tipps und Tricks, Best Practice Beispiele. Das Angebot läuft unter dem Rubrum „ClubConsult: erkennen, planen, handeln“[7]. Der Senat des Landes Berlin rief 2013 das Musicboard[8] als Ansprechpartner und Zentralinstanz für Förderung ins Leben und stattete es mit einem Jahresetat von einer Million Euro aus, der 2014 etwas erhöht wurde.

Auch die Clubbetreiber_innen selbst waren aktiv: der *Tresor* hat einen Gesprächskreis als *Runden Tisch* eingeführt, an dem sich Vertreter aller Beteiligten, wie Anwohner_innen, Clubbetreiber_innen, Hostels, BSR, Polizei, Gewerbeamt zusammensetzen, um über die aktuelle Problematik sowie mögliche Lösungsansätze zu diskutieren. Der *Sage Club* lud seine Nachbar_innen zu einem Anwohnergrillfest ein, da man, ist der persönliche Kontakt erst einmal hergestellt, weiß, an wen man sich mit seiner Beschwerde wenden kann und vielleicht nicht gleich die Polizei ruft. Am Rand des Torstraßenfestivals gab es eine Gesprächsrunde, die sich im *Schokoladen* traf und über das Themenfeld *Pop im Kiez* sprach. Beteiligt waren Clubbetreiber_innen, Künstler_innen sowie Vertreter_innen der Stadt, des Musicboard und der Clubcommission,

6 http://www.clubcommission.de/dokumente/Pop_im_Kiez.html.

7 http://www.clubcommission.de/themen/clubconsult.

8 http://www.musicboard-berlin.de/.

allerdings fehlten die Anwohner_innen. Die Clubbetreiber_innen haben darüber hinaus auch viel Energie in technische oder praktische Lösungen gesteckt, wie Schallisolierung, Bassbegrenzer, Immissionsmessungen oder die Benachrichtigung von Anwohner_innen, wenn es bei einer einzelnen Veranstaltung über das *normale* Maß hinaus laut werden könnte.

Wichtig wäre sicherlich – und dies ist ein zentrales Ergebnis der Forschung – die bestehenden Kontakte zwischen den Stakeholdern weiter zu vernetzen, sie zu moderieren und zukunftsfähig zu orientieren. Im Bereich der Kommunikations- und Sozialtechniken sind Methoden vorhanden, die Dialog anstiften, ihn beginnen lassen, ihn anreichern, ihn ertragreich machen, ihn reziprok werden lassen. Da wären die diversen Ansätze des Coaching für Einzelne, des Mentoring Einzelner oder von Gruppen, die Moderation von Gruppen, die Facilitation als Technik der Konsensgestaltung, der Open Space als Such- und Findeformat für kleine und große Gruppen, das Bar Camp als Ideengenerator und Beteiligungsort, der Bürger_innendialog als ein Verbund solcher Techniken, der Runde Tisch als Symbol und Methode sowie weitere partizipative Formate und anderes mehr. Dies alles kann hier nicht ausgeführt werden. Vieles wurde bereits eingesetzt, im Austausch der Erfahrungen werden sich sicher weitere Formate und Techniken ergeben. Wichtig allein ist auch hier der Diskurs der Stakeholder über Ärgernisse, Nutzen und Effekte.

AUSWERTUNG DER UMFRAGEN

Generell ging es um die Prüfung, ob die vermuteten Problemcluster, wie etwa Lärm, Schmutz etc.“ aber auch positive Konnotationen wie „Spaß, Heimat etc.“ Bestand haben und ob es Korrelationen zwischen Kommunikation, Kieznähe und anderen Faktoren gibt. Es ging etwa darum herauszufinden, wie laut Lärm ist und wie dreckig Schmutz, es ging darum zu erfahren, ob sich Menschen mit ihrem Kiez identifizieren und vor allem mit welchen Aspekten, und es ging auch darum, ob Kommunikation einen Einfluss hat oder überhaupt erwünscht ist und was sich hinter diesem Begriff möglicherweise verbirgt.

Die generelle Umfrage, die sich via Internet an die Allgemeinheit richtete, erbrachte 441 auswertbare Fälle. Die Umfrage war von Juni bis September 2013 online erreichbar.

Eine weitere Umfrage per iPad auf dem Torstraßenfestival wurde am Samstag, dem 31.8.2013, dem Haupttag des Festivals, von sechs Personen durchgeführt. Diese Umfrage erbrachte 182 auswertbare Fälle.

Beide Umfragen werden zusammengenommen, da sie aufgrund identischer Fragen vergleichbar sind. Die Umfragen ergeben so eine Summe von 633 Fällen mit gut 35.000 Antworten.

Ergebnisse der Einzelfragen

Im Folgenden werden die Antworten beschrieben und Schlüsse aus den signifikanten Unterschieden gezogen. Erwähnt werden allein statistisch belastbare Differenzen. Die Übersichtscharts zeigen die Nähe/Distanz zum Ort des Geschehens (Club) und die aussagekräftigen (statistisch validen) Vergleichsgruppen, die im Folgenden Erwähnung finden.

