

## Wissensplattform »Öffentlicher Raum«

- Stadtplanerische Zugänge und Denkmodelle, die die Entwicklung neuer Quartiere vom öffentlichen Raum aus angehen (den öffentlichen Raum nicht als übriggebliebene „Restfläche“ behandeln, Überdenken von herkömmlichen Siedlungsstrukturen und Raumnutzungen, neue Instrumente, Zusammenspiel von temporären und dauerhaften Interventionen etc....);
- Zunehmender Nutzungsdruck durch Bevölkerungszunahme und bauliche Verdichtungstendenzen als Chance und Risiko für den öffentlichen Raum (Stichwort urbaner Lebensräume) sowie die wertvolle Korrelations- und Ergänzungsmöglichkeit durch die Erdgeschoßzonen, aber auch Hinterhöfen in der gründerzeitlichen Struktur (Zusammenspiel Indoor/Outdoor, Spannungsfeld Wohnkultur-Stadtkultur);
- Wem gehört der öffentliche Raum? Mitbestimmung, Aneignungsfähigkeit, Adaptionfähigkeit, Selbstorganisation des öffentlichen Raumes im Spannungsfeld von Aktionismus und Analyse, prozessorientiertes Planen und Entwerfen;
- Veränderung im Bewusstsein zum Wert des öffentlichen Raums als gemeinschaftliches Eigentum, der öffentliche Raum als Standort kommerzieller Nutzungen und Rendite versus konsumfreie Freiflächen, Möglichkeit der Beteiligung von Profiteuren an Aufgaben des Gemeinwesens, vor dem Hintergrund von Finanzierungsengpässen für Umgestaltungen im öffentlichen Raum.
- Gestaltungsaspekte und Design des öffentlichen Raums im Hinblick auf positive Erlebbarkeit und Identifikation;
- Was ist das „Wienspezifische“ an öffentlichen Freiräumen im Vergleich zu anderen Städten: Gestaltungstypologien, soziokulturelle Nutzungsmuster, Planungskulturen, gesellschaftliche Übereinkünfte etc.;
- Zielgruppenspezifische Auseinandersetzung mit dem öffentlichen Raum unter besonderer Berücksichtigung von Gender- und Diversitätsaspekten, Partizipation, Integration, Sozialraumanalysen, Evaluierungskultur;
- Spezieller Fokus auf Stadterweiterungsgebiete und auf die Auseinandersetzung mit dem Stellenwert des öffentlichen Raumes als konstituierendes Grundgerüst der Standortentwicklung;
- Öffentlicher Raum und Neue Medien: Der Mensch als „Mobiles Medium“ (Handy-Apps, GPS, neue Nutzungs-, Organisations-, Partizipations- und Kommunikationsmuster);