



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT



HELLENIC REPUBLIC

**National and Kapodistrian
University of Athens**

EST. 1837

Πως μπορούν να προωθηθούν καινοτόμες δράσεις
στις πόλεις;

Ένα Εγχειρίδιο για όσους συμμετέχουν στην τοπική
καινοτομία



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΤΠΑ & ΤΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΑΝΕΚ

ΓΓΕΚ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Ομάδες Εργασίας

Ελλάδα

Καθηγητής Νικόλαος-Κομνηνός Χλέπας (Επιστημονικός Υπεύθυνος)

Δρ. Πάνος Κολιασάσης

Αλεξία Τιμοθέου (MSc.)

Εταίρος: Executive Options – Incentive for Global Growth

Γερμανία

Adj. Prof. Dr. Björn Egner (Επιστημονικός Υπεύθυνος)

Prof. Dr. Hubert Heinelt

Prof. Dr. Georgios Terizakis

Max A. Kayser (M.A.), Melina Lehning (M.A.) *Εταίρος*: Rudnick & Partner Consulting

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ*

Πρόλογος	4
Πως μπορούν να προωθηθούν καινοτόμες δράσεις στις πόλεις;	5
Εισαγωγή	
Τι διδάγματα μπορούν να αντληθούν από τις υπό εξέταση πόλεις;	12
Οι υπό έρευνα πόλεις: Βασικά δεδομένα και μερικά διδάγματα που μπορούν να αντληθούν από τις περιπτώσεις αυτές	18
Αθήνα	19
Μπενσχαϊμ (Bensheim)	21
Χανιά	23
Ελευσίνα	25
Φρανκφούρτη (Frankfurt)	27
Καλαμάτα	30
Κάσσελ (Kassel)	33
Λειψία (Leipzig)	35
Όφενμπαχ (Offenbach)	37
Θεσσαλονίκη	39
Σημειώσεις	42

* Η απόδοση του κειμένου στα Ελληνικά έγινε από τον Πάνο Κολιαστάση και την Ελένη Χατζή.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να σας παρουσιάσουμε το παρόν εγχειρίδιο, το οποίο βασίζεται στο ερευνητικό έργο σχετικά με τις «Προϋποθέσεις για Θεσμική και Πολιτισμική Καινοτομία σε Γερμανικές και Ελληνικές Πόλεις» (ερευνητικό πρόγραμμα CICI: Conditions for Institutional and Cultural Innovation in German and Greek Cities). Το εν λόγω έργο είναι αποτέλεσμα της διμερούς Ελληνογερμανικής συνεργασίας στην έρευνα και την καινοτομία.

Το Ελληνογερμανικό Πρόγραμμα Έρευνας και Καινοτομίας περιλαμβάνει έργα συνεργασίας στην εφαρμοσμένη έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία σε ερευνητικά πεδία μείζονος σημασίας και για τις δύο χώρες. Το πρόγραμμα αποσκοπεί στην ενίσχυση της Ελληνογερμανικής συνεργασίας στην επιστήμη και την βιομηχανία καθώς και στην ενίσχυση της ανταλλαγής γνώσεων και τεχνολογίας.

Για την περαιτέρω ενίσχυση της Ελληνογερμανικής Πρωτοβουλίας για Συνεργασία, η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, καθώς και το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Παιδείας και Έρευνας (BMBF) συμφώνησαν για ένα συμπληρωματικό μέτρο χρηματοδότησης για το πρώτο Ελληνογερμανικό ερευνητικό πρόγραμμα του 2013. Για το δεύτερο μέτρο χρηματοδότησης, όπως και για το πρώτο, στόχος είναι να ενισχυθεί το δυναμικό της καινοτομίας και στις δύο χώρες.

Το ερευνητικό έργο CICI χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα «Ανάπτυξη πολιτισμικών και θεσμικών καινοτομιών στη βιομηχανία, το κράτος, τη διοίκηση και την κοινωνία πολιτών», στο πλαίσιο του δεύτερου προγράμματος. Η εν λόγω έρευνα επιχειρεί να απαντήσει στο εξής ερώτημα: *Ποιες είναι οι κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη πολιτισμικών και θεσμικών καινοτομιών στην τοπική αυτοδιοίκηση και την τοπική κοινωνία πολιτών;*

Το ανά χείρας εγχειρίδιο παρουσιάζει αποτελέσματα που απευθύνονται πρωτίστως σε αυτοδιοικητικά στελέχη τα οποία ενδιαφέρονται για καινοτομίες σε τοπικό επίπεδο. Περιλαμβάνει κατευθύνσεις και συστάσεις βασισμένες στην εμπειρία πέντε γερμανικών και πέντε ελληνικών πόλεων, οι οποίες μελετήθηκαν στο πλαίσιο του ερευνητικού έργου.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους όσους συνέβαλαν στο έργο αυτό για την αφοσίωση και τον επαγγελματισμό τους κι ελπίζουμε ότι το παρόν εγχειρίδιο θα προσφέρει στους αναγνώστες του την απαραίτητη έμπνευση για την αποστολή τους και χρήσιμες συμβουλές για το έργο τους στο πεδίο της πράξης.

Δρ. Gisela Helbig

Ομοσπονδιακό Υπουργείο Παιδείας και Έρευνας
Προϊστάμενος Τμήματος «Κοινωνικές Επιστήμες
και Ανθρωπιστικές Επιστήμες»

Δρ. Μαρία Χριστούλα

Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων
Γ. Γραμματεία Έρευνας & Τεχνολογίας
Διευθύντρια της Διεύθυνσης Διεθνούς Συνεργασίας

ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΠΡΩΘΗΘΟΥΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΕ ΠΟΛΕΙΣ

Εισαγωγή

Κάποιες πόλεις καταφέρνουν να προωθούν καινοτόμες δράσεις κι έτσι να ανταποκρίνονται σε προκλήσεις όπως η δημογραφική αλλαγή, η μετανάστευση και η οικονομική αναδιάρθρωση, ενώ άλλες αποτυγχάνουν. Το ερευνητικό έργο «Προϋποθέσεις για Θεσμική και Πολιτισμική Καινοτομία σε Γερμανικές και Ελληνικές πόλεις» επιχειρεί να εξετάσει το πρόβλημα του ελλείμματος καινοτόμων δράσεων καθώς και τρόπους αντιμετώπισής του μέσω της διαπίστωσης των προϋποθέσεων υπό τις οποίες οι πόλεις μπορούν επιτυχημένα να αναπτύξουν καινοτόμες δράσεις. Η διαπίστωση των σχετικών προϋποθέσεων θα επιτευχθεί μέσω της συγκριτικής ανάλυσης πέντε γερμανικών και πέντε ελληνικών πόλεων.

Οι εν λόγω πόλεις επελέγησαν επειδή τόσο οι τοπικές κοινωνίες όσο κι εξωτερικοί παρατηρητές, θεωρούν πως αποτελούν χαρακτηριστικές περιπτώσεις προώθησης επιτυχημένων καινοτόμων δράσεων τόσο σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης όσο και σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας πολιτών. Επικεντρωθήκαμε λοιπόν σε περιπτώσεις πόλεων που διακρίνονται για τις καινοτόμες δράσεις τους.

Στη Γερμανία οι πόλεις αυτές είναι οι εξής:

- Το *Μπένσχαϊμ*, μια μικρή αναπτυσσόμενη πόλη στο νότια Έσση με εταιρείες παγκόσμιας εμβέλειας και έναν πληθυσμό με υψηλό εισόδημα, ο οποίος ασχολείται ιδιαίτερα με πολιτιστικά και κοινωνικά ζητήματα.
- Η *Φρανκφούρτη*, η οποία όχι μόνο εμφανίζει μια ισχυρότατη αναπτυξιακή δυναμική ως οικονομικό κέντρο, αλλά διεκδικεί επιπλέον εδώ και χρόνια την πρωτοπορία σε καινοτόμες δράσεις όπως η πολιτική κατά των ναρκωτικών, η ενσωμάτωση των μεταναστών, η ανάπτυξη και η προστασία των αστικών ζωνών πρασίνου καθώς και η κλιματική πολιτική σε τοπικό επίπεδο.
- Η *Λειψία*, ένα ισχυρό οικονομικά κέντρο, αλλά επίσης και ένα δυναμικό κέντρο της κοινωνίας των πολιτών στην ανατολική Γερμανία.
- Το *Κάσσελ*, το οποίο επέτυχε αξιόλογη οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη στη διάρκεια των τελευταίων τριών δεκαετιών,
- Το *Όφενμπαχ*, μια πόλη η οποία αν και βρίσκεται στην αναπτυσσόμενη περιοχή του κεντρικού Ρήνου, θεωρείται ως μια «προβληματική περίπτωση». Παρόλα αυτά, κατά τα τελευταία χρόνια έχει αξιοποιήσει νέους δρόμους προς την αστική ανάπτυξη.

Στην Ελλάδα, το παρόν ερευνητικό έργο εστιάζει στις εξής πόλεις:

- Την *Αθήνα*, όπου η συνεργασία του Δήμου με την κοινωνία πολιτών και τους ιδιώτες (ιδρύματα, εταιρείες) έχει δημιουργήσει αξιόλογες καινοτομίες και έχει προσφέρει απτά παραδείγματα, με αποτέλεσμα τη βράβευση της πόλης ως «Ευρωπαϊκής Πρωτεύουσας Καινοτομίας» για το 2018,
- Τη *Θεσσαλονίκη*, όπου μια πολυ-πολιτισμική κληρονομιά που στο παρελθόν είχε αγνοηθεί, ενσωματώθηκε με επιτυχία στο αφήγημα της πόλης, οι δεσμοί της οποίας με την πολυπολιτισμική της διασπορά ανανεώθηκαν, και η Θεσσαλονίκη επαναπροσδιορίστηκε ως μια παραδοσιακά κοσμοπολιτική πόλη, προσελκύνοντας τουρισμό, εκδηλώσεις και επιχειρήσεις,
- Τα *Χανιά*, όπου οι καινοτομίες που υιοθετήθηκαν με στόχο την προαγωγή ενός συγκεκριμένου τύπου τουρισμού διαδραματίζουν έναν αρκετά σημαντικό ρόλο,
- Την *Ελευσίνα*, έναν τόπο «πληγωμένο» τόσο από την μόλυνση του περιβάλλοντος όσο και από την αποβιομηχάνιση, ο οποίος περιφρόρησε την κοινωνική συνοχή και διεκδίκησε επιτυχώς τον τίτλο της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας 2021, με στόχο τον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητάς του (rebranding), και
- Η *Καλαμάτα*, όπου η εκτεταμένη καταστροφή της πόλης λόγω του σεισμού υπήρξε η αφετηρία τόσο για τον επανασχεδιασμό της όσο και για την διαμόρφωση μιας ισχυρής παράδοσης πολιτισμικών καινοτομιών.

Μολονότι οι προαναφερόμενες πόλεις επελέγησαν επειδή οι ίδιοι οι τοπικοί «δρώντες» αλλά και εξωτερικοί παρατηρητές τις θεώρησαν ως «επιτυχημένες περιπτώσεις» ως προς την προώθηση καινοτομιών, έχει επίσης διαπιστωθεί ότι ορισμένες καινοτόμες δράσεις δεν συνεχίστηκαν σε βάθος χρόνου. Ως ένα βαθμό αυτό φάνηκε να συμβαίνει πρόσφατα στη Θεσσαλονίκη. Είναι ακόμα γεγονός ότι κάποιες καινοτομίες σε συγκεκριμένους τομείς πολιτικής τελικά δεν εδραιώθηκαν σε ορισμένες πόλεις, μολονότι αντιμετωπίζονταν ως απαραίτητες. Η στεγαστική πολιτική στην Φρανκφούρτη αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα. Από την άλλη πλευρά, υπήρξαν καινοτομίες που ήταν τόσο επιτυχημένες ώστε να αποτελέσουν καταλύτες για αστική ανάπτυξη. Από την οπτική γωνία των τοπικών «δρώντων», αυτό είναι κάτι που καθιστά τις καινοτομίες απαραίτητες, χωρίς όμως να έχει υπάρξει ακόμη συναίνεση αναφορικά με το ποιες ακριβώς είναι οι πλέον κατάλληλες για την πόλη. Η Λειψία είναι ένα τέτοιο παράδειγμα. Τέλος, κάποιες από τις υπό έρευνα πόλεις χαρακτηρίζονταν από έλλειμμα καινοτομίας στο παρελθόν, αλλά έχουν πλέον καταφέρει να αναπτύξουν αξιοσημείωτες καινοτόμες δράσεις.

Τέτοιες περιπτώσεις είναι η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη, το Κάσσελ και το Όφενμπαχ. Κατά συνέπεια, μελετήσαμε όχι μόνο περιπτώσεις επιτυχημένων καινοτόμων δράσεων αλλά και περιπτώσεις που περιλάμβαναν αποτυχίες.

Δεδομένου ότι οι παρατηρούμενες διαφορές εντοπίζονται όχι μόνο ανάμεσα σε γερμανικές κι ελληνικές πόλεις αλλά και μεταξύ των πόλεων στο εσωτερικό κάθε χώρας, είναι λογικό να μην προσδιορίσουμε την καινοτομία σε ένα αφηρημένο και γενικό επίπεδο. Αντιθέτως, ο ορισμός που χρησιμοποιείται σε αυτήν την έρευνα αναφέρεται πολύ συγκεκριμένα στο τι γίνεται αντιληπτό ως «καινοτομία» στις υπό έρευνα πόλεις (και πιθανώς στο γερμανικό ή το ελληνικό πλαίσιο).