Aneignungsattribute, Ablehnungsgründe

Auf einer Skala von 5 (= ich denke auf jeden Fall daran) bis 1 (= ich denke gar nicht daran) erscheinen folgende 16 vorgegebene Attribute, die Rückschlüsse auf das Erleben von Musik aber auch von Kiez erlauben.

Unterschiedliche Sichtweisen: Wer denkt eher was?

Wenn ich an Musikclubs/ Straßenfeste denke, denke ich an …

Skala von 5 (=auf jeden Fall) bis1 (=gar nicht)

	Ø
Spaß	3,5
Tolle Musik	3,3
Freunde treffen	3,3
Event genießen	3,3
Essen & Trinken	2,8
Belebung der Nachbarschaft	2,8
Betrunkene	2,7
Lärm	2,3
Zu viele Menschen	2,2
Drogen	2,2
Schmutz	2,2
Verdienstmöglichkeiten	2,2
Stadt & Bezirk nehmen Steuern ein	1,9
Mangelnde Sicherheit	1,7
Keine Parkplätze	1,7
Zu viel Unbekanntes	1,4

Abb. 2 „Wenn ich an Musikclubs denke..." (Wünsch u.a. 2014: 28)

Die positiven Attribute überwiegen deutlich bei den Nennungen auf die Frage „Wenn ich an Musikclubs denke, denke ich an ...“. Erst auf Platz sieben von 16 möglichen erscheint mit dem Stichwort „Betrunkene“ ein Attribut, das negativ konnotiert sein könnte. Dieser Befund sollte nicht überbewertet werden, da zu erwarten ist, dass Menschen, die sich für die Musikszene interessieren, verstärkt an der Befragung teilgenommen haben. Dennoch gibt die Liste einen Einblick in die Gewichtung der Merkmale.

Im Vordergrund stehen die individuellen Erlebnismöglichkeiten, die positiv gesehen werden, verbunden mit der sozialen Komponente eines gemeinsamen Erlebnisses. Dieses ist durchaus positiv an den Kiez gebunden wie der Anlass, die Musik.

Das Attribut „Lärm“ führt die Riege der negativen Belegungen an, denn auch das Attribut „Betrunkene“ kann man mit Lärmerzeugung konnotieren. „Schmutz“ und „Drogen“ folgen wie auch Attribute der Enge, des Platzmangels, der fehlenden Parkplätze. Sicherheitsaspekte und das Überhandnehmen von Unbekanntem spielen für ein großstädtisches Publikum offenbar eine geringe Rolle; sie stehen am Ende der Skala.

Altersunterschiede oder Lebensstil?

Unterschiedliche Sichtweisen: Wer denkt eher was?

Alter	Wenn ich an Musikclubs/ Straßenfeste denke, denke ich an ...
Bis 29	- Drogen - Verdienstmöglichkeiten - Betrunkene - Tolle Musik
Ab 30	- Stadt & Bezirk nehmen Steuern ein - Keine Parkplätze

Abb. 3 Unterschiedliche Sichtweisen (Wünsch u.a. 2014: 30)

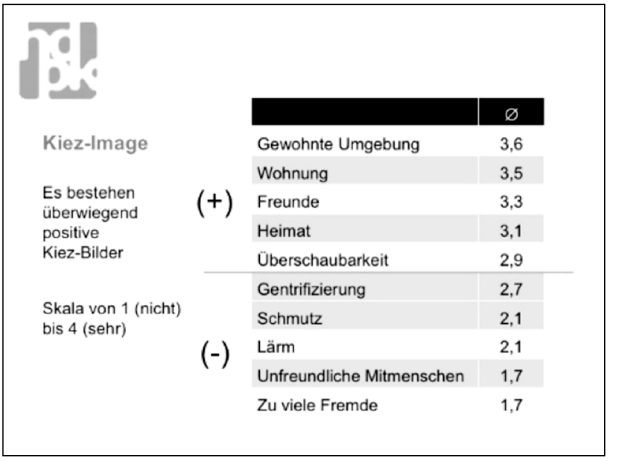
Bei der Alterssortierung (bis und über 29 Jahre) ergeben sich deutliche Unterschiede. Die *Jüngeren* (bis 29 Jahre) denken intensiver an „Drogen", „Verdienstmöglichkeiten", „Betrunkene", „Tolle Musik", während die *Älteren* (ab 30 Jahre) an die Steuereinnahmen für Stadt und Bezirk denken, wie an die fehlenden Parkplätze. Da Untersuchungen belegen, dass das Clubpublikum eher zu den bis 29-Jährigen zu zählen ist, kann die Fixierung auf das Erlebnis *Club* nicht überraschen. Dass aber die Verdienstmöglichkeiten hier auftauchen, zeigt das unternehmerische Potenzial dieser Gruppe. Doch auch die Älteren erkennen, dass es sich bei der Clubkultur unübersehbar um einen Einnahmefaktor handelt, der der Stadt und dem Kiez zugutekommt. Es ist auch ihr Lebensstil oder der ihrer Stadt.

