

Hessisches Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung
Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst



Kulturwirtschaft **FÖRDERN** – Stadt **ENTWICKELN**





Herausgeber Hessisches Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

Hessisches Ministerium für
Wissenschaft und Kunst

Schader-Stiftung

Redaktion Dr. Helga Jäger
Dr. Marie-Theres Suermann

Dr. Tobias Robischon

Bearbeitung der Studie Karin Krökel, Susanne Piesk
unter Mitarbeit von Regina Giebel und Sabine Sälzer
HA Hessen Agentur GmbH

Gestaltung ansicht kommunikationsagentur,
www.ansicht.com

Bildkonzept der Kapitelanfänge Jörg Wagner,
www.extraktnetz.net

Fotos Hessen Agentur, sowie 25 hours Hotel Company (66), airbagcraftworks (13, 35),
Ulrich Becker (19), CCC e. V. (135), Dialogmuseum Frankfurt (66), Galerie Hauser & Wirth (22),
GBO Gemeinnützige Baugesellschaft Offenbach mbH (62), Haushalten e. V. (86, 105),
Astrid Heck (73), Bernd Held (119), hessen design e. V. (144),
KulturBahnhof Kassel e. V. (45, 55, 61, 147), Kulturfabrik Salzmann e. V. (101, 129),
Harald Lubasch (46), Daniel Lukac (103), Tommy Mardo (115, 173), Rita Marsmann (46, 61),
Musikpark Mannheim GmbH (172), Eric Neuling (41), Orwohaus e. V. (41), RAW Tempel e. V. (58),
Reese und Tolski GbR (26), Tobias Robischon (116), Martin Schmidt-Roßleben (193, 194),
Thorsten Trietsch (151), Rainer Unholz /SEG Wiesbaden (43, 131, 146),
WBM Wohnbaugesellschaft Berlin Mitte mbH (140), Reinhard Wiesemann (83),
Cem Yuecetas (75, 95, 121)

Druck mww.druck und so ... GmbH
www.mww-druck.de

ISBN 978-3-89205-139-8

Nachdruck – auch auszugsweise – ist
nur mit Quellenangabe gestattet.
Belegexemplar erbeten.

Bibliographische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliographie;
detaillierte bibliographische Daten sind im Internet
über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Wiesbaden/Darmstadt 2008



Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Landes Hessen	6		
Vorwort der Schader-Stiftung	7		
Kurzfassung	8		
Einführung	15		
1 Kultursiedler und Pioniere der Kulturwirtschaft	20	4 Rahmenbedingungen kulturwirtschaftlicher Nutzungen	78
1.1 Branchenspektrum der kleinen Kulturwirtschaft	22	4.1 Allgemeiner rechtlicher Rahmen	78
1.2 Standortgemeinschaften, Netzwerke und kreative Milieus	24	4.2 Behördliche Genehmigungen	80
1.3 Motive zur Besiedelung von Liegenschaften	28	4.3 Nutzungsvereinbarungen	84
1.4 Struktur und Entwicklung von Umsatz und Einkommen	30	4.4 Kommunikations- und Vermittlungsinstrumente	87
1.5 Charakteristika und Perspektiven der Erwerbstätigkeit	32	4.5 Selbstorganisation der kleinen Kulturwirtschaft	91
2 Standortwahl der Akteure der Kulturwirtschaft	36	4.6 Unterstützungsformen	92
2.1 Standorte der Kulturwirtschaft im Siedlungsgefüge	38	4.7 Förderinstrumente des Landes Hessen	96
2.2 Verlaufstypen von (Zwischen-)Nutzungen	47	5 Entwicklung kommunaler Handlungsansätze – Erfahrungen und Perspektiven aus Hessen	106
2.3 Anforderungen an die Liegenschaft und das Umfeld	53	5.1 Beziehungen zwischen den zentralen Akteursgruppen	108
2.4 Eigentübertypen der Liegenschaften	56	5.2 Kommunikations- und Koordinationsaufgaben	110
3 Auswirkungen auf die kommunale Entwicklung	64	5.3 Entwicklungsstrategien	112
3.1 Wirtschaftliche Impulse und lokale Ökonomie	67	6 Zusammenwirken von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung – Schlussfolgerungen für Hessen	122
3.2 Auswirkungen auf die Stadt	70	6.1 Fazit	124
3.3 Auswirkungen im Quartier	72	6.2 Chancen für Hessens Städte	126
3.4 Auswirkungen auf die Liegenschaft	75	6.3 Chancen für den ländlichen Raum	130

7	Handlungsempfehlungen für das Zusammenwirken der relevanten Akteure	132	Anhang		200
7.1	Kommunen	134	Anhang 1	Übersicht der recherchierten Projekte zum Thema Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung	202
7.2	Land Hessen	140	Anhang 2	Übersicht der interviewten Experten	204
7.3	Hochschulen	144	Anhang 3	Abgrenzung der Kulturwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigsystematik	205
7.4	Immobilieigentümer und Kreative	146	Anhang 4	Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	207
7.5	Synopse der Handlungsempfehlungen	147	Anhang 5	Literaturverzeichnis	208
8	Struktur und ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft in Hessen	152	Anhang 6	„Glossar“ Kultur- und Kreativwirtschaft	210
8.1	Überblick	154			
8.2	Umsätze und Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft	162			
8.3	Entwicklungen in ausgewählten Teilmärkten	168			
8.3.1	Literatur-, Buch- und Pressemarkt	168			
8.3.2	Kunstmarkt	170			
8.3.3	Musikwirtschaft	179			
8.3.4	Film-, TV- und Videowirtschaft	181			
8.4	Freie Kulturszene	185			
8.4.1	Beschäftigte	185			
8.4.2	Umsatz	186			
8.5	Öffentliche Kulturförderung in Hessen	187			
8.5.1	Kulturausgaben der hessischen Kommunen und Landkreise	189			
8.5.2	Kulturausgaben des Landes Hessen	189			
8.5.3	Kulturausgaben des Landes Hessen nach Teilmärkten	189			
8.5.4	Direkte Kulturförderung des Landes Hessen	194			
8.5.5	Indirekte Kulturförderung des Landes Hessen	195			
8.5.6	Öffentliche Kulturförderung im Bundesländervergleich	197			

Darstellungen ausgewählter Projektbeispiele

<i>Wacker Fabrik</i> e. V. Mühlthal Von Privateigentümern initiierte Verknüpfung von Wohnen, Gewerbe, Kunst und Kultur	26	<i>NDSM-Werft / Kinetisch Noord</i> Amsterdam Wettbewerb um das beste Konzept im Vorfeld der Zwischennutzung	98
<i>airbagcraftworks</i> Groß-Umstadt Ein Unternehmen der Kulturwirtschaft vereint Innovation und Tradition	35	<i>Wächterhäuser – HausHalten</i> e. V. Leipzig Sicherung städtebaulich bedeutsamer Gebäude durch soziale und kulturelle Initiativen	104
<i>ORWOhaus</i> e. V. Berlin Clusterbildung innerhalb der Musikbranche	40	<i>triebWERK / Designhaus / Burg-Designshop</i> Halle Förderung von Studenten und Gründern durch die Hochschule	112
<i>nt*/areal</i> – Quartier Erlenmatt Basel Gezielt initiierte und organisierte Zwischennutzung als Vorbereitung einer Standortentwicklung	51	<i>basis</i> e. V. Frankfurt Beispielhafte Kooperation von Kulturschaffenden, Hochschulen, Stadt, Land	120
<i>RAW Tempel</i> e. V. Berlin Konsensualer Planungsprozess und soziokulturelle Trägerschaft – Informelle Kulturaktivitäten als Bindeglied zwischen zwei Stadtteilen	57	<i>Kulturfabrik Salzmann</i> e. V. Kassel Soziokulturelles Zentrum – Kultur und Gewerbe	128
<i>Nr. 59, Rue de Rivoli – Chez Robert – electron libre</i> Paris Vom besetzten Gebäude zum Highlight für Kulturtouristen	68	<i>Cassel Creative Competence</i> e. V. (ccc) Kassel Nordhessisches Netzwerk für Kreative	135
Die kulturelle Initiative <i>stadthalten</i> Leipzig Kunstprojekt zur Verbesserung des Images eines Stadtteils	73	<i>Hessen Design</i> e. V. Darmstadt Hessisches Kompetenzzentrum für Design	144
Das <i>Hammermuseum</i> Frankfurt Handwerk und Kultur unter einem Dach	77	<i>Kulturportal Hessen</i> Vernetzung und Information	150
<i>Unperfekthaus</i> Essen Privates kommerzielles Engagement für Kreative und Kulturschaffende	83	<i>Musikpark Mannheim</i> Gesamte Verwertungskette der Musikwirtschaft in einem Gründerzentrum	172
		<i>Schiffbauergasse</i> Potsdam Einsatz eines kommunalen Entwicklungsträgers zur Realisierung eines integrierten Kultur- und Gewerbestandorts	192



Vorwort des Landes Hessen

Kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungsformate prägen Leben und Profil von Städten und Regionen und bilden nicht selten sogar Alleinstellungsmerkmale: Staatstheater und Landesmuseen, die Museumslandschaft und die documenta in Kassel, das Rheingau Musik Festival, die Buchmesse und das Museumsufer in Frankfurt sind hervorragende Beispiele für die Qualitäten des Kulturstandortes Hessen und die wirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur.

Aber auch weniger spektakuläre Orte kultureller Kreativität und Veranstaltungen können imagebildend wirken und die dazu genutzten Gebäude, ja sogar ganze Stadtbereiche, beleben und aufwerten. Das kann ein eigendynamischer Prozess oder ein Ergebnis innovativer Politik sein. So verschaffte die Entscheidung für die Realisierung eines Schlüsselprojekts – nämlich die Einrichtung des Guggenheim-Museums – der Stadt Bilbao und der umgebenden Region internationale Aufmerksamkeit und nachhaltige Wachstumsimpulse. Dieser „Bilbao-Effekt“ einer Aufwertung, aber auch der „Neuinszenierung“ von vernachlässigten Gebäuden oder ganzen Quartieren durch kulturelle Nutzung findet sich in unterschiedlicher Ausprägung fast überall und kann unter bestimmten Voraussetzungen in typischen Problemlagen auch gezielt herbeigeführt werden.

Demografischer und wirtschaftlicher Wandel greifen – über die Eigendynamik städtischer Entwicklung hinaus – immer sichtbarer in Stadtstrukturen ein. Die Aufgabe von Ladengeschäften, die Verlagerung von Unternehmen oder der Rückgang der Wohnbevölkerung verändern die Städte. Das Land Hessen bietet mit seinem Förderinstrumentarium den hessischen Städten und Gemeinden Unterstützung dabei an, solche Veränderungen rechtzeitig zu erkennen und ihnen eine möglichst positive Wendung zu geben.

Struktureller Leerstand in einzelnen Gebäuden oder in Stadtquartieren im Umbruch eröffnet Chancen, dass hier Neues entstehen kann. Kreativen bietet er im wahrsten Sinne des Wortes Raum für innovative Projekte, die wesentliche Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung des Quartiers geben können. Denn die kreative Szene – Werber, Künstler, Graphiker, Designer – kann ein Quartier durch spezifische, teilweise deutlich auf Öffentlichkeitswirkung orientierte Raumnutzung beleben. Leerstände werden so wieder genutzt, Einzelhandel und Kleingewerbe erhalten Impulse.

Gründern wird zudem durch das Bereitstellen von preiswertem Arbeitsraum der Weg in die Selbständigkeit erleichtert. Eine allen zugängliche und um Vermittlung bemühte Kunst und Kultur im Quartier kann darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Integration leisten.

Voraussetzungen für die Entfaltung dieser positiven Wirkungen von Kulturwirtschaft sind Aufgeschlossenheit bei den Kommunen und das zielorientierte Zusammenwirken der kommunalen Entscheidungsträger in den Bereichen Kultur, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Liegenschaften. Dies gilt auch für private und öffentliche Immobilieneigentümer und natürlich für die in der Kulturwirtschaft Tätigen selbst.

Der 3. Hessische Kulturwirtschaftsbericht untersucht das Impulspotenzial der Kulturwirtschaft für die Entwicklung der Städte und gibt durch viele positive Beispiele aus dem In- und Ausland sowie die Vorstellung exemplarischer hessischer Projekte und Erfahrungen gezielte Hinweise und Anregungen.

Flankierend zu der wissenschaftlichen Untersuchung durch die Hessen Agentur haben das Land Hessen und die Schader-Stiftung im Jahr 2007 gemeinsam mit den Städten Eschwege, Frankfurt, Gießen, Hanau, Kassel und Wiesbaden eine Workshopreihe veranstaltet. Am Beispiel der jeweiligen Stadt wurde diskutiert, ob und wie Raumannsprüche von Gründern und Selbständigen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft und vorhandene Gebäudeleerstände im Interesse von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung genutzt werden könnten – mit außerordentlich interessanten und anregenden Ergebnissen.

Wir würden uns freuen, wenn der 3. Hessische Kulturwirtschaftsbericht in diesem Sinne Städten und Gemeinden in Hessen Anregungen liefern würde, sich für Stadtentwicklungsprozesse einzusetzen, welche die Potenziale und den Mehrwert der Kulturwirtschaft für die Stadtquartiere deutlich machen und nutzen. Das gilt auch für private Akteure und Initiativen, die diese „Freiräume“ nutzen können und sollen.

Den Kommunen und den vielen Akteuren aus Kultur, Immobilienwirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Politik „vor Ort“, die sich sehr engagiert und Gewinn bringend in die Vorbereitung und Umsetzung der Workshops eingebracht oder als Interviewpartner zur Verfügung gestellt haben, danken wir herzlich.

Ein besonderer Dank gilt der Schader-Stiftung und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit ihrem umsetzungsorientierten Ansatz der Vermittlung von Theorie und Praxis und ihrem Ideenreichtum ein idealer Partner war und wesentlich zum Gelingen des Vorhabens beigetragen hat.

Silke Lautenschläger
Hessische Staatsministerin
für Wissenschaft und Kunst

Dr. Alois Rhiel
Hessischer Staatsminister für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung



Vorwort der Schader-Stiftung

Die gemeinnützige Schader-Stiftung initiiert und unterstützt Dialoge zwischen Gesellschaftswissenschaftlern und Praktikern, auch unter Einbeziehung der Kunst. Die Arbeit der Stiftung konzentriert sich auf das Themenfeld „Leben in urbanen Gesellschaften“, ihre Projekte widmen sich den mit den gesellschaftlichen Großtrends (Alterung, Zuwanderung, Schrumpfung) verbundenen sozialen und städtebaulichen Problemlagen. Dies sind insbesondere die gesellschaftliche Integration von Zuwanderern im räumlichen Kontext, Modelle des Zusammenlebens in einer alternden Gesellschaft und die Anforderungen an eine nachhaltige Gestaltung der Städte vor dem Hintergrund demographischen, wirtschaftlichen und sozialen Wandels.

Die Stabilisierung benachteiligter Stadtquartiere, der Umgang mit Gebäudeleerstand und Stadtbrachen und die Rolle kreativen Handelns in der Stadtentwicklung sind daher Fragen, denen die Stiftung schon seit längerem nachgeht. Die Frage nach den Möglichkeiten einer Verschränkung von Kulturwirtschaftsförderung und Stadtentwicklung, der sich der hier vorliegende Bericht widmet, schließt an diese Arbeiten nahtlos an. Die Stiftung hat daher die Einladung des Landes Hessen zu einer Zusammenarbeit am Thema „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“ gerne angenommen.

Die Form der Wissensgewinnung und -vermittlung, die Schader-Stiftung und Landesministerien gemeinsam für dieses Projekt gewählt haben, weicht deutlich von der traditionellen Abfolge des „Forschen, Schreiben, Lesen lassen“ ab, deren Umsetzungseffekte allzu oft unbefriedigend bleiben. Parallel zur wissenschaftlichen Recherche- und Analysearbeit und inhaltlich mit ihr verknüpft, konnte mit einer Workshopreihe eine Kombination von Feldforschung, kollektivem Lernprozess und Aktivierung der relevanten Akteure vor Ort organisiert werden. Dies erlaubte es, die Praxis von Anfang an in den Prozess der Wissenserarbeitung und -vermittlung einzubeziehen.

Dank dieser Vorgehensweise basiert der vorliegende Bericht nun sowohl auf den Erfahrungen der Praxis, auf den wissenschaftlichen Analysen wie auch dem Austausch hierüber – was ihn hoffentlich für Wissenschaft und Praxis gleichermaßen fruchtbar macht.

Bei unseren Projektpartnern im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, im Ministerium für Wissenschaft und Kunst und bei der Hessen Agentur bedanken wir uns herzlich für die angenehme und konstruktive Zusammenarbeit. Ein ganz besonderes Dankeschön gilt den zahlreichen Kooperationspartnern in den Kommunen, innerhalb wie außerhalb der Verwaltungen, deren Einsatz und persönliches Engagement dieses Projekt erst möglich gemacht hat.

Sabine Süß
Geschäftsführender Vorstand der Schader-Stiftung

Kurzfassung

Kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungen tragen zur internationalen Ausstrahlung eines Standorts bei und können das Image einer ganzen Stadt oder eines bestimmten Stadtteils prägen.

Dies gilt nicht nur für den etablierten Kulturbetrieb, sondern auch für die „junge kreative Szene“. Vor allem diese junge kreative Szene setzt typische Entwicklungs- und Aufwertungsprozesse in Gang, von denen die Stadtentwicklung nicht nur in Metropolen wie London, Paris oder Berlin, sondern auch in Frankfurt und anderen hessischen Städten und Regionen profitieren kann.

Die „Inbesitznahme“ von leer stehenden Einzelgebäuden, Gewerbebrachen oder ganzen Quartieren durch junge Kulturschaffende lässt kreative Milieus entstehen, die mit der Stadtentwicklung vielfältige Wechselbeziehungen eingehen. Das von außen wahrgenommene Profil und die Ausstrahlung der ganzen Stadt werden von der kreativen Szene positiv beeinflusst. Es sind vor allem Stadtquartiere, die durch soziale und ökonomische Stabilisierung von diesen wechselseitigen Beziehungen profitieren. Kreative Pioniere der Kulturwirtschaft befördern die Stadtentwicklung auch dadurch, dass sie sich im Vorfeld öffentlicher wie privater Standortentwicklungen Räume aneignen und umformen und so zur Aufwertung und Imageverbesserung dieser Standorte beitragen. Umgekehrt kann das Ermöglichen dieses Aneignens und Umformens von Räumen wie eine Gründer- und Unternehmensförderung für die junge Kulturwirtschaftszene wirken.

Auch hessische Städte können von den positiven Effekten der Verschränkung von Kulturwirtschaft und

Stadtentwicklung profitieren, wenn dort die Aneignung und Umformung von Räumen durch kreative Gründer, Selbständige und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft möglich wird. Das „Ermöglichen“ temporärer Flächen- und Raumnutzungen bietet große Entwicklungschancen für die kleine Kulturwirtschaft. Es sollte daher als flexibles Instrument der Förderung von Kulturwirtschaft sowie zur Vermeidung von Leerstand genutzt werden. Zugleich befördert dies die Entwicklung einer neuen, situativen Urbanität. Sehr hilfreich ist dabei der Umstand, dass Mittel der Städtebauförderung gezielt dafür eingesetzt werden können, leer stehende Gebäude und Räumlichkeiten als preiswerte Ateliers, Werkstätten oder Arbeitsräume für die Akteure der kleinen Kulturwirtschaft herzurichten.

Kreative Milieus können jedoch nicht geplant werden, sie entstehen von selbst und können allenfalls „gepflegt“ werden. Sie sind auch nicht zu verwechseln mit so genannten Clustern, die sich an der Wertschöpfungskette orientieren und durch gezielte Ansiedlung von Betrieben realisiert werden können.

Damit sie ihre positiven Effekte und Wirkungen für die Stadtentwicklung entfalten kann, muss der kleinen Kulturwirtschaft insgesamt noch mehr Raum und Gelegenheit gegeben werden. In Hessen ist die kleine Kulturwirtschaft noch eine Branche, von deren positivem Image zwar die Standortwerbung profitiert, ihr ökonomisches Potenzial ebenso wie ihre Nöte und unzureichenden Rahmenbedingungen sind aber noch nicht überall erkannt.

Im ländlichen Raum bzw. in Regionen mit schrumpfender Bevölkerung können Kulturschaffende und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft als Impulsgeber von nachhaltiger Ortsentwicklung wirken, ohne dass eine Mindestanzahl an Akteuren gegeben sein muss. Auch hier wird noch zu selten das Potenzial von Kultur zum Nutzen der regionalen Entwicklung gesehen.

Grundsätzliche Voraussetzung für die positive Wirkung von kulturwirtschaftlichen Aktivitäten auf die Orts- und Stadtentwicklung sind innovative Ideen



und engagierte durchsetzungsfähige Personen. Die Bereitschaft zur Kooperation, die Bereitschaft zu kommunizieren und zu vermitteln sowie Kreativität im Umgang mit Liegenschaften und planungsrechtlichen Instrumenten sind entscheidende Wegbereiter für die Entfaltung von Wechselwirkungen zwischen Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung.

Kultursiedler und Pioniere der Kulturwirtschaft zumeist Kleinstunternehmen

Die Akteure der Kulturwirtschaft, die als „Raumpioniere“ oder „Kultursiedler“ Brachflächen, leer stehende Ladenlokale und sonstige unter- oder ungenutzte Liegenschaften mit ihren kreativen Tätigkeiten zu neuem Leben erwecken, sind fast immer Künstler, freiberuflich tätige Einzelpersonen und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft, jedoch fast nie Großbetriebe und nur sehr selten mittelständische Unternehmen. Diese Pionierunternehmen der Kulturwirtschaft sind in allen Segmenten des Kulturbereichs und Lifestyle-Marktes tätig und zeichnen sich durch eine große inhaltliche und persönliche Flexibilität aus.

Die Kultursiedler bilden an bestimmten Standorten im Stadtgefüge lokale Standortgemeinschaften und Netzwerke – die so genannten kreativen Milieus. Dabei entstehen neue Formen der räumlichen, sozialen und funktionalen Verflechtung von Arbeit, Wohnen, Konsum und Freizeit. Die Kontakte innerhalb der kreativen Milieus sind in hohem Maße informell. Charakteristisch ist ein inhaltlich breites Leistungsspektrum, das mit Hilfe projektbezogener Kooperationen in räumlichen oder virtuellen Netzwerken und variierenden Teams angeboten wird. Diese Netzwerke erreichen dabei eine sich selbst tragende ökonomische Dynamik, allerdings auf sehr niedrigem Niveau.

Sehr geringe Einkommen in der kleinen Kulturwirtschaft

Kulturschaffende und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft befinden sich meist in prekären Beschäftigungssituationen. Angesichts ihrer beschränkten wirtschaftlichen Ressourcen sind die Netzwerke der kleinen Kulturwirtschaft in besonderem Maße auf günstige Mieten und preisgünstiges vielfältiges Know-

how im Umfeld angewiesen. Gleichzeitig benötigen sie wie alle Innovationsnetzwerke einen leichten Zugang zu Informationen von hoher Qualität. Der Anteil von Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft wächst derzeit, es steigt auch die Zahl der Selbständigen. Die Einkommen der Kleinstunternehmer sind sehr gering, viele können ihre Existenz nicht aus den so erwirtschafteten Einnahmen finanzieren. Mehrfachbeschäftigungen („Multijobber“) sind daher in der kleinen Kulturwirtschaft besonders verbreitet. Für viele Beschäftigte im Kulturbereich ist nicht nur die räumliche oder inhaltliche (horizontale) Flexibilität kennzeichnend, sondern auch die vertikale Tätigkeitsflexibilität. Dies bezeichnet fließende Übergänge zwischen Erwerbsarbeit und Freizeit, Hobby oder ehrenamtlicher Arbeit. Geregelt Arbeitszeiten sind eher selten, Arbeitszeit und Freizeit verwischen und damit auch die Grenze zwischen Produktion und Konsum von Kultur.

So sind die Finanzen zwar häufig der Auslöser, aber nicht das einzige Motiv für die Mehrfachbeschäftigung. Auch das Streben nach Flexibilität und Abwechslung im Arbeitsalltag spielen eine Rolle. Das Kleinstunternehmen in der Kulturwirtschaft stellt bis zu einem gewissen Lebensalter die freiheitliche Alternative zum Dasein als „normaler“, sozialversicherungspflichtiger Angestellter dar.

Bevorzugte Standorte: Mit Flair und offen für Neues

Was ihren Standort betrifft, so sind Kulturschaffende und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft wählerisch. Sie erbringen ihre Leistungen mit Vorliebe im ihnen gemäßen Umfeld. Ihre bevorzugten Standorte sind überwiegend hybride Räume, die sich in einem Übergangsstadium zwischen aufgegebener Nutzung und neuer Planung befinden. Vor allem vier Raumtypen werden entwickelt: Dies sind großflächige Konversionsareale, z. B. der Industrie, des Militärs oder der Bahn sowie aufgelassene – häufig baukulturell interessante – Gewerbe- und Infrastrukturliegenschaften und schließlich Stadtquartiere im Umbruch sowie unspezifische Einzelgrundstücke und -gebäude.



Mangels Nachfrage von Investoren oder Desinteresse der Eigentümer an einer Verwertung hat eine klassische, auf marktwirtschaftliche Verwertung ausgerichtete Stadtplanung mit den genannten Standorten oft Probleme. Diese Areale besitzen aber ein wichtiges urbanes Potenzial, sie gelten als Möglichkeitsraum, Experimentier- und Erprobungsfläche. Ungeplant können sich in diesen marginalisierten Zonen neue Aktivitäten entfalten. Sie sind im positiven Sinne offen für Neues.

Die kreative Szene hat hohe Anforderungen an die Qualität und Baukultur ihrer bevorzugten Standorte: Insbesondere die Orte sind attraktiv, deren Innen- und Außenräume selbst gestaltbar sind. Aber auch die technische und funktionale Eignung der Liegenschaft für die beabsichtigten Zwecke ist ein wichtiges Kriterium, wie z. B. Laderampen und stützenfreie große Räume für Ausstellungen.

Nutzungsdauer meist ungewiss

Wie lange eine Brache oder ein leer stehendes Gebäude von Kultursiedlern genutzt werden kann, darüber entscheiden zum einen der Markt, d. h. die Nachfrage nach zu entwickelnden Flächen oder Gebäuden, zum anderen die Eigentümer der Liegenschaft und die Kommunen durch Ausgestaltung ihrer Planungshoheit. Eine Unterscheidung von Event-Nutzungen, Zwischen- und Dauernutzungen kann nicht immer trennscharf erfolgen, oft geht das eine in das andere über.

Der Prozess der Aufwertung wird stark von der Aufmerksamkeit gesteuert, die bislang vernachlässigte Liegenschaften infolge der Kreativaktivitäten erhalten. Aus Sicht der Stadtentwicklung agieren die jungen Kreativen dabei als „Trüffelschweine“, die besondere Lagequalitäten einer Liegenschaft entdecken, durch ihre Aktivitäten entwickeln und öffentlich sichtbar machen.

Leerstandsfolgen:

Verwahrlosung, Kostensteigerung, Wertverlust

Immobilienleerstand ist als Folge des demografischen und wirtschaftsstrukturellen Wandels zu einer verbreit-

teten Erscheinung geworden, selbst in Städten ohne Bevölkerungsrückgang und mit Flächennachfrage gibt es Leerstand in zentral gelegenen Stadtteilen. Dabei werden von der Öffentlichkeit vor allem die sichtbaren Zeichen einer Verwahrlosung als Problem wahrgenommen. Folge von geringerer Nutzungsintensität sind zudem steigende Kosten der technischen und sozialen Infrastruktur, deren Betriebskosten auf weniger Nutzer umgelegt werden müssen. Ladenleerstand in den Erdgeschosszonen kann zum „trading-down“ führen, einer Abwärtsspirale von Negativimage, Abwanderung und weiterer Verschlechterung der Vermietungschancen. Die Eigentümer der Liegenschaften müssen sinkende Erträge und fallende Immobilienwerte befürchten.

Leerstand ist Ressource und Entwicklungschance

In einer sich stetig verändernden Stadt ist Leerstand normal und stellt auch eine Ressource dar. Leerstand bietet Experimentierflächen und Möglichkeitsräume, mit denen die Entwicklung innovativer Projekte im sozialen wie im gewerblichen Bereich unterstützt werden. Kulturschaffende und Kleinstunternehmen sind „robuste Nutzergruppen“, die mangels finanzieller Möglichkeiten Räumlichkeiten mit geringer baulicher, energetischer und ausstattungsstechnischer Qualität in Kauf nehmen und befristete Nutzungsvereinbarungen akzeptieren. Immobilieneigentümern bieten Zwischenverträge mit extrem kurzen Kündigungsfristen die Flexibilität, für einen solventen Nachfrager kurzfristig über die Fläche verfügen zu können.

Die (Zwischen-)Nutzung von Gebäudeleerstand durch die kleine Kulturwirtschaft bietet nicht nur Arbeitsräume für die Kreativszene. Sie entwickelt auch einen attraktiven Kulturraum für Bürger und Touristen. Sie kann zur Aufwertung von Städten und Stadtquartieren führen und zur Imageverbesserung beitragen. Sie setzt im günstigsten Fall einen nachhaltigen Entwicklungsprozess durch „Raumpioniere“ in Gang.

Standortfaktor Kultur

Das kulturelle Angebot einer Gemeinde, zu dem auch Leistungen der Kulturwirtschaft zählen, ist mittlerweile ein anerkannter Standort- und Wirtschaftsfaktor.

*Aus Sicht der Stadtentwicklung agieren die **jungen Kreativen** als „**Trüffelschweine**“, die besondere Lagequalitäten einer Liegenschaft entdecken, durch ihre **Aktivitäten** entwickeln und öffentlich sichtbar machen.*



Dessen Förderung ist ein Instrument zur Profilierung von Regionen, Städten und Stadtquartieren. Eine von Kultur und Kulturwirtschaft maßgeblich beeinflusste Urbanität ist zum Leitbild einer nachhaltigen Stadtentwicklung geworden.

Im Wettbewerb um den Zuzug möglichst gut ausgebildeter und finanzkräftiger Bevölkerungsgruppen ist die positive Außensicht ein entscheidender Standortvorteil. Auch die ansässigen Bildungseinrichtungen profitieren hiervon, da sie an Attraktivität gewinnen. Dank einer vielfältigen und aktiven Kunst- und Kulturszene werden Städte attraktiver für Touristen, und vom Kulturtourismus profitieren nicht allein die Kulturanbieter und die Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe.

Kulturwirtschaftliche Nutzungen: Potenzial für Innenentwicklung

Kulturwirtschaftliche Nutzung von Brachen im Sinne von Experimentierräumen, auch ergänzt um Wohnen und Gewerbe, stellt ein Potenzial für die Innenentwicklung einer Stadt dar. Sie kann einen entscheidenden Beitrag zur Verdichtung und damit auch zur Verringerung des Flächenverbrauchs an den Stadträndern leisten.

Kulturwirtschaftliche Nutzungen: Belebung des Quartiers

Neue Läden in den Erdgeschossen schaffen im Quartier Anziehungspunkte für das Publikum und beleben das Straßenbild. Verstärkter Publikumsverkehr führt zu einem subjektiv höheren Sicherheitsempfinden sowie objektiv zu verbesserter Sicherheit im öffentlichen Raum. Die Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft sind auf ein funktionierendes Netzwerk von Partner-, Service- und Zulieferunternehmen angewiesen. So

siedeln sich wegen steigender Nachfrage in der Folge von kulturwirtschaftlichen Nutzungen z. B. Gastronomie, Einzelhandel und Anbieter unternehmensnaher Dienstleistungen an. Zudem wird die Ansiedlung von Komplementärnutzungen befördert.

Chancen für die Eigentümer

Aus Sicht der Eigentümer ist auch eine Nutzung unterhalb des gewünschten Mietzinsniveaus der beste Weg, um leer stehende Gebäude vor dem Verfall zu bewahren. Erwirtschaftet ein Eigentümer mit seinem leer stehenden Gebäude, dessen Standortqualität durch Sicherheitsprobleme zudem vermindert wird, keinen Ertrag, so hat er dennoch laufende Betriebskosten aufzuwenden. Eine Überlassung der Räumlichkeiten gegen Übernahme der Betriebskosten entlastet den Eigentümer und ist so ein Anreiz, einer befristeten Zwischennutzung zuzustimmen. Kurzfristig ausgelegte Projekte können die öffentliche Aufmerksamkeit auf einen aktuellen Leerstand lenken und die Vermarktungschancen verbessern. Insbesondere bei schwer zu vermarktenden Immobilienstandorten müssen oft erst Nutzungsalternativen entwickelt werden.

Effekte kulturwirtschaftlicher Nutzungen vielfältig

Die ökonomischen Auswirkungen kulturwirtschaftlicher Ansiedlungen sind vielfältig und überwiegend indirekt. Eine räumliche Bündelung kulturwirtschaftlicher Angebote in einem Quartier verbessert zunächst die Einkommenssituation der kulturwirtschaftlichen Akteure selbst. Es profitieren aber auch die anderen Marktteilnehmer im Quartier. Positive Effekte sind auf der Ebene der Gesamtstadt, des Stadtquartiers und auch der Liegenschaft zu verzeichnen.



*Die **Kulturwirtschaft** bedarf der unterstützenden Kompetenz der Kommune, besonders der Ämter für Stadtentwicklung, Kultur und Wirtschaftsförderung. Erst mit einer **aktiven Unterstützung** können die **Vorteile** für die kommunale Gesamtentwicklung realisiert werden.*



Entwicklungsvoraussetzung kreativer Milieus: Kritische Masse

Wichtige Voraussetzung für das Entstehen neuer kreativer Milieus ist das Vorhandensein von Experimentier- und Erprobungsflächen. Geeignete Flächen finden sich in allen Landesteilen Hessens. Damit die Kulturwirtschaft positive Wirkungen auf die Kommunalentwicklung entfalten kann, müssen noch weitere räumliche, infrastrukturelle und gesellschaftliche Voraussetzungen gegeben sein: Die Stadt sollte eine gewisse Mindestgröße haben. Nähe zu einem Ballungszentrum jedoch und die Anbindung an überregionale Verkehrsadern kann ggf. auch kleineren Städten eine Chance bieten. Darüber hinaus ist eine „kritische Masse“ an jungen Kreativen notwendig. Sie findet sich u. a. häufig an den Hochschulstandorten mit entsprechenden Fachbereichen.

Ebenfalls bedeutend ist die Art der Beziehungen zwischen den Akteuren. Erst offene Interaktionen zwischen den Akteuren können wirksame lokale Entwicklungseffekte erzeugen. Auch die Vernetzung der Kreativen untereinander in einer Stadt und die Qualität der Kommunikation mit Verwaltung und privatem Sektor spielen eine große Rolle.

Chancen auch für den ländlichen Raum

Die kritische Masse an Kulturproduzenten und Kulturkonsumenten findet sich in großen Städten und Ballungsräumen wesentlich leichter als im ländlichen Raum. Doch auch im ländlichen Raum können sich ohne Hochschule und Studentenschaft kleine kulturwirtschaftliche Milieus herausbilden.

Hier ist vor allem das große Angebot an Flächen und Liegenschaften zu geringen Kosten attraktiv.

Doch gelingt eine dauerhafte Neuansiedlung Kreativer nur selten. Eine gute Möglichkeit ist allerdings der zeitweise Aufenthalt von Kreativen und Kulturinteressierten. Ein besonderes kulturelles Angebot kann Kulturtouristen und Kulturproduzenten auch in ländliche Orte ziehen, so dass diese vorübergehend Treffpunkte und Austauschplattformen werden.

Zum Ausgleich dieser Standortnachteile im ländlichen Raum ist eine inhaltlich breite Verknüpfung kultureller Angebote mit anderen Angeboten unverzichtbar. Gute Voraussetzungen zur Weiterentwicklung kulturwirtschaftlicher Ansätze sind gegeben, wenn diese in das regionale touristische Profil eingebettet werden können. Dies erlaubt es, kulturelle Angebote mit anderen Frequenzbringern zu kombinieren, insbesondere mit gastronomischen Angeboten und regionalen Festen. Es können aber auch Anlässe geschaffen werden, die auswärtige Kreativproduzenten oder ein überregionales kulturtouristisch interessiertes Publikum anziehen. Hierfür bieten sich thematisch stark spezialisierte Angebote mit Alleinstellungsmerkmal an.

Funktionalisierung der Kreativen, aber Vorteile für beide Seiten überwiegen

Die wichtigste Erkenntnis des vorliegenden Berichts ist die Einsicht, dass der Vorwurf der Funktionalisierung von Kreativen für die Ziele der kommunalen Entwicklung im Einzelfall berechtigt ist, in der Summe der dargestellten Leerstandsnutzungsprojekte aber die Vorteile für alle beteiligten Seiten überwiegen. Die Alternative zum Gewährenlassen der Kreativen wäre der Abriss von Gebäuden, die ausschließlich kommerziell geprägte Neubebauung oder die Umnutzung

mit höchstmöglicher Rendite. Der Gewinn auch nur temporärer Raumnutzungsmöglichkeiten für die kleine Kulturwirtschaft analog zu den anerkannten Positivwirkungen von Gründerzentren ist dagegen ein wirklicher Zugewinn für die Stadt.

Positive Effekte benötigen aktive Unterstützung von Kommune und Land

Zentrale Erkenntnis ist ebenfalls, dass die Kulturwirtschaft der unterstützenden Kompetenz der Kommune, besonders der Ämter für Stadtentwicklung, Kultur, Wirtschaftsförderung und Liegenschaften bedarf. Erst mit einer aktiven Unterstützung können die Vorteile für die kommunale Gesamtentwicklung realisiert werden. Allerdings wird in der Studie auch deutlich, dass die Kreativwirtschaft ihre Selbstorganisationskraft verstärken sollte.

Will eine Kommune Kulturschaffende, Kleinstunternehmen und Hochschulabsolventen aus dem Kreativsektor in der Stadt halten, so sind die Öffnung und die Sicherung geeigneter Standorte unabdingbar. Dies sollte flankiert werden durch eine Reihe weiterer Maßnahmen zur Verbesserung der Standortqualitäten, wie z. B. die Einrichtung von Gründerzentren, Beratungs- und Vermittlungsstellen oder gezielte finanzielle Hilfen.

In der Praxis erschweren oftmals gesetzliche und administrative Regelungen das Zustandekommen temporärer kulturwirtschaftlicher Nutzungen. Zwischennutzungen sind im Allgemeinen den gleichen rechtlichen Regelungen unterworfen wie Dauernutzungen. Daher stehen alle Projekte, die von vorneherein für eine begrenzte Frist angelegt sind, oder bei denen unsicher ist, ob sie über einen längeren Zeitraum aufrechterhalten werden können, vor der Frage, ob der zu einer korrekten rechtlichen Absicherung erforderliche Aufwand aus der kurzfristigen Nutzung finanziert werden kann. Diese Fragen können jedoch mit kompetenter Unterstützung beantwortet werden.

Hier sollten Land und Kommunen den Empfehlungen der Enquete-Kommission des Bundestages „Kultur in Deutschland“ folgen, die in ihrem Abschlussbericht Bund, Ländern und Kommunen empfiehlt, Kultur-



cluster als Mittel zur Bündelung von Ressourcen im kulturellen Sektor und zur Steigerung der Wertschöpfung zu fördern. Sie empfiehlt zudem, die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft als politische Querschnittsaufgabe im politisch-administrativen System zu verankern. Die Enquete-Kommission spricht sich dafür aus, Konzepte für die kulturelle sowie kultur- und kreativwirtschaftliche Nutzung von Übergangsräumen von kompetenten Institutionen entwickeln zu lassen. Diese könnten private Liegenschaften für eine entsprechende Nutzung akquirieren, Liegenschaften in privatem oder öffentlichem Eigentum verwalten und vermieten sowie als Ansprechpartner für Eigentümer und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft fungieren. Die Kommunen sollten ihre Liegenschaften einer Zwischennutzung für Künstler und künstlerisch-kreative Akteure zugänglich machen, sofern eine andere Verwertung entsprechend den Zielen der Stadtentwicklung zumindest vorübergehend nicht möglich ist.

Da eine gezielte Unterstützung kulturwirtschaftlicher Projekte im Rahmen von Programmen der Städtebauförderung, der Wirtschaftsförderung und der Kulturförderung möglich ist, verfügt das Land Hessen in diesem Bereich bereits über eine ganze Palette von Förderinstrumenten.



Entwicklung kommunaler Handlungskonzepte

Die Erfahrungen der an der Workshopreihe beteiligten hessischen Kommunen haben gezeigt, wie auf kommunaler Ebene Handlungskonzepte entwickelt werden können. Erste Schritte sind neben der Informationssammlung (z. B. Leerstandskataster, lokaler Kulturwirtschaftsbericht) vor allem der Aufbau von Kommunikationsstrukturen mit den relevanten Akteursgruppen. Auf dieser Grundlage können dann die eigenen kulturwirtschaftlichen Stärken identifiziert und den örtlichen Gegebenheiten angemessene kommunale Entwicklungsstrategien formuliert werden. Um den Erfolg dieser Strategien (z. B. Förderung spezialisierter Cluster, Aufbau von Gründerzentren, Umsetzung von Stadtteilkonzepten, Entwicklung von Wohn- und Arbeitsstandorten) abzusichern, bedarf es einer ausdrücklichen Berücksichtigung kulturwirtschaftlicher Belange in den Konzepten zur Stadtentwicklung. Dies betrifft vor allem das explizit zu formulierende Ziel der Mobilisierung von geeigneten brachgefallenen Liegenschaften für kulturwirtschaftliche Zwecke. Zielführend wäre die Entwicklung umfassender gesamtstädtischer Handlungsansätze nach Art eines „integrierten Stadtentwicklungskonzepts“.

Doppelstrategie: Netzwerkbildung fördern – Möglichkeitsräume öffnen

Ein effektives und produktives Zusammenwirken von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung kann in Hessen vor allem von zwei strategischen Ansätzen befördert werden: Erstens, die Netzwerk- und Clusterbildung in der Kulturwirtschaft zu fördern und zweitens, Möglichkeitsräume für die Kulturwirtschaft zu öffnen und zu sichern. Der Bericht schlägt ein ganzes Bündel von Maßnahmen vor, mit denen diese strategischen Ansätze umgesetzt werden können.

Um neue Impulse für die Stadtentwicklung in Hessen zu geben, sollte eine Netzwerk- und Clusterbildung insbesondere in den Teilbereichen der Kulturwirtschaft gefördert werden, in denen Freischaffende und Kleinunternehmen in Hessen verstärkt tätig sind. Dies ist z. B. in den Bereichen Medien, Werbung, Grafik, Design, Architektur, Filmwirtschaft und künstlerisches Handwerk der Fall. Als Motor der Netzwerk- und Clusterbildung wird die Implementierung von Experimentier- und Gründerstandorten – ergänzt um flankierende Maßnahmen der Wirtschaftsförderung – vorgeschlagen.

Um Möglichkeitsräume für die Kulturwirtschaft zu öffnen und zu sichern, sollte in Zukunft die Entwicklung von verfügbaren Flächen in einer Kommune nicht allein unter dem Aspekt der bestmöglichen Vermarktung im Rahmen der traditionellen Ziele der Stadtentwicklung und mit klassischen Instrumenten geschehen. Um die Chancen der Kulturwirtschaft zu verbessern, empfiehlt sich eine an das Prinzip der „Dreifelderwirtschaft“ angelehnte Vorgehensweise. Entwicklung und Vermarktung erfassen dann nicht alle verfügbaren Flächen, sondern ein Teil bleibt als Möglichkeitsraum für kulturwirtschaftliche Nutzungen bewusst „liegen“. Die kreativen Milieus, die sich auf solchen Flächen entfalten können, schaffen durch ihr Wirken erst jene Standortbedingungen, die wiederum von anderen Stadtbewohnern und Marktteilnehmern geschätzt werden.



Einführung

Kulturwirtschaft gilt als eine der Zukunftsbranchen Europas. Kultur ist im letzten Jahrzehnt zu einem immer bedeutenderen Standortfaktor für die Entwicklung europäischer Städte und Stadtregionen geworden.

Der Wertschöpfungsanteil der Kulturwirtschaft bzw. der „kreativen Industrien“ steigt vor allem in den Großstädten und weist zum Teil höhere Zuwachsraten als die Wirtschaft insgesamt auf. Dabei ist die Kulturwirtschaft wie die traditionelle Wirtschaft insgesamt konjunkturellen Schwankungen unterworfen.

Auch in Hessen ist die Kulturwirtschaft ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Sie trug im Jahr 2006 mit ca. 17 Mrd. Euro rund 4 % zum Umsatz der Gesamtwirtschaft bei. Ihr Umsatz liegt höher als beispielsweise der des ansässigen Fahrzeugbaus. Innerhalb der hessischen Kulturwirtschaft hatten vor allem kreative Bereiche wie Werbung, Design und Architektur einen erheblichen Anteil am Umsatzwachstum des Jahres 2006. Dieses betrug gegenüber dem Vorjahr +7,5 % und lag damit einen halben Prozentpunkt über dem Umsatzwachstum der Gesamtwirtschaft. Auch für den hessischen Arbeitsmarkt sind die rund 120.000 Erwerbstätigen der Kulturwirtschaft eine relevante Größe: Dies sind 4 % der Erwerbstätigen Hessens. Dabei steigt der Anteil der selbständigen Künstler und Freischaffenden seit Jahren, wogegen die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung zurückgeht.

Während sich die ersten beiden Hessischen Kulturwirtschaftsberichte mit den Potenzialen der hessischen Kulturwirtschaft (2003) und mit dem Thema Kultursponsoring und Mäzenatentum (2005) beschäftigt haben, untersucht der hier vorliegende dritte Bericht die Wechselwirkungen von Kulturwirtschaft



und Stadtentwicklung. Derzeit wird die „kreative Stadt“ international als urbanes Entwicklungsleitbild debattiert. Kreativität und Kultur gelten als zentrale Faktoren der Attraktivität von Städten, und auch das ökonomische Potenzial von Kulturschaffenden und Gründern in der Kulturwirtschaft ist zunehmend in den Blickpunkt gerückt. Die hohe Bedeutung der Kulturwirtschaft leitet sich dabei aus der Neubewertung der Qualitäten der Stadt ab: Verdichtete, gemischte, lebendige innenstadtnahe Quartiere in attraktiven Großstädten rücken verstärkt in den Fokus standortsuchender Unternehmen insbesondere aus dem Bereich hochwertiger Dienstleistungen.

Land und Kommunen sind sehr bemüht um die Bereitstellung von Arbeitsräumlichkeiten für Gründer im gewerblichen Bereich, z. B. in Form von Technologie- und Gründerzentren. Die Anforderungen von Gründern aus der Kulturwirtschaft oder „Kreativszene“ stehen noch nicht im gleichen Maße im öffentlichen Blickfeld. Einer technologieorientierten Produktion werden per se innovative Effekte für die Gesamtwirtschaft unterstellt, der von Kulturproduktion ausgehende kreative Impuls – als Voraussetzung jeglicher Art von Innovation – wird dagegen erst zögerlich anerkannt. Der Imagegewinn durch Kulturproduktion in der Region, in der Stadt und in ihrem unmittelbaren räumlichen Umfeld ist hingegen akzeptiert.

Längst werben Städte und Regionen mit ihrer kulturellen Infrastruktur, ihren kulturellen Events und ihrem kulturellen Milieu bei der Akquisition neuer Investoren und qualifizierter Arbeitskräfte. Herausragende Kultureinrichtungen wie das Guggenheim Museum in Bilbao konnten etwa dem Aufschwung einer ganzen Region zentrale Impulse geben. In Hessen sind z. B. die documenta in Kassel, die Frankfurter Buchmesse oder das Rheingau Musik Festival Kulturereignisse von großer regionalwirtschaftlicher Bedeutung. Kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungen tragen zur internationalen Ausstrahlung eines Standorts bei und können das Image einer ganzen Stadt oder eines bestimmten Stadtteils prägen. Das gilt gleichermaßen für den etablierten Kulturbetrieb wie für die „junge kreative Szene“.

Vor allem diese jungen Kreativen sind in der Lage, einen typischen Entwicklungsprozess in Gang zu setzen: Auf der Suche nach preiswertem Arbeits- und Wohnraum ziehen Kulturschaffende in vernachlässigte Viertel und „kolonisieren“ diese mit Ateliers und informellen Ausstellungsräumlichkeiten. Es folgen Galeristen, Grafiker, Filmemacher, Architekten, Möbel- und Modedesigner, Gründer in Kunsthandwerk und Dienstleistungen, begleitet von ergänzender Infrastruktur wie Kneipen, Bistros und Clubs. Schließlich siedeln sich auch Restaurants gehobener Kategorie an. Developer auf der Suche nach lukrativen Investitionsmöglichkeiten entdecken den Standort und der öffentliche Kulturbetrieb hält Einzug ins Quartier. Das Image des Viertels und die Struktur der Wohnbevölkerung wandeln sich entsprechend. Augenfälliges Beispiel ist New York mit den Szenequartieren Soho und Tribeca. Ähnliche Gebiete sind aus London, Paris, Berlin, Hamburg und München bekannt. So kann die zunächst durch niedrige Mieten ausgelöste „Besiedlung“ vernachlässigter Stadtquartiere durch Akteure der kreativen Szene und der Kulturwirtschaft regelrechte Aufwertungsprozesse in Gang setzen, von denen die kommunale Entwicklung idealerweise profitiert. Öffentliche Kulturförderung kann in diesem Kontext auch als Zukunftsinvestition gesehen werden.

Die infolge des demografischen und wirtschaftsstrukturellen Wandels zunehmende Mindernutzung oder sogar das Brachfallen von Teilflächen in Stadtquartieren und die damit verbundene Vernachlässigung von Bausubstanz und öffentlichem Raum bieten einer kulturwirtschaftlichen Nutzung Potenziale. Gebäude und Freiflächen werden aufgelassen und in der Folge finden sich keine oder nach klassischem Verständnis eher problematische Nachnutzungen. Durch kostenaufwändige Abbruch- und Umbaumaßnahmen werden von den Kommunen häufig traditionelle Nutzungen wie Wohn- oder Büronutzungen angestrebt, gleichzeitig werden die Potenziale der Brachen und aufgelassenen Liegenschaften für alternative oder andersartige Nutzungsstrukturen zu selten erkannt. Aufgelassene Gebäude und Freiflächen bieten aber – wie die Beispiele Berlin und Frankfurt

am Main zeigen – gute Standortvoraussetzungen für kulturwirtschaftliche Nutzungen. Durch Strategien, die solche Nutzungen zulassen, könnten dynamische Entwicklungen induziert werden. Von einer gezielten Öffnung kreativer Räume können wichtige Impulse für die Stadtentwicklung ausgehen.

Der vorliegende 3. Hessische Kulturwirtschaftsbericht geht der Frage nach, ob und gegebenenfalls wie sich die Raumansprüche von Kunst und Kultur, die Entwicklung brachgefallener Liegenschaften und eine Gründer- und Unternehmensförderung der Kulturwirtschaft zum wechselseitigen Nutzen miteinander verschränken lassen. Wie können die von der Kulturszene ausgehenden Impulse für die soziale und ökonomische Stabilisierung benachteiligter Quartiere, brachgefallener Areale und leer stehender Liegenschaften genutzt werden? Kann ein erleichteter Zugang zu brachgefallenen Arealen und dem in zahlreichen städtischen Quartieren verbreiteten Gebäudeleerstand im Sinne einer Gründer- und Unternehmensförderung für die Kulturwirtschaft genutzt werden?

Betrachtet wird, auf welche Weise Instrumente der Stadtentwicklung die kulturwirtschaftliche Produktion stimulieren können und umgekehrt, auf welche Weise die Aufwertung von Standorten und Quartieren durch Kulturproduktion und temporäre Nutzung im Stadtraum erreicht werden kann. Der Übertragbarkeit der untersuchten Beispiele auf die Strukturen der hessischen Städtelandschaft galt besondere Aufmerksamkeit. Kann in Hessen das Ermöglichte temporärer Flächen- und Raumnutzungen als flexibles Instrument sowohl der Förderung von Kulturwirtschaft als auch der Vermeidung von Leerstand entwickelt und verstetigt werden? Inwieweit können beispielsweise Mittel der Städtebauförderung gezielt dazu eingesetzt werden, leer stehende Gebäude und Räumlichkeiten als preiswerte temporäre Ateliers, Werkstätten etc. für die Kulturwirtschaft nutzbar zu machen? Welche Regelungen stehen dieser Flexibilisierung unter Umständen entgegen? Fragestellungen, die räumliche Voraussetzungen, die Ansprüche von Anbietern und Nachfragern, die Prozessgestaltung und Organisation

sowie die Politikgestaltung betreffen, stehen dabei im Vordergrund.

Der Bericht gliedert sich in zwei Teile: Der thematische Schwerpunkt des Berichts befasst sich mit der Wechselwirkung von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung. Im zweiten Teil folgt eine Fortschreibung der in den vorangegangenen hessischen Kulturwirtschaftsberichten dargestellten kulturwirtschaftlichen Kennzahlen für Hessen.

Methodik

Um die Wechselwirkungen von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung zu untersuchen, wurde für den 3. Kulturwirtschaftsbericht ein zweigleisiges methodisches Verfahren gewählt. Parallel zur Erarbeitung der Studie durch die Hessen Agentur fand eine Workshop-Reihe zum Thema „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“ in den hessischen Kommunen Eschwege, Frankfurt, Gießen, Hanau, Kassel und Wiesbaden statt, die von der Schader-Stiftung organisiert wurde und deren Ergebnisse Eingang in den vorliegenden Bericht gefunden haben.

Studie

Für die Erarbeitung der Studie wurde angesichts der Fülle der medialen Berichterstattung, die der hohen Aktualität des Themas geschuldet ist, zunächst eine umfangreiche Internetrecherche und Auswertung von Sekundärliteratur durchgeführt. Ziel dieser Recherche war es, kulturwirtschaftliche Projekte, die auf ehemals ungenutzten Flächen und in leer stehenden Gebäuden angesiedelt sind, zu identifizieren. Anhand dieser Beispiele wurden die Charakteristika und Rahmenbedingungen kulturwirtschaftlicher Aktivitäten im Kontext der Stadtentwicklung herausgearbeitet. Die Projektbeispiele beschränken sich dabei nicht auf Hessen, sondern es wurden auch nationale und internationale Beispiele mit Schwerpunkt auf dem europäischen Raum betrachtet.

Die Recherche ergab Hinweise auf zahlreiche einmalig gestaltete Aktionen oder Events wie Kunstausstellungen, Kunstinstallationen, Rauminszenierungen oder temporäre Lichtinstallationen, die zwar kurzfristig mit Kreativität auf ungenutzte Potenziale von Stadtvier-



teln, Brachflächen oder einzelnen Baulücken aufmerksam machten, aber keine längerfristigen Auswirkungen auf die Stadtentwicklung zeigten. Das Quartier profitiert für kurze Zeit von dem Ereignis, weil es in den Blickpunkt rückt und umgekehrt profitieren die Akteure in gleicher Weise: Auch sie genießen für kurze Zeit öffentliche Aufmerksamkeit. Diese Form der kreativen Zwischennutzung wurde aufgrund ihrer sehr kurzen Dauer in den vorliegenden Bericht nicht aufgenommen.

Ebenfalls nicht näher betrachtet wurden größere mit hohem öffentlichen Mitteleinsatz realisierte kulturelle Bauprojekte, wie beispielsweise das Guggenheim Museum in Bilbao (Spanien), die aufgrund ihrer Dimension und ihres Leuchtturmcharakters breite kulturtouristische, regionalwirtschaftliche und imagebildende Effekte auslösen.

Zahlreiche Projekte und Maßnahmen aus dem Bereich Kunst und Kultur werden im Rahmen von städtischen Entwicklungsprogrammen, z. B. zur Strukturverbesserung von Großsiedlungen in den östlichen Bundesländern (Stadtumbau-Ost), durchgeführt. Viele dieser Projekte sind in Großwohnsiedlungen verortet, die unter Abwanderung, hoher lokaler Arbeitslosigkeit, Baumängeln, Leerstand etc. leiden. Da derartige Problemlagen in Hessen nicht vorliegen, wurden diese Projekte in diesem Bericht nicht betrachtet.

Im Bericht wurden schließlich jene Projekte ausgewertet, deren Auswirkungen auf die Quartiersentwicklung und die lokale Ökonomie unmittelbar zu verfolgen waren. Insgesamt wurden ca. 125 Projekte zusammengestellt, davon rund 25 internationale, ca. 65 aus anderen Bundesländern und 34 aus Hessen. Ein Großteil der recherchierten Projekte befindet sich in Großstädten und Metropolregionen. Projekte im ländlichen Raum sind nur in geringerem Umfang anzutreffen. (Übersicht in Anhang 1)

Ausgewählte Fallbeispiele mit typischen Merkmalen von kulturwirtschaftlichen (Zwischen-)Nutzungen auf Brachen und Leerständen sind – gestalterisch vom übrigen Text abgesetzt – ausführlich erläutert.

Ergänzend zur Recherche wurden rund 40 Experteninterviews geführt. Die Gesprächspartner waren Personen aus Hochschulen, Kommunal- und Landesverwaltung, Projekt- und Quartiersmanagement, Kultur- und Gründerzentren, aber auch Vertreter der Immobilienwirtschaft und der Unternehmensberatung sowie kulturwirtschaftliche Kleinstunternehmen und Gründer. Die Experten wurden anhand eines Gesprächsleitfadens interviewt. Eine Liste der Gesprächspartner ist im Anhang beigefügt.