Το γεγονός ότι η προσέγγιση αυτή είναι εύλογη, αναδεικνύεται από το παράδειγμα των ενώσεων που έχουν γίνει γνωστές στην Γερμανία από το 1980 με την ονομασία Bürgerhilfe «δημοτική αλληλοβοήθεια» (ή όπως αναφέρεται στην ακαδημαϊκή ορολογία ως ‘Tauschringe’ ή ‘Kooperationsringe’, δηλαδή δίκτυα ανταλλαγών ή συνεργασίας).¹ Σε αυτές τις ενώσεις, η βοήθεια που προσφέρεται σε άλλους «πιστώνεται» σε ώρες, οι οποίες μπορούν να εξοφληθούν για αντίστοιχη βοήθεια από άλλα μέλη της ένωσης, εάν αυτό είναι αναγκαίο. Στην Ελλάδα, παρόμοιες δομές αμοιβαίας εξυπηρέτησης έχουν αναπτυχθεί σε αρκετές πόλεις ιδίως μετά την οικονομική κρίση, υπό την ονομασία «τράπεζες χρόνου» και θεωρούνται καινοτόμες δράσεις στην Ελλάδα.

Η εννοιολόγηση κατ’ αυτόν τον τρόπο του όρου «καινοτομία» σημαίνει ότι το ιδιαίτερο νόημα που έχει αναδυθεί στο πλαίσιο της δεδομένης περίπτωσης (πόλης ή χώρας) λαμβάνεται σοβαρά υπόψιν. Η εννοιολόγηση του τι έχει γίνει αντιληπτό ως καινοτομία φαινόταν σημαντική σε εμάς και για έναν ακόμη λόγο - επειδή συμβάδιζε με μια συγκεκριμένη προσέγγιση για την κατανόηση των διαφορών που εμφανίζουν οι καινοτομίες στις υπό έρευνα πόλεις.

Προκειμένου να προσδιοριστεί η προσέγγιση αυτή, ας αρχίσουμε με τις ακόλουθες σκέψεις (σύμφωνα με την ορολογία της Νομπελίστριας Έλινορ Όστρομ): όταν οι «δρώντες» (actors) πρέπει να αποφασίσουν ποιες καινοτομίες είναι πραγματοποιήσιμες και τότε, βρίσκονται σε μια «κατάσταση δράσης» (action situation). Αυτή δεν εντοπίζεται γενικά «κάπου», αλλά σε μια συγκεκριμένη «αρένα δράσης» (action arena) η οποία είναι ενταγμένη σε συγκεκριμένες συνθήκες που την πλαισιώνουν. Αυτές οι συνθήκες μπορεί να διαφοροποιούνται από συγκεκριμένα «χαρακτηριστικά του φυσικού κόσμου» (attributes of the physical world) (π.χ. το φυσικό περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένης των τεχνικών υποδομών), ορισμένα «χαρακτηριστικά της κοινότητας» (attributes of the community) (π.χ. η κοινωνική διάρθρωση της τοπικής κοινωνίας και η συμπεριφορά της) κι επίσης από θεσμικούς κανόνες (rules in use). Το τελευταίο μπορεί, για παράδειγμα, να αναφέρεται στις σχέσεις

¹ Claus Offe and Rolf G. Heinze: Organisierte Eigenarbeit. Das Modell Kooperationsring. Frankfurt: Campus 1990; revised and shortened English version: Beyond Employment. Time, Work and the Informal Economy. Cambridge: Polity Press 1992.

ισχύος στο εσωτερικό ενός δήμου (τη σχέση μεταξύ δημάρχου και δημοτικού συμβουλίου) καθώς και τη σχέση του δήμου με τα ανώτερα επίπεδα διακυβέρνησης (περιφέρεια, κεντρική κυβέρνηση).

Ωστόσο, οι συνθήκες αυτές δεν έχουν άμεση επίδραση στους δρώντες που πρέπει να λάβουν αποφάσεις σε μια «κατάσταση δράσης» - τουλάχιστον όχι με την μηχανική έννοια του όρου, σαν να κινούνται δηλαδή οι δρώντες ως μαριονέτες που είναι δέσμιες και καθοδηγούνται από αυτές τις συνθήκες. Αντιθέτως, οι δρώντες πρέπει να κατανοήσουν τις διαθέσιμες δυνατότητες για δράση -για παράδειγμα, όσον αφορά ορισμένες καινοτομίες- που τους προσφέρουν οι σχετικές συνθήκες. Φυσικά, αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί από κάθε δρώντα ξεχωριστά, αλλά οι πολιτικές αποφάσεις απαιτούν διαδικασίες κατανόησης ή νοηματοδότησης (sense-making) μεταξύ των ανθρώπων που καλούνται να τις λάβουν. Κατά συνέπεια, η επικοινωνιακή αλληλεπίδραση είναι απαραίτητη, γεγονός που οδηγεί στον από κοινού προσδιορισμό των δυνατοτήτων και των ορίων δράσης που προκύπτουν από τις συνθήκες. Φυσικά, η επισήμανση ότι οι δρώντες οφείλουν να κατανοήσουν τι μπορεί να επιτευχθεί συλλογικά στο πλαίσιο των δεδομένων συνθηκών δεν σημαίνει ότι όλα είναι εφικτό να πραγματοποιηθούν σε κάθε περίπτωση. Οι συγκεκριμένες συνθήκες περιορίζουν τις επιλογές για δράση. Ωστόσο, υπάρχει συνήθως πληθώρα επιλογών και όχι μόνο μία επιλογή (ή προοπτική δράσης). Φυσικά, οι αποφάσεις σχετικά με τις καινοτομίες δεν αποτελούν εξαίρεση.

Επομένως, δεν είναι μόνο η σύγκριση μεταξύ των εντελώς διαφορετικών περιπτώσεων των γερμανικών και ελληνικών πόλεων που καθιστά σκόπιμο να μην ορίζεται η καινοτομία με αφηρημένο τρόπο. Είναι επίσης εύλογο να εντάξουμε τον ορισμό της καινοτομίας σε ένα πλαίσιο λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη την έννοια (νόημα) των καινοτομιών όπως αυτή έχει προκύψει στο πλαίσιο μιας συγκεκριμένης περίπτωσης.

Χρησιμοποιώντας το παράδειγμα των υπό μελέτη πόλεων, η παρούσα έρευνα εξετάζει εμπειρικά την επικοινωνιακή αλληλεπίδραση που έχει οδηγήσει στην κατανόηση, αν όχι της ανάγκης, σίγουρα της δυνατότητας προώθησης ορισμένων καινοτομιών και, βάσει αυτού, της εφαρμογής τους. Η εμπειρική μελέτη των περιπτώσεων βασίζεται σε συνεντεύξεις με τοπικούς δρώντες και την ανάλυση κειμένων από τοπικές εφημερίδες και άλλα έγγραφα πολιτικής (policy documents) που προέρχονται από την πολιτική διαδικασία σε τοπικό επίπεδο (π.χ. πρακτικά συνεδριάσεων του δημοτικού συμβουλίου).

Μας ενδιαφέρουν ιδιαίτερα οι επικοινωνιακοί μηχανισμοί που χρησιμοποιούνται τακτικά (ή τουλάχιστον αρκετά συχνά) σε αυτές τις επικοινωνιακές αλληλεπιδράσεις.

- Ένα παράδειγμα επικοινωνιακών μηχανισμών είναι η *σύγκριση με άλλες πόλεις* που προκύπτει συχνά σε συζητήσεις, και η οποία μπορεί να οδηγήσει στην μίμηση, αντιγραφή και υπέρβαση των καινοτομιών που παρατηρούνται σε αυτές τις πόλεις -ή ακόμα και στην απόρριψή τους- ακολουθώντας το σύνθημα: «Δεν θα κάνουμε ποτέ κάτι σαν αυτό!».

- Ένας άλλος επικοινωνιακός μηχανισμός τίθεται σε λειτουργία όταν οι δρώντες προσπαθούν να βρουν ένα σημείο αναφοράς (*reference point*) για μελλοντικές δραστηριότητες (στην περίπτωσή μας: καινοτομίες). Αυτό μπορεί να γίνει με αναφορά σε αναγνωρισμένους ειδικούς, αλλά και (σε ευρύτερη βάση) με ανταλλαγή απόψεων στην πόλη, από την οποία προκύπτει ότι μια συγκεκριμένη ιδέα του τι είναι εφικτό και επιθυμητό αναδεικνύεται ως κυρίαρχη.
- Εφόσον καθοριστεί ένα τέτοιο σημείο αναφοράς για μελλοντικές δραστηριότητες ή μια ορισμένη ιδέα του τι είναι εφικτό και επιθυμητό, τότε μπορεί να αναφερθεί στο πλαίσιο της επικοινωνιακής αλληλεπίδρασης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την επικοινωνιακή πλαισίωση (*framing*) των (αλληλεπι)δράσεων. Αυτός ο ευρέως διαδεδομένος επικοινωνιακός μηχανισμός είναι συχνά πολύ αποτελεσματικός στην αντιμετώπιση των αντιφάσεων που προκύπτουν σε συγκεκριμένες καταστάσεις - για παράδειγμα, επισημαίνοντας ότι κάτι έχει αποσαφηνιστεί εδώ και πολύ καιρό και συνεπώς δεν είναι κατανοητό γιατί πρέπει να ενεργοποιηθούν εκ νέου οι συζητήσεις σχετικά με ζητήματα που έχουν ήδη διευκρινιστεί.
- Αυτό καθίσταται ακόμη πιο σαφές όσον αφορά τον επικοινωνιακό μηχανισμό ανοσοποίησης (*immunization*). Με τη χρήση αυτού του μηχανισμού, προστατεύεται (ανοσοποιείται) από άλλες ιδέες, η κυρίαρχη αντίληψη για το τι μπορεί να επιτευχθεί και να πραγματοποιηθεί. Ειδικότερα στην περίπτωση των καινοτομιών, αυτό συμβαίνει συχνά μέσω αναφορών σε μια καινοτομία η οποία λογίζεται ως πρωτοποριακή και η οποία δεν πρέπει να αμφισβητείται. Το ίδιο αποτελεσματική όσον αφορά την 'ανοσοποίηση' των ανεπτυγμένων (καινοτόμων) έργων μπορεί να είναι μια εξίσου αδιαμφισβήτητη αναφορά στις επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι στιγμής για τον ίδιο σκοπό. Επιπλέον, μια συνήθης καινοτόμα πρακτική μπορεί να ανοσοποιηθεί από το γεγονός ότι άλλες καινοτομίες (δεδομένης της δημοσιονομικής κατάστασης) δεν είναι οικονομικά εφικτές.
- Τέλος, ο επαναπροσδιορισμός ή αλλιώς η μετονομασία (*issue relabeling*) των μέτρων αντιπροσωπεύει έναν ακόμη επικοινωνιακό μηχανισμό. Ο εν λόγω μηχανισμός βασίζεται στην επισήμανση ότι μια δραστηριότητα που στην πραγματικότητα έχει ελάχιστη ή καθόλου σχέση με ήδη καθιερωμένες καινοτομίες συμβάλλει σε αυτές τις καινοτομίες. Αυτό ισχύει, για παράδειγμα, για πολιτιστικές δραστηριότητες ή ιδρύματα τα οποία (ως "ήπιοι" παράγοντες σε μια τοποθεσία) συμβάλλουν στον καινοτόμο προσανατολισμό της ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας. Το ίδιο μπορεί να ισχύει και για τους παιδικούς σταθμούς, οι οποίοι συμβάλλουν στο να καταστεί μια πόλη ελκυστική για τις νέες οικογένειες ατόμων υψηλής μόρφωσης και ως εκ τούτου για εργατικό δυναμικό που χρειάζονται οι καινοτόμες τοπικές εταιρείες.

Ωστόσο, αυτοί οι επικοινωνιακοί μηχανισμοί δεν μπορούν να εφαρμοστούν εύκολα σε κάθε πόλη - ακόμη και αν έχουν αποδειχθεί επιτυχείς στην εδραίωση μιας καινοτομίας αλλού. Αντιθέτως, κομβικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι αυτοί οι μηχανισμοί πρέπει να συνδέονται με τα κυρίαρχα τοπικά αφηγήματα της πόλης στην οποία αναφέρονται. Τα αφηγήματά αυτά εκφράζουν μια συγκεκριμένη εικόνα της πόλης ή των κατοίκων της - και συνεπώς μια ουσιαστική πτυχή της τοπικής ταυτότητας. Για να είναι πειστικό ένα τέτοιο αφήγημα (τουλάχιστον για εκείνους που το εξιστορούν μεταξύ τους), πρέπει να χαρακτηρίζεται από μια συγκεκριμένη ιστορία/πλοκή (story line). Μια πλοκή προκύπτει από την τοπική έκφραση αφηγηματικών μοτίβων όπως εκείνων που είναι εγγενή σε αφηγήματα. Τα ακόλουθα αφηγηματικά μοτίβα εμφανίζονται συχνά (σύμφωνα με τις δικές μας εμπειρικές μελέτες):

- τα αφηγήματα καθίστανται περισσότερο πειστικά όταν το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον συνδέονται μεταξύ τους. Συγκεκριμένα: Οι τρέχουσες δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου στόχου στο μέλλον είναι πειστικές αν μπορεί να επισημανθεί ότι οι ίδιες ή παρόμοιες έχουν ήδη λειτουργήσει στην πόλη κατά το παρελθόν - ή αν πάντα λειτουργούσαν κατ' αυτόν τον τρόπο. Τα παραδείγματα που παρουσιάζονται παρακάτω για τη Λειψία, τη Θεσσαλονίκη και το Όφενπαχ το αποδεικνύουν.
- Κάθε ιστορία χρειάζεται και «κακούς» χαρακτήρες και «ήρωες» - ή τουλάχιστον μια εξήγηση του γιατί υπάρχουν προβλήματα που κάποιος ή κάτι έχει προκαλέσει, αλλά και που κάποιος άλλος μπορεί να λύσει. Αν οι ιστορίες μιλούν μόνο για τα προβλήματα και τις αιτίες τους, αλλά όχι για τις προοπτικές επίλυσής τους, τότε δεν υπάρχει καινοτομία. Στην καλύτερη περίπτωση, υπάρχει μια απαθής αναμονή για τη «μεγάλη έκρηξη» ή τον ερχομό του «λευκού ιπότη» για να αντιστραφούν τα πάντα προς το καλύτερο. Όσοι θεωρούνται ικανοί να ξεκινήσουν καινοτομίες και να προχωρήσουν προς τα εμπρός, δύνανται - ανάλογα με την ερμηνεία που δίνεται στην εκάστοτε πόλη- να είναι τοπικοί ηγέτες, «μια συμμαχία ανθρώπων που φέρνουν την δουλειά τους σε πέρας» ή ευρύτερα ενεργοί πολίτες. Το παράδειγμα της Αθήνας που ακολουθεί αναδεικνύει αυτόν τον ισχυρισμό.
- Τα αφηγήματα τροφοδοτούνται από τη διάκριση μεταξύ του «εμείς» και του «αυτοί». Η διάκριση μεταξύ «εμείς» και «αυτοί» εντός μιας τοπικής κοινότητας συχνά οδηγεί σε συγκρούσεις και εμπόδια για ανάληψη δράσεων, που συνήθως είναι επιζήμιες για την εφαρμογή μιας καινοτομίας. Ωστόσο, ευνοϊκότερη για την καινοτομία, η οποία σε μια πόλη θεωρείται πρωταρχικά και με συνέπεια ως μια βελτίωση, είναι μια διαδεδομένη αντίληψη ότι οι άνθρωποι πρέπει να σταθούν ενωμένοι ως τοπικοί παράγοντες ή ως τοπική κοινότητα προκειμένου να επιτύχουν βελτιώσεις μέσω ενός νέου εγχειρήματος. Αυτό σημαίνει ότι μια πόλη ως «εμείς» πρέπει να έρχεται σε αντίθεση με τους άλλους ως «αυτοί» (όπως τα ανώτερα επίπεδα διακυβέρνησης ή άλλες πόλεις).

