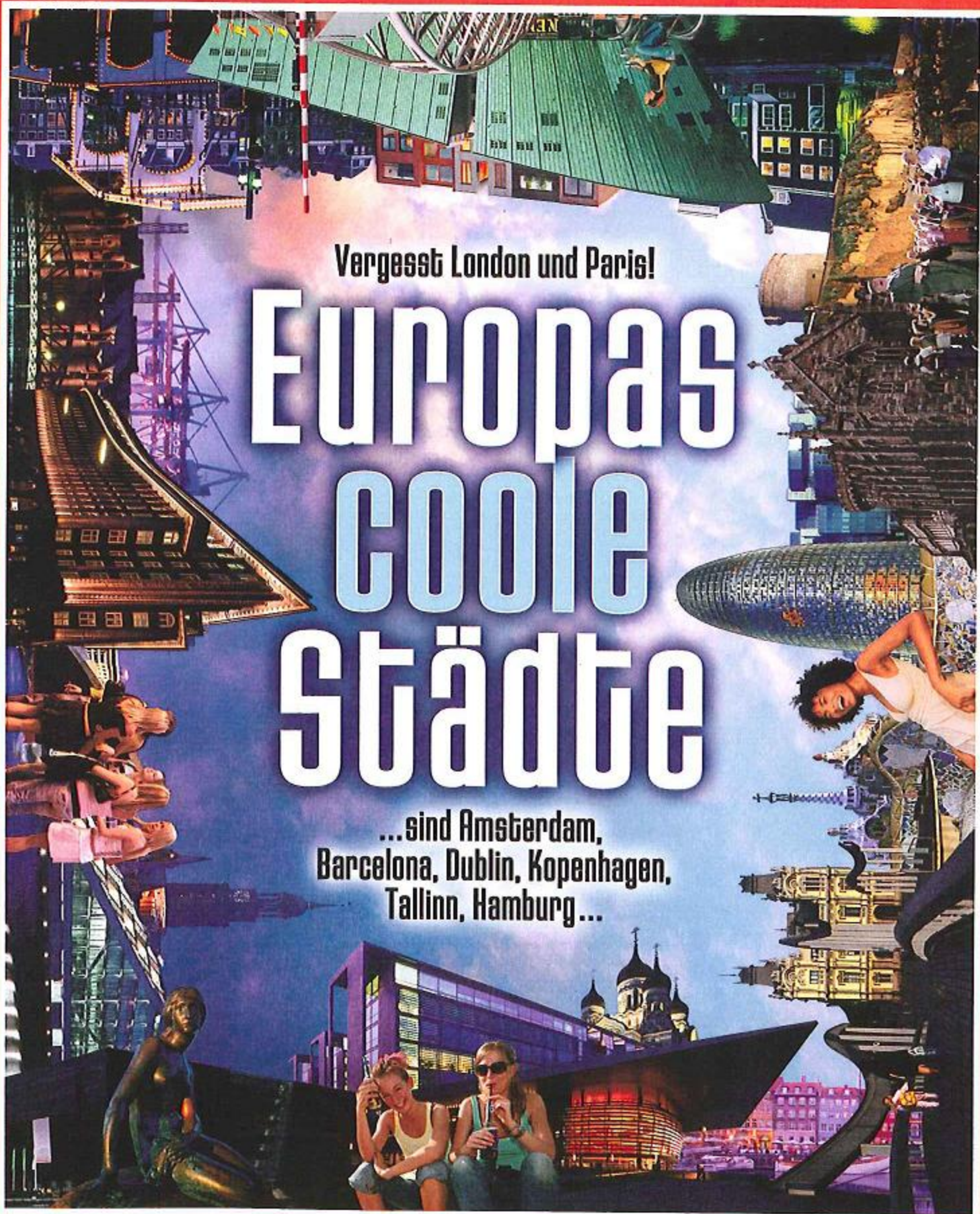


Vergesst London und Paris!

