

# Bilbaos Wandel auf Karten und Plänen

Über die Funktionen von Stadtplänen und Karten in einer sich regenerierenden Industriestadt

*Landkarten und Stadtpläne können verschiedene Funktionen erfüllen und dementsprechend als Instrumente in der heutigen Stadtplanung und -vermarktung eingesetzt werden. Die spanische Stadt Bilbao ist unter anderem mit ihrem 1997 eröffneten Guggenheim-Museum ein herausstechendes Beispiel für Revitalisierung und erfolgreiches Stadtmarketing. Der Beitrag untersucht anhand dieses Beispiels die „Sprache“ und die wechselnden Funktionen von Karten und Plänen. Während Karten traditionell zur objektiven Orientierung und als Planungsgrundlage dienen, übernehmen sie zunehmend strategische und koordinierende Funktionen. Seit kurzem beeinflussen außerdem neue Symbole, neue Nutzungen, neue Benutzer die Entwicklung von Karten und Plänen, indem sie zu weiteren, subjektiven Funktionen inspirieren: Attraktion, Werbung und Repräsentation.*

Karten und Stadtpläne dienen seit Jahrhunderten als Instrument zur Orientierung und Information, indem sie gewisse Eigenschaften oder Objekte eines Territoriums reproduzieren und in einen Kontext bringen. Pläne und Karten sind außerdem die Grundlage für Planungsprozesse oder sie dienen zur visionären Darstellung von Zielvorstellungen und Idealzuständen. Sie werden so zu Mittlern in der Entwicklung einer regionalen Perspektive, sowohl für infrastrukturelle Maßnahmen als auch für städtebauliche Visionen.

Karten werden aber auch als Fiktion, als Sprache benutzt, um die Veränderungen in der Stadt in neue Verhaltensmuster und öffentliche Bilder zu verwandeln. Teils die baulichen Neuerungen darstellend, teils für neue Attraktionen und Nutzungen werbend, dienen Stadtpläne und Karten immer mehr als Instrument, um eine Stadt oder eine Region als touristische Destination zu repräsentieren, neue Nutzungen des Stadtraumes bekannt zu machen und sich „auf den Plan zu bringen“. In diesem Zusammenhang sind sie immer mehr ein Schlüsselinstrument von Stadtmarketing- und Citymanagement-Ansätzen.

Diese Instrumentalisierung von Karten soll im Folgenden anhand verschiedener Darstellungen Bilbaos und im Licht der Entwicklung der vergangenen 10 bis 15 Jahre überprüft werden. Drei Aspekte werden dabei besonders beachtet:

- die Existenz von themenspezifischem und multilingualem Kartenmaterial;
- die geografischen Bereiche, auf die sich die Karten und Pläne beziehen, sowie Stadtteile und Routen, die hervorgehoben werden;
- die Aufgaben, die Karten und Pläne erfüllen sollen.

## Der Wandel Bilbaos

Bilbao, in der nordspanischen Region Baskenland gelegen, erfährt seit einigen Jahren einen bemerkenswerten Wandel. Die Stadt, die mit ihrer metropolitanen Umlandregion ca. 1 Mio. Einwohner hat und eines der traditionellen spa-

nischen Industriezentren ist, hat sich von einer grauen Industrie- und Hafenstadt zu einem Symbol für urbane Regeneration und modernen Kulturtourismus entwickelt.