Club – Kiez bedeutet *Beheimatung*

Kiez hat deutlich mit Beheimatung zu tun. In dieser sicheren Umgebung kann sich individuelles Erleben im Club durchaus entfalten; es darf jedoch ein Grad an Vertreibung aus der Heimat, der gewohnten Umgebung, der Sicherheit der Wohnung nicht überschritten werden. Dies drückt sich im Begriff der Überschaubarkeit aus. Zu viel Neues irritiert den Menschen ebenso, wie zu wenig Neues ihn qua Unterforderung langweilt und schließlich krank werden lässt. Beide Extreme – des Zuviel und des Zuwenig – produzieren tendenziell Krankheiten oder psychosoziale Störungen. Hier gilt es die Kiezstruktur und die Einzelnen im Blick zu haben und immer wieder initiativ den Kontakt zu suchen, um ein Miteinander zu ermöglichen.

Kiez ist deutlich positiv konnotiert: Von zehn Attributen (5 positiv, 5 negativ – siehe Chart auf der folgenden Seite; Wertung nach Normalverteilung) stehen die eindeutig positiven an erster Stelle.

„Gentrifizierung" wird als erste negative Determinante wahrgenommen. Man kann davon ausgehen, dass die öffentliche Diskussion über dieses Phänomen und seine Begleitumstände hier abgebildet ist: Steigende Mieten, veränderte Kieze, Verdrängung von Vielfalt, um nur drei negative Konnotationen zu nennen, sind bewusst. Betrachtet man jedoch die Summe aller Antworten auch aus anderen Fragen, so kann man davon ausgehen, dass positiv zu deutende Seiten ebenfalls im Konnotationsrahmen „Gentrifizierung" ein Gewicht besitzen: Beheimatung und Sicherheit gehören dazu. Bedenkenswert bleibt die Tatsache, dass das, was des einen Glück, des anderen Leid ist. Hier – in der Gestaltung der Bedingungen der Möglichkeit für ein diverses Miteinander – ist die Gesellschaft, die Stadt, aufgefordert, einen Ausgleich zu schaffen, um den Bedürfnissen all ihrer Mitglieder gerecht zu werden



Kiez-Image

Es bestehen überwiegend positive Kiez-Bilder

Skala von 1 (nicht) bis 4 (sehr)

		Ø
(+)	Gewohnte Umgebung	3,6
	Wohnung	3,5
	Freunde	3,3
	Heimat	3,1
	Überschaubarkeit	2,9
(-)	Gentrifizierung	2,7
	Schmutz	2,1
	Lärm	2,1
	Unfreundliche Mitmenschen	1,7
	Zu viele Fremde	1,7

Abb. 4 Kiez-Image (Wünsch u.a. 2014: 31)

Die negativen Aspekte aus Lärm und Schmutz werden gleichwertig wahrgenommen. Ebenso die soziale Qualität bzw. deren Mängel im Begriff der „Unfreundlichen Mitmenschen“ und des „Zuviel an Fremden“. Als Großstädter_in, so mag vermutet werden, erwartet man einfach gewisse Beschränkungen: Lärm und Schmutz, die nicht nur mit Clubs zusammenhängen, gehören dazu. Die Souveränität des/r Städter(s)_in, das mag man als einen Aspekt des komplexen Phänomens benennen, zeigt sich im Umgang mit diesen alltäglichen Stör- und Stressfaktoren. Wichtig scheint jedoch der Ausgleich mit positiven Impulsen und Faktoren zu sein: Würde die Stadt keine angenehmen Effekte anbieten oder bereithalten, so würden die Belastungsfaktoren eindeutig zu Stressoren. Auch hier ist ein Monitoring der sozialen wie ökologischen Lage der Stadt, des Stadtteils wie des Kiezes sinnvoll, um Konfliktpotenzial frühzeitig zu erkennen.

Kontakt, Dialog, Gestaltungsmöglichkeiten

Welche Lösungen sind dringend und wichtig? Die Antworten wurden neben der Häufigkeit auch nach der Intensität der Nennung gewichtet. Da beide korrelieren, darf von der Relevanz ausgegangen werden. Genannt wurden vier Faktoren:[9] Aufeinander zugehen / einen Ansprechpartner haben / Schmutz zügig beseitigen / Lärmbelästigung umgehend merkbar reduzieren.

9 Diese Lösungskategorien wurden aus den Vor-Ort-Diskussionen wie den Beiträgen der Kiez-Blogs extrahiert.

Lösungen

	Prozent der Fälle	Prozent
		100,0
Aufeinander zugehen.	82,9	35,7
Einen Ansprechpartner haben.	65,3	28,2
Schmutz zügig beseitigen.	62,2	26,8
Lärmbelastung umgehend merklich reduzieren.	21,5	9,3

Abb. 5 Mögliche Lösungen (Wünsch u.a. 2014: 34)