# Europas COOLE Städte

...sind Amsterdam,  
Barcelona, Dublin, Kopenhagen,  
Tallinn, Hamburg...



baustelle für die kreative Klasse, die schon 43,9 Prozent aller Beschäftigten ausmacht.

- ▶ Amsterdam und Dublin liegen mit einem Bruttoinlandsprodukt pro Kopf von je 48 000 Euro und starkem Zuzug (5,6 und 7 Prozent) auf gleicher Höhe. Dabei bildet Dublin einen Sonderfall, weil diese Stadt erheblich von Brüsseler Subventionen nach dem EU-Beitritt Irlands profitierte. Amsterdam hingegen galt schon lange als tolerante, weltoffene Stadt mit großem Geschick, sich von Zeit zu Zeit neu zu erfinden. Hier arbeiten 47,1 Prozent aller Arbeitnehmer in kreativen Berufen. Dublin hat noch Nachholbedarf: 36,9 Prozent.
- ▶ Wien kommt auf 40 000 Euro Bruttoinlandsprodukt, die Einwohnerzahl stagniert allerdings: nur 0,4 Prozent Zuwachs. Die österreichische Hauptstadt nutzte ihren Standortvorteil nach dem Ende des Kommunismus. Internationale Konzerne wie Coca-Cola, Hewlett-Packard oder Alcatel nahmen hier ihre Osteuropa-Zentrale, lösten einen Boom aus und machten aus der Stadt, die vorher einem historischen Museum glich, eine aufgefrischte Metropole. Was Talent, Technologie und Toleranz angeht, liegt Wien überraschenderweise gleichauf mit Amsterdam, der Anteil der kreativen Klasse beträgt 42 Prozent.

Den Königsweg zur coolen Stadt für die kreative Klasse gibt es nicht. Jede Stadt sucht ihn auf der Grundlage ihrer Geschichte, ihres Nimbus und ihrer politischen und kulturellen Möglichkeiten. Um herauszufinden, wie weit diese Versuche in der Wirklichkeit gediehen sind, porträtiert DER SPIEGEL Protagonisten der kreativen Klasse in fünf europäischen Städten. Vier sind identisch mit der Berger-Studie, die estnische Hauptstadt Tallinn kommt, statt Wiens, hinzu. Denn Tallinn ist ein Beispiel für die Anstrengungen und das Potential der jungen baltischen Länder, Anschluss an die Moderne zu finden.

Das Bruttoinlandsprodukt ist hier noch relativ gering, Tallinn erwirtschaftet aber schon mehr als die Hälfte des gesamten estnischen Aufkommens, und wenige Städte auf der Welt sind ähnlich Internetorientiert: Für die Menschen in Tallinn ist der Zugang zum Netz so gut wie kostenlos, sie zahlen Parktickets per Handy und können am Computer ihr Elterngeld beantragen.

In Europa tut sich was. Europas Städte sind weitaus weniger von Lethargie gelähmt, als ihnen gelegentlich, beispielsweise in Amerika, nachgesagt wird. Sie sind genauso wie das kanadische Vancouver, das texanische Austin oder das australische Sydney auf dem Weg ins wissenszentrierte Jahrhundert.

Aus den Second Citys entspringen, wenn es gutgeht, Fortschritt und Zukunft.

ERICH FOLLATH, GERHARD SPÖRL

# Amsterdam

**Allen Rückschlägen zum Trotz: Hollands Kapitale setzt auf die kreative Kraft von Multikulti.**

Jeder Morgen beginnt für Doreen Westphal mit der immergleichen Frage: Gefällt mir das Leben noch, das ich gerade lebe? Sie nennt es ihren „Systemcheck“, und wenn der negativ ausfällt, dann zögert sie nicht lange: Sie zieht dann weiter, zu einem neuen Projekt, in ein neues Atelier, eine andere Stadt.