Workshop-Reihe

Parallel zur Studie führten die Schader-Stiftung und das Land Hessen von Mai bis November 2007 in sechs hessischen Städten Workshops zum Thema „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“ durch. Im Mittelpunkt der jeweils zweitägigen Workshops stand stets die Frage, wie unter den jeweiligen örtlichen Gegebenheiten durch eine Stärkung der Kulturwirtschaft Impulse für die Stadtentwicklung gegeben werden können und mit welchen Aktivitäten dies befördert werden kann.

Das Programm der Workshops verband dabei die Problematiken und Projektideen der gastgebenden Kommune mit übergreifenden Fragestellungen des Themas „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“. Die Workshops wurden gemeinsam mit der jeweils gastgebenden Kommune inhaltlich und organisatorisch vorbereitet.

Workshops fanden in den Städten Eschwege, Frankfurt am Main, Gießen, Hanau, Kassel und Wiesbaden statt. Teilnehmer waren die jeweiligen Vertreter der kommunalen Kultur- und Wirtschaftsförderung, der Stadtplanung bzw. Stadtentwicklung sowie Akteure aus der lokalen Kreativszene, der Immobilienwirtschaft und der Kammern. Dabei arbeiteten die Vertreter der Kommunalverwaltung im Sinne interkommunaler Kooperation auch bei den Workshops der anderen Städte beratend mit. Beiträge externer Fachreferenten lieferten Informationen und Anregungen für die Diskussion unter den jeweils rund 50 Workshopteilnehmern.



Die Workshop-Reihe diente:

- » erstens der Exploration der Möglichkeiten von Stadtentwicklung mit Kulturwirtschaft in hessischen Kommunen,
- » zweitens der Aktivierung der lokalen Akteure und
- » drittens der fachlichen Vernetzung zwischen den beteiligten Städten.

Exploration: Mit der Workshop-Reihe sollten die Entwicklungsmöglichkeiten in hessischen Städten erkundet werden – und zwar unmittelbar vor Ort, im Dialog mit den maßgeblichen lokalen Akteuren. Im Gegensatz zur Studie, die als systematische, von einem vorgegebenen Kriterienraster geleitete Recherche nach realisierten Projekten suchen würde, sollte dieses Vorgehen ermöglichen, zu einer Einschätzung von Entwicklungsmöglichkeiten durch kulturwirtschaftliche Akteure in hessischen Kommunen zu kommen. Die Veranstaltungsreihe war insofern eine Kombination von Feldforschung und organisiertem kollektivem Lernprozess. Da die Studie – so die Eingangsvermutung – vor allem in Ballungsgebieten fündig werden würde, umfasste die Exploration auch solche Kommunen, die aufgrund ihrer Einwohnerzahl und peripheren Lage nicht unmittelbar als Kulturwirtschaftsstandorte prädestiniert erscheinen.

Aktivierung: Im Idealfall sollten die Workshops dazu führen, dass die lokalen Akteure wirtschaftliche und städtebauliche Chancen erkennen und entsprechende Aktivitäten aufnehmen würden. Allein der Umstand, dass die Kommune mit dem Land Hessen und einer Stiftung eine gemeinsame Aktivität ergriff, setzte das Thema „Kulturwirtschaft“ auf die lokale politische Agenda. Kreativen, Verwaltungsmitarbeitern und Immobilieneigentümern wurde mit den Workshops Gelegenheit zum „Networking“, zur fachlichen Information und gemeinsamen Diskussion gegeben, um so erkennen zu können, welche Chancen gegebenenfalls für ihre eigene Arbeit in dem Thema steckte. Weiterhin waren die Workshops inhaltlich darauf ausgerichtet, lokale Projektideen zu befördern. Diese Aktivierung stellte damit auch eine – wenngleich selektive – „Prüfung“ der örtlichen Entwicklungsmöglichkeiten dar.

Vernetzung: Durch eine Reihe von organisatorischen Maßnahmen wurde dafür Sorge getragen, dass die Arbeitsergebnisse eines Workshops auch in die jeweils anderen Kommunen weiter getragen wurden. So nahm nicht nur ein fester Stamm von Personen an allen sechs Workshops teil, es bestand auch ausreichend Zeit für den fachlichen Austausch und es wurden alle Workshops dokumentiert. Über eine Projektwebsite wurden Vorträge und Dokumentationen allen Teilnehmern zugänglich gemacht.

Die Auswahl der an der Workshop-Reihe teilnehmenden Städte erfolgte durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst in Zusammenarbeit mit der Schader-Stiftung. Die Städteauswahl berücksichtigt zum einen die Größenstrukturen der hessischen Städtelandschaft und umfasst zum anderen Städte aus allen Landesteilen Hessens. Alle mitwirkenden Städte sind in unterschiedlicher Weise mit Stadtentwicklungsproblemen konfrontiert. Bis auf die Stadt Hanau nehmen daher alle Städte am hessischen Stadtumbau-Programm teil. Hanau ist jedoch im Programm Soziale Stadt vertreten und zudem mit umfangreichen Konversionsaufgaben konfrontiert. Ein gewisses Potenzial an jungen kulturwirtschaftlichen Gründern konnte in allen Städten vermutet werden – lediglich in Eschwege gibt es keine Hochschule oder Ausbildungsstätte, die zu einem Kreativberuf führt. Letztlich ausschlaggebend für die Beteiligung an der Workshop-Reihe war jedoch die Bereitschaft der Kommunen, an diesem Projekt mitzuwirken.

Die Workshops fanden statt:

- » 23./24. Mai 2007 – Eschwege
- » 26./27. Juni 2007 – Frankfurt am Main/ Bahnhofsviertel
- » 30./31. August 2007 – Gießen
- » 27./28. September 2007 – Hanau
- » 25./26. Oktober 2007 – Kassel
- » 29./30. November 2007 – Wiesbaden



*Workshop Kulturwirtschaft
in Frankfurt a. M.*



1 Kultursiedler und Pioniere der Kulturwirtschaft

Akteure der Kulturwirtschaft entdecken als „Raumpioniere“ oder „Kultursiedler“ Brachflächen, leer stehende Ladenlokale und sonstige unter- oder ungenutzte Liegenschaften. Sie gehen hier ihren kreativen Tätigkeiten nach, wodurch sie diese Liegenschaften wiederum zu neuem Leben erwecken.

Häufig finden sich geeignete Liegenschaften oder Leerstände in Quartieren im Umbruch, die ohnehin im Fokus der Stadtpolitik stehen.

Die „Kultursiedler“ sind Auslöser von Standortentwicklungsprozessen und fungieren als Multiplikatoren. Sie werden mit Pionierpflanzen verglichen, die nährstoffarme Standorte brauchen, sich dort selbst den Humus, aber auch den „Garaus“ bereiten, da auf dem nun veredelten Standort andere Pflanzen überlebensfähiger sind. Auch die Pioniergewächse der Kulturwirtschaft sind nach einer gewissen Zeit wieder verschwunden, während andere kulturwirtschaftliche Unternehmen die zweite oder dritte Pflanzenfolge an den aufgewerteten Standorten bilden. Die Kreativen wirken so mit an einer Umformung von Räumen und der Gestaltung neuer „Szenen“ und ermöglichen eine Quartiersentwicklung mit anderen Mitteln. Die Aktivitäten der Kreativen sind offensichtlich ein Potenzial für die Stadtentwicklung.

Die Kulturwirtschaft umfasst eine große Bandbreite an Branchen und Unternehmenstypen mit unterschiedlichen Standortpräferenzen.

Mittelständische Betriebe der Kulturwirtschaft, wie Werbeagenturen, Galerien und Buchhandlungen, finden sich vor allem in guten Innenstadtlagen oder in bereits aufgewerteten, auf hohem Niveau herge-



richteten ehemaligen gewerblichen Quartieren, die als „chic“ oder „in“ gelten.

Diese Unternehmen siedeln sich an solchen Standorten nach einem eventuellen Umstrukturierungsprozess an, sie wirken in der Regel nicht selbst daran mit. Sie bilden in der Zusammensetzung typische Standortgemeinschaften mit geringem Netzwerkcharakter, also mit wenig ausgeprägten Beziehungen untereinander. Typische Standortzusammensetzungen bestehen aus etablierten, häufig international agierenden Werbeagenturen, Architekten, Designern, Modelabels in Verbindung mit Kunstbuchhandlungen, Goldschmieden und Edelgastronomie.

Für die Standortwahl der mittelständischen Kulturwirtschaft ist insbesondere das Ambiente, wie etwa eine dem Zeitgeist entsprechende Architektur, ausschlaggebend. Die Unternehmen verfügen am Standort über edel und aufwendig gestylte Arbeits- oder Schauräume. In dieser Art von Standortgemeinschaften sind kaum Existenzgründer oder Freischaffende vertreten. Beispiele für Standorte dieses Entwicklungsstands sind die Hanauer Landstraße in Frankfurt, die *Heyne-Fabrik* Offenbach und das *Löwenbräu-Areal* in Zürich. Das *Löwenbräu-Areal* hat sich seit der Stilllegung der Brauerei im Jahr 1988 zu einem bedeutenden Kunstgalerie-Standort mit dem *Museum für Gegenwartskunst*, der *Kunsthalle Zürich* und renommierten Galerien wie *Hauser & Wirth* entwickelt, welcher internationales Publikum anlockt.

Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft zeigen dagegen schon aus wirtschaftlichen Gründen andere Standortpräferenzen, die von Künstlern, Existenzgründern und Absolventen kreativer Fachbereiche der Hochschulen geteilt werden. Sie suchen vor allem preisgünstige Arbeitsräume und finden sie an den Standorten, die bisher nicht im Blickfeld der Stadtentwicklung standen. Sie siedeln sich in Nischen an, bevorzugen „unfertige“ Räume und „lebendige“ Standorte, meist kleinere bauliche oder räumliche Einheiten. Ihre Ansprüche an Bausubstanz, Ambiente und den optischen Zustand ihrer Wirkungsstätte variieren mit der Finanzkraft.



Die Auswertung der Projektbeispiele und der Sekundärliteratur zeigen ein klares Profil jener Akteure aus der Kulturwirtschaft, die als Raumpioniere oder Kultursiedler tätig werden. Die Zwischennutzung von Liegenschaften, die ungeplante Besiedelung von Großflächen, die Netzbildung von Kulturschaffenden in Stadtquartieren oder die sich selbst organisierenden und gegenseitig stützenden Milieus der Kreativen werden fast immer von Künstlern, freiberuflich Tätigen und Kleinst- oder Mikrounternehmen der Kulturwirtschaft getragen, jedoch fast nie von Großbetrieben und nur sehr selten von mittelständischen Unternehmen. Es ist die so genannte *kleine Kulturwirtschaft*, die sich bevorzugt in vernachlässigten Räumen im Stadtgefüge ansiedelt.

Der Begriff *kleine Kulturwirtschaft* ist eine Sammelbezeichnung für die branchentypisch zahlreichen Kleinst- oder Mikrounternehmen aus den verschiedenen kulturbezogenen Branchen sowie die selbständigen Künstler und Freiberufler.¹ Da dies die für die hier interessierenden Aufgaben der Stadtentwicklung besonders relevante Akteursgruppe ist, werden im Folgenden die wirtschaftliche Situation und das ökonomische Potenzial der kleinen Kulturwirtschaft dargestellt.

1.1 Branchenspektrum der kleinen Kulturwirtschaft

Die Akteure der kleinen Kulturwirtschaft sind vor allem in folgenden Bereichen tätig:

- » Werbung und Design (Produkt-, Mode-, Kommunikations-Design, Mediengestaltung),
- » Architektur und Innenarchitektur,

¹ Söndermann, Michael (2007): Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen. Herausgegeben von Bündnis90/Die Grünen, Berlin.

Es ist die so genannte **kleine Kulturwirtschaft**, die sich bevorzugt in vernachlässigten Räumen im Stadtgefüge ansiedelt: **Künstler, Freiberufler, Kleinst- und Mikrounternehmen** aus kulturbezogenen Branchen.



- » Raumgestaltung, Shop- und Ausstellungsdesign, Ausstellungsorganisation,
- » Kunsthandwerk (Restauratoren, Instrumentenbauer, Buchbinder und -drucker, Goldschmiede etc.),
- » Kunst (Galerien, Maler, Bildhauer, Video- und Objektkünstler),
- » Musik (Komponisten, Tonstudios und Proberäume, Interpreten, kleine Musiklabels, Musikvertrieb und Veranstaltungsplanung),
- » Kultur- und Eventmanagement (Mittelakquise, Sponsoring, Projektkonzeption, -organisation und -abwicklung),
- » Kulturtourismus (Bildungsreisen, Themenreisen, Stadtführungen),
- » Kulturpädagogik (Museumspädagogik, kulturelle Angebote für Schulen, Erwachsenenbildung).

Die kleinen kulturwirtschaftlichen Unternehmen sind in allen Segmenten des Kulturbereichs und Lifestyle-Marktes tätig und in ihrem Produktspektrum meist sehr spezialisiert. Sie zeichnen sich durch eine große inhaltliche und unternehmensstrategische bzw. persönliche Flexibilität aus. Das Alter der Akteure liegt überwiegend zwischen 20 und 30 Jahren, im Bereich der Bildenden Kunst auch darüber.

Zum Branchenspektrum im Rhein-Main-Gebiet, vor allem in Frankfurt und Offenbach, gehören zahlreiche reine Künstlerateliers oder -gemeinschaften, wie in der *MATO-Fabrik* in Offenbach. Stark vertreten sind selbständige Designer und kleine Designunternehmen. Sie spezialisieren sich, beispielsweise auf Möbeldesign oder Modedesign wie die Unternehmen in der Brückenstraße in Frankfurt-Sachsenhausen. Zu den typischen Kleinunternehmen der Region gehören zudem kleine Werbeagenturen, die mit Praktikanten

und projektbezogenen „Freelancern“ arbeiten und in der Regel kaum über festangestellte Beschäftigte verfügen. Daneben gibt es auch künstlerisch und thematisch breiter orientierte Unternehmen wie *Morgen Studio* in der Nähe der Hanauer Landstraße in Frankfurt, das die Schwerpunkte Design, Möbelmanufaktur, Raumkonzeption und Architektur hat.

Galerien realisieren zunehmend ihr Hauptgeschäft auf Messen und sind deswegen immer weniger an dauerhaften Verkaufsräumen in teuren Innenstadtlagen interessiert, zumal sich Besuche potenzieller Kunden mitunter lediglich auf Vernissagen beschränken. Da die Mietkosten in diesen Lagen für eine reine Lagerhaltung unangemessen hoch sind, suchen insbesondere kleinere Galerien innovative Präsentations- und Organisationsformen für ihr Geschäft. Temporär gemietete Ausstellungsräume in preisgünstigeren Lagen oder in altindustriellen Gebäudeensembles sind hier zu einer Alternative geworden.

Auch in der Modebranche gibt es Tendenzen zur temporären Nutzung von Verkaufsflächen. So vertreibt das Designlabel *Clemens en August* seine Kollektion nicht in gewöhnlichen Ladengeschäften. Die Modelle werden nur während zweier Verkaufstouren im Jahr den Kunden angeboten, immer an Orten, die mit Kunst zu tun haben: im *Museum für Angewandte Kunst (MAK)* in Wien etwa, in der Produzentengalerie Hamburg oder in den Berliner Kunstwerken. In Frankfurt am Main machte die „Wanderware“ im letzten Jahr Station.²

Solche Trendgeschäfte – auch „Guerilla stores“ genannt – sind oft nur durch Mundpropaganda zu finden und existieren nur für wenige Tage oder Wochen abseits etablierter Kaufhaus-Giganten und luxuriöser Flagship-Stores. Sie stellen eine neue Generation von

² www.clemens-en-august.com.

*Orte werden ausprobiert, Vorgefundenes wird aufgegriffen und **experimentelle Nutzungskonzepte** entstehen. Vieles entsteht, wie es sich ergibt.*



Szeneläden dar. In die Ausstattung wird wenig Aufwand gesteckt und Nachfrage wird über kurz andauernde Öffnungszeiten und Flüsterpropaganda in den entsprechenden Kreisen geschaffen. Im Guerilla store des Modelabels *Comme des Garçons* in Berlin hängt die Kleidung an alten Wasserrohren oder wird auf Umzugskartons ausgestellt, von den Wänden bröckelt der Putz, die gelb gestrichenen Möbel stammen vom Flohmarkt. Hinterhöfe und Abrisshäuser eignen sich in idealer Weise für das Shopperlebnis in Guerilla stores. Dieses Prinzip wird bereits von findigen Vermarktern etablierter Textilhersteller angewendet.

1.2 Standortgemeinschaften, Netzwerke und kreative Milieus

Künstler, Kulturschaffende und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft siedeln sich nicht einzeln und verstreut über die Stadt an, sondern bevorzugen es, an bestimmten Standorten im Stadtgefüge lokale Standortgemeinschaften und Netzwerke zu bilden. Dabei orientieren sie sich an vorhandenen kreativen Milieus. Da ihre Aktivitäten im Allgemeinen mit anderen Daseinsfunktionen kompatibel sind, entstehen neue Formen der räumlichen, sozialen und funktionalen Verflechtung von Arbeit, Wohnen, Einkaufen und Freizeit.

Aus Gründen der Existenzsicherung sind die Akteure der kleinen Kulturwirtschaft in besonderem Maße auf preisgünstige Mieten, problemlose Versorgung und auf vielfältiges Know-how am Standort angewiesen. Sie schätzen daher multikulturelle Viertel. Auch Standortgemeinschaften mit speziellen unternehmensnahen Dienstleistern (z. B. Steuerberater, Rechtsanwälte, spezielle Handwerkerleistungen etc.) sind für Kulturschaffende und Kreative attraktiv.

Diese räumlichen Konzentrationen und Mischungen bieten nach Aussagen von Kulturschaffenden und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft besonders gute Rahmenbedingungen für die Entwicklung unverwechselbarer Kreativdienstleistungen und origineller Kulturprodukte. So bilden sie an diesen Standorten unterschiedlich fest gefügte Gemeinschaften und Milieus aus, pflegen interaktive Beziehungen, unterstützen sich gegenseitig und kooperieren untereinander. Während Standortgemeinschaften z. B. bei Shoppingcentern von einer Projektsteuerung durch die Auswahl der Mieter künstlich generiert werden, entwickeln sich die kreativen Standortgemeinschaften im Laufe der Zeit aufgrund sozialer Kontakte und persönlicher Wertvorstellungen der Beteiligten von selbst, was nach innen ein besonderes Zugehörigkeitsgefühl entstehen lässt. Allerdings folgt daraus nicht, dass sich ein bestimmtes inhaltliches Profil des Standorts oder gar eine Orientierung an Wertschöpfungsketten von selbst einstellen würde.

Wie die recherchierten Projektbeispiele zeigen, ist ein breites inhaltliches Spektrum für das Leistungsangebot der kleinen Kulturwirtschaft am Standort charakteristisch. Dies wird von den Kreativen durch *Netzwerke* angeboten, die in räumlicher Nähe oder virtuell organisiert sein können und die Bildung variierender Teams erlauben. Viele der Kulturschaffenden und Kleinunternehmer sind durch Kooperationen, Tauschgeschäfte und gegenseitige Hilfestellung miteinander verbunden. Projektbezogene Kooperationen mit zum Teil festen Partnern erlauben die Bearbeitung größerer Aufträge und verbessern den Marktauftritt, z. B. indem das Team unter einer Dachadresse im Internet mit einem breiten Know-how präsent ist. Der Mitarbeitereinsatz kann darüber hinaus dank einer ausgedehnten Beauftragung von Freelancern projekt-

bezogen angepasst werden. Die kreativen Kleinunternehmen können so eine hohe Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte erreichen.

Netzwerke können als lose Zusammenhänge von eigenständigen Mitgliedern, seien es Einzelpersonen, Organisationen oder Unternehmen, mit horizontalen Strukturen und ohne Zentrum oder Hierarchien charakterisiert werden. Grundlage von Netzwerken sind gemeinsame Interessen sowie das Vertrauen aller Mitglieder darin, dass Netzwerke Win-win-Situationen ermöglichen, in denen alle im gleichen Verhältnis geben und nehmen.³ Netzwerke sind jedoch nicht per se kreativ. Einem kreativen Milieu liegen Netzwerke zugrunde, es zeichnet sich darüber hinaus durch folgende Merkmale aus:

- » Gegenseitiger Austausch, Kooperation, aber auch Konkurrenz muss möglich sein, d. h. es muss ein Gleichgewicht zwischen Distanz und Nähe unter den Akteuren herrschen.
- » Das Milieu muss für Informationen von außen empfänglich sein und nach außen hin offen sein.
- » Die Akteure müssen relativ gleichberechtigt sein, es darf keine Akteure geben, die andere Mitglieder des Milieus dominieren.
- » Um das Milieu zusammenzuhalten, müssen bestimmte engagierte Persönlichkeiten vorhanden sein, die eine Initiatorrolle übernehmen und unterschiedlichste lokale Akteure (Gruppen oder Organisationen) in den Entwicklungsprozess einbinden. Sie zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie Kontaktnetzwerke etablieren und diese lebendig halten.⁴
- » Die wirtschaftlichen Beziehungen der Akteure untereinander sollten nicht nur auf reine „Zulieferbeziehungen“ beschränkt sein, sondern es muss ein partnerschaftlicher Stil herrschen, der auf dem freiwilligen Austausch von Informationen und der Förderung von Innovationen basiert.
- » Die Akteure müssen aus unterschiedlichen Kulturbereichen stammen, wobei einige der Akteure mehreren miteinander vernetzten Bereichen angehören. Dies können z. B. Lehrstuhlinhaber einer

Hochschule sein, die gleichzeitig auch Inhaber eines Kulturwirtschafts-Unternehmens sind.

In kreativen Milieus weisen die Akteurs-Kontakte einen explizit personengebundenen Beziehungscharakter auf, d. h. sie vollziehen sich in hohem Maße auf informeller, sozialer oder privater Ebene. Auch diese Kontaktformen sind mit einem besonderen Vertrauen verbunden, was im kreativen Milieu dazu führt, dass eine große Offenheit zwischen den Akteuren herrscht und Informationen schneller und unkomplizierter fließen können. Dies bedeutet aber auch, dass der Aufbau eines die Kreativität fördernden Milieus, insbesondere dann, wenn bisher kein gemeinsamer Erfahrungshintergrund vorhanden ist, Zeit für die Vertrauensbildung benötigt.⁵

Ein solches anregendes Umfeld, das Möglichkeiten bietet, sich auf informellem Wege mit anderen zu vernetzen, die ähnliche oder komplementäre Interessen verfolgen, hat sich als förderliche Basis für die Entwicklung neuer Kulturunternehmen erwiesen.⁶

„Die aus diesen Netzwerken entstehenden Ideen und Impulse bilden ein Innovationspotenzial, das sich in wirtschaftlichem Erfolg einer Stadt oder Region umsetzen kann.“⁷ Studien zu den Ursachen regionaler Kreativität verweisen immer wieder auf wirtschaftliche Krisen, die als Katalysatoren für Kreativität fungierten. Der Krisensituation wird dabei die Rolle einer treibenden Kraft im Hinblick auf die Entfaltung regionaler Kreativität zugeschrieben, da sie die Akteure dazu zwingt, unter Nutzung endogener Potenziale Maßnahmen zur Problemlösung zu ergreifen.⁸ In ähnlicher Weise wirkt sich die permanente prekäre Einkommenssituation der „kleinen Kulturwirtschaft“ aus. Die dauernde Einkommenskrise zwingt die kreativen Milieus der Kulturwirtschaft zu einer hohen Lernfähigkeit, die den Akteuren ein schnelles Reagieren auf veränderte Rahmenbedingungen ermöglicht.⁹

3 Schütz, D. (2003): Netzwerkorganisationen und Networking – Kulturwandel durch Netzwerke. In: Handbuch Kulturfinanzierung. Berlin/Stuttgart.

4 Liebmann, Heike/Robischon, Tobias (2003): Was ist städtische Kreativität? Zehn Thesen. In: Liebmann, Heike/Robischon, Tobias (Hrsg.): Städtische Kreativität. Potenzial für den Stadtumbau. IRS/Schader-Stiftung: Erkner/Darmstadt, S. 53.

5 Ebda.

6 Mandel, Birgit (2007): Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien. Bielefeld, S. 31f.

7 Ebda.

8 Vgl. Fromhold-Eisebith, Martina (1996): Das kreative Milieu – ein Förderer regionaler Technologietransfers? Erhebungsergebnisse aus den Regionen Aachen und Karlsruhe. In: Maier, Jörg (Hrsg.): Bedeutung kreativer Milieus für die Regional- und Landesentwicklung. Arbeitsmaterialien zur Raumplanung und Raumordnung, Heft 153, S. 39-56.

9 Liebmann, H./Robischon, T. (2003: 53f., 56).

Kreative Milieus der Kulturwirtschaft benötigen wie alle Innovationsnetzwerke einen leichten Zugang zu Informationen von hoher Qualität. Ausgeprägte formelle und informelle Kommunikationsstrukturen verbreitern die Wissensbasis und ermöglichen lokale Lernprozesse.¹⁰ Die kreativen Milieus verfügen selbst über ein hohes Innovationspotenzial, u. a. durch Informations- bzw. Wissensvorteile der Akteure und spezifische Kompetenzvorteile hinsichtlich bestimmter neuer Technologien. Dieser Trend ist ablesbar, seitdem neue technologische und preisgünstigere Ausrüstungen und Produktionsmöglichkeiten immer stärker von den Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen in der Kulturwirtschaft genutzt wurden.

Die „produktive Mischung“ an einem Standort wird – wie die Analyse der Projektbeispiele und die Expertengespräche deutlich gemacht haben – darüber hinaus durch eine partizipative Stadtteilpolitik begünstigt, die die Akteure selbst und die Anwohner im Quartier einbezieht.

Von kreativen Milieus zu unterscheiden sind Cluster, eine an der Wertschöpfungskette orientierte räumliche „Klumpung“ von Unternehmen. Diese können durch gezielte Ansiedlung von Betrieben „künstlich“ erzeugt werden. Kreative Milieus dagegen können nicht geplant werden. Sie können aber gefördert und begleitet werden durch eine Kontextpolitik, die mit geeigneten flankierenden Maßnahmen die Entfaltung kreativer Milieus unterstützt.

www.wacker-fabrik.de

Wacker Fabrik e. V. Mühlthal

Von Privateigentümern initiierte Verknüpfung von Wohnen, Gewerbe, Kunst und Kultur

Die Wacker Fabrik bietet Platz zum Wohnen und Arbeiten und ist ein Ort für Kreativität, Kunst und Kultur in der Region. Die Mieter stammen überwiegend aus den Bereichen Werbung, Video, Fotografie, Fotoart, Design, Musikmarketing, Booking, Künstler- und Veranstaltungsmanagement, Schmuck und Malerei sowie Architektur und Planung, aber auch aus der IT-Branche. Die Unternehmen agieren teilweise weltweit. Dienstleister aus Bereichen, die „das Leben und Arbeiten vor Ort angenehm gestalten“, ergänzen die Nutzerstruktur. Unter anderem sind dies ein Restaurant, ein Fitnessstudio mit Sauna, ein Friseursalon, eine Rechtsanwaltskanzlei, ein Steuerberater, eine Ärztin, ein Heilpraktiker und eine Astrologin. Das Areal ähnelt einem „modernen Dorf“, das sich in ländlicher, idyllischer Lage befindet und gleichzeitig Großstadtnähe aufweist. Die Verknüpfung von Gewerbe, Kreativwirtschaft, Wohnen sowie Kunst und Kultur folgt dem Motto „Alles für alle Fälle – alles an einem Ort“. Durch die Ansiedlung von kreativen und teilweise artverwandten Branchen



*Kreative Standortgemeinschaft:
Wacker Fabrik in Mühlthal (bei Darmstadt)*

entsteht für die Nutzer ein Wettbewerbsvorteil. Gegenseitige Inspiration und Kooperation schaffen ein angenehmes Arbeitsumfeld und eine höhere Lebens- und Wohnqualität. Neben Gewerbe und Wohnen wird das vielfältige Raumangebot auf dem Gelände der Wackerfabrik auch für kulturelle Veranstaltungen genutzt. So soll die Kultur vor Ort und in der Region durch Theater-, Tanz- und Konzertveranstaltungen, durch Ausstellungen und andere künstlerische Projekte gefördert werden. Hierfür steht ein multifunktionaler Veranstaltungsraum zur Verfügung, der von den Arbeitsgruppen des Kulturvereins Wacker Fabrik e. V. (Wacker Bühne, Wacker Kunst und Club Doerr) bespielt wird. Diese veranstalten darüber hinaus Festivals, Workshops, Symposien und Austauschprojekte sowie Events.

Viele der Künstler und Kulturschaffenden, die auf dem Gelände arbeiten und teilweise auch wohnen, präsentieren sich in der Wacker Galerie. Die acht Meter hohen Räume bieten im Erdgeschoss 90 m² Fläche mit 99 Sitzplätzen samt einer Galerie von 30 m², auf der eine Bar untergebracht ist.

Seit 1995 finden alljährlich im Herbst an zwei Wochenenden die Wacker Theatertage statt. Tanz, Performance, Schauspiel, Objekt- und Kindertheater der freien Szene werden aufgeführt. Seit 2001 wird neben der Wacker Galerie die vom freien Theater Transit genutzte Werkstatt als eigene Produktionsstätte mit einbezogen.

Hintergrund

Die ehemalige Produktionsanlage der Firma Wacker & Doerr liegt fünf Kilometer von Darmstadt entfernt zwischen der Gemeinde Mühlthal und der Stadt Ober-Ramstadt. Eingebettet in die landschaftlich ansprechende Odenwaldrandlage ist die Anlage auch durch eine günstige Verkehrsanbindung in das Rhein-Main-Gebiet gekennzeichnet. Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden auf 20.000 m² Grundfläche neun Gebäude, die ca. 9.000 m² Nutzfläche bieten. In den von 1902 bis 1920 erbauten Backsteingebäuden produ-

zierten bis zu 750 Arbeiter der Firma Wacker & Doerr Elektroinstallationen, zunächst aus Hartgummi, dann aus Bakelit und später Spritzgusszubehöerteile für die Autoelektronik, die weltweit exportiert wurden. 1994 wurde die Produktion in eine moderne Fertigungsstätte verlagert und der Betrieb auf dem Wacker Gelände eingestellt. Die Gebäude stehen heute unter Denkmalschutz.

Aufgrund ihres Interesses für Kunst und Kultur engagierten sich die heutigen Eigentümer der Wacker Fabrik für die Ansiedlung und den Zusammenschluss von Kunstschaffenden und Kunstinteressierten vor Ort.

Zunächst gründeten die späteren Eigentümer Ingrid und Ralf Tolski sowie Rainer Reese (später Reese & Tolski GbR) im Sommer 1994 die Projektgemeinschaft Kultur und Kommunikation. Zweck der Gründung war der Kauf des Geländes. 1995 begannen die ersten Sanierungs- und Umgestaltungsmaßnahmen des ehemaligen Verwaltungsbaus, des Kantinengebäudes, des Westbaus, des Ostbaus und der Shedhalle. Mit Hilfe der neu gegründeten Gruppe Wacker Design, den beauftragten Architekten sowie der Unteren Denkmalschutzbehörde Darmstadt-Dieburg wurden die denkmalgeschützten Gebäude saniert. Im Jahr 1996 bekamen die neuen Eigentümer den Denkmalschutzpreis des Landkreises Darmstadt-Dieburg und 1997 den hessischen Denkmalpreis verliehen. Der zweite und letzte Sanierungsabschnitt folgte Mitte 2000 im ehemaligen Kesselhaus und der sogenannten Zeppeinhalle sowie der kleinen Shedhalle. Zur gleichen Zeit wurden als Begrenzung des Areals im Norden und Osten 17 Reihenhäuser durch einen externen Bauträger erstellt. 1995 wurde der gemeinnützige Kulturverein Wacker Fabrik e. V. gegründet. Der Verein ist in den Bereichen Produktion, Vermittlung und Vernetzung zeitgenössischer Kunstformen tätig. Dabei wird mit in- und ausländischen Künstlern und Institutionen kooperiert. Mittlerweile sind die verschiedenen Projekte in den drei Kerngruppen Wacker Bühne, Wacker Kunst und Club Doerr eigenständig tätig.

www.wacker-fabrik.de

Nutzung

Die historischen Gebäude beinhalten ebenfalls 20 unterschiedliche Wohneinheiten vom möblierten Zimmer bis hin zu Loftwohnungen mit angrenzendem Nutz- und Ziergarten zur Modau-Aue sowie Penthousewohnungen mit Dachterrasse. Derzeit leben 38 Personen in den Gebäuden. Die Unternehmen aus der Kreativ- und IT-Branche befinden sich in den Backsteingebäuden, Büro- und Praxisräume in den ehemaligen Verwaltungsgebäuden. Die frühere Werkskantine beherbergt das Restaurant. Neun Künstler-Ateliers und das Fitnessstudio sind in einem weiteren Gebäude untergebracht. Insgesamt gibt es 30 Gewerbeeinheiten, die von 30 m² großen Ateliers bis hin zu 420 m² großen Büro-Lofts reichen.

Finanzierung

Der Kulturverein Wacker Fabrik e. V. finanziert sich durch Mitgliedsbeiträge. Mieteinnahmen der Gewerbe- und Wohneinheiten sowie Einnahmen aus der tages- und wochenweise Vermietung der Wacker Galerie für Firmen-Präsentationen, Events, Filmshootings etc. sind die wirtschaftliche Grundlage des Gesamtbetriebs.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Das Gelände befindet sich in Privateigentum. Die Koordination der Vermietung der Gewerbe- und Wohnräume und der Kulturförderung vor Ort obliegt dem Verwaltungsbüro der Eigentümer Reese und Tolski GbR.

1.3 Motive zur Besiedelung von Liegenschaften

Das Handeln der in der kleinen Kulturwirtschaft tätigen Menschen versteht nur unzureichend, wer es allein in wirtschaftlichen Kategorien betrachtet. Erst die Kenntnis von Einstellungen, Wertorientierungen und persönlichen Interessen dieses Personenkreises

kann zu einem breiten Verständnis ihrer Handlungsmotive führen. Soweit die Kreativen in ihren Einstellungen und Lebensorientierungen einander ähnlich sind, kann man sie sozialen Milieus zuordnen.

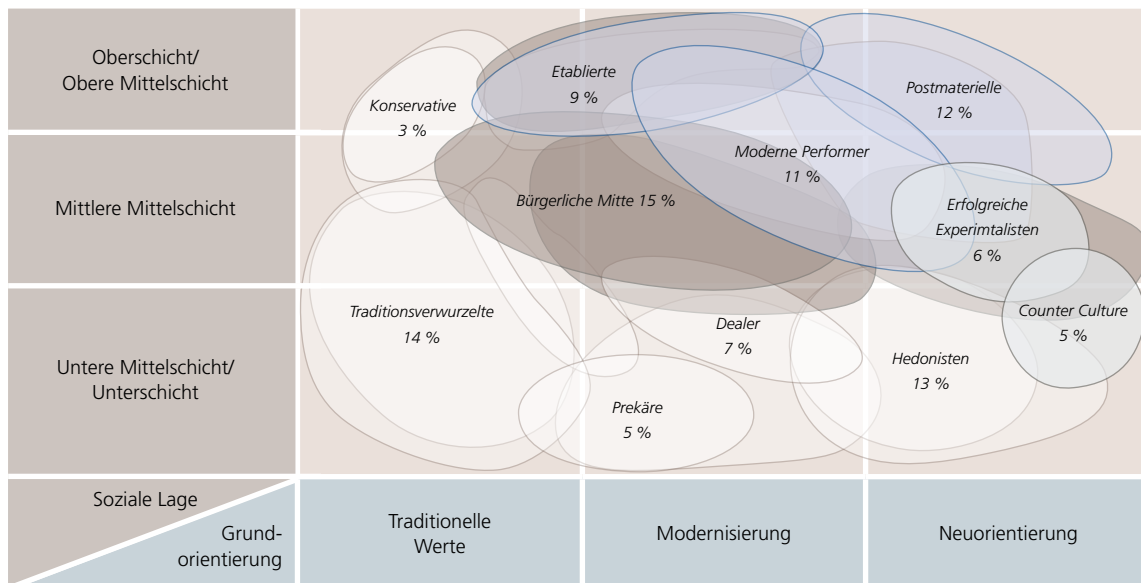
Die SINUS-Milieus charakterisieren die in Deutschland bestehenden sozialen Milieus, aktuell werden zehn verschiedene Milieutypen unterschieden.¹¹ Die in den Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft tätigen Menschen, die Kulturschaffenden und Künstler dürften überwiegend dem Milieu der „Experimentalisten“ zuzurechnen sein. Die „Experimentalisten“ haben einen Bevölkerungsanteil von derzeit 8 % und werden als die individualistische neue Bohème beschrieben, die sich durch ungehinderte Spontaneität, durch ein Leben in Widersprüchen und durch ihr Selbstverständnis als „Lifestyle-Avantgarde“ auszeichnet. Sie haben große Lust am Leben und Experimentieren, sind tolerant und offen gegenüber unterschiedlichsten Lebensstilen, Szenen und Kulturen. Gleichzeitig lehnen sie Zwänge, Routinen und Rollenvorgaben ab. Vielmehr leben sie mit Freude unterschiedliche Rollen und auch Widersprüche aus. In ihrer Wertorientierung sind materieller Erfolg, Status und Karriere weniger wichtig. Eine lebenslängliche Festlegung ist eher nicht gewünscht, es entstehen Patchwork-Biografien.

Selbst gesteuertes Lernen ist integrativer Bestandteil ihres Lebens. Die Experimentalisten sind mit Multimedia groß geworden und nutzen intensiv Online-Angebote, Video- und Computerspiele. Sie engagieren sich aber auch für gesellschaftliche Randgruppen, betreiben Esoterik, machen mentales Training und gehen kreativen Tätigkeiten nach. Ihr Hauptinteresse richtet sich auf Musik, Kunst, Kultur, auf einschlägige Filme und Bücher. Sie haben ein großes Bedürfnis nach Kommunikation und Unterhaltung, sind ständig in Bewegung und dort zu finden, wo es etwas Spannendes, Neues zu entdecken gibt.

Für die Zukunft erwarten die Autoren der aktuellen SINUS-Studie einen fortgesetzten Trend zur Individualisierung der Gesellschaft. Milieus und Patchwork-Biografien nehmen zu, aber auch die Hierarchisierung

¹¹ www.sociovision.de (2007).

Abbildung 1: Milieus nach Sociovision 2020



Quelle: www.sociovision.de

der Gesellschaft. Ober- und Unterschicht entfernen sich voneinander, die Mittelschicht wird schmaler. Auch das Milieu der Experimentalisten werde sich spalten. Ein Teil werde sich an die Marktprozesse anpassen, in Hochschulen und Kulturbetrieb dominieren und so zum Milieu der erfolgreichen Experimentalisten gehören, die andere Hälfte werde sich dem Anpassungsdruck widersetzen und eine neue Gegenkultur („Counter Culture“) auf niedrigem materiellen Niveau ausbilden.

Trotz ähnlicher Grundeinstellungen sind die persönlichen Motive für einen Bezug vernachlässigter Liegen-schaften sehr unterschiedlich. Für manche Akteure stellen sie Nischen und Rückzugsräume zum Ausstieg aus etablierten Lebensbildern oder zum Aufbau einer Parallelexistenz dar, für andere dagegen sind (tempo-räre) Aktivitäten in „Residualräumen“¹² das Sprung-brett für eine Karriere. Oft werden diese Aktivitäten zu einem Wendepunkt in der Biografie, an dem die Kreativen ihre eigentliche Lebens- und Berufsperspek-tive erkennen und dabei zu völlig neuen Berufsbil-

dern finden, die sie anschließend weiterverfolgen. In allen Fällen öffnet der nahezu unentgeltliche Zu-gang zu Räumen den Akteuren die Möglichkeit einer aktiven Mitgestaltung ihres Umfeldes. Meist sind die Kulturschaffenden bestrebt, durch ihre Arbeit nicht nur ihr eigenes Vorhaben, sondern auch das Quartier voranzubringen.

Sieht man von den etablierten Unternehmen der Kulturwirtschaft ab, die sich aus Marketinggründen bewusst an Szenestandorten oder Standorten mit Ambiente ansiedeln, so lassen sich nach Auswertung der Projektbeispiele im wesentlichen vier unterschiedlich motivierte Akteurstypen finden, die vernachlässig-te Areale besiedeln:

- » Akteure, die in erster Linie Selbstverwirklichung im Sinn haben, die eigene künstlerische Idee oder das eigene Kunst-Projekt unabhängig vom Marktwert umsetzen wollen und dies mit der Schaffung von Arbeits- und Wohnraum sowie Networking verbinden.

¹² Oswalt, P.: www.urbanecatalyst.net.

- » Akteure, die an „Statement-Making“, an temporären milieukonformen Äußerungen mit Außenwirkung interessiert sind, die ein Zeichen setzen wollen.
- » Akteure, die als Systemflüchtlinge bezeichnet werden können und häufig eine Doppelsexistenz aufweisen, d. h. sie sind in beiden Arbeitswelten aktiv, der klassischen normalen Berufswelt und der Szene bzw. Nische.
- » Akteure, die konsequent eine Geschäftsidee entwickeln oder den Aufbau eines eigenen Gewerbes verfolgen. Dies geschieht in der Regel zur Sicherung des eigenen Arbeitsplatzes.

1.4 Struktur und Entwicklung von Umsatz und Einkommen

Betrachtet man die Einkommen innerhalb der Kulturwirtschaft, so variieren diese beträchtlich. Während einige Sektoren Spitzengehälter bezahlen, liegt das

mittlere Einkommen oft unter dem allgemeinen Durchschnittseinkommen in Deutschland. 63 Prozent der Kulturberufler erwirtschaften einen Jahresumsatz von unter 17.000 Euro.¹³ Die Spitze der Einkommenspyramide in der Kulturwirtschaft umfasst nur 2-3 Prozent. Die breite Basis in der Kulturwirtschaft besteht jedoch aus Geringverdienern.

„Generell gilt, dass die Umsätze in der Kulturwirtschaft je Steuerpflichtigem (Unternehmen und Selbstständigen) deutlich geringer ausfallen als für den Durchschnitt der Gesamtwirtschaft. Dies gilt für die Kulturwirtschaft insgesamt. Selbstverständlich existieren in einzelnen Teilmärkten und Bundesländern durchaus umsatzstarke Einzelunternehmen. Man denke etwa an die Bertelsmann AG.“¹⁴

Die kleine Kulturwirtschaft hat einen Anteil von 16 % am Umsatz der Kulturwirtschaft insgesamt. Gerade in Teilgruppen der Kulturwirtschaft mit zahlreichen Unternehmen wie Darstellende/Bildende Künste, Literatur, Musik sowie bei den Journalisten, Architekten

Abbildung 2: Einkommenspyramide der Kulturwirtschaft



Quelle: Hessen Agentur / HMWVL

13 Söndermann, M. (2004): Kulturberufe, Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995-2003. Bonn.

14 Ertel, R. (2006): Daten und Fakten zur Kulturwirtschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ) 34-35/2006.

und Einzelhändlern mit Büchern werden zwischen 43 und 56 Prozent der Umsätze von kleinen Einzelunternehmen erzielt. Dagegen entfallen bei den Designern 54 Prozent der Umsätze auf GmbHs, während dort die Einzelunternehmen nur ein knappes Viertel (23 %) des Gesamtumsatzes erwirtschaften.¹⁵

Lag der Durchschnittsumsatz eines Einzelunternehmers im Verlagsgewerbe 2005 bei rund 250.000 Euro, so erzielte der Einzelunternehmer in der Filmwirtschaft 132.000 Euro, der Gamesentwickler 93.000 Euro, die Einzelunternehmer der Darstellenden/Bildenden Kunst, Literatur, Musik knapp 90.000 Euro und die Journalisten knapp 70.000 Euro Umsatz. Lediglich die Einzelunternehmer unter den Gamesentwicklern konnten ihre Durchschnittsumsätze 2005 gegenüber dem Jahr 1996 erheblich verbessern.

Nach mehreren Jahren der Rezession und Stagnation trat im Jahr 2006 eine positive Trendwende für die Kulturwirtschaft ein, wobei besonders der Umsatz in der Werbe- und Designwirtschaft deutlich anstieg (siehe Kapitel 8). Allerdings profitieren die freiberuflichen Kulturschaffenden in der kleinen Kulturwirtschaft kaum von dieser Entwicklung, da die Anzahl der selbständigen Kulturproduzenten rasant steigt; von 2000 bis 2006 wuchs ihre Zahl in Deutschland um 41 %. Wenn aber die Zahl der Produzenten deutlich schneller als der Umsatz der Branche wächst, der Kuchen also unter mehr Beteiligten geteilt werden muss, bleibt am Ende im Schnitt für jeden Akteur weniger. Da zudem die Einkommen zwischen den Akteuren nicht gleich verteilt sind, kann man annehmen, dass viele der kleinen Unternehmen den genannten Umsatzanstieg nicht in steigende Einkommen umsetzen können.

Der Anteil der Kleinunternehmen in der Kulturwirtschaft nimmt zu Lasten des Mittelstands zu, da die Beschäftigungssituation im Mittelstand der Kulturwirtschaft in den letzten Jahren eher ungünstig war. Es steigt auch die Zahl der Selbständigen. In Hessen ist die Zahl der selbständigen und freien Künstler in der Kulturwirtschaft von 8.500 im Jahr 2000 bei der Künstlersozialkasse gemeldeten Künstlern auf 10.700 im Jahr 2006 gestiegen.

Die Kleinunternehmen in allen Teilmärkten der Kulturwirtschaft sowie die freischaffenden Künstler zeichnen sich durch eine (teilweise hoch) prekäre Beschäftigungssituation aus, mit auf niedrigem Niveau stagnierenden Einkommen. Das durchschnittliche Jahreseinkommen der in Hessen freiberuflich tätigen

Tabelle 1: Umsatzanteile der kleinen Kulturwirtschaft an der Kulturwirtschaft insgesamt in Deutschland

Teilbereiche	Umsatzanteile 2005	
	Einzelunternehmen	GmbHs
Journalisten- und Nachrichtenbüros	56%	18%
Architekturbüros	51 %	20 %
Darstellende/ Bildende Kunst, Literatur, Musik	46 %	32 %
Einzelhandel Bücher, Zeitschriften	43 %	24 %
Design (Industrie, Grafik, Kommunikation)	23 %	54 %
Museumshops, Kunstausstellungen	22%	32%
Filmwirtschaft	10%	58%
Verlagsgewerbe, Tonträgerindustrie	2%	33%
Rundfunk-/TV-Produktion	0%	29%
Kulturwirtschaft insgesamt	16 %	36 %

Quelle: Michael Söndermann¹⁶

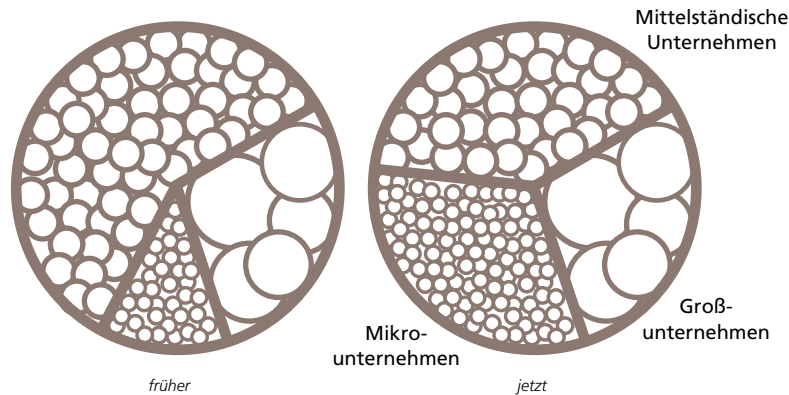
Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler wurde im Jahr 2006 mit lediglich 11.658 Euro angegeben und ist damit gegenüber dem Jahr 2000 um 2,6 % gesunken (siehe Kapitel 8.2). So stellt das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) fest,¹⁷ dass ein Drittel der Jobs in der Kulturwirtschaft im Berliner Bezirk Pankow nicht existenzsichernd ist. Im Bereich der Darstellenden Kunst trägt die kulturwirtschaftliche Tätigkeit gerade einmal mit 15 Prozent zur Sicherung der Existenz bei, im Kunstmarkt sind es 53 Prozent, in der Film- und Fernsehbranche knapp 70 Prozent, in der Werbung 74 Prozent und im Bereich Software immerhin 85 Prozent. Die Finanzierung der Existenz erfolgt dann nicht nur über mehrere gleichzeitig aus-

¹⁵ Söndermann (2007).

¹⁶ Ebda.

¹⁷ Mundelius, M. u. a. (2006): Die Bedeutung der Kulturwirtschaft für den Wirtschaftsstandort Pankow, DIW, Berlin.

Abbildung 3: Veränderung der Unternehmensstruktur in der Kulturwirtschaft



Quelle: Hessen Agentur

geübte Jobs, sondern häufig durch die Familie. Ohne finanzielle Hilfe durch die eigene Familie könnten viele Kulturschaffende und Kleinunternehmen gar nicht überleben.

Eine deutschlandweite Befragung kulturwirtschaftlicher Unternehmen bestätigt dies¹⁸: Ein Drittel der Unternehmen war auf weitere Einkommensquellen angewiesen. Die befragten Unternehmungen bestanden zu einem Drittel aus Alleinunternehmern. So liefert beispielsweise der Job im Call Center die Grundlage für Projektarbeiten als freier Texter und Illustrator. Die Berliner Studie „Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin“ drückt es so aus: „Offenbar sind die Leute so dankbar für eine Arbeit im Bereich Kulturwirtschaft, dass sie die Bereitschaft besitzen, für diese Arbeit sogar zu bezahlen.“¹⁹

Die wachsende Zahl von Existenzgründungen und freiberuflich Tätigen haben bislang nicht zu steigenden Einkommen in der kleinen Kulturwirtschaft geführt. Da der starke Zuwachs an Firmengründungen für die Firmeneinkommen kontraproduktiv werde, sollte die Kulturwirtschaftspolitik nicht länger ihre Priorität auf die Förderung von Existenzgründungen legen, rät der Kulturwirtschaftsexperte Bernd Fesel.²⁰ Die Strategie der Förderung von Existenzgründungen sei erfolgreich gewesen, nun müsse sich daran eine

Strategie der „Sicherung der Existenzen“ anschließen. Zur Stabilisierung der wirtschaftlichen Situation der Kulturschaffenden und kreativen Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft einer Region kann auch die Bereitstellung kostengünstiger Flächen, Arbeitsräume und Infrastrukturen beitragen. Auch Beratung und Coaching, das auf eine Verbesserung der kaufmännischen Talente zielt, dient der Sicherung kulturwirtschaftlicher Existenzen.

1.5 Charakteristika und Perspektiven der Erwerbstätigkeit

Viele Kulturschaffende und Kleinunternehmer arbeiten im Grenzbereich einer wirtschaftlichen Existenz und außerhalb herkömmlicher Arbeitsplatzformen. Besonders verbreitet ist die Ausübung von Mehrfachbeschäftigungen („Multijobber“). Statt die ganze Energie auf einen einzigen (kreativen) Job zu verwenden, werden mehrere Standbeine in der Kulturwirtschaft aufgebaut, um sich dann mit der Zeit für jene Tätigkeit entscheiden zu können, die sich am besten entwickelt. Die Zweit- und Drittjobs werden höchst unterschiedlich organisiert und sind nicht allein auf kulturwirtschaftliche Tätigkeiten beschränkt. Minijobs, Teilzeit- oder Projektarbeit wird in unterschiedlichen Branchen geleistet, häufig sind auch Wechsel zwischen temporärem Angestelltenstatus, Freiberuflichkeit und gewerblicher Tätigkeit als Kulturunternehmer zu beobachten. Vor die Wahl gestellt, den Aufbau der gewünschten Beschäftigung im kreativen oder kulturellen Bereich mit Krediten oder mit Einkommen aus einem Zweitjob zu ermöglichen, entscheiden sich viele Akteure für den „sicheren Weg“ ohne Kredit und arbeiten halbtags oder mehr in einer fremden Branche in der Hoffnung, dass sich die Verhältnisse nach einer schwierigen Anfangszeit umkehren.

Filmemacher, Schriftsteller, unabhängige Designer und andere Akteure der kleinen Kulturwirtschaft müssen erfinderisch sein, um ökonomisch zu überleben. Sie werden nicht ständig von Auftraggebern angefragt und können in der Regel auch nicht auf einen Auftrag warten, sondern müssen in der Mehrzahl real und

¹⁸ Mandel (2007).

¹⁹ Terkessidis, Mark (2007): Über Geld reden. In: Anschlaege.de (Hrsg.): Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin, S.165. Plan B ist als Teil des Projektes „Heikonaut“ erschienen. Das Projekt wird durch die Europäische Union (EFRE) gefördert.

²⁰ Fesel, Bernd (2007 a): Kultur- und Kreativwirtschaft 2007, 8. Januar 2007, KIZ, Kulturinformationszentrum des Deutschen Kulturrates und der ConBrio Verlagsgesellschaft, www.nmz.de/kiz.

virtuell „Klinken putzen“. Doch gerade im Kreativbereich können Fähigkeiten nur anhand von Arbeitsproben und Referenzprojekten demonstriert werden. So entwickeln die Kreativen häufig im eigenen Auftrag komplette Referenzprojekte, die sie auf ihrer Website präsentieren, z. B. eine corporate identity für eine Phantasiefirma oder selbst entworfene und produzierte Bekleidungsstücke und Accessoires. Diese selbst finanzierten Referenzprojekte treiben sie so lange voran, bis sie – im besten Fall – einen privaten oder öffentlichen Geldgeber finden oder das Vorhaben erfolglos beenden müssen. Interviews mit Berliner Raumpionieren²¹ zeigen, dass nur wenige Akteure ihr Ziel nach einem strukturierten Plan verfolgen, geschweige denn einem Businessplan. „Orte werden ausprobiert, Vorgefundenes wird aufgegriffen und experimentelle Nutzungskonzepte entstehen. Vieles entsteht, wie es sich ergibt“.²² Dieses Vorgehen bestätigten auch Interviews mit kreativen Kleinstunternehmern in Frankfurt, z. B. in der Brückenstraße in Sachsenhausen oder im Bahnhofsviertel.

Für viele Beschäftigte im Kulturbereich und in der kreativen Szene ist aber nicht nur die räumliche oder die inhaltliche (horizontale) Flexibilität kennzeichnend, sondern auch die vertikale Tätigkeitsflexibilität. Dies bezeichnet fließende Übergänge zwischen Beruf und Privatleben, also zwischen Erwerbsarbeit und Freizeit, Hobby oder ehrenamtlicher Arbeit.²³ Geregelte Arbeitszeiten sind eher selten, Arbeitszeit und Freizeit

verwischen und damit auch die Grenze zwischen Produktion und Konsum von Kultur. Der Kulturkonsument ist gleichzeitig auch Kulturproduzent, auch „Prosumer“ genannt (production und consuming). Eine intensive private Teilnahme am Kulturleben gibt Anregungen für die professionelle Tätigkeit, aus privatem Interesse und Hobby erwächst berufliches Engagement und private Termine sind zugleich Netzwerktreffen. Dieses Verwischen der Grenzen wird bereits in einer Studie aus dem Jahr 2002 als ein zentrales Charakteristikum der Kulturschaffenden und Kleinstunternehmer herausgestellt.²⁴

Kreativitätsforscher sind der Auffassung, dass „Multitasking“ kreative Menschen weiterbringe. Der ständige Wechsel zwischen den Tätigkeitsfeldern koste nicht etwa Energie, im Gegenteil, er trage dazu bei, dass neue Ideen entstehen. Der Wechsel in ein anderes Betätigungsfeld sei erholsamer als der allabendliche Fernsehabend auf dem Sofa und manchmal sogar mit Synergieeffekten verbunden, da sich aus lockeren Kontakten Kundenbeziehungen ergäben, bei denen die Akquisition quasi nebenbei erfolge.

Der viel diskutierte Trend zu Mehrfachbeschäftigungen und „Patchworkeinkommen“ ist im Bereich der Kulturschaffenden und Kleinstunternehmer der Kulturwirtschaft also längst übliche Praxis.²⁵ Die Art der Beschäftigungsverhältnisse und der Akteure entsprechen im Kultursektor, besonders bei den Kleinstunternehmen, sehr stark den Verhältnissen, die generell



21 Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (Hrsg.) (2007): Urban Pioneers – Berlin: Stadtentwicklung durch Zwischennutzung.

22 Ebda.

23 Mandel (2007: 22).

24 Wilson, Nicholas/Stokes, David (2002): Cultural entrepreneurs and creating exchange, Kingston University.

25 Bundesweit und über alle Branchen hinweg ist die Zahl der Multijobber zwischen 2002 und 2004 von 900.000 auf 1,5 Millionen gestiegen. Die allermeisten Multijobber haben neben einer sozialversicherungspflichtigen Hauptbeschäftigung noch einen abgabefreien 400-Euro-Job. Elf Prozent – vor allem in den östlichen Bundesländern – kombinieren mehrere Minijobs. Vgl. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit: IAB Kurzbericht, Ausgabe Nr. 22 / 6.12.2006.

für die Zukunft der Arbeit prognostiziert werden: „Diskontinuierliche Berufs-Portfolios und Zunahme der selbständigen Tätigkeit, Zunahme prekärer Arbeitsverhältnisse, Notwendigkeit hoher Flexibilität und lebenslanges Lernen. Insofern scheinen Kulturschaffende auf zukünftige Anforderungen der Arbeitswelt besonders gut vorbereitet zu sein. Der Kulturarbeitsmarkt ist nicht nur strukturell ein Vorreiter für neue Modelle von Arbeit, sondern darüber hinaus auch ein wichtiger inhaltlicher Katalysator für die Neupositionierung von Gesellschaften im Umbruch.“²⁶

Die Finanzen sind zwar häufig der Auslöser, aber nicht das einzige Motiv für ein Dasein auf verschiedenen Standbeinen. Auch das Streben nach Flexibilität und Abwechslung im Arbeitsalltag spielt eine entscheidende Rolle. Das Kleinstunternehmen in der Kulturwirtschaft stellt bis zu einem gewissen Lebensalter der Inhaber oder Beschäftigten eine „freiheitliche“ Alternative zum Dasein als normaler, sozialversicherungspflichtiger Angestellter dar.

