

KONFERENZBERICHT

RÄUME NEU DENKEN – IMMOBILIENWIRTSCHAFT TRIFFT KREATIVWIRTSCHAFT

SANAA-GEBÄUDE
FOLKWANG STANDORT AUF DEM WELTERBE ZOLLVEREIN
25. NOVEMBER 2011
9.30–18.00 UHR

Eine Veranstaltung von:

Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



CREATIVE.NRW
Cluster Kultur- und Kreativwirtschaft

wirtschaftsförderung@metropoleruhr

INHALTSVERZEICHNIS

3 EINFÜHRUNG UND BEGRÜßUNG

5 IMPULSREDEN

Kreative Räume in Städten

RALF EBERT, STADTart GbR

Wertschöpfung im Quartier in den Niederlanden

JAN BROUWER, ABF Cultuur

Immobilienmarktstudien unter kreativwirtschaftlichen Aspekten

RENATE KÖLBEL, Colliers Trombello Kölbel Immobilienconsulting GmbH

8 GESPRÄCH AUF DEM PODIUM

Kreative Zwischennutzung von Immobilien und Flächen –
Möglichkeitsräume für die Stadtentwicklung und lokale Ökonomie

JOSCHA HENDRICKSEN, Kunst-Initiative Freiraum2010

MARTIN PLATZER, Wirtschaftsförderung Mönchengladbach

PETER SCHRECK, COWORKING COLOGNE

GABY SCHULTEN, org.beratung Schulten & Weyland

GERHARD SELTMANN, Quartiersmanager Kreativ.Quartier Lohberg, Dinslaken

11 WORKSHOPS

I Der rechtliche Rahmen: Auflagen durch die Bauordnung, Lösungsansätze
und vertragliche Regelungsbedarfe bei Zwischennutzungen

II Ermöglichung von Zwischennutzung: Welche Beiträge können private und öffentliche Akteure leisten?

III Beispiele guter Praxis: Räume und Entwicklungsmöglichkeiten für die Immobilienwirtschaft
und Kreativwirtschaft

17 ABSCHLUSSPANEL

JAN BROUWER, ABF Cultuur

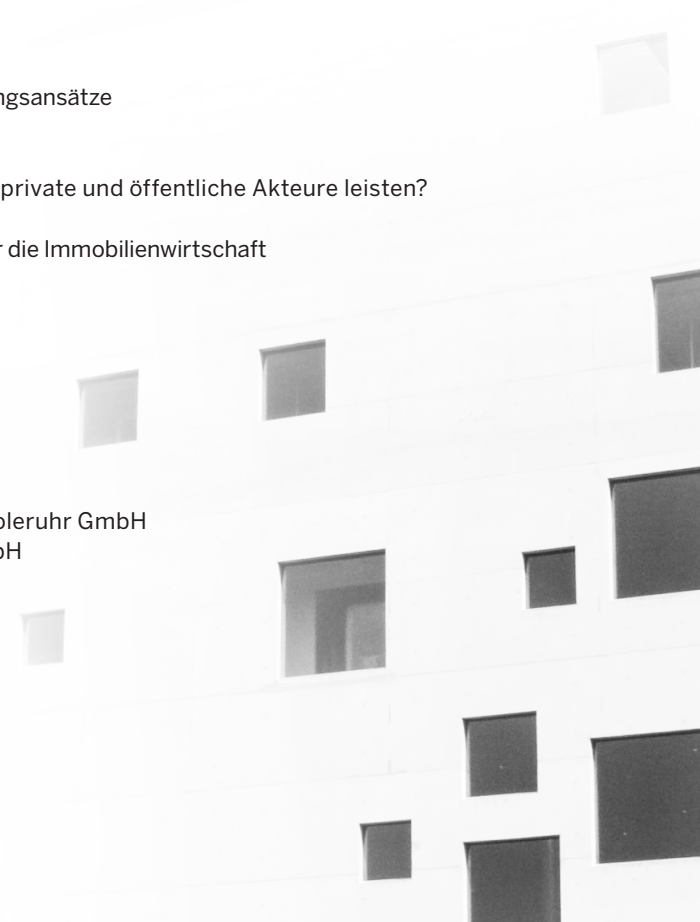
BERND FESEL, european centre for creative economy (ecce)

WERNER LIPPERT, CREATIVE.NRW

MICHAEL SCHWARZE-RODRIAN, Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH

THOMAS WESTPHAL, Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH

18 IMPRESSUM



EINFÜHRUNG – WARUM DIESE KONFERENZ?

Die Kreativwirtschaft ist weiter im Aufwind. Neben dem stetig wachsenden Beitrag zum Bruttosozialprodukt besticht sie vor allem durch ihren hohen Stellenwert für den Standort. Dies macht sich sowohl im Immobilienwert als auch in der regionalen Beschäftigungssituation positiv bemerkbar. Dennoch werden Unternehmen aus der Kreativwirtschaft von vielen Städten und Immobilieneigentümern noch immer nicht als relevante Flächen-nachfrager gesehen, vielmehr bleiben „die Kreativen“ als Nutzergruppe bis heute vergleichsweise unsichtbar. Den meisten Immobilienanbietern, Projektentwicklern und Maklern ist zwar bekannt, wie eine Bürofläche aussehen muss, die einen Banker oder einen Versicherungsvorstand glücklich macht, welche Kriterien allerdings ein Verlag oder ein Musikproduzent an Flächen stellt, ist eher unbekannt.

Um Anstöße für ein neues Miteinander von Immobilienwirtschaft, Kreativwirtschaft, Stadtverwaltung und Wirtschaftsförderung zu geben, haben das nordrhein-westfälische Wirtschaftsministerium, das Clustermanagement CREATIVE.NRW und die Wirtschaftsförderung metropoluhr zur Tagung **„Räume neu denken“** am 25.11.2011 in das SANAA-Gebäude auf dem Welterbe Zollverein in Essen eingeladen, einem Standort des Fachbereichs Gestaltung an der Folkwang Universität der Künste. Gemeinsam mit 140 Akteuren – darunter Immobilieneigentümer, Projektentwickler, Kreativunternehmer und Freiberufler sowie Vertreter aus Politik und Verwaltung – wurden die Potenziale von neuen Raumnutzungsformen sowie Best-Practice-Beispiele diskutiert.

Impulsreferate von Ralf Ebert zum Thema „Kreative Räume in Städten: Ansatzpunkt und Chancen für die Immobilienwirtschaft?“ und Jan Brouwer zum Thema „Kreativwirtschaft und die gebaute Umwelt“ bildeten für eine interessante Podiumsdiskussion am Vormittag eine gute Grundlage.

In drei parallelen Workshops wurden am Nachmittag rechtliche Fragen diskutiert und Best-Practice-Beispiele vorgestellt und analysiert.