Besonderen Anteil an dieser Evolution hat das von Frank Gehry gebaute, weltbekannte *Museo Guggenheim Bilbao*. Seit der Eröffnung des Guggenheim-Museums im Oktober 1997 verzeichnet Bilbao hohe Zuwachsraten im Tourismus und überschritt im Jahr 2004 erstmals die Marke von 500.000 Gästen (El Correo 2005).<sup>1</sup> Die positive Entwicklung scheint damit über die reine Attraktion des Guggenheim-Museums und einen ersten Ansturm hinauszugehen und zumindest vorerst dauerhafter zu sein als Kritiker (vgl. Esteban 2000) vermutet haben. Dem Museum kommt eine wichtige Rolle als Impulsgeber und Symbol des gesamten Wandels zu, und es kann mit gutem Recht als Flaggschiff des Revitalisierungsprozesses bezeichnet werden (vgl. Lenfers 1999). Seine Anziehungskraft, die sowohl erhebliche Einnahmen durch den Tourismus für die Stadt und ihre Region als auch einen immensen Imagegewinn mit einhergehender Attraktion von Filmemachern, Publicity-Events, Konferenzen; usw. mit sich bringt, wird generell als „Guggenheim-Effekt“ bezeichnet. Eine oft verwendete Metapher umschreibt einen der Haupteffekte insofern, als dass das Museum die Stadt „auf den Plan gesetzt“ habe. Damit ist natürlich gemeint, dass Bilbao nun für bestimmte Kreise (Touristen, Kunstliebhaber usw.) zum ersten Mal etwas Konkretes darstellt und der Name der Stadt sowohl geografisch auf einer Landkarte als auch mental verortet wird.

In diesem Zusammenhang wird aber oft vergessen, dass das Museum bei weitem nicht das einzige Projekt in einer umfassenden Strategie darstellt. Die neuere Evolution der Stadt Bilbao und ihrer metropolitanen Region basiert auf einem langfristigen Handlungsansatz und umfasst – neben dem Guggenheim-Museum – eine Vielzahl relevanter Infrastruktur- und Wohnungsbauprojekte. Bereits Ende der 1980er Jahre wurde ein Prozess der Strategiefindung in Gang gesetzt, um den Folgen der schweren Strukturkrise und der Konversion der innerstädtischen Industrieflächen

angemessen zu begegnen. Institutionelle Partnerschaften wurden gegründet. 1991 entstand ein Strategischer Revitalisierungsplan. Meilensteine des bisherigen Wandels sind die mittlerweile zwei Linien umfassende regionale Metro, die Sanierung des Flusses Nervion und die Vervollständigung des Abwassernetzes, der Rückbau innerstädtischer Gleisanlagen, die Sanierung der Altstadt, die Konversion innerstädtischer ehemaliger Industrieflächen am linken Flussufer zu Freizeiträumen, der Neubau und die Erweiterung des Flughafens, der Bau einer neuen Messe auf einer Industriebrache in der Nachbarstadt Barakaldo usw.

### **Bilbao auf der Landkarte – die Entwicklung bis 1990**

Bilbao ist bis zum Ende des 19. Jahrhunderts identisch mit der heutigen Altstadt, den so genannten „Sieben Straßen“<sup>2</sup>. Erst im Jahr 1847 wird eine planmäßige, lineare Stadterweiterung auf der anderen Seite des Flusses beschlossen und unter dem Namen „Abando“ verwirklicht. Im frühen 20. Jahrhundert kommen – begünstigt durch den wirtschaftlichen Boom der Stadt – in schneller Folge zahlreiche weitere Stadtteile als Neubaugebiete (Rekalde, Otxarkoaga) oder als kommunale Eingliederungen (Deusto) hinzu. Bilbao ist in seinem Stadtzentrum und als Metropolregion eine einfach „lesbare“ Stadt. Sowohl die Altstadt als auch die Neustadt bestechen zumindest auf dem Plan durch ihre Rechtwinkligkeit. Topografische Besonderheiten wie die bergige Umgebung und der Flusslauf haben zu einer Orientierung der Wirtschafts- und Siedlungsflächen der Metropolregion entlang den Uferbereichen auf den letzten 15 km des Flusses Nervion bis zu seiner Mündung in den Golf von Vizcaya geführt. Dabei ist bis heute eine klare Teilung zwischen Industrieflächen und Arbeitervierteln am linken Ufer und den Mittel- und Oberschichtvierteln am rechten Ufer zu beobachten.