Kommunikation, die Möglichkeit, ein Problem aktiv anzugehen, jemanden konkret anzusprechen, nicht anonym ausgeliefert zu sein, steht eindeutig im Vordergrund der gewünschten Lösungsansätze. Der Wunsch nach Austausch über mögliche Probleme, über die Situation, dominiert deutlich. Kommunikation, um das, was zu geschehen hat, einmal generell zu benennen, ist angesagt. Kommunikation aber eben nicht in Form von Proklamationen, medienvermittelten Aussagen, Flyern oder anderen indirekten Formen der Ins-Benehmen-Setzung: erwartet wird ein direktes Gespräch, das „Aufeinander zugehen". Beteiligung verändert die Wahrnehmung von Betroffenheit. Aus welchem Grund sich Antagonismen gebildet haben, oder ein Verdacht entstanden ist, man bliebe allein mit seinen Anliegen, die persönliche Begegnung, das Zeitnehmen für einander, ist unersetzlich. Hier gibt es bereits Foren und Formen der Begegnung, es gilt, diese zu bewerten und ein einfaches Modell zu generieren, das alle Stakeholder einbezieht und ihnen gerecht wird, das aber auch einen praktikablen Zeithorizont beinhaltet. Zudem kann durch ein Monitoring möglicher Gefährdungslagen ein „Aufeinander zugehen" initiiert werden bevor Probleme entstanden sind.

Ob man das „Aufeinander zugehen" nur von der anderen Seite erwartet – und damit von der eigenen Position unverrückbar überzeugt ist – geht aus den

Daten nicht hervor. Immerhin wird der kommunikative Weg gesucht, um eine Lösung zu finden.

Dass es darauf ankommt, sichtbare, fühlbare, kurz erfahrbare, Veränderungen kurzfristig umzusetzen, zeigen die beiden weiteren Antworten. Es geht darum, den Schmutz zügig zu beseitigen, nicht ihn irgendwann zu beseitigen. Geschieht dies zu spät, kann die Aktion, die zwar positiv erlebt wird, keinem Aktanten mehr zugeordnet werden und der Effekt geht verloren. Wer auch immer die Kosten für die zügige Beseitigung von Schmutz übernimmt (wobei dieser durchaus nicht aus dem Problemfeld von *Musik im Kiez* und Clubwochenende herrühren müssen), entspannt sicher die Lage. Das Gleiche gilt für die Reduktion der Lärmbelastung. Beide (Schmutz wie Lärm) sind komplexe Phänomene, die der subjektiven Wahrnehmung unterliegen. Allerdings werden sowohl Schmutz wie auch Lärm, das haben vorige Antworten gezeigt, durchaus als Begleiterscheinungen des Großstadtlebens akzeptiert. Punktueller, spontan auftretender Lärm wird als eindringlich störend empfunden: sei es die Krankenwagensirene, sei es der Bass aus dem Subwoofer, sei es Geschrei oder lautes Gelächter. Hier Abhilfe zu schaffen, ist schwierig. Es gälte, die Belästigungsmodalitäten weiter zu differenzieren und in einem Abstandkreis um den Club herum zu differenzieren. Fehlende Lärmschutzmaßnahmen im baulichen Bereich, die oft mit deutlichen Kosten verbunden sind, werden wiederum an andere Fragen und Wahrnehmungen gekoppelt, die in spezifischen Kreisen schon gelöst wurden und – auch auf technischen Niveau – gelöst werden müssen.

SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DEN UMFRAGEN

Die Umfragen zeichnen ein deutliches Bild einer emergierenden lebendigen Stadt Berlin, deren Bewohner_innen und Stakeholder sich durchaus der steten Umbrüche unserer Zeit bewusst sind. Analoges lässt sich auch der Auswertung der Gesprächsrunde Torstraßenfestival entnehmen, sowie den Stakeholder-Interviews. Im Folgenden seien kurz übergreifende Problem- vor allem aber Lösungsmuster gekennzeichnet.

Kiez darf gewiss als die kleinste Einheit des *Außen/ Draußen* von Stadt gesehen werden (das *Innen/ Drinnen* wird als Wohnung erfasst). Die Metropole als Ganzes ist zwar als Zuordnungsfaktor, durchaus auch als Imagefaktor (Stolz, Gewinnchancen, etc.) die Bezugseinheit, jedoch ist sie zu groß, um konkret in ihr zu leben. Die Nahbezüge dominieren die menschliche Wahr-