Aus einem ostdeutschen Nest nahe Dessau ging sie vor vielen Jahren nach Berlin, lernte Schneiderin, zog nach Nottingham, studierte Bühnenbau, zog nach London, arbeitete am Theater – und landete danach in Amsterdam, wo sie schon bald zur Objektdesignerin mutierte. „Ich bin eine Nomadin“, sagt sie. „Wenn es dort, wo ich lebe, nicht mehr ordentlich braust, bin ich auch schon weg.“

Doreen Westphal ist mittlerweile 36 und bereits seit sieben Jahren in Amsterdam. Für sie ist das eine Ewigkeit und lässt nur einen Schluss zu: Diese Stadt braust. Sie sitzt in ihrem neuen Atelier, einem 30 Quadratmeter großen Büro im ehemaligen Re-

daktionshaus der Tageszeitung „De Volkskrant“, in Chiquita-Kartons stapeln sich Taschen, genäht aus alten Fahrradschläuchen und Luftmatratzen: ihre Kreation.

Das Ausgangsmaterial stammt aus Fahrradläden in Amsterdam, näher lässt sie in Warschau, verkauft werden die Gummiaccessoires in Szeneläden in den USA, Europa und Japan. „Auch im Shop des Guggenheim-Museums liegen sie“, erklärt sie stolz. Das ist unter Kreativen der Ritter Schlag und eine Warnung an alle Nachahmer: Ich war als Erster mit meiner Idee da! „Das ist besser als ein Patent“, sagt sie.

Die Sache entwickelte sich so: Sie nähete einer Freundin so ein Ding zum Geburtstag. Die lief damit an einer Boutique vorbei. „Da rannte die Besitzerin hinter ihr her, um zu fragen, wo sie die bestellen könne“, erzählt Westphal. Der geschäftliche Erfolg hat sie verfolgt, nicht umgekehrt. Nach ihrem Debüt mit den Fahrradschläuchen will sie nun Gartenmöbel aus Granulatmatten gestalten.

Der wohl wichtigste Grund, der Westphal an Amsterdam bindet, ist das Volkskrant-Gebäude. Sie zahlt 277 Euro Warmmiete und bildet mit fast hundert Gleichgesinnten ein sich selbst verwaltendes Kollektiv. Die bunte Schar eignet sich das siebenstöckige Haus aus den sechziger Jahren gerade an. Ein Maler stapelt seine Bilder