Bilbao hat seit jeher und bis in die 1980er Jahre seinen Fluss als industrielle Ressource und Transportmöglichkeit betrachtet. Der Hafen als Bindeglied zwischen Atlantik und spanischem Festland, der rege Handel mit Eisenerz, Kohle, Stahl sowie der Schiffbau hatten ihre Schwerpunkte im Kern der Stadt, bis im Jahre 1986 die letzte Werft in der Innenstadt (am heutigen Standort des Euskalduna Kongresszentrums) ihre Pforten schloss und bis schließlich im Jahre 2003 der Containerbahnhof aus dem Stadtzentrum in den Außenhafen verlegt wurde. Dem industriell genutzten und verschmutzten Fluss wurde im baulichen Stadtraum der Rücken gekehrt, während die wichtigste Achse der Stadt die lineare, innerstädtische Verbindung Altstadt (Casco Viejo) – Plaza Circular – Gran Via – Moyua – Plaza Sagrado Corazon war.

Bis Mitte der 1990er Jahre existierten sehr wenige touristische Stadtpläne für Bilbao (vgl. Abb. 1). Wenige auswärtige Besucher hielten sich lange genug in der Stadt auf, um

für ihre Erkundungen vor Ort spezifische Karten (thematisch oder in verschiedenen Sprachen) zu benötigen. Spezielle Reiseführer für Bilbao gab es nicht; in Führern über die spanische Atlantikküste nahm Bilbao wenig Platz ein. Allgemeine Straßenkarten von Bilbao schlossen weder die umliegenden Ortschaften ein, noch gab es auf ihnen gesonderte Darstellungen von Sehenswürdigkeiten. Für spezifische Karten, die besondere Themenbereiche hätten darstellen können, existierte kein Bedarf. Als interessanter Ort wurde einzig die Altstadt, als Route die Gran Via hervorgehoben. Karten und Stadtpläne von Bilbao erfüllten bis in die 1990er Jahre ihre eigentlichen, objektiven Funktionen: Sie dienten zur Grundlage von Planungen und zur Orientierung. Noch sprachen sie keine eigene Sprache.

### **Revitalisierung der Stadtregion Bilbao – neue Pläne werden nötig**

Seit Beginn der 1990er Jahren hat die Stadtregion auf verschiedenen Wegen ihre Revitalisierung und ihren Imagewechsel in Angriff genommen. In mehreren Studien und Analysen wurde seit Mitte der 1980er über Wege aus der industriellen und sozialen Strukturkrise nachgedacht, unter Betrachtung und konkreter Inspiration durch internationale Beispiele (Pittsburgh, Glasgow, Montpellier, Dortmund usw.). Auch das Jahr 1992 mit seinen Events in den wichtigsten spanischen Städten (Olympische Sommerspiele in Barcelona, Weltausstellung „EXPO“ in Sevilla und „Europäische Kulturhauptstadt“ Madrid) spielte offensichtlich eine Rolle in den Überlegungen der Verantwortlichen und motivierte zusätzlich zu den strukturellen Problemen. Oft in gemeinsamer Initiative zwischen Baskischer Regionalregierung, Provinzialregierung und der Stadt Bilbao wurden neue Organisationen und Partnerschaften gegründet, um die Planung der neuen Entwicklung zielgerichtet umsetzen zu können. Dabei wurde auch explizit beachtet, dass Bilbao wirtschaftlich und sozial eng mit seinem Umland verbunden ist. Neue Pläne und Strategien beziehen sich seit dieser Zeit oft auf die metropolitane Region Bilbao,