nehmung, sie geben Orientierung. Der Begriff *Kiez* ist eindeutig positiv besetzt. Hier ist man beheimatet, hier ist die nötige gewohnte Umgebung, sind die Freunde. Die Nahbeziehungsdichte wird als Überschaubarkeit erlebt: ich weiß, wie ich *durchkomme*. Kognitive Dissonanzen werden aufgelöst und ein energetisch effizientes Leben ist möglich: Routinen und Habitualisierungen machen es einfach *durchzukommen*, zudem ermöglichen sie *Glück*, da der Organismus seinen Fokus auf *Besonderes* richten kann. Von daher werden Störungen der Überschaubarkeit stark empfunden. Schmutz und Lärm sind solche Störungen. Dies besagt jedoch noch nicht, dass der Umgang mit diesen Störungen zu Konfrontationen führen muss. Die Mehrheit der Befragten setzt auf ein Miteinander. Dies wird im Kiez erlebt und gestaltet und kann auf die Metropole als Forderung und positiver Moment der Toleranz übertragen werden. Diese Toleranz wird zudem generell auf die negativen ästhetischen Aspekte (Stressoren) von Großstadt, nämlich Lärm und Schmutz sowie unangenehm empfundene Mitmenschen, übertragen: Großstadt ist laut, nicht nur die Clubs; Menschen sind laut, nicht nur die Clubs; Großstadt ist schmutzig, nicht nur die Clubs und deren Besucher_innen verursachen diesen. Allerdings muss man dem Aspekt Lärm eine eigene Qualität zubilligen: laute Geräusche entstehen überraschend, ihre Wirkung auf den Organismus ist unmittelbar; die Ohren lassen sich schlecht verschließen. Daher entsteht leicht ein Gefühl des *Ausgeliefertseins*, das ebenfalls bei physiologisch empfundenem kontinuierlichem Geräusch (Bass) auftreten kann. Von daher sollte dieser Thematik ein spezifisches Augenmerk gelten, auch eingedenk der Tatsache, dass die subjektive Wahrnehmung jene ist, die gilt.

Erträglich werden die genannten Aspekte einer Großstadt wenn genügend angenehme und positiv erlebte Aspekte oder Momente diesen gegenüberstehen. Diese zu spezifizieren bleibt dem Individuum, dem/der Großstadtbewohner_in überlassen, generalisierend kann jedoch vermutet werden, dass es sich auch um das kulturelle Erlebnis Club und die Beheimatung in der Gemeinschaft eines Clubs und seiner Musikszene wie auch die Beheimatung in der Gemeinschaft (wie lose diese auch sein mag) des Kiezes handelt. Sinnvoll scheint es, die Stressoren und das Image der Stadt Berlin regelmäßig zu erfassen und Indikatoren zu bestimmen, die ein *Zuviel* frühzeitig erkennen helfen. Dies gilt auch für den Kiez wie für das Clubumfeld: Sensibilität für die Stressoren, verbunden mit einer Definition derselben im quantitativen wie qualitativen Sinn mag helfen, Konflikte zu vermeiden.

Die Identifikation mit dem Kiez kann weiter ausdifferenziert werden. Menschen, die sich überdurchschnittlich mit dem Kiez identifizieren, schätzen dessen Erlebniswert. Hierzu gehören sicher auch die Clubs wie Popmusik im

Kiez. Menschen, die sich gar nicht mit dem Kiez identifizieren, heben den Lärm und den Schmutz hervor. Es ist fraglich, ob diese erreicht werden können, um deren Einstellung zumindest zu diskutieren. Wesentlich sind die großen Gruppen der *um den Mittelwert pendelnden*, also der eher Positiven wie ein wenig Negativen in Bezug auf den Kiez. Diese sehen einige Probleme oder Störfaktoren, aber auch deutlich Positives. Sie sind *Realisten*, was die Beurteilung von Stadt und Kiez angeht. Was sie fordern, ist eindeutig: „Aufeinander zugehen". Die Vernunft setzt im Miteinander auf Verständigung. Ins Gespräch kommen, miteinander reden, das Umfeld gestalten: dies gehört zu den Forderungen jener Gruppen im Bereich der Problemlösung. Dabei kann man hier bereits von einer Dichotomie von *besuchen* zu *bewohnen* sprechen, wie von Anwohner_in zu Nachbar_in. Besuch benutzt und nutzt aus; Bewohner_innen partizipieren und profitieren. Anwohner_innen gestalten und handeln; Nachbar_innen verwalten und erleiden. Veränderungspotenzial bieten also alle Möglichkeiten, die Betroffene zu Beteiligten machen, mit ihrem Hauptmittel: der Kommunikation.

Dass die aktuelle biografische Situation der Befragten eine große Rolle spielt, ist wenig verwunderlich.[10] Ebenso, dass Menschen mit Kindern, mit einer Vollzeitstelle, und einem Alter von über 30 Jahren durchaus die situativen Beschränkungen und Störungen (Parkplätze, Lärm, Schmutz, Drogen) sehen. Jedoch sehen diese die situativen Bezüge (im Gegensatz zu einem als andauernd und somit unlösbar empfundenen *Immer*) und setzen auf situative Lösungen. Gerade für diese Gruppe ist es wichtig, sich als handlungsfähig zu erleben, selbst mitgestalten zu können, gefragt zu werden. Sie glaubt an die Selbstregulation, also eine Mischung aus Partizipation und Lenkung im Rahmen von Vorgaben (Gesetze, gesunder Menschenverstand, Fairness). Wichtig ist allerdings, dass Veränderungen erlebbar sind und dass diese innerhalb eines erkennbaren und als angemessen empfundenen Zeithorizonts auch eintreten. Fehlt dies, wird Handlungsfähigkeit nicht erlebt. Auch hier wird Kommunikation als wichtigstes Element zur Veränderung benannt, verstanden durchaus auch als ein „Aufeinander zugehen". Die Metapher des Brückenbaus, die in der Gesprächsrunde Torstraßenfestival fiel, weitet den Konnotationsrahmen und weist ebenso auf das gemeinsame der Anstrengung aller Beteiligten

10 In der Umfrage wird aufgrund der soziodemografischen Kategorie des Alters, die man generell mit einer Lebenszyklusstation verbinden kann, deutlich, dass eher der Lebenszyklus eine Rolle bei der Bewertung des Kiez- und Club-Geschehens spielt.

hin. Der Stakeholder-Netzwerk-Ansatz bietet hier Grundlagen für Handlungen wie auch für die Etablierung von Attraktoren für Kommunikation. Es geht um gegenseitige Beachtung in mündiger Teilhabe.