Bereits im Vorfeld der Tagung hob der nordrhein-westfälische Wirtschaftsminister Harry K. Voigtsberger hervor: „Kreative Arbeit braucht Freiräume. In der Wachstumsbranche Kreativwirtschaft sind moderne, flexible Arbeitsverhältnisse weit verbreitet. Das spiegelt sich auch in den Raumbedürfnissen wider – moderne Konzepte sind gefragt. Die Studie ‚Räume für die Kreativwirtschaft‘, die CREATIVE.NRW im Auftrag der Landesregierung durchgeführt hat, belegt, dass an neuen Raumnutzungs-

formen wie Kreativquartieren, Coworking Spaces und Zwischennutzungen hohes Interesse besteht. Für die Immobilienbranche und die Stadtentwicklung bietet das viel Potenzial.“

Werner Lippert, Clustermanager bei CREATIVE.NRW, über den interdisziplinären Ansatz der Tagung: „Wir haben in NRW 203.000 Soloselbstständige aus den unterschiedlichsten kreativen Bereichen. Sie alle vereint das Bedürfnis nach freiem Raum zum Denken und zum Arbeiten. Mit unserer Veranstaltung wollen wir die Immobilienwirtschaft dafür sensibilisieren, Kreative als rentable Mieter auf dem Radar zu haben.“

Für die Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH (wmr) ist ein besseres Miteinander zwischen Immobilienbesitzern und Kreativen ebenfalls ein wichtiges Ziel. Vor allem mit Zwischennutzungen habe man in der Region bisher schon viele gute Erfahrungen gemacht, so wmr-Geschäftsführer Thomas Westphal: „Stehen Gebäude längere Zeit leer, kosten sie trotzdem Geld und müssen unterhalten werden. Hinzu kommt, dass Quartiere mit größeren Leerständen schnell in der öffentlichen Wahrnehmung eine Abwertung erfahren. Temporäre Nutzungen sind eine sinnvolle Alternative: Sie bringen den Eigentümern nicht nur Geld, sie erhalten oder steigern sogar die Attraktivität von Standort und Gebäude“.

...und was ist eigentlich Zwischennutzung?

Das Konzept der temporären Nutzung ist einfach: Leerstehende Laden-, Büro- oder Industrieflächen werden über einen absehbaren und vorher fest vereinbarten Zeitraum als Experimentier-, Atelier- oder Geschäftsräume abgegeben. Entweder zu einem vergünstigten Quadratmeterpreis oder gegen Übernahme der Betriebskosten. Öffentliche oder private Immobilieneigentümer stellen vakante Flächen oftmals für temporäre Nutzungen zur Verfügung, weil sie darin einen positiven Werbeeffect für ihre Gebäude und das Quartier sehen, in dem die betreffende Immobilie steht.

RÄUME NEU DENKEN – IMMOBILIENWIRTSCHAFT TRIFFT KREATIVWIRTSCHAFT

DIE KONFERENZ

BEGRÜßUNG

Clustermanager Christian Boros betonte schon in seinen Begrüßungsworten, wie wichtig es sei, dass Akteure aus diesen verschiedenen Bereichen zusammen kommen, denn nur gemeinsam könne man tatsächlich „Räume neu denken“ – eine Einschätzung, die im Laufe der Tagung Bestätigung finden sollte. Thomas Westphal, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH (wmr), forderte in seinem Eingangsstatement die Immobilienwirtschaft auf, denen, die Ideen haben, Raum zu geben – und dabei nicht kurzfristig zu denken, sondern langfristige Strategien für Stadtquartiere mitzuentwickeln.

Als Hausherr begrüßte der Rektor der Folkwang Universität der Künste, Professor Kurt Mehnert (Industrial Design/Konzeption und Entwurf), die Teilnehmer. Er würdigte die besondere architektonische Qualität des SANAA-Gebäudes, das sich nach dem Auszug der Zollverein School für Management und Design und vor dem endgültigen Einzug der Folkwang-Gestalter derzeit auch in einer Art „Zwischennutzung“ befindet. Mit seinen tageslichtdurchfluteten Räumen und den unregelmäßig verteilten, spektakuläre Weitblicke ermöglichenden Fenstern biete es einen guten Rahmen für kreatives Denken. Mit Blick auf den benachbarten Neubau des Fachbereichs Gestaltung der Folkwang Universität, dessen Fertigstellung für 2014 geplant ist, kündigte er an, dass auf dem Weg zwischen SANAA-Gebäude und Neubau eine Forschungsmeile entstehen soll, die den Kreativstandort Zollverein um eine weitere Facette bereichert.



IMPULS

„KREATIVE RÄUME“ IN STÄDTEN: ANSATZPUNKT UND CHANCEN FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT?

DIPL.-ING./STADTPLANER NW RALF EBERT

Planungs- und Beratungsbüro STADTart, Dortmund

Ralf Ebert, Mitautor von Kulturwirtschaftsberichten, u.a. für das Land NRW, und Verfasser von Studien zu kreativen Räumen in Stadtregionen, ging in seinem Vortrag auf die Frage ein, welche Ansatzpunkte und Chancen kreative Räume für die Immobilienwirtschaft in Städten eröffnen.

Seine zentralen Thesen:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist nicht nur in Großstädten wie Köln und Düsseldorf eine für die Immobilienwirtschaft relevante Nachfragegruppe – auch in Mittelstädten wie Unna, Hagen, Dinslaken und Recklinghausen leben und arbeiten Selbstständige und Unternehmen sowie Kreative.

Ähnlich wie in Großstädten gibt es auch in den Mittelzentren eine räumliche Schwerpunktbildung, jeweils rund ein Drittel der Betriebe befinden sich:

- in der Innenstadt bzw. in Innenstadtrandbereichen
- in weiteren Siedlungsschwerpunkten
- verteilt auf andere Siedlungsbereiche

Aber: Nicht jedes Stadtgebiet hat das Potenzial, ein „kreativer Raum“ zu sein.

Jede Stadtregion hat ein spezifisches Mosaik an „kreativen Räumen“, das je nach örtlichen, sozialen, historischen und wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie nach Image, geopolitischer Lage und Einzugsgebiet variiert. Diese kreativen Räume bilden ein urbanes System, in dem Austauschbeziehungen z. B. durch projektbezogene Vernetzungen zwischen Kleinunternehmen und am Markt etablierten Betrieben bestehen.

Angebote der Immobilienwirtschaft außerhalb der „kreativen Räume“ stoßen kaum auf eine Nachfrage bzw. werden als nicht zufriedenstellend angesehen.

Die Kriterien von Kreativen bei der Standortwahl sind vielseitig und unterscheiden sich stark innerhalb der Teilbranchen. Neben den teilbranchenspezifischen Standortanforderungen, werden folgende Kriterien von Kreativen favorisiert:

- Gebäude mit „Adressfunktion“
- die Nähe zu anderen „Kreativen“
- „third places“ wie Kultureinrichtungen, Treffpunkte im nahen Umfeld

Neben den unterschiedlichen Standortanforderungen gibt es – wie in anderen Branchen – auch bei der Kultur- und Kreativwirtschaft u. a. hinsichtlich Ausstattung und Mietzahlungsfähigkeit Unterschiede in der Nachfrage :

- unteres Preissegment: für Existenzgründer/innen, Kleinstunternehmen
- mittleres Preissegment: für lokal/regional im Markt etablierte Unternehmen
- höheres Preissegment: für national im Markt etablierte Unternehmen

Nutzungen durch Kreative spielen im Kontext des Lebenszyklus von Immobilien eine wichtige Rolle. Dabei sind Kreative nicht nur „Zwischennutzer“, es werden auch dauerhafte Nutzungen nachgefragt. „Coworking Spaces“ als „dauerhaft temporäre Nutzung“ eröffnen der Immobilienwirtschaft weitere Marktsegmente. Folgende Hinweise gilt es zu beachten:

- In Eroberungs- bzw. Erprobungsräumen, die wenig planbar sind, werden sich nicht alle temporären Nutzungen nachhaltig entwickeln.
- Bei der Entwicklung von Gebäuden gilt oft: „Weniger ist mehr“ – denn Kreative wollen ihr Umfeld selbst entwickeln.
- Die temporäre Nutzung bedarf klarer Regelungen zwischen den Vertragspartnern (vor allem hinsichtlich der Mindestlaufzeit).
- Die Immobilienwirtschaft muss ein Verständnis für die spezifischen Standortanforderungen der „Kreativen“ entwickeln, die vielfach anders „ticken“.
- Aussichtsreich sind vor allem Mischnutzungen: Ateliers, Handwerk, Dienstleister etc. und auch nicht ausschließlich aus der Kreativwirtschaft, in Kombination mit Wohnen.