Αν και η αποτελεσματικότητα των επικοινωνιακών μηχανισμών που περιγράφονται παραπάνω εξαρτάται από την προσαρμογή τους στα τοπικά χαρακτηριστικά των προαναφερθέντων αφηγηματικών μοτίβων, η επιδέξια χρήση των μηχανισμών επικοινωνίας (π.χ. η αναφορά σε άλλους και στις επιτυχίες τους) μπορεί επίσης να σπάσει καθιερωμένα αφηγήματα που εκφράζουν μια συγκεκριμένη εικόνα της πόλης ή των κατοίκων της - προκειμένου να αναγνωρισθεί, να κινητοποιηθεί και να σταθεροποιηθεί η προοπτική για καινοτομία. Αυτό είναι το κεντρικό μέλημα του ερευνητικού μας προγράμματος.

ΤΙ ΔΙΔΑΓΜΑΤΑ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΝΤΛΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΣ ΥΠΟ ΕΞΕΤΑΣΗ ΠΟΛΕΙΣ;

Στις ενότητες που ακολουθούν δεν είναι δυνατόν να υπεισέλθουμε σε όλες τις πτυχές του τι θα μπορούσε να αντληθεί ως δίδαγμα από τις πόλεις που μελετήθηκαν. Αντίθετα, ένα μόνο ενδιαφέρον παράδειγμα από καθεμία από τις πόλεις αναλύεται και παρουσιάζεται εν συντομία σε αυτή την ενότητα. Στην τελευταία ενότητα, σημαντικές λεπτομέρειες για κάθε παράδειγμα παρατίθενται σε δύο μόνο σελίδες – εν μέρει με τη μορφή χαρακτηριστικών δηλώσεων από τοπικούς δρώντες. Η τελευταία ενότητα περιέχει επίσης βασικά στοιχεία για τις πόλεις καθώς και πληροφορίες για τα άτομα ή τους φορείς με τους οποίους κάποιος μπορεί να έρθει σε επικοινωνία για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με το παράδειγμα της αντίστοιχης τοπικής καινοτομίας.

Ωστόσο, προτού αναφερθούν τα παραδείγματα που παρουσιάστηκαν στις εννοιολογικές παρατηρήσεις που αναπτύσσονται παραπάνω, θα δοθεί μια σύντομη εξήγηση για το τι σχεδιάστηκε για κάθε πόλη στο πλαίσιο των *σχεδιασμών των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν συζητήσεις για καινοτομίες*. Επειδή αυτό που θεωρείται ως μια εφικτή και ουσιαστική καινοτομία σε μια πόλη είναι αποτέλεσμα συγκρούσεων για τις ιδέες στην τοπική κοινότητα, είναι σημαντικό να προσδιοριστούν τα κυρίαρχα τοπικά αφηγήματα που επηρεάζουν αυτές τις συγκρούσεις. Αυτό ισχύει όχι μόνο για (εξωτερικούς) ερευνητές που θέλουν να εξηγήσουν γιατί έχουν επικρατήσει συγκεκριμένες καινοτομίες σε μια συγκεκριμένη πόλη και όχι σε άλλες, αλλά είναι ιδιαίτερα σημαντικό και για τους ίδιους τους τοπικούς παράγοντες που πρέπει να γνωρίζουν τι πρέπει να ειπωθεί και πώς, προκειμένου να γίνουν αποδεκτές οι ιδέες τους. Οι επιτυχημένοι παράγοντες -ιδίως οι πολιτικοί- είτε το γνωρίζουν είτε το κάνουν διαισθητικά. Και οι εξωτερικοί παρατηρητές που επιθυμούν να συμμετάσχουν επιτυχώς σε τοπικές αντιπαραθέσεις για ιδέες πρέπει πρώτα να ακούσουν προσεκτικά και να μάθουν τι πρέπει να ειπωθεί και πώς να το πουν, προκειμένου να γίνει κατανοητό και αποδεκτό. Για το λόγο αυτό, ξεκινήσαμε την παρουσίαση κάθε παραδείγματος με τα «σχέδια κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τη συζήτηση για την καινοτομία» στην πόλη από την οποία προέρχεται το αντίστοιχο παράδειγμα.

Για το Μπένσχαϊμ, αυτό σημαίνει ότι η ερώτηση «πώς μπορείτε να γίνετε ένα ελκυστικό «μέρος για προσκόλληση» (sticky place) όπου μπορεί κάποιος να βρει εγκαταστάσεις παγκόσμιων εταιρειών, όπως τα κεντρικά γραφεία της Suzuki στην Ευρώπη, της TE Connectivity και της Dentsply Sirona;» μπορεί να απαντηθεί μόνο στο πλαίσιο ότι άνθρωποι (ντόπιοι καθώς και ορισμένοι εξωτερικοί που σχετίζονται με την ανάπτυξη της πόλης) είναι πεπεισμένοι ότι το Μπένσχαϊμ είναι και πρέπει να παραμείνει μια οικονομικά εύπορη πόλη, όπου οι άνθρωποι αισθάνονται σαν στο σπίτι τους. Αυτή η κυρίαρχη ιδέα, που αναπαράγεται από το τοπικό αφήγημα της πόλης, έχει οδηγήσει στην πεποίθηση ότι ο δήμος πρέπει να είναι ενεργός ιδιοκτήτης ακίνητης περιουσίας προκειμένου να μπορεί να πουλάει ακίνητα σε εταιρείες μόνο σύμφωνα με σαφείς κανόνες που θεσπίζονται από

πολιτικές αποφάσεις. Επιπλέον, στο δημοτικό επιχειρηματικό πάρκο, ως ενεργός ιδιοκτήτης ακινήτων, ο δήμος ήταν επίσης σε θέση να προσφέρει στις εταιρείες αυτά που δεν μπορούσαν να αναπτύξουν από μόνες τους - όπως εγκαταστάσεις ημερήσιας φροντίδας για παιδιά, κέντρα άθλησης ή ξενοδοχεία.

Το ίδιο δίδαγμα μπορεί να αντληθεί και από την περίπτωση των Χανίων. Για να απαντήσουμε στην ερώτηση, «πώς μπορούν να διατηρηθούν τα χαρακτηριστικά της πόλης και να διασφαλιστεί ότι τα μικρά ξενοδοχεία θα κυριαρχούν (από άνετα αλλά απλά έως ακριβά «πολυτελή» ξενοδοχεία σε πρώην αρχοντικά) - αντί για μεγάλα ξενοδοχεία όπως συμβαίνει σε γειτονικές πόλεις;» έχει ζωτική σημασία να αναπτυχθεί και να αναπαραχθεί ένα κυρίαρχο τοπικό αφήγημα, τονίζοντας ότι είναι σημαντικό να βελτιωθούν οι συνθήκες διαβίωσης και να διατηρηθεί το παλαιό κέντρο της πόλης άθικτο, διότι αυτό θα διασφαλίσει την ελκυστικότητά της για τους τουρίστες και, ως εκ τούτου, θα παρέχει την οικονομική βάση για την ευημερία όλων των κατοίκων. Και προκειμένου να διατηρηθούν τα χαρακτηριστικά της πόλης (ως «σταυροδρόμι πολιτισμών»), θεσπίστηκε ένα σύστημα διαχείρισης της κυκλοφορίας, το οποίο κατέστησε δυνατή την απομάκρυνση της κυκλοφορίας αυτοκινήτων από την Παλαιά Πόλη και τη δημιουργία εκτεταμένων πεζόδρομων σε αυτήν. Βάσει αυτής της κοινής αντίληψης ως προς το τι έπρεπε να γίνει για την ευημερία όλων των κατοίκων, ο δήμος μπόρεσε επίσης να βελτιώσει την εικόνα της πόλης όσον αφορά την καθαριότητα αλλά και ως πρωτοπόρος σε περιβαλλοντικά ζητήματα, δημιουργώντας ένα σύστημα ανακύκλωσης.

Η Λειψία αποτελεί μια περίπτωση η οποία όχι μόνο δείχνει πόσο η έντονη εστίαση του ενδιαφέροντος στο τοπικό αφήγημα συνέβαλε στη δημιουργία ενός αφηγήματος, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο το αφήγημα αυτό αξιοποιήθηκε ενεργά. Το κυρίαρχο τοπικό αφήγημα επικεντρώνεται στην έννοια της «ελευθερίας της Λειψίας» (Leipziger Freiheit) και στην εικόνα μιας πόλης «cool παιδιών» (cool kid town). Στην έννοια της ελευθερίας της Λειψίας, το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον συνδέονται στενά - όχι μόνο όσον αφορά τη μακρά ιστορία ενός κοσμοπολίτικου αστικού κέντρου εμπορίου, αλλά και με τον ρόλο της πόλης στην «ειρηνική επανάσταση» του 1989 και στο πειραματικό κοινωνικό και πολιτικό κλίμα της περιόδου που ακολούθησε. Η εικόνα της πόλης που σχετίζεται με την έννοια αυτή χρησιμοποιήθηκε σκόπιμα όχι μόνο στην προβολή και προώθηση (city marketing) της Λειψίας μέχρι το 2017, αλλά και στο πλαίσιο της πρόσφατης καινοτόμου στεγαστικής πολιτικής του Δήμου.

Η Καλαμάτα είναι μια ακόμα περίπτωση όπου χρησιμοποιήθηκε ενεργά ένα κυρίαρχο τοπικό αφήγημα. Το αφήγημα αυτό δημιουργήθηκε τη δεκαετία του 1980, μετά την επιτυχή ανταπόκριση του δήμου σε έναν καταστροφικό σεισμό που προσέγκυσε την προσοχή σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Η σχεδόν ξεχασμένη επαρχιακή πόλη επωφελήθηκε αυτής της θετικής δημοσιότητας για να εφαρμόσει μια δυναμική και καινοτόμο πολιτιστική πολιτική και να αποκτήσει μια θέση στον κύκλο των πόλεων που διοργανώνουν διεθνή φεστιβάλ. Μετά από μια διεθνώς προσανατολισμένη, συμμετοχική και χωρίς αποκλεισμούς πολιτιστική πολιτική, η πόλη κατάφερε να αυτοπροσδιοριστεί ως έπαλξη του σύγχρονου ευρωπαϊκού πολιτισμού. Το στοιχείο αυτό χρησιμοποιήθηκε για την προώθηση του τουρισμού και των υψηλής ποιότητας τοπικών προϊόντων και επιπλέον,

διαμόρφωσε την κύρια επιχειρηματολογία για την προσπάθεια της Καλαμάτας να κερδίσει τον τίτλο της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης για το 2021.