Kommunikation ermöglicht Akzeptanz in Form von Verständigung, da sind sich die Befragten einig. Jedoch ist nicht eindeutig, was mit „Aufeinander zugehen" gemeint ist. Die Ausdifferenzierung erfolgt über die Einstellung zum Kiez. Ist diese eher positiv, so wird darunter etwas wie Kontakt verstanden; ist sie eher negativ wird darunter etwas wie Klärung verstanden. Hier spielen die Erwartungen an Kiez, wie die anderen Bewohner_innen eine Rolle, zudem die Erwartungshaltungen, die man unterstellt, sobald man sich auf Sozialhandlungen (Gespräch, Verständigung) einlässt. Erlebt man sich als aktiv und gestaltungsfähig, so reicht ein Kontakt aus, um Probleme anzugehen und möglicherweise auch Lösungen zu finden. Nimmt das Erleben von Fremdbestimmtheit zu, so wird die Klärung von Gegebenheiten wesentlicher, werden Rahmungen und Gesetze vordringlich. Beide Momente und Lagen müssen bei Konflikten beachtet werden.

Interessanterweise spielen Hinweise auf die Ökonomie (Steuern und Verdienstchancen im Kiez) durchaus eine Rolle. Der Kiez wird auch als ein Ort der Wertschöpfung erlebt, ebenso der Club. Dies wird positiv gesehen. Hier kann weitere Akzeptanz geschaffen werden, wenn aktuelle Untersuchungen zur Wirtschaftskraft der Clubs (Arbeitnehmer_innen, Umsatz, Besucher_innen, Tourismus) durchgeführt werden. Die Umwegrentabilität, die etwa für die Kongressbranche aufgezeigt wird, kann auch für Clubkultur aufgezeigt werden: der Besuchsanlass *Club* ist verbunden mit Ausgaben in der Gastronomie, in der Hotelbranche, bei den Beförderungsunternehmen und einigen anderen spezifischen Profiteuren wie etwa Gastwohnungsvermieter_innen, Spezialreiseveranstalter_innen, Event-Macher_innen.

Aus diesen Erkenntnissen können Maßnahmen abgeleitet werden – einige sind bereits in den Auswertungen genannt worden. Zum einen handelt es sich um konkrete Tools, wie sie etwa von der Clubcommission erarbeitet wurden. Dies sind konkrete Handreichungen etwa im Bereich Material, Ideen, Best Practice, Gesetzeskenntnis, Vernetzung der Akteure. Zum anderen gibt es diverse Gesprächskreise, Runde Tische, Kiezinitiativen etc. – allesamt Kommunikationsorte und -situationen des „Aufeinander zugehens". Jedoch scheint es hier angeraten, diese zu differenzieren, zu clustern, zu vernetzen, um so zu einem umfassenden Diskurs zu kommen, der die nun immer erkennbareren Probleme der nächsten Jahre anzugehen hilft. Das Zuviel an Gespräch wird als schließlich irrelevant empfunden, das Zuwenig als letztlich Nichtbeachtung und beleidigend, was zum weiteren Rückzug aus der Kommunikation

drängt. Die wertschätzende Wertung aller Kommunizierenden, aller Diskursteilnehmer und Dialogkreise, verbunden mit deren offen zielgerichteter Inbezugsetzung, mag die Lösungsversuche der nächsten Jahre unterstützen. Dieser Diskurs wird sich letztlich dem Bild einer lebhaften, lebendigen, lebenswerten Stadt widmen müssen; er ist integriert in die Bemühungen um die Gestaltung des Lebensraumes und der Situation der Metropole Berlin in einer globalisierten Welt. Die Geschwindigkeit der Veränderungen, auch in Berlin, nimmt zu. Sie vollziehen sich immer rascher und die durch die einzigartigen historischen Gegebenheiten bedingte Sonderstellung der Stadt verschwindet und wird Erinnerung, wird zum Image. Es bleibt die Frage: Wie gestalten wir alle, wir die Einwohner_innen, die Gäste, die Nutzer_innen, unsere Metropole?

EMPFEHLUNGEN AUS DEM GESAMTPROJEKT

Im Folgenden sollen wichtige Ergebnisse des Forschungsprojekts (verkürzt) in einigen prägnanten Sätzen dargestellt werden, ebenso sollen mögliche Lösungswege und Lösungsansätze angedeutet werden.

Das Resultat der Forschung kann, als Antwort auf die Aufgabenstellung *Musik erleben – Konflikte kennen – Probleme lösen* knapp gefasst, so beschrieben werden:

Dialog ausbauen und wagen, Interesse(n) (an)erkennen und vernetzen, Begegnungen ermöglichen und fördern.