Empfehlungen für das Handlungsfeld „Immobilienwirtschaft – Kreativwirtschaft“

Die Städte können die Entwicklung von Angeboten der Immobilienwirtschaft für die Kreativwirtschaft unterstützen durch:

- die Einrichtung von Arbeitskreisen zwischen Immobilienwirtschaft und relevanten Ämtern der Stadt
- integrierte Entwicklungskonzepte mittlerer Reichweite für die „kreativen Räume“ („one does not fit all“) und Aufbau eines Quartiersmanagements
- das Einbeziehen von Sozial- und Bildungseinrichtungen in ausgewählten „kreativen Räumen“
- die Ermöglichung temporärer Nutzungen (u.a. adäquate Auslegung baurechtlicher Bestimmungen)
- das Verhindern einer an den Angebotsmix der Kreativwirtschaft angrenzenden „störenden“ Wohnnutzung
- Hilfen bei der lokalen/regionalen Selbstorganisation der Selbstständigen und Unternehmen der Kreativwirtschaft

Ziel müsse es sein, so Eberts Fazit, attraktive Räume unterschiedlichster Art zu entwickeln, die nach innen und außen wirken – eine wichtige Voraussetzung im Wettbewerb der Städte um Talente in der Wissensgesellschaft.



IMPULS

WERTSCHÖPFUNG IM QUARTIER IN DEN NIEDERLANDEN – KREATIVWIRTSCHAFT UND DIE GEBAUTE UMWELT

JAN BROUWER

ABF Cultuur, Delft

Jan Brouwer berichtete über die Entwicklung der Kreativwirtschaft in den Niederlanden und deren Auswirkungen auf die „gebaute Umwelt“. Die Branche wächst seit Jahren deutlich stärker als andere Branchen. Sie konzentriert sich stark in Großstädten sowie in geeigneten Stadtvierteln. Kreativwirtschaft ist vor allem da zu finden, wo es ein gutes Kulturangebot gibt. Wo die Kreativwirtschaft stark vertreten ist, entwickelt sich die Wirtschaft auch insgesamt besser. Die Auswirkung auf die Immobilienwirtschaft ist in unterschiedlichem Maße positiv: In Stadtzentren, in denen kultur- und kreativwirtschaftliche Unternehmen angesiedelt sind, steigen die Mieten sehr stark – insbesondere wenn es historische Zentren sind. In geeigneten Bezirken außerhalb der Zentren ist ebenfalls eine hohe Preissteigerung festzustellen. Am Rande der Städte ist die Wirkung weniger stark. Während in Zentren der Faktor „Inspiration“ die Ausprägung der kreativen Räume bestimmt, geht es außerhalb der Zentren um „Interaktion“; am Stadtrand, wo sich größere Betriebe mit höherem Flächenbedarf ansiedeln, steht „Transaktion“ im Vordergrund. Generell gilt: Kunst und Kultur verbessern Interaktion, Lebensqualität und schließlich auch den Preis von Immobilien.

Brouwer stellte verschiedene Städte und kreative Räume vor. Amsterdam als Metropole mit historischem Zentrum zieht Kreative in besonderem Maße an; hier finden sich kreative Räume in unterschiedlichsten Formen – Neubauten ebenso wie Umnutzungen. Informationen zu kreativen Räumen stellt das Webportal <http://bureaubroedplaatsen.amsterdam.nl> bereit. Eindhoven als Stadt ohne historisches Zentrum positionierte sich nach der Verlagerung des Philips-Unternehmenssitzes im Jahr 1997 erfolgreich als Designstadt, um den Arbeitsplatzverlust aufzufangen. Auch in Städten wie Arnheim, Den Haag, Rotterdam und Utrecht sind kreative Räume unterschiedlicher Ausprägung zu finden. Die niederländischen Städte engagieren sich laut Brouwer stark in Sachen Kreativwirtschaft. Die Branche genießt wirtschaftliche Priorität, da man sehe, dass dies etwas bringt – es sei ein regelrechter Wettbewerb entstanden. Für den Erfolg sei es wichtig, dass für jedes Objekt mit den Nutzern ein eigenes Konzept entwickelt werde – es gebe für die Kreativbranche keine Blaupause, so Brouwers Fazit.

ZWISCHENRUF

IMMOBILIENMARKTSTUDIEN UNTER KREATIVWIRTSCHAFTLICHEN ASPEKTEN

RENATE KÖLBEL

Trombello Kölbel Immobilienconsulting GmbH, Düsseldorf

Renate Kölbel bestätigte, dass die Kreativbranche noch nicht als Flächennachfrager bei der Immobilienbranche angekommen ist. Wesentlicher Grund: Sie wird in den Statistiken nicht als eigene Gruppe betrachtet – zudem erfolgen viele Vermietungen nicht über Makler und werden somit nicht erfasst.

Eigens für die Tagung hatte Frau Kölbel die Verträge der Jahre 2010 und 2011 für Düsseldorf neu bewertet und die Kreativwirtschaft als eigene Kategorie erfasst. Dabei zeigte sich, dass die Kreativwirtschaft in Düsseldorf zweitstärkste Nachfragegruppe gewesen und in unterschiedlichen Preiskategorien und Stadtvierteln anzutreffen sei.

GESPRÄCH AUF DEM PODIUM

KREATIVE ZWISCHENNUTZUNG VON IMMOBILIEN UND FLÄCHEN – MÖGLICHKEITSRÄUME FÜR DIE STADTENTWICKLUNG UND LOKALE ÖKONOMIE

JOSCHA HENDRICKSEN,

Kunst-Initiative Freiraum2010, Essen

MARTIN PLATZER,

V16, Wirtschaftsförderung Mönchengladbach

GERHARD SELTMANN,

Quartiersmanager Kreativ.Quartier Lohberg, Dinslaken

PETER SCHRECK,

COWORKING COLOGNE

GABY SCHULTEN,

org.beratung Schulten & Weyland, Zwischennutzungsagentur Wuppertal und Agentur für neue Nutzung, Rheinische Straße Dortmund

In einer Podiumsdiskussion wurden verschiedene Zwischennutzungen und die dahinter stehenden Konzepte vorgestellt.