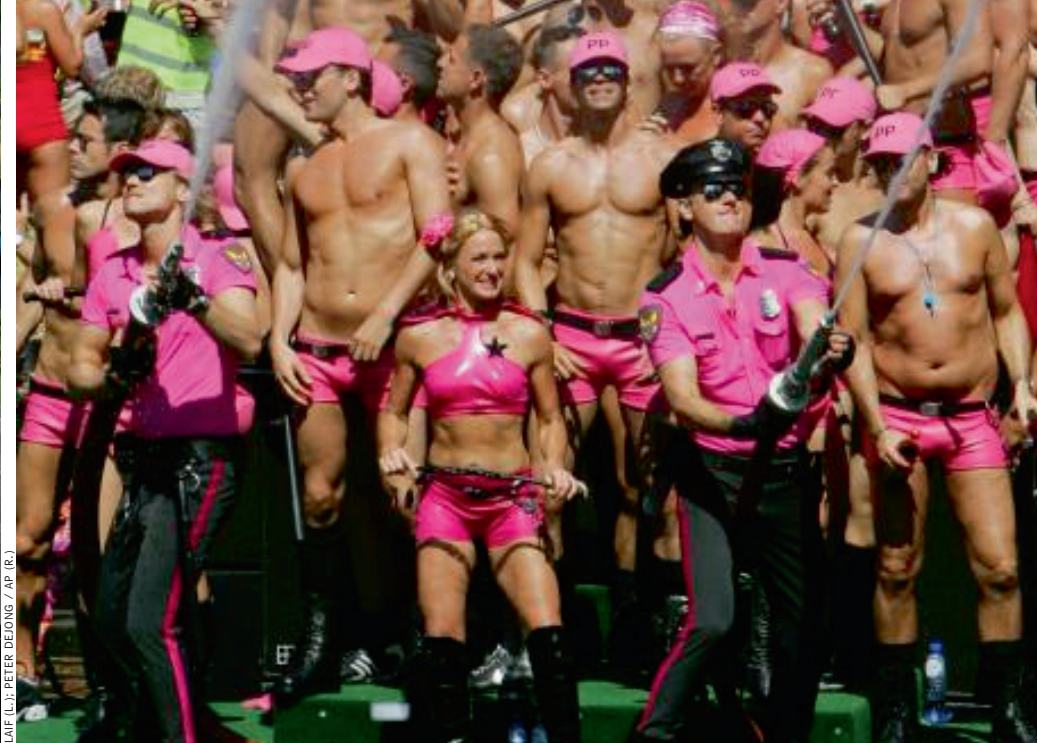


AGE / MAURITIUS IMAGES



## Amsterdam

Einwohner .....	<b>740 000</b>
Bevölkerungszuwachs 197 bis 2004 .....	<b>+5,6 %</b>
BIP pro Kopf 2004 .....	<b>48 000 €</b>
Talentindex – Beschäftigte in wissensintensiven Bereichen ..	<b>47,1 %</b>



LIFE (L.); PETER DEJONG / AP (R.)

**Designerin Westphal, Schwulenparade in Amsterdam (am 4. August):** „Wenn es nicht braust, bin ich auch schon weg“

im Gang, ein Holzkünstler wuchtet die Sägemaschine in seinen Raum. Im Studio des HipHop-Labels wird „geblowt“, eine Haschischfahne wabert durchs Treppenhaus.

In Amsterdam gibt es eine städtische Agentur, das Bureau Broedplaatsen, die leerstehende Gebäude wie das Volkskrant-Haus sucht und den Unterhalt sponsert. 50 Millionen Euro ließ sich die Stadt ihre kreative Entwicklungshilfe bislang kosten. Und sie zahlt sich aus: Von den Werktätigen der rund 740 000 Amsterdamer sind mittlerweile 47,1 Prozent in wissensintensiven Sparten beschäftigt. Die Zuwächse in den einzelnen Sektoren sind beeindruckend. 8000 Menschen arbeiten im Kunstsektor, Dienstleistungen im gesamten kreativen Bereich sorgten für 9000 neue Arbeitsplätze, ein Drittel mehr als im Jahrzehnt zuvor. 12 000 Vollzeitkräfte arbeiten in der Medienbranche, ein Heer von 70 000 Studenten dient als Talentreserve.

Verwalter dieser Zahlen ist Sako Musterd. Der Professor für Soziale Geografie an der Universität von Amsterdam ist der Gegenentwurf zu seinem Forschungsgegenstand, den Kreativen. Er sitzt in einem Büro mit Wänden in blassem Orange, er trägt eine beigefarbene Stoffhose, und der Computer, über den er sich gerade beugt, ist einer jener hässlichen PC, wie sie in einem Interieurstudio noch nicht einmal dem Praktikanten zugemutet würden.

Musterd klickt sich durch ein außergewöhnliches Programm. Mit ein paar Handgriffen zaubert er eine Karte herbei, aus der sich ablesen lässt, wie viele Künstler, Ausländer, Randgruppen oder gleichgeschlechtliche Paare in einem Viertel leben, wie viele Restaurants, Cafés oder Kultureinrichtungen es dort gibt. „Wir können das für Amsterdam bis auf eine Genauigkeit von 50 mal 50 Metern bestimmen“, sagt der penible Akademiker.

Auf dem Monitor wird das Erfolgsgelände Amsterdams sichtbar. Da bilden sich am Hafen violette Quadrate, die für Menschen in Kreativberufen stehen. Viele von ihnen wohnen auf Prinsen-eiland, einer kleinen Insel westlich des Bahnhofs, und auf Java-eiland, einem ehemaligen Hafenkai, wo einst die Segelschiffe mit Gewürzen, Kaffee und Edelmetallen anlandeten.