Das oben kurz Konstatierte kann sinnfällig und praktikabel unter dem Rubrum *Kommunikation* gefasst werden. Bevor also einige spezifische Berliner Lösungen beschrieben und analysiert werden, muss kurz geklärt werden, was unter Kommunikation zu verstehen ist, da zu häufig ein triviales Sender-Empfänger-Modell mit Kommunikation gleichgesetzt wird. Dieses Maschinenmodell der Kommunikation kann auf nicht-triviale Maschinen (= Menschen; vgl. von Foerster 2001) nicht angewendet werden. Kommunikation zwischen Menschen ist immer Sozialhandlung, ist wechselseitiges Beeinflussungs- und Steuerungsgeschehen. Ein Gesetz erlassen, ein Plakat aufhängen, einen Flyer drucken, in den Raum rufen, etwas sagen etc. reicht nicht. Es ist immer der/die Hörer_in, der/die entscheidet, was gesagt wurde; es ist immer der/die Leser_in, der/die entscheidet, was geschrieben wurde.

Es geht also nicht um *Verstehen* (= fehlerfreie Übertragung), sondern es geht um *Verständigen*: um eine gemeinsame, interaktive, dialogische, prozessuale Sozialhandlung zwischen Personen mit dem Ziel, eine Partialwirklichkeit, die eine gewisse Zeit Bestand haben soll, in möglichst weiter Übereinkunft herzustellen. Kommunikation heißt Anschlussfähigkeit herstellen.

Thesen und Erkenntnisse

- *„Aufeinander zugehen"* wird als Mittel (= Dialog, Gespräch, Diskurs, Ansprechpartner benennen, erreichbar sein etc.) hochgeschätzt. Dies kann beständigen oder punktuell nötigen Kontakt erbringen sowie rasche Klärung bewirken.
- Kommunikation ist Arbeit, sie bedarf der Wachheit, Achtsamkeit und der Selbstbefragung. Kommunikation kann jederzeit scheitern, der vernetzte Diskurs schafft allerdings Strukturen, die das Scheitern unwahrscheinlicher werden lassen.
- Es gilt, Attraktoren für Kommunikation (etwa den *Runden Tisch* als Format) zu schaffen, die einen offenen Dialog ermöglichen, ihn provozieren.
- Die weitere Stärkung der Institutionen (Clubcommission, Musicboard, Verwaltung des Landes Berlin etc.) wie der Einzelnen (Anwohner_innen, Bürger_innen, Feiernde etc.) schafft resiliente Beziehungen, die a) Konflikte eindämmen und b) Konflikte überleben. Stärkung bedeutet: Vernetzung, Ausstattung mit Mitteln, Klärung von Normen und Gesetzen, proaktives Angehen von Konfliktbereichen.
- Kommunikation ist Beziehungsgestaltung und -steuerung: Wenn das Ziel offiziell Verständigung lautet, impliziert dies Geben und Nehmen wie Akzeptanz von Wandel.
- Club und Clubkultur sind durchaus positiv bewertet, auch von wenig clubaffinen Personen; zwar wird *Lärm* stets im Kontext Club thematisiert, doch auch als Metropolenphänomen in gewisser Weise akzeptiert: Hier ist der Beleg konkreter Maßnahmen und das Gespräch wie die Anerkennung der Belastung ein Weg zur Konfliktbegrenzung.
- Club steht wie Kiez für Gemeinschaft und Beheimatung. Die positiven Aspekte (Freunde, Szene, Spaß etc.) benötigen ebenso wie die negativen Aspekte (fehlende Parkplätze, mangelnde Sicherheit, Verdrängung) Beachtung: Verständigung der Betroffenen, Vernetzung der Beteiligten und der Aufbau von Verständnis ermöglichen ein Akzeptanzgeschehen, das wiederum Konflikte begrenzt.