In der bereits zitierten Studie „Plan B – Kulturwirtschaft in Berlin“ heißt es dazu: „Zusammengehalten wird dieses Arrangement von einem Mythos. Eine Tätigkeit im Bereich der Kultur gilt als etwas, das besonderen Einsatz erfordert: In der Kultur kann man sich angeblich befreien, verwirklichen, distinguieren, also kurz gesagt, auf ausgezeichnete Weise selbstbestimmt, kritisch und kreativ sein. Daher wirkt die Kultur wie ein Garant dafür, dass man der kapitalistischen Tretmühle des schnöden Mammon zumindest ein wenig entgeht. ...“²⁷

In den Expertengesprächen wurde deutlich, dass die Mehrzahl der in diesen Kleinstunternehmen tätigen Personen mit ihrer gegenwärtigen Situation durchaus zufrieden ist. Persönliche Ungebundenheit, ein hoher Freizeitanteil, die Arbeit an spannenden (wenn auch wenig lukrativen) Projekten hat für sie Vorrang vor rein materiellen Zielen. Generell hat eine berufliche Laufbahn mit kontinuierlichem Fortschreiten auf der Karriereleiter keine große Anziehungskraft für diesen Personenkreis. Dementsprechend haben sie auch nicht die Absicht, ihr Unternehmen über das zur

Sicherung der eigenen Existenz Notwendige hinaus wachsen zu lassen.

Kulturwirtschaftliche Kleinstbetriebe mit diesem Selbstverständnis sind mit den konventionellen Ansätzen der Wirtschaftsförderung nur schwer erreichbar. Die von Seiten der Wirtschaftsförderung häufig ins Visier genommene Verbesserung der Entwicklungsbedingungen hat zum Ziel, ein Wachstum des Unternehmens und die Schaffung von weiteren Arbeitsplätzen zu fördern. Diese Zielsetzung wird aber nicht immer geteilt.

Doch es gibt auch Ausnahmen, die zeigen, wie aus einer guten Idee ein beständiges und weiter wachsendes Unternehmen werden kann. Oftmals sind dies Unternehmen, die auf Traditionen aufbauen und diese gekonnt mit innovativen Lifestyleprodukten verbinden. Ein Beispiel ist *airbagcraftworks*. Das Unternehmen beschäftigt in Groß-Umstadt in der Nähe von Darmstadt sechs Mitarbeiter. Am familien-eigenen Standort, einer ehemaligen Herren-Oberbekleidungsfabrikation, werden aus Luftmatratzenstoff und Bootshaut genähte Taschenunikate produziert. *airbagcraftworks* vertreibt seine Taschen weltweit in ausgewählten Geschäften und über den Online-Shop des Labels. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 35.) Bemerkenswert ist der Umstand, dass in den untersuchten Standortgemeinschaften überwiegend Personen unter 30 Jahre anzutreffen sind. Nur in Ateliergemeinschaften bildender Künstler finden sich auch ältere Kreative, zum Beispiel in der *MATO-Fabrik* in Offenbach oder der *Walkmühle* in Wiesbaden. Deren Ansiedlungsmotiv war meist schlicht der preiswerte Atelierraum.

Dies wirft die Frage auf, ob über die eigene Existenzsicherung hinaus auch wachsende Beschäftigung und Wertschöpfung in den Standortgemeinschaften der Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft entstehen könnten – wenn dies von den Unternehmensinhabern gewünscht wird. Es ist anzunehmen, dass die Kreativen mit zunehmendem Alter oder nach einer Familiengründung das Interesse an prekären Einkommensverhältnissen, multiplen Beschäftigungen und uneingeschränkter Flexibilität und Mobilität verlieren.

26 Mandel (2007).

27 Terkessidis (2007: 166).

Die Frage, bis zu welchem Lebensalter Kulturschaffende und Inhaber von Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft die beschriebenen flexiblen Formen der Erwerbsarbeit verfolgen wollen, muss an dieser Stelle unbeantwortet bleiben. Um gesicherte Informationen über eine mögliche ökonomische Stabilisierung und Weiterentwicklung der Unternehmen zu erhalten, müsste der Alters- bzw. Generationenwechsel an den verschiedenen Standorten beobachtet werden, was hier aus methodischen Gründen nicht möglich war. Es ist zu vermuten, dass ein Generationenwechsel – ähnlich wie in Gründerzentren – alle sechs bis sieben Jahre stattfindet. Damit die Kleinstunternehmen reale Chancen haben, steigende Umsätze zu generieren und zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen, werden sie

gezielter Beratung und Unterstützung bedürfen. Die Auswertung der recherchierten Projektbeispiele, der Expertengespräche sowie der Literatur führen zu dem Ergebnis, dass kulturwirtschaftliche Ansiedlungen nur in geringem Umfang bzw. nur bei einem kleinen Teil der Akteure wirtschaftliches Wachstum mit steigenden Umsätzen und der Schaffung von zusätzlichen Arbeitsplätzen auslösen. Wesentlicher ökonomischer Effekt einer kulturwirtschaftlichen Tätigkeit als Freischaffender oder in Kleinstunternehmen bleibt die Beschäftigung der Akteure selbst. Da ohne preiswerte Arbeitsräume die Existenz der Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen unter Umständen gefährdet wäre, muss der Erhalt der Arbeitsplätze bereits als wirtschaftlicher Erfolg gewertet werden.

www.airbagcraftworks.com

airbagcraftworks Groß-Umstadt Ein Unternehmen der Kulturwirtschaft vereint Innovation und Tradition

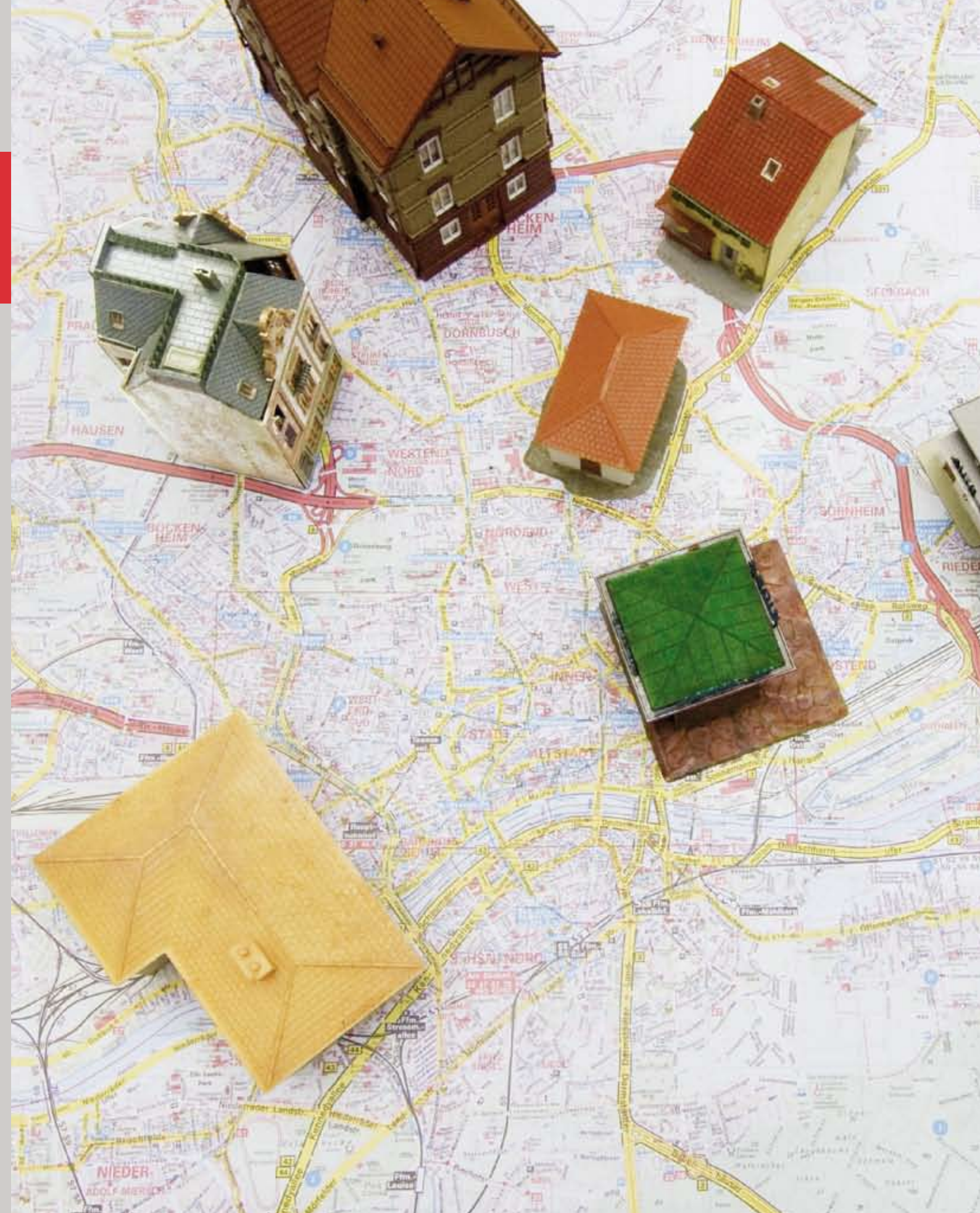
Das Label airbag steht, in Anspielung auf ein Sicherheitssystem in Personenwagen, für farbenfrohe, rechteckige oder quadratische Taschen in jeder Größe. Es sind Unikate und Kultstücke, immer mit dem charakteristischen airbag-Logo und dem Autogurt versehen.

Die Idee, aus Luftmatratzen Taschen zu nähen, entstand im Sommer 1995 aus der Not heraus. Der Inhaber David Rollmann, ein passionierter DJ, suchte eine Verpackung für seine Vinyl-Maxis. Funktional und handlich sollte sie sein, aber eben auch optisch ansprechend. Da auf dem Markt nichts dergleichen zu erhalten war, funktionierte er kurzerhand eine alte Luftmatratze um. Das Material, stabil genug um die schweren Platten auszuhalten, erwies sich als idealer Grundstoff für ausgefallene Taschen. Schnell sprach sich die Neuentdeckung herum und sämtliche Freunde erhielten ihr eigens angefertigtes airbag-Unikat. Heute produziert airbagcraftworks 400 bis 500 Taschen im Monat. Im Rhein-Main-

Gebiet sind diese Taschen bereits ein Begriff. Mittlerweile hat sich durch die neue Kollektion a2 die Palette auf T-Shirts, Sweats, Jeans und Anzüge erweitert. Die Manufaktur, in der fast alles selbst angefertigt wird, befindet sich in Groß-Umstadt, rund 30 km südlich von Frankfurt. Insgesamt sind hier sechs Mitarbeiter beschäftigt. Die Produktion findet in einer alten Schule statt, wo schon zuvor der Vater Herrenoberbekleidung hergestellt hatte. Rollmann hat es geschafft, die Form des Manufakturbetriebs, einer Produktionsform, die in Deutschland beinahe ausgestorben ist, wieder neu zu beleben.



Produktion bei airbagcraftworks, Groß-Umstadt (Hessen)





2 Standortwahl der Akteure der Kulturwirtschaft

Kreativität ist nicht beliebig herstellbar. Kreativität braucht Spielräume, vor allem die Freiheit zur Selbstorganisation. Dies bedeutet für Städte und Regionen – und ganz besonders Metropolen – den Kreativen passende Rahmenbedingungen zu bieten. Ausbildungsorte und Orte, die auf die Kreativen anziehend wirken, haben die Chance, sie auch längerfristig an den Standort zu binden.

Kulturschaffende und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft sind wählerisch in ihren Standortentscheidungen. Sie erbringen ihre Leistungen mit Vorliebe im ihnen gemäßen Umfeld.

Damit die Stadtentwicklungsplanung von der kreativen Szene profitieren kann, ist es hilfreich, deren bevorzugte Räume und Standorte zu identifizieren. Überwiegend handelt es sich dabei um hybride Räume, die scheinbar funktionslose Zonen ausbilden und sich in einem Übergangsstadium zwischen aufgegebener Nutzung und neuer Planung befinden. Dazu zählen ehemalige Industrieareale, aufgegebene Bahnflächen und Flughäfen, Baulücken, ungenutzte Gewerbeliegenschaften und öffentliche Einrichtungen, die brach fallen und leer stehen, aber auch Wohnquartiere im Umbruch mit Leerständen und suboptimalen Nutzungen. Eine lediglich auf marktwirtschaftliche Verwertung ausgerichtete Stadtplanung hat mit diesen Orten häufig Probleme. Es mangelt an Nachfrage von Investoren oder Eigentümer sind nicht an einer Verwertung interessiert. Dabei besitzen diese Areale oft ein wichtiges urbanes Potenzial: Mit ihnen assoziiert man Möglichkeitsraum, Erprobungsfläche und Freiraum. Ungeplant können sich in diesen marginalisierten Zonen neue Aktivitäten entfalten. Neben

brach gefallenen Gebäuden können so Gebäudeensembles oder auch ganze Stadtgebiete und Quartiere reaktiviert und mit einer neuen Nutzung belegt werden. Meistens unterliegen diese Flächen einem geringeren wirtschaftlichen Druck, sind „von Planungen unbesetzt“ und im positiven Sinne offen für Neues. Zudem verfügen sie oftmals über eine intakte Infrastruktur, was als Kristallisationskern für neue Entwicklungen genutzt werden kann.

Die Besiedelung und Umnutzung von Brachflächen kann entweder als öffentlicher Planungs- und Entwicklungsprozess (Top-Down) oder als Aneignung und kreative Umnutzung auf Initiative freier Akteure, der sogenannten Kultursiedler oder auch Raumpioniere (Bottom-Up) erfolgen. Abseits des Herkömmlichen entwickelt sich auf diese Weise eine enorme Vielfalt an Nutzungen: von Freizeit und Sport über soziale Initiativen und Dienstleistungen, Alternativ-, Jugend- und Popkultur, Kunst- und Musikszene, Nightlife bis hin zu Migrantenökonomien, Handel und Gewerbe, Erfindern und Start-up-Unternehmern. Die Umwandlungs- bzw. Aneignungsprozesse durch Zwischennutzer berühren dabei nicht nur die Stadtentwicklungsplanung einer Kommune, sondern auch Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Denkmalschutz, Kulturpolitik etc.

2.1 Standorte der Kulturwirtschaft im Siedlungsgefüge

Nicht alle Flächen im Stadtraum eignen sich für befristete oder unbefristete Kultur- und Kreativnutzungen. „Der Ort an sich gibt oftmals den entscheidenden Impuls für die Zwischennutzung. Seine Lage, die unmittelbare Umgebung, der Zustand von Flächen und Gebäuden, besonders aber die Atmosphäre des Ortes sind vielfach ausschlaggebend für spontane Raumanneignung.“²⁸ Die Standorte, Gebäude und Räume, die von den Kreativen und Kulturschaffenden bevorzugt werden, sind nicht beliebig. Es sind vor allem verlassene Produktionshüllen, vergessene Liegenschaften und Nischen, die genau die für die jeweiligen Nutzungen gewünschten *Spielräume* bieten. Ehemalige Brauerei-

gebäude wie am Prenzlauer Berg in Berlin wandeln sich zu einer *Kulturbrauerei*, Fabrikgelände werden zu Kulturzentren wie die *Rote Fabrik* in Zürich, Waggonhallen und Lokschuppen werden zu Theater und Atelierhäusern wie im mittelhessischen Marburg.

Interessant sind Standorte mit „Ambiente“, wie beispielsweise Hafengelände, die den Charme der alten technischen Anlagen mit dem Vorzug einer Lage „direkt am Wasser“ kombinieren.

Vorhandene wie ergänzende Bebauungen müssen gerade an solchen Standorten zumeist gewissen baukulturellen Ansprüchen genügen.

In aktuellen Untersuchungen und Kulturwirtschaftsberichten zu diesem Thema wird mehrfach der Versuch unternommen, diese bevorzugten Standorte zu kategorisieren.²⁹ Bei der Recherche und Auswertung der rund 130 Projektbeispiele, die dieser Untersuchung zugrunde liegen, wurden mehrere Standorttypen und Untertypen identifiziert. Im Folgenden werden die vier vorherrschenden Standort- oder Raumtypen im Siedlungsgefüge dargestellt, in denen sich die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt:

- A Großflächen
- B Industrie-, Gewerbe- und
Infrastrukturliegenschaften
- C Stadtquartiere im Umbruch
- D Einzelgebäude

Die rechte Tabelle gibt einen kurzen Überblick über diese vier Typen.

Typ A: Großflächen

Hierbei handelt es sich um Transformationsflächen von mehreren Hektar bis hin zu mehreren hundert Hektar, mit sehr heterogenem Baubestand und technischen Anlagen. Sie sind meist am Stadtrand, aber auch in zentralen Lagen zu finden. Ihre Transformation findet zumeist im Rahmen von Entwicklungskonzepten statt. Beispiele sind der *Mediapark Köln*, der *Medienhafen Düsseldorf*, das ehemalige Werftgelände *NDSM-Werft* in Amsterdam oder die *Weststadt Zürich*. Großflächige temporäre Nutzungen finden sich im *Kunstpark-Ost* in München, auf dem

²⁸ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (2007: 180).

²⁹ So identifiziert das Büro stadart im Zusammenhang mit der Kulturwirtschaftsberichterstattung für Berlin insgesamt neun Raumtypen, in denen die Kultur- und Kreativwirtschaft Fuß fasst. (Vgl. Ralf Ebert, Büro stadart. In: Schader-Stiftung (2007 e): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Kassel am 25./26. Oktober 2007). Auch Philipp Oswald unterscheidet ähnliche Raumtypen, in denen sich Akteure und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft finden (ebda).

Der Ort an sich gibt oftmals den entscheidenden **Impuls** für die Zwischennutzung. Seine Lage, die unmittelbare Umgebung, der Zustand von Flächen und Gebäuden, besonders aber die **Atmosphäre** des Ortes sind ausschlaggebend.



Gelände des ehemaligen Reichsbahnausbesserungswerks *RAW-Tempel* in Berlin und auf dem *nt*/areal*, einem 18 Hektar großen ehemaligen Güterbahnhof der Deutschen Bahn AG in Basel.

Diese Transformationsflächen werden in der Regel langfristig durch die Kommune und/oder Investoren zu neuen Stadtquartieren, Gewerbegebieten oder Sondergebieten entwickelt. Häufig kann ein stark geschrumpfter Teil der ursprünglichen Nutzung dauerhaft oder zumindest zu Beginn des Transformationsprozesses bestehen bleiben.

Das umgebende oder angrenzende Quartier kann dabei baulich wie auch bezogen auf sein Image von den „Kultursiedlern“ oder „urban catalysts“ profitieren, wie Klaus Overmeyer, Initiator des gleichnamigen Forschungsprojektes zu temporären Nutzungen in europäischen Metropolen 2001-2003,³⁰ die Kulturschaffenden nennt. Umgekehrt profitieren die Kultursiedler von den offenen Rahmenbedingungen, d. h. vor allem den provisorischen, informellen Räumen, dem Low-Standard und den geringen Standortkosten.

Tabelle 2: Übersicht Standorttypen, die Kulturwirtschaft und kreative Szene anziehen

	Typ	Beschreibung	Eigentümer
A	Großflächen mit sehr heterogenem Baubestand und technischen Anlagen (Konversionsflächen)	Militärisch genutzte Areale (Kasernen); Areale des Bundesgrenzschutzes; Bahngelände, Güterbahnhöfe, Gleisareale, ausgedehnte Speicher und Lager, Flugfelder und -plätze; industriell oder gewerblich genutzte Areale	Vivico, Aurelis, Bund (BIMA oder g.e.b.b.), Fonds, Banken, Private
B	Industrie-, Gewerbe- und Infrastrukturliegenschaften mit überwiegend historischem Baubestand	Anlagen des produzierenden Gewerbes wie Fabriken, Schlachthöfe, Molkereien, Brauereien, Ziegeleien etc.; Bahnhöfe, Straßenbahndepots, Waggonhallen	Private, Kommune, Banken, Post, Bahn
C	Stadtquartiere im Umbruch, die von gründerzeitlicher Bebauung, von Leerständen, einem hohen Anteil an Migrant*innen sowie vernachlässigten öffentlichen Räumen geprägt sind	Leer stehende Ladenlokale im EG, ungenutzte Hinter- und Nebengebäude	Gemischte Eigentümerstrukturen (Private, (gemeinnützige) GmbHs und Gesellschaften, Banken, Investoren, öffentliche Eigentümer wie Land oder Kommune)
D	Einzelgebäude	Leer stehende Gebäude (Wohnen, Gewerbe, Einzelhandel), einzelne Etagen, Rückbaugrundstücke, (soziale) Infrastruktur wie Schulen, Kindertagesstätten, Bibliotheken etc.	Private, kommunale GmbHs, öffentliche Eigentümer wie Land oder Kommune

Quelle: Hessen Agentur, 2007

³⁰ Das EU-Forschungsprojekt „Urban Catalyst“ untersuchte Zwischennutzungen in urbanen Residualräumen in den Metropolen Amsterdam, Helsinki, Neapel, Wien sowie Berlin und entwickelte Strategien und Werkzeuge, die das Potenzial temporärer Nutzungen in komplexe Planungsprozesse einbetten. Die Initiatoren waren Klaus Overmeyer und Prof. Philipp Oswalt.

www.orwohaus.de

ORWOhaus e. V. Berlin Clusterbildung innerhalb der Musikbranche

Rund 800 Musiker unterschiedlichster Stilrichtungen können im ORWOhaus arbeiten, wobei durch die Schaffung eines individuellen Umfelds die Freisetzung kreativen Potenzials unterstützt werden soll. Das ORWOhaus soll den Austausch von Musikern und Künstlern (auch den Musikeraustausch zwischen Bands) sowie die Kommunikation und die Vernetzung fördern.

Neben der Bereitstellung von Proberäumen erfolgt auch die Organisation von Konzerten, Clubtours und Austauschprogrammen. Seit 2004 wurden vielfältige Events in Berlin vom ORWOhaus e. V. organisiert wie das Rockforum im Freizeitforum Marzahn, die Clubtour an wechselnden Orten Berlins (Maschinenhaus, Kulturbrauerei, Alte Feuerwache Treptow, Linse in Köpenick), OpenAir im Volkspark Friedrichshain, Karneval der Kulturen und ein Konzert mit dem Jugendsinfonieorchester der Musikschule Marzahn/Hellersdorf im ORWOhaus selbst. Berliner Clubs werden monatlich durch die ORWOhaus-Clubtour bespielt.

Hintergrund

Das ORWOhaus ist ein Industriegebäude aus den 80er Jahren, wurde bis zur Wende als Produktionsstätte vom ostdeutschen Monopol-Filmhersteller ORWO genutzt und ging 1990 in den Bestand der Treuhandliegenschaftsgesellschaft (TLG) über. Nach langjährigem Leerstand und erfolglosen Verkaufsbemühungen wurden die Räume von kleineren Unternehmen als Lagerflächen zwischengenutzt. Ab 1998 mieteten sich zusätzlich junge Bands ein, die aufgrund der abgeschiedenen Lage hervorragende Rahmenbedingungen für Musikproben vorfanden. Nach der Feststellung gravierender Brandschutzmängel kündigte der Eigentümer im Juni 2004 die rund 80 Mietverhältnisse. Da bis dahin mittlerweile ca. 400 Musiker bzw. 80 Bands

das ORWOhaus zum Proben nutzten und die Räume teilweise hergerichtet und Tonstudios eingebaut hatten, war den Mietern daran gelegen, die idealen Bedingungen des ORWOhauses nicht aufzugeben. Die Schließung konnte durch „lautstarke“ Proteste, intensive Öffentlichkeitsarbeit und durch die sich anschließende Unterstützung seitens der Berliner Öffentlichkeit, der Medien und Politik sowie des Berliner Kultursenats verhindert werden.

Im April 2005 kaufte der 2004 gegründete ORWOhaus e. V. das Gebäude von der TLG. Seit 2006 ist das ORWOhaus vollständig vermietet, die Nachfrage ist sehr groß und kann durch das Angebot nicht gedeckt werden. Derzeit üben ca. 180 Bands in den Proberäumen. Bekannt geworden sind hiervon Bands wie Jeanette Biedermann und Silbermond. Bisher ist die Fluktuation der Mieter aufgrund der sehr guten Bedingungen nur gering.

Im Juli 2006 wurde mit dem 1. ORWOhaus-Festival Klang der Ideen das zweijährige Jubiläum des Hauses sowie die Auszeichnung des Projekts im Rahmen des Bundeswettbewerbs „Land der Ideen“ unter Schirmherrschaft des Bundespräsidenten gefeiert.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Das ORWOhaus mit rund 4.500 m² Nutzfläche befindet sich in einem Industriegebiet am Rande des dicht besiedelten Bezirks Marzahn-Hellersdorf. Zwischen Bahnschienen und der sechsspurigen Hauptstraße Landsberger Allee liegt es völlig abgeschieden von Wohnsiedlungen und Quartierszentrum und bietet somit ideale Nutzungsmöglichkeiten als 24-Stunden-Betrieb für Musiker, die in Nähe eines Wohngebietes nicht zu realisieren wären. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt mit dem Auto 15 Minuten, Tramlinien halten direkt vor dem Haus und die S 7 ist fußläufig zu erreichen. Neben der 24-stündigen guten ÖPNV-Anbindung sind ausreichend Parkplätze vorhanden. Durch den 24-Stunden-Betrieb der neuen Nutzung ist das Gebiet immer belebt, Vandalismus in der Umgebung wird weitgehend verhindert. Nachts wird die

„Wachstube“ durch Mieter besetzt. Innerhalb des Quartiers und in Berlin insgesamt konnte man durch die bisher zweimal im Jahr stattfindenden Veranstaltungen eine positive Außenwirkung verzeichnen. Zur sichtbaren Verzahnung von ORWO-Betreibern und dem benachbarten Quartier Marzahn soll die Musikschule Marzahn/Hellersdorf in das ORWOhaus umziehen.

Nutzung

Die Räume des ORWOhauses werden als Proberäume für Musiker sowie als Büro- und Gewerbeflächen für musiknahe Dienstleistungsunternehmen genutzt. Wichtiges Argument für den Zulauf ist die Beschaffenheit des Gebäudes: warme, trockene und bezahlbare Arbeitsräume. Die Räume verfügen über Tageslicht und können frei gestaltet und ausgebaut werden. Im Erdgeschoss sind multifunktionale Veranstaltungsräume für Workshops, Tagungen etc. und ein Tonstudio eingerichtet. Zur Zeit wird das Erdgeschoss zu einem Club ausgebaut. Das erste Obergeschoss soll zur Dienstleistungsetage umgestaltet werden, eine Veranstaltungsagentur richtet sich derzeit ein. Ein Café mit Dachterrasse fungiert als zentraler Treffpunkt. Die Freiflächen können als Lager-, Park- und Veranstaltungsflächen genutzt werden.

Finanzierung

Die Finanzierung erfolgt u. a. über die Vermietung der Räume. Derzeit beträgt die Warmmiete sieben Euro pro m² und enthält Verwaltungs- und Betriebskosten. 2006 erhielt das ORWOhaus eine Anschubfinanzierung von der „Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin“ in Höhe von einer Million Euro. Diese ermöglicht langfristig das Betreiben des Musikhauses ohne staatliche Subventionen. Bereits zu Beginn des Jahres 2006 konnte kostendeckend gearbeitet werden. Allerdings werden die Arbeiten im ORWOhaus derzeit von Vereinsmitgliedern auf ehrenamtlicher Basis und von ABM- bzw. MAE-Kräften ausgeführt. Lediglich der Hausmeister ist fest angestellt. Dringende Sanierungen konnten bis Mitte 2006 durch Zuwen-

dungen des Berliner Senats und Privatkredite sowie durch Eigenleistungen der Musiker finanziert werden. Auch um Sponsoring z. B. für große Veranstaltungen bemüht man sich.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

2004 wurde der gemeinnützige Verein ORWOhaus e. V. eigens für den Kauf des Gebäudes und für das Betreiben als Musikhaus gegründet. Der Mitgliedsbeitrag beträgt zwei Euro pro Monat. Ein umfassendes Betriebs- und Finanzierungskonzept wurde entwickelt. In der Übergangsphase zwischen Kündigung der Räume und Kauf der Immobilie durch den neu gegründeten Verein wurde das Haus gemeinsam mit der Gesellschaft für Stadtentwicklung mbH und der Stiftung SPI selbst verwaltet.



ORWOhaus,
Frank-Zappa-Straße 19-20 in Berlin-Marzahn

Tabelle 3: Zur Entwicklung anstehende Kasernenareale in Hessen als Beispiele für Großflächen (Typ A) – Auswahl

Bezeichnung	Kommune	Hektar
Babenhausenkaserne	Babenhhausen	144
Cambrai Fritsch Kaserne	Darmstadt	25
Kelley Barracks (Leibgarde Kaserne)	Darmstadt	35
Fliegerhorst	Erlensee	225
Ray Barracks	Friedberg	74
Community Facilities (Gas station, school, clinic, commissary ...)	Gießen	4,4
Pendleton Barracks Shopping Komplex	Gießen	9
Old Argonner Kaserne	Hanau	29
New Argonner Kaserne	Hanau	36
Pioneer Kaserne	Hanau	39
Hutier Kaserne	Hanau	24
Underwood Kaserne	Hanau	6
Yorkhof Kaserne	Hanau	1,6
Großbauheim Kaserne	Hanau	38,5

Quelle: Hessen Agentur

Solche „zurückgelassenen“ Areale können durch fehlende Pflege und Vernachlässigung der Bausubstanz eine negative Ausstrahlung auf ein ganzes Stadtquartier entwickeln. Die meisten Kommunen betrachten aufmerksam diese Potenziale und bemühen sich meist um die umgehende Schaffung von Planungsrecht. Das führt aus verschiedenen Gründen nicht immer zum Erfolg. Während dieser sich oft hinziehenden Phasen steht das Gelände nicht für langfristige Entwicklungen zur Verfügung. In diese „Lücke“ könnten kulturwirtschaftliche Nutzungen stoßen, da solche Areale zumindest teilweise über Gebäudeensembles verfügen, die den Anforderungen der Kulturwirtschaft gerecht werden könnten.

Dies können etwa die historischen Teilbereiche von Kasernenanlagen sein, wie das Beispiel des Zentrums für Hightech und Kultur in Wetzlar zeigt, das sich in

den 1990er Jahren in Gebäuden der 1912 als Unteroffiziersschule gebauten ehemaligen *Spilburg-Kaserne* angesiedelt hat. Insbesondere Existenzgründern mit Expansionsplänen, die kreativen Freiraum suchen, wird das vielfältig nutzbare Raumangebot in der *Spilburg-Kaserne* und vergleichbaren Liegenschaften gerecht. In der ehemaligen Münchner *Funkkaserne* ist die *Künstlerkolonie Domagkateliers* im Rahmen einer Zwischennutzung entstanden. Sie ist eine der jüngeren Künstlerkolonien Deutschlands und mittlerweile international bekannt. Dort gestalten ca. 300 Künstler den Ort zu einer Art erweitertem sozialen Raumkunstwerk. Die Atelierhäuser werden jeweils von Künstlervereinen verwaltet. Die Zwischennutzung des ehemaligen Kasernengeländes, in dem sich die Münchner *Domagkateliers* angesiedelt haben, lief allerdings Ende 2007 aus. Nach Abschluss des Kaufvertrages zwischen Stadt und Bund soll auf dem Kasernengelände ein moderner Stadtteil mit Wohnungen, Geschäften und Parks entstehen. Die Stadt will das Gelände an Investoren weiter verkaufen. 1.400 Wohnungen, eine Grundschule und 35.000 Quadratmeter Geschossfläche für Gewerbe und Handel sollen in der ehemaligen *Funkkaserne* entstehen.

Nur eines der bisher sieben Atelierhäuser – das Haus 50 – soll langfristig erhalten bleiben und für Künstler zur Verfügung stehen.

In Hessen stehen in Unter-, Mittel- und Oberzentren, z. B. in Babenhhausen, Butzbach, Büdingen, Darmstadt, Gießen, Friedberg, Hanau u. a., zahlreiche großflächige militärische Liegenschaften zur Konversion an, die vielfach im Kontext des Stadtgefüges liegen und heterogenen Gebäudebestand aufweisen. So werden in Hanau unabhängig von housing areas oder für rein industrielle Nutzungen prädestinierten Flächen an mehreren Standorten im Stadtgefüge große Areale zu transformieren sein. Die Stadt Babenhhausen im Landkreis Darmstadt-Dieburg steht vor der Entwicklung eines 144 Hektar großen zusammenhängenden Kasernengeländes am Stadtrand.

Tabelle 3 gibt einen Überblick über ausgewählte, in den nächsten Jahren in Hessen zur Entwicklung anstehende Kasernenareale.

In ganz Hessen sind Liegenschaften und Flächen vorhanden, die hervorragend für eine kulturwirtschaftliche Nutzung im Sinne von **Experimentierräumen** geeignet wären.



Aber nicht nur Militärflächen stehen in Hessen zur Konversion an, im Umbruch ist derzeit z. B. auch der *Hafen Offenbach* oder das Raffineriegelände der Firma *Caltex* in Raunheim. In derartigen Transformationsflächen ziehen (geplant und ungeplant) Nutzer aus allen Bereichen ein – unter ihnen in der Regel auch Gründer aus der Kulturwirtschaft –, die entweder als langfristige Nutzer bleiben wollen oder die Flächen und Gebäude geplant oder gezwungenermaßen nach einer begrenzten Dauer wieder verlassen. Es entstehen Kulturzentren, Skaterbahnen, Bistros, alternative Theaterspielstätten, Galerien und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft. Aber auch Gründerzentren für Kulturschaffende finden sich auf diesen Arealen.

Typ B: Ehemalige Industrie-, Gewerbe- und Infrastrukturliegenschaften

Ehemalige Produktionsliegenschaften mit historischem und denkmalgeschütztem Gebäudebestand und historische Infrastrukturanlagen ziehen ebenfalls aufgrund ihres spezifischen, etwas morbiden Charakters, ihrer besonderen Ausstrahlung und ihrer in der Regel ungewöhnlichen Atmosphäre als „Location“ unter anderen alternative Szenen, Kulturschaffende und Kreativunternehmen an. Es entstehen hier ähnliche Nutzungen und Einrichtungen wie auf den großflächigen Arealen. Die Liegenschaften befinden sich häufig noch im Eigentum des ehemaligen Unternehmens. Ansonsten haben meist die Kommune oder ein Finanzunternehmen die Liegenschaft übernommen. Kulturelle Events stehen auf diesen Flächen eindeutig im Hintergrund.

Auch in Hessen gibt es zahlreiche Beispiele für diesen Typ, in dem sich Ateliers, Ausstellungsräume, Bühnen, Veranstaltungsräume und ergänzend Restaurants oder Bistros finden: Etwa in Offenbach die *MATO-Fabrik*,

eine ehemalige Maschinen- und Metallwarenfabrik und die *Heyne-Fabrik*, eine ehemalige Metall- und Schraubenfabrik, die *Kulturfabrik* in Frankfurt-Sachsenhausen, eine ehemalige Druckerei, die *Kulturfabrik Salzmänn*, eine ehemalige Schwerweberei in Kassel oder die *Walkmühle* in Wiesbaden.

Während sich die Stadt Wiesbaden überlegte, wie mit dem vernachlässigten Gebäude und den vermuteten Altlasten in der seit den 1990er Jahren leer stehenden *Walkmühle* umgegangen werden sollte, hatten sich dort längst mehrere Künstler und Gewerbetreibende auf eigene Kosten angesiedelt. Die Vorreiter zogen in das heruntergekommene Industriedenkmal vor mehr als 20 Jahren ein und begannen, Räume in Ateliers und Wohnungen umzuwandeln. Sie gründeten den *Verein Walkmühle* und retteten die alten Gebäude vor dem Abriss. 2003 zogen weitere, in dem *Verein Kunst + Raum Wiesbaden* zusammengeschlossene Künstler in die *Walkmühle* ein, richteten zusätzliche Ateliers her und begannen, die Industriebrache mit kulturellen Veranstaltungen zu beleben und für die Wiesbadener Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

In frei gewordene Werkshallen der 1869 neben dem Offenbacher Hafen errichteten Metallschrauben- und Präzisionsdrehteilfabrik der Gebrüder Heyne, die 1968, inzwischen Zulieferer für die Autoindustrie, geschlossen wurde, zogen die unterschiedlichsten Mieter ein, unter anderem die Hochschule für Gestaltung Offenbach mit Atelierräumen.

Die schrittweise Umgestaltung des Gebäudekomplexes seit den 1990er Jahren wurde mit mehreren Preisen ausgezeichnet und machte die Anlage auch für Firmen der Werbe- und Modebranche attraktiv. Der Gebäudekomplex ist heute Sitz von Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft wie Werbeagenturen,

Tonstudios, Galerien etc. Aber auch Atelierräume für Künstler sind vorhanden, und es finden Stadtteilfeste in der *Heyne-Fabrik* statt.³¹ Die nach und nach gebauten, sachlich gestalteten Fabriktrakte gruppieren sich um mehrere Höfe. Von diesen Klinkerbauten hebt sich der 1912/14 entworfene repräsentative Verwaltungsbau klar ab.



Heyne-Fabrik Offenbach

In der ehemaligen Textilfabrik *Salzmann & Company* in Kassel, einem Industriedenkmal aus dem Jahr 1890, siedelten sich der gemeinnützige Verein *Kulturfabrik Salzmann e. V.* und Firmen an. Hier werden rund 80 – 120 Kulturveranstaltungen im Jahr angeboten. In den Gebäuden sind eine Vielzahl von Vereinen, Künstlern, Ateliers, Clubs, Übungsräumen, Tonstudios, Werbeagenturen untergebracht sowie eine Diskothek und ein lokaler Radiosender. Der Großteil des insgesamt 20.000 m² großen Areals wird jedoch derzeit nicht genutzt. Bis heute dauert die Suche nach einer wirtschaftlich sinnvollen Nutzung des unter Denkmalschutz stehenden Gebäudekomplexes und des riesigen Areals an. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 128.)

Ein weiteres Beispiel ist der *KulturBahnhof Kassel*. Die Kasseler Kulturbetriebe, das städtische Kulturamt und die Deutsche Bahn bildeten die Initiative zur Einrichtung des *KulturBahnhofs*. Der Kasseler Hauptbahnhof, der mit der Eröffnung des ICE-Bahnhofs in Kassel-Wil-

helmshöhe Anfang der 1990er Jahre seine Bedeutung verlor, wurde mit neuen, überwiegend kulturellen Nutzungen belegt. Deutsche Bahn und Kulturbetriebe investierten in die Sanierung mehrere Millionen DM. Der Stahl-Glas-Bau am Querbahnsteig und die Umwandlung des Südflügels zur Ausstellungshalle der *documenta X* sind Beispiele für die gelungene Integration moderner Architektur in einen spätklassizistisch dominierten Gebäudekomplex. Im *Kulturbahnhof* sind die *Galerie für komische Kunst (CARICATURA)*, das *Kasseler Architekturzentrum (KAZ)*, der *Offene Kanal Kassel*, die *BALi Kinos* und weitere Nutzungen untergebracht. Zur Eröffnung des *KulturBahnhofs* wurde von der Stadt Kassel der Sympathieträger der *documenta IX*, Jonathan Borofskys Skulptur „Man walking to the sky“, auf dem Vorplatz aufgestellt. Die Konversionsmaßnahme „vom Hauptbahnhof zum *KulturBahnhof*“ wurde als Projekt der EXPO 2000 anerkannt.

Ehemalige Liegenschaften des produzierenden Gewerbes und nicht mehr genutzte Infrastruktureinrichtungen finden sich im Rhein-Main-Gebiet vor allem entlang des Rheins und des Mains. Einzelne wurden in die *Route der Industriekultur*³² aufgenommen. Daneben gibt es jedoch eine große Zahl weiterer Flächen, die leer stehen oder in den nächsten Jahren aufgegeben werden. Sie stellen potenzielle Experimentierflächen und Erprobungsräume für die Kulturwirtschaft dar.

Typ C: Stadtquartiere im Umbruch

Bei dieser Kategorie handelt es sich nicht um reine Wohngebiete, sondern um „ganz normale gemischte“ vernachlässigte oder im Umbruch befindliche Stadtteile. Sie sind meist in zentralen innerstädtischen Lagen zu finden und werden häufig geprägt von einer Bebauung, die aus der Zeit um die Jahrhundertwende stammt. Oft sind es Bahnhof- oder Rotlichtviertel. Kennzeichnend ist meist ein hoher Anteil an Migranten und Bewohnern mit niedrigem Einkommen. Die Stadtquartiere weisen zahlreiche verstreute Leerstände auf, vielfach Läden in den Erdgeschosszonen oder ungenutzte Neben- und Hintergebäude. Entsprechend

³¹ Quelle: www.offenbach.de.

³² www.route-der-industriekultur-rhein-main.de/index.htm.



*KulturBahnhof
in Kassel*

negativ entwickelt sich das Erscheinungsbild des öffentlichen Raums, besser situierte Bewohnerschichten wandern ab, und das Image des Quartiers sinkt. Zwischennutzer oder Raumpioniere – häufig aus dem sozialen und kulturellen Bereich, zum Teil mit Migrationshintergrund – werden auf die Raumreserven aufmerksam und beginnen sich für das Quartier zu interessieren. Unter ihnen sind in der Regel auch Gründer aus der Kulturwirtschaft. Durch diese Neubesiedelung zu relativ günstigen Nutzungskonditionen wird ein Entwicklungsprozess in Gang gesetzt.

Quartiere des hier beschriebenen Typs werden teilweise aus Mitteln der Städtebauförderprogramme des Landes wie „Soziale Stadt“³³ oder „Stadtumbau in Hessen“³⁴ gefördert. Beispielquartiere in Hessen sind Teilbereiche der Wiesbadener Stadtteile Biebrich, Wiesbaden Mainz-Kostheim und Wiesbaden Inneres Westend, das Bahnhofsviertel in Frankfurt oder das Mathildenviertel in Offenbach.

Die Erdgeschosszonen dieser Viertel werden geprägt von kleinen Einzelhandelsläden wie Bäckereien, Lebensmittel- und Gemüseläden, die vielfach von Migranten geführt werden, von Szenegastronomie, Dienstleistungsbetrieben wie Reinigungen oder Kopierläden, Antiquitätenläden, Architekturbüros u. a. In den Höfen finden sich Ateliers, Handwerksbetriebe oder soziale Einrichtungen wie private Krippen, Pflegedienste etc.

Das Quartier profitiert strukturell, baulich und auch in seinem Image von den Kultursiedlern – und diese vom Quartier. Dazu tragen die Aufbruchstimmung der Akteure ebenso wie ein mit Mitteln der Städtebauförderung eingerichtetes Quartiersmanagement bei. Die Besiedelung erfolgt in der Regel nicht als Zwischennutzung, also explizit nur für einen Übergangszeitraum, sondern ihre Dauer ist zunächst unbestimmt.

Der Stadtteil Wiesbaden-Biebrich ist Teil einer wachsenden Kulturlandschaft am Rhein mit dem *Zollensemble* und dem so genannten *Bauhof* in der Quartiersmitte, der *Kunstmole* in Schierstein, der Güterhalle am Bahnhof Kastel sowie zahlreichen Ateliers und Kulturinitiativen. Im Stadtteil hat sich mittlerweile eine kulturelle und kreative Szene entwickelt. Freischaffende Künstler, Künstlervereinigungen, Laien und halbprofessionelle Kulturschaffende aus den Bereichen Musik und Theater sind zahlreich vertreten. Ihr Raumbedarf umfasst sowohl kurzfristige projektbezogene wie langfristige Nutzungen.



Uferpromenade und Atelier in Wiesbaden-Biebrich

Die Stärke des Inneren Westends in Wiesbaden liegt in seiner kleinteiligen Mischstruktur aus Wohnen, Arbeiten und Gewerbe sowie seinem preiswerten innerstädtischen Wohnraumangebot. Mit Hilfe des Programms „Soziale Stadt“ wurden dort vor allem Schlüsselgebäude saniert und eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität auf Straßen, Wegen und Plätzen erreicht. Das Programm „Soziale Stadt“ hat aber auch die Beschäftigung einer Quartierskuratorin ermöglicht, deren Engagement zur heutigen öffentlichen Wahr-

³³ Weitere Informationen: www.hegiss.de.

³⁴ Weitere Informationen: www.stadtumbau-hessen.de.



nehmung des Inneren Westends als Künstlerquartier wesentlich beitrug. So wurden im Juni 2008 bereits zum fünften Mal Künstler-Ateliers im Westend für das Publikum geöffnet. Mittlerweile haben zahlreiche Geschäftsleute des Viertels Patenschaften für die Künstler übernommen. Um das Netzwerk zu stärken, fand im Rahmen der *Offenen Ateliers* ein Workshop zum Thema Kunstmanagement für Künstler statt. Die Kunst im Wiesbadener Westend ist darüber hinaus unter www.offene-ateliers-westend.de im Internet präsent.³⁵

Die Nutzung von Ladenlokalen und Nebengebäuden durch Kulturschaffende trägt zur Belebung des Stadtteils bei, zieht Besucher an und macht den Stadtteil auch durch Berichterstattung in den Medien insgesamt attraktiver. Dies wiederum trägt nach Aussagen der betreuenden städtischen Verantwortlichen zur Steigerung des Umsatzes in den Läden und der Gastronomie des Quartiers bei und führt zu Aufträgen an das lokale Gewerbe, etwa Druckereien und Handwerker.

Typ D: Einzelgebäude

In diesen Fällen handelt es sich um ganz oder teilweise leer stehende Einzelgebäude, die Kulturschaffenden von privaten oder öffentlichen Eigentümern wie Land, Kommunen oder Wohnungsbaugesellschaften zur Verfügung gestellt werden. Die Nutzung von Einzelgebäuden hängt nicht von bestimmten Gebäudetypen ab. Historische Gebäude sind ebenso vertreten wie 1970er und 1980er-Jahre-Gebäude, Neubauten, sogar Burgen oder Infrastruktureinrichtungen wie Bahnhöfe werden genutzt.³⁶

Die Umnutzung geeigneter Einzelgebäude für kulturelle Zwecke begann in manchen Fällen mit der

Besetzung der Liegenschaften durch die Künstler und Kulturschaffenden. Die kulturelle Nutzung dieser Liegenschaften wurde dabei oft nach einigen Jahren im Zuge eines Ankaufs der Gebäude durch die Kommune legalisiert und so fortgeführt.

Experimentierräume können auch auf privatwirtschaftlicher Basis bereit gestellt werden: Ein ungewöhnliches Beispiel hierfür ist das Essener *Unperfekthaus*. Das Projekt nutzt ein mehrgeschossiges Gebäude in der Essener Innenstadt, wurde von privater Seite initiiert und trägt sich wirtschaftlich über Einnahmen aus Hotelnutzung und Gastronomie. Das *Unperfekthaus* stellt kreativen Menschen unentgeltlich Räume und Ausrüstung zur Verfügung. Es soll Kreative aus allen Bereichen vereinen, ob diese Geld verdienen möchten oder nicht. Projekträume werden an einen oder mehrere Kreative vergeben, die diese nach eigenen Kriterien einrichten und sich untereinander zeitlich und räumlich in der Nutzung absprechen. Die Verwaltung des *Unperfekthauses* mischt sich nicht in die Aktivitäten ein – die Akteure müssen lediglich sicherstellen, dass die Funktionseinheiten jedes Raums unbeeinträchtigt bleiben: Eine Wand muss eine Wand, ein Fenster ein Fenster, eine Heizung eine Heizung bleiben. Falls sie ihren kostenlosen Projektraum nicht mehr benötigen, müssen die Nutzer ihn lediglich besenrein zurückgeben. Er muss auch nicht in den ursprünglichen Zustand zurück versetzt werden. Dieses Konzept soll einen gleitenden Übergang in eine kreative Selbständigkeit ermöglichen. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 83.)

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass in ganz Hessen Liegenschaften und Flächen aller vier dargestellten Standorttypen vorhanden sind, die hervorragend für eine kulturwirtschaftliche Nutzung im Sinne von Experimentierräumen geeignet wären. So sind Leerstände in Erdgeschosszonen, zumeist von Ladenlokalen, in vielen Kommunen Hessens anzutreffen. Zu nennen sind darüber hinaus – neben den bereits erwähnten Beispielen in der Erläuterung der Standortkategorien – z. B. Liegenschaften des produzierenden Gewerbes an den Flussläufen von Main und Rhein, die bereits teilweise Gegenstand der *Route der*

³⁵ Quelle: www.kubis-wiesbaden.de/KUBIS_LTD/WestendAusgaben/Westendmai_2006.pdf.

³⁶ Wegen der Vielzahl der auch in hessischen Städten und Gemeinden vorhandenen leer stehenden Einzelgebäude sind hier keine Beispiele aus Hessen genannt.

Eine **Unterscheidung** von Event-Nutzungen, Zwischennutzungen und Dauernutzungen kann nicht immer **trennscharf** erfolgen, oft geht das eine in das andere über.



Industriekultur sind. Die Lage am Wasser – so haben die Recherchen gezeigt – übt in Verbindung mit dem Charme von historischen Industrie- und Gewerbeliegenschaften eine besondere Anziehung auf kreative Nutzer aus. Die ausgewiesenen lokalen Routen und die regelmäßigen Veranstaltungen entlang der rund 150 benannten Objekte der *Route der Industriekultur* schaffen insofern nicht nur ein Bewusstsein für das industriekulturelle Erbe der Rhein-Main-Region, sie bieten sich auch als Raumpotenzial für kulturwirtschaftliche Unternehmungen an.

Auch die Region Kassel verfügt über zahlreiche aufgegebenen Flächen der industriellen Vergangenheit, die ebenfalls als Experimentier- und Erprobungsflächen für die Kulturwirtschaft denkbar wären. Das *Netzwerk Industriekultur in Nordhessen (NINO)*³⁷ arbeitet daran, die industriekulturellen Standorte in Nordhessen zusammenzustellen und diese entsprechend ihrer Bedeutung, Aufgaben und Potenziale im Netzwerk einzuordnen.

2.2 Verlaufstypen von (Zwischen-)Nutzungen

Das Thema Zwischennutzung hat in den letzten Jahren zunehmende Beachtung in der Fachliteratur gefunden, zuletzt durch die Publikation des Forschungsprojekts *Urban Pioneers*,³⁸ das erstmals Zwischennutzungen in ausgewählten europäischen Städten untersuchte. Zwischennutzungen sind jedoch kein neues Phänomen: So wurde in Berlin schon nach dem 2. Weltkrieg der Tiergarten als Kartoffelacker genutzt, der legendäre Polenmarkt fand nach der Wende bis zu dessen Bebauung auf dem Potsdamer Platz statt.

Zwischennutzungen sind vielfältig. Ihr Spektrum reicht von Grabeland und Anwohnergärten in Baulücken oder einem Sonnenblumenfeld auf Abrissflächen einer Großsiedlung über Fun-Sport-Anlagen wie BMX- und Skateboardparks, Gastronomie und Clubs, öffentlichen Einrichtungen wie Sozialstationen, Büro- und Wohnnutzungen oder Parkplätzen bis hin zu Kunstinstallationen, Kulturzentren und Ateliergemeinschaften. Sogar komplexe bauliche Einrichtungen entstehen auf ungenutzten Flächen als Zwischennutzung.

Eine Unterscheidung von Event-Nutzungen, Zwischennutzungen und Dauernutzungen kann nicht immer trennscharf erfolgen, oft geht das eine in das andere über. Aus eventbezogenen Nutzungen, einmalig geplant für eine überschaubare Dauer von Tagen oder Wochen, können dauerhaftere Zwischennutzungen für einen Zeitraum von einem oder mehreren Jahren werden. Die Besiedelung eines Standorts kann als Zwischennutzung beginnen und dann bestehen bleiben. Die Übergänge sind häufig fließend und in vielen aktuellen Projekten nicht einschätzbar.

Wie lange eine Brache oder ein leer stehendes Gebäude von Kultursiedlern oder Raumpionieren genutzt werden kann, darüber entscheidet zum einen die Marktnachfrage nach den zu entwickelnden Flächen oder Gebäuden, zum anderen die Eigentümer der Liegenschaft sowie die Kommunen durch Ausgestaltung ihrer Planungshoheit. Ein Beispiel dafür ist das *Kulturzentrum Schlachthof* in Wiesbaden, welches 1994 als geduldete Zwischennutzung mit der Perspektive „einiger Jahre“ startete und 2008 nun über einen Erbpachtvertrag verhandelt, der den Betrieb dauerhaft absichern soll.

Auch inhaltlich haben sich die Zwischennutzungen, insbesondere aus dem Kulturbereich, seit den

³⁷ www.proforma-online.de/nino/index.htm.

³⁸ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (2007).

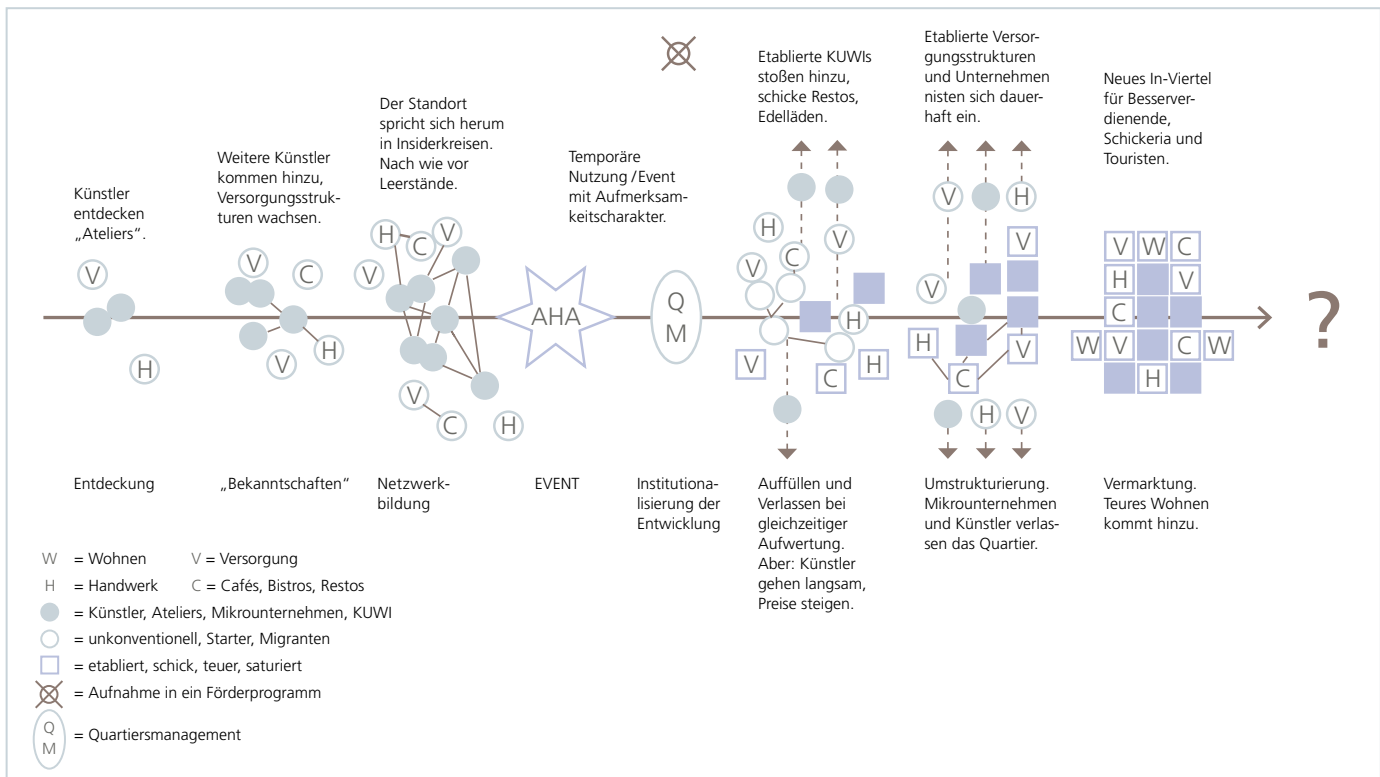
2 STANDORTWAHL DER AKTEURE DER KULTURWIRTSCHAFT

1980er Jahren verändert. Zielten sie damals noch stärker auf die Beschaffung von Kulturräumen ab, so siedeln sich heute sehr gemischte Nutzungen und temporäre Standortgemeinschaften auf ungenutzten Arealen an. Entstanden früher vor allem Standorte zum kulturellen Konsum wie die *Rote Fabrik* in Zürich, ein klassisches alternatives Kulturzentrum der ersten Stunde, so sind es heute gemischte Quartiere, in denen neben Kulturkonsum vor allem Kulturproduktion und ergänzende Dienstleistungen ihr Zuhause finden. Anders als in den 1980er Jahren werden öffentliches Leben und Zwischennutzungen heute sogar bewusst als Motor einer nachhaltigen Stadtentwicklung eingesetzt, wie in dem Baseler Beispiel des *nt*/areal*, einer ehemaligen Güterbahnhofsfläche der Deutschen Bundesbahn. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 51.)

Eine „kulturelle Sukzession“ führt in den Quartieren in den meisten Fällen zur Gentrifizierung mit Abwanderung der ursprünglichen Nutzer und Ansiedlung von etablierteren Kulturnutzungen, steigenden Mieten, Neuerrichtung von gehobenen Eigentumswohnungen und Veränderung der ursprünglichen, häufig multikulturellen oder alteingesessenen Versorgungsstrukturen und Handwerksbetriebe.