Heute herrscht dort die Konformität der Kreativen: strenge kubistische Hausfassaden, große Glasfenster und ein Arne-Jacobsen-Stuhl im Wohnzimmer. Java-eiland ist eine fast zwei Kilometer lange Ausstellungssiedlung der jungen niederländischen Architektenzunft. „Objekte wie diese braucht die kreative Stadt der Zukunft“, sagt Musterd. Amsterdam befriedigt die große Nachfrage nach Kaufobjekten dieser Art, indem es sieben Millionen Kubikmeter Sand im Ijmeer, am Süzipfel des Markermeers, aufschüttet. Dort entsteht Ijburg, ein neuer Stadtteil mit noch mehr Design-Ateliers und trendigen Wohnungen.

Musterd klickt sich weiter durch sein Statistikprogramm. Da ist die ethnische Vielfalt Amsterdams: Nahezu die Hälfte aller Einwohner sind keine gebürtigen Niederländer; eine höhere Quote gibt es nur noch in Dubai und Miami. Die ehemaligen Untergebenen der einstigen Kolonialmacht Holland aus Surinam und Indonesien mischen sich mit den Gastarbeitern des ausgehenden Industriezeitalters, den Marokkanern, Türken oder Ägyptern.

Amsterdam galt als Musterbeispiel für die Integrationskraft einer offenen, liberalen Gesellschaft: mit der Freigabe des Marihuanakonsums, der jährlichen Schwulenparade auf den Grachten und der liberalen Einwanderungspolitik. Dieses Modell ist jedoch spätestens seit jenem Novembermorgen des Jahres 2004 gefährdet, als dem Regisseur Theo van Gogh von einem Sohn

maghrebinischer Migranten die Kehle aufgeschlitzt wurde. Der Mord löste eine tiefgehende Krise aus.

Der urbane Geograf in seiner Zahlenwelt kann keine Zäsur erkennen. „Es gibt keinen Stadtteil, in der eine ursprünglich fremde Ethnie mit mehr als einem Drittel vertreten ist“, sagt Musterd mit Blick auf seinen Bildschirm. „Die Integrationskraft ist höher, als man denkt“, behauptet er, „und damit auch die kreative Kraft des Multikulturellen.“

In den sechziger Jahren brachte Amsterdam eine höchst lebendige Hausbesetzerzene hervor. Zunächst „kraakten“ sie verlassene Grachtenhäuser im Zentrum, dann bemächtigten sie sich der riesigen Lagerhäuser und Industriebauten längs des Ij, des großen Flusses nördlich des Hauptbahnhofs. Dann aber lenkte der Wirtschaftsboom den Blick von Immobilieninvestoren und Stadtpolitikern auf die schräge Szene, die da in aufgelassenen Hallen Housepartys feierte und Aktions-theatern zuschaute. Eine Räumungswelle schwappte durch die Kreativ-Biotope. „Die hatten vor, aus Amsterdam eine Museumsstadt mit putzigen Häuschen zu machen“, sagt Eva de Klerk, und es wirkt so, als würde noch nach fast einem Jahrzehnt der Zorn in ihr hochfahren.

De Klerk, 41, war eine Krakerin. Heute herrscht sie über eine Gewerbefläche von mehr als 80 000 Quadratmetern – und bekommt ihr Geld nun nicht mehr vom Sozialamt. Sie ist Gründerin der Stiftung Kinetisch Noord, und die wiederum ist Betreiberin der ehemaligen NDSM-Werft. Das riesige Areal im Norden der Stadt ist zugleich die größte kulturelle Brutstätte der Niederlande, wenn nicht gar Europas.

Eva de Klerk ist so etwas wie die Funktionärin der kreativen Klasse. Sie hält dieses enorme Kulturprojekt auf dem Gelän-

de der 1984 endgültig geschlossenen Werft auf Touren. Gerade führt sie eine Kulturarbeiterin aus Den Haag durch die wichtigen Werfthallen. Die will lernen, wie man so was macht: Kreativmanagerin.