**Abb. 1: Empfohlener Spaziergang durch Bilbao; in einem Prospekt von 1993 [Quelle: Baskische Regierung, Touristischer Prospekt, 1993]**

die hauptsächlich das Mündungsgebiet des Nervion und seinen Lauf bis zur Stadt Bilbao einschließt. So wurde ab 1989 der erste Territorialplan der Metropolregion vorbereitet, der in Text und Bild beeindruckende Bau- und Entwicklungsvisionen der aktuellen Branchen und Industrieflächen beinhaltet. 1992 wurde die offizielle Revitalisierungsstrategie der Bilbao Region von *Bilbao Metropoli-30*<sup>3</sup> veröffentlicht, die acht große Themenbereiche umfasst: Förderung von Humankapital, Dienstleistungszentrum in einer modernen Industrieregion, Mobilität und Zugang, Umweltschutz, Urbane Regeneration, Kulturelle Zentralität, Public-Private Management und Soziale Aktion. Die Strategie ist auf Bilbao und 30 Umlandgemeinden der Region ausgelegt. Seit Ende der 1980er Jahre ist die Sanierung des Flusses Nervion im Gange, die den Bau von Kläranlagen und von über 170 km Abwasserkanälen im gesamten Großraum Bilbao umfasst und eine regionale Planung und Koordination erfordert. Regionale Abstimmung war auch im Verkehrsbe- reich nötig, wo bereits 1987 mit dem Bau der Metro begonnen wurde, die heute zwei Linien und 34 Stationen umfasst und ein integriertes regionales Verkehrsnetz geschaffen hat (vgl. Abb. 2).

Gemeinsames Kennzeichen dieser Aktivitäten der 1990er Jahre, die allesamt neue grafische Darstellungen und Karten produzierten, ist die regionale Perspektive, die zum ersten Mal konkret Gestalt annimmt. Die Karten, die mit aktuellen oder geplanten Aktivitäten zusammenhängen, betrachten nun zum ersten Mal fast ausnahmslos die Region Bilbao – vom Stadtgebiet bis hin zur Mündung des Nervion und zum neuen Außenhafen. Gleichzeitig werden die Darstellungen spezifischer und beziehen sich auf konkrete Themen: Verkehr, Abwasserinfrastrukturen, regionale Netzwerke usw. Die neuen Pläne und Karten übernehmen damit zusätzliche Funktionen: zum einen eine strategische und visionäre, zum anderen eine koordinierende. Auf der einen Seite werden Karten und Pläne geschaffen, um Visionen für ein revitalisiertes metropolitanes Bilbao zu entwerfen, zu verbreiten und zu diskutieren. Auf der anderen Seite haben Karten und Pläne die Basis für die Koordination und Rahmengen- gung für die Aktionen einzelner Akteure und verschiedener Bereiche der Regionalentwicklung kreiert. Karten werden so zu einem wichtigen Instrument der Regionalplanung, indem sie neue Perspektiven schaffen und Planungs-

aktivitäten auf einer übergreifenden Ebene, z. B. durch die notwendige Erfassung regionaler Daten oder die Schaffung neuer Partnerschaften (PPP), forcieren.

### Routen und Events – neue Karten für ein neues Bilbao

In Bilbao veränderten in den späten 1990er Jahren umfassende Infrastruktur- und Baumaßnahmen das Stadtbild. Die öffentlich-private Entwicklungsgesellschaft *Bilbao Ria 2000* ist seit 1992 Hauptakteur der physischen Regeneration der Stadt Bilbao. Ihr Ziel ist es, verlassene Industrie- und Hafenf- lächen, Gleisanlagen sowie Bahnhöfe einer neuen Nut- zung zuzuführen. So wurden – neben neuen Wohn- und Geschäftsbereichen in ganz Bilbao – allein in den Berei- chen des Parks Etxebarria, in Abandoibarra und in Ametzola über 300.000 m<sup>2</sup> neue Grünflächen im Stadtgebiet ge- schaffen, während ganz Bilbao vor 1994 nur gut 265.000 m<sup>2</sup> Parkanlagen aufweisen konnte (vgl. Esteban 2000). Mit diesen Veränderungen hat sich Bilbao hauptsächlich an seinen Flussufern einen völlig neuen Raum erobert und sein früher monozentrisches und lineares System (Altstadt – Gran Via) zugunsten einer neuen Verbindung und eines neuen Entwicklungspols (Altstadt – Flussuferweg – Aban- doibarra mit Guggenheim-Museum und *Euskalduna* Kon- gresszentrum) aufgegeben.