Joscha Hendricksen berichtete über die Essener Künstlerinitiative Freiraum2010, die gegründet worden sei, da die freie Szene sich von der Kulturhauptstadt Ruhr.2010 nicht ausreichend berücksichtigt gefühlt habe. Nach mehreren eher symbolischen „Hausbesetzungen“ und Zwischennutzungen, unter anderem in einer Kirche (wo man mit dem neuen Eigentümer gute Erfahrungen gemacht habe – der sich wiederum darüber freute, dass im Winter der Winterdienst von den Künstlern zuverlässig übernommen wurde), sei man nun im Gespräch mit der Stadt, um eine Immobilie mit dauerhafter Perspektive zu finden, in der man bleiben könne. Ein Nachteil von Zwischennutzungen liege darin, dass die mühsam aufgebauten Infrastrukturen immer wieder zerstört würden und neu aufgebaut werden müssten. Hendricksen begrüßte es zwar, dass Kreative als Wirtschaftsfaktor anerkannt würden, dabei dürfe aber der soziale Aspekt nicht außer Acht gelassen werden. Es müsse auch Raum für weniger kommerzielle Angebote geben, die eine kulturelle Nahversorgung ermöglichen und Menschen in Kontakt mit Kultur bringen, die sonst keinen Zugang hierzu finden. Er kritisierte, dass das Know-how, das Kreative für die Entwicklung von Kreativräumen und Stadtquartieren einbringen, nicht wirtschaftlich honoriert werde. Die Kreativbranche müsse hier ein stärkeres Selbstbewusstsein entwickeln – man wisse schließlich, wie Gebäude und Räume neu belebt werden können. Mehr Info: www.freiraum2010.de/

Peter Schreck – der seine Abschlussarbeit an der einst im SANAA-Gebäude beheimateten Zollverein School

für Management und Design über Coworking-Spaces geschrieben hat – berichtete über den Aufbau eines Coworking-Spaces in der Gasmotorenfabrik in Köln-Deutz. Zentraler Gedanke sei es hier gewesen, spontane Begegnungen zwischen Kreativen unterschiedlicher Disziplinen zu ermöglichen, die neue Prozesse in Gang bringen. In der Praxis habe sich herausgestellt, dass viele Kreative auch abgegrenzte Büros und Besprechungsräume nachfragen würden, wofür die Räumlichkeiten nicht unbedingt geeignet sind. Zudem sei die Lage ein Problem: Es gebe in der Umgebung keine szenearffine Gastronomie, und die ÖPNV-Anbindung ist ebenfalls nicht gut. Es habe sich aber inzwischen, neben dem Coworking-Space und dem FabLab DingFabrik (einer Gemeinschaftswerkstatt, die Maschinen und Geräte bereitstellt), ein HighTech-Start-up mit 20 Mitarbeitern dort angesiedelt. Derzeit widmet sich Schreck vor allem der stärkeren Vernetzung der verschiedenen Coworking-Spaces in Köln mit dem Ziel, neue Wertschöpfungsketten zu ermöglichen.

Mehr Info: www.coworkingcologne.de

Martin Platzer von der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach stellte das Kreativgründerzentrum V16 vor. In einem strategisch eigens hierfür angemieteten Objekt untergebracht, wird es vom ursprünglich aus Mönchengladbach stammenden Stuttgarter Immobilienentwickler Alexander Matthies und seiner RAUMAUFZEIT GmbH betrieben. Die 33 Büroflächen seien schon nach kurzer Zeit ohne größere Vermarktungsaktivitäten über die bestehenden Netzwerke an kreative Start-ups vermietet worden, die hier ihre Geschäftsideen weiterentwickeln können. Man habe von Anfang an klagemacht, dass es sich um eine temporäre Vermietung handle, was auch schon im Gesellschaftsnamen zum Ausdruck komme.

RÄUME NEU DENKEN – IMMOBILIENWIRTSCHAFT TRIFFT KREATIVWIRTSCHAFT

Die Nutzung des V16 ist bis Herbst 2012 begrenzt, derzeit sucht man nach einem neuen Objekt, um wiederum ein temporäres Kreativzentrum mit Strahlkraft für seine Umgebung einzurichten. Dank des V16 sei die Bedeutung der Kreativwirtschaft als dynamische Branche, die Impulse in andere Wirtschaftszweige ausstrahlt, in Mönchengladbach stärker ins Bewusstsein gerückt. Angeregt durch das V16, entstünden in Mönchengladbach weitere „Incubatoren“ für Start-ups.

Mehr Info: www.v-16.de & www.wfmg.de

Gaby Schulten berichtete von ihrer Arbeit für die Zwischennutzungsagentur in Wuppertal, die im Altstadtviertel Nordstadt leerstehende Ladenlokale in Altbauten bevorzugt an Kreative vermittelt. Die Herausforderung hierbei sei, dass man es meist mit nicht professionell agierenden Einzelbesitzern zu tun habe, denen nicht bewusst sei, dass sich der Leerstand in ihrem Haus negativ auf das ganze Viertel auswirkt. Hier müsse erst ein Bewusstsein geschaffen werden. Ausgangspunkt jeder Vermittlung sei die konkrete Nutzungsanfrage, für die dann eine geeignete Lokalität gesucht werde. Der „Zwischennutzer“ müsse dabei auch die oft finanziell schwierige Situation der Hausbesitzer anerkennen und bereit sein, zusätzlich zu seinen eigenen Investitionen zumindest die Betriebskosten zu zahlen.

Mehr Info: www.zwischennutzungsagentur-wuppertal.de/

Gerhard Seltmann stellte das Kreativ-Quartier Lohberg in Dinslaken vor. Auf dem ehemaligen Zechengelände wird durch den Eigentümer RAG Montan Immobilien und die Stadt Dinslaken im Laufe von zehn Jahren ein Kreativquartier entwickelt. Die Erfahrung zeige, dass auch am Rande von Metropolen gute Entwicklungschancen bestünden, wengleich, so konterte er einen skeptischen Einwurf aus dem Publikum, die Vermarktung sicher schwerer sei als in den Zentren der Rheinschiene – der Wettbewerbsvorteil des Kreativ-Quartiers Lohberg heiße: „mehr Raum für weniger Geld“.

Mehr Info: <http://www.kreativquartier-lohberg.de/>

In der Diskussion wendete sich Gerhard Seltmann gegen den aus seiner Sicht missverständlichen Begriff „Zwischennutzung“. Bei den Kreativen, die noch unsanierte Räume zu niedrigen Mieten nachfragen, handle es sich oft um Start-ups, denen auch die Möglichkeiten geboten werden müsse, zu bleiben – und bei Erfolg und höherer Zahlungsfähigkeit in andere, besser ausgestattete Räume zu ziehen. Das Kreativ-Quartier Lohberg biete solche Perspektiven – für Kreative aus der gesamten Region. Grundsätzlich gelte: Es gebe immer mehr Menschen,

die einen beruflichen Anfang wagen, also gebe es auch immer mehr Raumnachfrage, für die es wiederum mehr Mediation bedarf.

Gaby Schulten argumentierte demgegenüber, dass ein gewisses „Nomadentum“ mit wechselnden Zwischennutzungen den heutigen dynamischen und flexiblen Lebens- und Arbeitsrealitäten, Stichwort: „Projektifizierung“, entspreche. Man orientiere sich heute öfter mal neu – und brauche dafür dann eben auch neue Räume. Hinzu komme, dass für manche Räume – etwa kleine Ladenlokale – auch kaum andere Perspektiven als dauerhafte Zwischennutzung offen stünden.

Aus dem Publikum kam die Frage, was Kreative für die Entwicklung von Flächen und Branchen tun könnten. Martin Platzer erklärte hierzu, dass Stadt- und Immobilienentwickler flexibles Denken lernen und Kreative stärker in den Prozess einbeziehen müssten. Das V16 etwa habe für die Stadtentwicklung eine Vorbildfunktion gehabt. Es werde zunehmend anerkannt, dass es nicht nur darauf ankommt, dass ein Leerstand gefüllt wird, sondern auch, womit und von wem. So sei in einem ehemaligen Freibad als Zwischennutzung eine Grünfläche mit Gastronomie entstanden – als wirtschaftlich tragfähige Übergangslösung, bis eine qualitativ in die strategische Stadtentwicklung passende dauerhafte Nutzung gefunden wird. Gerhard Seltmann forderte, dass man den ganzen Planungsprozess kreativ organisieren müsse, um Räume zukunftsfähig zu entwickeln – so könnten z.B. Kreative und Ingenieure ihre Kompetenzen zur Entwicklung von Niedrigenergiekonzepten bündeln.