Künstler, Kultureinrichtungen und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft siedeln sich mit unterschiedlichen zeitlichen Perspektiven an, arrangieren sich in unterschiedlichen organisatorischen Modellen und entwickeln sich dabei unterschiedlich weit fort. Die beteiligten Akteure, ihre Visionen, offizielle Planungen und potenzielle Träger richten sich bei sich verändernden Rahmenbedingungen immer wieder neu aus. Umnutzungs- und Zwischennutzungsprozesse können

Abbildung 4: „Kulturelle Sukzession“ in einem Stadtviertel



Quelle: Hessen Agentur, 2008

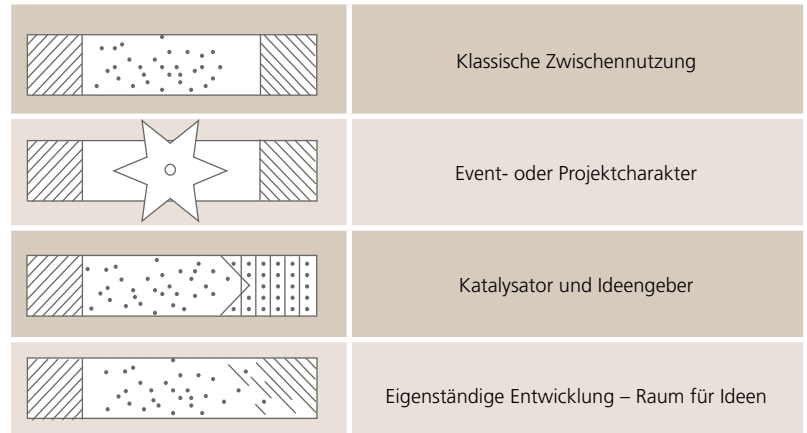
so über Jahre oder sogar Jahrzehnte andauern. Ein geradliniger Verlauf von der Planung zur Realisierung existiert in kaum einem Fall. Im Wesentlichen lassen sich vier Zwischennutzungsformen nennen:

Klassische Zwischennutzung

Ein Standort wird für eine von vornherein klar definierte Zeitspanne zwischengenutzt. Die zu einem späteren Zeitpunkt geplante Folgenutzung steht bereits fest. Der Eigentümer hat Interesse an Pachteinahmen und an der Verhinderung von Verfall, aber kein Aufwertungsinteresse mit Hilfe der Zwischennutzung. Der Zwischennutzer füllt entweder den gesamten Zeitraum oder aber der Leerstand wird nur temporär bespielt.

Es handelt sich im Prinzip um eine faire Win-win-Situation. Die Beteiligten sind sich von vornherein über den befristeten Charakter des Mietverhältnisses einig. Die Mehrzahl der Kulturschaffenden und Kleinunternehmen kennt ihren Marktwert, und allzu kurzfristige Zwischennutzungen kommen daher zahlreichen Berufs- und Altersgruppen nicht entgegen. Beispielsweise sind Kunsthandwerker, Bildhauer oder Maler nicht daran interessiert, mit ihren Werkstätten oder Ateliers häufig umzuziehen. Zu Beginn der beruflichen Laufbahn ist zwar zunächst eine hohe Fluktuation bei vielen Kulturschaffenden in einem Quartier zu beobachten, später sind jedoch Kontinuität und Planungssicherheit sowie eine „Adresse“ notwendig und eine feste räumliche Arbeits- oder Produktionsstätte somit von existentiellem Interesse. Häufige Atelierwechsel bedeuten z. B. für bildende Künstler Zeit- und Geldverlust und wirken sich auch negativ auf die kreative Arbeit und die Ideenentwicklung aus. Aber es gibt auch Akteure, die aus freien Stücken nur für begrenzte Zeit bleiben wollen und für die der Ortswechsel Teil des Unternehmenskonzepts bzw. unabdingbar zur Erhaltung ihrer Kreativität ist. Bei der Betrachtung solcher Projekte ist jedoch nicht immer genau festzustellen, ob diese räumliche Flexibilität selbst gewählt oder eine Reaktion auf die bestehenden Verhältnisse ist, teilweise ändern sich die Anforderungen der Nutzer auch während des jeweiligen Projektes.³⁹

Abbildung 5: Entwicklungsmodelle von Zwischennutzungen der Kulturwirtschaft in der Stadtentwicklung



Quelle: Hessen Agentur

Ein anderer Typus der Kultur- oder Kreativschaffenden hingegen, wie das Berliner Landschaftsplanungsbüro *Treibhaus*⁴⁰, zieht quasi entsprechend seiner Entwicklung gerne in immer neue Räumlichkeiten, es vergrößert sich oder sucht Adressen, die dem erlangten Unternehmensstatus entsprechen.

Event- oder Projektcharakter

Eine besondere Kategorie bilden Nutzer, die von vornherein an einem nur kurzfristigen Aufenthalt an einem Standort interessiert sind. Sie wollen dort in der Regel Projekte verwirklichen, die auf eine begrenzte Dauer ausgelegt sind, wie eine Ausstellung, eine Messe, kulturelle Feste oder eine Installation für ein Wochenende. Mit Kreativität wird so auf unausgeschöpfte (Raum-)Potenziale hingewiesen. Unter optimalen Bedingungen werden solche Räume kostenlos überlassen und können damit beispielsweise Hochschulen eine Möglichkeit eröffnen, ihren Absolventen eine öffentliche Plattform zu bieten. Ein Beispiel sind die temporären Ausstellungsprojekte von Studenten, die die Hochschule für Gestaltung in Offenbach in leerstehenden Ladenlokalen in der Stadt organisierte. Ein weiteres Beispiel einer Zwischennutzung mit Eventcharakter ist die Messe *Project (or) Art Fair* in Rotter-

³⁹ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (2007).

⁴⁰ www.treibhausberlin.de.

Die **Akteure** der Kulturwirtschaft tragen vielfach zur Aufwertung von Quartieren bei – und damit zu ihrer eigenen Vertreibung aus den **Erprobungsräumen**.



dam (Niederlande) am Hafen im *Cruise Terminal Rotterdam*. Es handelt sich um ein Messekonzept für Kunstkollektive. Hier werden nicht Einzelwerke angeboten, sondern Künstlerkollektive vorgestellt, es werden keine Produkte, sondern Ideen, keine Kunststile, sondern politisch-künstlerische Gesamtkunstwerke gezeigt.

Von einer solchen kurzfristigen „Bespielung“ von Leerständen profitiert das Quartier, indem es für kurze Zeit in den Blickpunkt der Öffentlichkeit rückt. Umgekehrt genießen die Initiatoren in gleicher Weise die öffentliche Aufmerksamkeit. Auch hier kann von einer Win-win-Situation gesprochen werden. Die Vorteile für die Eigentümer liegen ebenfalls in der Aufmerksamkeit, die sein Objekt durch eine Event-Nutzung erfahren kann.

Katalysator und Ideengeber

Zwischennutzungen werden auch gezielt als Ideenlieferanten für künftige Nutzungen oder als Katalysatoren der Entwicklung einer Liegenschaft eingesetzt. Die Umsetzung neuer Nutzungen für Brachflächen und leer stehende Gebäude benötigt oftmals wegen finanzieller Engpässe, ungeklärter Eigentumsverhältnisse, zeitaufwendiger Planungsverfahren oder verzögerten Rückbaus viel Zeit – in der eine Zwischennutzung durch Kulturschaffende möglich ist. Da die hierbei erprobten, neuen Nutzungen den Eigentümern wertvolle Folgenutzungsideen für die Entwicklungsplanung ihrer Liegenschaft liefern können, werden mittlerweile Zwischennutzungen auch gezielt initiiert. Über die Aktivitäten der Zwischennutzer wird zudem der Standort laufend kommuniziert, was zu dessen Imagebildung, einer erhöhten Aufmerksamkeit der Investoren für den Standort und letztlich zu dessen Aufwertung führen kann. Im Prinzip handelt

es sich um eine Instrumentalisierung der Zwischennutzung für die wirtschaftlichen Interessen von Eigentümern und Investoren. Zunehmend planen auch Investoren selbst eine Zwischennutzung als Katalysator in ihre Entwicklungsplanung für einen Standort ein. Ein Beispiel hierfür ist das *nt*/areal* in Basel. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 51.)

Eigenständige Entwicklung – Raum für Ideen

Zu Beginn dieser Form der Zwischennutzung gibt es kein oder nur ein vages stadtentwicklungspolitisches Ziel für die Fläche und kein konkretes Vermarktungsinteresse. Zwischennutzungen siedeln sich an, verdichten und verfestigen sich, ein zunächst unregelter Zustand stabilisiert sich, es bilden sich Strukturen, die Nutzungen qualifizieren sich selbst und gehen in Dauernutzungen über. Schließlich wird die erreichte städtebauliche Struktur und Nutzung durch die Kommune mit entsprechenden planungsrechtlichen Instrumenten legitimiert. Es erfolgen eventuell behutsame Ergänzungen. Wie lange dieser Zustand dann bewahrt werden kann, bleibt allerdings auch hier offen. Ein Erprobungs- und Experimentierraum hat sich eigenständig entwickelt.

Ein Beispiel für diesen Entwicklungstyp ist das Gelände des Reichsbahnausbesserungswerkes in Berlin. Wegen der positiven Wirkung des auf dem Gelände angesiedelten Projekts *RAW Tempel e. V.* auf die umliegenden Stadtquartiere wurde es von Beginn an von Politik und der Bezirksverwaltung unterstützt. Träger des Projektes ist der gemeinnützige Verein *RAW Tempel e. V.*, der die Mietverträge über die einzelnen Gebäude direkt mit der Eigentümerin *RED Development GmbH* schließt. Die *RAW Tempel e. V.* versteht sich als offene, gemeinnützige Organisation von Bürgerinnen und Bürgern, die einen Freiraum

nt*/areal – Quartier Erlenmatt Basel

Gezielt initiierte und organisierte
Zwischennutzung als Vorbereitung
einer Standortentwicklung

Hintergrund

Die Entstehung des nt*/areals geht auf das Winterhalbjahr 1996/1997 zurück, wo im Anschluss an einen städtebaulichen Ideenwettbewerb zum ersten Mal eine Zwischennutzung angeregt wurde. 1999 stellten die privaten Initiatoren der Regierung und der Öffentlichkeit die Studie „Akupunktur für Basel“ vor.⁴¹ Diese Studie zeigte auf, wie eine Zwischennutzung des Areals als Strategie der Standortentwicklung zum Einsatz kommen könnte. Es folgte die Gründung des Vereins k.e.i.m. – Verein für Entwicklung urbaner Flächen und Standorte. Er bezweckt die urbane Entwicklung von Flächen und Standorten, indem er zeitlich befristete Nutzungen von Räumlichkeiten und Flächen ermöglicht. Im Jahr 2000 kam es zum Abschluss eines Mietvertrags zwischen dem Verein k.e.i.m. und der Vivico Real Estate GmbH und im Juni 2000 lag die Bewilligung durch das Bauinspektorat vor, so dass der Betrieb aufgenommen werden konnte.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Nach der Prämisse „Handeln ist grundsätzlich flexibler gestaltbar als Bauen“ nutzen die Vereine die Zeit bis zur Fertigstellung des neuen Quartiers, um einen breiten öffentlichen Austausch sowie Aktivitäten und Interventionen vorwiegend aus dem kulturellen und (klein-)gewerblichen Sektor stattfinden zu lassen. Zunächst hatte eine kulturell interessierte Öffentlichkeit Zugang zum „Niemandland“ bekommen: Einrichtungen wie ein Restaurant und kulturelle Veranstaltungen zogen Publikum an. Es folgten auf das Quartier ausgerichtete Freizeitangebote, multikulturelle Märkte sowie innovative junge Betriebe. Damit sollte eine rasche Aufwertung dieses unbekannt



Stadtquartiers und seines Images erreicht sowie eine positive Entwicklung des Standorts eingeleitet werden. Infolge der Öffnung für das Publikum konnte auch ein Fußweg über das Areal geschaffen werden, der das Quartier direkt mit dem wichtigen Naherholungsgebiet Lange Erlen verbindet. Den Zwischennutzungsprojekten des Vereins k.e.i.m. ist das Label „nt“ gemeinsam, welches für „non territorial“ steht und den Verzicht auf eine dauerhafte Bestimmung von Fläche unterstreicht. Seit 2004 betreibt die rund 150 Mitglieder zählende Vereinigung interessierter Personen (V.i.P.), die aus dem Verein k.e.i.m. hervorging, eine knapp 1 ha große Arealfäche als öffentliche Freifläche. 2007 hat die V.i.P. ein ehemaliges Speditonsgebäude dazugemietet, welches vor allem in den Wintermonaten eine Belegung des vorderen Arealteils gewährleisten soll.

Nutzung

Das Projekt nt*/areal des Vereins k.e.i.m. umfasste bis 2007 das Restaurant Erlkönig inklusive einer Bar und einer Lounge mit Veranstaltungsbetrieb in der ehemaligen Kantine, ferner Nutzflächen für kreative Kleinstunternehmen sowie den Gastronomiebetrieb Wagenmeister. Das Restaurant fungierte dabei quasi als roter Teppich der gesamten Zwischennutzung auf dem Areal, denn es lockte auch Entscheidungsträger aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft an. Ihr Interesse am Restaurant sorgte somit indirekt für die Akzeptanz ungewöhnlicher Projekte wie etwa der Wagenmeisterei. V.i.P. entwickelt und moderiert Zwischennutzungsprojekte mit Quartierbezug. Neben dem „Quartiersmagnet“ Sonntagsmarkt werden u. a. Buvetten, Außenveranstaltungen, Anwohnerparken, soziokulturelle Projekte und verschiedene Trendsportmöglichkeiten wie Boulderwand, Dirtjumpstrecke und Skatepark organisiert. An manchen Wochenenden waren mehrere Tausend Besucher auf den

41 Bürgin, Matthias/Cabane, Philippe (1999): Akupunktur für Basel, Zwischennutzung als Standortentwicklung auf dem Areal des DB-Güterbahnhofs in Basel, Juni 1999.

www.arenal.org

Freiflächen des Areal. Das ehemalige Speditionsgebäude beherbergt unter dem Label Quartierlabor die Geschäftsstelle des Vereins, darüber hinaus Ateliers, ein türkisches Tanzlokal, eine Musikbar und einen von einem Künstlerkollektiv offen betriebenen soziokulturellen Raum mit Orientierung zum Quartier.

Finanzierung

Die Erarbeitung der Studie „Akupunktur für Basel“ zur Zwischennutzung auf dem DB-Areal wurde mit 10.000 Schweizer Franken durch den Verein b.e.i.r.a.t. unterstützt. Der Verein k.e.i.m. profitierte von einmaligen Beiträgen aus Stiftungsmitteln in Höhe von insgesamt rund 230.000 Franken. Diese ermöglichten die Realisierung von Infrastrukturen wie Wege und Technik sowie die Instandsetzung von Räumen. Der Betrieb des Vereins und einzelne Projekte werden heute mit Einnahmen aus der Vermietung des Restaurants Erbkönig und der Lounge finanziert. Voraussetzung für dieses Modell ist ein recht tief angesetzter Mietzins. Die Kosten für den Betrieb der öffentlichen Freifläche bringt V.i.P. über die Bewirtschaftung von Parkplätzen, mit Einnahmen aus dem Sonntagsmarkt und durch die temporäre Vermietung von Freiflächen auf. Mit diesen Einnahmen werden die Geschäftsstelle, der Unterhalt der Freifläche sowie die Entwicklung und Unterstützung von Projekten bestritten.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Der Verein k.e.i.m. tritt als Rechtspersönlichkeit für das Anmieten sowie die Untervermietung der Räume und Flächen auf und unterstützt mit den Überschüssen nicht kommerzielle Aktivitäten im Sinne des Vereinszwecks. Außerdem unterhält er vielfache Kooperationen und Vernetzungen mit ähnlich ausgerichteten Organisationen im In- und Ausland. Der Verein k.e.i.m. hat ungefähr 20 Mitglieder, die im Wesentlichen auch die Projekte und Unternehmen vertreten. Er führt monatliche Vorstandssitzungen durch. Bei der Öffnung des Areal für das Publikum übernahm



nt*/areal in Basel



k.e.i.m. eine Pionierrolle. V.i.P. ist ein gemeinnütziger Verein und Dachorganisation verschiedener Vereine, Unternehmen und von ca. 150 Anwohnern, die an einer Zwischennutzung und Entwicklung der geplanten Freiflächen interessiert sind. Die Aktivitäten der Vereinigung werden sowohl von der Eigentümerin Vivico als auch vom Baudepartement indirekt unterstützt, indem Flächen zur Bewirtschaftung preisgünstig überlassen wurden oder die Arbeitsgruppe „Zwischennutzung“ als Koordinationsinstrument zur Vereinfachung von Verfahren eingerichtet wurde.

Ausblick

Im Februar 2008 wurde das Restaurant Erbkönig geschlossen, es wird nur noch für spezielle Anlässe betrieben. Der Entschluss, den Gastronomiebetrieb aufzugeben, ist auch als politisches Statement zu sehen. Die vom Verein k.e.i.m. gemieteten Flächen gehen noch 2008 in das Eigentum des Kantons über. Welche kantonale Behörde als Vermieterin auftreten soll, ist unklar, so dass für den Verein k.e.i.m. keinerlei Planungssicherheit besteht. Bemühungen um Koordination der Aufgaben und damit die Etablierung einer Quartiermanagementstruktur, wie sie von Anfang an durch den Verein k.e.i.m. angestoßen und von V.i.P. systematisch etabliert wurde, bekommen mit dem vereinsinitiierten Projekt des „Abfallrangers“ eine erste Perspektive. Vivico, der Kanton, der Investor des ersten Baufelds und die Messe Schweiz (als Mieterin der Umschlaghallen) sowie die Vereine k.e.i.m. und V.i.P. sollen eine gemeinsame Trägerschaft bilden und die Abfallbeseitigung auf dem Areal kollektiv finanzieren. Die Koordination des Projekts wird der Verein V.i.P. übernehmen.

soziokultureller Nutzung inmitten einer Metropole gestaltet. Es wurden Ateliers, Werkstätten, Übungs- und Veranstaltungsräume für Anwohner, Jugendliche und professionelle Kulturschaffende geschaffen, Veranstaltungen und Kulturaustauschprojekte organisiert, die Bestandhaltung der denkmalgeschützten Gebäude und die Errichtung einer regionalen Geschichtswerkstatt betrieben. Kulturelle und soziale Aktivitäten haben die Verständigung zwischen Anwohnern von Friedrichshain und Kreuzberg sowie den unterschiedlichen Kulturen positiv beeinflusst. Mittelfristig sollen die Aktivitäten der *RAW Tempel e. V.* in eine regionale Entwicklungsgesellschaft und in ein „soziokulturelles Projekte- und kulturgewerbliches Gründerzentrum“ münden, das Existenzgründer- und Fördermittelberatung, Arbeitsförderberatung, technischen Service, Bürodienstleistungen und Öffentlichkeitsarbeit anbietet. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 57.)

Die Akteure der Kulturwirtschaft und der kreativen Szene tragen vielfach zur Aufwertung von Quartieren bei und damit zu ihrer eigenen Vertreibung aus den Erprobungsräumen. Es stellt sich daher die Frage, was mit ihnen nach dem Verlassen der aufgewerteten Quartiere und Standorte passiert. Ausgehend von den dargestellten Verlaufstypen der Zwischennutzung lassen sich unterschiedliche ökonomische Entwicklungspfade der Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft nachzeichnen:

Klassische Zwischennutzung und Katalysator:

Die Kultursiedler erobern und gestalten einen brachliegenden Standort als provisorische Existenz, die jedoch in absehbarer Zeit beendet sein wird, d. h. sie werden nach Ablauf von mehreren Monaten bis hin zu zwei bis drei Jahren von „potenteren Nutzern“ und/oder Investoren verdrängt. In diesem Fall wenden sich die Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen entweder

- » neuen Erprobungsräumen zu und setzen dort – unter Aufwendung von Energien für ihre Neuinstallation – ihr Wirken und Schaffen fort oder
- » sie geben angesichts des Verlustes ihres Standorts ihre Unternehmung ganz auf.

Eigenständige Entwicklung – Raum für Ideen:

Die Ansiedlung der Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen erfolgt an einem langfristig brachliegenden Standort und kann sich verstetigen, weil dort von Seiten des Eigentümers oder aufgrund von Weichenstellungen der Kommune keine Entwicklung forciert und der Standort so über Jahre als Erprobungsraum gesichert wird. In diesem Fall bleiben die Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen

- » über einen langen Zeitraum auf einem niedrigen unternehmerischen Niveau stehen, aber sie haben die Chance auf eine weitgehende Stabilität ihrer wirtschaftlichen Situation oder
- » sie entwickeln sich im Laufe der Zeit unternehmerisch fort und verlassen dann zumeist freiwillig den Standort, weil sie „höherwertige“ Standorte bzw. bessere Adressen für ihr gewachsenes Unternehmen suchen.

Die langfristige Sicherung von Erprobungsräumen, wie sie dem Verlaufstyp „Eigenständige Entwicklung“ zugrunde liegt, trägt eindeutig zu den zwei günstiger verlaufenden ökonomischen Entwicklungspfaden (Stabilisierung auf niedrigem Niveau bzw. ökonomische Fortentwicklung) der Kreativunternehmen bei als die zuerst genannten Verlaufstypen (Neuanfang bzw. Aufgabe der kulturwirtschaftlichen Existenz).

2.3 Anforderungen an die Liegenschaft und das Umfeld

Aus den recherchierten Projektbeispielen und Expertengesprächen lassen sich für die Entwicklung von Standorten mit verdichteter kultureller und kulturwirtschaftlicher Nutzung die im Folgenden geschilderten Anforderungen identifizieren.

Ästhetische Anforderungen an die Liegenschaft

Die Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen bevorzugen in der Regel gründerzeitliche Wohnquartiere oder Innenstadtquartiere, die sich im Umbruch befinden und partielle Leerstände in Erdgeschosszonen und Höfen aufweisen oder von Bausubstanz aus der

Zeit um die Jahrhundertwende geprägt sind. Gerne werden auch Quartiere mit alten Produktionsstätten genutzt, die ursprünglich für gewerbliche Arbeitsplätze dienten und im Zuge des wirtschaftlichen Strukturwandels aufgegeben wurden. Diese Standorte sind attraktiv, weil sie über von den Akteuren selbst gestaltbare Innen- und Außenräume verfügen.

Aufgrund dieser Einschätzung realisierte beispielsweise die Gemeinnützige Baugesellschaft mbH Offenbach (GBO) den Umbau eines mehrgeschossigen Gebäudes aus den 1970er Jahren im Mathildenviertel, das zu 95 % an Studenten und Absolventen der Hochschule für Gestaltung in Offenbach vermietet werden konnte. Der Vorteil des Gebäudes für diese Zielgruppe besteht in seinen stützenfreien Etagen, die die gewünschte freie Gestaltbarkeit ermöglichen.



Neben der Architektur spielt auch der „Genius loci“, die Geschichte des Ortes, eine Rolle. Die Akteure der Kulturwirtschaft und der kreativen Szene haben hohe Anforderungen an die Qualität der von ihnen genutzten Orte: Ohne ein besonderes Flair ist die Akzeptanz gering. Dies hat auch einen wirtschaftlichen Hintergrund: Das besondere Ambiente ist für die Kreativunternehmer sehr wichtig, um die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden und Besucher zu gewinnen.

Finanzielle Rahmenbedingungen

Die Liegenschaften müssen sich nicht allein durch ästhetische Qualitäten, sondern in erster Linie durch günstige Mietpreise auszeichnen, die weit unterhalb

der ortsüblichen Mieten liegen sollten. Die Raumkosten spielen für die Standortwahl eine ganz entscheidende Rolle, da diese Klientel nicht über das nötige Einkommen verfügt, um übliche Gewerbemieten zu zahlen. Ihre Wahl fällt also nicht unbedingt freiwillig auf vernachlässigte oder leer stehende Liegenschaften, die in der Regel zu sehr günstigen Mietbedingungen zu haben sind. Noch attraktiver ist der Verzicht der Eigentümer auf Mietzahlung und die Überlassung der Liegenschaft gegen Übernahme der Betriebskosten durch den Nutzer. Dies wird etwa dann vereinbart, wenn keine Nachfrage besteht oder andere Hemmnisse, beispielsweise Renovierungstau, die Vermarktung erschweren oder unmöglich machen.

Technische und funktionale Anforderungen

Ein weiteres wichtiges Auswahlkriterium ist die technische und funktionale Eignung der Liegenschaft für die beabsichtigten Zwecke. Je nach kreativem Tätigkeitsfeld werden beispielsweise Räume für Büros und Ausstellungen oder Flächen für Produktion, Lager und Verkauf benötigt. Vorteilhaft ist eine vielseitige Nutzbarkeit der vorhandenen Strukturen, mit stützenfreien großen Räumen für Ausstellungen, Lastenaufzügen, Laderampen, großen Fensterflächen, oder aber die Möglichkeit, dank sehr vielfältiger Raumstrukturen heterogene Standortgemeinschaften bilden zu können. Bei allen Gemeinsamkeiten hinsichtlich der gesuchten besonderen Atmosphäre ihrer Orte haben die Akteure der Kulturwirtschaft recht unterschiedliche Anforderungen an die Beschaffenheit der Liegenschaften. Maler, Bildhauer und freischaffende Bühnenbildner sind an Gebäuden bzw. Räumen interessiert, die über ausreichende Flächen und Deckenhöhen sowie über Lager- oder Außenflächen verfügen, um großflächige Leinwände bearbeiten oder große Skulpturen herstellen zu können. Designern hingegen reicht oftmals ein kleiner heizbarer Einzelarbeitsraum in einem attraktiven Gebäudeensemble. Wieder andere Nutzergruppen wie Theater- und Tanzgruppen benötigen große Hallen. Bunker eignen sich wegen ihrer dicken Wände als Proberäume für Musiker und werden so in Frankfurt am Main und Gießen seit einigen Jahren genutzt.

Die Akteure der Kulturwirtschaft sind auf einen guten Informationszugang angewiesen, es muss daher eine schnelle Internetverbindung am Standort verfügbar sein. Die verkehrliche Anbindung einer Liegenschaft an den ÖPNV oder das übergeordnete Straßennetz ist zwar kein zentrales Kriterium, spielt aber dennoch eine Rolle. Der Kultursektor und die Kulturwirtschaft sind zwar kleinteilig organisiert, aber in Teilen dennoch überregional vernetzt. Daher sind auch gute Verkehrsverbindungen wie der Zugang zum Bahn-Fernverkehr und zum Flughafen für viele Branchen und Akteure von Bedeutung, wie die Beispiele des *KulturBahnhofs Kassel* und des Gründerzentrums *basis e. V.* im Frankfurter Bahnhofsviertel belegen.

Organisatorische Rahmenbedingungen

Organisatorische Rahmenbedingungen, die für die Kreativ- und Kulturschaffenden bei der Auswahl der Liegenschaft eine entscheidende Rolle spielen und die teilweise vom Eigentümer der Liegenschaft bzw. von der Kommune abhängig sind, sind vor allem:

- » Die schnelle Verfügbarkeit der Räume.
- » Die geringe bürokratische Einflussnahme auf Nutzung und Gestaltung.
- » Geringe Auflagen und Verbindlichkeiten – zumindest in der Startphase –, z. B. was die Vertragsdauer oder die Kündigungsfristen angeht.
- » Ein noch nicht auf eine bestimmte Nutzung festgelegter Planungsstatus für den Standort, der zur gezielten Verhinderung von Bodenwert- und Mietsteigerungen beiträgt, aber auch Mischnutzungszonen aus Kultur, Kulturwirtschaft, Gastronomie, Freizeit und Gewerbe am Standort ermöglicht.

Umfeldbezogene Anforderungen

Neben den genannten baulichen, finanziellen, funktionalen und organisatorischen Anforderungen der kleinen Kulturwirtschaft an die Liegenschaften gibt es eine Reihe weiterer umfeldbezogener Kriterien, die zum Teil sehr der persönlichen Einschätzung unterworfen sind, aber fallweise eine wichtige Rolle bei der Auswahl der Liegenschaften spielen.

So können auch abgelegene Standorte in der städti-



KulturBahnhof Kassel

schen Peripherie bevorzugt werden, weil es dort nicht zu Konflikten mit der Nachbarschaft wegen Lärmbelästigung, z. B. durch laute Musik, kommt. Andere umfeldbezogene Anforderungen, denen in den recherchierten Projektbeispielen eine Rolle zukam, sind:

- » Eine spezifische „Infrastruktur“ im Umfeld, z. B. Branchenplattformen wie der Medien-Mittwoch in Frankfurt, Ausbildungseinrichtungen mit branchenspezifischen Qualifizierungsangeboten, aber auch Angebote von Gründerzentren, öffentliche Institutionen aus dem Kulturbereich (Hochschule, Kulturinstitutionen, Verbände etc.) ziehen Kulturschaffende und Kleinstunternehmen an.
- » Die Einbettung der Akteure in lokale Netzwerke und Kooperationen, damit sind u. a. das Vorhandensein branchenbezogener und -übergreifender Netzwerke, das Vorhandensein von Theater- und Kinolandschaft, kulturellen Veranstaltungen und Festivals etc. gemeint. Netzwerke liefern u. a. wichtige Informationen, Impulse, gegenseitige kostenfreie Leistungen und Aufträge, was für die Entwicklung der Unternehmen der Kulturwirtschaft sehr wichtig ist.
- » Ein Gleichgewicht von Kulturproduktion bzw. Kulturarbeit und Kulturkonsum am Standort.
- » Das Gleichgewicht von urbaner Freizeit (Leben) und Arbeit am Standort.
- » Das Vorhandensein eines „Leuchtturms“ oder „Flaggschiffs“ als Zugpferd am Standort, z. B. ein Kulturzentrum, eine bekannte Agentur oder ein Seneclub.

*Ohne besonderes Flair ist die **Akzeptanz** eines Ortes gering. Das **besondere Ambiente** ist für die Kreativunternehmer sehr wichtig, um die **Aufmerksamkeit** potenzieller Kunden und Besucher zu gewinnen.*



- » Ferner spielt das Kommunikationsklima im Quartier oder in der Stadt eine Rolle, z. B. qualifizierte Ansprechpartner, eine „offene“ Presse etc. All dies erleichtert Kulturschaffenden den Zugang zur Öffentlichkeit.
- » Darüber hinaus braucht Kulturwirtschaft auch preiswerte Möglichkeiten zur Produktion der eigenen Ware, wie sie häufig in Migrantenökonomien zu finden sind. Modedesigner, die als Einzelkämpfer beginnen, Kollektionen zu entwerfen, suchen z. B. preisgünstige Schneidereien. Bildhauer oder Objektkünstler sind daran interessiert, mit preisgünstigen und erfahrenen Handwerkern zusammenzuarbeiten.

Unter den Standortanforderungen wurden im Rahmen der Expertengespräche zudem immer wieder einige Faktoren genannt, die in besonderem Maß zur Inspiration und Kreativität beitragen. Dies sind z. B.:

- » Plätze oder Nischen der Kommunikation in informeller, geschützter Umgebung, die zum kreativen Miteinander einladen.
- » Plätze der Stille oder individuelle Rückzugsräume.
- » Möglichkeiten zur Entwicklung einer informellen Infrastruktur mit Cafés, Bars, Clubs, Restaurants, Lebensmittelläden (möglichst international).
- » Kurze Wege in der Stadt bzw. auf dem Areal (was umgekehrt eine lange Verweildauer am Ort des Schaffens ermöglicht).

2.4 Eigentümertypen der Liegenschaften

Ohne das Einverständnis der Eigentümer können Zwischen- oder Nischennutzungen der Kulturwirtschaft nicht bestehen. Üblicherweise richtet sich das

Bestreben eines Grund- und Immobilieneigentümers auf einen möglichst hohen Mietzins. Doch nicht alle leerstehenden Liegenschaften werden auch vermietet – trotz bestehender Nachfrage. Die Gründe dafür, Flächen nicht auf dem Markt anzubieten, sind vielfältig: So gibt es den Wunsch, höhere Renditen durch Ab- und Neubau zu erzielen, oder die Strategie, ungenutzte Liegenschaften als Flächenpotenzial für etwaige Konzernentscheidungen vorzuhalten. Daneben befürchten gerade Einzeleigentümer mit enger Bindung an ihr Objekt, dass Mietzahlungen unregelmäßig eingehen, ihr Wohn- oder Gewerbeobjekt durch den Gebrauch beschädigt wird, die Grundstücksfreiflächen als Abstellmöglichkeiten genutzt werden oder wegen störender Geräusche Beschwerden der Nachbarschaft eingehen könnten. Dann verzichten manche Eigentümer lieber auf eine Nutzung, als sich auf einen eventuellen „Risiko-Mieter“ einzulassen.

Im Großen und Ganzen stehen Immobilieneigentümer Zwischennutzungen zurückhaltend gegenüber, obwohl diese wirtschaftlich in jedem Falle ein Vorteil gegenüber dem Leerstand eines Objekts sein müssten: Es wird immerhin ein kleiner Ertrag erzielt oder mindestens die laufenden Betriebskosten gedeckt. Eher selten sind Eigentümer anzutreffen, die sich auf ungewöhnliche Ideen oder auf soziales und kulturelles Engagement einlassen. Nur wenige Eigentümer haben besondere ideelle Ansprüche an die Nutzung ihrer Immobilien. Allerdings wird auch selten erkannt, wie durch Engagement und durch Unterstützung von (Zwischen-)Nutzern aus dem kulturellen Umfeld ein Gewinn erzielt werden kann. Zumeist ergreifen daher Kulturpioniere die Initiative und versuchen, Eigentümer von ihrem Vorhaben zu überzeugen – und auch davon, dass eine kulturelle Zwischennutzung zu einem Mehrwert für alle Beteiligten führen kann.

In den recherchierten Projektbeispielen konnten im Wesentlichen drei Typen von Eigentümern identifiziert werden:

Immobilien-gesellschaften und große Bestandshalter

Zu dieser Gruppe zählen Eigentümer von Liegenschaften wie die Bundesländer, der Bund oder die *Deutsche Bahn AG*. Immobilien-gesellschaften, Fondsgesellschaften, aber auch Land, Bund oder *Deutsche Bahn AG* können durch ihre Strategien z. B. zur Risikostreuung Verluste aus Leerstand eher akzeptieren, als dass sie einen erhöhten Verwaltungsaufwand betreiben und auf unübliche Nutzungskonditionen eingehen. Eine ähnliche Einschätzung gilt auch für privatwirtschaftliche Wohnungsunternehmen. Auch sie wollen im Interesse der Gesellschafter eine maximale Rendite erwirtschaften.⁴² Zudem haben sie häufig keine besondere Bindung an den Standort. Ziel dieses Eigentübertyps ist in der Regel eine Wertsteigerung der Liegenschaft durch deren möglichst werthaltige Vermietung beziehungsweise ihre Veräußerung zum angesetzten Buchwert. Wenn dies jedoch kurz-, mittel- oder langfristig nicht erreichbar ist, werden teilweise auch Zwischen- und Nischennutzungen akzeptiert oder sogar gezielt angesiedelt, um überhaupt Mieten zu generieren.

Dem steht die Besorgnis gegenüber, Zwischennutzungen könnten sich zu Dauernutzungen entwickeln, die dann später einer lukrativeren Vermarktung im Wege stehen. Diese Sorge ist z. B. von Seiten des Bundes bei der Entwicklung von militärischen Arealen in Hessen bereits mehrmals als Argument gegen Zwischennutzungen vorgebracht worden. Allerdings kann dieser Sorge durch Dialog, Klärung der Sachverhalte und entsprechende Vereinbarungen begegnet werden. Die Künstlerkolonie Domagkstraße 33 in München ist ein Beispiel für die geordnete Auflösung einer Zwischennutzung auf einem ehemaligen Militärraer.

Zu den großen Bestandhaltern zählen in Hessen vor allem der Bund als Eigentümer von frei werdenden militärischen Arealen in rund 25 Kommunen sowie die *Deutsche Bahn AG* als Eigentümerin von nicht mehr benötigten Bahnanlagen wie Bahnhöfen oder Lokschuppen etc.

www.raw-tempel.de | www.revaler5eck.de

RAW Tempel e. V. Berlin

Konsensualer Planungsprozess und soziokulturelle Trägerschaft – Informelle Kulturaktivitäten als Bindeglied zwischen zwei Stadtteilen

Hintergrund

Die Königlich Preußische Eisenbahnwerkstatt Berlin II im Revaler Viereck wurde 1867 für die Instandsetzung von Loks, Tender sowie Güter- und Personenwagons in Betrieb genommen. Die Reichsbahn der DDR übernahm das Areal nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs und benannte es in Reichsbahnausbesserungswerk Franz Stenzer (RAW) um. Nach der Wende erfolgte 1994 die endgültige Stilllegung. Neue Eigentümerin wurde die Vivico Real Estate GmbH, die mit der Veräußerung bzw. der wirtschaftlichen Entwicklung des Geländes beauftragt war. 1998 begannen Künstler- und Initiativgruppen das Gelände zu nutzen, es etablierten sich Ateliers und vor allem Live-Konzerte wurden durchgeführt.

Ende 2000 legte der Eigentümer eine Machbarkeitsstudie vor, ein B-Plan-Verfahren wurde eingeleitet, 2001 folgte ein städtebauliches Gutachterverfahren. Der Entwurf des Architekten Kees Christaanse, der das Areal in vier Baufelder gliedert und auf einen klar definierten Endzustand des Geländes verzichtet, setzte sich dabei durch. Temporäre Zwischennutzungen, kulturelle Nutzung und gewerbliche Existenzgründungen sollten zunächst die urbane Mischung des Areals fördern und als Motor für die städtebauliche Entwicklung fungieren. Die RAW Tempel e. V. wurde bereits 1998 von Anwohnern des Stadtteils Friedrichshain und anderen Interessierten gegründet, um die Nutzung von Teilflächen zu legalisieren und zu koordinieren. „Tempel“ ist eine Reminiszenz an den „Industrietempel Mannheim“, wo einige der Vorstandsmitglieder Erfahrungen mit der Nutzung von

⁴² Vgl. Bundesministerium für Verkehr, Städtebau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2007 a): Investitionsprozesse im Wohnungsbestand – unter besonderer Berücksichtigung privater Vermieter. In: Forschung Heft 129, Bonn.

www.raw-tempel.de | www.revaler5eck.de



RAW Tempel:
ehemaliges Reichsbahnausbesserungswerk Franz Stenzer,
Berlin-Friedrichshain

Industrieanlagen für künstlerische Projekte sammeln. Das Bezirksamt fungiert als Hauptmieter und schloss mit der Vivico für den Verein zunächst einen Zwischennutzungsvertrag für die Dauer von drei Jahren ab. Es begann die schrittweise Instandsetzung der Gebäude. 2000 firmierten bereits 30 Einzelprojekte unterschiedlichster Richtungen unter dem Dach der RAW Tempel e. V. Querelen zwischen Untermietern, Verwaltung und Eigentümerin hatten jedoch eine vorzeitige Kündigung zur Folge. Nach einer Umstrukturierung innerhalb der RAW Tempel e. V. und einem intensiven Dialog der Akteure wurde 2002 ein zehnjähriger Mietvertrag für das Stoff- und Gerätelager geschlossen, der Sicherheit für Existenzgründungen schaffte. 2003 erfolgte die Einstellung von drei Mitarbeitern für das „Gründerzentrum“.

Ende 2006 gründete sich die Entwicklungsgemeinschaft Revaler Fünfeck R 5, um ein Gesamtkonzept für das weitere Vorgehen zu erstellen. Die Vivico verkaufte das gesamte Gelände im Frühjahr 2007 an die RED Development GmbH, ohne Kaufabsichten der am Ort ansässigen Projekte auch nur in Erwägung zu ziehen. Um sich für eine nachhaltige Entwicklung des Revaler Vierecks einzusetzen, wurde der Ideenaufwurf, eine Bürgerinitiative gegründet. Ziel der Initiative ist es, Politik, Interessenverbände, Wirtschaft, Wissenschaft und Bürger zu vernetzen und den Dialog zwischen den Akteuren mit Hilfe von Öffentlichkeitsarbeit wie Workshops und Seminaren zu fördern. Der auf der Machbarkeitsstudie des Architekten Christaanse basierende Bebauungsplan wurde im Jahr 2007 jedoch außer Kraft gesetzt.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Das Projekt RAW Tempel e. V. ist auf dem Gelände des ehemaligen Ausbesserungswerks der Reichsbahn im Spreeraum Ost in Friedrichshain angesiedelt. Das 8,5 Hektar große RAW-Gelände wird auch als „Revaler Viereck“ bezeichnet und weist eine gemischte Baustruktur aus kleinteiliger Bebauung und großen

Lagerhallen auf. Verwaltungsgebäude, Ambulatorium, Beamtenwohnhaus und das Lagerhaus an der Revaler Straße sind sanierungsbedürftig und stehen unter Denkmalschutz. Große Bereiche des Bodens sind kontaminiert.

Die angrenzenden, hoch verdichteten Wohngebiete mit kleinteiligem Dienstleistungsgewerbe sind um 1900 entstanden und waren zu Zeiten der DDR typische Arbeiterviertel, die heute mit den Auswirkungen des demografischen Wandels – Wegzug und Überalterung – konfrontiert sind. Um die soziale Verdrängung bestimmter Milieus abzuschwächen, wurden Teile als Milieuschutzgebiet ausgewiesen.

Nutzung

2006 versammelten sich unter dem Dach der RAW Tempel e. V. über 50 Projektpartner wie Künstler, ein Artistenverein, der Verein für neue Arbeit, Musikgruppen und Nutzer von Räumlichkeiten für verschiedene kulturelle Zwecke. Es wurden Ateliers, Werkstätten, Übungs- und Veranstaltungsräume für Anwohner, Jugendliche und professionelle Kulturschaffende eingerichtet, Veranstaltungen und Kulturaustauschprojekte organisiert, die Bestandhaltung der denkmalgeschützten Gebäude und die Errichtung einer regionalen Geschichtswerkstatt betrieben. Unter den Existenzgründungen sind eine Veranstaltungsagentur, ein Tonstudio und eine Bildhauerschule. Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt im Bereich Umwelttechnologie und Energieversorgung soll ausgebaut werden. Gastronomische Angebote des Café Ohne und der Volksküche zu Selbstkostenpreisen ergänzen das Nutzungsspektrum. Übernachtungsmöglichkeiten für Projektmitglieder und kooperierende Künstlergruppen werden in der Gästeetage des Verwaltungsgebäudes angeboten.

Finanzierung

Die Finanzierung erfolgt über Mitgliedsbeiträge, Mieteinnahmen und öffentliche Förderhilfen. So wurden

z. B. für die Sanierung der Franz-Stenzer-Halle und deren Außenanlagen Urban II-Mittel der Europäischen Union in Höhe von 400.000 Euro von der Senatsverwaltung bereitgestellt. Diese Förderung setzt eine längerfristige Nutzung als Veranstaltungsfläche voraus, weshalb der Nutzungsvertrag zwischen Verein und Eigentümer bis 2013 abgeschlossen wurde. Geplant ist auch die Gründung einer beschäftigungsorientierten Stadtteilgenossenschaft.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Träger der Projekte ist der gemeinnützige Verein RAW Tempel e. V., der die Mietverträge für die einzelnen Gebäude direkt mit der Eigentümerin RED Development GmbH schließt. Der Vereinsvorstand besteht aus 5 Mitgliedern. Er trifft die Entscheidung über Nutzungsverträge für frei werdende Räumlichkeiten. Dabei hält er sich in der Regel an die Empfehlung des jeweiligen Hausplenums, dem sich Bewerber mit ihrer Projektidee vorstellen. Derzeit sind 11 Personen beim Verein beschäftigt (3 davon mit mehr als 30 Wochenstunden). Unterstützt werden sie von Honorar- und 400 Euro-Kräften sowie von rund 45 Kräften im Rahmen von „Vergabe ABM“ und „MaE“⁴³, die insbesondere im Ökologie-Projekt, in der Verwaltung, bei Angeboten für Kinder und in der Näh- und Fahrradwerkstatt eingesetzt werden. Erstmals wurden 2007 drei Auszubildende zum Verkaufsaufmann eingestellt. Da es sich hierbei um ein attraktives und nachgefragtes Berufsfeld handelt, war das Interesse sehr groß.

Ausblick

Mittelfristig sollten die Aktivitäten der RAW Tempel e. V. in eine regionale Entwicklungsgesellschaft und in ein „soziokulturelles Projekte- und kulturgewerbliches Gründerzentrum“ münden, das Existenzgründer- und Fördermittelberatung, Arbeitsförderberatung, technischen Service, Bürodienstleistungen und Öffentlichkeitsarbeit anbietet.

43 Förderinstrumente des Landes Berlin: Vergabe-ABM: Diese können mit öffentlicher Auftragsvergabe an Wirtschaftsunternehmen vergeben werden. Der wirtschaftsnahe Einsatz von ABM ermöglicht den betreffenden Unternehmen zusätzliche öffentliche Aufträge und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine Beschäftigung unter marktnahen Bedingungen. Arbeitsgelegenheiten mit Mehraufwandsentschädigung (MAE): Die Einrichtung und Zuordnung von Arbeitsgelegenheiten mit MAE, auch „Zusatzjobs“ genannt, obliegt den Jobcentern in eigener Zuständigkeit. Dabei ist grundsätzlich zu beachten, dass die Tätigkeit zusätzliche und im öffentlichen Interesse liegende Arbeiten umfassen muss.



Die Immobiliengesellschaften der Länder streben ebenfalls die wirtschaftlich bestmögliche Entwicklung und Vermarktung ihrer Flächen an, sie sind jedoch näher an von kommunaler Seite und von Initiatorengruppen formulierten Vorschlägen zur Mobilisierung von Raumpotenzialen für die Kulturwirtschaft. Teilweise verfügen sie als Eigentümer sogar bereits über weit reichende Erfahrungen mit Zwischennutzungen. Kommunale Planungsverantwortliche und Akteure der Kulturwirtschaft setzen daher große Hoffnungen hinsichtlich günstiger Nutzungskonditionen auf das Hessische Immobilienmanagement, das auch ungenutzte landeseigene Liegenschaften in seinem Portfolio hat. Deren Überlassung lässt sich indes in der Praxis bisher nicht immer realisieren. Dies rührt daher, dass ein möglichst hoher Erlös bei der Vermietung und dem Verkauf der vom Land nicht mehr benötigten Immobilien das politisch formulierte Ziel ist.

Trotzdem hat das *Hessische Immobilienmanagement* seit einigen Jahren Erfahrung mit kulturwirtschaftlichen Nutzern: In einer Immobilie des Landes Hessen, dem ehemaligen Frankfurter Polizeipräsidium, werden nicht nur Szenen für Fernsehfilme wie der *Tatort-Reihe* gedreht, es haben dort auch alternative Modemessen wie die *bright trading show* sowie der Verein *atelier-*

frankfurt e. V. ihren Standort gefunden. *atelierfrankfurt e. V.* bietet Arbeits- und Atelierräume für Künstler verschiedener Disziplinen und organisiert Ausstellungen und Diskussionsveranstaltungen. Allerdings sollen am Standort neue Hochhäuser entstehen, die Nutzungsmöglichkeiten der Liegenschaft sind damit in circa zwei Jahren beendet. Mit *basis 2* konnte mit Unterstützung des *Hessischen Immobilienmanagements* ein weiteres kulturwirtschaftliches Projekt verwirklicht werden. Nach ausführlichen Verhandlungen ist Ende 2007 eine Nutzungsvereinbarung über die seit einigen Jahren ungenutzte ehemalige Landesbildstelle in der Frankfurter Gutleutstraße mit dem Verein *basis e. V.* abgeschlossen worden. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 120.) Das *Hessische Immobilienmanagement* hat dem Verein einen Kredit gewährt und die Gebäudeversicherung übernommen. Die üblichen Nebenkosten werden vom Verein getragen.

Kommunen und öffentliche Wohnungsbaugesellschaften

Generell spielt die Kommune bei der (befristeten) Entwicklung einer geeigneten Liegenschaft durch kulturwirtschaftliche Nutzungen eine wichtige Rolle. Unabhängig davon, ob die Kommune selbst der Eigentümer einer Liegenschaft ist, wird sie stets dann aktiv werden, wenn durch ungenutzte Flächen und leer stehende Gebäude eine für die Stadt negative Entwicklung droht. Die Kommune handelt dabei immer im gesamtstädtischen Auftrag und nicht nur als Eigentümer ihrer kommunalen Liegenschaften. Ist eine Kommune Eigentümer von Gebäuden oder Flächen, so beeinflussen auch hier, wie bei einem Privateigentümer, die eigenen Planungsziele und Renditeerwartungen die Bereitschaft, Zwischennutzungen zuzulassen. Hinzu kommen allerdings auch die politischen Vorstellungen, die die Stadtentwicklung insgesamt betrachten. Der Handlungsspielraum der Kommune ist prinzipiell groß, wenn sie den politischen Willen aufbringt, brachgefallene Standorte auch längerfristig als Experimentierraum für die Kulturwirtschaft zu sichern. Wenn die Kommune Eigentümer einer Liegenschaft ist, sind daher gute Voraussetzungen gegeben, Kulturschaffenden die

Im **Großen und Ganzen** stehen Immobilieneigentümer
Zwischennutzungen zurückhaltend gegenüber,
obwohl diese wirtschaftlich in jedem Fall ein **Vorteil** gegenüber dem
Leerstand des Objekts sein müssten.



Zwischennutzung dieser Liegenschaft zu ermöglichen. So war zum Beispiel das militärisch und industriell genutzte Gelände *Schiffbauergasse* in Potsdam bis 1990 der lokalen Öffentlichkeit völlig unbekannt. Erste Ausflüge der Potsdamer Kulturszene in das bisher unzugängliche Gebiet und die Gründung eines Vereins folgten, ein regelmäßiger Kunst- und Kulturbetrieb etablierte sich. Gleichzeitig wurde die Stadt Potsdam selbst auf das Gebiet aufmerksam und es entstand die Idee, den Neubau des *Hans Otto Theaters* dort zu errichten. Mit dem Erwerb von verstreuten Liegenschaften legte die *Landesentwicklungsgesellschaft (LEG)* den Grundstein eines strategischen Konzepts zur kulturellen, städtebaulichen und wirtschaftlichen Entwicklung des Standorts. Heute ist das Areal der *Schiffbauergasse* ein Ort für zeitgenössische Kultur und innovatives Gewerbe. Auch Hightech-Unternehmen

wie der Software-Konzern *Oracle* und das *Volkswagen Design Center* haben sich angesiedelt. Im Jahre 2001 wurde das gesamte Areal der *Schiffbauergasse* als Sanierungsgebiet ausgewiesen, so dass Mittel der Städtebauförderung für die gesamte Infrastruktur in Anspruch genommen werden konnten.

Die *Sanierungsträger Potsdam GmbH*, die als Treuhänder der Landeshauptstadt für die Sanierungsmaßnahme *Schiffbauergasse* zuständig ist, hat mit der kommunalen Wohnungsbaugesellschaft zur „zielgerichteten“ Entwicklung eine Holding gebildet. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 192.)



Kreativität ist nicht beliebig herstellbar, sie braucht Spielräume, das heißt vor allem die Freiheit zur Selbstorganisation.



Öffentliche Wohnungsbaugesellschaften verfolgen, in Zusammenarbeit mit ihren jeweiligen Eigentümern, wohnungspolitische und städtebauliche Ziele. An Strategien, die eine bessere Vermietbarkeit ihres Wohnungsbestandes versprechen, sind sie grundsätzlich interessiert. Die *Gemeinnützige Baugesellschaft Offenbach (GBO)* ist Bauherr und Vermieter des Gründerzentrum *Ostpol* und hat maßgeblich an der Konzeption der Umnutzung der ehemals gewerblich genutzten Gebäude mitgearbeitet. Der „Gründercampus“ wurde mit Hilfe von Zuschüssen aus dem Programm „Soziale Stadt“ als „soziokultureller Drehpunkt“ umgebaut und im Dezember 2006 eröffnet. Auf dem Areal nutzt die Hochschule für Gestaltung Seminarräume, Ateliers und Studentenwohnungen, das *KIZ Gründerzentrum* bietet Beratungsleistungen an und die Jugendmusikschule verfügt über ein eigenes Gebäude, in dem mittlerweile 1.400 Schüler unterrichtet werden. Die GBO hat nicht vorrangig eine kurzfristige Rentabilität ihrer Investition im Blick, sondern will durch ihr Engagement eine Aufwertung des Stadtteils Mathildenviertel in Offenbach erreichen.

Privateigentümer

Privateigentümer, das können Unternehmen wie Privatpersonen sein, besitzen meist nur eine oder wenige Flächen bzw. Gebäude. Sie zeichnen sich in der Regel durch einen engen Bezug zu ihrer Liegenschaft und sehr persönliche Zielvorstellungen für ihre Immobilie aus. Um sie für kulturwirtschaftliche Nutzungen zu gewinnen, sind oft eine intensive Beratung der Eigentümer und ein Zusammenführen mit den potenziellen (Zwischen-)Nutzern erforderlich.

Da größere Investitionen in den Bestand meist ausbleiben, können auch attraktive Renditen mit der Vermietung von Flächen und Gebäuden an

(Zwischen-)Nutzer erzielt werden. Dennoch bieten private Eigentümer nur selten aus eigenem Antrieb ihre leer stehende Liegenschaft Künstlern oder Kulturschaffenden an. Aber es gibt auch Gegenbeispiele. Ein Wiesbadener Bäcker, der selbst bis vor kurzem in seiner Immobilie eine Bäckerei betrieben hat, strebt nun eine Nutzung durch Künstler oder Kulturschaffende an.

Hierzu hat beigetragen, dass durch das Programm „Soziale Stadt“ kulturwirtschaftliche Aspekte in der Quartiersentwicklung eine wichtige Rolle spielen.

In Offenbach hat ein privates Unternehmen einen Teil seines ehemals gewerblich genutzten Standorts für kulturwirtschaftliche und künstlerische Nutzungen angeboten, nämlich das Sozialgebäude der *Allessa Chemie*. Das Gesamtensemble umfasst ein Verwaltungsgebäude inklusive Sozialräume und Lehrwerkstätten und zeichnet sich durch einen markanten Uhrturm aus. Durch Umstrukturierungen und Verlagerung der Produktion in die östlichen Werkteile hat das Sozialgebäude seit einigen Jahren seine Funktion verloren und ist derzeit ungenutzt. Nachdem zunächst der Umzug der Künstlergemeinschaft *MATO-Fabrik* in das Sozialgebäude der *Allessa Chemie* erwogen wurde, wird nun die *Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main (HfG)* das Sozialgebäude nutzen. In dem Gebäude sollen eine Bildhauerwerkstatt, Ateliers für Fotografiestudenten und Seminarräume eingerichtet werden.

Die Bereitschaft, sich auf experimentelle Nutzungen einzulassen, ist besonders gering, wenn mehrere Personen zugleich Eigentümer der Liegenschaft sind und sich unterschiedliche Interessenlagen kreuzen. So zeigen beispielsweise Erbgemeinschaften sehr selten Interesse an alternativen Vermietungskonzepten.

Positiv auf das Zustandekommen einer Zwischennutzung kann sich auswirken, wenn Eigentümer und Nutzer gemeinsame Ziele bewusst werden: Dies kann beispielsweise die Absicht sein, die Lebensqualität im Quartier zu verbessern. Dazu gehören neben einem vielfältigen Angebot auch Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum. Unbelebte Gelände und leere Erdgeschosszonen ziehen meist unerwünschte Erscheinungen nach sich, außerdem senkt dies den Wert der umliegenden Immobilien. Durch Zwischennutzungen profitieren die Eigentümer davon, dass die auf dem Areal präsenten Mieter eine (vielleicht ungewollte) „Wachtmeisterrolle“ übernehmen und so den Vandalismusschaden deutlich verringern.

Insbesondere private Eigentümer entwickeln sowohl zu ihrer Liegenschaft als auch zu den Nutzern ein engeres und vertrauensvolleres Verhältnis, wenn sie in der räumlichen Nähe zur Liegenschaft ihre Wohnung oder ihren Standort haben. Aus einer räumlichen und persönlichen Distanz zur Fläche resultiert meist ein rein wirtschaftliches Handeln. Lebt oder arbeitet der Eigentümer hingegen selbst im Quartier und wünscht er sich eine sinnvolle Nutzung des Gebäudes, spielt die Höhe der möglichen Rendite bei der Überlegung, Zwischennutzern z. B. aus der Kulturwirtschaft Räumlichkeiten zur Verfügung zu stellen, eine untergeordnete Rolle. Wenn zum gleichen Zeitpunkt kein anderer Mieter oder Investor Interesse zeigt, können sich diese Eigentümer durchaus vorstellen, einer ungewöhnlichen Idee eine Chance zu geben, auch wenn diese Nutzung nicht ihren ursprünglichen Vermietungsvorstellungen entspricht. Zum Teil sind aber auch sehr individuelle Aspekte für die Bereitschaft, kulturwirtschaftliche Zwischennutzungen zuzulassen, ausschlaggebend, z. B. die Affinität der Eigentümer zu Kunst und Kultur.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich private Eigentümer mit Bezug zum lokalen Umfeld am ehesten durch quartiersbezogene Aktivierungsstrategien erreichen lassen. Immobiliengesellschaften und Bestandshalter größerer Areale sind erst dann bereit, Zwischennutzungen zu akzeptieren, wenn dies ihre langfristigen Entwicklungsziele und

Renditevorstellungen nicht gefährdet. Wegen des umfassenden Gestaltungs- und Politikanspruchs von Kommunen und Land sind diese in manchen Fällen geneigt, zugunsten von Zielen der Stadtentwicklungspolitik oder der Wirtschaftsförderung auf eine bestmögliche wirtschaftliche Verwertung der eigenen Liegenschaften zu verzichten.