Die einschneidenden Veränderungen, die das Stadtbild Bilbaos in den vergangenen 10 bis 15 Jahren erfahren hat, sind also physischer, aber auch symbolischer Art. In diesem

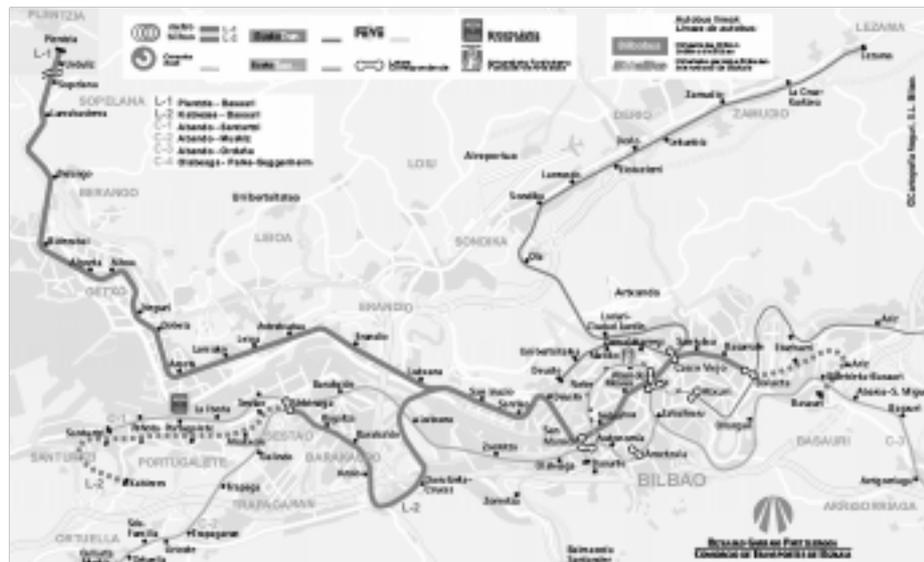


Abb. 2: Aktuelles ÖPNV-Netz der metropolitanen Region Bilbao [Quelle: Verkehrskonsortium Bizkaia; Website www.cotrabi.com]

Sinne ist stets darauf geachtet worden, namhafte Architekten einzubinden, um neue Symbole und Imagegeber für Bilbao zu kreieren. Beispiele sind in diesem Zusammen- hang das Guggenheim-Museum des Architekten Frank O. Gehry, die Metro-Stationen von Sir Norman Foster (be- kannt im Volksmund als *Fosteritos*), die Weiße Brücke und

das neue Flughafengebäude von Santiago Calatrava. Im Zuge des geplanten Imagewechsels wurden auch neue Karten und Pläne erforderlich. Stadtpläne, die neuerdings entstehen, nehmen somit einerseits wertfrei die neugestalteten Stadtgebiete als objektive Information auf. Andererseits machen sich aber auch die tiefgreifenden Neuerungen im Stadtgebiet – neue Symbole, neue Nutzungen, neue Benutzer – bemerkbar, indem sie Karten und Plänen neue Funktionen verleihen. Dadurch erfahren die traditionellen objektiven Funktionen einerseits eine quantitative Vertiefung (mehr Information in mehr Sprachen) und andererseits eine thematische und subjektive Beugung. Karten sollen somit eher werben anstatt informieren, Besucher zu bestimmten Orten locken anstatt orientieren, die lokalen Attraktionen repräsentieren anstatt nur reproduzieren.

Einhergehend mit der städtebaulichen Umgestaltung und begünstigt durch die steigenden Besucherzahlen seit der Eröffnung des Guggenheim-Museums ist in den vergangenen Jahren ein immer stärker differenziertes thematisches Kartenmaterial veröffentlicht worden. Die Stadtpläne erfüllen damit immer mehr die Funktion des Informierens auswärtiger Besucher, und zwar nicht nur mittels objektiver geografischer Information, sondern auch durch zusätzliche Hinweise über Hotels, Restaurants, Transportmittel, Touristeninformationsbüros usw. Vor diesem Hintergrund erscheinen immer mehr Stadtführer und Stadtpläne auf Englisch und in anderen Sprachen, besonders Italienisch, Französisch und Deutsch.