Ωστόσο, δεν πρόκειται μόνο για κυρίαρχα τοπικά αφηγήματα των οποίων οι βασικές ιστορίες και ιδέες μπορούν να αξιοποιηθούν στρατηγικά σκόπιμα για την προώθηση καινοτόμων πολιτικών. Ένα κυρίαρχο τοπικό αφήγημα, καθώς και η βασική του έννοια, μπορούν επίσης να αλλάξουν σκόπιμα προκειμένου να προωθηθεί η καινοτομία. Αυτό αποδεικνύεται από το Offenbach το οποίο ήταν και εξακολουθεί να είναι γνωστό ως το «προβληματικό παιδί» ή το «νησί φτώχειας» της οικονομικά ακμάζουσας περιοχής Ρήνου-Μάιν γύρω από τη Φρανκφούρτη. Τα περισσότερα από τα κοινωνικά προβλήματα της πόλης σχετίζονται με το γεγονός πως το Όφενμπαχ διατηρεί το υψηλότερο ποσοστό (περίπου 62%) κατοίκων με μεταναστευτικό υπόβαθρο στη Γερμανία. Το ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι το Όφενμπαχ κατάφερε να μετατρέψει την αρνητική εικόνα μιας μεταναστευτικής πόλης σε θετική - δηλαδή σε μια «πόλη άφιξης» (arrival city). Η έμφαση που δίνεται στα κυρίαρχα τοπικά αφηγήματα για τη λήψη αποφάσεων όσον αφορά την καινοτομία μπορεί να συνοψιστεί ως εξής: Το Όφενμπαχ μπορεί να μην είναι τέλειο, αλλά η πόλη επιτελεί έναν καίριο ρόλο εντός της μητροπολιτικής περιοχής του Ρήνου-Μέιν: ως «πόλη άφιξης» [η είσοδος και το σημείο εκκίνησης για την ένταξη στην περιοχή, αν όχι σε ολόκληρη την Γερμανία], το Όφενμπαχ είναι σχεδόν «μια χαρά». Ωστόσο, η πλοκή του αφηγήματος χρειάζεται όχι μόνο να είναι αυθεντική και να ταιριάζει με τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά της πόλης, αλλά και να υποστηρίζεται από αντίστοιχα αποτελέσματα. Και τέτοια αποτελέσματα μπορούν να επιτευχθούν μέσω της καινοτομίας. Κατά συνέπεια, το Όφενμπαχ αναγνωρίζεται ως πρωτοπόρο στην ενσωμάτωση των μεταναστών, στην τοπική πολιτική για την αγορά εργασίας και στις διοικητικές μεταρρυθμίσεις. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι η μεταμορφωμένη εικόνα του Όφενμπαχ σε «πόλη άφιξης» κατέστη επίσης δυνατή από τη σύνδεσή της με το παρελθόν της πόλης, καθώς το Όφενμπαχ καλωσόριζε μετανάστες και πρόσφυγες που αναζητούν ένα μέρος για να ζήσουν και να εργαστούν από το 17ο αιώνα, όταν οι πρώτοι Ουγενότοι εγκαταστάθηκαν εκεί και κατέστησαν την πόλη ένα βασικό κέντρο της βιομηχανίας δέρματος στη Γερμανία.

Η πόλη της Ελευσίνας στα περίχωρα της Αθήνας είχε ένα λαμπρό παρελθόν ως ένα σημαντικό πολιτιστικό και θρησκευτικό κέντρο στην αρχαιότητα, αλλά μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο έγινε σύμβολο έντονης εκβιομηχάνισης κι εκτεταμένης περιβαλλοντικής καταστροφής. Η Ελευσίνα έχει περιγραφεί στην Ελλάδα ως «το πληγωμένο παιδί του 20ού αιώνα», το οποίο αντιμετώπισε την αποβιομηχάνιση, την υψηλή ανεργία και φτώχεια ακόμα και πριν από την οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008. Ωστόσο, η πόλη υιοθέτησε μια καινοτόμο προσέγγιση για την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και της προστασίας του περιβάλλοντος μέσω της ανοικτής συνεργασίας και της δικτύωσης τόσο με ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και με την τοπική κοινωνία πολιτών. Επιπλέον, προσπάθησε να μετατραπεί σε μια πόλη που προωθεί τις υπηρεσίες και την πολιτιστική ανάπτυξη και τελικά κατάφερε να ανακηρυχθεί Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2021.

Κατά παρόμοιο τρόπο, το Κάσσελ μπόρεσε να βελτιώσει την εικόνα του μέσω δύο συμπληρωματικών ιστορικών στοιχείων. Από τη μια δημιουργήθηκε ένα νέο αφήγημα στο οποίο το Κάσσελ εμφανίζεται ως μια συχνά υποτιμημένη πόλη γεμάτη ποικιλία και έντονες αντιθέσεις, η οποία αξίζει την προσοχή κι έχει πολλά να προσφέρει. Από την άλλη πλευρά, το αφήγημα που κυριαρχεί πλέον στην πόλη τονίζει ότι τα δίκτυα διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην ανάπτυξή της. Αυτό επιτρέπει όχι μόνο σε εξωτερικούς παρατηρητές (συμπεριλαμβανομένων ερευνητών που εξετάζουν την ανάπτυξη της πόλης) αλλά κυρίως σε τοπικούς παράγοντες να βρουν απαντήσεις στο ερώτημα: «Πώς είναι δυνατόν μια πόλη που βρίσκεται στο περιθώριο να αναγεννιέται ως 'φοίνικας από τις στάχτες';». Για τους τοπικούς παράγοντες, ήταν αρχικά σημαντικό να αναγνωρίσουν ότι μετά τη γερμανική ενοποίηση και τη διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) προς την Ανατολή η πόλη είχε μετακινηθεί από μια περιφερειακή θέση (το παλαιότερο «Σιδηρούν Παραπέτασμα») στο γεωγραφικό κέντρο της ηπείρου - γεγονός που κατέστησε ενδιαφέρουσα την εγκατάσταση εταιρειών εκεί (ιδίως των εταιρειών διανομής εμπορευμάτων). Επιπλέον, μέλη και απόφοιτοι του πανεπιστημίου της πόλης αναγνωρίστηκαν ως επενδυτικοί πόροι και τους προσφέρθηκαν προοπτικές ανάπτυξης από το Επιστημονικό Πάρκο του Κάσσελ. Αυτό συνέβη στο πλαίσιο της ανάπτυξης και της ενίσχυσης ανοικτών, αλλά ωστόσο προσανατολισμένων προς την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων που θέτουν δίκτυα (οι λεγόμενοι συνεργατικοί σχηματισμοί), στα οποία συνεργάζονται φορείς της οικονομίας, της έρευνας, της τοπικής αλλά και περιφερειακής πολιτικής.

Η Αθήνα είναι μια άλλη περίπτωση, από την οποία είναι δυνατόν να μάθουμε πώς να αλλάξουμε όχι μόνο την εικόνα μιας πόλης και την οπτική γωνία των κατοίκων της, αλλά κυρίως την πολιτική πρακτική και την ανάπτυξη καινοτομιών. Ωστόσο, η υπόθεση της Αθήνας καθιστά επίσης σαφές ότι αυτό που είναι απαραίτητο δεν είναι απλώς μια αλλαγή στις συνθήκες πλαισίωσης της τοπικής πολιτικής (λόγω της χρηματοπιστωτικής κρίσης). Η Αθήνα δείχνει ότι η επιτυχημένη καινοτομία εξαρτάται από τους τοπικούς δρώντες (έναν νέο δήμαρχο με μια νεοσύστατη πολιτική ομάδα) που αλλάζουν το τοπικό αφήγημα. Ο νέος δήμαρχος και η νεοσύστατη πολιτική του ομάδα 'Δικαίωμα στην Πόλη', υιοθέτησαν έναν όνομα που ήταν εμπνευσμένο από τον τίτλο του βιβλίου του Henri Lefebvre 'Le Droit à la ville' υπονοώντας ότι η πόλη γενικότερα και ο δήμος ειδικότερα πρέπει να ανοίξουν το δρόμο στους πολίτες. Οι ιδέες τους, κατάφεραν να δημιουργήσουν ένα νέο αφήγημα για την Αθήνα – σύμφωνα με το οποίο η πόλη ακολουθεί μια συμμετοχική προσέγγιση και βασίζεται στη συνεργασία για να μπορέσει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις με ευέλικτο και καινοτόμο τρόπο. Επιπλέον, το νέο αφήγημα υπογράμμισε ότι η Αθήνα δεν έχει μόνο ιστορικό και συμβολικό κεφάλαιο αλλά και υψηλό επίπεδο ανθρώπινου κεφαλαίου που δραστηριοποιείται σε όλα τα είδη διεθνών δικτύων. Με βάση αυτήν τη νέα κατανόηση των δυνατοτήτων της πόλης για καινοτομία, κατέστη δυνατό για την πόλη να γίνει ανοιχτή και να προσελκύσει γνώσεις και ικανότητες που δεν είχαν προηγουμένως αξιοποιηθεί και ο Δήμος να δράσει ως πολλαπλασιαστής της δημιουργικότητας που προωθεί καινοτομίες ακόμη και στους δύσκολους καιρούς της κρίσης. Ο δήμαρχος υπογράμμισε: «ο παλιόσκομματοκρατούμενος Δήμος επικεντρώθηκε στην αναπαραγωγή πελατειακών πρακτικών. Η δημόσια διοίκηση του Δήμου ήταν εσωστρεφής και εχθρική προς τους δημότες και τους ακτιβιστές. Το αλλάξαμε αυτό.

Προσωπικά προσπάθησα να προσεγγίσω αυτούς τους ανθρώπους προκειμένου να κερδίσω πολιτική τεχνογνωσία. Αναπτύξαμε από κοινού μια σειρά από πλατφόρμες και οργανώσεις προκειμένου να ενώσουμε τις δυνάμεις μας. Ο Δήμος έχει ένα δυναμικό στρατηγικό όραμα αρκετά ανοικτό ώστε να ενσωματώσει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών. Εντυπωσιάστηκα από τον πλούτο και την πρωτοτυπία των ιδεών και των δράσεων που υπήρχαν ήδη στην Αθήνα, οι οποίες παρέμεναν απαρατήρητες και μερικές φορές δεν μπορούσαν να επιβιώσουν, επειδή στερούνταν κάθε είδους θεσμοθετημένης αναγνώρισης ή στήριξης».

Κάτι παρόμοιο συνέβη στη Θεσσαλονίκη. Και σε αυτή την περίπτωση, ο νέος δήμαρχος και οι υποστηρικτές του κατάφεραν να βοηθήσουν ένα νέο αφήγημα να σημειώσει πρόοδο, καταλήγοντας στο ακόλουθο συμπέρασμα: Ο επαρχιωτισμός δεν αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της Θεσσαλονίκης. Η ανακάλυψη της πολυπολιτισμικής κληρονομιάς ήταν ένας τρόπος να επαναπροσδιοριστεί η ταυτότητα της πόλης ως ανοικτή και κοσμοπολίτικη και έτσι να κερδίσει το μέλλον της σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο. Με βάση αυτό το διαδεδομένο αφήγημα κατέστη δυνατή η ενσωμάτωση μιας πολυπολιτισμικής κληρονομιάς στην σημερινή ταυτότητα της πόλης, η οποία επέτρεψε τη δημιουργία δεσμών με την πολυεθνική διασπορά της πόλης και τον επαναπροσδιορισμό της Θεσσαλονίκης ως παραδοσιακά κοσμοπολίτικης πόλης. Αυτό ήταν καθοριστικό για την προσέλκυση τουρισμού, εκδηλώσεων και επιχειρήσεων. Όπως το έθεσε ένας τοπικός επιχειρηματίας: «Έχουμε αυτό το διάσημο ατού που ονομάζεται Χαλκιδική κοντά, αλλά πολύ λίγοι τουρίστες που έκαναν διακοπές εκεί ήρθαν και στην πόλη μας. Αυτό άλλαξε όταν προσελκύσαμε Ισραηλινούς κι Εβραίους της διασποράς, Τούρκους και τους βόρειους γείτονές μας. Είμαστε καλοί στη διοργάνωση εκδηλώσεων και τώρα έχουμε διευρύνει τη ζώνη καινοτομίας μας, προσελκύοντας αρκετές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις νέες τεχνολογίες όπως κάποιες από το Ισραήλ».

Η τοπική πολιτική ηγεσία μπορεί επίσης να είναι σημαντική για καινοτομίες σε πόλεις, όπως για παράδειγμα στην Φρανκφούρτη. Πρόκειται, για μια περίπτωση όπου, αφενός, επικρατεί το τοπικό αφήγημα ότι η πόλη είναι ένα διαρκώς εξελισσόμενο μέρος που θέλει να προχωρήσει επειδή αλλάζει γρήγορα και προσαρμόζεται στις παγκόσμιες τάσεις, καθιστώντας την ανάπτυξη καινοτομίας αναγκαϊότητα και όχι παρενέργεια των παγκόσμιων τάσεων. Από την άλλη πλευρά, η Φρανκφούρτη αφορά μια τοπική κοινότητα που φροντίζει τον εαυτό της και δεν περιμένει την ανάληψη πρωτοβουλιών από τον Δήμο. Ωστόσο ακόμα και υπό αυτές τις συνθήκες, η πολιτική ηγεσία επεμβαίνει – ιδίως όσον αφορά την καθιέρωση καινοτομιών που θα διαρκέσουν. Αυτό φαίνεται από το GrünGürtel της Φρανκφούρτης, τον αστικό πράσινο χώρο που περικλείει το εσωτερικό της Φρανκφούρτης και, σε περίπου 8.000 εκτάρια, καλύπτει το ένα τρίτο περίπου της περιοχής του Δήμου. Ο Tom Koenigs, επικεφαλής του Τμήματος Περιβάλλοντος του Δήμου Φρανκφούρτης από το 1989 έως το 1999 χαρακτήρισε τον πράσινο περι-αστικό χώρο ως ένα αδιαμφισβήτητο χαρακτηριστικό της πόλης που πρέπει να διατηρηθεί και, αν είναι δυνατόν, να επεκταθεί. Μολονότι διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στη δημιουργία του GrünGürtel, υπογράμμισε: «Δεν την εφηύρα, αλλά την προώθησα και έκανα πολλούς ανθρώπους να ενθουσιαστούν για την δημιουργία της».

Το σημαντικότερο, ωστόσο, είναι το γεγονός ότι ο ίδιος ήταν υπεύθυνος για την προστασία αυτής της καινοτομίας μέσω της τήρησης αυστηρών κανόνων - με τον λεγόμενο Χάρτη Πράσινης Ζώνης (GrünGürtel Verfassung) που θεσπίστηκε με ομόφωνη απόφαση του δημοτικού συμβουλίου. Ο Χάρτης Πράσινης Ζώνης καθορίζει τους στόχους και τα όρια του GrünGürtel, καθώς και την υποχρέωση του δημοτικού συμβουλίου να λαμβάνει όλα τα αναγκαία μέτρα για τη διαφύλαξή του. Η υποχρέωση αυτή συνεπάγεται ότι, σε περίπτωση απόφασης του συμβουλίου σχετικά με τη χρήση τμημάτων της Πράσινης Ζώνης για άλλους σκοπούς (ανάπτυξη οδικού δικτύου κλπ.), η αντίστοιχη αναλογία του πράσινου χώρου που χρησιμοποιήθηκε πρέπει να επαναπροσθεθεί στο GrünGürtel.