Gründerzentrum Ostpol in Offenbach







3 Auswirkungen auf die kommunale Entwicklung

Die Auswirkungen kulturwirtschaftlicher Nutzungen sind vielfältig und können mit zur Bewältigung sozioökonomischer Herausforderungen unserer Städte beitragen.

In der aktuellen Diskussion um die Zukunft der europäischen Städte geht es im Kern um die Bewältigung von Veränderungen, die durch zwei sozioökonomische Megatrends ausgelöst wurden: erstens der Übergang zur Wissensgesellschaft mit der wachsenden Bedeutung von Vernetzung, dezentralen und interdisziplinären Fähigkeiten und zweitens der demografische Wandel, also Bevölkerungsrückgang und Alterung der Bevölkerung sowie den in dessen Folge entstehenden Leerstand von Flächen, Gebäuden und Infrastruktureinrichtungen.

Bei diesen Entwicklungen wird es Gewinner- und Verliererstädte geben. Ein Indikator für den wachsenden Wettbewerb der Städte und Regionen um Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum ist die große Zahl von Städterankings. Neben dem Vergleich klassischer Standortindikatoren wie Steueraufkommen, Erwerbstätigkeit, Infrastrukturausstattung, Unternehmensstruktur etc. werden in diesen Rankings mittlerweile auch die mit den Stichworten Technologie, Talent und Toleranz beschriebenen Faktoren für die Gewinnung der so genannten kreativen Klasse bewertet. Kreativität wird als neue Wertschöpfungsgrundlage für Städte und Regionen betrachtet. Überregionale Zeitungen nehmen sich ebenfalls dieses Themas an. So hat etwa die Unternehmensberatung *Roland Berger Strategy Consultants* zusammen mit der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* zehn deutsche Städte untersucht, die exemplarisch für kreative Regionen stehen.

3 AUSWIRKUNGEN AUF DIE KOMMUNALE ENTWICKLUNG

Unter dem Titel „Deutschlands lebendigste Städte – wohin zieht die kreative Klasse“ wurde zudem ein umfangreiches Internetportal aufgebaut, das unter anderem die Möglichkeit der Bewertung verschiedener deutscher Städte bot.⁴⁴ Dass städtische Kreativität eine Ressource ist, deren Potenzial für den Stadtumbau noch zu wenig genutzt wird, ist auch Ergebnis einer gemeinsamen Workshop-Reihe des *Instituts für Regionalentwicklung und Strukturplanung (IRS)* und der *Schader-Stiftung*. Die in diesem Zusammenhang im Jahr 2003 formulierten „10 Thesen zur städtischen Kreativität“⁴⁵ zeigen auf, welche Voraussetzungen zur Aktivierung dieses Potenzials notwendig sind.

Das kulturelle Angebot, zu dem auch Leistungen der Kulturwirtschaft zu zählen sind, ist mittlerweile ein allseits anerkannter Standort- und Wirtschaftsfaktor, dessen Förderung ein Instrument zur Profilierung von Regionen, Städten und Stadtquartieren.

Herausragende Kultureinrichtungen wie das *Guggenheim Museum* im spanischen Bilbao können den Aufschwung einer Region unterstützen. Der dortige Entwicklungsprozess von einer Industriebrache zur aufstrebenden Kulturmetropole wird als „Bilbao Effekt“ bezeichnet. Kennzeichnend war hier der hohe Einsatz öffentlicher Mittel, der jedoch hoch rentierlich gewesen sein soll.⁴⁶ Dass öffentliche Kulturförderung als Zukunftsinvestition betrachtet wird, belegen auch Stadtentwicklungskonzeptionen wie das Wiener Museumsviertel oder die Hafencity in Hamburg.

In den „Verliererstädten“ wird der wirtschaftliche und demografische Strukturwandel tief greifende Veränderungen nach sich ziehen. Rückläufige Einwohnerzahlen lassen erwarten, dass die vorhandene Bausubstanz und Infrastruktur mancherorts nicht länger in vollem Umfang benötigt wird. Sichtbarer Gebäudeleerstand von Wohn- oder Gewerbeflächen gilt als der Beginn einer Abwärtsspirale eines Stadtquartiers. Sie besteht aus fortschreitendem Gebäudeverfall, gefolgt von Verwahrlosung des Umfelds und abnehmender Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, negativem Image und schließlich sinkenden Immobilienwerten,



Die Frankfurter „Kreativmeile“ Hanauer Landstraße: Hotel 25 hours und ...



... das Dialogmuseum

44 <http://rangliste.faz.net/staedte/>.

45 Vgl. Liebmann/Robischon (2003).

46 Siehe z. B. die unter www.scholars-on-bilbao.info zusammengefassten Aufsätze.

Die *(Zwischen-)Nutzung* von Gebäudeleerstand durch die kleine Kulturwirtschaft entwickelt einen **attraktiven Kulturraum** für Bürger und Touristen und kann zu Aufwertung und **Imageverbesserung** von Stadtquartieren führen.



die Investitionen in den Bestand unrentabel erscheinen lassen.

In einer sich stetig verändernden Stadt ist Leerstand normal und stellt auch eine Ressource dar. Leerstand bietet Experimentierflächen und Möglichkeitsräume, dies unterstützt die Entwicklung innovativer Projekte, im sozialen wie im gewerblichen Bereich. Kulturschaffende und Kleinunternehmen sind robuste Nutzergruppen, die mangels finanzieller Möglichkeiten Räumlichkeiten mit geringer baulicher, energetischer und ausstattungstechnischer Qualität in Kauf nehmen und befristete Nutzungsvereinbarungen akzeptieren. Immobilieneigentümern bieten Zwischennutzungen, z. B. durch Kreativschaffende, die Chance zu Verträgen mit extrem kurzen Kündigungsfristen, die ihnen die Flexibilität erhalten, für einen solventen Nachfrager kurzfristig über die Fläche verfügen zu können.

Die (Zwischen-)Nutzung von Gebäudeleerstand durch die kleine Kulturwirtschaft produziert jedoch nicht nur Arbeitsräume für die Kreativszene, sie entwickelt auch einen attraktiven Kulturraum für Bürger und Touristen, kann zu einer Aufwertung von Städten und Stadtquartieren führen, trägt zur Imageverbesserung bei und setzt im günstigsten Fall einen nachhaltigen Entwicklungsprozess durch Raumpioniere in Gang.

3.1 Wirtschaftliche Impulse und lokale Ökonomie

Die zunehmende Pluralisierung der Lebensformen, die verstärkte Orientierung an modernen Freizeit- und Lebensstilen und die fortschreitende zeitliche Flexibilisierung im Beruf haben eine neue Art von Nachfrage und neue Konsumbedürfnisse entstehen lassen. Die sich wandelnden Lebensmodelle in der Gesellschaft gehen einher mit vielfältigeren und bunten Angebots-

strukturen in Szenevierteln oder in baukulturell interessanten Groß-Liegenschaften. Künstler, Kulturschaffende und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft tragen durch ihre Produkte und Dienstleistungen zur Profilierung von Städten, Quartieren und Standorten bei und verbessern damit auch die Rahmenbedingungen der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung für andere Marktteilnehmer.

Die kleinteilige Unternehmensstruktur der Kulturwirtschaft benötigt an ihren Standorten mehr Dienstleistungen als einzelne Großunternehmen. Wie die Auswertung der untersuchten Beispiele und der Expertengespräche zeigt, sind indirekte Beschäftigungseffekte in den branchenbegleitenden Dienstleistungen und auch der Gastronomie nicht zu unterschätzen. Darüber hinaus sind Allianzen des Kultur- und Kreativbereichs mit Betrieben anderer Branchen zu beobachten, die von dieser Zusammenarbeit ideell oder materiell profitieren. Der Mehrwert für die Beteiligten ergibt sich vielfach aus persönlichen Kontakten, die zwar in der Branche auch bewusst gepflegt werden, aber nicht gezielt gefördert werden können. Die Kombination von Schuhmacherei und Hammermuseum im Frankfurter Bahnhofsviertel führt neue Kunden in die Werkstatt und neue Interessenten ins Museum.

Bei positiven Rahmenbedingungen entwickeln sich neue Mischungen von Kulturschaffenden, Migranten, Handwerkern und alteingesessenem Gewerbe. Nutzungsgemeinschaften entstehen, die bisher nicht möglich schienen. Über das Gestalten des eigenen Projektes oder Unternehmens hinaus engagiert man sich für den gesamten Standort. Das Agieren in den dazu notwendigen „interdisziplinären Kooperationsprozessen“ fördert die soziale Integration und eine lebendige Quartierskultur.

www.59rivoli.org

Nr. 59, Rue de Rivoli – Chez Robert – electron libre Paris

Vom besetzten Gebäude zum Highlight für Kulturtouristen

Il n'y a pas d'espaces vides

Il n'y a que des espaces prisonniers.

Prisonniers de la spéculation immobilière

Prisonniers de l'incompétence administrative de certains pouvoirs publics

Prisonniers de guéguerres politico-politichiennes

Prisonniers d'une politique territoriale qui favorise la désertification des campagnes.

(2ème manifeste de l'internationale squattiste)

Hintergrund

1999 besetzten die drei Künstler KGB (Kalex, Gaspard und Bruno) die von Crédit Lyonnais und dem französischen Staat liegende gelassene Immobilie. Weitere alternative Künstler kamen hinzu, die bei der Sanierung des heruntergekommenen Gebäudes halfen. Das so entstandene Kollektiv nannte sich Chez Robert, electron libre und organisierte Vernissagen, Performances und Ausstellungen, die für den Publikumsverkehr gratis geöffnet waren. Mit dem Projekt sollte auf die Rechtmäßigkeit einer alternativen Kulturpolitik, eine Art „Demokratisierung“ der Kunst, hingewiesen werden.

Im Februar 2000 legte der französische Staat das erste Mal Beschwerde gegen die Künstler ein. Ihrem Anwalt war es zu verdanken, dass die Schließung zunächst einen Aufschub von sechs Monaten erhielt. Von da an wurde in der Presse vom Phänomen „squart“ – eine Kombination aus „squat“ und „art“ – gesprochen. Durch politische Unterstützung konnte die Zwangsräumung des electron libre hinausgeschoben werden, bis es 2002 sogar von der Stadt zurückgekauft und an den aus den Künstlern konstituierten Verein 59 Rivoli übergeben wurde. Durch diese Legalisierung musste sich die Stadt



59, Rue de Rivoli, Paris (F)

jedoch mit Sicherheitsvorschriften und Normen auseinandersetzen, die nicht eingehalten werden konnten, so dass das Haus 2005 komplett geschlossen wurde.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Eines der ursprünglichen Ziele des anfangs Chez Robert – electron libre genannten Projekts war die Wiederbelebung eines kulturlosen Ortes durch die Bereitstellung von Wohn- und Arbeitsplätzen für Künstler in einer der wichtigsten städtebaulichen Achsen und Einkaufsstraßen im Zentrum von Paris, zumal die Rue de Rivoli an einigen bedeutenden Sehenswürdigkeiten wie dem Louvre und dem Hôtel de Ville (Rathaus) vorbeiführt. Durch ihre prägnante Fassade hebt sich die Nr. 59, Rue de Rivoli deutlich von den umgebenden Fassaden in der Einkaufsstraße ab und hat nicht zuletzt dadurch ihren Bekanntheitsgrad gewonnen.

Nutzung

In der Hausnummer 59, Rue de Rivoli, befinden sich vor allem Ateliers und Galerien für alternative Künstler. Bis zu seiner vorübergehenden Schließung stellte das Projekt mit 40.000 Besuchern im Jahr eines der meistbesuchten Zentren für zeitgenössischen Kunst in Paris dar.

Finanzierung/Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Das Chez Robert – electron libre wurde zunächst mit den (geringen) Eigenmitteln der Künstler finanziert und von seiner Gründung im Jahr 1999 an von einem Künstler-Kollektiv geleitet. Nach der Übernahme durch die Stadt Paris hat sich nun der Verein 59 Rivoli als Träger konstituiert.

Ausblick

Nach Renovierungsarbeiten wird 59, Rue de Rivoli voraussichtlich im Laufe des Jahres 2008 wiedereröffnet.

Kombinationsangebote von Kultur, Kunsthandwerk, Gastronomie, Buchhandel etc., wie sie mittlerweile zahlreich in großen Städten zu finden sind, können neue Nachfragepotenziale mobilisieren oder vorhandene Nachfrage umlenken. Zu den kulturbezogenen Kombinationsangeboten zählen nicht mehr nur die klassischen Kultureinrichtungen und -veranstaltungen in Kombination mit Gastronomie (Museumscafé, Buchladen mit Café etc.), sondern ebenso räumlich konzentrierte Einzelangebote in einschlägigen Kultur- und Szenevierteln der Großstädte, die dem „Way of Life“ entsprechen. Dies sind z. B. Ausstellungen, offene Ateliers, Lesungen, die ergänzt werden durch im Viertel ansässige Cafés und Restaurants, durch Kunsthandwerker sowie einschlägigen Einzelhandel mit alternativen Mode- und Designerartikeln, spezialisierten Buchläden, Wellness-Angeboten. Stadtviertel mit zahlreichen erwerbswirtschaftlichen Anbietern dieser Lifestyle-Produkte und Veranstaltungen der Kulturwirtschaft finden sich mittlerweile in vielen großen hessischen Städten.

Die durch ein kreatives Umfeld angezogenen Kultursiedler tragen, wie bereits in Kapitel 1 dargestellt, also weniger zum Wachstum der Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft selbst bei, sondern zu deren Vermehrung und damit zu indirekten wirtschaftlichen Effekten. Durch diese Akteure werden Impulse für eine verstärkte Flächennachfrage der kreativen Szene selbst und Dritter ausgelöst. So mündet beispielsweise die Zusammenarbeit von jungen Künstlern in selbst organisierte Ausstellungen, die in aufgegebenen gewerblichen Liegenschaften stattfinden. Dies wiederum zieht Publikum an und führt zu einer verstärkten Nachfrage von weiteren Künstlern nach Atelierräumen und Ladenlokalen.

Ein Beispiel der indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen, die von der kleinen Kulturwirtschaft ausgehen, ist die Brückenstraße in Frankfurt-Sachsenhausen unweit des Mains. Sie liegt in einem von Wohnbebauung aus der Gründerzeit geprägten Viertel und entwickelt sich derzeit zur beliebten „Szene-Einkaufsstraße“ – neben der Schweizer Straße, mit exklusiven Läden. Neben schon lange dort existierenden

Angeboten wie dem Krimibuchladen „Die Wendeltreppe“ haben etliche kleine Läden mit Namen wie *drauf + dran*, *designe.kleine*, *ichwareindirndl*, *Lieblingsstücke*, *noa boa*, *champlus* oder *Westsektor* eröffnet. Hier werden Tattoos, avantgardistische Mode von Frankfurter Labels, Accessoires wie Taschen und Schmuck, aber auch Designobjekte und Möbel angeboten oder für 20 Euro Regalfächer als „Präsentationsbox“ für selbst kreierte Produkte vermietet. Auch eine Plakatgalerie und ein Künstleratelier sind ansässig.

In Sachsenhausen wohnt eine zahlungskräftige Klientel, auch aus kreativen Berufen, die die Produktion von Unikaten wertschätzt und bereit ist, auch die Idee mitzubezahlen. Die Kunden sind zwischen 25 bis 55 Jahren und repräsentieren alle Schichten. Jüngere Leute kommen nach Aussagen der Geschäftsinhaber eher selten vorbei.

Daneben gibt es in der Brückenstraße zahlreiche Kneipen, Restaurants und alteingesessene Läden für den täglichen Bedarf wie eine Metzgerei und eine Bäckerei, die ihre Backwaren noch in Eigenproduktion herstellt. Diese profitieren nun von den neuen Geschäften und deren Publikum. Mittlerweile haben sich dort weitere neue Läden mit Mode- und Designlabels, aber auch neue Ateliers, ein Architekturbüro u. a. angesiedelt. Die Kundenfrequenz in der Brückenstraße ist gestiegen, und mit ihr auch die Mieten für die neuen Ladenlokale. Dadurch sind die alteingesessenen Läden vermutlich in ihrer Existenz langfristig bedroht.

Komplementärangebote verstärken die Attraktivität der Kernangebote. Komplementärangebote werden vor, während und nach der Nutzung von Kernangeboten aufgesucht oder konsumiert. Stellt beispielsweise eine Vernissage in Sachsenhausen das kulturelle Kernangebot dar, so wird bei einem Bummel vor der Vernissage der Krimibuchladen besucht oder in einem Modeatelier ein Kleidungsstück erworben, danach schließt sich der Besuch eines angesagten Restaurants oder Cafés an. Kern- und Komplementärangebote haben daher zusammen die Attraktivität des Gesamtangebots eines Standorts.

Die vielschichtigen ökonomischen Wirkungen illustriert das Beispiel des Berliner Projekts „Kolonie Wedding“, das Raum suchende Künstler und Raum besitzende Vermieter zusammengebracht hat, um dem Problem leer stehender Läden in einem Berliner Quartier entgegenzuwirken. Das aus Fördermitteln des Programms „Soziale Stadt“ unterstützte Projekt hat eine Imageverbesserung des Quartiers gerade in jüngeren Bevölkerungskreisen erreicht. Die Instandhaltung der Läden und die Aufwertung des Straßenbildes trugen zu einer Belebung des Quartiers bei, Arbeitsplätze wurden geschaffen, die Anzahl der Vermietungen von Wohnungen im Gebiet nahm zu und der Zuzug einer neuen, studentischen Bewohnerschaft setzte ein. Schließlich konnten innerhalb des Projekts von den Bewohnern getragene kulturelle Aktivitäten initiiert und dadurch eine stärkere Identifikation der Beteiligten mit ihrem Quartier erreicht werden.⁴⁷

Die wirtschaftlichen Auswirkungen kulturwirtschaftlicher Ansiedlungen sind vielfältig und zumeist indirekt. Es kann festgestellt werden, dass eine räumliche Bündelung kulturwirtschaftlicher Angebote, z. B. in einem Quartier, die Einkommenssituation der kulturwirtschaftlichen Akteure selbst verbessert. Es profitieren aber auch die anderen Marktteilnehmer im Quartier von der Anwesenheit dieser Branche. Positive Effekte sind auf der Ebene der Gesamtstadt, des Stadtquartiers und der Liegenschaft zu verzeichnen.

3.2 Auswirkungen auf die Stadt

Brachen und partieller Gebäudeleerstand werden von den Bürgern, den Gewerbetreibenden, den Eigentümern, der Verwaltung und der Politik übereinstimmend als negative Erscheinung betrachtet. Vor allem die sichtbaren Zeichen einer Verwahrlosung werden als Problem gesehen. Folge von geringerer Nutzungsintensität sind zudem steigende Kosten der technischen und sozialen Infrastruktur, deren Betriebskosten auf wenige Nutzer umgelegt werden müssen. Ladenleerstand in den Erdgeschosszonen kann zum „trading-down“ führen, einer Abwärtsspirale von Negativimage, Abwanderung und weiterer Verschlech-

terung der Vermietungschancen. Die Eigentümer der Liegenschaften müssen sinkende Erträge und fallende Immobilienwerte befürchten. Doch auch in Städten ohne Bevölkerungsrückgang und mit Flächennachfrage gibt es Leerstand in zentral gelegenen Stadtteilen, so beispielsweise im Frankfurter Bahnhofsviertel oder in der Hanauer Innenstadt. Zur Minderung der negativen Folgen des Leerstandes können kulturwirtschaftliche Projekte und Initiativen in verschiedener Hinsicht beitragen.

Imageverbesserung und Kulturtourismus

Vielfältige und hochwertige kulturelle Angebote gelten als positiver Standortfaktor im Wettbewerb der Städte und Regionen. Kultur hat generell ein positives Image in der Gesellschaft – auch bei den Personengruppen, die sich persönlich gar nicht für spezifische kulturelle Angebote interessieren.⁴⁸

Die Bedeutung von Kreativität und Kultur als Standortfaktor für die Bestandspflege und Neuansiedlung von Wirtschaftsunternehmen ist als bedeutendes Element in der kommunalen Wirtschaftspolitik akzeptiert. Im Wettbewerb um den Zuzug möglichst gut ausgebildeter und finanzkräftiger Bevölkerungsgruppen ist die positive Außensicht ein entscheidendes Standortvorteil. Auch die ansässigen Bildungs- und Hochschuleinrichtungen profitieren hiervon, da sie als Studienort an Attraktivität gewinnen.

Dank einer vielfältigen und aktiven Kunst- und Kulturszene werden Städte attraktiver für konsumfreudige Touristen, die als wichtiges Reisemotiv z. B. kleine und „eigenentwurfsorientierte Modeboutiquen“, junge Kunstgalerien und interessante Film- und Ausstellungsangebote nennen. „Kulturtourismus lohnt sich für alle“ bedeutet, dass neben den Anbietern von Kulturveranstaltungen und den Gastronomie- und Beherbergungsangeboten auch die Städte und Regionen profitieren. Positive Effekte liegen nicht allein in den erwirtschafteten Umsätzen, sondern auch in den hohen Imageeffekten für einzelne Anbieter wie für die ganze Region. Nach Schätzungen des Deutschen Tourismusverbands wird jährlich durch kulturorientierte Reisen und Städtereisen ein Umsatz von 32 Mrd.

47 Vgl. auch: www.sozialestadt.de/praxisdatenbank/suche/ausgabe.php?id=388�.

48 Mandel (2007).

Euro erwirtschaftet, ca. 45 % des Gesamtumsatzes im Deutschlandtourismus.⁴⁹

Im Allgemeinen verbindet man mit Kulturtourismus Studienreisen zu historischen Gebäuden und Baudenkmalern. Der Kulturtourismus reicht aber weit über den Besuch von Baudenkmalern, Museen, Theater oder Oper hinaus. Aus Sicht des Touristikers umfasst dies kulturelle Ereignisse, historische wie auch moderne Architektur und Kunst, Traditionen, Bräuche und zeitgenössische Alltagskultur und bezieht auch regionale und lokale Identitäten sowie kulturelle Eigenarten und Leistungen mit ein. Je mehr die Menschen einer Region sich mit ihrer Kultur identifizieren, umso lebendiger und umso wirksamer wird die Region ihre Attraktivität nach außen präsentieren können.

Belebung der Innenstadt

Eine durch Unternehmen der kleinen Kulturwirtschaft belebte Innenstadt unterscheidet sich positiv von den üblichen Innenstädten, die meist durch die überall gleichen Handels- und Bekleidungsketten bestimmt werden. So ist eine durch Kultur und Kulturwirtschaft maßgeblich beeinflusste Urbanität mehr und mehr zum Leitbild einer nachhaltigen Stadtentwicklung geworden. Die Immobilienbranche unterstützt diese Auffassung und formuliert, dass „die Dichte vielfältiger Angebote und die Mischung unterschiedlicher Funktionen auf engem Raum sowie deren Verfügbarkeit die Schlüsselfaktoren für die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Städte sind“.⁵⁰

Dies gilt in übertragener Form ebenfalls für Kleinstädte und Dörfer. Auch hier können Unternehmen der Kulturwirtschaft, beispielsweise (kommunale) Kinos in Verbindung mit gastronomischen Angeboten, wichtige Frequenzbringer darstellen und die Ortskerne in ihrer Funktion und Aufenthaltsqualität stärken. Dabei geht es darum, „die schon im Stadtgebiet vorhandenen freizeit- und kulturwirtschaftlichen Angebote und Potenziale räumlich zu einem kleinteilig strukturierten, alltagstauglichen Nutzungsmix zu bündeln“.⁵¹ In diesem Kontext sind sowohl „Treffpunkte“ wie Tankstellen, Angebote der Kulturwirtschaft wie Buchhandel und CD-Shops, die Freizeitwirtschaft mit Tanzschulen

und Fitnesscentern, Gastronomie- und Hotelgewerbe bis hin zu Sprachschulen und spezialisiertem Einzelhandel (z. B. Weinkontor) zu berücksichtigen.

Verringerung des Flächenverbrauchs

Die Nutzung von Brachen, z. B. durch kulturwirtschaftliche Nutzungen im Sinne von Experimentierräumen, auch ergänzt um Wohnen und Gewerbe, stellt ein Potenzial für die Innenentwicklung einer Stadt dar und kann in Summe einen entscheidenden Beitrag zur Verdichtung und damit auch zur Verringerung des Flächenverbrauchs in den Randgebieten der Städte leisten. Die Verringerung des Flächenverbrauchs durch nachhaltige Stadtentwicklung ist eine Zielsetzung, der sich auch die Politik auf Bundes- und europäischer Ebene annimmt. Dabei geht es zuvorderst um ökonomische und ökologische Aspekte des Flächenrecyclings und -managements. So ist auch die zeitgemäße Nutzung von Industriedenkmalern Teil nachhaltiger Stadtentwicklung. Die von der Bundesregierung verabschiedete „Nationale Nachhaltigkeitsstrategie“ benennt flächenpolitische Ziele. Zum einen soll durch eine Mengensteuerung die Neuinanspruchnahme von Flächen begrenzt, und zum anderen mittels einer Qualitätssteuerung durch Innenentwicklung diese Außenbereiche geschont werden. Realisiert werden sollen die Ziele vorrangig mittels Revitalisierung von Brachflächen und das Ausschöpfen von Ausbau-, Umnutzungs- und Wiedernutzungspotenzialen. Die „Mobilisierung von Baulücken, Nachverdichtung und nachträgliche Nutzungsmischung sowie eine multifunktionale und intensive Flächennutzung ist der Schlüssel zu weniger Flächenverbrauch und höherer Qualität der Flächennutzung“.⁵² Da der kleinen Kulturwirtschaft Stadtbrachen und untergenutzte Bestände häufig günstige Rahmenbedingungen bieten, kann deren Ansiedlung auf solchen Flächen einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Stadtentwicklung leisten.

49 Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg in Zusammenarbeit mit TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.) (2005): Leitfadens Kulturtourismus im Land Brandenburg, Potsdam.

50 O. A. (2006): Kultur lockt auch Investoren an. In: Immobilienmarkt-Verlagsbeilage zur Frankfurter Allgemeinen Zeitung, 10.03.2006.

51 Ebert, Ralf/Siegmann, Jörg (2003): Stadtkultur durch Kultur- und Freizeitviertel: Ein struktureller Ansatz zur Stärkung der Innenstädte von Mittelzentren. In: Jahrbuch Stadterneuerung.

52 Nationale Nachhaltigkeitsstrategie unter www.bbr.bund.de.

Die Nutzung von Brachen stellt ein **Potenzial** für die **Innenentwicklung** dar und kann in Summe einen entscheidenden Beitrag zur **Verringerung** des Flächenverbrauchs in den Randgebieten der Stadt leisten.



3.3 Auswirkungen im Quartier

Belebung und Sicherheit

Auf der Ebene des Quartiers zeigen sich positive Effekte kulturwirtschaftlicher Nutzungen in der Belebung des Straßenbilds. Durch Aktivitäten wie regelmäßige Märkte oder Nutzung der Erdgeschosszonen durch neue Läden werden neue Anziehungspunkte für Besucher und Kunden geschaffen. Verstärkter Publikumsverkehr führt nicht nur zu einem subjektiv höheren Sicherheitsempfinden, sondern auch objektiv zu verbesserter Sicherheit im öffentlichen Raum. Da wieder Akteure im Quartier sind, denen an der „Adresse“ etwas liegt, erscheint der Straßenraum gepflegter.

Ein weiteres Beispiel für die starke Belebung, die ein Straßenzug durch künstlerische Aktivitäten erfahren kann, ist das Projekt *Nr. 59, Rue de Rivoli* in Paris. 1999 besetzten die drei Künstler *KGB (Kalex, Gaspard und Bruno)* die von *Crédit Lyonnais* und dem französischen Staat liegende gelassene Immobilie. Weitere alternative Künstler kamen hinzu, die bei der Sanierung des heruntergekommenen Gebäudes halfen. Das so entstandene Kollektiv nannte sich *Chez Robert – electron libre* und organisierte Vernissagen, Performances und Ausstellungen, die für den Publikumsverkehr gratis geöffnet waren. Das Projekt in zentraler Lage und nur wenige Schritte vom *Louvre* entfernt entwickelte sich von einem Geheimtipp alternativer Kunstkenner zu einer touristischen Besucherattraktion. Nach dem Rückkauf der Liegenschaft durch die Stadt und der Durchführung von Renovierungsarbeiten wird das Künstlerhaus 2008 wiedereröffnet. Das Haus ist nun Bestandteil des „offiziellen“ Kulturpflichtprogramms für Paristouristen. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 68.)

Nachfragesteigerung im lokalen Einzelhandel

Akteure der Kulturwirtschaft finden sich häufig in Stadtteilen mit verhältnismäßig hohem Anteil an Migranten. Diese Stadtteile haben in der Regel ein großes Angebot an haushaltsnahen Dienstleistungen, im Lebensmitteleinzelhandel und von kleinen Gastronomiebetrieben mit eher niedrigem Preisniveau und kundenfreundlichen Öffnungszeiten. Die dadurch entstehenden Arbeitsplätze werden (zumindest anfangs) häufig aus dem familiären Umfeld besetzt. Diese besondere Unternehmensform wird dadurch unterstützt, dass Begrenzungen für Ladenöffnungszeiten weitgehend entfallen sind. Das Angebot kommt Künstlern und Kreativen sehr entgegen, da diese unkonventionelle Arbeitszeiten bevorzugen. Von den eher neugierigen, experimentierfreudigen und grundsätzlich an Waren fremder Kulturen interessierten Kunst- und Kulturschaffenden geht eine allgemeine Nachfragesteigerung aus.

Nutzungsvielfalt

Kulturwirtschaftliche Nutzungen befördern die Ansiedlung von Komplementärnutzungen im Quartier, was zur Nutzungsvielfalt beiträgt. So siedeln sich wegen steigender Nachfrage parallel zu und in der Folge von kulturwirtschaftlichen Nutzungen z. B. Gastronomie, Lebensmittel-Einzelhandel, Schneidereien, Buchläden und Anbieter unternehmensnaher Dienstleistungen an. Die Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft sind auf ein funktionierendes Netzwerk von Partner-, Service- und Zulieferunternehmen angewiesen. Auch kulturelle Initiativen, die die temporäre Nutzung von Freiflächen zum Ziel haben, spielen in diesem Zusammenhang eine Rolle. So können beispielsweise durch Nachbarschaftsgärten und künstlerische Nutzung von Brachen wie in Leipzig-Lindenau

Die kulturelle Initiative *stadthalten* Leipzig:

Kunstprojekt zur Imageaufwertung
eines Stadtteils

Hintergrund

Der im Westen der Stadt Leipzig gelegene Stadtteil Lindenau war Jahrzehnte lang ein beliebter Wohnstandort. Das Leben florierte insbesondere um den Lindenauer Markt. Das hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Heute ist Lindenau von einer zurückhaltenden Investitionstätigkeit sowie einer hohen Arbeitslosigkeit betroffen und hat mit einer relativ hohen Leerstandsquote sowie einer zunehmenden Zahl von Baulücken zu kämpfen. Lücken sind häufig negativ besetzt. Sie bilden „Löcher in der Stadt“, sind oftmals verwahrlost oder durch wildes Parken verstellt. Ihr schlechtes Image strahlt auf den Stadtteil aus und beeinflusst die weitere Standortentwicklung erheblich.

An dieser Stelle setzt *stadthalten* an, ein Projekt, das im Rahmen einer Kooperation zwischen der Stadt Leipzig und der Leipziger Jahresausstellung e. V. entwickelt und realisiert worden ist. Dieser „öffentliche Kunstparcours“ erfüllt gleich mehrere Funktionen:

- » Die einzelnen Beiträge werden präsentiert und vorgestellt. Kunst und Kultur im öffentlichen Raum haben dabei eine Magnetwirkung und wecken auch das Interesse von zufällig vorbeilaufenden Passanten.
- » Der Ausstellungsbesucher wird über den Lindenauer Markt durch das Herz des Quartiers geführt. Die positiven Entwicklungen der letzten Jahre werden für den Besucher zusätzlich erleb- und wahrnehmbar.
- » Das Image eines benachteiligten Stadtteils wird aufgewertet.

» Potenzielle Investoren werden durch diese Art der „Flächenbewerbung“ für den Standort Lindenau sensibilisiert.

Bei den Projekten handelt es vielfach um konkrete Stadtumbau-Maßnahmen: Nach einem Abbruch erfolgt eine Begrünung, die Veränderung des Ortes setzt sich dann mit der Etappe Kunst und Kultur fort und mündet langfristig in eine Wiederbebauung.

Im Rahmen der Beschäftigungsförderung wird durch das Projekt darüber hinaus ein Betätigungsfeld für Arbeitslose aus dem Quartier angeboten. Dies kommt der lokalen Ökonomie zugute und führt zu einer größeren Stabilität des Viertels.⁵³



Projekt stadthalten, Leipzig-Lindenau



53 www.urban-leipzig.de/stadthalten/start.html

akute Bedürfnisse der ansässigen Bevölkerung im Quartier befriedigt werden.

Aufwertung und Gentrifizierung

Neben einer Verbesserung der Lebensqualität ist eine verstärkte öffentliche Aufmerksamkeit ein positiver Effekt für das gesamte Quartier, so beispielsweise durch die Kunstaktionen im Stadtteil Leipzig-Lindenau.⁵⁴ Verbucht das Quartier erst einmal einen Imagegewinn, werden mittel- und langfristig neue Mieterschichten angezogen. Zunächst als Problemquartiere eingestufte Stadtteile entwickeln sich zu „In-Quartieren“.

Dieser als Gentrifizierung bezeichnete Prozess kann sowohl Folge ungelenteter Entwicklung als auch Ergebnis planerischer Aufwertungsstrategien sein. Der Gentrifizierungsprozess folgt einem typischen Muster: Wegen der niedrigen Mietpreise wird ein betroffener Stadtteil für „Pioniere“ (Studenten, Künstler, Subkultur etc.) attraktiv. Deren Anwesenheit und Aktivitäten im Quartier werben in einem ersten Schritt den Stadtteil auf, zugleich setzt dies einen Verdrängungsprozess in Gang. Viele Studenten steigen in das Berufsleben ein und verdienen dann deutlich mehr als die Ursprungsbewohner, manche kulturwirtschaftlichen Akteure etablieren sich und bringen zusätzliche Einkommen in den Stadtteil. Investoren sehen Chancen zur Wertsteigerung und es werden erste Häuser und Wohnungen restauriert, ertragsstärkere Nutzungen wie Clubs entstehen. Die Mieten steigen, was alteingesessene Bewohner und Gewerbetreibende verdrängt, die die Mieterhöhungen nicht tragen können. Aber auch neu Eingewanderte, Studenten oder Künstler können sich die höheren Mietpreise oft nicht mehr leisten und siedeln sich in anderen Stadtteilen an. Eine neue, wohlhabendere Klientel zieht ein und setzt andere Lebens- und Produktivitätsstandards im Quartier durch. Immobilienunternehmen entwickeln Interesse am Stadtteil und beginnen, die Häuser auf hohem baulichen Niveau zu sanieren. Die ursprüngliche Bevölkerungsstruktur und der Charakter der Viertel wandeln sich im Zuge des Prozesses grundlegend. Intensität und Umfang von Gentrifizierungsprozessen

variieren in Abhängigkeit vom spezifischen Standort und der Art der Akteure.

Aufwertungsprozesse wie der hier modellhaft beschriebene haben zum Beispiel im ehemaligen Industriegebiet der Hanauer Landstraße im Frankfurter Osten stattgefunden. Die ehemals triste Hanauer Landstraße hat durch diverse Projektentwicklungen eines Immobilieninvestors und Architekten erheblich an Attraktivität gewonnen. Zahlreiche Kreative und Unternehmen der Multimediaindustrie wie Internetfirmen, Werbeagenturen, Modehäuser und Designer, ergänzt um Szeneclubs und Discotheken, haben sich mittlerweile hier niedergelassen. Daneben existieren Autohändler, Designer Outlets und alteingesessene Ladengeschäfte, z. B. für Frankfurter Spezialitäten. Im Zuge der Aufwertung des Straßenzugs sind die Pioniere der ersten Stunde, Künstler und Kulturschaffende, die vor Einsetzen des Investoreninteresses die heruntergekommene Hanauer Landstraße besiedelt hatten, verdrängt worden.

Quartiersplanung und Partizipation

Damit Kreativität und Kultur einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität leisten, sind ein breites Spektrum an Angeboten und die Mitwirkung vieler Menschen aus den unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen notwendig. Aus der Perspektive der Bewohner kann in einem solchen Klima der aktiven Teilhabe an Planungs- und Entscheidungsprozessen ein neues Verständnis für Stadtentwicklung entstehen. Dabei bestehen gute Chancen, in einem gemeinsamen Prozess mit Verwaltung, Handel und Handwerk sowie zivilgesellschaftlichen Akteuren neue Planungsmethoden und Partizipationsformen zu entwickeln und zu erproben, wie es in integrierten Handlungskonzepten zur Stadtentwicklung gefordert wird. So wurde z. B. bei der Erarbeitung des städtebaulichen Rahmenplans im Frankfurter Bahnhofsviertel ein „Ideenlabor“ eingerichtet. In diesem Treffpunkt für alle Interessierten des Bahnhofsviertels fanden Veranstaltungen statt, die Kultur, Information und gastronomisches Angebot verbanden. Arbeitsprinzip war „Planung durch Projekte“, so konnten viele Anwohner, private Hausbesitzer

54 Siehe unter Projekt stadthalten: www.urban-leipzig.de.

und Gewerbetreibende zur aktiven Beteiligung am Planungsprozess motiviert werden.⁵⁵

Bisher gehen lediglich erste „Modellversuche“ neue Wege und versuchen einen „assoziativen Erprobungs-Planungsprozess“. So beispielsweise die Methode des „Permanent breakfast“, das als ein öffentliches Frühstück ein „hervorragendes Werkzeug (sei), um andere Vorstellungen und Modelle zur prinzipiellen Nutzbarkeit öffentlicher Räume auszuweiten“⁵⁶.

Wenn die Beteiligungsbereitschaft von Bürgern und Nutzern an Quartiersplanungsprozessen steigt, sie sich stärker mit dem Quartier identifizieren, kann es insgesamt zu einer Steigerung der Lebens- und Wohnqualität im Quartier kommen.

3.4 Auswirkungen auf die Liegenschaft

Sicherung und Erhalt der Immobilie

Aus Sicht der Stadtentwicklung und der Eigentümer ist Nutzung der beste Weg, um leer stehende Gebäude vor dem Verfall zu bewahren. Die Nutzung von leer stehenden Gebäuden und Flächen verhindert auch Vandalismus wie das Einschlagen der Fensterscheiben, das Aufbrechen von Türen, die Zerstörung von Sanitäranlagen sowie den Verfall der Bausubstanz wie undichte Dächer, feuchtes Mauerwerk und verrottete Haustechnik. Da diese Gebäude sich meist nicht in gutem technischen und baulichen Zustand befinden und die Eigentümer keine Investitionen tätigen können oder wollen, sind robuste Nutzergruppen und Pioniere aus dem künstlerischen und kulturwirtschaftlichen Bereich geeignete Nutzer. Sie akzeptieren auch unfertige oder widrige Gegebenheiten. Kulturwirtschaftliche Nutzer in der Start- bzw. Gründungsphase benötigen wegen ihrer geringen Einkommen und der schwachen Kapitalausstattung besonders günstige Arbeits- und Ausstellungsräume. Wenn die bauliche Substanz in Ordnung und nur ein geringer Mietpreis zu entrichten ist oder bei einer Zwischennutzung lediglich die Betriebskosten zu finanzieren sind, zeigen sie Bereitschaft, mit geringen eigenen Mitteln die Räumlichkeiten für die eigenen Bedürfnisse herzurichten.



basis 2, Gutleutstraße 8-12, Frankfurt am Main

Wenn eine solche, für Nutzer und Eigentümer beiderseits vorteilhafte Situation hergestellt wird, können beispielsweise denkmalgeschützte Industriegebäude und -anlagen erhalten werden. Auch gebäudenaher Freiflächen – sowohl Grün- und Hofflächen als auch öffentliche Plätze – kommen für eine kulturwirtschaftliche Nutzung durch Musiker, Bildhauer oder Objektkünstler in Betracht. In den Medien wird die sichtbare, positive Verbesserung des Straßenbildes durch die Nutzung von ehemals z. B. industriell oder gewerblich genutzten Flächen durch Kultur- und Kreativschaffende häufig als ein „Erwachen“ von Hinterhöfen und Nebengebäuden beschrieben. Oft werden Open-Air-Musikveranstaltungen, Ausstellungen und andere öffentlichkeitswirksame Aktionen durchgeführt, mit denen eine Verbindung zwischen den Tätigkeiten innerhalb der Gebäude und der Öffentlichkeit im Stadtteil oder der Region hergestellt wird.

Verringerung von Unterhaltungskosten

Erwirtschaftet ein Eigentümer mit seinem leer stehenden Gebäude oder Grundstück keinen Ertrag, so hat er dennoch laufende Betriebskosten aufzuwenden. Dabei handelt es sich um Grundsteuer, Pflege- und Instandhaltungskosten, Straßenreinigungsgebühren, Winterdienst und die Beseitigung wilder Müllablagerungen etc. Wenn nur partieller Leerstand besteht, dürfen die Betriebskosten der nicht genutzten Räumlichkeiten rechtlich nicht auf die verbliebenen Mieter umgelegt werden und belasten den Eigentümer. Daher stellt eine Überlassung der Räumlichkeiten lediglich gegen Übernahme der Betriebskosten eine

⁵⁵ www.bahnhofsviertel.net/ideenlabor.html.

⁵⁶ Haydn, Florian/Temel, Robert (Hrsg.) (2006): Temporäre Räume – Konzepte zur Stadtnutzung, Basel u. a.

finanzielle Entlastung des Eigentümers dar und ist ein Anreiz, einer kostengünstigen Nutzung oder befristeten Zwischennutzung zuzustimmen.

Standortqualität

Sicherheitsprobleme vermindern zusätzlich die Standortqualität. Gerade internationale Investoren lassen sich bei ihren Ansiedlungsentscheidungen von Sicherheitserwägungen leiten. Das Sicherheitsempfinden wird von Verwahrlosung und mangelnder Sauberkeit öffentlicher Räume beeinträchtigt. Am Beispiel des Frankfurter Bahnhofsviertels zeigt sich, dass die Kreativ- und Kulturschaffenden auch aus Sicht der Polizei zu mehr Sicherheit im Quartier beitragen. Ihre Aktivitäten führen dazu, dass mehr Besucher ins Quartier kommen, und die verstärkte Präsenz von Menschen im Stadtraum wirkt sich positiv auf die Sicherheitslage aus.

Erhöhung der Vermarktungschancen

Kurzfristig ausgelegte Projekte können die öffentliche Aufmerksamkeit auf einen aktuellen Leerstand lenken. Das Objekt oder die Fläche werden aus einer veränderten Perspektive wahrgenommen. Lagequalitäten können in einem neuen Kontext präsentiert werden und damit zu verbesserten Vermarktungschancen beitragen. Die erhöhte Aufmerksamkeit ist darüber hinaus geeignet, einen Prozess des Umdenkens in Verwaltung, Planung und Immobilienwirtschaft anzustoßen und die Nutzungsmöglichkeiten eines Objekts neu zu bewerten.

Bei einem Ort mit zunächst aufgegebener Nutzung wird durch eine Zwischennutzung ein Imagewechsel herbeigeführt, der dazu beiträgt, neue zahlungskräftige Kundenkreise (z. B. langfristige Mieter) für die Immobilie oder das geplante Bauvorhaben an diesem Standort zu akquirieren. Beispielhaft für einen solchen Prozess ist das Berliner Projekt *Haus des Lehrers*. Das 1964 fertig gestellte Hochhaus mit angeschlossener Kongresshalle am Berliner Alexanderplatz stand nach der Vereinigung der beiden deutschen Staaten leer. Die Interimszeit bis zur endgültigen Entscheidung über die weitere Verwendung nutzte eine „junge, experimentierfreudige Generation“,⁵⁷ die auf der Su-

che nach Arbeits- und Büroräumen war. Die Absicht dieser Mietergemeinschaft, bestehend aus Architekten, Grafikern, Filmemachern und Mediengestaltern, war die Gründung eines kreativen Netzwerks und die Bildung eines selbst organisierten Existenzgründerzentrums. Die Zwischennutzer hatten befristete Einzelmietverträge mit der Bezirksverwaltung Berlin-Mitte geschlossen, mit einem Mietpreis von 8,50 Euro pro m². Ein intensiver Austausch untereinander mündete in eine Vernetzung und Projektkooperationen mit teilweise gegenseitigen Beauftragungen. Die Aktion *Blinkenlights*, bei der die Fassade zu einem interaktiven, digital gesteuerten Lichtpaneel umfunktioniert wurde, machte die Immobilie über die Grenzen Berlins hinaus bekannt. Mitte des Jahres 2001 mussten die rund 60 Mieter ausziehen, da der damalige Eigentümer, der Liegenschaftsfonds Berlin, das Haus verkaufen wollte. Für den neuen Eigentümer, die *BCC Grundstücksgesellschaft bR*, die sich aus der *Wohnungsbaugesellschaft Berlin-Mitte mbH* und der *Raum und Zeit Immobilien GmbH* zusammensetzt, war die Zwischennutzung und der hohe Bekanntheitsgrad der Immobilie ausgesprochen positiv, da nach Abschluss der Sanierung des denkmalgeschützten Gebäudes die Vermietung der Büroflächen zu marktüblichen Preisen erfolgreich funktionierte.

Auch bei Neubauten wird das positive Image der Kultur genutzt. „Wenn z. B. schon vor Fertigstellung eines Neubaus realisiert wird, dass er schwer vermietet werden kann, dann greift man von Eigentümerseite gerne auf vorwiegend kulturelle Zwischennutzungen zurück, um eine Adresse zu bilden und so langfristig etablierte Mieter anzuziehen.“⁵⁸

Entstehung von Nutzungsideen

Eigentümer wissen häufig nicht, was sie mit ihrer leer gebliebenen Liegenschaft anfangen können oder haben zumindest noch sehr unkonkrete Vorstellungen. Daher müssen für ein Areal oft erst Nutzungsalternativen „erdacht“ und entwickelt werden. Mit der Öffnung des Gebäudebestands und der dazugehörigen Grünflächen für Zwischennutzungen wurden gute Erfahrungen gemacht, da hier mittels Aneignung des

57 Aus: Haus des Lehrers & bcc Berlin, Reihe: Die neuen Architekturführer Nr. 87, Berlin 2006.

58 Zwischennutzung: Chance für die Immobilienwirtschaft? Interview mit Dr. Rainer Emenlauer. In: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (Hrsg.) (2007): Urban Pioneers.

Raums durch kreative Personengruppen und kulturwirtschaftliche Akteure neue Nutzungsideen erprobt werden können.

Ein permanenter Dialog mit der Bevölkerung hat beispielsweise beim Projekt Baseler *nt*/areal* einen Prozess der Ideenfindung ausgelöst und begleitet. Nach den dort gemachten Erfahrungen ist auch bei großen Investorenprojekten eine zeitlich begrenzte Nutzung ein geeignetes Instrument zur Überbrückung der Planungszeiträume, das gleichzeitig eine bessere Einschätzung realistischer Entwicklungspfade ermöglicht. „Mit solchen Ansätzen erreicht man zweierlei: Erstens eine rasche Aufwertung dieses unbekanntes Stadtgebiets, was sich positiv auf den Ruf auswirkt,

und zweitens eine positive Standortentwicklung zur besseren Vermarktung dieses Areals.“⁵⁹

Insbesondere bei schwer zu entwickelnden Immobilienstandorten neigen Eigentümer immer mehr dazu, temporäre Nutzungen zuzulassen. Gelegentlich werden temporäre Nutzungen sogar gezielt eingesetzt, weil sie die anschließende Vermarktung erleichtern. Ein solch gezielter Einsatz kulturwirtschaftlicher Zwischennutzer für die wirtschaftlichen Interessen der Eigentümer sollte auf der Grundlage klarer und verbindlicher Vereinbarungen erfolgen, die die Nutzer auch in angemessener Weise am wirtschaftlichen Erfolg der Entwicklung beteiligen.

www.vollderhammer.de

Das *Hammermuseum* Frankfurt

Handwerk und Kultur
unter einem Dach

Hintergrund und Nutzung

Die Schuhmacherei Lenz in Frankfurt beherbergt zugleich Oskar Mahlers Hammermuseum. Es ist die zweitgrößte Hammersammlung Deutschlands. Die Präsentation ist weltweit einzigartig, denn sie bedient sich der Mittel der bildenden Kunst. Hier werden unter anderen Man Ray, Marcel Duchamp, Andy Warhol, Louise Nevelson zitiert, hier werden Bezüge zu den anderen Museen der Stadt geschaffen, hier entstehen Diskussionen über Kunst, hier findet Kunst im Alltag statt, während im Erdgeschoss Maßschuhe von Hand gefertigt oder Schuhe repariert werden. Auch von Oskar Mahler hergestellte Skulpturen, die den Hammer und die Schlagwirkung zum Thema haben, sind dort ausgestellt und können gekauft werden.



Räumliches und kulturelles Umfeld

Das Hammermuseum befindet sich im ersten Stock der Schuhmacherei Lenz in der Münchener Straße in Frankfurt. Kunst im öffentlichen Raum bedeutet aus der Sicht des Initiators, Verantwortung zu übernehmen für einen bestimmten geografischen Punkt, in seinem Fall für das Bahnhofsviertel. Mit der beschriebenen Veränderung der Schuhmacherei laden Mahler und Lenz Menschen, die z. B. in den umliegenden Banken arbeiten, zum Verweilen im Bahnhofsviertel ein. Das ist ihr Beitrag zur Belebung des Viertels.

59 Bürgin, M./Cabane, P. (1999).





4 Rahmenbedingungen kulturwirtschaftlicher Nutzungen

Die kulturwirtschaftliche Nutzung von Stadtbrachen gelingt unter bestimmten rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen und mit Unterstützung in unterschiedlichsten Formen.

Das folgende Kapitel bietet einen Überblick über die wichtigsten rechtlichen und vertraglichen Aspekte kulturwirtschaftlicher Projekte und die für deren Organisation wichtigen Instrumente. Des Weiteren wird die Vielfalt der Formen der Unterstützung kulturwirtschaftlicher Projekte unter Einbeziehung der verfügbaren Förderinstrumente des Landes Hessens und der Kommunen dargestellt. Ziel ist es dabei, einen Instrumentenbaukasten zu erstellen, mit dessen Hilfe Akteure und Flächen im Sinne einer positiven räumlichen und wirtschaftlichen Entwicklung zusammengebracht werden können.

4.1 Allgemeiner rechtlicher Rahmen

Je nach Vorhaben spielen im Kontext einer kulturwirtschaftlichen (Zwischen-)Nutzung von Brachen oder Gebäuden verschiedene Rechtsfragen eine Rolle. Die Spanne reicht von dem Erfordernis einer Baugenehmigung für Anlagen und Nutzungen, Vorschriften, die Veranstaltungen und Bewirtungen regeln, gewerberechtliche Gesichtspunkte sowie miet- und pachtrechtliche Vorgaben. Es sind im Wesentlichen vier Rechtsbereiche, in denen – soweit für das jeweilige Projekt zutreffend – Regelungen getroffen werden müssen:

- » Bauen und Nutzen
- » Veranstalten und Bewirten
- » Gewerbe betreiben
- » Mieten, Pachten, Nutzen

In allen Bereichen ist zudem die Haftungsfrage zu klären. Die Studie: „Suboptimale Nutzungen lieben lernen – ein Beitrag zur integrierten Stadtentwicklung in Hessen“⁶⁰ behandelt die relevanten rechtlichen Aspekte mit Blick auf Zwischennutzungen im Detail.

Die folgende Übersicht listet Faktoren und Kriterien auf, die von den Zwischennutzern während der Planung und Realisierung der jeweiligen Nutzung von Liegenschaften zu berücksichtigen sind.

4.2 Behördliche Genehmigungen

Neben der oft vorsichtigen Haltung der Eigentümerseite bilden vor allem behördliche Vorschriften und Auflagen nach Erfahrung der meisten Initiativen eine zunächst scheinbar unüberwindbare Hürde zur Nutzung leer stehender Flächen oder Gebäude. Häufig befürchten die Akteure, bei ihren meist geringen finanziellen Ressourcen könnten die Kosten für die Erfüllung behördlicher Auflagen die Umsetzung des Projektes gänzlich scheitern lassen.

Generell sollten Zwischennutzungen nicht anders als dauerhafte Nutzungen rechtlich abgesichert werden. Die Problematik der behördlichen Regelungsdichte und der damit zusammenhängenden Standards wird

Abbildung 6: Übersicht der relevanten rechtlichen Anforderungen



Quelle: „Suboptimale Nutzungen lieben lernen – ein Beitrag zur integrierten Stadtentwicklung in Hessen“, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

⁶⁰ Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2007 b): „Suboptimale Nutzungen lieben lernen – Ein Beitrag zur integrierten Stadtentwicklung in Hessen“, bearbeitet von Henning Schwarting, Hessen Agentur und Klaus Overmeyer, Studio UC, Wiesbaden (unveröffentlicht).

Tabelle 4: Zu berücksichtigende Faktoren bei Zwischennutzungsvorhaben

Was	Wie	Wo / welche Bereiche
Grundstückssuche	Kontaktaufnahme mit dem Eigentümer Kontaktaufnahme mit dem Grundbuchamt	Liegenschaftskataster, Liegenschaftsfonds, Baulückenmanagement, Quartiersmanagement, Koordinierungsstelle Flächenmanagement, private Agenturen etc.
Genehmigungen	Klärung der erforderlichen Genehmigungen (Baugenehmigung, Nutzungsänderung, Sondernutzung im öffentlichen Raum, Gaststättenerlaubnis, Veranstaltungsgestattung, Gewerbeanmeldung, Lärmschutz etc.)	Kontaktaufnahme mit der Kommune und/oder evtl. Koordinierungs-/ „Kümmerer“ Organisationen, die die örtlichen Ansprechpartner und die Genehmigungspraxis kennen
Sicherheit	Beachtung von Sicherheitsvorschriften zur Abwendung von Schadensersatzansprüchen	Altlastenbeseitigung (Bodenqualität/Schadstoffe in Gebäuden) Verkehrssicherungspflicht (Hohlräume / Baufälligkeit / Einsturzgefahr/schadhafte Einzäunung, Standfestigkeit, Baumbestand etc.) Brandschutz Instandhaltungspflicht (allgemeiner Zustand der Gebäude und des Grundstücks) Straßenreinigung, Streupflicht (Schnee- und Eisbeseitigung) Versammlungsstättenrichtlinien
Versicherungen	Fast immer notwendig: Haus- und Grundstückshaftpflichtversicherung Veranstalterhaftpflichtversicherung	Evtl. kann die Versicherungspflicht beim Eigentümer verbleiben oder an Dritte (z. B. öffentliche Verwaltung, Projekt- und/oder Sanierungsträger) übertragen werden. Dies bedarf immer einer schriftlichen vertraglichen Regelung.
Grundstücks- und Gebäudekosten	Grundsteuer Pflege- und Instandhaltungskosten Straßenreinigungsgebühren und Winterdienst Beseitigung von Müllablagerungen	Kosten, die unabhängig von der Nutzung anfallen und bei Leerstand vom Eigentümer zu tragen sind. Kostenübernahme durch den Nutzer ist evtl. Motivation für eine Zustimmung zur Zwischennutzung
Finanzierung	Detaillierte Kostenaufstellung und realistische Finanzierungsplanung (wird auch für die Akquise von Fördermitteln benötigt)	Fördermöglichkeiten der Wirtschaftsförderung z. B. bei kommunalen Wirtschaftsförderungsgesellschaften und IHK/HWK Städtebauförderungsprogramme des Landes, des Bundes und der EU Kulturförderung des Landes und der Kommune (z. B.: Atelierprogramme, Kunstpreise, Ausstellungsförderung, Stipendien) Stiftungen

Quelle: Hessen Agentur unter Verwendung von: Urban Pioneers, Berlin 2007

vor allem im Zusammenhang mit temporären Events oder Zwischennutzungen thematisiert, da häufig angenommen wird, an befristete oder nur kurz währende Vorhaben stellten sich geringere Anforderungen als an Dauernutzungen. Die meisten Vorschriften gelten hingegen unabhängig von der Nutzungsdauer und damit auch für temporäre Vorhaben.

Die Einhaltung der an Dauernutzungen orientierten, allgemeinen Standards stellt für Zwischennutzer oft ein finanzielles Problem dar. Aus Kostengründen werden von Zwischennutzern häufig Gebäude bevorzugt, die in einem eher schlechten Zustand sind oder die einen niedrigen Ausstattungsstandard aufweisen. Brandschutzauflagen, wie beispielsweise die Einrich-

Die meisten **Vorschriften** gelten unabhängig von der Nutzungsdauer und damit auch für temporäre **Events**.