Ein Vertreter der IHK Bochum warf ein, dass die Kreativbranche kein Lückenbüßer sein dürfe, der nur der Inwertsetzung von Immobilien diene – dies müsse die Immobilienwirtschaft lernen.

RÄUME NEU DENKEN – IMMOBILIENWIRTSCHAFT TRIFFT KREATIVWIRTSCHAFT

FAZIT

Die Runde war sich einig, dass es eines fairen Umgangs und klarer Absprachen zwischen Immobilien- und Kreativwirtschaft bedürfe, um Gebäude und Stadtquartiere voranzubringen. Für unterschiedliche Anforderungen müsse es unterschiedliche Angebote geben. Nicht nur in den großen Zentren, auch an deren Rand gebe es Entwicklungsmöglichkeiten. Neben Zwischennutzungen sollten auch Perspektiven auf ein „Bleiben und Wachsen“ eröffnet werden. Die Bedeutung der Kreativbranche gehe weit über die „Inwertsetzung“ von Gebäuden hinaus: Kreative beleben Stadtquartiere kulturell, sozial und wirtschaftlich – eine Leistung, die von der Kreativbranche selbstbewusster vertreten und entsprechend honoriert werden sollte.



WORKSHOPS

In drei Workshops wurden verschiedene Aspekte des Themenkomplexes „Räume neu denken“ behandelt. Nach einleitenden Impulsreferaten hatten die Teilnehmer Gelegenheit, Fragen zu stellen und zu diskutieren.

WORKSHOP 1

DER RECHTLICHE RAHMEN: AUFLAGEN DURCH DIE BAUORDNUNG, LÖSUNGSANSÄTZE UND VERTRAGLICHE REGELUNGSBEDARFE BEI ZWISCHENNUTZUNGEN

Moderation: **WERNER LIPPERT**, Clustermanager CREATIVE.NRW

Impuls: CARSTEN STRASEN, Streifler & Kollegen Rechtsanwälte

Herr Strasen erklärte, dass der Begriff „Zwischennutzung“ rechtlich nicht definiert ist. Er stellte verschiedene Vertragstypen vor und machte deutlich, dass diese der jeweiligen Situation angepasst werden müssen, um sowohl den Interessen des Mieters als auch des Vermieters gerecht zu werden. Er erläuterte die rechtlichen/vertraglichen Unterschiede bei der Anmietung von Gewerbe- und Wohnraum und machte deutlich, dass die „Zwischennutzung“ von Räumen besonderer vertraglicher Regelungen bedürfe. Sein Fazit: Zwischennutzung ist rechtlich gesehen zwar exotisch, aber machbar!

Impuls: ALEXANDER MATTHIES, RAUMAUF- ZEIT GmbH, Stuttgart (u.a. Betreiber des V16 in Mönchengladbach)

Herr Matthies stellte sein Unternehmen anhand verschiedener Projekte vor und beschrieb, auf welche Probleme/Vorbehalte er bisher getroffen ist, aber auch, wie diese überwunden werden konnten.

Wenn man seine Immobilie gefunden hat, muss ein Gutachter einbezogen werden, der „die Sprache Baurecht“ spricht. Denn einer der schwierigsten und kritischsten Punkte bei der Zwischennutzung ist das Baurecht. Brandschutzgutachter und ein Rechtsanwalt gehören unbedingt dazu. Der Eigentümer, häufig die Stadt, muss für die Zwischennutzung erst noch begeistert werden. Häufig gibt es hier Vorbehalte oder auch Ängste: „Gehen die wieder raus?“ Gute Zusammenarbeit sei wichtig, denn dann können Verhandlungsspielräume genutzt werden. Er appellierte: Mieter müssen sich an Vereinbarungen halten!

Herr Matthies gab anhand verschiedener Beispiele viele Hinweise, um kreative Lösungen für unterschiedliche

Probleme zu finden. Wenn allerdings die Auflagen des Brandschutzes nicht zu erfüllen sind, dann solle man die Finger von der Immobilie lassen. Wichtig für das Projekt sei es, die eigenen finanzielle Obergrenze zu finden.

Fazit

Zwischennutzung ist, so das Fazit des Workshops, juristisch gesehen ein Sonderfeld mit speziellen Fragen, die unterschiedlich zu lösen sind. Wichtig ist: Wenn man ein Objekt nutzen möchte, muss man sich frühzeitig professionelle Unterstützung ins Boot holen und seine finanzielle Obergrenze finden – um gemeinsam mit einem Rechtsanwalt, dem Bauamt, dem Brandschutz und natürlich dem Eigentümer einen gemeinsamen Weg zu seinen Räumen zu finden.



WORKSHOP 2

„ERMÖGLICHUNG VON ZWISCHENNUTZUNG: WELCHE BEITRÄGE KÖNNEN PRIVATE UND ÖFFENTLICHE AKTEURE LEISTEN?“

Moderation: **MICHAEL SCHWARZE-RODRIAN**, Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH

Impuls: CAROLA SCHOLZ, Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Manuskript)

1. Städte als Zentren des Wissens, der Innovation und der Kreativität

An die Städte wird heute von vielen Seiten appelliert, eine Rolle als Wissens- und Lernzentren, Ideengeber und Gestalter zu spielen – also kreativ zu sein. Im globalen Innovationswettbewerb und in internationaler Standortkonkurrenz konkurrieren Städte um mobile Faktoren wie Kapital, qualifizierte Arbeitskräfte und Wissen. Kultur und Kreativität werden dabei zunehmend als ökonomisch verwertbare Standortfaktoren betrachtet, die dazu beitragen können, sich in diesem Wettbewerb zu positionieren.

Die Einsicht in den Zusammenhang zwischen Umfang und Wachstum der Kreativwirtschaft, wirtschaftlichem Erfolg sowie städtischen Räumen wurde vor allem durch die Thesen und Studien Richard Floridas (USA) und Charles Landrys (GB) befördert. Insbesondere Floridas Forschungsansatz hat diese Diskussion empirisch gestützt und popularisiert.

2. Mehrwert der Kreativitäts-Debatte für Stadtentwicklung und Stadterneuerung

Sowohl Wirtschaftsförderung als auch Stadtplanung beschäftigen sich in zunehmendem Maße mit der Profilbildung von Standorten, auch von Kreativ-Standorten, der Imagebildung für bestimmte Räume sowie mit kleinräumigem Marketing. Kommunale Wirtschaftsförderung analysiert die kleinräumige Entwicklung von sog. Branchenclustern, initiiert und moderiert die Netzwerkbildung in der Wirtschaft und muss sich verstärkt mit den Wissens- und Kreativitätsressourcen der örtlichen Branchen befassen. Derartige Kompetenzfeld-orientierte Entwicklungsansätze (Clusterkonzepte) gelten auch für die kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchen und ihre spezifische Mikrostruktur. Die spezifische Förderung von Kleinstbetrieben, bisher nicht unbedingt im Fokus der Wirtschaftsförderungsämter oder -gesellschaften, kann im Rahmen lokaler kreativwirtschaftlicher Entwicklungsstrategien und integrierter Handlungskonzepte der Stadterneuerung einen neuen Stellenwert erhalten (NRW: Städtebauförderung, Mikrokredite, Förderung lokaler Ökonomie).