Παρ' όλα αυτά, αν και το GrünGürtel στη Φρανκφούρτη είναι μια επιτυχημένη περίπτωση καινοτομίας, πρέπει να «διασφαλίζεται συνεχώς ότι αυτό βρίσκεται σταθερά στην σκέψη των πολιτών. Μια μεγάλη δύναμη της πράσινης ζώνης σαν ένα συνεχώς εξελισσόμενο πρόγραμμα, ως πρόκληση, ως όραμα και ως δέσμευση είναι ότι οι πολίτες συμμετέχουν ενεργά σε αυτό» - όπως τονίζεται από τον σημερινό επικεφαλής του Τμήματος Περιβαλλοντικής Προστασίας και επικεφαλής του Έργου GrünGürtel. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να διασφαλιστεί η συνέχιση του δημόσιου διαλόγου, ούτως ώστε η διατήρηση και, όπου είναι δυνατόν, η επέκταση της Πράσινης Ζώνης της Φρανκφούρτης να παραμένει ένα καίριο σημείο αναφοράς για τις επιλογές ανάπτυξης πολιτικών στην Φρανκφούρτη.

ΟΙ ΥΠΟ ΕΞΕΤΑΣΗ ΠΟΛΕΙΣ: ΒΑΣΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΜΕΡΙΚΑ ΔΙΔΑΓΜΑΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΝΤΛΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΥΤΕΣ

Στην τελευταία ενότητα, ορισμένες σημαντικές λεπτομέρειες των παραδειγμάτων των τοπικών καινοτομιών και της εφαρμογής τους συνοψίζονται σε δύο σελίδες για την περίπτωση κάθε πόλης. Με σκοπό την παροχή μιας πλήρους εικόνας για την εκάστοτε πόλη, η ακόλουθη ενότητα περιέχει βασικά δεδομένα για τα παραδείγματα καινοτομίας των πόλεων. Παρέχονται επίσης στοιχεία επικοινωνίας με άτομα ή φορείς των υπό έρευνα πόλεων.



Κάτοικοι 2011:	664.046
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	- 12%
Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία:	
έως 15 ετών:	12%
15 έως 64 ετών:	69%
65 ετών και άνω:	19%
Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο (2017):	241.000
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	- 15%
Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή(2016):	€342
Δημοτικό Χρέος κατά κεφαλή (2016):	€233

Τα στοιχεία για τα δημόσια έσοδα περιλαμβάνουν δημοτικά τέλη και φόρους: 20% φόρου εισοδήματος, 12% ΦΠΑ, 50% φόρων ακίνητης περιουσίας.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Η Αθήνα είναι μια ζωντανή, ανοικτή και χωρίς αποκλεισμούς/συμπεριληπτική πόλη. Δίπλα στο τεράστιο ιστορικό και συμβολικό της κεφάλαιο, η πόλη διαθέτει υψηλό επίπεδο ανθρώπινου κεφαλαίου το οποίο δραστηριοποιείται σε όλες τις κατηγορίες διεθνών δικτύων.

Θέμα σχετικά με το τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό

Πώς να γίνει μια «ανοικτή πόλη» που θα προσελκύει τεχνογνωσία και ικανότητες, ενεργώντας ως πολλαπλασιαστικός παράγοντας για την δημιουργικότητα που θα προωθή καινοτομίες σε καιρούς κρίσης.

Επικοινωνία: Αντώνης Οικονόμου
 Website: <https://athens-technopolis.gr/index.php/en/>
 E-mail: a.economou@athens-technopolis.gr

1. Ανοίξτε το Δήμο στους δημότες του και τις ιδέες τους.

«Αναπτύξαμε από κοινού μια σειρά από πλατφόρμες και οργανωτικά συστήματα προκειμένου να ενώσουμε δυνάμεις. Η πόλη είχε ένα δυναμικό στρατηγικό όραμα αρκετά ανοιχτό ώστε να ενσωματώσει ένα ευρύ φάσμα εισροών. Εντυπωσιάστηκα από τον πλούτο και την πρωτοτυπία των ιδεών και των δράσεων που υπήρχαν ήδη στην Αθήνα, αλλά παρέμειναν άγνωστες και μερικές φορές σχεδόν δεν κατέληξαν πουθενά, επειδή στερούνταν παντελώς κάθε είδους θεσμικής αναγνώρισης και υποστήριξης» (Γιώργος Καμίνης, δήμαρχος Αθηναίων από το 2010 έως το 2019).

2. Διδαχθείτε από την γνώση που παρήχθη αλλού – διδαχθείτε από τους άλλους

«Υπήρχαν περιβαλλοντολόγοι και πολιτικοί ακτιβιστές με εμπειρία από τις ΗΠΑ. Γνωρίζαμε για το δίκτυο των ‘ανθεκτικών πόλεων’ και καταφέραμε να γίνουμε μέρος του δικτύου. Προσέφεραν την τεχνογνωσία τους και μια κοινή μεθοδολογία που κάθε πόλη αναμενόταν να την μεταμορφώσει και να την προσαρμόσει στις δικές της ανάγκες. Εξετάσαμε επίσης την ήδη υπάρχουσα εμπειρία σε άλλες ‘ανθεκτικές πόλεις’ και στη συνέχεια επεξεργαστήκαμε τη δική μας, προσαρμοσμένη στρατηγική για την Αθήνα» (Ελένη Μυριβήλη, Επικεφαλής Αστικής Ανθεκτικότητας 2018-2020)

3. Ανάπτυξη στρατηγικών σε συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους.

«Είπα στις εταιρείες: ‘Δεν είμαστε εδώ για μπιζνες, είμαστε εδώ για την ανάπτυξη στρατηγικών - για να βοηθήσουμε ο ένας τον άλλο.’ Δεν ήταν εύκολο να γίνει γιατί πολλοί άνθρωποι έπρεπε να αλλάξουν την νοοτροπία τους. Έπρεπε να μάθουμε να μιλάμε με μεγάλες εταιρείες. Δεν είχαμε αυτή τη νοοτροπία μέσα στο δήμο. Οι επιχειρήσεις έπρεπε να μάθουν να μιλούν με τις τοπικές αρχές χωρίς να συζητούν μόνο για έργα και προμήθειες. Και τα πανεπιστήμια έπρεπε να μιλήσουν πιο ανοιχτά για τις ενέργειες τους» (Κώστας Χαμπίδης, Γενικός Διευθυντής Ψηφιακού Συμβουλίου της Αθήνας).

4.Κερδίστε την εμπιστοσύνη μέσα από την διαφάνεια και την συνετή διαχείριση.

«Οι ακτιβιστές της πόλης και η κοινωνία πολιτών γενικότερα, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, η κοινότητα των χορηγών, ορισμένα σημαντικά ιδρύματα κλπ. γνώριζαν τη συνετή διαχείριση της δημοτικής αρχής και το πόσο διαφανής ήταν. Αυτό δημιούργησε ένα πρωτοφανές επίπεδο εμπιστοσύνης και προθυμίας για συνεργασία και υποστήριξη διαφόρων πρωτοβουλιών για το όφελος της πόλης». (Εριφύλλη Μαρωνίτη, Συντονίστρια του CultureNet στην Αθήνα)



Κάτοικοι (2018) 40.456
Μεταβολή από το 2008: (+ 2.1%)

Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία (2018)
Μεταβολή από το 2008:
έως τα 15 ετών: 13.6% (-1.1%)
15 έως 64 ετών: 64.5% (-1.2%)
65 ετών και άνω: 21.9% (+2.3%)

Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο (2018): 15.400
Μεταβολή από το 2008: + 19.5%

Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2016): €1.934

Δημοτικό χρέος κατά κεφαλή (2016): €1.313

Τα δημόσια έσοδα περιλαμβάνουν φόρο ακίνητης περιουσίας, φόρο επιχειρήσεων, δημοτικά τέλη και φόρους πωλήσεων. Η απασχόληση σε τοπικό επίπεδο περιλαμβάνει θέσεις εργασίας με κοινωνική ασφάλιση.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Το Bensheim είναι και πρέπει να παραμείνει μια οικονομικά ακμάζουσα πόλη όπου οι άνθρωποι αισθάνονται σαν στο σπίτι τους.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από αυτό το παράδειγμα

Πώς να γίνετε ένα «ελκυστικό μέρος» (sticky place) όπου θα μπορείτε να βρείτε τις τοποθεσίες παγκόσμιων εταιρειών, όπως τα κεντρικά γραφεία της Suzuki στην Ευρώπη, της TE Connectivity και της Dentsply Sirona;

Επικοινωνία: Helmut Richter
Website: megb.de
E-mail: info@megb.de; phone +49 6251 854980

1. Ο Δήμος χρειάζεται να είναι ένας δραστήριος ιδιοκτήτης ακινήτων (active real estate owner).

«Ο τομέας των ακινήτων με εμπορικές εγκαταστάσεις είναι εξαιρετικά σημαντικός για την αστική ανάπτυξη. Δεν είναι το σχέδιο, αλλά η ιδιότητα του Δήμου ως ιδιοκτήτη ακινήτων την οποία μπορεί να επιτελέσει με τη βοήθεια αυτών των πόρων» (Georg Stolle, δήμαρχος του Bensheim από το 1972 έως το 2002).

2. Πουλήστε ακίνητα μόνο σε εταιρείες που έχουν σχέδια συμβατά με τους στόχους της αναπτυξιακής σας πολιτικής.

«Δεν πουλάμε εμπορικά ακίνητα για να βγάλουμε χρήματα. Τα πουλάμε σε εταιρείες που έχουν σχέδια συμβατά με τους αναπτυξιακούς μας στόχους» (Helmut Sachwitz, επικεφαλής του τμήματος σχεδιασμού του Bensheim από το 2007 έως το 2019).

3. Αναπτύξτε σαφείς κανόνες για την πώληση σε εταιρείες ακινήτων για εμπορική χρήση.

«Τώρα η μπάλα είναι στο γήπεδο μας. Μπορούμε να πούμε ότι η εταιρεία ταιριάζει με την ιδέα μας για την προβολή και προώθηση της πόλης. Δεν χρειάζεται να το αναφέρω αυτό στους πολιτικούς. Οι πολιτικοί λαμβάνουν τις πληροφορίες από εμάς: "Πέντε ειδικοί σε θέματα υλικοτεχνικής υποστήριξης το ζήτησαν το πρώτο τρίμηνο. Αυτό είναι, δεν χρειάζεται να το αντιμετωπίσετε, το αποκλείσαμε από το σχεδιασμό για το μαρκετινγκ της πόλης." Χώρος αποθήκευσης έναντι χώρος εργασίας - Δεν υπάρχει περίπτωση να γίνει αυτό στο Μπένσχαϊμ! Έχουμε μια ποσόστωση που εφαρμόζουμε στις αποφάσεις: περίπου 150 τετραγωνικά μέτρα ανά υπάλληλο. Εάν δεν επιτευχθεί αυτή η ποσόστωση, ο επιχειρηματίας δεν έχει σχεδόν καμία πιθανότητα να επενδύσει». (Helmut Richter, διευθύνων σύμβουλος της MEGB, Marketing- und Entwicklung-Gesellschaft Bensheim GmbH/Marketing and Development Company Bensheim Ltd).

4. Να προσφέρετε στις επιχειρήσεις μέσα σε ένα επιχειρηματικό πάρκο ότι δεν μπορούν να αναπτύξουν μόνες του.

«Όταν σκέφτεστε τις μεγάλες εταιρείες - τι πιστεύετε πως αναζητούν; Κάποια στιγμή θα συναντήσετε την έννοια της πανεπιστημιούπολης, η οποία έγινε μέρος της ιδέας μας για την προβολή και προώθηση της πόλης. Αν πάτε στην BASF, θα συναντήσετε κάτι παρόμοιο. Ήταν οι πρώτοι που απέκτησαν το δικό τους κέντρο ημερήσιας φροντίδας για τα παιδιά των υπαλλήλων τους μέσα στο χώρο της επιχείρησης - εκτός από τους χώρους άθλησης της εταιρείας. Και μετά είπαμε, "Εντάξει, θα εφαρμόσουμε κάτι παρόμοιο για τις εταιρείες στο επιχειρηματικό μας πάρκο. Είναι σημαντικό να σκεφτόμαστε όλες τις εταιρείες για προσφορές σε ένα επιχειρηματικό πάρκο. Τέτοιες προσφορές περιλαμβάνουν κέντρα ημερήσιας φροντίδας, αθλητικά κέντρα και γυμναστήρια ή ένα ξενοδοχείο. Επιπλέον, ένας ημερήσιος χώρος φροντίδας θα μπορούσε να προστεθεί με σκοπό την φροντίδα μελών της οικογένειας των υπαλλήλων τοπικών επιχειρήσεων. Κάνοντας μια ανασκόπηση, αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί μια καινοτομία, όπου μπορεί κάποιος να πει ότι όχι μόνο είχαμε μια «τρελλή» ιδέα αλλά την υλοποιήσαμε κιόλας» (Helmut Richter, διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας Marketing- und Entwicklung-Gesellschaft Bensheim GmbH/Marketing and Development Company Bensheim Ltd).