Die Einhaltung der an Dauernutzungen orientierten, allgemeinen Standards stellt für Zwischennutzer oft ein **finanzielles Problem** dar.



tung eines Notausgangs im Obergeschoss durch den Anbau einer Treppe, werden vor diesem Hintergrund als nicht zumutbar empfunden und gefährden wegen des damit verbundenen Aufwands das Projekt als Ganzes. In einem solchen Fall kann die strikte Anwendung gesetzlicher Regelungen einem „K.O.-Kriterium“ für (Zwischen-)Nutzungen gleichkommen. Sind behördliche Genehmigungen erforderlich, bestehen allerdings keine pauschalen Ermessensspielräume für eine Privilegierung kulturwirtschaftlicher Projekte. Als hilfreich haben sich frühzeitige Kontaktaufnahme mit den zuständigen Ämtern und ein vertrauensvoller, verlässlicher Umgang aller Beteiligten untereinander erwiesen, da dies die Chancen auf beidseitig akzeptable Lösungen erhöht. So wurde im Rahmen der Workshop-Reihe in den hessischen Modellkommunen deutlich, dass man offen, ehrlich und durchaus auch mit ungewöhnlichen Ideen auf die Behörden zugehen sollte, um gemeinsam an der jeweiligen Umsetzbarkeit zu arbeiten. Oft zeigt sich etwa fehlendes Vertrauen in die Bauaufsicht, obwohl ein frühzeitiges, offenes Vorgehen der einfachste Weg für alle wäre.⁶¹

Angesichts der meist geringen finanziellen Möglichkeiten der Kulturschaffenden sind individuelle und originelle Lösungen notwendig, wobei sich dann an Behördenvertreter die Erwartung richtet, Ermessensspielräume zu nutzen und Vorschriften großzügig auszulegen. Als Alternative zu einer großzügigen Auslegung der Vorschriften wird in der Diskussion oft die „stillschweigende Duldung“ der Nutzungen durch die Behörden vorgeschlagen. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass im Schadensfall eine Amtshaftung der duldenden Behörde eintreten kann. In der Praxis wird daher nur selten von dieser Konstruktion Gebrauch gemacht.

Generelle Rezepte für den Umgang mit den für Zwischennutzungen zuständigen Genehmigungsbehörden gibt es nicht. Es führt kein Weg daran vorbei, in jedem Einzelfall Kontakt mit den Verantwortlichen aufzunehmen, die vorhandenen Spielräume auszuloten (z. B. Beschränkungen der Nutzer- oder Besucherzahlen bei nicht ausreichend vorhandenen Fluchtwegen), flexible Lösungen zu suchen (z. B. Sicherheitsauflagen durch den Einsatz von Aufsichtspersonal zu erfüllen, um dadurch auf bauliche Veränderungen verzichten zu können) oder kostengünstige Alternativen zu finden (z. B. durch Einsatz gebrauchter Maschinen und Ausstattungsgegenstände).

Einige rechtliche Aspekte wurden in den Expertengesprächen mit kulturwirtschaftlichen Akteuren als besonders wichtig thematisiert. Diese werden im Folgenden beschrieben.

Nutzungsänderungen

Eine Nutzungsänderung liegt vor, wenn sich die Funktion der bisherigen zulässigen Verwendung ändert und damit die Genehmigungsvoraussetzungen neu geprüft werden müssen. Dies ist der Fall, wenn sich die neue Nutzung von der vorhergehenden derart unterscheidet, dass sie anderen bauordnungs- oder bauplanungsrechtlichen Anforderungen unterworfen ist, so z. B. die Umwandlung eines Wohnhauses in ein Geschäftshaus. Die Grundlagen einer Nutzungsgenehmigung sind im Baugesetzbuch (BauGB) geregelt. In welchem Fall Nutzungsänderungen in einem formellen Bauantragsverfahren genehmigt oder lediglich mittels einer Anzeige bei der kommunalen Bauaufsicht gemeldet werden müssen, regelt die jeweilige Landesbauordnung.⁶² Baugenehmigungsfreie Vorhaben, wie die Errichtung von Garagen oder Wintergärten, dürfen eine bestimmte Größe nicht über-

61 Schader-Stiftung (2007 b): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Frankfurt am Main am 26./27. Juni 2007.

62 Z. B. Hessische Bauordnung (HBO): www.hessenrecht.hessen.de

Unperfekthaus Essen

Privates kommerzielles Engagement für Kreative und Kulturschaffende

Im Unperfekthaus kann jede(r) eine Geschäftsidee ausprobieren oder versuchen, als Künstler bekannt zu werden. Es fallen dabei keine Miet- und Nebenkosten an, jedoch stehen zahlreiche kostenlosen Hilfen zur Verfügung. Erweist sich die Geschäftsidee als nicht tragfähig, sind keine Schulden entstanden und die nächste Idee kann ausprobiert werden. Auf den sieben Etagen bzw. in 70 Räumen des Unperfekthauses, das wie ein Dorf organisiert ist, finden sich ein Restaurant, Kunstateliers, Werkstätten, Fitnessbereiche, Ruhezonen, mehrere Treffpunkte, Bühnen, ein eigenes kleines Hotel etc. Pauschal werden lediglich 5,50 Euro als Eintritt und Getränke-Flatrate erhoben. Dafür kann beliebig viel Nichtalkoholisches getrunken werden. Dieser Betrag ist also nicht nur als Eintritt, sondern als Beitrag zur Unterstützung aller Projekte, die im Unperfekthaus stattfinden, zu sehen.

Das Unperfekthaus ist ein privates Unternehmen, das Geld verdienen will, damit weitere Projekte finanzierbar werden. Auf öffentliche Fördermittel wird verzichtet. Der Gedanke, der dahinter steht, lautet: „Wenn jeder das mit eigenen Aktivitäten verdiente Geld selbst wieder in neue Projekte steckt, dann ist das besser, als wenn der Staat das Geld erst an sich nimmt und dann mit gewaltigem Verwaltungsaufwand an Leute verteilt, die Förderanträge ausfüllen können.“ Die Umsätze werden über die kommerziellen Angebote wie das Hotel, das Restaurant etc. erzielt sowie über Kunden aus der Wirtschaft, die das Haus für Veranstaltungen gegen Entgelt nutzen.

Nutzungen

Die Fachräume werden vom Haus aus betreut und stehen Nutzern entweder spontan oder nach Voranmeldung zur Verfügung. Nach Absprache können hier auch Kunstwerke ausgestellt werden. Unterstützt werden die Nutzer durch Marketinghilfen für Einzelpersonen, Vereine, Existenzgründer oder Künstler wie auch durch Musikinstrumente, die im Unperfekthaus frei benutzt werden können, aber nicht in andere Räume transportiert werden dürfen. Die Technik steht ebenfalls kostenfrei für Kreative bereit.

Firmen können das Unperfekthaus nutzen, um für ihre Angebote zu werben, entweder indem sie Werbung schalten oder indem sie Projekte im Unperfekthaus betreiben, die für alle nützlich sind und auch einen Werbeeffect für das Unternehmen haben. Dem Unperfekthaus angeschlossen ist ein WG-Hotel, in dem man für ein paar Tage „familiär“ wohnen kann. Man übernachtet z. B. als Firmenteam im Rahmen eines Messeauftritts nicht im Hotel, sondern in einer Wohngemeinschaft. Nicht benötigte Räume erklärt man zum Arbeitsraum, die Mieter und ihre Gäste kommen und gehen jederzeit, Improvisation ist erlaubt.



Unperfekthaus Essen

schreiten. Nur anzuzeigen sind Nutzungsänderungen in Gebieten, für die ein Bebauungsplan vorliegt und beispielsweise die Einrichtung eines Ateliers in einem ehemaligen Ladengeschäft der dort zugelassenen Nutzung entspricht.

Versicherungen

Der Eigentümer von Flächen und Gebäuden ist grundsätzlich für Schäden, die auf seinem Grundstück entstehen, haftbar. Im Rahmen dieser Verkehrssicherungspflicht muss immer dafür gesorgt werden, dass Vorsichtsmaßnahmen zum Schutz von Dritten getroffen sind. Um eventuelle Schadensersatzansprüche abzudecken, ist eine Haus- und Grundstückshaftpflichtversicherung bzw. eine Veranstalterhaftpflichtversicherung für jede Form der Nutzung unverzichtbar.⁶³

Unfallschutz

Zur Absicherung von Unfällen und Verletzungen bei der Ausübung einer Tätigkeit auf einer Brachfläche sollte eine Unfallversicherung abgeschlossen werden. Falls als Nutzer ein Verein auftritt, dessen Tätigkeiten im Interesse der Stadt durchgeführt werden, können diese über den kommunalen Versicherungsschutz mitversichert werden. Darüber hinaus kann eine Gruppenunfallversicherung sinnvoll sein. Wenn der Nutzer als Privatperson handelt, empfiehlt sich der Abschluss einer privaten Unfallversicherung. Lädt der Nutzer andere Gruppen zu sich ein, sollte geprüft werden, ob die Aktion unter das Dach eines bereits versicherten Vereins gestellt werden kann.⁶⁴

Brandschutz

Einen besonders sensiblen Bereich stellt das Thema Brandschutz für viele kulturwirtschaftliche Aktivitäten dar. Brandschutz bedeutet nicht nur Vorhandensein von Feuerlöschern in ausreichender Anzahl, sondern reicht von der Verwendung spezieller feuerresistenter Stoffe für Tischtücher, Bodenbeläge und Wandbehänge bei Veranstaltungen bis hin zu baulichen Maßnahmen für zusätzliche Fluchtwege und Feuertreppen. Brandschutzvorschriften betreffen nicht nur Zwischennutzungen in schlechter Bausubstanz, sondern Raumnutzungen jeder Art.

Alle Gesprächspartner betonten, dass zur Regelung des Brandschutzes eine frühzeitige Beteiligung der jeweils zuständigen Ämter sinnvoll ist. So lassen sich bei vorgesehenen Nutzungen im Erdgeschossbereich wegen der einfachen Fluchtmöglichkeiten häufig finanziell tragbare Möglichkeiten finden, die den Anforderungen genügen. Auch mögliche Nutzungsbeschränkungen für die Obergeschosse, wie beispielsweise im *ORWOhaus*, einem Musikzentrum in Berlin, wo sich nicht mehr als 15 Personen gleichzeitig in den als Proberäumen genutzten Einrichtungen aufhalten dürfen, schaffen zunächst gewisse Freiräume und geben Aufschub, bis die finanziell aufwändigeren Ein- und Anbauten durchgeführt werden können.

Anforderungen bei Veranstaltungen

Bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen mit kulturellen und kulturwirtschaftlichen Nutzungen sind rechtliche Details wie die Konzessionserfordernis bei Alkoholausschank, Auflagen für getrennte Toiletten und die GEMA-Gebühr zu beachten. Kosten für die schon erwähnte Veranstalterhaftpflichtversicherung sind einzukalkulieren. Erhöhte Anforderungen gelten bei Veranstaltungen ab 200 Personen. Veranstaltungen mit weniger Teilnehmern oder als „geschlossene Veranstaltungen“ deklarierte Events unterliegen vereinfachten Regelungen. Einige Städte bieten hierzu Informationen, meist durch das Ordnungsamt.

4.3 Nutzungsvereinbarungen

Die Erfahrungen in den recherchierten Projekten und auch Gespräche mit kulturwirtschaftlichen Akteuren und kommunalen Verantwortlichen zeigen, dass Eigentümer und Nutzer gleichermaßen ein Interesse am Abschluss einer klaren vertraglichen Regelung haben. In Nutzungsvereinbarungen sollten möglichst viele Details schriftlich fixiert werden, um eventuelle Risiken für Eigentümer und Nutzer durch rechtliche Absicherungen zu minimieren. Die vertragliche Gestaltung von Zwischennutzungen ist in hohem Maße einzelfallabhängig. Daher existieren keine allgemein gültigen Musterverträge.

63 Vgl. www.leipziger-osten.de/resources/wiki/download/Freiraum_Flyer_Versicherungen.pdf.

64 Vgl. www.leipziger-osten.de/resources/wiki/download/Freiraum_Flyer_Unfallschutz.pdf.

Gestattungsvereinbarungen

Nachahmenswert ist der in Leipzig beschrittene Weg, Zwischennutzungen in Gestattungsvereinbarungen zu regeln.

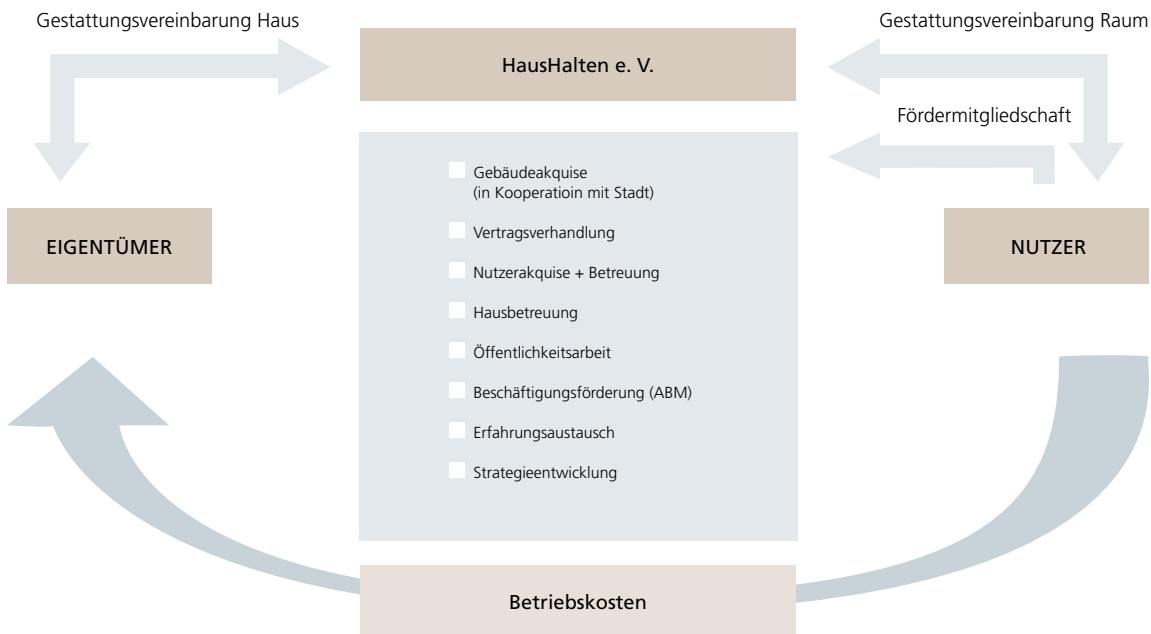
Grundsätzlich wird in Leipzig das Instrument der Zwischennutzung systematisch für Zielsetzungen der Stadtentwicklung eingesetzt. Die dortigen Erfahrungen beziehen sich hauptsächlich auf die Rahmenbedingungen bei der Nutzung von innerstädtischen Freiflächen wie Abrissgrundstücke privater Eigentümer und auf das Projekt *Wächterhäuser*.

Die Initiative *Wächterhäuser* – Träger ist *HausHalten e. V.* – bemüht sich vorrangig um die Erhaltung von innerstädtischen Gebäuden mit baukultureller und städtebaulicher Bedeutung. Zu diesem Zweck werden die Eigentümer beraten und neue Nutzungen akquiriert. Gute Erfahrungen bestehen mit so genannten

Gestattungsvereinbarungen, die mit Hilfe von zwei Teilverträgen die befristete Nutzung zwischen den Beteiligten regeln. Grundlage des Nutzungsverhältnisses ist die „Gestattungsvereinbarung Haus“⁶⁵ zwischen dem Verein *HausHalten e. V.* und dem Eigentümer. Sie beinhaltet Punkte wie Kündigungsfristen, Möglichkeit baulicher Veränderungen, Pflichten des Eigentümers wie auch die Modalitäten der Betriebskostenabrechnung. Sollten in einer vorangehenden Untersuchung bautechnische Mängel und Probleme zu Tage getreten sein, wird ggf. auch deren Behebung festgelegt. Eventuelle Zuschüsse zur Gebäudesicherung durch die Stadt Leipzig erfolgen ebenfalls auf Grundlage der „Gestattungsvereinbarung Haus“. Die „Gestattungsvereinbarung Raum/Fläche“ hingegen wird zwischen Verein und den akquirierten Nutzern geschlossen. So ist der Verein als Mittler zwischen Nutzer und Eigentümer geschaltet.

Abbildung 7: Gemeinnütziger Verein als „Treuhand“

Das Wächterhausmodell



Quelle: Stadt Leipzig, Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung

65 Vollständiger Text unter: www.haushalten-leipzig.de/Papers/Mustervertrag_Gestattung_Haus.pdf.

4 RAHMENBEDINGUNGEN KULTURWIRTSCHAFTLICHER NUTZUNGEN

(Ausführliche Darstellung siehe Seite 104.) Im Einzelnen protokolliert die „Gestattungsvereinbarung Raum/Fläche“⁶⁶ beispielsweise den Zustand des Objekts bei der Überlassung, regelt die Gefahrenübernahme, Schadensersatz- sowie Haftungsfragen. Das Zusammenspiel zwischen Eigentümern, Nutzern und Verein *HausHalten e. V.* bei den *Wächterhäusern* in Leipzig wird in der Abbildung auf der vorangehenden Seite deutlich.

Für die Belange und Anforderungen von rein kulturwirtschaftlichen Nutzern sind diese Gestattungsvereinbarungen ohne Einschränkungen anwendbar und könnten hessischen Städten als Vorbild dienen.

Neben den Erfahrungen mit der Nutzung von Gebäuden hat die Stadt Leipzig sich im Rahmen ihrer

Zielsetzung „mehr Grün, weniger Dichte, mehr Qualität, mehr Individualität“ vor allem mit der befristeten Aktivierung abgeräumter oder brachliegender Baugrundstücke beschäftigt. Wenn auf diesen Flächen eine öffentlich-rechtliche Nutzung vorgesehen ist, werden zwischen Stadt und Eigentümer ebenfalls Gestattungsvereinbarungen abgeschlossen. Das Freiräumen der Fläche übernimmt die Stadt, die Unterhaltungspflege und Verkehrssicherung verbleibt beim Eigentümer. Dieser erhält als Ausgleich einen Grundsteuererlass für die Vertragslaufzeit. Aus Sicht der Stadt handelt es sich hierbei um ein besonders geeignetes Instrument, da der bauplanungsrechtliche status quo erhalten bleibt und im Falle einer vorzeitigen Wiederbebauung der Überlassungsvertrag aufgehoben werden kann.

Im Rahmen dieser Praxis entstand die kulturelle Initiative *stadthalten*⁶⁷. Der Grundgedanke dieses Projektes ist die Verwandlung von „Lücken“ in künstlerisch gestaltete Räume, die für Bewohner, Passanten und ein interessiertes Kunstpublikum zu erlebbaren Orten werden. Mit Hilfe einer öffentlichen Auslobung wurden Künstler und interessierte Personen, Gruppen und Initiativen aufgefordert, Ideen und Beiträge für die zur Verfügung stehenden Areale oder auch Giebelwände zu entwerfen. Sie sollten diese Flächen für zunächst sechs Monate „bespielen“ und dabei einer möglichen Wiederbebauung der Grundstücke nicht entgegenstehen.

stadthalten soll keine Kunstaussstellung im klassischen Sinne sein, denn neben der zeitlichen Befristung wird besonderer Wert auf die Herstellung eines lokalen Bezugs und die aktive Einbindung ansässiger Bewohner und lokaler Akteure gelegt. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 73.)

Die bisherige Praxis der Stadt Leipzig, Gestattungsvereinbarungen für Freiflächen⁶⁸ zwischen Stadt und Nutzern abzuschließen, wird sich allerdings zukünftig ändern. Unter anderem als Reaktion auf die Prüfung durch die zuständige Landesfördermittelverwaltung soll sich die Vertragslaufzeit von bisher 5 Jahren auf mindestens 10 Jahre verdoppeln und eine dingliche



Wächterhäuser in Leipzig

⁶⁶ Vollständiger Text unter: www.haushalten-leipzig.de/Papers/Mustervertrag_Gestattung_Raum.pdf.

⁶⁷ www.urban-leipzig.de/stadthalten/start.html; www.lindenauerstadtteilverein.de.

⁶⁸ Gestattungsvereinbarung der Stadt Leipzig unter: www.leipziger-osten.de/fileadmin/UserFileMounts/Redakteure/Inhaltsbilder/Stadtumbau/Freiraum/Freiraum_Gestattungsvereinbarung.pdf.

Sicherung im Grundbuch vorgeschrieben werden. Die geringer werdenden kommunalen finanziellen Ressourcen, die in einigen Lagen wieder steigenden Grundstückspreise und die damit verbundenen gestiegenen Chancen auf Verwertung und Verkauf sind Faktoren, die eher für eine zukünftige kommunale Zurückhaltung sprechen. Die Initiierung neuer Gestatungsvereinbarungen wird sich daher auf städtebaulich besonders bedeutsame Standorte konzentrieren.

Vermittlung privatrechtlicher Vereinbarungen

Um ungenutzte Grundstücke einer neuen Nutzung auf der Grundlage privatrechtlicher Vereinbarungen zuzuführen, kann die Kommune als Vermittler auftreten. So stellt beispielsweise die von der Stadt Leipzig initiierte Flächenvermittlungsagentur Kontakte zwischen potenziellen Interessenten und Grundstückseigentümern her, baut ein Netzwerk zwischen lokalen Akteuren und Eigentümern auf und unterstützt bzw. moderiert beim Abschluss privatrechtlicher Vereinbarungen. Um die individuelle Vertragsgestaltung dieser privatrechtlichen Vereinbarungen zwischen Eigentümer und Nutzer zu erleichtern, stellt die Leipziger Flächenvermittlungsagentur Handlungsempfehlungen, u. a. zum Thema Vertragsgestaltung, zur Verfügung.⁶⁹ Darin werden Hinweise gegeben, welche Aspekte in einem privatrechtlichen Nutzungsvertrag geklärt werden sollten und welche Rechte und Pflichten mit der Nutzung einer Brachfläche verbunden sind.

Eventnutzungen

Die Durchführung von Veranstaltungen in – wenn auch nur kurzfristig – leer stehenden gewerblichen Objekten bedarf, wie die in den Expertengesprächen formulierten Erfahrungen kulturwirtschaftlicher Akteure zeigen, besonderer vertraglicher Regelungen. So sollten beim Abschluss des Nutzungsvertrages zwischen Eigentümer und Veranstalter unbedingt Versicherungsfragen, Vereinbarungen über den Gebäudezustand bei der Übergabe einschließlich Behebung potenzieller Schäden und die Frage der Betriebskostenübernahme festgehalten werden. Eine Mindestmietdauer von vier Wochen ist vorteilhaft. So kann beispielsweise Werbung für den Event

rechtzeitig an die potenziellen Adressaten versandt werden. Um Beeinträchtigungen und Beschwerden der Nachbarschaft zu vermeiden, empfiehlt es sich, vorab die Anwohner und das Ordnungsamt bzw. die Polizei über die Veranstaltung zu informieren.

4.4 Kommunikations- und Vermittlungsinstrumente

In nahezu allen Projektbeispielen spielten die Kommunikation zwischen Eigentümern und Nutzern sowie unterstützende Vermittlungsinstrumente eine unverzichtbare Rolle.

Zunächst einmal hat die „Vertrauenswürdigkeit“ der Organisatoren eine nicht zu unterschätzende Bedeutung für die Zustimmung der Eigentümer zur Nutzung. Exemplarisch sei auf regelmäßige Präsentationen und Events der *Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main (HfG)* in vorübergehend genutzten Räumlichkeiten hingewiesen. So wurde ein Penthouse in einem der ersten in Offenbach errichteten Hochhäuser „temporär bespielt“. Bereits mehrfach präsentierte die HfG Werke der Absolventen in leer stehenden Ladenlokalen. In der Regel war es im Vorfeld nicht schwierig, die Eigentümer zum Mitmachen zu bewegen. Es komme zwar immer auf den einzelnen Eigentümer an, doch finden sich nach Auskunft von Hochschulvertretern verhältnismäßig leicht „Mitmacher“, wenn das Aufregende und Spannende eines Projektes hervorgehoben wird. Bei der Kontaktaufnahme mit den Eigentümern spielt z. B. die Vertrauensstellung eines Hochschulprofessors eine große Rolle.⁷⁰ Wichtige Faktoren für die Etablierung und das Image solcher temporären Projekte sind auch die konsequente Beachtung von Sicherheitsvorschriften und die einwandfreie Rückgabe der Räumlichkeiten.

Häufig übernehmen neutrale Dritte die Vermittlung zwischen Eigentümer und Nutzer. Sie unterstützen gleichzeitig den Prozess auf Quartiers- und gesamtstädtischer Ebene. Hier haben insbesondere „Kümmerer“ und Quartiersmanagement eine wichtige Funktion. Parallel fungieren sie als Unterstützer und Organisatoren von Arbeits- und Gesprächsplatt-

69 Information der Stadt Leipzig unter: www.leipziger-osten.de/content/stadtumbau/freiraum/

70 Auch das Projekt raumpool e.V. versucht auf diese Anforderung von Eigentümern einzugehen: Eine vertrauenswürdige Organisation bietet Sicherheit für Vermieter und unterstützt Künstler und Kreative bei der Suche von Arbeits- und Ausstellungsräumen (<http://basis-frankfurt.de/de/raumpool>).

formen zwischen etablierten Wirtschaftsunternehmen und der Kulturwirtschaft. Diese sind wichtig, um eine Basis für gemeinsame Auftragsbeziehungen zu schaffen.

Eine umfassende organisatorische und inhaltliche Unterstützung der Beteiligten durch die Kommune ist unverzichtbar. Sie kann eine ämterübergreifende Koordinierungsstelle einrichten, die als „ein“ Ansprechpartner für Initiativen und Projekte der kleinen Kulturwirtschaft agiert, auch wenn mehrere kommunale Ämter einzubeziehen sind. In diesem Zusammenhang ist der Aufbau einer so genannten „One-stop-agency“ zu empfehlen. Dieser Begriff, häufig von den kommunalen Wirtschaftsförderungseinrichtungen verwendet, bezeichnet eine Einrichtung, die Koordination, Hilfestellung und Beratung bei ansiedlungs- und entwicklungsrelevantem Engagement wirtschaftlich orientierter Initiativen bietet. „Aus einer Hand“ werden Kontakte zu Entscheidungsgremien, Behörden und anderen Einrichtungen hergestellt und der Kunde mit allen notwendigen Informationen versorgt.

Wie in der tabellarischen Übersicht der Vermittlungsinstrumente (Tabelle 5) dargestellt, ist eine elementare Voraussetzung der Aktivierung von Raumpotenzialen für die Kulturwirtschaft eine Erfassung der Leerstände und Brachflächen, die den potenziellen Nutzern zugänglich gemacht wird. Mindestanforderung an ein Leerstandskataster ist der Aufbau und die Pflege einer Datenbank leer stehender Flächen, Gebäude sowie ehemaliger Wohn- oder Geschäftsräume mit Informationen zu Größe, Lage, Anzahl der Räume, Ausstattung, Mietpreis, Ansprechpartner einschließlich Fotos und/oder Grundrisse. Die Angaben sollten auf einen Blick Entscheidungshilfe zu möglichen Nutzungen bieten.

Vermittlungsorganisationen

„Freiraum nutzen – Spielraum gewinnen“ ist das Motto der Zwischennutzungsagentur in Berlin.⁷¹ Um das dem Leerstand innewohnende Potenzial nutzbar und Viertel wieder lebendiger zu machen, bedarf es aus deren Sicht „behutsamer, Ressourcen schonender, lokale Entwicklungen berücksichtigen-

der Lösungen – übliche Maklerstrategien greifen hier nicht.“⁷² Die Zwischennutzungsagentur ist seit einigen Jahren in Berlin-Neukölln aktiv. Sie bringt interessierte Vermieter und potenzielle Mieter an einen Tisch mit dem Ziel, Vereinbarungen zu schließen, von denen beide Seiten profitieren.

Zur Anbahnung organisiert die Agentur Besichtigungen leer stehender Räume, bei denen Eigentümer und Hausverwalter mit den Raumsuchenden in Kontakt kommen. Diese „moderierten Objektbegehungen“ werden in regelmäßigen Abständen durchgeführt. Neben der Information über das Objekt liegt der Vorteil solcher Veranstaltungen darin, dass gegenseitige Vorurteile von Eigentümern und potenziellen Nutzern bei dieser Gelegenheit abgebaut werden können.

Wie die Zwischennutzungsagentur in Berlin-Neukölln festgestellt hat, zeigen Eigentümer, die schon seit Jahrzehnten im Besitz einer Immobilie sind, nur eine geringe Bereitschaft, auf den Wandel der Marktverhältnisse zu reagieren. Daneben gibt es aber auch „junge“ Eigentümer, die beispielsweise eine leer stehende Immobilie geerbt haben, nun Beratung suchen und sich selbst an die Zwischennutzungsagentur wenden. Mit Sicherheit besteht auch Bedarf an Informations- und Erfahrungsaustausch der Eigentümer untereinander, den die im Quartier arbeitenden Vermittlungsstellen unterstützen können.

Neben Zwischennutzungsagenturen kümmern sich eine Reihe weiterer Personen und Institutionen um Start-ups der Kulturwirtschaft, um freischaffende Künstler und Kleinunternehmen oder kulturelle Anbieter. Diese Betreuung entspricht inhaltlich in etwa der von Zwischennutzungsagenturen. Zu nennen sind hier Quartierskuratoren, Quartiersmanager, Stadtteilarchitekten, Planungsbüros, Entwicklungsgesellschaften, Sanierungstreuhänder, Manager von Gründerzentren und Stadtverwaltungen (z. B. Wirtschaftsförderung oder Liegenschaftsverwaltung). Die Finanzierung dieser Vermittlungstätigkeit erfolgt meist durch Fördermittel aus Landes- und Bundesprogrammen, durch kommunale Unterstützungsleistungen, aber auch durch die Eigentümer oder Nutzerge-

⁷¹ www.zwischennutzungsagentur.de.

⁷² Aus: Schader-Stiftung (2007 c): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Gießen am 30./31. August 2007.

meinschaften selbst. Die Vielfalt dieses Engagements belegt die hohe Relevanz organisatorischer, administrativer und inhaltlicher Unterstützung für die Akteure der Kulturwirtschaft.

Unter den recherchierten Projektbeispielen finden sich auch Organisationen, deren Ziel es ist, leer stehende private Einzelliegenschaften an Kulturschaffende zu vermitteln. Dabei treten solche Initiatoren nicht nur als Vermittler auf, sondern in einigen Fällen auch als Hauptmieter. Dadurch können sie eine große Liegenschaft gegen eine relativ geringe pauschale Miete komplett übernehmen, um dann einzelne Arbeitsräume und Teilflächen günstig an Kreative und kulturwirtschaftliche Unternehmen weiter zu vermieten. Nur durch die Vorarbeit einer Quartierskuratorin konnte das Projekt *Waschsalon* des Vereins *Kunst-raum Westend* e. V. in Wiesbaden umgesetzt werden. Die temporäre Bespielung dieses Leerstands durch Ausstellungen und Diskussionsveranstaltungen erhöhte den Bekanntheitsgrad des Objekts und ermöglichte den Kulturschaffenden eine kostengünstige öffentliche Präsentation ihrer Arbeiten. Der Kontakt zur Eigentümerin des ehemaligen, seit einiger Zeit leer stehenden Waschsalons kam über private Beziehungen zustande. Vertrauensbildende Maßnahmen waren nötig, um die Hauseigentümerin schließlich von der Idee der vorübergehenden Nutzung zu überzeugen. Zwischen Verein und Eigentümerin wurde ein Nutzungsvertrag geschlossen, der die Entrichtung einer Betriebskostenpauschale vorsieht, jedoch keine monatliche Mietzahlung. Trotz der positiven Resonanz auf die monatlich stattfindenden, meist gut besuchten Veranstaltungen und der mit diesen Aktionen erreichten Aufwertung des Objekts steht die Zukunft des Projektes in Frage.

Makler als Beratungsunternehmen

Makler und Immobilienverwalter können sich als Beratungsunternehmen und aktive Mitgestalter verstehen. Bei der Vermittlung von Räumlichkeiten für Büros, Geschäfte etc. achten sie auf das Umfeld, auf Branchenvielfalt, auf Angebot und Nachfrage. Neue Mieter sollen ins Umfeld passen und insgesamt

Tabelle 5: Übersicht der Instrumente im Vermittlungsprozess zwischen Eigentümer und Nutzer

Instrument	Aktion und Ziel
Leerstandskataster (Stadt- oder Stadtteilebene)	Erfassung von Gebäuden mit Teil- und Totaleerstand, ergänzt um Grundstücksangaben, Bauzustand, vormalige Nutzung, Nutzungsmöglichkeiten, Eigentümer / Ansprechpartner
Bestandsanalyse des Quartiers	Leerstandskartierung, qualitative Standortbewertung, Mikrostandort definieren
Moderierte Objektbegehung	Besichtigung der Räumlichkeiten mit Gruppen von Eigentümern und Raumsuchenden; Kennenlernen und gegenseitiges Vernetzen; Abbau von Vorurteilen
Kommunikationsstrategie Kreativ- und Kulturschaffende	Chance, das eigene Vorhaben zu realisieren und zugleich Chance, durch die eigene Arbeit das Quartier voranzubringen
Kommunikationsstrategie Eigentümer	Verdeutlichung der Notwendigkeit, das kulturelle, soziale und ökonomische Kapital im lokalen Raum zu mobilisieren; positive Effekte einer Zwischennutzung deutlich machen; Exposé für Mikrostandort erstellen
Internetseite für potenzielle Nutzer und Eigentümer	Datenbank mit den zur Verfügung stehenden Räumen und den Anforderungen der Nutzungsinteressierten
Beratung der Eigentümer	Information über Förderprogramme; Angaben über ökonomische Verhältnisse im Quartier; Bau- und Planungsfragen im Zusammenhang mit Sanierungsbedarf; Unterstützung eines Netzwerks der „leerstandsbelasteten“ Eigentümer
Beratung (Start-up-) Unternehmer	Erstberatung zum Standort – Chancen, Möglichkeiten, Geschäftsidee; Information über Förderprogramme; Netzwerkpflege mit Wirtschaftsfördereinrichtungen; Vermittlung in lokale Netzwerke
Unterstützung bei Vertragsformulierung	Starternutzungen mit meist 1-Jahres-Verträgen (0,5 bis 1 Euro pro m ²); Eventnutzungen gegen Betriebskosten; Verzicht auf Standardverträge, je nach Haus sind individuelle Verträge zu verhandeln
Öffentlichkeitsarbeit	Thematische Workshops und Bürgerveranstaltungen mit dem Ziel der „Recodierung des sozialkulturellen Erscheinungsbildes“ ⁷³
Quartiers-spaziergänge	Bewusstseins-schaffung durch „genaues Hinsehen“ im Quartier; Plattform für eher nicht medial erreichbare Personengruppen (z. B. alteingesessene Eigentümer)

Quelle: Hessen Agentur

73 Ebd.



Projekt Kulturzone,
Wilhelmstraße 10, Wiesbaden

zur Attraktivitätssteigerung der Umgebung und somit auch zum positiven Gesamtbild der Stadt beitragen. Ein Beispiel für diese Strategie engagierter Immobilienbetreuungsgesellschaften ist das Projekt *Kulturzone* in Wiesbaden. Bei der Nutzung einer leer stehenden Gewerbeimmobilie in sehr guter Wiesbadener Geschäftslage als temporäre Kommunikationsplattform haben die *Steinbauer Immobilien KG* und die Agentur *visuelleprojekte KG* mit verschiedenen Künstlern zusammengearbeitet. Die in unmittelbarer Nachbarschaft ansässigen Gewerbetreibenden und deren Interessenvertretungen legten die Veranstaltungsthemen mit fest. Dies ist nach Ansicht der Organisatoren unverzichtbar, um ein individuelles Profil des Veranstaltungsortes und die Akzeptanz des Umfeldes zu erreichen.

Leerstandsmanagement

Das in den letzten Jahren von einigen Städten aufgebaute Ladenleerstandsmanagement lenkt ebenfalls Aufmerksamkeit auf Raumpotenziale. Tätig wird hier meist nicht der Immobilieneigentümer bzw. dessen Beauftragter, sondern die Kommune. Dabei geht es in erster Linie nicht um die Unterstützung der Kulturwirtschaft durch das Vermitteln von möglichst preisgünstigen Arbeits- und Ausstellungsräumlichkeiten – auch wenn sie potenzielle Adressatin dieser Projekte ist – sondern um die Abmilderung von so

genannten „Trading-down-Prozessen“⁷⁴ in Geschäftsviertel.

Am Beginn einer solchen kommunalen Initiative sollte die Analyse des vorherrschenden Leerstandstyps stehen. Für die Entwicklung der Lösungsstrategie ist es von Bedeutung, zwischen strukturellem Leerstand in Abwanderungsgebieten, Leerstand in Folge von bereits ungenutzten Gebäuden bei wegbrechenden Ankermietern oder Umbruchsleerstand aufgrund sich verlagernder Frequenzen, z. B. durch ein neues Einkaufszentrum, zu unterscheiden. Die auf der Analyse basierende Bandbreite von Nutzungskonzepten zur Wiederbelebung von Leerstandslagen reicht vom Event über Testnutzungen durch Designstudenten bis hin zur gezielten Vermarktung und Etablierung eines gesamten Viertels als Freizeitstandort.⁷⁵

Die Erkenntnis, dass Ladenleerstände und die damit einhergehenden negativen Begleiterscheinungen sich als ernsthaftes Problem für einzelne Geschäftsstraßen und damit für das Gesamtbild einer Stadt entwickeln können, führt beispielsweise in Hanau zu einem verstärkten Engagement der kommunalen Wirtschaftsförderung. Diese wirbt mit einem Vertriebskonzept aktiv für die Nutzung freier Ladenlokale.

Wettbewerbe

Um auf unter- oder ungenutzte Raumpotenziale hinzuweisen und gleichzeitig verbindliche Konzepte für Kultur- und Kreativschaffende zu entwickeln, eignen sich aus Sicht zahlreicher Gesprächspartner ganz besonders Wettbewerbe. Sie tragen effektiv zur Implementierung von Zwischennutzungskonzeptionen bei. Durch eine derartige öffentlichkeitswirksame Form im Umgang mit Leerständen und Brachen wird auch auf Seiten der Kulturschaffenden und Raumpioniere die Motivation zur Entwicklung neuer Projekte gestärkt.

So ging der Nutzung einer aufgelassenen und für eine Zwischennutzung vorgesehenen Halle der *Nederlandsche Droogdok en Scheepsbouw Maatschappij (NDSM)* auf dem 1984 stillgelegten Werftgelände am Nordufer der IJssel im Norden Amsterdams ein städtischer Wettbewerb voraus. Die Organisation *Kinetisch Noord*, die sich aus dem ehemaligen Hausbesetzer-

74 „Verflachen des Waren- und Serviceangebotes, des Ladenbaus, der Werbung und des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten, letztlich also eine Qualitätsverschlechterung des Standortes“.

Aus: www.raumplanung.uni-dortmund.de/gwp/download/dlfiles/EHSE/Ladenleerstand_Nitz.pdf.

75 Vgl. DSSW-Studie: Leerstandsmanagement in Geschäftsstraßen. Weitere Hinweise unter: www.dssw.de.

Häufig übernehmen **neutrale Dritte** die Vermittlung zwischen Eigentümer und Nutzer. Sie unterstützen zugleich den Prozess auf Quartiers- und gesamtstädtischer Ebene. Hier haben insbesondere „**Kümmerer**“ und **Quartiersmanagement** eine wichtige Funktion.



milieu gebildet hatte, gewann den Wettbewerb mit einem Konzept, welches die Einteilung der 20.000 m² großen Halle in thematische Zonen vorsah. Unternehmen der Kreativwirtschaft, Künstler, Handwerker und Jugendprojekte können sich als Einzelpersonen oder unabhängige Organisationen bei *Kinetisch Noord* um preiswerte Raumangebote bewerben. Die ehemalige Schiffsbauhalle wurde so auf der Grundlage eines prämierten Konzepts und durch Abschluss eines 10-jährigen-Nutzungsvertrages sowohl zur Förderung der städtischen Kulturwirtschaft wieder belebt als auch Keimzelle für ein städtisches Entwicklungsbiet. In der Folge wurde eine benachbarte ehemalige Holzlagerhalle 2007 zur Zentrale von *MTV Benelux* umgebaut. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 98.)

4.5 Selbstorganisation der kleinen Kulturwirtschaft

Wie die ausgewerteten Projektbeispiele und Ergebnisse der Expertengespräche verdeutlichen, hat die Organisationsfähigkeit der kleinen Kulturwirtschaft einen hohen Stellenwert für die Aktivierung von Raumpotenzialen. Gleichzeitig ergeben sich aus mangelnder Organisationsfähigkeit immer wieder neue Hemmnisse und Verzögerungen im Zwischennutzungsprozess. Hier liegt eine Schwäche der Kreativen und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft. Sie sind oftmals nicht oder nur schwach organisiert, weil sie dies aufgrund ihrer individualistischen Grundhaltung grundsätzlich ablehnen oder weil der notwendige Zeitaufwand von keinem der Akteure erbracht werden kann. Demgegenüber wurden viele Beispiele für die positive Wirkung zentraler Ansprechpartner auf Seiten der Nutzer ermittelt. Sie sind ausgesprochen hilfreich, um die Kommunikation mit Vermittlungsstellen und

Eigentümern von Liegenschaften zu erleichtern. So haben sich Kleinstunternehmen und Kulturschaffende im Frankfurter Bahnhofsviertel im Verein *basis e. V.* organisiert. Zwei Personen fungieren als Kuratoren und vertreten den Verein in der Öffentlichkeit. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 120.) Die Bildung eines Vereins ist jedoch nicht unbedingt notwendig. Auch die Formierung einer Interessengemeinschaft mit festem Ansprechpartner oder die Benennung von Gruppensprechern gewährleistet, dass Eigentümer oder Kommune nicht gezwungen sind, mit einer Vielzahl von Einzelpersonen z. B. über die Nutzung von Räumen in einer aufgelassenen Liegenschaft zu verhandeln.

Eine wichtige Position im Kontext selbstorganisierter Strukturen haben so genannte „Intermediäre“, die sich zunehmender Beliebtheit erfreuen. An diesen Vermittlungsorganisationen mit Scharnierfunktion zwischen Kommunen, Eigentümern und Kulturschaffenden beteiligen sich vielfach die Kulturschaffenden selbst, daneben auch Wirtschaftsförderer oder Makler. Ob sie diese Aufgabe als privates Unternehmen (z. B. Planungsbüro), als Nutzervereinigung oder öffentliche Stelle (z. B. kommunale Wirtschaftsförderungseinrichtung) wahrnehmen, ist nicht von ausschlaggebender Bedeutung. Von den jeweiligen Gegebenheiten vor Ort hängt ab, welches Modell sich anbietet und umgesetzt werden kann. Wichtig ist die Sicherstellung von Kontinuität, fachlicher Kompetenz, breiter Akzeptanz, Kooperationsbereitschaft und vielfältigem Informationszugang. So wird derzeit in Gießen z. B. eine so genannte *Kümmerei* installiert, deren Personal sich aus der Kulturwirtschaft selbst rekrutiert.

Eine Systematisierung im Überblick stellt die Tabelle 6 dar.

4.6 Unterstützungsformen

Nahezu jedes der recherchierten Projektbeispiele erhält Unterstützung durch die öffentliche Hand, profitiert aber auch von privatem Engagement. Der Bogen spannt sich von finanzieller Unterstützung durch Förderprogramme über „nicht monetäre“ Hilfen im

Sinne von Mäzenatentum, Patenschaft, Wegbereitern oder „Türöffnern“ bis zur kostenfreien Überlassung von Flächen und der Werbung durch kommunale Einrichtungen. Je integrierter eine Kommune vorgeht, desto mehr Möglichkeiten hat sie, die verschiedenen Formen der Unterstützung miteinander zu kombinieren.

Tabelle 6: Organisationsformen von Nutzern, Eigentümern und Vermittlern

ORGANISATIONSFORMEN NUTZER		
Organisationsform	Projektbeispiel	Bemerkung
Nicht organisiert	Mato-Fabrik (Offenbach)	Künstlerinitiative in Selbstorganisation
Interessengemeinschaft (IG)	Rote Fabrik (Zürich)	
Eingetragener Verein	Kuenstlich (Lich), Kolonie Wedding (Berlin), atelier frankfurt, <i>basis</i> e. V. (Frankfurt am Main), haushalten (Leipzig), Kulturfabrik Salzmann (Kassel), Walkmühle Wiesbaden	
GbR	Heikonaut (Berlin)	Nutzer gründen eine GbR.
GmbH	Kulturbrauerei (Berlin)	Nutzer gründen eine GmbH.

ORGANISATIONSFORMEN EIGENTÜMER		
Organisationsform	Projektbeispiel	Bemerkung
Private Einzelperson	<i>Unperfekthaus</i> (Essen)	Privater Eigentümer stellt Gebäude zur Verfügung – ohne Gewinninteresse.
GbR	<i>Wackerfabrik</i> (Mühlthal)	Unternehmensform des Eigentümers
GmbH	Speicher XI (Bremen), Radialsystem (Berlin), Walzwerk (Pulheim)	Wohnungsbaugesellschaft
Stiftung	Kulturfabrik Frankfurt-Sachsenhausen	
Grundstücksgesellschaft	Backfabrik Berlin	
Öffentlicher Eigentümer	triebWerk (Halle), Gründerzentrum Ostpol (Offenbach), Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen	Initiative einer Hochschule, kommunale Gesellschaft bzw. Verein als Träger

ORGANISATIONSFORMEN VERMITTLER		
Organisationsform	Projektbeispiel	Bemerkung
Privates Unternehmen (gewerblich)	Kulturzone Wiesbaden	Immobilien-gesellschaft, Veranstaltungs-agenturen, Planungs- und Eventbüros
Privates Unternehmen (gemeinnützig)	Artspace (USA)	Eigentümer
Kommunale Stelle	Speicher XI (Bremen)	Wohnungsbaugesellschaft ist Eigentümer.
Lokales Programm-management	Wiesbaden-Biebrich, Zwischennutzungs-agentur (Berlin-Neukölln) Huddersfield (GB), Heerlen (NL)	Von Städtebauförderungsprogrammen finanziertes Quartiersmanagement kann selbst tätig werden oder Agenturen mit dieser Aufgabe betrauen.
Verein	<i>basis e. V.</i> (Frankfurt am Main)	Zusammenschluss von Kunstschaffenden, deren Ziel die Schaffung und Vermittlung von Arbeits- und Ausstellungsmöglichkeiten ist.

Quelle: Hessen Agentur

ren. Auch das „Zulassen“ oder die Duldung ungewöhnlicher Aktionen von Kulturschaffenden ist eine nicht zu unterschätzende Form öffentlicher Hilfestellung.

Der erfolgreiche Einsatz der nachfolgend dargestellten Unterstützungsformen setzt einen politischen Konsens zur Förderung der lokalen Kulturwirtschaft auf kommunaler Ebene und eine umfassende Bestandsaufnahme der lokalen kulturwirtschaftlichen Initiativen und Projekte voraus. Wie bereits dargestellt, sollte eine Erfassung der Leerstände und Brachflächen erstellt bzw. regelmäßig aktualisiert und den potenziellen Nutzern zugänglich gemacht werden. Nur wenn diese Grundvoraussetzungen in einer Kommune gegeben sind, kann eine systematische Förderung der Kulturwirtschaft durch die Aktivierung von Raumpotenzialen realisiert werden.

Förderung durch Mentoren in den Kommunen

Mitarbeiter, die über gute Kontakte zur kreativen Szene verfügen und Verständnis für die Situation Kulturschaffender haben, sind eher in der Lage, flexible Lösungen für scheinbar unüberwindliche administrative Anforderungen zu entwickeln. Sie können beispielsweise Unterstützung bei der Erstellung von Förderanträgen und Finanzierungsplänen leisten, kennen Wege, die Ermessensspielräume der Verwaltung auszuschöpfen und nutzen vorhandene Kommunikationsstrukturen. Voraussetzung für diese Art von Unterstützung ist ein in der Institution vorhandenes offenes Klima im Hinblick auf die Förderung von Akteuren der Kulturwirtschaft.

Förderung von Vermittlungsstrukturen

Strategien kommunaler Förderung können sich auf die Einrichtung von Koordinierungsstellen und/oder Beauftragung von Betreuungs-, Beratungs- und Coaching-Dienstleistungen der öffentlichen Hand erstrecken, z. B. im Rahmen von Städtebauförderungsprogrammen oder auf Regionalebene innerhalb

Nahezu jedes der recherchierten **Projektbeispiele** erhält **Unterstützung** durch die öffentliche Hand, profitiert aber auch von privatem Engagement.



der Förderung ländlicher Entwicklung in Hessen. Handlungsträger können Quartierskuratoren, Stadtteilmanager, Zwischennutzungsagenturen, Regionalmanager etc. sein. Auch die direkte Abordnung von kommunalem Personal an Einrichtungen, die diese Aufgaben übernehmen, gehört zu dieser Unterstützungskategorie. Beispielhafte Tätigkeitsfelder sind neben der Beratung der Akteure, die Erarbeitung, Führung und Pflege eines Leerstandskatasters, eines Flächenpools oder auch der Aufbau einer virtuellen Plattform für Leerstand und Nutzer. Erfolgreiche Vermittler dieser Art sind die Zwischennutzungsagentur in Berlin-Neukölln wie auch Quartierskuratoren und Stadtteilmanager in den Wiesbadener Stadtteilen Inneres Westend und Biebrich.

Öffentliche und private Finanzhilfen

Eine Förderung von Bauinvestitionen einschließlich der partiellen oder vollständigen Übernahme von Raumkosten kommt primär für dauerhafte Projekte in Frage, zumal sich das Antrags-, Auszahlungs- und Verwendungsnachweisverfahren nur für größere Beträge lohnt. Oft ist auch die Dauerhaftigkeit der Investition (z. B. Zweckbindungsfrist) nachzuweisen wie im Falle der Gründer- oder Kulturzentren. Beispiele sind das *Zentrum für High Tech und Kultur* in Wetzlar oder auch der Umbau des alten Eschweger Elektrizitätswerks zu einer Kulturfabrik.

Finanzhilfen kommen oftmals Aktionen mit kurzer Laufzeit oder temporären Projekten zugute oder werden in der Startphase als einmalige Anschubfinanzierung erbracht. Die dabei eingesetzten Finanzmittel rekrutieren sich aus Spenden, Stiftungsgeldern, Lottomitteln oder aus Kulturfonds. Ein Beispiel dafür ist das Musikzentrum *ORWOhaus* in Berlin, ein ehemaliges Industriegebäude, in dem Bands Proberäume mieten

können. 2006 erhielt es eine Anschubfinanzierung der „Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin“ in Höhe von einer Million Euro. Diese ermöglicht langfristig das Betreiben der Einrichtung ohne staatliche Subventionen. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 40.)

Der zweite Hessische Kulturwirtschaftsbericht⁷⁶ belegt, wie umfangreich das Engagement von Stiftungen und Sponsoren für Kulturprojekte sein kann. Rund 12 Millionen Euro an Stiftungserträgen und Spenden sowie rund 27 Millionen Euro Sponsorengelder von Unternehmen flossen im Jahr 2002 in hessische Kulturprojekte.

Kommunale Mobilisierungsförderung

Unter Mobilisierungsförderung sind alle Anstrengungen zu verstehen, die die Schaffung von Experimentierflächen und Möglichkeitsräumen zum Ziel haben. Zur Umsetzung können Konzepte und Masterpläne dienen, in denen Kommunen die entsprechenden Ziele und Maßnahmen explizit artikulieren. Eine weitere Umsetzungsstrategie sind Wettbewerbe um die beste Konzeption für eine befristete Zwischennutzung, wie sie beispielsweise im Vorfeld der Zwischennutzung des *NDSM-Werfts* in Amsterdam und für Teilflächen auf dem *nt*/areal* in Basel durchgeführt wurden. Andere Städte räumen planungs- und bauordnungsrechtliche Hemmnisse aus dem Weg. Mobilisierungsförderung durch Festlegung auf Konzepte und Organisationsform für den Zeitraum der Nutzung schafft sowohl für die Eigentümer der Liegenschaften als auch für (Zwischen-)Nutzer und für die Kommune selbst Verbindlichkeit.

Zum Zweck der Mobilisierung können sowohl größere Areale für einen befristeten Zeitraum „aktiv“ vom Markt genommen werden, um kreativem Potenzial Entfaltungsmöglichkeiten zu bieten, als auch einzelne

⁷⁶ Piesk, Susanne/Giebel, Regina (2005): Kultursponsoring und Mäzenatentum in Hessen, 2. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.

Gebäude oder kleinere Gebäudeensemble Kulturschaffenden und Kleinunternehmen als „Brutkasten“ zur Verfügung gestellt werden. Beispielhafte Maßnahmen im Einzelnen sind die kostenlose Überlassung von kommunalen Räumen und Flächen, der Erlass oder die Übernahme laufender Grundstückskosten, die Übernahme der Verkehrssicherungspflicht, der Erlass von städtischen Gebühren (z. B. Straßenreinigungsgebühren) und Steuern (z. B. Grundsteuer) wie auch praktische Unterstützung durch kommunale Stellen (z. B. Pflanzmaterial durch das Gartenamt).

Teil einer Strategie der Mobilisierungsförderung kann überdies der Aufbau von Kommunikationsforen und Runden Tischen zur Vernetzung und zum Erfahrungsaustausch der Akteure sein. Beispiel für ein solches Zusammenwirken von Stadt, Land, Hochschulen und den Akteuren der Kulturwirtschaft ist der gemeinnützige Verein *basis e. V.* in Frankfurt am Main. Da dauerhafter Leerstand in zentralen Lagen Frankfurts seltener anzutreffen ist als beispielsweise in Berlin und die Nachfrage von Investoren und Firmen nach leer stehenden Gebäuden und Räumen ungleich höher, ergeben sich meist nur auf kürzere Zeiträume begrenzte Zwischennutzungen. Dennoch bieten die von *basis e. V.* bewirtschafteten Gebäude im Umfeld des Frankfurter Bahnhofsviertels mit dessen hervorragender Anbindung an den ÖPNV kostengünstige Arbeitsräume weit unter den ortsüblichen Gewerbemietpreisen und stellen so für Kreative aus allen Disziplinen eine Startchance dar. Die Arbeitsräume und Ateliers weisen zwischen 10 und 90 m² auf und werden gegen Nutzungskosten von 6,50 bis 7,00 Euro pro m² vermietet. Das Angebot des Vereins richtet sich an junge ambitionierte Künstler, an Absolventen aus angewandten kreativen Disziplinen und an engagierte junge Leute, die mit der Absicht der Existenzgründung ein Betätigungsfeld zu entwickeln beginnen. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 120.)

Der Einsatz weiterer Förderinstrumente, z. B. die Unterstützung von Kulturschaffenden und ihrer Projekte durch halböffentliche Fördervereine, die Ausschreibung von lokalen Stipendien wie Stadtschreiberpositionen oder Malaufenthalte, die Übernahme von

Bürgschaften für kulturwirtschaftliche Projekte etc., basiert auf standortbezogenen Voraussetzungen und muss daher von Fall zu Fall geprüft und entschieden werden.

Mobilisierungsförderung kann schließlich auch in der Übernahme von Kommunikations-, Werbungs- und Marketingkosten für Publikationen und in der Darstellung kulturwirtschaftlicher Potenziale in den einschlägigen Medien, wie lokale und überregionale Presse, Homepage, Funk und Fernsehen, bestehen.

Alles in allem bedarf es zu einer nachhaltigen Förderung der Kulturwirtschaft – neben den erläuterten Strategien – einer selbstverständlichen Unterstützung der kulturellen Szene durch die jeweilige öffentliche Institution bzw. Kommune. Dies setzt voraus, dass die kulturelle Szene als gleichwertiger Bestandteil des Kulturangebots einer Stadt betrachtet wird.

Soll die Bedeutung mobilisierender Förderung einem investiven Engagement im Liegenschaftsbereich vergleichend gegenübergestellt werden, ergeben sich Unterschiede je nach räumlicher Lage des Vorhabens.

Der Stellenwert einer Mobilisierungsförderung zeigt sich insbesondere im Verdichtungsraum, da dort tendenziell ein großer Druck auf die verfügbaren Flächen besteht und Kulturschaffende und Kleinunternehmen aufgrund ihrer ökonomischen Situation auf dem freien Immobilienmarkt nicht zum Zuge kommen. Unter solchen Marktbedingungen scheint auch eine Atelierförderung sinnvoll, da für das Mietniveau der gleiche Mechanismus gilt.



Kreativgründer: basis, Elbestraße im Frankfurter Bahnhofsviertel

Die Förderung von Bauinvestitionen hingegen ist besonders wichtig in Gebieten, die über ausreichend Flächen verfügen und wo die Herrichtung von Liegenschaften für kulturwirtschaftliche Bedürfnisse (z. B. Arbeits- und Atelierräume, Schaufenstereinfbauten, Breitbandanschlüsse und andere Technikinvestitionen) unterstützenswert ist. Damit kann ein verstärkter Anreiz geschaffen werden, der für einzelne Akteure die eventuelle Marktferne des Standorts aufwiegt.

Zuschüsse zu den Baukosten sind jedoch auch in Verdichtungsräumen hilfreich, wenn ein Gründerzentrum und eine Clusterbildung realisiert werden soll. Gerade hier finden sich in ausreichender Anzahl Absolventen einschlägiger Fachrichtungen und Unternehmen aus den zur Clusterbildung notwendigen verschiedenen Branchen der Wertschöpfungskette.

Private Initiativen zur Mobilisierungsförderung

Privates Engagement kann gleichermaßen den Weg für Kulturprojekte und kulturwirtschaftliche Unternehmungen bereiten. Noch handelt es sich um einige wenige Fälle, in denen private Unternehmen oder Privatpersonen Liegenschaften für Künstler und Kulturschaffende herrichten und diese als Arbeitsräumlichkeiten oder für Ausstellungen zur Verfügung stellen. Diese Initiatoren verfolgen jedoch, neben der Förderung der kreativen Szene durch Bereitstellung von Experimentierräumen, in der Regel auch eigene wirtschaftliche Interessen.