Integrierte Stadtentwicklung ermöglicht Ressourcenbündelung, das heißt auch für die Standortentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft könnten und sollten in einem Instrumenten-Mix wirtschaftsfördernde, stadtentwicklungspolitische, bildungspolitische und arbeitsmarktpolitische Instrumente und Maßnahmen kleinräumig gezielt zusammenwirken, um sogenannte „kreative Räume“ zu verorten und zu entwickeln.

3. Kreative Räume

Es ist es eher selten, dass es in den Städten eine umfassende, auf die Ressourcen Wissen und Kreativität orientierte Stadtentwicklungsstrategie gibt. Viele Stadtquartiere und Milieus der Kreativwirtschaft haben sich eher zufällig entwickelt. In vielen Städten sind aber auch Stadtentwicklungsprojekte gezielt von der kommunalen Wirtschaftsförderung und wirtschaftsorientierten Stadtentwicklungspolitik als räumliche Anker für kreative und wissensorientierte Unternehmen initiiert worden. Allerdings werden Standorte oft parallel entwickelt und konkurrieren zum Teil miteinander. Die Potentiale der Ressourcen Wissen und Kreativität werden für den regionalen Strukturwandel bisher nur unzureichend genutzt. Sinnvolle Instrumente der Vernetzung, z.B. Zwischennutzungsagenturen, kommen noch zu selten zum Einsatz. „Brutstätten“ der Kreativität sind häufig entwertete Räume, heruntergekommene Wohnviertel, aufgelassene Industriegelände, alte Speichergebäude. An solchen Orten gibt es (vorübergehend) Raum für Experimente.

Wie immer kann eine Entwicklung auch janus-köpfig sein: Zwischennutzung oder langfristige Perspektive für die Kreativen?

4. Kreative Stadtbewohner und Stadtnutzer

In der Diskussion um kreative Städte sollte es nicht nur um Räume gehen!

Städte müssen kreative Menschen anziehen, ausbilden und dauerhaft halten, denn die lokalen Potentiale an kulturellem Kapital, qualifizierten Arbeitskräften und spezialisierten Dienstleistungsunternehmen entscheiden über ökonomisches Wachstum. Vor diesem Hintergrund ist es insbesondere das jeweilige städtische „Humankapital“, das zum Schlüssel für die Zukunft wird. Damit hängt

Stadtentwicklung von der Kreativität der Stadtbewohner und Stadtnutzer, der Entfaltung ihrer Begabungen und der Pflege und Förderung von Kreativitätspotentialen ab. Kreative Menschen wiederum schaffen kreative Räume und kreative Wirtschaft. Das müssen Politik, Verwaltung und Wirtschaft aber auch wollen!

5. Aktivitäten in Nordrhein-Westfalen

- Erstes Handlungskonzept „Kreative Ökonomie“ der Staatskanzlei November 2006
- Einrichtung des Clustermanagements CREATIVE.NRW
- Regelmäßige Kulturwirtschaftsberichte des Wirtschaftsministeriums
- Wettbewerbsaufrufe „CreateNRW“ im Rahmen der EFRE-Förderung
- Forschungsprojekt der Abt. Stadtentwicklung „Kreative Ökonomie und kreative Räume“ (ILS/STADTart/ 2009)
- Kulturhauptstadt Ruhr.2010: Kreativ.Quartiere

Impuls: CHRISTIAN HAMPE, clownfisch, Wuppertal

Christian Hampe ist Mitherausgeber des Statement-Magazins clownfisch, um das sich ein Netzwerk aus über 500 Personen und 270 Institutionen entwickelt hat. Er stellte exemplarisch drei Projekte im Kontext von Zwischennutzung, „neuer Nutzung“ und Stadtentwicklung vor.

In einer seit Jahren leerstehenden Fabrikhalle fanden 2008/2009 über den Zeitraum eines Jahres verschiedene Kultur-Events rund um das von clownfisch herausgegebene Statement-Magazin statt, die von insgesamt 60.000 Menschen besucht wurden. So kamen Menschen in den „Problembezirk“ Arrenberg, die sonst kaum ihren Weg hierhin gefunden hätten. In den Fabrikhallen entstehen nun Lofts, das gesamte Viertel erlebt einen Aufschwung. Die Zwischennutzung sei möglich geworden, weil die Eigentümerfamilie eine starke Affinität zur Kultur habe und kulturelle Aktivitäten aus Überzeugung unterstütze.

Mit dem Designmarkt Needful Things wurde ein Wochenende lang ein leerstehender Supermarkt bespielt – positiver Nebeneffekt für den Vermieter: Er konnte testen, ob noch alles funktionierte.

Derzeit hat das Netzwerk in einem denkmalgeschützten ehemaligen Bahnhof eine auf zunächst zwei Jahre angelegte Verortung mit dem Namen „Utopiastadt“ gefunden. Der am Rande des Szeneviertels Nordstadt gelegene

Bahnhof grenzt an die Nordbahntrasse, die derzeit zu einem Fahrrad- und Wanderweg ausgebaut wird. Am 1. Dezember 2011 wurde ein Coworking Space eröffnet; auch ein Künstler hat hier bereits ein Atelier bezogen. In Zukunft sollen hier weitere Büros und Räume für Selbstständige, Agenturen, Künstler und Entwickler sowie Gastronomie entstehen. Es wird eine dauerhafte Nutzung angestrebt, für die eine umfassende Sanierung erforderlich ist, da der Bahnhof über mehrere Jahre hinweg unter Leerstand, Verfall und Vandalismus gelitten hat – hierfür soll eine Förderung durch das EU-Förderprogramm „Initiative ergreifen“ beantragt werden. Zusammen mit der Nordbahntrasse und weiteren Ateliers, Galerien und Kreativunternehmen, die sich in den letzten Jahren rund um den Bahnhof Mirke angesiedelt haben, soll die Utopiastadt zur Belebung des Stadtquartiers beitragen. Alle Akteure des Netzwerks arbeiten derzeit ehrenamtlich. Ein Architekt begleitet das Projekt unentgeltlich, da er es als „Forschungsprojekt“ ansieht. Hampe lobte die konstruktive Zusammenarbeit mit der Stadtparkasse Wuppertal, dem Kulturbüro, der Bergischen Entwicklungsagentur und der Stadt. Man habe aber erst im Laufe der Zeit eine gemeinsame Sprache finden müssen, um einander zu verstehen. Als Kreativer müsse man sich dabei auch mit Dingen befassen, die einem nicht unbedingt nahe lägen – z.B. Business-Plänen und Brandschutzkonzepten. Mehr Info: www.clownfisch.eu



RÄUME NEU DENKEN – IMMOBILIENWIRTSCHAFT TRIFFT KREATIVWIRTSCHAFT

Fazit

Räume neu zu nutzen, so das Fazit dieses Workshops, ist immer eine Gemeinschaftsaufgabe, bei der möglichst alle Beteiligten und Betroffenen an einem Tisch zusammenkommen sollten.

Aufgrund der behördlichen Verantwortung (baulicher Zustand, Art der Nutzung, Brandschutz, Lärmbelästigung u.ä.) sind die relevanten städtischen Akteure grundsätzlich zu beteiligen.

Bei den Städten sollte ein Ansprechpartner vorhanden sein, der ein Ohr für Kreative und die Problematik „Räume“ hat.