Κάτοικοι (2017):	108.642
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	+ 6.5%
Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία:	17%
έως 15 ετών:	67.4%
15 έως 64 ετών:	15.6%
65 ετών και άνω:	
Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο (2017):	41.417
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	+ 3.2%
Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2016):	€273
Δημοτικό Χρέος κατά κεφαλή (2016):	€41

Τα δημοτικά έσοδα περιλαμβάνουν δημοτικά τέλη και φόρους: 20% φορολογίας εισοδήματος, 12% ΦΠΑ, 50% φόρων ακίνητης περιουσίας.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Ας κρατήσουμε το κέντρο της Παλαιάς Πόλης ανέπαφο. Αυτό θα διασφαλίσει την ελκυστικότητα της πόλης για τους τουρίστες και θα παράσχει μια οικονομική βάση για την ευημερία όλων.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πώς μπορούμε να διατηρήσουμε τα χαρακτηριστικά της πόλης και να διασφαλίσουμε ότι τα μικρά ξενοδοχεία κυριαρχούν (από άνετα και απλά έως ακριβά «μπουτικ» ξενοδοχεία σε πρώην αρχοντικά) - αντί των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων των γειτονικών πόλεων?;

Επικοινωνία: Σεβαστή Πολυχρονάκη
 Website: <https://www.chania.gr/>
 E-mail: spolychronaki@chania.gr

1. Καταργήστε την κυκλοφορία των αυτοκινήτων στην Παλαιά Πόλη και δημιουργήστε μεγάλους πεζόδρομους.

2. Αυτό απαιτεί την εφαρμογή ενός συστήματος διαχείρισης της κυκλοφορίας.

Αυτό πραγματοποιήθηκε με τα ακόλουθα μέτρα:

- τον περιορισμό ή ακόμα και την απαγόρευση εισόδου αυτοκινήτων στην Παλαιά Πόλη και τις γύρω γειτονιές,
- τη δημιουργία χώρων στάθμευσης κοντά στην Παλαιά Πόλη (κυρίως για τη χρήση τουριστών και λιγότερο για τους μόνιμους κατοίκους),
- τη βελτίωση του δικτύου δημοτικών λεωφορείων,
- την κατασκευή ποδηλατοδρόμων (είναι σε εξέλιξη)
- τη λήψη αυστηρών μέτρων για την παράνομη στάθμευση (μέσω της ρυμούλκησης αυτοκινήτων και της επιβολής υψηλών ποινών),
- την προώθηση της ηλεκτρονικής κινητικότητας (σε εξέλιξη)

3. Μην μεριμνάτε μόνο για την διαχείριση απορριμμάτων εντός της πόλης. Βελτιώστε την συνολική εικόνα της πόλης σε ένα ευρύτερο περιβαλλοντικό πλαίσιο-για παράδειγμα πρωτοπορώντας στη δημιουργία ενός συστήματος ανακύκλωσης.

«Για δεκαετίες, τα Χανιά αντιμετωπιζόταν ως το μαύρο πρόβατο στη διαχείριση απορριμμάτων. [...] Η κατάσταση αυτή μας ανάγκασε να αντιμετωπίσουμε το πρόβλημα αποτελεσματικά και να μετατρέψουμε την πόλη σε πρωτόπορο της διαχείρισης αποβλήτων». (Γιάννης Κουτράκης, διευθύνων σύμβουλος της τοπικής επιχείρησης ανακύκλωσης).



Κάτοικοι (2017):	29.902
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	-23.7%
Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία:	
μέχρι 15 ετών:	17.3%
15 έως 64 ετών:	69.5%
65 ετών και άνω:	13.2%
Τοπική απασχόληση (2017):	11.064
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	+ 3.0%
Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2016):	€533
Δημοτικό Χρέος κατά κεφαλή (2016):	€129

Τα δημοτικά έσοδα περιλαμβάνουν δημοτικά τέλη και φόρους: 20% φορολογίας εισοδήματος, 12% ΦΠΑ, 50% φόρων ακίνητης περιουσίας.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Η Ελευσίνα ήταν το «πληγωμένο παιδί» της εκβιομηχάνισης, αλλά σήμερα η πόλη προσπαθεί να διασφαλίσει την κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος και να γίνει ένα μέρος που προωθεί την πολιτιστική ανάπτυξη.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πώς μπορούμε να εξασφαλίσουμε την κοινωνική συνοχή και ταυτόχρονα να προωθήσουμε τον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητας (rebranding) της πόλης;

Επικοινωνία: Αντωνία Ζέππου
Webpage: www.elefsina.gr

1. Δημιουργήστε και χρηματοδοτήστε γενναιόδωρα κοινωνικές καινοτομίες.

2. Να λάβετε συγκεκριμένα μέτρα και να κτίσετε συγκεκριμένες δομές.

Αυτό πραγματοποιήθηκε με τη δημιουργία των ακόλουθων δομών:

- Κοινωνικό Παντοπωλείο
- Κοινωνικό Φαρμακείο
- Κοινωνικό Φροντιστήριο
- Κίνημα Χωρίς Μεσάζοντες
- Συμβουλευτικό κέντρο για κακοποιημένες γυναίκες

3. Αξιοποιείτε την ευκαιρία για να οργανώσετε εκδηλώσεις ως «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης» για να μετατρέψετε την πόλη σε πολιτιστικό κόμβο.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων της ως «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης», η Ελευσίνα δημιούργησε ένα νέο αφήγημα συνδέοντας το παρελθόν της πόλης με το παρόν και το μέλλον της.



Κάτοικοι (2018) 753.056
Μεταβολή από το 2008: (+ 13.3%)

Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία (2018)
Μεταβολή από το (2008):
έως 15 ετών: 14.5% (+1.5%)
15 έως 64 ετών: 69.8% (+0.1%)
άνω των 65 ετών: 15.6% (-1.6%)

Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο (2018): 306.107
Μεταβολή από το 2008: + 33.2%

Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2016): €3.312

Δημοτικό Χρέος κατά κεφαλή (2016): €2.233

Τα δημοτικά έσοδα προέρχονται από φόρους ακινήτων, φόρους επιχειρήσεων, δημοτικές επιχορηγήσεις από το εισοδήματος και το ΦΠΑ. Οι αριθμοί για την απασχόληση αφορούν σε σταθερές θέσεις εργασίας με πλήρη κοινωνική ασφάλιση.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Η Φρανκφούρτη είναι μια πόλη που κινείται σε γρήγορους ρυθμούς και θέλει να προχωρήσει μπροστά. Η πόλη αλλάζει γρήγορα και προσαρμόζεται στην παγκόσμια τάση. Αυτό καθιστά την καινοτομία όχι παρενέργεια των παγκόσμιων τάσεων, αλλά αναγκαιότητα.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πώς να καθιερώσουμε καινοτομίες που θα αντέξουν στο χρόνο; Η περίπτωση του GrünGürtel (Πράσινη Ζώνη) που καλύπτει περίπου 8.000 εκτάρια, δηλαδή περίπου το ένα τρίτο του εδάφους του δήμου Φρανκφούρτης είναι χαρακτηριστική.

1. Προσδιορίστε ένα αδιαμφισβήτητο χαρακτηριστικό της πόλης που θα πρέπει να διατηρηθεί και όπου είναι δυνατό να επεκταθεί – όπως οι διασυνδεδεμένοι αστικοί χώροι πρασίνου.

2. Χρησιμοποιήστε μια ευρεία συναινετική στρατηγική για το χαρακτηριστικό της πόλης που είναι αδιαμφισβήτητο ώστε να δημιουργήσετε ένα βιώσιμο εργαλείο και μια νέα προσέγγιση για την περαιτέρω ανάπτυξη αυτού του χαρακτηριστικού (όπως τους διασυνδεδεμένους αστικούς χώρους πρασίνου).

3. Ωστόσο αυτές οι επιλογές για δράση πρέπει να αναγνωρίζονται και να χρησιμοποιούνται.

Ο Tom Koenigs του Κόμματος των Πρασίνων, ο οποίος ήταν επικεφαλής του τμήματος περιβάλλοντος της πόλης της Φρανκφούρτης από το 1989 έως το 1999, διαδραμάτισε αυτό το ρόλο στη δημιουργία του GrünGürtel. Όπως υπογράμμισε: «Δεν την εφηύρα, αλλά την προώθησα και έκανα πολλούς ανθρώπους να ενθουσιαστούν γι' αυτήν» (μετάφραση από το Stadt Frankfurt: 20 Jahre GrünGürtel: Φρανκφούρτη - Menschen, Daten und Projekte. 1991-2011. Φρανκφούρτη α.Μ.: 2011, σ. 6).

4. Προστατέψτε τις καινοτομίες μέσω αυστηρών πολιτικών κανόνων.

Αυτό εφαρμόστηκε στη Φρανκφούρτη με την αποκαλούμενη GrünGürtel Verfassung (Χάρτης Πράσινης Ζώνης), μια καινοτομία που θεσπίστηκε με ομόφωνη απόφαση του δημοτικού συμβουλίου (<https://frankfurt.de/-/media/1e25d52602934b2e8c5f1d323d3d2b1a.ashx>). Η συγκεκριμένη καινοτομία καθορίζει τους στόχους και τα όρια της πράσινης ζώνης, καθώς και την υποχρέωση του δημοτικού συμβουλίου να λάβει όλα τα αναγκαία μέτρα για τη διαφύλαξή της. Η υποχρέωση αυτή συνεπάγεται ότι, στην περίπτωση απόφασης του δημοτικού συμβουλίου σχετικά με τη χρήση τμημάτων της πράσινης ζώνης για άλλους σκοπούς (ανάπτυξη οδικού δικτύου κ.λπ.), πρέπει στην πράσινη ζώνη να αναπληρώνεται ένα τμήμα γης αντίστοιχου μεγέθους και σύστασης.

5. Είναι επίσης αναγκαίο να διασφαλιστεί η τήρηση ακόμα και των αυστηρότερων πολιτικών κανόνων.

«Η πράσινη ζώνη της Φρανκφούρτης αποτελεί μια επιτυχήμενη περίπτωση - αλλά χωρίς καμία εγγύηση. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να διασφαλίζεται συνεχώς ότι αυτό παραμένει στο μυαλό των ανθρώπων. Μεγάλο πλεονέκτημα της πράσινης ζώνης ως ενός συνεχώς εξελισσόμενου προγράμματος, ως πρόκλησης, ως

οράματος και δέσμευσης είναι η εντατική συμμετοχή των πολιτών» (Thomas Hartmanshenn· προϊστάμενος του Τμήματος Περιβαλλοντικής Μέριμνας και επικεφαλής του Έργου GrünGürtel).



Κάτοικοι (2011): 69.849

Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια: + 21.2%

Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία:
έως 15 ετών: 15.3%
15 έως 65 ετών: 67.4%
65 ετών και άνω: 17.3%

Τοπική απασχόληση (2017): 26.414

Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια: - 8%

Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2015): €288

Δημοτικό Χρέος κατά κεφαλή (2015): €111

Τα δημοτικά έσοδα περιλαμβάνουν δημοτικά τέλη και φόρους: 20% φορολογίας εισοδήματος, 12% ΦΠΑ, 50% φόρων ακίνητης περιουσίας.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Η Καλαμάτα είναι μια δυναμικά αναπτυσσόμενη πόλη που βασίζεται σε τουριστικές δραστηριότητες, στο όμορφο φυσικό περιβάλλον και τον πολιτισμό της.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πώς να ξεφύγετε από την εικόνα μιας επαρχιακής παράκτιας πόλης, διάσημης για τη φυσική ομορφιά και την ελαιοκαλλιέργεια, και να επαναπροσδιορίσετε την ταυτότητά της ως μιας ανερχόμενης πόλης πολιτισμού.

1. Μια καταστροφή μπορεί να αντιμετωπιστεί ως ευκαιρία.

Μετά τον καταστροφικό σεισμό του 1986 που κατέστρεψε ένα μεγάλο μέρος της πόλης, ο τότε δήμαρχος Σταύρος Μπένος κατάφερε όχι μόνο να αναμορφώσει την Καλαμάτα, αλλά και να αλλάξει τον χαρακτήρα της. Κατάφερε να σχηματίσει ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης για την πόλη, βασισμένο στην ποιότητα ζωής και τον πολιτισμό. Στον πολιτιστικό τομέα, ιδρύθηκαν νέοι θεσμοί και υποστηρίχθηκαν πολιτιστικοί φορείς, καθιστώντας την πόλη παράδειγμα για τη χώρα. «Ο πολιτισμός ήταν η κλωστή που κρατούσε σφιχτά όλους τους τομείς στην πόλη και το νοητικό αντίβαρό μας ενάντια στην καταστροφή». (Κουράκλη, Γενική Γραμματέας του Δήμου).

2. Να είστε συνετοί στην ολοκλήρωση ενός γενικού σχεδίου και να το διατηρήσετε.

«Τη νύχτα του σεισμού, αν και πολύ αναστατωμένος, ένιωσα ήρεμος και αισιόδοξος για το μέλλον της πόλης μου. Χάρη στον πρόσφατα ολοκληρωμένο σχεδιασμό, γνωρίζαμε ακριβώς πού θα τοποθετούνταν τα νέα κτίρια και οι υπηρεσίες. [...] Για την πόλη μας, ο σεισμός ήταν ο σωτήρας μας» (Σταύρος Μπένος, πρώην δήμαρχος της Καλαμάτας). Ειδικότερα, «αμέσως μετά την καταστροφή, ο δήμαρχος δεν απέκλινε από το όραμά του και από το πρόσφατα εγκεκριμένο γενικό σχέδιο (Απρίλιος '86), ανεξάρτητα από τους ισχυρισμούς της αντιπολίτευσης οι οποίοι μερικές φορές ήταν ιδιαίτερα επιθετικοί και εχθρικοί». (Παναγιώτα Κουρακλή, Γενική Γραμματέας Δήμου).

3. Επωφεληθείτε από τα υφιστάμενα δίκτυα.