Des Weiteren sind immer mehr thematische Repräsentationen des Stadtbildes verfügbar. Diese spezifischen Karten haben die Aufgabe, über bestimmte Themen (Gastro-

nomie, Museen usw.) zu informieren, aber auch für gewisse Stadtteile, Dienstleistungen und Geschäfte zu werben und Besucher und Kunden anzulocken. Beispiele gibt es zuhauf. So gibt es heute diverse gastronomische Karten der Stadt. Die zweite Auflage der „Gastronomischen Karte“ stellt auf Englisch und in den lokalen Sprachen nicht weniger als 127 Restaurants und Bars in neun Kategorien (davon allein drei für *pinchos*, die baskischen Tapas) im ganzen Stadtgebiet vor. Daneben versuchen mehrere Stadtführer den Besucher von der Fülle und Qualität des lokalen Einzelhandels zu überzeugen. Besonders die Altstadt präsentiert ihre touristischen Höhepunkte in Karten zusammen mit den bedeutendsten Geschäften für jede einzelne der engen Gassen. Eine der neuesten Abbildungen ist die Karte „Rad und Kunst in Bilbao“. Zusammen mit dem städtischen Wochenendangebot von Mietfahrrädern wird ein Stadtplan angeboten, der eine Route über meist neue Fahrradwege zu den (achtzig!) künstlerischen Höhepunkten der Stadt (Museen, Skulpturen, Statuen, Brunnen, Gebäude und architektonische Leistungen) durch das „Open Air Museum“ Bilbao empfiehlt.

Ferner sind bestimmte Karten und Darstellungen, wie auch schon die oben genannten Beispiele, immer mehr mit neuen Nutzungen, Attraktionen und Erfahrungsräumen in der Stadt verbunden, die die Vielfältigkeit Bilbaos nach außen repräsentieren sollen. So gibt es die Darstellung der innerstädtischen Rennstrecke der *World Series*, einer vom Autohersteller *Renault* gesponsorten Autorennenveranstaltung der unteren Formel-Klassen, die im Juli 2005 in Bilbao stattfand (vgl. Abb. 3). Dieses Großereignis hat die Stadt und den fast 4000 m langen Rundkurs ein Wochenende



Abb. 3: Bilbao – Rennstrecke der World Series Urban Circuit (Juli 2005) [Quelle: [www.bilbaourbancircuit.com](http://www.bilbaourbancircuit.com)]

lang ins internationale Blickfeld gerückt. Die entsprechende Karte enthält in kleinen Abbildungen die bedeutendsten Bauwerke und Gebäude, die man entlang der Strecke sehen kann. Im Falle des erst geplanten „Abandoibarra-Turms“, für den noch Büromieter gesucht werden, wird sogar schon repräsentiert, was noch gar nicht existiert, womit die Verbindung zwischen erklärender Darstellung des Events und geplantem City-Marketing offensichtlich wird.

Erwähnt sei schließlich die Karte zu einem Event, mit dem sich das stolze Bilbao wirklich einmal als „Nabel der Welt“ sehen kann: als Mittelpunkt einer Weltkarte in einem Prospekt zum *5-Oceans Race*, einer Ein-Personen-Weltumsegelung, die im Oktober 2006 in Bilbao starten und dort auch ihr Ziel haben wird.