Kreatives Verwaltungshandeln ist gefragt, es darf aber keine „Freibriefe“ geben.

Es gibt kaum methodische und strukturelle Ansätze, die solche kooperativen Prozesse fördern, daher hat jede Stadt ihr eigenes Herantasten. Wegen der heterogenen Anforderungen wird es als sehr schwierig erachtet, allgemeingültige „Modelle“ hierfür zu schaffen.

Bisher sehen sich die Kreativen mehr als Bittsteller. Da sie oft viel Arbeit und Zeit in die Entwicklung einer Immobilie investieren, wovon dann später andere profitieren, sollten sie auch etwas fordern dürfen. Es sollte eine Win/Win-Situation entstehen.

WORKSHOP 3

„BEISPIELE GUTER PRAXIS: RÄUME UND ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT UND KREATIVWIRTSCHAFT“

Moderation: **BERND FESEL**, european centre for creative economy (ecce), Dortmund

Impuls: CHRISTIAN EGGERT (DACAPO), Projekt URBANATIX, Umnutzung der Marienkirche Bochum

Die Street-Art Show URBANATIX, die im Mai 2010 das erste Mal aufgeführt wurde und aufgrund der großen Publikums- und Medienresonanz über das Kulturhauptstadtjahr 2010 hinaus zu einem festen Bestandteil des Jahrhunderthallen-Veranstaltungskalenders in Bochum werden soll, war auf der Suche nach geeigneten Trainingsräumen. Inspiriert von einem Street-Art Projekt in Quebec, Kanada, entstand die Idee zur Nutzung der leerstehenden Marienkirche in Bochum als Trainingsraum. Besonders aufgrund der zentralen Lage und der ausreichenden Raumhöhe schien die Marienkirche ein geeignetes Trainingsgebäude. Probst Ludwig stand der Idee offen gegenüber.

Seit Januar 2010 wird die entweihte Marienkirche im Bochumer Bermudadreieck nun von dem Projekt URBANATIX als Trainingslocation genutzt. Wo früher Kirchenbänke den Raum füllten, stehen auf circa 700 qm Grundfläche nun ein Chinesischer Mast, Trampoline, Obstacles, Tricking-Bahnen, Tanzspiegel, Rampen und alles, was die Street-Artisten brauchen, um kreativ zu arbeiten und sich auf die jeweiligen Showproduktionen vorzubereiten. Die Marienkirche wird von den Artisten gut angenommen und sorgfältig genutzt.

Das Projekt URBANATIX sollte für das Jahr 2009 zunächst von der Stadt Bochum finanziell unterstützt werden. Aufgrund einer Haushaltssperre konnte diese Zusage aber nicht eingehalten werden. Mithilfe eines großen Netzwerks konnten ca. 400 private Partner für die Finanzierung des Projekts URBANATIX geworben werden. Letztendlich konnte das Projekt ohne öffentliche Mittel durch privates Engagement und die Risikobereitschaft realisiert werden.

Mehr Info: www.urbanatix.de

Impuls: MARTIN PLATZER (Wirtschaftsförderung Mönchengladbach), Projekt Altstadtlabor, Entwicklung einer ehem. Gastronomiemeile in Mönchengladbach

Das Projekt Altstadtlabor hat zum Ziel, ein Konzept zur Revitalisierung der oberen Waldhausener Straße in Mönchengladbach aufzustellen. Die Entwicklung dieses Quartiers soll wichtige Impulse für die Entwicklung einer attraktiven, lebendigen Altstadt in Mönchengladbach liefern. Dazu soll ein verbindlicher Handlungsrahmen im

Dialog mit allen an der Altstadt Interessierten aufgestellt werden, in den sich öffentliche wie private Maßnahmen einfügen.

Für die Erarbeitung dieses Konzepts haben Verwaltung, Initiativen, Politiker, Entwicklungsgesellschaft und Wirtschaftsförderungsgesellschaft einen runden Tisch gebildet. Im Juli 2011 fand das erste offene Gespräch („Laborgespräch“) über die weitere Entwicklung statt. Für einige leerstehende Gebäude des Quartiers wurde eine Zwischennutzung für zwei Jahre genehmigt. Die ehemalige Gastronomiemeile erfährt mittlerweile unterschiedliche Gebäudenutzungen.

Mehr Info: www.altstadtlabor.de

Zusätzliche Projektvorstellungen von Workshopteilnehmern:

SCHOO FLEMMING, Projekt post_Eins, Nutzung eines ehem. Postgebäudes als Büro

Kreativunternehmen aus Oberhausen waren auf der Suche nach einer geeigneten Immobilie zur Büronutzung. Ein ehemaliges Postgebäude in direkter Nähe zum Hauptbahnhof war für die Kreativen, Gestalter, Medienprofis und Kulturschaffenden attraktiv. Bei einem Gespräch mit dem zuständigen Makler aus Luxemburg wurden sich die Initiative und der Makler einig: Die erste Etage des Gebäudes darf genutzt werden. Das Unternehmen schloss mit den Kreativunternehmen einzelne Mietverträge ab. Mittlerweile sind neun verschiedene Kreativunternehmen vom Fotodesigner, Bildhauer und Grafiker bis zum Webdesigner auf der ca. 1.000 qm großen Etage ansässig.

Mehr Info: www.post-eins.de

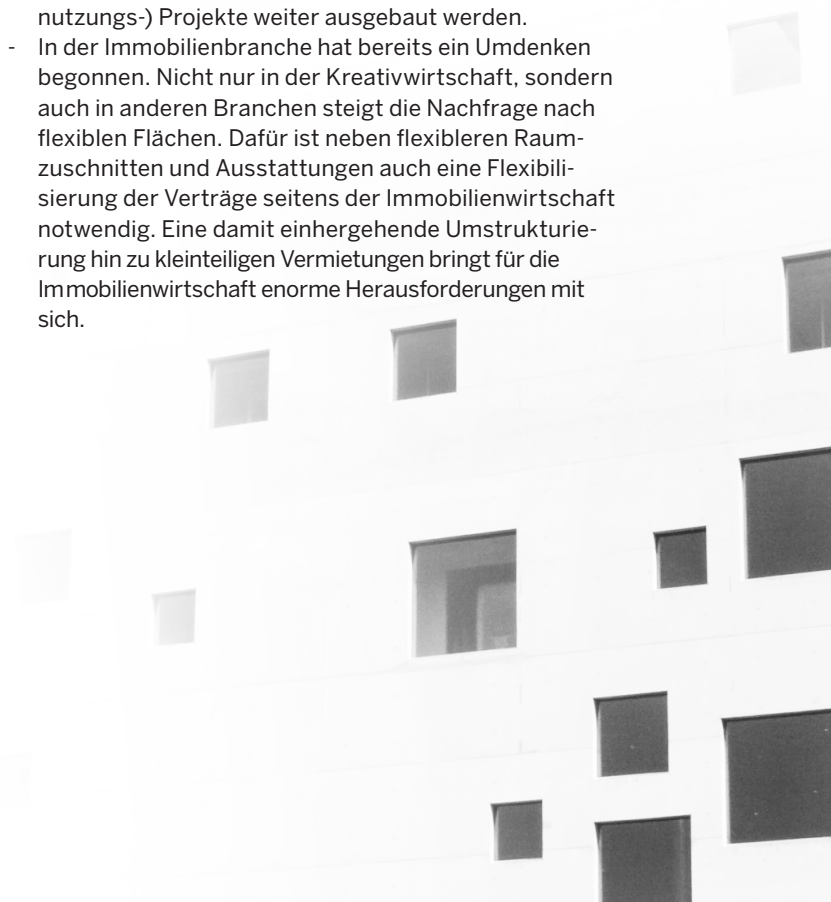
**BERND FESEL, Projektfamilie Kreativ.Quartiere,
Entwicklung von kreativen Orten**

Mit den Kreativ.Quartieren wurde im Rahmen der Kulturhauptstadt Ruhr.2010 eine Projektfamilie ins Leben gerufen, die über neue Ansätze der Standortentwicklung und konkrete raumbezogene Angebote Künstler, Kreativunternehmen und Absolventen von Hochschulen und Akademien zum Bleiben animieren bzw. für einen Zuzug in die Region gewinnen will.