De Klerk war schon in Berlin, Hamburg, Zagreb, in der Tate Gallery in London und hat die Entstehungsgeschichte erzählt. Hausbesitzer wie sie unterschieden sich von ihren Genossen im Ausland durch ihre weniger starre Haltung dem kapitalistischen System gegenüber. Die Stadtpolitiker waren pragmatisch genug, die Initiative der Kraker ernstzunehmen. Man räumte zwar ihre Häuser am Südufer des Liffey, griff aber nicht ein, als sie das NDSM-Gelände besetzten.

Eva de Klerk zerrt an dem mächtigen Stahltor, um die Kulturbeauftragte aus Den Haag in die Halle, das Herzstück der NDSM-Werft, zu führen. Das Ungetüm aus Stahl, Glas und Backstein umschließt einen zweistöckigen Block mit Ateliers. Das sieht so aus, als hätte ein Wal eine Makrele verschluckt. Die Räume sind aus bunten Containern, Stahlträgern und Rigipswänden zusammengesetzt. Darin werkt eine Schar Industriedesigner, Theatergruppen, Bildhauer und Grafiker. Gut hundert Ateliers sind es mit rund 200 Kunstschaffenden, und es werden ständig mehr. Der Walbauch hat noch viel Platz.

Ungewöhnliche Dinge vollziehen sich hier gelegentlich. Einmal im Jahr drehen sich feuerspeiende Roboterwesen, die so aussehen, als seien sie für einen Alien-Film entworfen worden. Im Bunker darunter röhrt regelmäßig das Reggae-Soundsystem King Shiloh, und im Fotostudio daneben zuckt eigentlich ständig die Blitzanlage. „Neulich fragte mich ein dunkelhäutiger Mann nach dem Weg dorthin“, sagt de Klerk. Später erfuhr sie: Es war der US-Rap-Star 50 Cent, der Aufnahmen für sein neues Cover machen wollte.

Solche Storys sind nach dem Geschmack der Amsterdamer Stadtbeamten. Wie sie es sehen, mündet die Subkultur allmählich in den Mainstream. Auf dem alten Werftgelände ist vor kurzem der Popmusik-Kanal MTV eingezogen. Er gehört zur sogenannten MediaWharf, einem Ansiedlungsgebiet von vier großen Projektentwicklungsfirmen mit Sitz im gutbürgerlichen Haarlem. ID-TV ist der nächste Medienbetrieb, der Mietverträge unterschrieb, der TV-Konzern Endemol („Big Brother“) soll am Gelände neben der NDSM-Halle interessiert sein. De Klerk macht sich keine Illusionen über ihre neuen Nachbarn.

Sie stellt sich schon den nächsten Klassenkampf in der kreativen Kaste Amsterdams vor. Sie hängt sehr an ihrem Projekt, die Mietverträge mit der Stadt laufen noch rund zwanzig Jahre. „Mir macht es aber auch nichts aus weiterzuziehen“, sagt sie und geht zu ihrem orangefarbenen Fahrrad, das vor dem Werkstor steht.

GERALD TRAUFFETTER

# Dublin

An der Liffey schuf EU-Förderung die Grundlage für das Wirtschaftswunder.

Chris Horn ist der Vizepräsident der Firma Iona Technologies und legt wenig Wert auf ein protziges Büro. Darin stehen ein schlichter heller Schreibtisch und ein paar Bücher, nur ein Foto an der Wand verrät, dass seine Karriere lange schon abgehoben hat – es zeigt eine B-29. „Das ist der Flugzeugtyp, von dem aus 1945 die Atombombe auf Hiroshima abgeworfen wurde“, sagt er. Er flog die Maschine vor ein paar Jahren über Seattle. Boeing gehört zu den Kunden von Iona Technologies.