## Fazit

Das Beispiel Bilbaos zeigt, wie sich Karten und Stadtpläne instrumentalisieren lassen und wie sie je nach Bedarf Funktionen in der Stadt- und Regionalplanung sowie im Stadtmarketing erfüllen. Der Wandel Bilbaos ist innerhalb der Stadt, aber auch auf und durch Karten nachvollziehbar. In einem ersten Schritt haben sich Stadtpläne und Karten den neuen städtebaulichen Gegebenheiten angepasst, damit sich Einheimische und Besucher objektiv orientieren können. Weiterhin entwickeln sich thematische Karten und Teildarstellungen der Stadt zusammen mit der wachsenden touristischen Bedeutung Bilbaos. Genauere Stadtpläne in immer mehr Sprachen sind erste Anzeichen für den Wandel. Doch Karten werden auch benutzt, um ein neues Image zu propagieren, um neue Besucher und Investoren anzulocken. In diesem Sinne ist generell zu beobachten, dass Karten und Pläne immer mehr neue Aufgaben übernehmen, sie informieren nicht nur, sie werben, locken, repräsentieren, sie entwickeln und verteidigen ein lokales „Branding“. Stadt- und Regionalplaner sowie Citymanager, in deren Alltag die Entwicklung, die Verbreitung und der Gebrauch von Karten und Plänen eine wesentliche Rolle spielt, sollten sich den neuen Potenzialen dieser Instru-

mente bewusst sein und sie ausnutzen. In Bilbao hat man es jedenfalls – auch mit der Hilfe von Karten – geschafft, sich im wahrsten Sinne des Wortes „auf den Plan zu bringen“.

## Anmerkungen

- 1 So hatten bis zum Dezember 2004 über 7.000.000 Besucher das Museum besichtigt (darunter zu 80 % auswärtige Nicht-Basken). Durchschnittlich besuchen 82.580 Personen im Monat das Museum (Plaza/Grandes 2006). Der Anstieg der Touristenzahlen der Stadt Bilbao generell ist ebenso bemerkenswert. So wurden seit 1998 bedeutende jährliche Anstiege der Besucherzahlen verzeichnet, im Jahre 2004 z. B. besuchten rund 20 % mehr Personen Bilbao als im Vorjahr.
- 2 Die Bezeichnung bezieht sich auf die sieben parallelen Gasen, die zusammen mit der Kirchengemeinde St. Anton, dem alten öffentlichen Platz (heute Standort der Markthalle) und der ersten Brücke über den Fluss Nervion seit der Gründung im Jahre 1300 den alten Stadtkern Bilbaos bilden.
- 3 Bilbao Metropoli-30, ein Public-Private-Partnership, ist mit der institutionellen Rahmensetzung des Revitalisierungsprozesses betraut (Forschung, Erfahrungsaustausch, Öffentlichkeitsarbeit, Erfolgskontrolle in den definierten Themenbereichen).

## Literatur

- Bilbao Metropoli-30: Informe de Progreso Anual 2004. Bilbao 2005
- Del Castillo, J./Haarich, S.N.: Urban renaissance, arts and culture: the Bilbao region as an innovative milieu. In: Camagni, R./Maillat, D./Matteaccioli, A. (Hrsg.): *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*. GREMI 6. S. 195-216. IRER Neuchâtel 2004
- El Correo: El País Vasco se sitúa a la cola de las preferencias turísticas de los españoles. Zeitungsartikel vom 25. März 2005
- Esteban, M.: Bilbao, Luces y sombras de titanio. El proceso de regeneración del Bilbao metropolitano. Bilbao 2000
- Lenfers, E.: Flagship-Projekte im Strukturwandel von Altindustrieregionen – Das Beispiel des Guggenheim Museum Bilbao, Spanien. In: Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.): *Regionalmarketing für das Ruhrgebiet. Internationale Erfahrungen und Bausteine für eine Region mit Zukunft*. Essen 1999
- Plaza, B./Grandes, M.J.: The Return on Investment of the Guggenheim Museum Bilbao. In: *International Journal of Urban and Regional Research*. Ausgabe vom Juni 2006

**Dr. Silke N. Haarich**, Dipl.-Ing. Raumplanung, ist als Regionalplanerin beim Consulting-Büro *INFYDE – Información y Desarrollo, S. L.*, in Las Arenas (Baskenland/Spanien) tätig. ■

- Anzeige -

fachbücher + erbauliches