Αξιοποιώντας το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων που ξεκίνησε και εφάρμοσε το 1995 ο υπουργός Πολιτισμού, Θάνος Μικρούτσικος, η πόλη της Καλαμάτας βασίστηκε στο υπάρχον καλλιτεχνικό της έργο και υλικό και επέλεξε να προωθηθεί ως η πόλη του χορού («η πρωτοβουλία προήλθε από το υπουργείο Πολιτισμού, αλλά η απάντηση της πόλης ήταν τολμηρή και αποφασιστική»). (Πολυχρονόπουλος, μέλος του διοικητικού συμβουλίου του «FARIS»).

4. Διοργανώστε ένα ετήσιο διεθνές φεστιβάλ.

Σήμερα, 25 χρόνια μετά από την έναρξή του, το Διεθνές Κέντρο Χορού της Καλαμάτας αποτελεί μια από τους πιο σημαντικούς καλλιτεχνικούς φορείς στην πόλη, με βασική του δραστηριότητα το διακεκριμένο Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας. Το τελευταίο έχει καταφέρει να δημιουργήσει γέφυρες με διεθνείς χορογράφους και να προωθήσει νέα δημιουργικά talέντα, αποτελώντας παράλληλα σημαντική πηγή οικονομικού εισοδήματος για την πόλη.

5. Ενδιαφερθείτε και ανανεώστε την ταυτότητα (brand) της πόλης σας.

Αν και έχασε από την αντίπαλη πόλη της Ελευσίνας, η Καλαμάτα διαγωνίστηκε για τον τίτλο Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το 2021, προωθώντας το συγκριτικό πλεονέκτημά της ως η «μοναδική πόλη που εφαρμόζει πολιτιστική αποκέντρωση. Είναι μια χαρακτηριστική επαρχιακή ελληνική πόλη που

λειτουργεί ως προπύργιο του σύγχρονου ευρωπαϊκού πολιτισμού». (Ε. Τσάτσουλης, Γενικός Διευθυντής του Γραφείου Υποψηφιότητας για την Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα).

Οι πολίτες έδειξαν έντονα πώς νοιάζονται για την πόλη τους καταρτίζοντας μια πολιτιστική στρατηγική και συμμετέχοντας ενεργά σε ομάδες εργασίας για τον κοινό σκοπό, αποδεικνύοντας έτσι ότι αισθάνθηκαν την ανάγκη για την αναζήτηση και εφαρμογή καινοτόμων δράσεων.



Κάτοικοι (2018) 201.585
Μεταβολή από το 2008: (+ 3.8%)

Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία (2018)
(μεταβολή από το 2008):

έως 15 ετών: 13.3% (+0.6%)

15 έως 64 ετών: 67.2% (+0.3%)

άνω των 65 ετών: 19.5% (-1%)

Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο (2018): 72.972
Μεταβολή από το (2008): + 30.2%

Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2016): €1,459

Δημοτικό Χρέος κατά κεφαλή (2016): €2,312

Τα δημοτικά έσοδα περιλαμβάνουν φόρο ακίνητης περιουσίας, επαγγελματικούς φόρους, δημοτικά τέλη και φόρους πώλησης (sales tax). Η απασχόληση σε τοπικό επίπεδο αφορά σε θέσεις εργασίας με κοινωνική ασφάλιση.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Το Κασσέλ αποτελεί μια πόλη που συχνά την υποτιμούν, γεμάτη ποικιλία και έντονες αντιθέσεις, η οποία, με μια πιο προσεκτική ματιά, έχει πολλά να προσφέρει. Τα δίκτυα διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην ανάπτυξη της.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πως μια περιθωριοποιημένη πόλη κατάφερε να αναγεννηθεί σαν “φοινίκας από τις στάχτες του?”

1. Αξιοποιήστε τις χωροταξικές αλλαγές και τις υφιστάμενες συνθήκες.

«Αυτή η στρατηγική θέση στο μέσο της Γερμανίας και άλλα δυνατά σημεία, όπως η προβολή και προώθηση του τουρισμού, καθιστούν το Κάσσελ μια πόλη πολύ ελκυστική. [...] Σε αυτό προστέθηκε ο δυναμισμός στον πολιτιστικό τομέα. Φυσικά, (οι άνθρωποι της περιοχής) ενεργοποιούνται ακόμα ταχύτερα από αυτούς ενός επιστημονικού ιδρύματος» (Στέφαν Ροετζέλ, Science Park Kassel GmbH).

2. Υποστηρίξτε τους πρωτοπόρους που προωθούν μια ιδέα.

«Μερικές φορές είναι αρκετά παράξενο. Πρωτοπόροι όπως αυτοί που δοκιμάζουν λύσεις "βέλτιστων πρακτικών" βασισμένες σε καθιερωμένες σχέσεις - κυρίως σε έργα στα οποία οι δρώντες έχουν συνεργαστεί σε συγκεκριμένα πλαίσια». (Stefan Roetzel, Science Park Kassel GmbH).

3. Προσδιορίστε τις δυνατότητες της πόλης κι ενισχύστε τη δημιουργία δικτύων.

«Πάντα συζητούσαμε για το τι είναι δυνατό να εφαρμοστεί στο Κάσσελ και πώς να το υλοποιήσουμε. Αυτό φυσικά είχε ένα αποτέλεσμα αυτο-τροφοδότησης. [...] Δημιουργήσαμε ένα θετικό κλίμα προσδοκιών, και για μένα αυτό συσχετίστηκε επίσης με ορισμένες πολύ οδυνηρές δηλώσεις, διότι η στρατηγική για την αντιμετώπιση αυτής της διαρθρωτικής αλλαγής που αποφασίστηκε να εφαρμοστεί ήταν ότι οι εταιρείες, οι παράγοντες, η πολιτική, η έρευνα [...] σε ορισμένους τομείς έπρεπε να δικτυωθούν περιφερειακά στο πλαίσιο των λεγόμενων συνεργατικών σχηματισμών (cluster initiatives) - μέσω της δικτύωσης στο εσωτερικό της πόλης» (Holger Schach, πρώην διευθύνων σύμβουλος του Regionalmanagement Norderhessen GmbH).

4. Να καταστήσετε τα δίκτυα ανοιχτά και στοχοθετημένα.

«Υπάρχουν πάρα πολλά και πολύ ανοιχτά δίκτυα εδώ στο Κάσσελ. Κάθε φορά που σκεφτόμαστε ποιον άλλο μπορούμε να συμπεριλάβουμε, ποιον άλλον μπορούμε να προσκαλέσουμε, που ίσως δεν έχει ακόμη σχέση με εμάς, αλλά διαθέτει την τεχνογνωσία, την εξειδίκευση, τις προοπτικές που μπορούμε να ενσωματώσουμε. Εάν σκεφτείτε συγκεκριμένους τομείς, όπως τις δημιουργικές βιομηχανίες, [τότε συναντάτε] μια πολύ, πολύ ζωντανή, πολύ προσανατολισμένη στις ανταλλαγές σκηνή, η οποία [...] αναπτύσσει τις μορφές, τα δίκτυα και τις δομές της προκειμένου να δημιουργήσει γέφυρες μεταξύ δημιουργικότητας και επιχείρησης και να αναπτύξει μελλοντικές προοπτικές» (Susanne Völker, Αντιδήμαρχος Πολιτισμού).



Κάτοικοι (2018): 587.857
Μεταβολή από το 2008: (+ 14.0%)

Κατανομή ανά ηλικία 2018

Μεταβολή από το 2008:
έως 15 ετών: 13.9% (+3.3%)
15 έως 64 ετών: 65.6% (-1.4%)
65 ετών και άνω: 20.4% (-1.9%)

Θέσεις εργασίας σε τοπικό επίπεδο (2018): 235.431
Μεταβολή από το 2008: + 45.1%

Φορολογικά έσοδα κατά κεφαλή (2016): €931

Δημοτικό χρέος κατά κεφαλή (2016): €1.118

Τα δημοτικά έσοδα προέρχονται από φόρο ακίνητης περιουσίας, φόρο επιχειρήσεων, δημοτικό μερίδιο φόρου εισοδήματος και φόρο πωλήσεων. Οι αριθμοί απασχόλησης περιλαμβάνουν μόνο τακτικές θέσεις εργασίας με κοινωνική ασφάλιση.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Η ελευθερία της Λειψίας/ Η ελεύθερη Λειψία ή αλλιώς η «πόλη των κουλ ατόμων» "Cool kid town" (προτάθηκε από τους New York Times να την επισκεφθούν το 2020)

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πώς να δημιουργήσουμε μια ελκυστική λέξη-κλειδί και να τη χρησιμοποιήσουμε με επιτυχία για την προβολή και προώθηση (city marketing) της πόλης, αλλά και για τον σχεδιασμό ανάπτυξης πολιτικών σε αυτήν;

Επικοινωνία: Netzwerk Leipziger Freiheit, Leibnizstraße 15, 04105 Leipzig
Phone: +49 (0)341 97 49 399
E-mail: info@netzwerk-leipziger-freiheit.de
<https://www.netzwerk-leipziger-freiheit.de/kontakt/>

1. Συνδέστε το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον σε ένα ενιαίο αφήγημα.

«Η Λειψία είναι μια εμπορική πόλη με Έκθεση Εμπορίου για περισσότερα από 800 χρόνια. Για να μπορέσουν να συναντηθούν οι έμποροι στη Λειψία και να ανταλλάξουν αγαθά, οι κάτοικοι της πόλης έπρεπε να είναι ανοικτοί στο εμπόριο με εξωτερικούς παράγοντες και να διαθέσουν σπίτια και δωμάτια σε ενδιαφερόμενους που ήθελαν να πραγματοποιήσουν συναλλαγές. Οι κάτοικοι της Λειψίας έχουν γίνει, επομένως, άνθρωποι που εμπορεύονται και είναι ανοικτοί στην επικοινωνία με άλλους ανθρώπους. Το Leipziger Allerlei (ένα τοπικό γερμανικό πιάτο που συνδυάζει ένα μείγμα λαχανικών) αντιπροσωπεύει τα χαρακτηριστικά της Λειψίας. Το Leipziger Allerlei στην πραγματικότητα συνδυάζει τις διαφορές. Αφήνεις αυτό που όλοι οι άνθρωποι έχουν φέρει να φάνε όπως είναι, δεν το αλλάζεις, αλλά αντίθετα το αποδέχεσαι και το απολαμβάνεις ο ίδιος» (Gerd Harry 'Judy' Lybke, ιδιοκτήτης γκαλερί σύγχρονης τέχνης).

2. Να τονίσετε τις αλλαγές του πρόσφατου παρελθόντος και τις επιτυχίες τους- και να τις βάλετε στο επίκεντρο(η ελευθερία της Λειψίας/ ελεύθερη Λειψία).

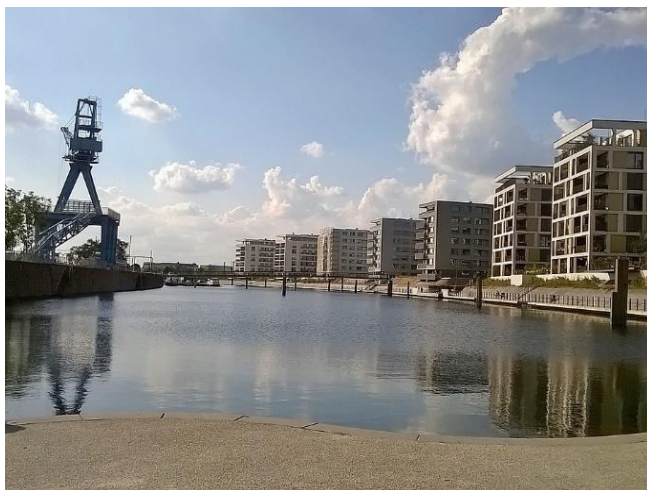
«Ειδικά τη δεκαετία του 1990, πολλοί άνθρωποι χωρίς κάποιο οικογενειακό υπόβαθρο στην πόλη ήρθαν στη Λειψία. Έπρεπε να ξαναχτίσουν τις γειτονιές και τις κοινωνικές τους σχέσεις και άρχισαν να σκέφτονται πολύ περισσότερο για το πώς ήθελαν να ζήσουν, για παράδειγμα - ατομικά και ανώνυμα ή στο πλαίσιο μιας κοινότητας. Και μόνο η αλλαγή της πληθυσμιακής σύνθεσης και ο ερχομός ατόμων από άλλες πόλεις οδήγησαν σε σημαντικές πρωτοβουλίες» (Jens Gerhardt, Netzwerk Leipziger Freiheit).

3. Να αξιοποιηθεί ο πυρήνας αυτού του αφηγηματικού πλαισίου για την προώθηση της πόλης

Συμβουλευτείτε την ιστοσελίδα (<http://www.leipziger-freiheit.de/index/>) της εκστρατείας της πόλης της Λειψίας κατά την διάρκεια του 2017.

4. Να αξιοποιηθεί ο πυρήνας αυτού του αφηγηματικού πλαισίου για να διασφαλιστεί η επίτευξη συγκεκριμένων πολιτικών στόχων με έναν στοχευμένο τρόπο.

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης στεγαστικής πολιτικής, ο Δήμος της Λειψίας τάχθηκε υπέρ της ενίσχυσης των συνεργατικών μορφών αυτής της πολιτικής. Έτσι, υποστήριξε τις πρωτοβουλίες στεγαστικών έργων με την κατανομή των δημοτικών ακινήτων βάσει της διαδικασίας σχεδιασμού [Konzeptverfahren] και παρέχοντας συμβουλές για όλα τα θέματα που σχετίζονται με τη συνεταιριστική κατασκευή και στέγαση. Αυτή η πολιτική αποσκοπεί στην παράκαμψη των εμποδίων για την εφαρμογή συνεταιριστικών σχεδίων στέγασης. Το κομβικό σημείο επαφής για τα εν λόγω στεγαστικά έργα είναι το δίκτυο "Leipziger Freiheit" (<https://www.netzwerk-leipziger-freiheit.de/wir/>).