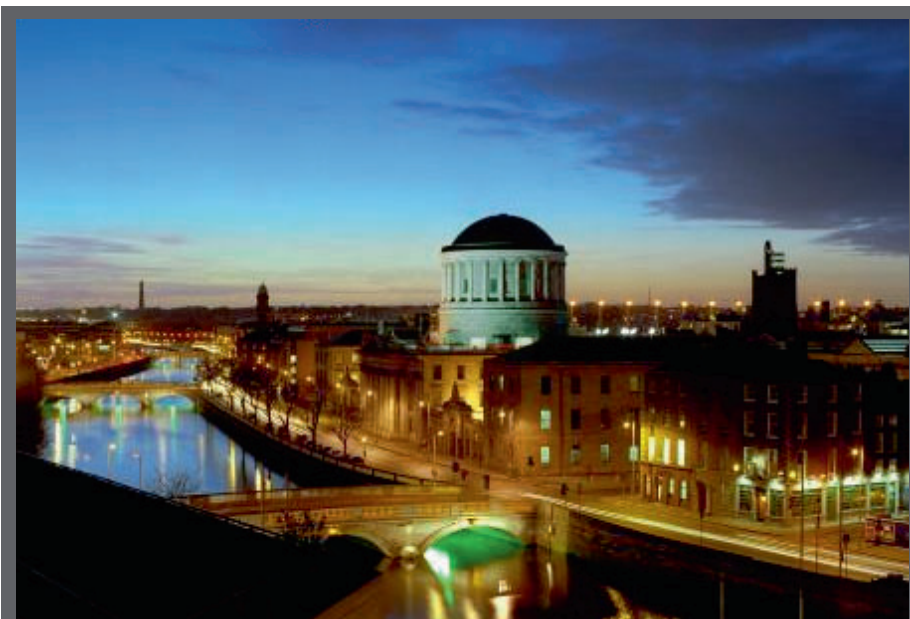
Horns Firma produziert Bausteine, welche die Software anderer Hersteller integrieren und sie miteinander kommunizieren lassen. 370 Angestellte arbeiten für ihn weltweit, 120 davon in der Firmenzentrale in Dublin. Im vergangenen Jahr erwirtschaftete Iona einen Umsatz von 77,8 Millionen Dollar. Zu den illustren Kunden gehören mittlerweile auch Motorola, Nokia und AT&T, Air France, Reuters oder die Lufthansa.

Horn, 50, blond, offener Kragen, gutmütiges Lächeln, ist ein lässiger Vertreter der kreativen Klasse. Er kam als kleiner Junge nach Dublin, als Sohn eines englischen Tennislehrers. Ihm gefällt heute noch besonders gut an der Stadt, dass er, egal wo er sich gerade aufhalten mag, den Schrei der Möwen hören kann, die in der Dublin Bay kreisen.

Iona Technologies schreibt eine der vielen Erfolgsgeschichten in diesem Land, das sich in nur 20 Jahren rasant modernisiert hat: Innerhalb einer Generation entwickelte sich Irland von einem der ärmsten Länder Europas zu dem mit dem zweithöchsten Pro-Kopf-Einkommen in der EU. Kein Wunder, dass der „keltische Tiger“ inzwischen Vorbild ist, vor allem für die neuen EU-Staaten aus Osteuropa.

Dieses moderne Irland besteht im Kern aus Dublin, und nirgends ist die Veränderung besser zu besichtigen als im Hafen der Hauptstadt, wo noch vor 30 Jahren der Hauptexporthafen – Rinder – in die Schiffe getrieben wurde und sich nun die Glas- und Stahlpaläste der Hightech-Unternehmen aneinanderreihen.

Dublin, früher der Inbegriff der „Dirty Old Town“, der schmutzigen alten Stadt, schließt mit seiner Mischung aus frisch geschrubben, restaurierten Ziegelbauten und moderner Architektur auf zu den eu-



## Dublin

Einwohner .....	<b>506 000</b>
Bevölkerungszuwachs 1997 bis 2004 .....	<b>+ 7,0 %</b>
BIP pro Kopf 2004 .....	<b>48 000 €</b>
Talentindex – Beschäftigte in wissensintensiven Bereichen ..	<b>36,9 %</b>

ALAMY.COM