Im Mittelpunkt des Projekts stehen die Quartiere, die von den Kommunen benannt wurden und die sowohl einzelne Gebäudeensembles als auch ganze Stadtviertel umfassen können. Unter Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten wurde für jedes Quartier in Zusammenarbeit mit den Akteuren vor Ort eine Strategie erarbeitet, die Räume für neue Entwicklungen definieren und nutzbar machen soll. Die Zusammenarbeit von Kulturförderung, Stadtplanung und Wirtschaftsförderung mit Kultur- und Kreativunternehmen sowie Immobilieneigentümern vor Ort ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal der Projektarbeit. Dieser neue Ansatz einer integrativen Stadtentwicklung, der sowohl auf konkrete Flächen und Immobilien als auch auf soziale Räume und die Freiheit kultureller Entwicklungen abzielt, gilt als Modellvorhaben im europäischen Raum. Mehr Info: www.e-c-c-e.de/aktivitaeten/projekte/verortung/kreativquartiere-ruhr

Fazit

- Ein integrativer Prozess, bei dem die verschiedenen Akteure einbezogen werden, ist heute bei Stadtentwicklungsprozessen unerlässlich. Durch Interaktionen mit dem Endnutzer werden eine Identifikation mit dem Prozess und dem Raum geschaffen.
- Ein solcher Prozess sollte nicht von Anfang bis Ende durchgeplant werden, sondern Raum für Entwicklungen lassen und iterativ verstanden werden. Dafür sind die Methoden aus dem Bereich Design (Stichwort „Design Thinking“) beispielhaft.
- Bei (Zwischennutzungs-) Projekten sind schlanke Entscheidungsstrukturen für Entwicklungsprozesse und den Erfolg von Projekten entscheidend.
- Für eine erfolgreiche, interdisziplinäre Zusammenarbeit bei (Zwischennutzungs-) Projekten ist Empathie erforderlich. Ein gegenseitiges Verständnis, eine Offenheit und ein Annähern von potenziellen Nutzern, Immobilieneigentümern, Immobilienmaklern und / oder Stadtverwaltungen sind im Umsetzungsprozess oftmals entscheidend.
- Während vom Bürger oft eine Planungskompetenz und ein Planungsverständnis von Seiten der Verwaltung eingefordert wird, müsste bei der Verwaltung die Bürgerkompetenz und das Verständnis für (Zwischennutzungs-) Projekte weiter ausgebaut werden.
- In der Immobilienbranche hat bereits ein Umdenken begonnen. Nicht nur in der Kreativwirtschaft, sondern auch in anderen Branchen steigt die Nachfrage nach flexiblen Flächen. Dafür ist neben flexibleren Raumzuschnitten und Ausstattungen auch eine Flexibilisierung der Verträge seitens der Immobilienwirtschaft notwendig. Eine damit einhergehende Umstrukturierung hin zu kleinteiligen Vermietungen bringt für die Immobilienwirtschaft enorme Herausforderungen mit sich.



ABSCHLUSSPANEL

**JAN BROUWER,
WERNER LIPPERT,
MICHAEL SCHWARZE-RODRIAN,
BERND FESEL,
THOMAS WESTPHAL**

Nach den drei Praxisworkshops zog eine abschließende Diskussionsrunde ein Resümee der Tagung.

Die Entwicklung von Kreativräumen sollte immer im Kontext der Stadtentwicklung gesehen werden. Vor allem bei größeren Projekten seien integrative Ansätze gefragt. Neben Kreativ- und Immobilienwirtschaft seien auch relevante Institutionen wie die Wirtschaftsförderung, das Kulturamt, das Bauordnungsamt, die Feuerwehr, potenzielle Kreditgeber sowie die Anwohner einzubeziehen – als positives Beispiel wurden die „runden Tische“ des Projekts Kreativ.Quartiere im Rahmen der Kulturhauptstadt Ruhr.2010 genannt. Gentrifizierung, wie sie in Hamburg und Berlin stattfindet, sei insbesondere im Ruhrgebiet auf absehbare Zeit nicht zu befürchten. Dass Immobilien und Quartiere, die unter Strukturwandel und demografischen Entwicklungen leiden, in gewissem Maße aufgewertet werden, wurde aber als durchaus erwünscht angesehen.

Beim Thema Zwischennutzung müsse frühzeitig professionell ein gemeinsamer Weg gefunden werden. Die Herausforderung dabei: Baurechtlich gibt es keine „Zwischennutzung“, sondern nur Nutzungsänderungen – mit entsprechenden Vorschriften. Deshalb sind Verträge und individuelle Anpassungen unbedingt notwendig.

Kreative suchen aber nicht nur Zwischen-Nutzungen, sie wollen auch „bleiben können“. Vor allem Start-ups wollen die Möglichkeit haben, Wachstum an ihrem Standort auch räumlich umsetzen zu können. Kreativquartiere sollten auch hierfür Perspektiven eröffnen.

Die Immobilienwirtschaft muss ein Verständnis für die Kreativwirtschaft entwickeln, deren Akteure andere Ansprüche haben und anders „ticken“; umgekehrt muss die Kreativwirtschaft bereit sein, sich stärker mit wirtschaftlichen und rechtlichen Aspekten von Immobilienentwicklung zu befassen.

Clustermanager Werner Lippert forderte in seinem Abschlussstatement, dass stärker anerkannt werden müsse, welchen Beitrag Kreative durch ihr Engagement zur Entwicklung von Immobilien und Stadtquartieren leisten. Solche aus Eigeninitiative heraus meist ehrenamtlich erbrachten Leistungen müssten künftig auch wirtschaftlich honoriert werden. Nicht vergessen werden dürfe bei all dem, dass Kreative nicht nur Räume zum Arbeiten brauchen, sondern auch eine „Heimat.“

wmr-Geschäftsführer Thomas Westphal stellte abschließend heraus, dass es in NRW schon viele erfolgreiche Projekte gebe, in denen die verschiedenen Akteure ihre Kooperationsfähigkeit unter Beweis stellen. Er forderte die Teilnehmer auf, weiter aufeinander zuzugehen, Möglichkeiten zur Kooperation auszuloten und diese dann auch zu nutzen. Die wmr werde weiter daran arbeiten, die Rahmenbedingungen hierfür stetig zu verbessern.



**RÄUME NEU DENKEN –
IMMOBILIENWIRTSCHAFT TRIFFT KREATIVWIRTSCHAFT**

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

**Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und
Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen**

www.wirtschaft.nrw.de

CREATIVE.NRW

www.creative.nrw.de

Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH (wmr)

www.business.metropoluhr.de

Die Konferenz „Räume neu denken“ fand am
25. November 2011 im SANAA-Gebäude
auf dem Welterbe Zollverein in Essen statt.

Mehr Information unter www.raeume-neu-denken.de