Κάτοικοι (2018) 128.744
Μεταβολή από το 2008: (+ 8.2%)

Κατανομή ηλικιακών ομάδων 2018 (μεταβολή από το 2008):
μέχρι 15 ετών: 15.7% (+1%)
15 έως 64 ετών: 67.8% (0%)
άνω των 65 ετών: 16.5% (-1%)

Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο 2018: 52.941
Μεταβολή από το 2008: + 37.6%

Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2016): €1.214

Δημοτικό χρέος κατά κεφαλή (2016): €7.495

Τα δημοτικά έσοδα προέρχονται από τον φόρο ακίνητης περιουσίας, τον φόρο επιχειρήσεων, τα δημοτικά τέλη και τον φόρο πωλήσεων. Οι αριθμοί τοπικής απασχόλησης περιλαμβάνουν μόνο θέσεις εργασίας με κοινωνική ασφάλιση.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Το Όφενμπαχ μπορεί να μην είναι τέλειο, αλλά η πόλη διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην μητροπολιτική περιοχή Ρήνου-Μάιν: Το Offenbach είναι μια «πόλη προορισμού» (arrival city). Σε τελική ανάλυση, το Όφενμπαχ είναι εντάξει.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πώς να ξεκινήσεις η διαδικασία αλλαγής της εικόνας της πόλης;

Contact: Prof. Dr. Kai Vöckler, Hochschule für Gestaltung, D-63065 Offenbach, Schloßstraße 31

Phone: +49 (0)69 800 59 140

E-mail: voeckler@hfg-offenbach.de

1. Πείτε μια αυθεντική ιστορία που αντανακλά τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά της πόλης.

«Το πρόβλημα ήταν ότι αρχίσαμε να επικοινωνούμε [...] το γεγονός ότι έχουμε ένα πολύ υψηλό ποσοστό αλλοδαπών εδώ. Αλλά αυτό συνεπάγεται μια αρνητική εικόνα: το γκέτο αλλοδαπών, [...] δεν μπορεί κάποιος να ζει εδώ [...]. Προσπαθήσαμε να μετατρέψουμε κάτι που είχε χαρακτηριστεί αρνητικά [...] σε κάτι θετικό, αλλά και σε κάτι που είναι αξιόπιστο. Δεν μπορείς να πεις τίποτα που δεν είναι αλήθεια. Οι άνθρωποι το παρατηρούν αυτό. Η έννοια μιας «πόλης προορισμού» έχει οδηγήσει σε αλλαγή της εικόνας της» (καθηγητής Dr. Kai Vöckler, HfG).

2. Να έχετε την δυνατότητα να παρουσιάσετε αποτελέσματα που στηρίζουν την ιστορία σας.

«Αυτό που ξεχωρίζει την πόλη του Όφενμπαχ είναι ότι έχουμε εφαρμόσει κάτι σαν ολοκληρωμένη διαχείριση σε σχετικά μεγάλη κλίμακα - μέσω της αλληλεπίδρασης διαφόρων τομέων της πόλης. Πρόκειται για έναν πολύ σημαντικό παράγοντα για την επιτυχία. [...] Μπορείτε να το δείτε εδώ στον τομέα εργασίας μου, ο οποίος κυμαίνεται από την αστική ανάπτυξη και τον κοινωνικό σχεδιασμό έως την πολιτική ενσωμάτωσης, τη στατιστική και το κέντρο απασχόλησης. Υπάρχουν ενδιαφέρουσες διασυνδέσεις που αλληλεπικαλύπτονται παντού. Μπορείς να φτιάξεις κάτι δημιουργικό από αυτό» (Dr. Matthias Schulze-Böing, Πόλη του Offenbach).

3. Να αναπτύξετε μια νοοτροπία για την αποτελεσματική διοικητική δράση.

«Θα έλεγα ότι επικρατεί η νοοτροπία του "μπορούμε να το κάνουμε" η οποία υποστηρίζεται από πολλούς υπευθύνους. [...] Αυτό ισχύει επίσης για τα σταθερά καθήκοντα όπως η ασφάλεια και η τάξη και, περιέργως, και για τις δημόσιες αρχές. Υπάρχει ήδη κάποια αλληλεπίδραση μεταξύ της εικόνας της πόλης και του αποτελέσματος της σύνδεσης (bonding effect) που αναπτύσσεται σε ορισμένους επαγγελματίες αξιωματούχους» (Dr. Matthias Schulze-Böing, City of Offenbach). Εμείς στο Όφενμπαχ γνωρίζουμε ότι υστερούμε [σε σύγκριση με άλλες μεγάλες πόλεις της Γερμανίας]. Για το λόγο αυτό είναι επίσης ένα εργαλείο διαχείρισης η πραγματοποίηση μιας επαναλαμβανόμενης συγκριτικής αξιολόγησης» (Dr. Matthias Schulze-Böing, City of Offenbach). «Οι κάτοικοι του Όφενμπαχ έχουν οργανώσει την ενσωμάτωση [των αλλοδαπών] ως διατομεακό καθήκον στη διοίκηση των πόλεων και έχουν αναπτύξει ένα σύστημα διαχείρισης της ενσωμάτωσης - με αποτελεσματικές διαδικασίες συντονισμού να λαμβάνουν χώρα τακτικά μεταξύ διαφορετικών γραφείων. [...] Υπάρχει γενική πολιτική συναίνεση ότι αυτό πρέπει να αντιμετωπιστεί ως κοινό καθήκον» (Καθηγητής Dr. Kai Vöckler, HfG).



Κάτοικοι 2011:	32.182
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	- 10%
Κατανομή πληθυσμού ανά ηλικία:	
έως 15 ετών:	15%
15 έως 64 ετών:	68%
65 ετών και άνω:	17%
Απασχόληση σε τοπικό επίπεδο (2017):	98.035
Μεταβολή τα τελευταία 10 χρόνια:	- 17%
Δημοτικά έσοδα κατά κεφαλή (2015):	€355
Δημοτικό χρέος κατά κεφαλή (2015):	€92

Τα φορολογικά έσοδα προέρχονται από δημοτικά τέλη και φόρους 20% φορολογίας εισοδήματος, 12% ΦΠΑ, 50% φορολογίας ακίνητης περιουσίας.

Σχέδια των κυρίαρχων τοπικών αφηγημάτων που πλαισιώνουν τις αποφάσεις για καινοτόμες δράσεις

Ο επαρχιωτισμός δεν ανταποκρίνεται στην προσωπικότητα της Θεσσαλονίκης: η εκ νέου ανακάλυψη της πολυπολιτισμικής κληρονομιάς είναι ένας τρόπος να επαναπροσδιοριστεί ως μια πόλη ανοιχτή και κοσμοπολίτικη και ως εκ τούτου να κερδίσει στο μέλλον την θέση της σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο.

Τι μπορούμε να διδαχθούμε από το παράδειγμα αυτό;

Πως μπορούμε να ενσωματώσουμε δημιουργικά μια πολυπολιτισμική κληρονομιά στην ταυτότητα της πόλης μας, να δημιουργήσουμε δεσμούς με την πολυεθνική διασπορά της πόλης και να την επαναπροσδιορίσουμε ως μια παραδοσιακά κοσμοπολιτική πόλη που έλκει τουριστική δραστηριότητα, διοργανώσεις και επιχειρήσεις;

1. Διασπάστε το «παγωμένο τοπικό αφήγημα» που καταδικάζει την πόλη σας στον επαρχιωτισμό.

Ο Μπουτάρης (πρώην Δήμαρχος) εργαλειοποίησε την πολυπολιτισμική κληρονομία της πόλης ώστε να αλλάξει την νοοτροπία των κατοίκων, να τους βοηθήσει να ξεπεράσουν τα αισθήματα κατωτερότητας προς την πόλη της Αθήνας, την πεποίθησή τους ότι είναι καταδικασμένοι στον επαρχιωτισμό και ότι το μέλλον τους δεν διαμορφώνεται από τους ίδιους αλλά από εκείνους που παίρνουν αποφάσεις στην Αθήνα ή ακόμα και στις Βρυξέλλες». (Αντώνιος Καμάρας, Ειδικός Σύμβουλος του Δημάρχου 2011-2014)

2. Βοηθήστε την πολυεθνική διασπορά να ανακαλύψει τις ρίζες της στην πόλη (και να δημοσιοποιήσει τις ενέργειες σας)

«Στην αρχή προσέγγισα την Εβραϊκή κοινότητα. Αυτό ήταν το ευκολότερο κομμάτι γιατί ήταν ανοιχτοί και φιλικοί. Έπειτα επισκέφτηκα την εταιρεία Τουρκικές Αερογραμμές και τους ζήτησα να πραγματοποιήσουν απευθείας πτήσεις καθώς είμαστε η γενέτειρα του Ατατούρκ. Εξεπλάγησαν αλλά το έκαναν. Ταξίδεψα στα Σκόπια και τους είπα ότι η μητέρα μου γεννήθηκε στο Κρούσεβο, μια πόλη που τώρα ανήκει στη χώρα τους. Συγκεκριμένα, στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης της Εβραϊκής Διασποράς, αλλά και στα τουρκικά ΜΜΕ και στα ΜΜΕ της Βόρειας Μακεδονίας υπήρχε απρόσμενα θετική (κάποιες φορές και ενθουσιώδης) ανταπόκριση στο εγχείρημα μας». (Γιάννης Μπουτάρης, Δήμαρχος Θεσσαλονίκης από το 2011 έως το 2019)

3. Κινητοποιήστε θεσμούς και δίκτυα για την προώθηση της συνεργασίας εντός της πόλης και για την πόλη μας.

«Υπάρχει μια παλαιά παράδοση της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης και του Φεστιβάλ Κινηματογράφου. Το 2014 η Θεσσαλονίκη ήταν η Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Νέων. Έχουμε επίσης την Εταιρεία Πολιτισμού που στηρίζει επιστήμονες, καλλιτέχνες και άλλους δημιουργικούς ανθρώπους. Από το 2010, μια διακυβέρνηση ανοιχτών θυρών προσφέρει και διευκολύνει την στήριξη προς φορείς της κοινότητας και ΜΚΟ. Υπάρχει μια επωφελής συνεργασία με το Εβραϊκό Μουσείο του Ολοκαυτώματος, με ελληνικά ιδρύματα καθώς και με ξένα όπως είναι το ίδρυμα Rockefeller και το ίδρυμα George Soros». (Σταύρος Ανδρεάδης, CEO of S. Tourist Enterprises and Chairman of the Culture Company).

4. Προσελκύστε διοργανώσεις, τουριστικές δραστηριότητες και επιχειρήσεις.

«Έχουμε αυτό το διάσημο ατού που ονομάζεται Χαλκιδική κοντά, αλλά πολύ λίγοι τουρίστες της Χαλκιδικής πραγματοποιούσαν επίσκεψη στην πόλη μας. Αυτό άλλαξε όταν προσελκύσαμε Εβραίους, Τούρκους και τους βόρειους γείτονές μας. Είμαστε καλοί στη διοργάνωση εκδηλώσεων και τώρα έχουμε διευρύνει τη ζώνη καινοτομίας μας, προσελκύοντας αρκετές επιχειρήσεις ΤΠ, όπως από το Ισραήλ». (Νίκος Ευθυμιάδης, πρόεδρος Τεχνολογικού Πάρκου)

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. Claus Offe and Rolf G. Heinze: Organisierte Eigenarbeit. Das Modell Kooperationsring. Frankfurt: Campus 1990; revised and shortened English version: Beyond Employment. Time, Work and the Informal Economy. Cambridge: Polity Press 1992.

2. Περισσότερα σχετικά με τις καινοτομίες που επιτεύχθηκαν στις πόλεις υπό μελέτη παρουσιάζονται λεπτομερώς στα παρακάτω βιβλία:

Hubert Heinelt, Björn Egner and Nikolaos-Komninos Hlepas (Eds.): The discursive conditions for local innovations: Why are some cities more innovative than others? London and New York: Routledge.

Björn Egner and Hubert Heinelt (Eds.): Innovationen in deutschen und griechischen Städten: Wie waren sie zu erreichen? [provisional book title], Baden-Baden: Nomos.

3. Το όνομα αντλούσε την έμπνευσή του από το διάσημο σλόγκαν που ήταν ο τίτλος του βιβλίου του Henri Lefebvre's 'Le Droit à la ville' (Lefebvre, H. 1968. *Le Droit à la ville*. Paris: Éditions Anthropos).

4. Από το 1993 έως το 1997 ο Koenigs ήταν επίσης ο Διευθυντής Οικονομικών του Δήμου της Φρανκφούρτης. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του εβδομήντα συμμετείχε (μαζί με τον Joschka Fischer) στο φοιτητικό κίνημα της Φρανκφούρτης καθώς και σε σχετικές διαδηλώσεις. Το 1973 χάρισε την κληρονομιά τους στους Βιετκόνγκ καθώς και στους αγωνιστές της αντίστασης στη Χιλή. Όταν εγκατέλειψε το Δήμο της Φρανκφούρτης εργάστηκε στα Ηνωμένα Έθνη – και ως Αναπληρωτής Ειδικός Εκπρόσωπος του Γ. Γραμματέα του ΟΗΕ στο Κόσοβο από το 1999 έως το 2002, όπου ήταν υπεύθυνος για την ανοικοδόμηση της τοπικής δημόσιας διοίκησης, ενώ αργότερα εργάστηκε και ως Ειδικός Εντεταλμένος για την Αποστολή Αρωγής των Ηνωμένων Εθνών στο Αφγανιστάν από 2006 έως το 2007.

5. Ανταγωνιστική προκήρυξη από δήμους για προγράμματα στέγασης που τηρούν τα βέλτιστα κοινωνικά, οικολογικά ή πολεοδομικά κριτήρια.