- Clubs und Clubkultur werden als ökonomische Faktoren für Stadt wie Kiez gesehen und respektiert.
- Beheimatung benötigt inzwischen keine Dauer mehr; Szenen und Lebensstil bilden diese im Gegensatz zu einstigen Schichten oder Klassenstrukturen ab. Clubs sind Orte und Garanten der Lebensstilgestaltung.
- Beheimatung kann kurzfristig erfolgen, da heutige Strukturen sich rascher wandeln: Die Ansprüche an Beständigkeit und Gemeinschaft können auch virtuell erfüllt werden. Club und Kiez dehnen sich auf soziale Netze im Internet aus, auch so können Konflikte gesteuert und begrenzt werden.
- Ein spezifisches Monitoring von Gesellschaft, Stadtentwicklung, Kiezwandel wie der Individual-Bedarfe kann helfen, Konflikte besser zu steuern: Die strukturierte Vernetzung der Stakeholder ist notwendig, ebenso wie der offene Dialog derselben.
- Gentrifizierung wird negativ gesehen, jedoch werden Veränderung und Wandel als notwendig akzeptiert. Die lebendige Stadt respektiert die Belange aller Bewohner_innen wie die Interessen der Besucher_innen und Neuzugezogenen.
- Metropole wird durchaus mit Belastung gleichgesetzt, diese wird allerdings akzeptiert. Wird die Belastung zu einem Stressor (Lärm birgt hier das größte Potenzial), so gilt es, die für Menschen nötige Balance von Zuviel/ Zuwenig und Neu/Gewohnt herzustellen; diese kann auch ein neuer Zustand sein, der alte muss nicht wiederhergestellt werden.
- Identifikation ermöglicht Konflikte positiv zu beenden. Anwohner_innen müssen also in Gestaltungsprozesse einbezogen werden, müssen sich als handlungsfähig erleben: Partizipationsmodelle schaffen Identifikation.
- Insgesamt ist in der Gesellschaft ein Trend hin zu Ästhetisierung zu verzeichnen, der als Reaktion auf die Entfremdungserfahrungen angesichts der Rationalisierungs- und Versachlichungsprozesse der Moderne zu sehen ist. Auch das Kreativitätsparadigma, dem gerade in Berlin gehuldigt wird, ist dort anzusiedeln und so zu verstehen: es geht um Wahrnehmung und Wahrgenommen werden.
- Das Konzept der Mischnutzung, zusammen mit der Ausweisung von so genannten Hot Spots (Orte erhöhter Lärm- und Schmutzemission), die die Rechte aller im Gegensatz zur reinen Wohnnutzung in eine Balance bringen, scheint einen Ausweg zu bieten, der in Richtung einer lebhaften, lebenswerten und lebendigen Stadt weist.
- Freiräume als flexible Orte des Außergewöhnlichen wie des Zufälligen, des Neuen, sind zentral für die städtische Entwicklung. Für viele Menschen in der Stadt werden sie immer wichtiger. Sie bieten Raum für das Erleben von Gemeinsamkeit und Entfaltungsmöglichkeiten für jeden Einzelnen. Die Interaktion unterschiedlicher sozialer Gruppen findet hier statt.

- Berlin ist Experimentallabor für neue Erlebnisformen und Lebensstile. Berliner_innen und Berlinbesucher_innen werden gleichermaßen davon angezogen.
- Langfristige Strukturen der Musik- und Veranstaltungswirtschaft können nur bei ebenso langfristiger Planungssicherheit bezüglich der städtischen Infrastruktur entstehen.
- Im Wechselspiel zwischen wirtschaftlich motivierter Deregulierung der Wohnwirtschaft und Regulierungswünschen der Wohnbevölkerung in der Stadtökologie entstehen konfliktträchtige Lücken im Normensystem, die durch neue Institutionen, emergente Netzstrukturen, ausgefüllt werden können und kurzfristig auch müssen.
- Policy-Netzwerke, die nach Art der Runden Tische alle Stakeholdern einbinden, müssen durch langfristige Netzstrukturen wirtschaftlicher und staatlicher Akteure ergänzt werden. Nur so kommt es zu einer Ressourcenbündelung in konkreten Entwicklungsprogrammen.

BIBLIOGRAFIE

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (Hg.): *Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie.* Berlin 2012.

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (Hg.): *Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie.* Berlin 2009.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Berliner Kultur- und Kreativwirtschaft 2011*. Berlin 2012.

Foerster, Heinz von: *Short Cuts (5),* Frankfurt/M.: Suhrkamp 2001.

Investitionsbank Berlin (Hg.): *Musikstandort Berlin. Die klingenden Wirtschaftszweige.* Berlin 2013a.

Investitionsbank Berlin (Hg.): *Wohnungsmarktbericht 2012*. Berlin 2013b.

Reckwitz, Andreas: D*ie Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung.* Frankfurt/M.: Suhrkamp 2012.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (Hg.): *Bericht über den Berliner Grundstücksmarkt 2006/2007 und 2011/2012.* Berlin 2013.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (Hg.). *Stadtentwicklungskonzept Berlin 2030, Statusbericht.* Berlin 2012.

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Landesinitiative Projekt Zukunft (Hg.): *Kulturwirtschaft in Berlin, Entwicklungen und Potenziale.* Berlin 2008.

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Landesinitiative Projekt Zukunft (Hg.): *Studie über das wirtschaftliche Potenzial der Club- und Veranstalterbranche in Berlin*. Berlin 2007

Weber, Max: *Wirtschaft und Gesellschaft*. Neu-Isenburg 2005.

Wünsch, Ulrich/ Buschle, Gina/ Elflein, Dietmar/ Olkus, Harald/ Schwender, Clemens/ Welker, Matthias: *Forschungsbericht: Musik erleben – Konflikte kennen – Probleme lösen.* Berlin: gizeh-letters 2014. Online unter: https://cdn-hdpk.azureedge.net/fileadmin/user_upload/Downloads/ Forschungsbericht_hdpk_Pop_im_Kiez_2013.pdf, Zugriff am 29.03.17.

INTERNET

http://www.kieznetz.net/
http://www.wrangelkiez.de/
http://www.kreuzberg-nachrichten.de/
http://www.clubcommission.de
http://www.musicboard-Berlin.de