Privat initiierte und kommerzielle Projekte sind z. B. das *Unperfekthaus (UPH)* in Essen. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 83.) und *Artspace* in Minneapolis. *Artspace* entwickelt Raum für Kunstorganisationen und transformiert in verfallenden innerstädtischen Gebieten alte Industriebauten, Waren- oder Lagerhäuser in ästhetisch ansprechende Lebens-, Arbeits- und Ausstellungsräume für Künstler, Kunst- und Kulturorganisationen. *Artspace* unterstützt so die berufliche Entwicklung von Künstlern und bietet darüber hinaus Projektentwicklung, Anlagenverwaltung, Beratungsdienste und gemeinschaftsstärkende Aktivitäten an. Die Projekte fungieren häufig als Katalysatoren für die

Revitalisierung von Wohngebieten, da die Künstlergemeinschaften sich sowohl sozial als auch ökonomisch positiv auf das gesamte Umfeld auswirken.

4.7 Förderinstrumente des Landes Hessen

Bis auf wenige Ausnahmen, wie z. B. die Förderung für bildende Kunst und Film, existieren keine spezifischen öffentlichen Förderangebote für Kulturschaffende und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft. Allerdings erfüllen kulturwirtschaftliche Projekte und Unternehmungen vielfach jene Ziele und Anforderungen, die in bestehenden, breiter angelegten Förderprogrammen generell für Antragsteller formuliert werden. Das heißt, für Kulturschaffende und Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft stehen insoweit direkte finanzielle Hilfen zur Verfügung. Folgende Förderprogramme und -instrumente sind zu nennen:

- » Flächenbezogene Förderprogramme der Städtebauförderung sowie der Dorf- und Regionalentwicklung können von Kommunen beantragt werden.
- » Unternehmensbezogene Gründerförderungskredite und -bürgschaften, die in der Regel branchenunabhängig ausgerichtet sind. Diese berücksichtigen meist nicht die spezifischen Anforderungen der kulturwirtschaftlichen Gründer, können aber im Einzelfall erfolgreich beantragt werden und dann eine wichtige Unterstützung in der Startphase leisten.
- » Beratungs-, Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten mit speziellen Qualifikationsangeboten.
- » Wettbewerbe, Auszeichnungen, Preise des Landes Hessen, der Kulturämter, der Kulturverantwortlichen in den Regionen, der Sparkassenstiftungen etc. mit dem Ziel, Ideen und „kreativen Köpfen“ öffentliche Anerkennung zu geben.

Auf private und öffentliche Institutionen und Organisationen sowie Unternehmen und Unternehmensverbände, die Unterstützung anbieten, wurde bereits hingewiesen. So betreiben Stiftungen eigene Projekte, gewähren Stipendien oder fördern Initiativen.⁷⁷

⁷⁷ Informationen dazu findet man beispielsweise unter: www.stiftungsindex.de; www.maecenata.de; www.bundeskultur-stiftung.de; www.fonds-soziokultur.de; www.nonprofit.de; www.kulturmanagement.de.

Im Folgenden werden ausschließlich Förderinstrumente des Landes Hessen im Hinblick auf ihre Relevanz für Akteure der Kulturwirtschaft dargestellt.

Städtebauförderungsprogramme und -initiativen

Für die Stadt- und Regionalentwicklung haben öffentliche Programme eine hohe Bedeutung. Seit Anfang der 1970er Jahre stellt das Land Hessen gemeinsam mit dem Bund gebietsbezogene Finanzhilfen bei Investitionen in die Erneuerung und Entwicklung der Städte und Gemeinden bereit. Damit soll deren Funktion als Wirtschafts- und Wohnstandort gestärkt werden. Zu den Städtebauförderungsprogrammen, mit denen das Land Hessen Kommunen unterstützt, zählen:

- » Stadtsanierung
- » Soziale Stadt
- » Stadtumbau in Hessen
- » Aktive Kernbereiche in Hessen
- » Lokale Ökonomie

Ergänzt werden diese Programme durch die Initiative „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ und die Möglichkeit der Förderung von innerstädtischen Geschäftsquartieren auf der Basis des Hessischen Innenstadgesetzes (INGE).

Unterstützungsaktivitäten aus den genannten Programmen zur Förderung der nachhaltigen Stadtentwicklung⁷⁸, die auch kulturwirtschaftlichen Zwecken zugute kommen können, sind z. B.:

- » Erstellung von Entwicklungskonzepten
- » Durchführung von Wettbewerben zur Förderung der Baukultur
- » Öffentlichkeitsarbeit zur Einbindung und Aktivierung der Mitwirkungsbereitschaft der Bewohner und Akteure im Quartier
- » Grunderwerb, z. B. für die Schaffung öffentlicher Einrichtungen oder zur Verbesserung des Wohnumfeldes
- » Gestaltung von Freiflächen

- » Neubau, Modernisierung und Instandsetzung von Gebäuden
- » Zwischennutzung von Gebäuden und Freiflächen
- » Honorare für Quartiersmanagement, Stadtumbau-Management und andere Beauftragte.

In gleicher Weise sind Mittel aus Stadtsanierungsprogrammen von den Kommunen für kulturwirtschaftliche Fördermaßnahmen einsetzbar. Als vorrangiges Ziel in den Fördergebieten nennt das Baugesetzbuch (BauGB) die umfassende Behebung von „städtebaulichen Missständen“. So kann durch die Instandsetzung interessanter Bausubstanz, beispielsweise von Hinterhäusern und Nebengebäuden, die Kulturwirtschaft bei der Schaffung von Atelier- und Werkstatträumlichkeiten unterstützt werden.

„Stadtumbau in Hessen“⁷⁹ im Rahmen des Bundesländer-Programms „Stadtumbau West“⁸⁰ ist ebenfalls ein gebietsbezogenes städtebauliches Programm. Es intendiert die Unterstützung von Kommunen, die mit Hilfe der Fördermittel frühzeitig auf Strukturveränderungen in Demografie und Wirtschaft reagieren wollen. Hier könnten beispielsweise im Rahmen der Erarbeitung integrierter Handlungskonzepte konzeptionelle Überlegungen zur Verankerung der „kleinen Kulturwirtschaft“ im Quartier erarbeitet werden.

Einige interessante Projekte der Kulturwirtschaft sind in Quartieren der „Sozialen Stadt“⁸¹ beheimatet. Auch die „Soziale Stadt“ konzentriert sich auf ein räumlich festgelegtes Programmgebiet. Ziel ist, über die Verbesserung des baulichen Zustandes hinaus, durch integrierte Ansätze Stadtteile zu stabilisieren und die Lebensqualität wiederherzustellen, zu erhalten und zu verbessern.⁸² Das Land Hessen macht sich diesen umfassenden Ansatz im Rahmen der „Hessischen Gemeinschaftsinitiative Soziale Stadt (HEGISS)“ zu eigen.⁸³ Neben der Förderung des Quartiersmanagements werden auch Beratungs- und Qualifizierungsmaßnahmen finanziert sowie Investitionszuschüsse für Modellprojekte gewährt. Für nichtinvestive Vorhaben, unter anderem in den Handlungsfeldern Lokale Ökonomie und Beschäftigung, sind gleichermaßen

78 Vgl. Richtlinien des Landes Hessen zur Förderung der nachhaltigen Stadtentwicklung – RiLISE (Staatsanzeiger für das Land Hessen 30/2008, S. 1906). starweb.hessen.de/cache/STANZ/2008/30.pdf.

79 Weitere Informationen: www.stadtumbau-hessen.de/.

80 Ebda.

81 Weitere Informationen: www.sozialestadt.de/programm.

82 BMVBS (2007 d).

83 Weitere Informationen: www.hegiss.de.

www.ndsm.nl

NDSM-Werft / Kinetisch Noord Amsterdam

Wettbewerb um das beste Konzept im Vorfeld der Zwischennutzung

Das 1984 stillgelegte Werftgelände der Nederlandsche Droogdok en Scheepsbouw Maatschappij (NDSM) am Nordufer der IJssel im Norden Amsterdams wurde zur Förderung der städtischen Kreativwirtschaft sowie als Keimzelle für ein städtisches Entwicklungsgebiet wieder belebt. Das Gelände umfasst eine Fläche von 10 Hektar und beinhaltet u. a. eine hangarähnliche Halle mit 20.000 m², die 6.000 m² große Docklandshal sowie zwei historische Hellingen-Rampen. Nach dem Konzept der Organisation Kinetisch Noord, die aus einem von der Stadt ausgelobten Wettbewerb als Sieger hervorging, sollte sich NDSM in die größte Brutstätte für künstlerische Talente in Holland verwandeln. Das Konzept sah eine gemischte Nutzung des Geländes für Künstler, Kleinbetriebe, Handwerker und Schiffsbauer vor. Unternehmen der Kreativwirtschaft, Künstler, Handwerker und Jugendprojekte können sich als Einzelpersonen oder unabhängige Organisationen bei Kinetisch Noord um preiswerte Raumangebote in der ehemaligen Schiffsbauhalle bewerben. In enger Kooperation wurden mit den Besitzern erschwingliche Ateliers

und andere Arbeitsplätze entwickelt. NDSM stellt dabei die Basiseinheiten zur Verfügung, welche individuell vervollständigt werden können. Die benachbarte ehemalige Holzlagerhalle wurde 2007 zur Zentrale von MTV Benelux umgebaut. Ein neues Stadtquartier soll auf den weiteren angrenzenden Hafen- und Industriebrachen am Ufer des Flusses entstehen.

Hintergrund

In den 1970er Jahren meldeten bereits viele Unternehmen auf dem Werftgelände Insolvenz an. Nachdem das Vorhaben, mit EU-Geldern andere Industrieunternehmen auf den Flächen anzusiedeln, scheiterte und das Gelände immer unsicherer wurde, musste sich die Stadt Alternativen überlegen. Eine Umnutzung war u. a. wegen der gut organisierten Hausbesetzerszene schwierig. Ende 1999 entschied sich die Stadt schließlich, über einen Wettbewerb einen geeigneten Träger für eine temporäre Nutzung der Flächen des ehemaligen Werftgeländes zu finden. So sollte das Gebiet Schritt für Schritt aufgewertet werden. Die eigens für den Wettbewerb gegründete Gruppe Kinetisch Noord, bestehend aus Künstlern, Theaterleuten, Skatern und Architekten, gewann den Wettbewerb. Ihr Nutzungsvertrag begann im Jahr 2001 und sah eine Laufzeit von 10 Jahren vor.



NDSM-Werft, Amsterdam

Nutzung

Die gesamte Werft bietet Raum für Künstler und Handwerker sowie zahlreiche Möglichkeiten für Ausstellungen, Proben, große und kleine Performances, Festivals, Parties etc. Die 20.000 m² große Halle ist in die Bereiche Section 4, Kunststad, Vrije Kavelstrook, Oostvleugel und Nordstrook unterteilt. 10.000 m² entfallen auf Werkstätten, 2.000m² auf einen Skate-Park, 4.200 m² auf weitere Jugendaktivitäten und 6.000 m² auf einen Ausstellungs- und Theaterraum. Darüber hinaus gibt es die erwähnte Docklandshal, die für große Veranstaltungen vorgesehen ist und ca. 5.000 Besucher aufnehmen kann. Unter den Hellingen-Rampen sind Werkstätten für Künstler unterschiedlicher Ausrichtungen angesiedelt. Auf dem Gelände existiert ferner der 900 m² große Outdoorbereich Dazzleville, der Platz für Performances bietet.

Finanzierung

Das Projekt wurde durch den Broedplaatsfonds Amsterdam mit insgesamt ca. 7 Millionen Euro gefördert. Der Fonds wird seit 2000 von einer kommunalen Projektgruppe zur Förderung der städtischen Kreativwirtschaft organisiert.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Kinetisch Noord ist Initiator und Organisator und hat den Mietvertrag mit der Kommune Amsterdam Nord geschlossen. Die Gruppe kümmert sich um alle Nutzer des Geländes und vertritt deren Interessen vor Verhandlungspartnern.

Kunst- und Kulturprojekte umgesetzt und damit ein Beitrag zur Förderung der Kulturwirtschaft geleistet.

Für unternehmerische, arbeitsplatzrelevante Projekte spielt das Programm „Lokales Kapital für soziale Zwecke (LOS)“⁸⁴ eine besondere Rolle. Unter dem Motto „Menschen beteiligen. Strukturen vernetzen. Mikroprojekte fördern“ ermöglicht das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) die Subvention von Vorhaben in den Fördergebieten der „Sozialen Stadt“. Das Programm wird aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) gefördert und soll soziale und beschäftigungswirksame Potenziale vor Ort aktivieren. Durch Mikroprojekte, dotiert mit bis zu 10.000 Euro, werden lokale Initiativen angeregt und unterstützt. Innerhalb dieser Initiative können auch Kunst- und Kulturschaffende Zuschüsse erhalten. So wurde z. B. eine Informationsveranstaltung zur künstlerischen Selbständigkeit im Wiesbadener „Waschsalon“ gefördert. Im Rahmen des Nachfolgeprogramms „BIWAQ“ ist die Förderung ähnlicher Aktionen vorgesehen.

Im Zusammenhang mit der Förderung lokaler Ökonomie kommt dem Thema Mikrofinanzierungen besondere Relevanz zu.⁸⁵ Erfahrungen mit diesem Instrument hat die Stadt Kassel im Rahmen eines EU-Programms gesammelt. Kassel war der einzige hessische „URBAN II“ Standort⁸⁶ und führte während des Förderzeitraums 2000 - 2006 verschiedenste Projekte durch. Dabei lag ein Schwerpunkt in der Vergabe von Mikrozuschüssen, auch an Existenzgründer aus der Kulturwirtschaft. Eine Verstetigung von URBAN mit seiner breiten Ausrichtung stellt die neue Förderlinie „Förderung der lokalen Ökonomie in ausgewählten Stadterneuerungsgebieten“ („Lokale Ökonomie“)

Fördermöglichkeiten vorgesehen. In Hessen sind beispielsweise die Stadtteile Wiesbaden-Biebrich und Wiesbaden-Inneres Westend in das Programm aufgenommen worden. Im Westend wirkt eine Quartierskuratorin zur Unterstützung der Kunstschaffenden und in Biebrich werden Kunstausstellungen im *bauhof* organisiert. Insgesamt wurden und werden in beiden Stadtteilen – durch das Programm soziale Stadt –

⁸⁴ Weitere Informationen: www.los-online.de/content/index_ger.html.

⁸⁵ Mikrofinanzierungen ermöglichen auch in Europa den wirtschaftlich Schwächeren die Gründung von Unternehmen. Dabei muss mit speziellen Institutionen und Programmen auf die besonderen Bedürfnisse und Situationen der Gründer und Betreiber von sehr kleinen Unternehmen oder Initiativen eingegangen werden. Wichtig ist vor allem die Verknüpfung von Finanzierung und Beratung. Die Bundesregierung fördert mit verschiedenen Maßnahmen kleinere Gründungen, insbesondere aus der Arbeitslosigkeit heraus. Beispiele sind der Mikrofinanzfonds Deutschland und der Gründerzuschuss. Im Bereich der Stadtentwicklung, auch in städtebaulichen Erneuerungsgebieten, können Mikrokredite die lokale Wirtschaftstätigkeit unterstützen und stärken. Das European Microfinance Network (EMN) wurde im Jahr 2003 mit dem Ziel gegründet, die Themen Mikrofinanzierung, Existenzgründung und Kleinstunternehmen voranzubringen und die Rahmenbedingungen in den Staaten der Europäischen Union zu verbessern. Die EMN hat derzeit 54 Mitglieder (Banken u. Initiativen) in 21 Ländern. BMVBS (2007 c).

⁸⁶ www.urban-kassel.de. – URBAN ist eine Gemeinschaftsinitiative der Europäischen Union (EU), mit der von wirtschaftsstrukturellen Problemen betroffene Städte und Stadtviertel unterstützt werden. Urban II ist bereits die zweite Förderperiode. Ziel des Programms ist es, die ausgewählten Gebiete wirtschaftlich wie sozial zu beleben und damit eine „nachhaltige“ Stadtentwicklung sicherzustellen.

aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) dar. Sie ist Teil des hessischen EFRE-Programms für die Periode 2007-2013. Im Rahmen dieser Maßnahmenlinie können Kommunen mit ihren Partnern vor Ort lokale Wirtschaftsförderprogramme in Eigenregie aufstellen. Diese ergänzen die klassische Wirtschaftsförderung und sollen in Hessen zur ökonomischen Stabilisierung in den Standorten der Programme „Soziale Stadt“, „Stadtumbau“ und „Aktive Kernbereiche“ beitragen. Im Fokus steht die Schaffung neuer Beschäftigungs- und Ausbildungsmöglichkeiten in Kleingewerbe, kleinen Dienstleistungsunternehmen und bei Selbständigen in den Stadtteilen – somit auch in der Kulturwirtschaft.

Mit dem Förderprogramm „Aktive Kernbereiche in Hessen“ unterstützt das Land Hessen die Kommunen dabei, die Unverwechselbarkeit der Städte und das urbane Leben in den Zentren mit seiner Vielfalt aus Einzelhandel, Dienstleistung, Handwerk, Kultur, Gastronomie und Wohnen nachhaltig zu stärken. Auch hier werden Investitionen und investitionsvorbereitende Maßnahmen der genannten Zuwendungsbereichen in das Programm aufgenommenen Kommunen zur Verfügung stehen. Elemente des Programms sind die Partnerschaft privater und öffentlicher Akteure, kooperatives und koordiniertes Handeln, die Einbindung der Bürgerschaft und ein integrierter Ansatz, der neben dem Städtebau auch wirtschaftliche, kulturelle, soziale und ökologische Aspekte der Kernbereiche einbezieht. Im Sinne eines „Urban-governance-Ansatzes“ sollen die wesentlichen Akteure der Stadt- und Ortsteilzentren, zum Beispiel Unternehmer, Grundstücks- und Immobilieneigentümer, Bewohner, Vertreter von Kultur- und Sozialeinrichtungen, gemeinsam mit der Verwaltung Konzepte und Projekte zur Stärkung der Zentren entwickeln und realisieren. Es können auch nichtinvestive Maßnahmen wie die Beschäftigung eines City-Managers, der sich um ein

Ladenleerstandsmanagement kümmert, oder ein Beratungsangebot für kulturwirtschaftliche Kleinstunternehmen gefördert werden.

Ergänzend gibt es den seit einigen Jahren laufenden Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“.⁸⁷ Dort wird den hessischen Kommunen die Möglichkeit gegeben, Konzepte zur Vitalisierung der Innenstädte zu entwickeln und eine Förderung für die Umsetzung der Konzeptidee zu erhalten. Der Bezug dieser Initiative zur Kulturwirtschaft zeigt sich beispielsweise in dem diesjährigen Wettbewerbsbeitrag Altstadt NEU der Stadt Spangenberg, mit dem auf die Leerstandsproblematik in der historischen Innenstadt aufmerksam gemacht wurde.

Das „Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren“ (INGE)⁸⁸ bietet neue rechtliche Wege zur Stärkung der Innovation von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren in Stadt- und Stadtteilerken. Kulturwirtschaftliche Unternehmen profitieren von Ansprechpartnern und Geldmitteln, die dem unter einem gemeinsamen Dach organisierten Quartier zur Verfügung stehen. Zum einen können sie als Unternehmen selbst zu einem attraktiven Branchenmix beitragen, zum anderen als Dienstleister oder Produzent von Veranstaltungen und anderen Aktionen die Qualität des (Einkaufs-)Standortes erhöhen.

Alle erläuterten Städtebauförderungsprogramme haben einen Gebietsbezug. Damit entscheidet die räumliche Lage eines kulturwirtschaftlichen Unternehmens über die Aussicht auf eine Unterstützung. Auch wenn letztlich Standortentscheidungen von anderen Faktoren abhängig sind, sollten kulturwirtschaftliche Unternehmen und Initiativen hinsichtlich potenzieller Fördermöglichkeiten immer prüfen, ob der geplante Standort in einem Fördergebiet liegt.

Ländliche Entwicklung

Für Projekte im ländlichen Raum kann das Programm „Hessische Dorferneuerung“ auf Grundlage der Richtlinien zur „Förderung der Ländlichen Entwicklung in Hessen“⁸⁹ von Interesse sein. Das Land Hessen fördert in ausgewählten Dörfern über einen mehrjährigen Zeitraum hinweg Projekte, die der Sanierung

⁸⁷ www.abindiemitte-hessen.de.

⁸⁸ Gesetzestext unter: www.wirtschaft.hessen.de.

Das „Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren (INGE)“ hat zum Ziel, die Probleme im Zusammenhang mit der „Verödung der Innenstädte“ in den Griff zu bekommen. Mit diesem Anfang 2006 in Kraft getretenen Gesetz wird das nordamerikanische Konzept der Business Improvement Districts (BIDs) auf Hessen übertragen. In solchen INGE-/BID-Initiativen finden sich Hauseigentümer und weitere Innenstadt-Akteure zusammen mit dem Ziel der Aufwertung ihres Quartiers. Mögliche Projekte in solchen BIDs gehen von einem verbesserten Marketing bis hin zu baulichen Maßnahmen im öffentlichen Raum. Das Besondere an BIDs ist, dass nach einem gesetzlich geregelten Votum (Zustimmung durch 75 % der Gebäude- und Grundstückseigentümer) für das Maßnahmenkonzept alle an der Finanzierung beteiligt werden (Weitere Informationen: http://www.bid-hessen.de/BID_Allgemein/index.html).

⁸⁹ Richtlinie unter: www.hmvlv.hessen.de.

Das **hessische Förderprogramm** für den Bau von Gründerzentren eignet sich wegen seiner langfristigen Zweckbindungsfrist von 15 Jahren nicht für zeitlich begrenzte **(Zwischen-)Nutzungsmodelle**.



und dauerhaften Nutzung besonders erhaltenswerter Gebäude, der Verbesserung des Wohnumfelds, der Ausstattung mit Kleininfrastruktur und Gemeinbedarfseinrichtungen sowie der örtlichen Versorgung mit Produkten und Dienstleistungen zugute kommen. Unter jeweils örtlich spezifischen Bedingungen, z. B. Nutzung einer alten Bausubstanz oder örtlicher Versorgung mit kulturellen Angeboten, ist eine finanzielle Förderung auch für kulturwirtschaftliche Unternehmungen möglich.

Umfassender, sowohl räumlich als auch thematisch, ist die Möglichkeit einer Unterstützung im Rahmen des Programms „Regionale Wertschöpfung und Lebensqualität“. ⁹⁰ Fördergebiet sind hessische Regionen unterhalb der Ebene großräumiger Wirtschaftsregionen, die vom Land Hessen ausgewählt bzw. als „LEADER“-Fördergebiet ⁹¹ anerkannt wurden. Für eine Förderung kommen Maßnahmen in Frage, die durch eine nachhaltige eigenständige Entwicklung wirtschaftliche Kompetenz ausbauen, die allgemeine Lebensqualität sichern und die regionale Zusammengehörigkeit stärken. Das Land fördert deshalb Investitionen zur Erschließung regionaler Märkte, zur Verbesserung der Versorgung und zur Unterstützung der Regionalkultur sowie dazu erforderliche Dienstleistungen.

Die Einbeziehung der Regionalkultur in die Förderrichtlinien belegt die Bedeutung dieses Themenfeldes für den ländlichen Raum. In Hessen wurden mit diesem Förderprogramm insbesondere soziokulturelle Projekte wie die *Kulturscheune Lange Wiese* ⁹² in Haunetal (Landkreis Hersfeld-Rotenburg) und das *Kino Traumstern* ⁹³ in Lich (Landkreis Gießen) unterstützt. Auch Maßnahmen zur Existenzgründung und Schaffung von Arbeitsplätzen im kulturwirtschaftlichen Bereich sind grundsätzlich förderfähig. ⁹⁴

Förderung von Gründerzentren

In Hessen hat das Wirtschaftsministerium ein Förderprogramm für den Bau und die Anschubfinanzierung von Gründerzentren aufgelegt, welches eine Unterstützung kulturwirtschaftlicher Gründerzentren nicht grundsätzlich ausschließt. Wegen seiner langfristigen Zweckbindungsfrist von 15 Jahren eignet sich diese Förderung jedoch nicht für zeitlich begrenzte (Zwischen-)Nutzungsmodelle.



⁹⁰ In: Richtlinien zur Förderung der Ländlichen Entwicklung in Hessen. Programm und Richtlinien bei www.lth.de.

⁹¹ EU-Programm, in das folgende hessische Regionen aufgenommen wurden: Burgwald-Ederbergland, Darmstadt-Dieburg, Diemelsee (Naturpark), Giebener Land, Fulda-Südwest, Hersfeld-Rotenburg, Hessen-Spitze (Landkreis Kassel, Nord- und Westteil), Kellerwald-Edersee, Knüll, Lahn-Dill-Bergland, Lahn-Dill-Wetzlar, Marburger Land, Oberhessen, Odenwald, Rheingau, Rhön, Schwalmua, Spessart Regional, Vogelsberg, Werra-Meißner.

⁹² www.kulturscheune.net/zwerk.

⁹³ www.kino-traumstern.de.

⁹⁴ Richtlinie unter: www.hmulv.hessen.de. Weitere Infos: Ländliche Entwicklung unter: www.ibh-hessen.de.

Auch die Arbeit der „soziokulturellen Zentren“ ist in mancher Hinsicht eine **Gründerförderung** für innovative Kultur- und Arbeitsformen im **kulturwirtschaftlichen Bereich**.



Kulturelle Gründerzentren, wie sie beispielsweise in Nordrhein-Westfalen, Berlin, Baden-Württemberg und Hamburg in den vergangenen Jahren entstanden sind, stellen ein besonders umfassendes Unterstützungsangebot bereit. Dieses beinhaltet unter anderem:

- » Beratung und Qualifizierung in der Gründungsphase
- » Öffentlichkeitsarbeit
- » Entwicklung neuer Marketing-Konzepte für Produkte und Dienstleistungen
- » Unterstützung von Kooperationen

Diese Leistungen erbringen z. B. das *Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen e. V.*⁹⁵ sowie das *Kunst- und Kulturzentrum Monschau*⁹⁶. Größtes Existenzgründungszentrum in der Metropolregion Rhein-Neckar ist der *Musikpark Mannheim*. Die Einrichtung, hundertprozentige Tochter der Stadt, bildet die gesamte Verwertungskette der Musikwirtschaft ab. Durch subventionierte Mieten, individuelle Beratung, günstige Infrastruktur, Kooperationsgeschäfte mit externen Dienstleistungsunternehmen und kurze Wege zu „Gleichgesinnten“ haben die im Musikpark angesiedelten Unternehmen einen effektiven Standortvorteil. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 172.)

In Hessen sind es die „Soziokulturellen Zentren“, deren Arbeit in mancher Hinsicht den Effekt einer Gründerförderung für innovative Kultur- und Arbeitsformen im kulturwirtschaftlichen Bereich aufweist. Sie werden durch das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst gefördert. Die aus den Zentren hervorgehenden Existenzgründungen werden vor allem von selbständigen Künstlern oder Disc Jockeys realisiert bzw. betreffen den Bereich Werbung/Grafik/Design.⁹⁷

Die schon seit Ende der 1980er Jahre in Kassel bestehende *Kulturfabrik Salzmänn*⁹⁸, eine ehemalige Textilfabrik, wurde in Zusammenarbeit mit vielen Kooperationspartnern zu einem Forum für Kunst und Kultur entwickelt. Ihr gemeinnütziger Trägerverein ist Mitglied in der *Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultureller Zentren (LAKS)* in Hessen.

Die LAKS⁹⁹ leistet auf verschiedenen Ebenen unterstützende und vernetzende Aufgaben für kulturelle und kulturwirtschaftliche Projekte. Ein Beispiel ist das im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst aufgebaute *Kulturportal Hessen*¹⁰⁰. Ziel dieses Internetportals ist es, das kulturelle und künstlerische Leben in Hessen zu bündeln und ansprechend darzustellen. Dabei werden staatliche, kommunale wie private Kulturanbieter und -angebote und auch die freie Kulturszene berücksichtigt. Das Portal ist nicht allein als Angebot für Kunst- und Kulturinteressierte, Gäste und Touristen gedacht, sondern es versteht sich auch als „Schnittstelle“ der hessischen Kulturszene. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 150.)

Atelierförderung

Eine Landesförderung für Künstlerateliers bietet die Hessische Kulturstiftung. Daneben gibt es verschiedene kommunale Atelierförderungsangebote wie das *atelierfrankfurt* und das *Kunsthhaus* in Wiesbaden.

Beispielhaft ist die Atelierförderung durch die Stadt München. Sie umfasst unterschiedliche Ansätze. Im Rahmen eines Atelierförderprogramms werden bildende Künstlerinnen und Künstler, die ihre Ausbildung abgeschlossen haben, bei der Finanzierung von Arbeitsateliers durch einen Mietzuschuss für einen Förderungszeitraum von jeweils drei Jahren unterstützt. Im Sinne der Erweiterung und Öffnung

95 www.kulturunternehmen.info.

96 www.kuk-monschau.de.

97 Vgl. hierzu 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Kapitel 4 – Freie hessische Kulturszene.

98 www.kulturfabrik-kassel.de.

99 www.laks.de.

100 www.kultur-hessen.de.

des Kunstbegriffes können sich für die Förderung auch Kunstschaffende aus den Bereichen Architektur, Design, Medien- und Konzeptkunst bewerben.

Inwieweit eine solche direkte Atelierförderung in Hessen auf Landesebene bzw. auf kommunaler Ebene sinnvoll ist, muss insbesondere vor dem Hintergrund diskutiert werden, dass die vorhandenen Städtebauförderungsprogramme bereits eine Möglichkeit bieten, die Herrichtung von Liegenschaften oder Gebäudeteilen zu Ateliers oder Werkstätten finanziell zu unterstützen. Da viele hessische Kommunen in diese Programme aufgenommen sind, steht insoweit ein sinnvolles Instrument zur Förderung von Kulturschaffenden und Kleinunternehmen, z. B. auch im kunsthandwerklichen Bereich, zur Verfügung.

Weitere personen- und unternehmensbezogene Förderangebote

Darüber hinaus gibt es Förderangebote, die im Einzelfall eine Unterstützung für Kulturschaffende und Unternehmen der Kulturwirtschaft bieten können. Deren ausführliche Darstellung überschreitet den inhaltlichen Rahmen des vorliegenden Berichtes und ist daher nur der Vollständigkeit halber erwähnt. So beispielsweise:

- » Die Gründer- und Unternehmensförderung des Landes steht allen hessischen gewerblichen Unternehmen zur Verfügung. Hier ist eine Unterstützung durch Beteiligungskapital, Bürgschaften, Kredite und Zuschüsse möglich.¹⁰¹
- » Die Existenzgründungsunterstützung wird für (potenzielle) Selbstständige aller Branchen, also auch für die der Kulturwirtschaft, angeboten. Dafür hat das Land Hessen ein Existenzgründerportal eingerichtet. Hier wird branchenunabhängig über Gründungsarten, Gründungsförderung, Wettbewerbe etc. informiert.¹⁰²
- » Die durch das Hessische Wirtschaftsministerium gewährte Messeförderung für gewerbliche Unternehmen unterstützt die Beteiligung an Messen und Ausstellungen, überwiegend auf schwierigen oder weit entfernten Märkten im Ausland. Bei Messen innerhalb der Europäischen Union liegt der Schwer-



Musikpark Mannheim

punkt der Begünstigten auf Handwerks- bzw. Kleinbetrieben mit bis zu zehn Beschäftigten.¹⁰³

- » Das Kulturcoaching als maßgeschneiderte Gründer- und Berufseinsteigerberatung wurde vom *Rationalisierungskuratorium der deutschen Wirtschaft (RKW)* bisher in Kassel und Gießen erfolgreich angeboten.¹⁰⁴
- » Die Film- und Medienförderung in Hessen ist eine branchenspezifische Förderung. Hier sind der Fonds zur Finanzierung kommerzieller Filmprojekte „HessenInvestFilm“ und die Landesinitiative „hessenmedia“ zu nennen.¹⁰⁵

101 www.ibh-hessen.de.

102 www.existenzgruendung-hessen.de; unabhängige Beratung leistet auch das Beratungszentrum für Wirtschaftsförderung der Hessen Agentur: www.hessen-agentur.de.

103 www.wirtschaft.hessen.de; Richtlinien des Landes Hessen zur Gründungs- und Mittelstandsförderung.

104 vgl: Know-how für Kulturschaffende. In: Nordhessen. 10. Jahresbericht 2006/2007, www.rkw-hessen.de/doc/fileadmin/user_upload/RKW_Hessen-Jahresbericht_06-07.pdf.

105 www.hessen-media.de.

Mittel aus **Städtebauförderungsprogrammen** sind von den **Kommunen** für kulturwirtschaftliche Fördermaßnahmen einsetzbar.



www.haushalten-leipzig.de

Wächterhäuser – HausHalten e. V. Leipzig

Sicherung städtebaulich bedeutsamer Gebäude durch soziale und kulturelle Initiativen

Die Wächterhaus-Initiative von HausHalten e. V. ist im bundesweiten Wettbewerb „Deutschland – Land der Ideen“ zu einem „Ausgewählten Ort im Land der Ideen 2007“ ernannt worden und hat sich zum Vorreiter-Modell für andere Städte wie Halle und Chemnitz entwickelt.

Das Grundprinzip des Vereins HausHalten e. V. ist es, städtebaulich und baukulturell bedeutsame Gebäude an Hauptstraßen oder in Lagen, die das Stadtbild prägen, aufzuspüren, sich mit deren Eigentümern in Verbindung zu setzen und dann so genannte „Hauswächter“ anzuwerben, die sich um die Erhaltung der Gebäude (Wächterhäuser) kümmern.

Die Ideen und Ziele des Vereins HausHalten e. V. sind vielfältig. So geht es nicht nur um die Sicherung der Gebäude und die Beratung von Eigentümern, sondern auch um die Vermittlung der Häuser, d. h. „viel nutzbare Fläche für wenig Geld“ Kulturschaffenden und Vereinen anzubieten.

Zusätzlich sollen auch Eigentümer motiviert werden, sich um ihre Gebäude zu kümmern. Die Hauswächter verhindern Vandalismus, sichern den Erhalt der Bau-substanz und werten das Wächterhaus durch handwerkliche Eigenleistungen sogar auf. Dadurch werden den Eigentümern entsprechende Anreize geboten in das Haus zu investieren.

Der 10-Punkte-Maßnahmenplan für die Errichtung eines „Wächterhauses“ sieht Folgendes vor:

- » Identifizierung geeigneter Objekte in Zusammenarbeit mit der Stadt Leipzig
- » Kontaktaufnahme mit den Eigentümern
- » Einschätzung des baulichen Zustandes in Zusammenarbeit mit dem Bauordnungsamt
- » Abschluss einer „Gestattungsvereinbarung Haus“
- » Zuschüsse zur Gebäudesicherung auf Grundlage der Gestattungsvereinbarung
- » Objektbezogene Suche nach „passenden“ Nutzern
- » Durchführung der erforderlichen Sicherungs- bzw. Instandsetzungsmaßnahmen
- » Unterstützung der Hauswächter
- » Öffentlichkeitswirksame Eröffnung
- » Unterstützung der neuen Hausgemeinschaft

Hintergrund

Die gesamte Leipziger Innenstadt ist durch eine gründerzeitliche Bebauung gekennzeichnet. Obwohl seit 1990 rund 80 % des Altbaubestands saniert worden sind und die Stadt seit 2001 wieder leicht steigende Einwohnerzahlen verzeichnet, stehen heute immer noch ca. 45.000 Wohnungen leer. Besonders problematisch steht es um die 2.500 unsanierten gründerzeitlichen Gebäude in Leipzig, die vom rapide fortschreitenden Verfall betroffen sind.

Die Stadterneuerungsgebiete weisen ökonomische und soziale Charakteristika „benachteiligter Stadtteile“ auf, d. h. eine hohe Arbeitslosenquote, geringes Haushaltseinkommen, zurückhaltende Privatinvestitionen und viele

leer stehende Wohnungen. Im Oktober 2004 gründete sich im Leipziger Westen der Verein HausHalten e. V. mit dem Ziel, gefährdete Gebäude durch unkonventionelle Nutzungsideen zu erhalten. Mittlerweile entstanden elf Wächterhäuser, doch die Nachfrage nach Raum übersteigt mit über 250 Interessenten das Angebot bei weitem, so dass neue Häuser in Planung sind.

Die (Zwischen-)Nutzung der leer stehenden Ladenlokale durch Kulturschaffende und gemeinnützige Vereine trägt zur Verbesserung des sozialen und kulturellen Angebots im Viertel bei und sichert ihm eine erhöhte Aufmerksamkeit. Durch die Revitalisierung der Häuser wird die Bausubstanz neu wahrgenommen, so dass sich das Erscheinungsbild der umgebenden Häuser ebenfalls verbessert. Das Projekt Wächterhäuser hat zusammen mit anderen Projekten einen Prozess ins Rollen gebracht, der das Quartier positiv beeinflusst und leicht steigende Einwohnerzahlen bewirkt. So sind vor allem kreative Menschen mit Pioniergeist nach Lindenau, Plagwitz und Volkmarisdorf gekommen. Die Nachbarschaft nimmt die neuen Nutzungen mit Wohlwollen auf. So wird beispielsweise kaum über zusätzliche Lärmbelästigung geklagt. Im Quartier ist sogar Bedarf an neuen Dienstleistungen, wie z. B. Gastronomie, geäußert worden.

Nutzung

Die Nutzer der Wächterhäuser sind meist Kunst- und Kulturschaffende und gemeinnützige Vereine. Sie werden zu „Wächtern“ über das Haus und richten die Räumlichkeiten nach ihren Vorstellungen her. Ihre Leistungen an den Eigentümer bestehen darin, dass sie die Betriebskosten für das Haus übernehmen, handwerkliche Instandsetzungs- und Erhaltungsarbeiten durchführen und die weiteren Räumlichkeiten des Gebäudes kontrollieren.



Wächterhaus in der Eisenbahnstraße Leipzig

In den ersten bereits bestehenden Wächterhäusern findet man u. a. eine Kulturplattform für Theater, verschiedene gastronomische Einrichtungen sowie Atelierwohnungen, Arbeits- und Ausstellungsräume für Studenten der Hochschule für Graphik und Buchkunst. Zudem haben sich verschiedene Vereine eingerichtet, wie der „Verein für Beistandshilfe“, der Selbsthilfe für Einwanderer aus Osteuropa anbietet, das ZukunftsNetz für Kinder-, Jugend- und Sozialarbeit sowie Buchkinder e. V., der Kindern das Ersinnen, Schreiben, Gestalten und Drucken ihrer eigenen Bücher, Kalender und Postkarten ermöglicht. Zwischen den Nutzern der Wächterhäuser wird mit regelmäßigen Informationsveranstaltungen und gemeinsamen E-Mail-Verteilern eine Vernetzung angestrebt.

Finanzierung

Der Verein HausHalten e. V. erhält verschiedene Fördermittel der Stadt Leipzig (Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung) sowie des Landes. Alle „Wächter“ der Häuser werden zu Fördermitgliedern und unterstützen daher die vielfältigen Aufgaben des HausHalten e. V. Des Weiteren finanziert sich der Verein durch Spenden und Sponsoring.


Ein wichtiger finanzieller Anreiz für die Eigentümer, ihre Häuser für das Projekt bereitzustellen, ist das „Gebäudeversicherungsprogramm“, das mit Stadtumbau-Ost-Mitteln ins Leben gerufen wurde. Dieses bietet finanzielle Unterstützung für die wichtigsten baulichen Maßnahmen, um Gebäude vor dem Verfall zu schützen.



KIOSK

Kümmerei





5 Entwicklung kommunaler Handlungsansätze – Erfahrungen und Perspektiven aus Hessen

Kreativräume zu schaffen, eröffnet Chancen – für die Stadt und für die Kreativen. Doch was kann eine am Thema interessierte Kommunalverwaltung tun, um zu erfahren, welche Potenziale und Chancen vor Ort bestehen?

Diese Frage war Gegenstand der im Vorfeld dieses Berichts von der Schader-Stiftung und dem Land Hessen gemeinsam mit den sechs hessischen Städten Eschwege, Frankfurt a. M., Gießen, Hanau, Kassel und Wiesbaden veranstalteten Workshopreihe. Die Workshops erkundeten die Möglichkeiten einer Verschränkung von Stadtentwicklung mit Kulturwirtschaft vor Ort, trugen zur Aktivierung der lokalen Akteure bei und unterstützten die fachliche Vernetzung der beteiligten Städte.

Alle sechs Städte befassten sich im Rahmen der Workshopreihe erstmals explizit mit der Frage, ob und wie Aufgaben der Stadtentwicklung und eine Unterstützung der lokalen Kulturwirtschaft systematisch miteinander kombiniert werden können. Die hierbei gewonnenen Erkenntnisse und die aus der Workshopreihe entstandenen ersten Handlungsansätze der Kommunen können daher wertvolle Fingerzeige für andere Kommunen bieten.

Die Ausgangsvoraussetzungen der beteiligten Städte hätten kaum unterschiedlicher sein können: Die Bandbreite reichte von der (noch) 20.000-Einwohner-Kleinstadt Eschwege, die im peripheren, strukturschwachen Nordhessen mit Bevölkerungsrückgang kämpft, bis zur Metropole Frankfurt a. M., die mit

659.000 Einwohnern das wachsende Zentrum einer Stadtregion von 1.8 Millionen Einwohnern bildet. Doch nicht nur in Einwohnerzahl und geografischer Lage, auch nach Wirtschaftskraft und Umfang des Immobilienleerstands haben die sechs an der Workshopreihe beteiligten Städte sehr unterschiedliche Voraussetzungen. Auch die Art und Größe der Ausbildungseinrichtungen, die für Tätigkeiten in der Kulturwirtschaft qualifizieren und deren Absolventen als potenzielle Existenzgründer gelten können, ist sehr unterschiedlich.

Obwohl das Thema für alle beteiligten Städte in dieser Form neu war, konnten alle Kommunen bei der Suche nach einer zu den örtlichen Gegebenheiten passenden Vorgehensweise auf vorhandene Erfahrungen und Aktivitäten aufbauen. Bei näherer Betrachtung fanden sich zahlreiche Anknüpfungspunkte an Arbeitsbereiche der Kommunalverwaltung, die bislang nur noch nicht unter dem Blickwinkel der Stadtentwicklungsplanung oder der Förderung der Kulturwirtschaft betrachtet worden waren – beispielsweise in der Förderung von Kulturprojekten, der Beratung von Kleinunternehmen oder der Entwicklung benachteiligter Quartiere. Allerdings wurde in den Workshops auch festgestellt, dass diese Aktivitäten einzelner Ressorts für eine effektive Unterstützung der lokalen kleinen Kulturwirtschaft oder gar deren Integration in eine Stadtentwicklungsplanung nicht ausreichen. Deutlich wurde, dass ein integriertes, umfassenderes Vorgehen unter Beteiligung der relevanten Akteure notwendig ist.

5.1 Beziehungen zwischen den zentralen Akteursgruppen

Der Wunsch, alle entscheidenden Personengruppen einzubeziehen, wirft die praktische Frage auf, um wen es sich angesichts einer Vielfalt von Zuständigkeiten für und fachlichen Perspektiven auf das Thema Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung handelt. In den Workshops wurden fünf zentrale Akteursgruppen identifiziert:

- » Kulturförderung,
- » Stadtentwicklungsplanung,
- » Kommunale Wirtschaftsförderung, Kammern und Verbände,
- » Kreativszene sowie
- » Immobilieneigentümer und deren Verbände.

Als wichtige Fördergeber kommen neben dem städtischen Kulturamt auch andere Verwalter von Förderetats in Frage. Zunächst ist an die Ämter für Stadtplanung/Stadtentwicklung mit ihrem Stadterneuerungsprogramm zu denken. Aufgaben der Wirtschaftsförderung wie Gründerberatung oder Qualifizierungsangebote werden z. T. auch von den Kammern und anderen Institutionen wahrgenommen.

Zentrales Hindernis für den Aufbau von Kooperationsbeziehungen zwischen Akteursgruppen ist jedoch nicht so sehr deren Vielzahl und Heterogenität, sondern ein kompliziertes Beziehungsgeflecht zwischen diesen Gruppen, das man wie folgt beschreiben könnte:

Die raumsuchenden Kreativen verstehen sich selbst zumeist als Künstler oder Kulturschaffende, nicht aber als Existenzgründer. Und obwohl unternehmerisches Handeln ihre Aktivitäten ganz selbstverständlich prägt, wie die eigenständige Entwicklung von Projekten oder die Bereitschaft, wirtschaftliche Risiken einzugehen, begreifen sie sich nicht als Unternehmer, noch weniger als finanzschwaches Kleinunternehmen. Teil des „Kreativhabitus“ ist eine stark distanzierte Haltung gegenüber den „Schlipsträgern der Businesswelt“. Dazu kommen die unter den Kreativen verbreiteten Zweifel an der Anwendbarkeit von Beratungsangeboten für Existenzgründer (z. B. Businessplan) auf künstlerische Produktionsweisen.

Konsequenterweise wenden sie sich bei der Suche nach Unterstützung ihrer Aktivitäten in erster Linie an das städtische Kulturamt. So wird das Kulturamt zum Adressat von Anliegen, die für andere Branchen in den Aufgabenbereich der Wirtschaftsförderung fallen würden. Dies gilt insbesondere für die Vermittlung von günstigen Arbeitsräumen und Produktionsstätten.

*Die **Kreativen** wenden sich an das Kulturamt, das kaum **Geld**, keine Räume und erst recht keine betriebswirtschaftliche **Unterstützung** bietet. Sie meiden die Gründerberatung, und die Wirtschaftsförderung übersieht sie.*



Die Möglichkeiten eines Kulturamts sind hier sehr begrenzt, allenfalls sind Arbeitsräume im Rahmen eines kommunalen Atelierprogramms vorhanden. Die Unterstützung durch die Kulturförderung besteht daher zumeist in der Vermittlung von Kontakten, etwa zur kommunalen Liegenschaftsverwaltung. Diese Vermittlungstätigkeit kann die Kulturförderung aber oft nicht in dem Umfang leisten, wie sie für eine wirksame Unterstützung der Kreativen erforderlich wäre. Zugleich stellt die Bezuschussung von freien Kulturprojekten nur eine unzureichende Form der Standortförderung der lokalen kreativen Kleinunternehmen dar. Um Vielfalt und Qualität des kulturellen Angebots in der Stadt sicherzustellen, ist es nötig, auch ein Augenmerk auf die wirtschaftliche Stabilität der kleinen Kulturproduzenten zu haben. So wird zwar von Kulturämtern ein Unterstützungsbedarf der kleinen Kulturschaffenden erkannt, insbesondere deren Beratung in betriebswirtschaftlichen Fragen kann aber von ihnen selbst nur in Ausnahmefällen geleistet werden.

Der passende Ansprechpartner für Unternehmen wäre die kommunale Wirtschaftsförderung, die ihre Aufgabe als Vermittlungsinstanz zu den verschiedenen (Genehmigungs-)Behörden versteht, die Unterstützung bei der Immobiliensuche und Beratung bei der Unternehmensgründung leisten kann. Das Selbstverständnis der Wirtschaftsförderung ist das eines zentralen Ansprechpartners der Kommune für die Belange der lokalen Unternehmen („one-stop-shop“). Dennoch tritt die kleine Kulturwirtschaft sehr selten als Klientel der Wirtschaftsförderung in Erscheinung. Einerseits ist dies den habituellen Hemmschwellen der Kreativen geschuldet und deren Glauben, dort keine verständnisvolle Unterstützung zu bekommen. Andererseits liegen die Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft oft unterhalb der Aufmerksamkeitsschwelle der

wirtschaftsfördernden Institutionen, da die Beschäftigungseffekte und die erforderlichen Investitionssummen gering sind und größere Gewerbeflächen oder Räume in Gewerbeparks nicht nachgefragt werden. Die Folge ist, dass branchenspezifische Beratungsangebote der Wirtschaftsförderung für die Kulturwirtschaft noch eine Seltenheit sind.

Der Arbeitsansatz der Stadtentwicklungsplaner ist raumbezogen, die Kulturwirtschaft gerät ihnen tendenziell nur innerhalb der Gebietskulisse von Förderprogrammen in den Blick. Doch im Fokus der Aufmerksamkeit der Stadterneuerung stehen die heruntergekommenen Quartiere, leer gefallene Industriegelände und andere Stadtbrachen – kurz, jene Bereiche einer Stadt, in denen die Kreativen günstige Räume finden könnten. So ist seitens der Stadtplanung ein Interesse gegeben, die Kreativen als Akteure und Impulsgeber für Entwicklungsprozesse in den Stadterneuerungsquartieren zu gewinnen. Kontakte zur Kreativszene kommen aber allenfalls dann zustande, wenn die Planung im Rahmen eines Stadterneuerungsprogramms vor Ort im Quartier tätig wird. Im Bewusstsein der Kulturschaffenden ist die Stadtplanung als möglicher Ansprechpartner nicht präsent. Dabei ist im Rahmen von Stadtentwicklungsmaßnahmen im engeren Sinn flankierend eine Vielzahl von Aktivitäten zur Förderung der kleinen Kulturwirtschaft möglich.

Die fünfte, sehr entscheidende Akteursgruppe sind die Eigentümer der betreffenden leer stehenden Immobilien, seien sie private oder öffentliche Eigentümer. Die Eigentümer befinden sich in einer schwierigen Situation: Einerseits müssen sie in einem problematischen Marktumfeld ertragssichernde Lösungen für den Umgang mit Immobilienleerstand finden. Andererseits kann eine Nutzung durch Kreative be-

*In vielen **Städten** ist erkannt worden, dass es zur **Förderung** der **Kulturwirtschaft** notwendig ist, in der Kommune ämterübergreifend zusammenzuarbeiten.*



deuten, dass die Ertragserwartungen an die Immobilie deutlich nach unten korrigiert werden müssen. Für persönliche Kommunikation mit potenziellen Nutzern und den gerade für private Einzeleigentümer wichtigen Aufbau von gegenseitigem Vertrauen, eine oft genannte Voraussetzung für das Zustandekommen kreativer Nutzungen, gibt es selten Gelegenheit. Kreative müssen vielfach erst mit einem reputierlichen Partner (Kommune, Hochschule) auftreten, um mit Immobilieneigentümern ins Gespräch zu kommen. Gegebenenfalls könnte die Ansprache einzelner Eigentümer über das Einbeziehen der entsprechenden Verbände erleichtert werden.

Überspitzt formuliert stellt sich die Gemengelage so dar: „Die Kreativen wenden sich an das Kulturamt, das kaum Geld, keine Räume und erst recht keine betriebswirtschaftliche Unterstützung bietet. Sie meiden die Gründerberatung, und die Wirtschaftsförderung übersieht sie. Die Stadtplaner würden die Kreativen gerne für ihre Pläne einspannen, doch die Kulturschaffenden haben keinen Plan von der Stadtplanung, obwohl es hier Fördermittel gibt. Die Immobilieneigentümer können gewonnen werden, wenn die Kreativen mit reputierlichen Partnern kooperieren.“¹⁰⁶

Angesichts der Komplexität der Fragestellung fehlen den beteiligten Akteuren der Überblick und damit auch die Möglichkeiten, im Sinne ihrer jeweiligen Zielsetzungen zu handeln. Die ersten Aktivitäten der Workshopkommunen dienten daher zunächst dem Zweck, den Beteiligten eine bessere Übersicht zu verschaffen und die Kommunikation zwischen den Akteuren oder zumindest zwischen einem Teil von ihnen zu ermöglichen.

Auch ohne eine detaillierte statistische Bestandsaufnahme in Form eines kommunalen Kulturwirtschafts-

berichts konnten zumindest die größeren Städte sich anhand von Umsatz- und Beschäftigtenziffern nach Wirtschaftszweigen einen ersten Überblick über den Umfang der (etablierten) örtlichen Kulturwirtschaft verschaffen. Allerdings können die kreativen Kleinstunternehmen weder in der Umsatzsteuerstatistik noch in der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ohne weiteres identifiziert werden. Für kommunale Kreativwirtschaftsberichte, wie sie mittlerweile die Städte Offenbach und Frankfurt a. M. vorgelegt haben, sind Umfragen, Experteninterviews und Datenerhebungen erforderlich, die einigen Aufwand erfordern. Zwar kann in Gesprächsrunden das Themenfeld wesentlich rascher sondiert werden, doch solide Informationsgrundlagen können letztlich nur durch systematische Untersuchung geschaffen werden. Allerdings können empirische Erhebungen nur das Vorhandene feststellen – die Aktivierung von Potenzialen und deren Entwicklung verlangt Kommunikation zwischen den Beteiligten.

5.2 Kommunikations- und Koordinationsaufgaben

Die Kommunikation und Koordination zwischen den oben beschriebenen fünf Akteursgruppen muss nicht immer alle Beteiligten gleichzeitig umfassen, zumal dies in der Praxis sogar eher hinderlich sein dürfte. Es sind im Wesentlichen drei Kommunikations- und Koordinationsaufgaben zu lösen:

- » Dies ist zunächst die Abstimmung innerhalb der Kommunalverwaltung und -politik, also in erster Linie zwischen dem Kulturamt, der Stadtentwicklungsplanung, der Wirtschaftsförderung und deren politischen Leitungen.

¹⁰⁶ Unbekannter Teilnehmer der Workshopreihe, sinngemäß zitiert.

- » Der zweite Aufgabenbereich ist die Kommunikation der Stadtverwaltung mit der kleinen Kulturwirtschaft – gibt es bspw. einen zentralen Ansprechpartner?
- » Die dritte Kommunikationsaufgabe ist die Vermittlung zwischen Immobilieneigentümern und potenziellen Kreativnutzern.

Diese drei Kommunikationsaufgaben sind jedoch keine vollständige Aufzählung. Das Querschnittsthema Kulturwirtschaft kann auch die Zuständigkeitsbereiche von Bauamt, Liegenschaftsamt und Ordnungsamt berühren. Die kommunalen Wohnungsbaugesellschaften oder andere städtische Gesellschaften mit Immobilieneigentum können zu wichtigen Partnern werden, und nicht zuletzt auch die ortsansässigen Ausbildungseinrichtungen für kulturwirtschaftliche Berufszweige.

Die Intensivierung der Zusammenarbeit mit der ansässigen Hochschule bzw. Ausbildungseinrichtung ist daher für alle Städte sehr ratsam, um die vorhandenen Potenziale auszuschöpfen und möglichst passgenaue Lösungen für Absolventen in der Startphase ihrer Berufstätigkeit zu entwickeln. Die Bedeutung des Engagements der am Ort ansässigen Hochschule belegen die Erfahrungen in den hessischen Projekten Gründercampus *Ostpol* in Offenbach und *basis e. V.* in Frankfurt. Beide Initiativen wären ohne maßgebliche Unterstützung von Hochschuleseite nicht möglich gewesen.¹⁰⁷

Alle genannten Kommunikationsaufgaben können auf sehr unterschiedliche Weise gestaltet werden, und es ist nicht für jede Kommunikationsaufgabe eine eigene Lösung erforderlich. Grundsätzlich kann die Kooperation zwischen verschiedenen kommunalen Fachbereichen vertikal oder horizontal zwischen den Fachämtern hergestellt werden.

Ein Beispiel vertikaler Koordination ist das Vorgehen der Stadt Zürich, die mit einer Stabsstelle Stadtentwicklung eine den anderen Ämtern übergeordnete zentrale Einheit mit direkter Anbindung an den Stadtpräsidenten geschaffen hat. Auf diese Weise sei die Förderung der Kulturwirtschaft als ein wichtiger Teil

der städtischen Entwicklungsstrategie verankert und erfolgreich umgesetzt worden. Insbesondere bei Vorhaben, die mehrere Fachbereiche tangieren (und dazu zählen häufig Projekte der Kulturschaffenden), soll sich die Vorgehensweise der Bildung einer Stabsstelle bewährt haben.

„Gießener Modell“

In vielen Städten ist erkannt worden, dass es zur Förderung der Kulturwirtschaft notwendig ist, in der Kommune ämterübergreifend zusammenzuarbeiten. Bemerkenswert ist dabei die horizontale Form der Zusammenarbeit, die sich in der Workshopstadt Gießen seit dem Jahr 2007 entwickelt hat.

In Gießen hat man die Koordination innerhalb der Stadtverwaltung und die Kommunikation mit der örtlichen Kreativszene verknüpft. Es wurde eine ämterübergreifende Arbeitsgruppe gebildet, in der neben dem Kulturamt, dem Stadtplanungsamt und der Wirtschaftsförderung auch die Kreativszene mit einer im Thema engagierten Künstlergruppe und dem alternativen örtlichen Kunstverein vertreten ist. Diese Form der Zusammenarbeit erwies sich rasch als fruchtbar. So hat die Wirtschaftsförderung schon erste Gründerseminare speziell für Gießener Kreativunternehmer ermöglicht. Zudem wurde das Projekt einer „Kümmerei“ entwickelt, die im Oktober 2008 ihre Arbeit aufgenommen hat. Die Kümmerei soll die innerstädtischen Leerstände aufspüren und als Orte der Vernetzung und Qualifizierung der Kulturwirtschaft nutzen bzw. vermitteln. Dies soll dem innerstädtischen Leerstandsmanagement dienen und Zwischennutzungen als Nutzungsform etablieren helfen. Gleichzeitig sollen die Standorte zu kulturellen Veranstaltungsorten mit eigenständigem künstlerischen Profil werden. Situier mitten im Stadtraum Gießens soll die Kümmerei Kultur und Kulturwirtschaft sichtbar machen. Mittelfristig soll aus der Kümmerei ein Kulturgewerbehof entstehen, der dauerhaft Veranstaltungs- und Arbeitsräume für Kulturschaffende bietet.

¹⁰⁷ Resultat einer weiteren, bundesweit beachteten Hochschulinitiative, die ihren Absolventen den Start in die Selbständigkeit erleichtern will, sind die Projekte *triebWERK* und *Designhaus* in Halle.

5.3 Entwicklungsstrategien

Informationsbeschaffung und die Etablierung von Kommunikationsstrukturen sind lediglich erste Schritte. Erst die Erarbeitung einer kommunalen Entwicklungsstrategie kann zu einer die Förderung der Kulturwirtschaft integrierenden Stadtpolitik führen. Hier wurden nach der Workshopreihe in den hessischen Städte folgende strategischen Ansätze diskutiert:

Clusterbildung in einer spezifischen Branche

Dieser Ansatz verfolgt das Ziel, aufbauend auf in der Stadt bereits vorhandene Branchen und kreative Ausbildungsgänge einen thematischen Cluster zu entwickeln. Wirtschaftskluster sind Netzwerke von Produzenten, Zulieferern, Ausbildungs- und Forschungsstätten, Dienstleistern und verbundenen Institutionen (z. B. Verbände) in regionaler Nähe zueinander, die durch Austauschbeziehungen untereinander entlang der Wertschöpfungskette gebildet werden. Kritischer Aspekt jeder Clusterstrategie ist damit die Frage, ob die Wertschöpfungskette weitgehend vollständig aufgebaut werden kann oder ob darin entscheidende, das Netzwerk schwächende Lücken klaffen. Eine Aussage hierzu bedarf einer detaillierten Betrachtung der vorhandenen Potenziale.

So versucht die Stadt Hanau, die Absolventen der „Staatlichen Zeichenakademie Hanau“, die Gold- und Silberschmiede auszubilden, in der Stadt zu halten. Bisher wandern viele dieser Absolventen ab, obwohl das Rhein-Main-Gebiet ausreichend potenzielle Kunden für Goldschmiede, Gerätgestalter etc. bietet. Die Stadt Hanau selbst verfügt über bemerkenswerte Voraussetzungen rund um das Thema Gold- und Silberschmiedekunst. Neben der schon erwähnten

www.triebwerkhalle.de | www.burg-designshop.de

triebWERK / Designhaus / Burg-Designshop Halle

Förderung von Studenten und Gründern durch die Hochschule

Die Hochschule für Kunst und Design Burg Giebichenstein in Halle initiierte verschiedene Projekte, die sowohl über die Stadt verstreut als auch direkt auf dem Hochschulgelände angesiedelt sind. Ziel der Projekte ist es, Studenten zum Lernen unter realen, praxisnahen Bedingungen zu animieren und ihr Engagement, ihre Selbstorganisation und Eigenverantwortung zu fördern sowie durch Ansiedlung von kleinen eigenständigen Unternehmen nach Beendigung des Studiums die urbane Landschaft in Halle attraktiver zu gestalten.

Für triebWERK ist Kommunikation ein wichtiger Bestandteil des Projekts. Dazu zählt sowohl die Kommunikation der Studenten, der Hochschule und der Läden mit der städtischen, der regionalen, nationalen und internationalen Ebene, als auch die interne Kommunikation der in der Stadt verstreuten Projekte der Hochschule.

Das Initialprojekt triebWERK verfolgt die Grundidee, Studenten in der Kreativszene von Halle zu etablieren. Es werden projektbezogene und individuelle Dienstleistungen im Bereich Design, meist bis hin zur Fertigstellung und zum Vertrieb des Produkts, innerhalb der Lehrtätigkeiten der Hochschule durchgeführt. Dies geschieht in Kooperation mit ortsansässigen Unternehmen. Die dadurch



Kreativwerkstätten in Halle

erworbenen Erfahrungen und geknüpften Netzwerke sollen den Einstieg in die Existenzgründung vor Ort erleichtern. Der Entwurfs- und Verkaufsraum für studentische Designprodukte war bis zum September 2007 in einem von mehreren leer stehenden Ladenlokalen direkt im Zentrum, unmittelbar in der Nähe des Marktplatzes von Halle zu finden. Das ausgewählte Gebäude zeichnet sich besonders durch seine zentrale Lage und den gut erhaltenen Zustand der Bausubstanz aus. Der Ladenbetrieb durch triebWERK hatte neben der Verhinderung von Vandalismus positive Auswirkungen auf das Umfeld, z. B. wurden vier ehemals leer stehende Ladenlokale in der unmittelbaren Nachbarschaft neu an Schmuck-, Haushaltswaren- und Designanbieter vermietet.

Der Burg-Designshop fungiert als Schaufenster der Burg Giebichenstein in der Innenstadt. Studenten entwerfen, realisieren und vermarkten hier ihre Produkte. Die Arbeit ist dabei wie in einer Agentur organisiert – einzelne Aufgaben wie Shop-Architektur, Marketing-Strategien und Kommunikation bis hin zum Produkt-Katalog werden in Gruppen bearbeitet.

Beim Designhaus handelt es sich um eine alte Gründerzeitvilla in unmittelbarer Hochschulnähe. Sie bietet Existenzgründern im Bereich Design preisgünstig Räume an und die Möglichkeit, die Infrastruktur und die bestehenden Netzwerke der Hochschule mitzubenutzen. Es unterscheidet sich nur insofern von triebWERK, als es zentral organisiert ist und von Absolventen genutzt wird. triebWERK hingegen ist dezentral organisiert und findet im Rahmen des Studiums statt. Im Burg-Designshop entwerfen Studenten Designobjekte und realisieren diese in Kooperation mit Betrieben und Manufakturen in Halle. Die Objekte werden dann als Kleinserien im Shop verkauft.

Darüber hinaus werden die Räumlichkeiten in den Ladenlokalen für weitere Zwecke wie Events, Feste, Ausstellungen, Veranstaltungen sowie als Hochschul-laden genutzt.

Hintergrund

Mit ca. 230.000 Einwohnern stellt Halle die bevölkerungsreichste Stadt des Bundeslandes Sachsen-Anhalt dar. Seit ihrem historischen Höchststand 1990 hat die Stadt aufgrund von Abwanderung, Suburbanisierung und Geburtenrückgang ca. 85.000 Einwohner verloren. Für die nächsten Jahre wurde ein ähnlich starker Bevölkerungsrückgang prognostiziert. Halle versteht sich aber auch als Stadt der Multimedia und des Designs. Mit den Hochschulen Martin Luther Universität und Burg Giebichenstein – Hochschule für Kunst und Design, dem Mitteldeutschen Multimediazentrum (MMZ) und weiteren wissenschaftlichen und kulturellen Einrichtungen sowie der unmittelbaren Nähe zu Leipzig bietet die Stadt gute Voraussetzungen für die Netzwerkbildung unter Kulturschaffenden.

Ausgelöst durch Umbauarbeiten am Standort Netzwerk der Hochschule für Kunst und Design initiierte Professor Hofmann das Projekt triebWERK. Seine Studenten begannen im Wintersemester 2004/2005, leer stehende Ladengeschäfte in der Innenstadt von Halle zu beziehen. Hier sollten sie bereits während der Ausbildung eine realitätsnahe Existenzgründung in Gruppen von zwei bis vier Leuten simulieren. Im Februar 2005 wurde der Bezug des ersten Objektes, des „Flagshipstore“, mit einer Werkschau gefeiert. Hier wurde gleich die erste durchgeführte Designdienstleistung des Projektes mit dem Thema „Leuchten und Stadtmöblierung“ präsentiert. Im September 2007 musste triebWERK seine Räumlichkeiten verlassen, weil ein neuer Mieter gefunden worden war.

Parallel zum Projekt triebWERK entstanden auch weitere, durch die Hochschule angeregte Initiativen wie das bereits erwähnte Designhaus, der Burg-Designshop sowie die Küche oder der Durchlauferhitzer. Auf der Suche nach passenden Räumlichkeiten für den Burg-Designshop kam man mit der Vermietervereinigung Oberer Leipziger Boulevard in Kontakt, die an das K&K Kongress- und Kulturzentrum Halle

www.triebwerkhalle.de
www.burg-designshop.de

weitervermittelten. Hier wurden Räumlichkeiten gegen Übernahme der Betriebskosten mietfrei zur Verfügung gestellt. Das gründerzeitliche, ursprünglich als Gesellschaftshaus errichtete Gebäude beherbergte im letzten Jahrhundert verschiedene Nutzungen. Im August 2007 musste der Shop die Räumlichkeiten verlassen, weil auch hier ein neuer Mieter gefunden worden war.

Finanzierung

Das Projekt besitzt Netzwerkcharakter und wird von privaten und öffentlichen Sponsoren gefördert, aber auch vom Hallensischen Stadtmarketing. Die Stadtverwaltung unterstützte das Projekt organisatorisch. Finanzielle Zuschüsse kamen in geringem Umfang vom Land Sachsen-Anhalt. Auch Gelder aus Drittmittelprojekten flossen in das Projekt. Die Hochschule wurde das dritte Mal in Folge mit dem ersten Preis des „ego.“ Existenzgründerwettbewerbs des Wirtschaftsministeriums des Landes Sachsen-Anhalt ausgezeichnet. Hier wird die Zahl der Existenzgründungen aus den Hochschulen heraus sowie die Zahl der entstandenen Arbeitsplätze im Verhältnis zu den Studierenden bewertet.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Die Projekte sind alle auf Initiative der Hochschule ins Leben gerufen worden. Die Betriebskosten der Läden wurden als Außenstelle der Burg Giebichenstein von der Hochschule übernommen. Für die Suche nach Räumlichkeiten sowie deren Ausstattung waren die Studenten zuständig. Erzielen die jungen Unternehmer im Rahmen des triebWERK-Projektes nach einiger Zeit höhere Gewinne, lassen sie diese in Form von technischer Infrastruktur in ihr Projekt einfließen und fördern damit die nachfolgenden Studenten. Die Nutzungsverträge werden nur gegen Übernahme der Betriebskosten abgeschlossen und beinhalten kurze Kündigungsfristen.

Zeichenakademie, die bereits 1772 gegründet wurde und international sehr angesehen ist, sind dies die Gesellschaft für Goldschmiedekunst, die junge Schmuck- und Gerätgestalter durch Wettbewerbe, Ausstellungen etc. fördert, das Deutsche Goldschmiedehaus Hanau, das zu den bedeutendsten Ausstellungszentren der Gold- und Silberschmiedekunst in Deutschland zählt sowie rund 30 Werkstätten von Goldschmiedem vor Ort.

Allerdings ist diese Tradition „in Gold“ als Branche im Stadtbild bspw. für Besucher kaum wahrnehmbar. Die Möglichkeiten einer nationalen und internationalen Vernetzung sind noch nicht ausgeschöpft, da es z. B. an preiswerten Unterbringungsmöglichkeiten für auswärtige Schmuckkünstler fehlt. Hierin liegen Chancen für eine stärkere Profilierung der Hanauer Goldschmiedekunst (Messen, Kongresse usw.). Um die Absolventen nicht an andere Städte bzw. an das übrige Rhein-Main-Gebiet zu verlieren, müssten die Rahmenbedingungen in Hanau besonders attraktiv gestaltet sein. Das bedeutet neben dem Sichtbarmachen der Schmuckproduktion durch anspruchsvolle Verkaufsräume, preiswerte Werkstätten sowie einen „career-service“ im Sinne von Vermittlung von Kontakten zu potenziellen Kunden für Jungunternehmer und Start-ups anzubieten. Im Kontext der städtebaulichen Erneuerung der Hanauer Altstadt wird die Idee verfolgt, rund um das Deutsche Goldschmiedehaus in frei werdenden Erdgeschoss des städtischen Wohnungsbestandes für Kunden zugängliche Goldschmiedateliers anzusiedeln und der Goldschmiedekunst so zu stärkerer Sichtbarkeit in der Stadt zu verhelfen.

Die Stadt Kassel ist für ihr internationales Dokumentarfilmfestival bekannt, die Universität Kassel bildet Studenten im Studiengang Visuelle Kommunikation in Fachrichtungen wie Film und Fernsehen, Trickfilm, experimentelle Fotografie und neue Medien aus. In Kassel spielt man mit dem Gedanken, in enger Verknüpfung mit der Kunsthochschule Kassel ein Gründerzentrum mit einem Schwerpunkt im Bereich Film einzurichten. Hintergrund dieser Überlegung ist auch hier der Umstand, dass viele Absolventen die Stadt nach dem Studium verlassen. Offen ist, ob es erreicht

werden kann, entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Filmbereich Start-ups und Unternehmen anzusiedeln.

Noch in den Anfängen stecken gleichfalls Überlegungen, den weltweiten Bekanntheitsgrad und die Anerkennung, die Kassel dank der documenta Ausstellungen im Bereich der zeitgenössischen Kunst genießt, auch zum Aufbau wirtschaftlicher Aktivitäten rund um dieses Thema („Kunst-Cluster“) zu nutzen. Wegen der Vielfalt möglicher Optionen gibt es Bestrebungen innerhalb der Stadtverwaltung sowie aus dem Kreis privater Kulturunterstützer, vertiefte Untersuchungen zu den Perspektiven der lokalen und regionalen Kulturwirtschaft zu beauftragen, die einen starken Handlungsbezug haben sollen.

Kulturwirtschaftliche Gründerzentren

Beispiele für kulturwirtschaftliche Gründerzentren gibt es schon in einer Reihe deutscher Städte, etwa in Dortmund, Mannheim, Berlin und Hamburg. Das Spektrum der beteiligten Branchen ist unterschiedlich. Manche Einrichtungen sind thematisch spezialisiert (z. B. auf Popmusik), in anderen ist fast die ganze Branchenbreite der Kulturwirtschaft vertreten.

Im Frankfurter Bahnhofsviertel bietet das Projekt *basis* in mittlerweile zwei Gebäuden über 100 Arbeitsräume sowie Ausstellungsflächen für junge Kreative. Die zwischen 10 m² und 90 m² großen Räume werden gegen vergleichsweise geringe Nutzungskosten (6,50 - 7,00 Euro pro m²) an Kreative aus allen Disziplinen vergeben. *basis* richtet sich mit seinem Angebot an „junge, ambitionierte Künstler, an Absolventen aus angewandten kreativen Disziplinen und an engagierte junge Leute, die mit der Absicht der Existenzgründung ein Betätigungsfeld erst entwickeln“. Ziel ist es, die Produktion künstlerischer Inhalte und die Startchancen in kreativen Berufen in Frankfurt zu fördern. Die Nutzer sind überwiegend im Bereich Gestaltung und Design tätig, unter ihnen sind zahlreiche Absolventen der Frankfurter Städelschule (Hochschule für Bildende Künste) und der Hochschule für Gestaltung in Offenbach. Neben dem Angebot von Räumen für die Produktion und Präsentation entwickelt sich ein



Musikpark Mannheim



MATO-Fabrik, Offenbach

an den Bedürfnissen der Nutzer orientiertes Angebot von technischen Schulungen und unternehmerischer Beratung. Besonders geschätzt wird das „Anregungsmilieu“ des Bahnhofsviertels sowie die sehr verkehrsgünstige Lage in der Nähe des Frankfurter Hauptbahnhofs.

Die Etablierung eines Kulturgewerbehofes ist auch das mittelfristige Ziel der Gießener „Kümmerei“, auch wenn man anfangs Räume nur temporär nutzen kann. Dies ähnelt der Entstehung des Frankfurter Gründerzentrums *basis*, das aus dem Projekt „raum-pool“ hervorging. Darin schlossen sich junge Kreative und Hochschulen zusammen, um gemeinsam Räume temporär zu nutzen. Die Rahmenbedingungen des



Eröffnung der Kümmerei Gießen

Gießener Projekts sind jedoch andere: Als Universitätsstadt hat Gießen ein im Verhältnis zur Einwohnerzahl sehr zahlreiches Kulturpublikum. Das kulturwirtschaftliche Profil der Stadt wird bestimmt vom Bereich Bühne. Neben dem renommierten Gießener Stadttheater (drei Sparten) und dem Universitätsinstitut für angewandte Theaterwissenschaften finden sich dort nationale und internationale Theatertreffen, Aufführungsorte für Musik, Theater und Kleinkunst sowie im Bereich professioneller Bühnenaufführungen tätige Unternehmen. Der Kreativbereich benötigt ausreichend große, günstige informelle Probe-, aber auch Aufführungsräume, die vom Publikum verkehrsgünstig erreichbar sein sollten.

Kulturwirtschaftliche Gründerzentren müssen sich nicht notwendigerweise in einem einzelnen Gebäude befinden. Auch in nahe beieinander gelegenen Straßenzügen können sich Standortgemeinschaften mit den typischen Merkmalen eines Gründerzentrums entwickeln: ein Angebot von günstigen Produktions-, Präsentations- und Verkaufsflächen für Start-up-Unternehmen, die Vernetzung der Gründer durch wechselseitige Dienstleistungs- und Zulieferbezie-

hungen sowie ein Beratungsangebot. So kann das „Goldschmiedequartier“, das rund um das Deutsche Goldschmiedehaus in der Hanauer Altstadt entstehen soll, auch als eine Art von Gründerzentrum konzipiert werden – nur unter mehreren Dächern.

Standorte für Arbeiten und Wohnen der Kreativen

Da in vielen Konzepten die Arbeits- und Präsentationsorte der Kreativen im Vordergrund stehen, gerät deren Wohnsituation leicht aus dem Blick. Dabei ist gerade für diese Gruppe ein Wohnen und Arbeiten in relativer räumlicher Nähe besonders attraktiv. Die Kombination von geeigneten Wohn- und Arbeitsräumen kann sich als Schlüssel zur Entwicklung kulturwirtschaftlicher Standortgemeinschaften erweisen, wie z. B. südlich von Darmstadt in der Wackerfabrik in Mühlthal verwirklicht. Es sollte daher geprüft werden, ob dort, wo aufgegebene gewerbliche Liegenschaften zu Arbeitsräumen und Büros für Unternehmen der Kulturwirtschaft umgenutzt werden, auch eine Wohnnutzung ermöglicht werden kann. Eventuell kann das Engagement von städtischen Wohnungsbau-gesellschaften auch in diesem Sinn in den Dienst der Kulturwirtschaft und der Stadtentwicklung gestellt werden.

Ein international bekanntes Beispiel für die Entwicklung solcher Kreativstandorte ist die non-profit-Immobilien-gesellschaft *Artspace* in Minneapolis, USA. Diese stellt Wohn- und Arbeitsräume für Künstler bereit, übernimmt die Anlagen-, Immobilien- und Hausverwaltung und bietet Beratungsleistungen an. *Artspace* finanziert sich über gestiftetes Kapital und die eigenen Einnahmen.

Stadtteilkonzepte

Dieser Ansatz wird im Rahmen von Städtebauförderprogrammen wie „Stadtumbau in Hessen“ und „Soziale Stadt“ praktiziert, u. a. in der Stadt Wiesbaden in den Stadtteilen Biebrich und Inneres Westend. Exemplarische Projekte dort sind das *Zollensemble* oder das *Kunstschauenster*. Die Integration von Kunst- und Kulturprojekten in Konzepte der Stadtteilentwicklung dient der Aktivierung von Leerstän-

den, soll die Attraktivität und das Image des Viertels verbessern und damit positiv auf das soziale Klima im Viertel einwirken. Die Anwendung der vorhandenen Städtebauförderprogramme in diesem Sinn ist allen Kommunen zu empfehlen. So formuliert das im Rahmen des Programms „Stadtumbau in Hessen“ entstandene städtebauliche Entwicklungskonzept „Wohnen und Leben im Bahnhofsviertel“ der Stadt Frankfurt ausdrücklich, dass „subkulturelle Aktivitäten nicht-etablierter Einsteiger“¹⁰⁸ erwünscht seien und der schwer vermarktbare Leerstand die dazu geeigneten Wohn- und Arbeitsstandorte liefern könne. Zudem benennt das Konzept bereits eine Reihe von Projektideen für die Umsetzung dieser Zielsetzung. Dabei steht die Entwicklung von Wohnmöglichkeiten für „robuste Nutzergruppen“ im Vordergrund. Das Bahnhofsviertel hat inzwischen ein Image als Kreativquartier erworben, wie bei den Feierlichkeiten zum 120jährigen Bestehen des Frankfurter Hauptbahnhofs im August 2008 deutlich wurde.

Ansätze für den ländlichen Raum: Kulturtourismus und Künstlerkolonien

Durch einen Ausbau des Kulturangebots und dessen Professionalisierung will man in der nordhessischen Kleinstadt Eschwege Kulturtouristen anziehen und so neue wirtschaftliche Impulse setzen. Von einer damit verbundenen Steigerung der Attraktivität der Stadt erhofft man sich zudem, den prognostizierten Bevölkerungsrückgang zu bremsen und vielleicht sogar einige neue Einwohner zu gewinnen.

Eschwege verfügt aufgrund seiner Lage, Wirtschaftsstruktur und der Art seiner Ausbildungseinrichtungen zunächst über kein ausgeprägtes kulturwirtschaftliches Profil. Der in größeren Städten verfolgte Ansatz, die vorhandenen Unternehmen und Absolventen aus dem Kreativbereich zu fördern und an die Stadt zu binden, greift hier nicht. Daher setzt die Stadt Eschwege darauf, durch besonders attraktive kulturelle Angebote Besucher nach Eschwege zu holen. Eine Steigerung der Besucherzahlen und der damit verbundenen Einkünfte soll in dieser vom demografischen Wandel besonders betroffenen Region durch

die Entwicklung einer spezifischen Form des Kulturtourismus erreicht werden.

Die Kulturakademie, die im Jahr 2007 erstmals mit einem eigenen Veranstaltungsprogramm auftrat, gibt kulturinteressierten Menschen über das Angebot von Workshops, Sommerschulen und Kompaktkursen die Möglichkeit, Erholung und eigene aktive Kulturproduktion miteinander zu verbinden. Als besondere Attraktion sollen Veranstaltungen nach Möglichkeit in leer stehenden historischen Gebäuden stattfinden, die so zu einer neuen Nutzung kommen. Das aus einem erweiterten kulturellen Angebot für Senioren der nordhessischen Region entstandene Konzept hätte das Potenzial, Teilnehmer aus einem überregionalen



Kunstaktion in der Altstadt Spangenberg

108 Stadt Frankfurt a. M. (2007): Stadtumbau in Hessen. Städtebauliches Entwicklungskonzept „Bahnhofsviertel“, S. 29.

*Auch in größeren, leer gefallenen **Liegenschaften** oder in nahe beieinander gelegenen **Straßenzügen** können kulturwirtschaftliche Standortgemeinschaften mit den typischen Merkmalen eines **Gründerzentrums** entstehen.*



Einzugsbereich zu gewinnen. Durch ein hochwertiges kulturelles und künstlerisches Angebot speziell für die Generation 50+ will man ein Alleinstellungsmerkmal im touristischen Angebot der Region entwickeln.

An eine jüngere Zielgruppe richtet sich das bereits langjährig etablierte Open-Air-Festival OpenFlair, das jährlich im August rund 15.000 Besucher nach Eschwege zieht.

Gleichfalls noch im Ideenstadium ist der Plan, eine städtische Kunsthalle einzurichten, die mit einem einzigartigen Ausstellungsprofil das ganze Jahr Besucher nach Eschwege locken soll. Statt eines Neubaus könnte hierfür auch ein leer stehendes historisches Gebäude genutzt werden. Die Workshopdiskussion hat gezeigt, dass dies nicht nur eine städtebaulich-architektonische Aufgabe ist. So muss etwa geklärt werden, wie der Erhalt der historischen Bausubstanz mit den technischen Ansprüchen des modernen Ausstellungswesens verbunden werden kann. Für den Publikumserfolg einer kulturtouristischen Attraktion ist vor allem deren klare Profilierung gegenüber konkurrierenden Angeboten entscheidend. Die Attraktion muss dazu (teilweise völlig unterschiedlich) in verschiedenen Zielgruppen vermarktet werden, Kunstsachverständige sind anders anzusprechen als Familienurlauber. Mitgedacht werden muss auch die Einbettung der Attraktion in die allgemeine touristische Vermarktung und Infrastruktur der betreffenden Region.

Kulturtourismus ist jedoch nicht die einzige Entwicklungsoption für Orte im ländlichen Raum. Die Beispiele der historischen Künstlerkolonien Willingshausen (Marburg-Biedenkopf) sowie das Künstlerdorf Kleinsassen (Rhön)¹⁰⁹ zeigen, dass auch ein Dorf oder eine Kleinstadt im ländlichen Raum eine Anziehungskraft auf Kulturschaffende ausüben kann, wenn dort

einzigartige Rahmenbedingungen vorhanden sind. Dies können Stipendien, Sommerakademien oder Kompetenzzentren sein. Anziehend ist auch die Chance, zu besonders geringen Preisen in einer historischen Altstadt mit Atmosphäre „Kreativ-Immobilien“ zum Wohnen und Arbeiten mieten oder kaufen zu können.

Anknüpfend an eine alte Tradition des Malerdorfes werden etwa in Kleinsassen vielfältige Angebote, z. B. eine jährliche Kunstwoche, realisiert. Die ansässige *Kunststation* fungiert als Begegnungsstätte für Kunstinteressierte, Künstler, Nachwuchskünstler und experimentierfreudige Sammler und ist mit entsprechenden Ausstellungsflächen in einer ehemaligen Dorfschule untergebracht. Dort ist auch Raum für Symposien, Workshops und Kurse. Das Dachgeschoss hält eine Gästewohnung für Künstler bereit, die auf Einladung für längere Studienaufenthalte in der Begegnungsstätte wohnen können. Durch die Aktivitäten rund um die *Kunststation* profitiert Kleinsassen von einem internationalen Meinungsaustausch. Für derartige Begegnungsstätten sind, ähnlich wie in den großen Städten, Ensemblestrukturen attraktiv, die in einem räumlichen oder funktionalen Zusammenhang stehen.

Um Kulturschaffende länger an einen Ort im ländlichen Raum zu binden, bedarf es nicht nur günstiger Wohn- und Arbeitsbedingungen in einer ansprechenden Umgebung. Ein schneller Internetzugang ist (nicht nur) für Kulturschaffende ein immer wichtiger werdender Standortfaktor. Das „Cyberdorf“ Colletta di Castellbianco in Italien ist eine Erfolgsgeschichte im ländlichen Raum, die im Wesentlichen der exzellenten Infrastruktur zur Datenübertragung geschuldet ist. Dort hat eine Telefongesellschaft ein nahezu leer ste-

hendes, baulich aber attraktives Dorf aufgekauft und mit Datennetzen aufgerüstet. So wurde das Dorf zum Anziehungspunkt für Freiberufler und Kulturschaffende, wenn auch vielfach nur als Zweitwohnsitz. Das Land Hessen fördert den Ausbau schneller Internetzugänge mit dem Programm „Breitbandversorgung im ländlichen Raum“.¹¹⁰

Wirtschaftlich unverzichtbar ist im ländlichen Raum die Kombination des kulturellen Angebots mit weiteren Angeboten, z. B. aus der Gastronomie oder dem Kunsthandwerk. Beispiele hierfür sind spezialisierte Erzeugermärkte, Restaurantangebote mit regionalen Gerichten aus regionalen Produkten, Handwerksvorführungen im Rahmen von Betriebsbesichtigungen oder auch kleinere Messen mit Erlebnischarakter.

Auch kulturwirtschaftliche Gründerzentren sind unter bestimmten Bedingungen in ländlichen Kleinstädten möglich. Ein Beispiel dafür ist das *KuK – Kunst- und Kulturzentrum* in Monschau in der Eifel (12.000 Einwohner). In einem historischen Gebäude (ehemaliges Finanzamt) bietet das Gründerzentrum zwölf Ateliers sowie Verkaufs- und Büroräume. Zudem werden hier u. a. Marketing-Beratung angeboten und Kontakte zu potenziellen Auftraggebern vermittelt. Da das pittoreske Städtchen Monschau eine beliebtes Besuchsziel für Touristen ist, spielt diese Zielgruppe für die Vermarktung künstlerischer Produkte eine große Rolle. Ein anderes Beispiel ist das Schloss Beesengstadt bei Halle, das von privater Seite als Forum für Filmbranche und Filminteressierte in Verbindung mit einem Hotelbetrieb, mit Filmfestivals, Lesungen u. a. entwickelt wurde. Zudem werden dort Workshops für Schauspiel, Drehbuch und Schnitt in Kooperation mit einschlägigen Institutionen aus Halle und Leipzig angeboten.



Kulturelles Gründerzentrum KuK, Monschau in der Eifel

Eine Zusammenstellung von wirtschaftlichen Eckdaten zur Kulturwirtschaft, die vorläufige Bestandsaufnahme der für kulturwirtschaftliche Nutzungen in Frage kommenden Liegenschaften, die Aufnahme von Kontakten zu den relevanten Akteursgruppen und die Identifikation der eigenen kulturwirtschaftlichen Stärken sind zumeist die allerersten Schritte einer Kommune. Zugleich ist eine stärkere Zusammenarbeit der Akteure notwendig, die sich gemeinsam um einfach zu realisierende Projekte bemühen. Um den Erfolg weitergehender Strategien (z. B. Cluster, Stadtteilkonzepte, Wohn- und Arbeitsstandorte) abzusichern, bedarf es einer ausdrücklichen Berücksichtigung kulturwirtschaftlicher Belange in den Konzepten zur Stadtentwicklung. Dies betrifft vor allem das explizit zu formulierende Ziel der Mobilisierung von geeigneten brach gebliebenen Liegenschaften für kulturwirtschaftliche Zwecke. Zielführend wäre die Entwicklung umfassender gesamtstädtischer Handlungsansätze nach Art eines „integrierten Stadtentwicklungskonzepts“.

¹¹⁰ Programm und Richtlinien zur Förderung der ländlichen Entwicklung in Hessen, Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Wiesbaden 2008.

Für die **Kreativen** ist Wohnen und Arbeiten in relativer räumlicher Nähe besonders attraktiv. Die Kombination von **Wohn- und Arbeitsräumen** kann sich daher als **Schlüssel** zur Entwicklung kulturwirtschaftlicher Standortgemeinschaften erweisen.



www.basis-frankfurt.de

basis e. V. Frankfurt

Beispielhafte Kooperation von Kulturschaffenden, Hochschulen, Stadt, Land

Hintergrund

Der gemeinnützige Verein *basis e. V.* ist im Jahr 2005 aus der Initiative *raumpool Rhein-Main* hervorgegangen. Diese wurde Ende 2001 als Kooperation mehrerer im Rhein-Main-Gebiet ansässiger (Kultur-)Institutionen und Hochschulen gegründet. Dazu gehören das Museum für Moderne Kunst, die Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main (HfG), die Städelschule Frankfurt, das Ballett Frankfurt sowie die Stadtwerke Offenbach. *raumpool* unterstützt im Stadtraum die „nomadisch“ (d. h. im Wechsel von einem halben bis zu einem dreiviertel Jahr) angelegte Realisierung von situativen Projekten und Ausstellungen mit Frankfurter und internationalen Künstlern. Zusätzlich vermittelt die Initiative jungen Künstlern und Kreativen im Rahmen einer Zwischennutzung Arbeitsräume in leerstehenden Liegenschaften. 2005 etablierte sich das Projekt *basis e. V.* im Bahnhofsviertel in der Elbestraße 10, einer 5-stöckigen Liegenschaft der Stadt Frankfurt. Ende 2007 wurde aufgrund der großen Nachfrage darüber hinaus die ehemalige Landesbildstelle in der Gutleutstraße 8-12 befristet angemietet. *basis e. V.* stellt nun an zwei Standorten in zentraler Lage des Frankfurter Bahnhofsviertels insgesamt 110 Arbeitsräume für junge Kreative aus allen Disziplinen zur Verfügung.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Das Ende des 19. Jahrhunderts als repräsentatives Wohnviertel erbaute, gründerzeitliche Bahnhofsviertel ist heute von Leerständen gekennzeichnet. Das einstige Frankfurter Renommierviertel war in den 1960er und 1970er Jahren durch seine Rotlichtbezirke, die offene Drogenszene und die damit verbundene Kriminalität in Verruf geraten. Um das Image wieder zu verbessern und die Potenziale des Stadtteils besser zu nutzen, ließ die Stadt Frankfurt ein Entwicklungskonzept für die Bereiche Wohnen, Freiraum, Verkehr und Stadtkultur erarbeiten. Ein Stadtteilbüro trug maßgeblich dazu bei. Darüber hinaus kamen dem Viertel Fördermittel in Millionenhöhe zur Umwandlung von Büro- in Wohnraum zugute.

Das ursprünglich für 11.000 Menschen geplante Bahnhofsviertel hat heute nur noch knapp 2.000 Einwohner. Mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil an Bewohnern und Gewerbetreibenden mit Migrationshintergrund besitzt es eine wichtige Funktion für die Integration von Zuwanderern. Die Bewohnerschaft setzt sich aus kinderreichen Familien, jungen Alleinerziehenden und älteren Alleinstehenden aus den unteren Einkommensgruppen, aus studentischen Wohngemeinschaften, aber auch gut verdienenden Angestellten aus dem Finanzgewerbe, der Werbung und der Theaterszene zusammen.

Nutzung

Die Elbestraße 10 beherbergt 35 preiswerte Ateliers und Arbeitsräume für Künstler und Kreative. Am zweiten Standort von *basis e. V.* in der Gutleutstraße 8-12, der im Januar 2008 eröffnet wurde, sind

weitere 75 Räume dazugekommen, die ebenfalls bereits komplett an junge Kreative vermietet sind. Die Arbeitsräume werden mit Ein- bis Dreijahresmietverträgen weiter gegeben, die Verträge bei Bedarf verlängert. In den beiden Häusern stehen außerdem ca. 450 m² Ausstellungs- und Veranstaltungsfläche zur Verfügung.

Finanzierung und Organisationsform

Zu Beginn des Projekts erhielt der Verein einen Startzuschuss der Stadt Frankfurt sowie ein Darlehen des Hessischen Immobilienmanagements. Die Stadt Frankfurt stellt dem Projekt das Gebäude in der Elbestraße für sechs Jahre mit Option auf Verlängerung zu einem geringen Mietzins zur Verfügung. Das Gebäude in der Gutleutstraße wird dem Verein vom Land Hessen (Hessisches Immobilienmanagement) für drei Jahre

mit Verlängerungsoption um zwei Jahre zu ähnlichen Konditionen vermietet. Durch den günstigen Mietzins kann sich basis e. V. aus dem Überschuss der Mieteinnahmen weitgehend selbst tragen. Der Verein ist aber weiterhin auf Sponsoren angewiesen.

Derzeit hat der gemeinnützige Verein basis e. V. sieben Mitglieder. Mit der Eröffnung des zweiten Standortes wurde zusätzliches Personal auf Grundlage von Werkverträgen eingestellt.

Ausblick

Bei wichtigen Entscheidungen soll künftig ein Beratungsgremium bzw. ein Beirat aus Personen unterschiedlicher Berufsgruppen (z. B. Wirtschaft, Kultur) eingebunden werden.



Arbeitsraum in basis, Frankfurt am Main



Gründerzentrum basis, Elbestraße im Frankfurter Bahnhofsviertel





6 Zusammenwirken von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung – Schlussfolgerungen für Hessen

Die wichtigste Erkenntnis des vorliegenden Berichts ist die Einsicht, dass der Vorwurf der Funktionalisierung von Kreativen für die Ziele der kommunalen Entwicklung im Einzelfall berechtigt ist, in der Summe der dargestellten Leerstandsnutzungsprojekte aber die Vorteile für alle beteiligten Seiten überwiegen.

Die Alternative zum Gewährenlassen der Kreativen wäre ein weitaus konsequenzenreicherer Eingriff – der Abriss von Gebäuden, die ausschließlich kommerziell geprägte Neubebauung oder Umnutzung mit höchstmöglicher Rendite. Der Gewinn auch nur temporärer Raumnutzungsmöglichkeiten für die kleine Kulturwirtschaft kann analog zu den anerkannten Positivwirkungen von Gründerzentren eingeschätzt werden.

Zentrale Erkenntnis ist ebenfalls, dass die Kulturwirtschaft der unterstützenden Kompetenz der Kommune, besonders der Ämter für Stadtentwicklung, Kultur, Wirtschaftsförderung und Liegenschaften, bedarf. Das bloße Dulden ist nicht die beste Lösung, sondern erst mit einer aktiven Unterstützung können die Vorteile für die kommunale Gesamtentwicklung realisiert werden. Allerdings wurde in der Studie auch deutlich, dass die Kreativwirtschaft ihre Selbstorganisationskraft verstärken sollte.

6.1 Fazit

Die gezielte Verschränkung von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung ist grundsätzlich möglich, aus dem Zusammenwirken der jungen und kreativen Szene und der Stadtentwicklung entstehen sogar vielfältige Synergien. Die Akteure der kleinen Kulturwirtschaft setzen typische Entwicklungs- und Aufwertungsprozesse in Gang, von denen die Stadtentwicklung nicht nur in Metropolen wie London, Paris oder Berlin, sondern auch in Frankfurt und anderen hessischen Städten und Regionen profitieren kann. Die „Inbesitznahme“ von leer stehenden Einzelgebäuden, Gewerbebrachen oder ganzen Quartieren lässt kreative Milieus entstehen. Diese beleben das städtische Erscheinungsbild und fördern die Inanspruchnahme von Dienstleistungen und Infrastruktur, des Einzelhandels und der Gastronomie. Häufig bieten erst Gebäudeleerstand und für Investoren unattraktive Straßenzüge den notwendigen räumlichen und ökonomischen Freiraum für eine derartige Entwicklung. Kulturschaffende und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft deuten die vermeintliche Verwahrlosung und Schwäche eines Quartiers als Chance um. Sie profitieren von der Abwesenheit vorgegebener Nutzungsformen und eng definierter räumlicher Festlegungen. Das preiswerte, selbst auszugestaltende und flexibel sich entsprechend der Entwicklung der eigenen Ansprüche wandelnde Provisorium ist gewünschter Ausgangspunkt und Ziel zugleich.

Es sind vor allem Stadtquartiere, die durch soziale und ökonomische Stabilisierung von der Kulturwirtschaft profitieren. In Folge dieser Vitalisierung einzelner Stadtteile wird auch die private und öffentliche Investitionsbereitschaft erhöht. Und nicht zuletzt können sie das von außen wahrgenommene Profil und die Ausstrahlung einer Stadt positiv beeinflussen. Kreative Nutzungen befördern die Stadtentwicklung aber auch dadurch, dass sie durch Aneignung und Umformung von Räumen im Vorfeld von öffentlichen wie privaten Standortentwicklungen zu deren Aufwertung und Imageverbesserung beitragen.

Umgekehrt kann das Ermöglichen dieser Aneignung und Umformung von Räumen im Sinne einer Gründer- und Unternehmensförderung für die kreative Szene wirken. Da preisgünstige Arbeitsräume in einer die Kreativität anregenden Umgebung für die Entfaltung der Akteure der Kulturwirtschaft eine ganz entscheidende Rolle spielen, ist deren Verfügbarkeit quasi Wirtschaftsförderung. „Unfertige“ Experimentieräume mit niedrigem Standard können daher als positiver Standortfaktor für die Kulturwirtschaft begriffen werden.

Will eine Kommune Kulturschaffende, Kleinstunternehmen und Hochschulabsolventen aus dem Kreativsektor in der Stadt halten, so sind die Öffnung und die Sicherung der Nutzung derartiger Standorte unabdingbar. Dies sollte flankiert werden durch eine Reihe weiterer Maßnahmen zur Verbesserung der Standortqualitäten für kreative Menschen und Unternehmen, wie z. B. die Einrichtung von Gründerzentren, Beratungs- und Vermittlungsstellen oder gezielte finanzielle Hilfen. Von solchen Maßnahmen profitiert insbesondere die kleine Kulturwirtschaft nachweislich. Gerade die Kulturschaffenden und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft benötigen zur Sicherung ihrer wirtschaftlichen Entwicklung Unterstützungsangebote, vor allem zur Qualifizierung ihres unternehmerischen Handelns (z. B. in Betriebsführung, Vernetzung, Marketing usw.).

Der Kulturwirtschaftsbericht der Stadt Graz¹¹¹ formuliert diese Erkenntnis so: „Man kann den Kreativen Sektor nicht durch direkte Subventionen päppeln, sondern nur durch genau überlegte infrastrukturelle und ‚symbolische‘ Maßnahmen.“ Als erstes Beispiel hierfür wird genannt: „Konvertierte Fabriken als ‚kreative Kraftwerke‘, in denen sich kreative Milieus zu erschwinglichen Preisen ansiedeln können.“

Kreative Milieus sind jedoch nicht gezielt produzierbar. Der Prozess der Aufwertung wird stark von der Aufmerksamkeit gesteuert, die die bislang vernachlässigten Liegenschaften infolge der Kreativaktivitäten erhalten. Aus Sicht der Stadtentwicklung agieren die jungen Kreativen dabei als „Trüffelschweine“, die

111 Horx, Matthias (2006): Die kreative Ökonomie. In: Creative Graz.

*Es sind vor allem **Stadtquartiere**,
die durch soziale und ökonomische Stabilisierung
von der Kulturwirtschaft profitieren.*



besondere Lagequalitäten einer Liegenschaften entdecken, durch ihre Aktivitäten entwickeln und öffentlich sichtbar machen. In der Praxis erschweren oftmals gesetzliche und administrative Regelungen das Zustandekommen temporärer kulturwirtschaftlicher Nutzungen. Zwischennutzungen sind im Allgemeinen den gleichen rechtlichen Regelungen unterworfen wie Dauernutzungen; es gibt hierfür keine besondere Privilegierung. Daher stehen alle Projekte, die von vorneherein für eine begrenzte Frist angelegt sind, oder bei denen unsicher ist, ob sie über einen längeren Zeitraum aufrechterhalten werden können, vor der Frage, ob der zu einer korrekten rechtlichen Absicherung erforderliche Aufwand aus der kurzfristigen Nutzung finanziert werden kann. Dieses Problem kann jedoch gelöst werden. Zum einen können in Zusammenarbeit mit den Genehmigungsbehörden Lösungen gefunden werden, die geplante Nutzung dennoch zu realisieren. Unter Umständen kann dem Brandschutz statt durch aufwändige bauliche Maßnahmen auch mit einfachen organisatorischen Vorkehrungen Genüge getan werden. Zum anderen kann seitens der Kommune Hilfestellung gegeben werden bei der Frage, was für ein konkretes Projekt beantragt, geprüft, genehmigt werden muss, eine typische Serviceleistung der Wirtschaftsförderung. Gezielte Hilfestellungen dieser Art für die Kulturwirtschaft fehlen bisher noch.

Auch hessische Städte können von den Synergieeffekten aus der Verschränkung von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung profitieren, wenn dort die Aneignung und Umformung von Räumen durch kreative Gründer, Selbständige und Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft möglich wird. Dazu sollten Land und Kommunen den Empfehlungen der Enquete-Kommission der Bundesregierung „Kultur in Deutschland“

folgen, die in ihrem Abschlussbericht Bund, Ländern und Kommunen anrät, Kulturcluster als Mittel zur Bündelung von Ressourcen im kulturellen Sektor und zur Steigerung der Wertschöpfung zu fördern. Sie empfiehlt zudem, die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft als politische Querschnittsaufgabe im politisch-administrativen System zu verankern.¹¹² Die Enquete-Kommission spricht sich dabei ebenfalls dafür aus, Konzepte für die kultur- und kreativwirtschaftliche Nutzung von Übergangsräumen („Transition Spaces“), d. h. von Zwischennutzungen, von kompetenten Institutionen entwickeln zu lassen. Diese könnten private Liegenschaften für eine entsprechende Nutzung akquirieren, Liegenschaften im privaten oder öffentlichen Besitz verwalten und vermieten sowie als Ansprechpartner für Eigentümer und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft fungieren. Die Kommunen selbst sollten ihre Liegenschaften einer Zwischennutzung für Künstler und künstlerisch-kreative Akteure zugänglich machen, sofern eine andere Verwertung entsprechend den Zielen der Stadtentwicklung zumindest vorübergehend nicht möglich ist.¹¹³

Das „Ermöglichen“ temporärer Flächen- und Raumnutzungen sollte daher als flexibles Instrument sowohl der Förderung der Kulturwirtschaft als auch der Vermeidung von Leerstand entwickelt und verstetigt werden. Dabei können Mittel der Städtebauförderung gezielt eingesetzt werden, z. B. um leer stehende Gebäude und Räumlichkeiten als preiswerte Ateliers, Werkstätten oder Arbeitsräume für die Akteure der kleinen Kulturwirtschaft nutzbar zu machen. Das Land Hessen verfügt hier bereits über eine ganze Palette unterschiedlicher Förderinstrumente, da eine gezielte Unterstützung kulturwirtschaftlicher Projekte im Rahmen von Programmen der Städtebauförderung,

112 Fesel, Bernd (2007 b): Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen der Enquete-Kommission, Abschlussbericht „Kultur in Deutschland“, www.kulturpolitik-kulturwirtschaft.de.

113 Ebda.

der Wirtschaftsförderung und der Kulturförderung möglich ist.

Die Erfahrungen der an der Workshopreihe beteiligten hessischen Kommunen haben gezeigt, wie das Themenfeld auf kommunaler Ebene angegangen werden kann. Erste Schritte sind neben der Informationssammlung (Leerstandskataster, lokaler Kulturwirtschaftsbericht) der Aufbau von Kommunikationsstrukturen mit den zentralen Akteuren. Auf dieser Grundlage können dann den örtlichen Gegebenheiten angemessene kommunale Entwicklungsstrategien formuliert werden.

6.2 Chancen für Hessens Städte

Wichtige Voraussetzung für das Entstehen neuer kultureller oder kulturwirtschaftlicher Cluster ist das Vorhandensein von Experimentier- und Erprobungsflächen. Geeignete Flächen finden sich in allen Landesteilen.

Aber nicht nur vernachlässigte Quartiere bergen Chancen dieser Art, auch leer stehende Einzelgebäude, brach gefallene Industrie- und Gewerbeareale sowie aufgegebene Infrastruktur- und Militärfächen können für die angesprochene junge kreative Szene Anziehungspunkt sein. Der Architekt Phillip Oswald bezeichnet beispielsweise das Brachliegen von Flächen innerhalb einer Siedlung als genauso unverzichtbar für die Stadt wie den brach liegenden Acker für die Dreifelderwirtschaft. So wie bei der Dreifelderwirtschaft ein Acker für eine bestimmte Periode nicht bewirtschaftet wird, damit sich der Boden von der intensiven landwirtschaftlichen Nutzung erholen und wieder zu einem nährstoffreichen Boden entwickeln kann, sollten auch in der Stadt freie Flächen existieren, um deren kreative Weiterentwicklung zu ermöglichen.

Damit die Kulturwirtschaft positive Wirkungen auf die Kommunalentwicklung entfalten kann, müssen aber nicht nur entsprechende Standorte vorhanden sein, es müssen auch weitere räumliche, infrastrukturelle und gesellschaftliche Voraussetzungen gegeben sein:

- » Die Stadt sollte, so die Meinung vieler Experten, eine gewisse Mindestgröße haben. Die „kritische

Masse“ an Einwohnern liegt den Schätzungen zufolge bei ca. 150.000 Einwohnern. Zu berücksichtigen ist dabei auch die Lage im Raum. So können ein ausgeprägter touristischer Sektor, die Nähe zu einem Ballungszentrum und die Anbindung an überregionale Verkehrsadern ggf. auch kleineren Städten eine Chance bieten.

- » Darüber hinaus ist eine kritische Masse von Kreativen notwendig. Sie findet sich in der Regel immer dort, wo eine Hochschule mit entsprechenden Fachbereichen ihren Standort hat. Universitäten prägen das lokale kulturelle Milieu sowie Konsum- und Freizeitangebote und sind daher wichtig für eine lebhaftere Gründerszene.
- » Um Gleichgesinnte für eine Milieu- und Netzwerkbildung zu finden, sollte in einer Stadt eine alternative Szene, eine Art Subkultur bzw. ein Kreis engagierter Privater vorhanden sein. „Hochkultur“ in Form von klassischen Kultureinrichtungen wie Oper, Schauspiel, Museum ist an diesen Standorten eher Begleiterscheinung als unmittelbar auslösender Faktor.

Das Vorhandensein von Bildungs- und Forschungseinrichtungen, ungenutzten Gebäuden und Brachflächen bewirkt allein aber noch keine innovative Stadtentwicklung durch die kreative Szene. Vielmehr ist es die Art der Beziehungen zwischen den Akteuren, die für die Entstehung kreativer Milieus von entscheidender Bedeutung ist. Dazu zählt die Vernetzung der Kreativen untereinander und die Qualität der Kommunikation mit Verwaltung und privatem Sektor. Erst intensive Interaktionen zwischen den Akteuren können wirksame lokale Entwicklungseffekte erzeugen.

Unter den genannten räumlichen, infrastrukturellen und gesellschaftlichen Voraussetzungen sind für Kulturschaffende und Kleinstunternehmen in Hessen zunächst der Ballungsraum Rhein-Main mit den Städten Frankfurt, Offenbach, Hanau, Darmstadt und Wiesbaden sowie die Stadt Kassel in Nordhessen als Entfaltungsräume erkennbar. Hier werden zahlreiche kreative Studiengänge wie Gestaltung bzw. Design, (Innen-)Architektur, Raumplanung, Theaterwissen-

schaften, Darstellende Kunst, Filmwissenschaft, Musikwissenschaft und Bildende Kunst angeboten und hier lebt eine ausreichende Anzahl von Studenten dieser Fachrichtungen. In diesen Studiengängen werden in Hessen jährlich rund 1.500 Abschlussprüfungen erfolgreich absolviert, davon entfallen mehr als zwei Drittel auf das Rhein-Main-Gebiet.

Auch Gießen und Marburg sind als Oberzentren interessant für die Kulturwirtschaft, da sie neben kreativen Studiengängen wie „Angewandte Theaterwissenschaften“ und „Architektur“ in Gießen sowie „Kunstgeschichte“ in Marburg über gute Verkehrsanbindungen in das Rhein-Main-Gebiet verfügen. In Marburg befinden sich darüber hinaus zwei soziokulturelle Zentren, der Kulturladen KFZ, das älteste Soziokulturelle Zentrum in Hessen, und die Waggonhalle. Allerdings ist in diesen Städten bisher nur eine schwache räumliche Schwerpunktbildung und inhaltliche Profilbildung der Kulturwirtschaft festzustellen.

Andere hessische Hochschulstandorte oder Mittelstädte wie Fulda und Wetzlar weisen keine kreativen Studiengänge auf, dennoch finden sich hier vereinzelt Künstlermilieus oder kreative Standortgemeinschaften. Diese Ausnahmen bestätigen allerdings nur die allgemeine Regel.

Verfügen Kommunen über diese Rahmenbedingungen, kann die Entwicklung der Kulturwirtschaft zu einem zentralen Handlungsfeld der Stadtpolitik werden. Seit einigen Jahren wird die „kreative Stadt“ international als urbanes Entwicklungsleitbild debattiert und die Kulturwirtschaft gilt als eine der Zukunftsbranchen Europas. Stadtforscher wie Richard Florida und Charles Landry vertreten sogar die Auffassung, der Kreativsektor habe schon heute eine entscheidende Rolle im Stadtentwicklungsprozess. Eine „kreative Stadt“ kann – in unterschiedlicher Intensität – folgende positiven Entwicklungen beobachten:

- » Revitalisierungsfaktor Kultur
Auch die Kulturwirtschaft bevorzugt in der Regel zentrale Lagen mit guter Erreichbarkeit und kurzen Wegen zu Versorgungseinrichtungen. Damit trägt sie zur Stärkung der Zentren und Quartiere bei, d. h.

auch zu deren baulicher Revitalisierung. Durch die Bereitschaft, Arbeiten und Wohnen zu kombinieren, kann auch die Wohnfunktion der zentralen Quartiere eine Stärkung erfahren.

Wenn es gelingt, die Initiativen der Kulturwirtschaft zu bündeln – beispielsweise im Rahmen von Sanierungsgebieten – kann dadurch ein entscheidender Vitalisierungsschub für das Quartier oder die Innenstadt erreicht werden.

- » Erhaltung und Stärkung lokaler Ökonomien und Infrastruktur
Das kulturwirtschaftliche Milieu benötigt und nutzt in großem Umfang die Quartiersinfrastruktur, d. h. den ansässigen Handel, Kleingewerbe und Dienstleistungen. Die Akteure selbst, aber auch die durch sie angezogenen Kunden- und Bevölkerungskreise, unterstützen die im Quartier bestehende Ökonomie und Infrastruktur und tragen so zu ihrer Sicherung bei.
- » Vielfalt und Offenheit in der Stadtgesellschaft („bunter, jünger, mehr“)
Die kreative Szene der Kulturwirtschaft bereichert die Stadtgesellschaft mit ihren vielfältigen Lebensstilen, ihren breit gefächerten Tätigkeiten, ihren vielen Nationalitäten und durch das relativ junge Lebensalter ihrer Akteure.
- » Imageverbesserung oder Imagewechsel
Ein alternatives Kulturangebot kann sich zum „In-Angebot“ eines Stadtquartiers oder einer Stadt entwickeln und im Laufe der Zeit zusätzliche Studenten, Kulturwirtschaftler und Touristen anziehen. Diese „Verdichtung der Szene“ kann mittelfristig zu einem Imagegewinn oder Imagewechsel führen. Die erhöhte Anziehungskraft des alternativen Kulturangebots führt zu einem steigenden Bekanntheitsgrad des Quartiers, in dessen Folge öffentliche und private Investitionen ausgelöst werden.
- » Wandel kommunaler Aufgabenwahrnehmung
Die Verbindung von Kulturwirtschaft, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Liegenschaftsverwaltungen verlangt Querschnittsdenken und interdisziplinäre Arbeitsweisen. Dies wiederum führt zu

Das Land **Hessen** verfügt bereits über eine Palette von **Förderinstrumenten**. Eine gezielte Unterstützung kulturwirtschaftlicher Projekte ist im Rahmen von Programmen der **Städtebau-, Wirtschafts- und Kulturförderung** möglich.



www.kulturfabrik-kassel.de

Kulturfabrik Salzmann e. V. Kassel Soziokulturelles Zentrum – Kultur und Gewerbe

Hintergrund

Die Textilfabrik Salzmann & Comp. wurde 1890 in Bettenhausen erbaut. Die Backsteingebäude weisen Stilelemente aus Historismus und Jugendstil auf. Nördlich der Fabrik wurde die als „Salzmannshausen“ bekannte Wohnsiedlung für die Arbeiter der Fabrik angelegt. Ein Jahr später begann die Produktion. Auf dem Gelände waren zunächst eine Weberei mit 60 Webstühlen, Färberei, Appretur, Imprägnieranstalt, Schlosserei und Schreinerei untergebracht. In den nächsten Jahrzehnten expandierte die Fabrik erheblich und kaufte 1913 die in Konkurs befindliche Zündholzfabrik Miram auf, die als Salzmann II Färberei, Appretur und Imprägnierung umfasste. 1935 hatte die Salzmann & Company 4.000 Beschäftigte, die vorwiegend Militärzelte, Uniformen, Tornister, Postsäcke, Mäntel und Zirkuszelte fertigten. Im Zweiten Weltkrieg wurden Großteile des Werkes stark beschädigt. Die Produktion wurde nach Kriegsende in begrenztem Umfang wieder aufgenommen. In den 1950er Jahren zählte die Belegschaft noch 2.000 Beschäftigte, 1971 wurde die Produktion dann stillgelegt. 1987 wurde der gemeinnützige Verein Kulturfabrik Salzmann e. V. in Zusammenhang mit der documenta 8 von einer Gruppe Musiker, Maler und Schauspieler gegründet und ein erstes Kulturfestival auf dem Gelände veranstaltet.

Wenig später folgten die Gründung einer eigenen Theaterbühne und Ausstellungen. Neben der Einrichtung eines Gastronomiebetriebes mit Dance-floor veranstaltete der Verein zunächst zahlreiche Musik- und Theaterveranstaltungen. Mittlerweile hat die Kulturfabrik Salzmann ihren festen Platz in der Kulturszene Kassels und in der Region Nordhessen. 1994 verlieh die Stadt Kassel ihren Kulturförderpreis an die Kulturfabrik. Als LAKS-Standort veranstaltet die Kulturfabrik auch themenzentrierte Projektstage, die deutschlandweit und in verschiedenen Partnerstädten und Regionen im Ausland erarbeitet und präsentiert werden. Der bekannte Techno-Club Stammheim hatte von 1994 bis 2002 seinen Sitz in der Kulturfabrik.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Der Stadtteil Bettenhausen zeichnet sich durch große Gewerbeflächen und Wohngebiete aus. Bettenhausen ist eine der historischen Keimzellen der Industrialisierung Kassels. Bedingt durch die vorhandene Wasserkraft der Losse siedelten sich entlang des Flusses zahlreiche Betriebe an. Bereits 1679 wurde das heute älteste Industriegebäude Nordhessens, der sogenannte „Messinghof“, errichtet.

Nutzung

Derzeit unterhält die Kulturfabrik drei Bühnen, eine Ausstellungshalle, mehrere Ateliers, ein Café und ein Bistro. Der Theaterraum verfügt über einen 450 m² großen Theater- und Konzertsaal für bis zu 230 Besucher. Weitere Räume können zu günstigen Konditionen durch die Kooperation mit einer Diskothek sowie den Tanzinitiativen Labor Ost und Freiraum etc. zur Verfügung gestellt werden.

Derzeit sind über 60 Künstler und Firmen auf dem Gelände im Rahmen soziokultureller Arbeiten, z. B. Flyerherstellung oder Bühnenbildgestaltung, aktiv.

On Stage bietet als Konzertbühne 200 bis 400 Plätze und wird vor allem von Nachwuchsgruppen verschiedenster Musikrichtungen als Aufführungsort genutzt. In den letzten Jahren wurden hier die licht- und tontechnischen Rahmenbedingungen für semiprofessionelle Musikproduktionen erheblich erweitert.

Artefakt ermöglicht als offenes Ausstellungshaus regionalen Künstlern Einzel- und Gruppenausstellungen.

Im Theater des Ostens liegt der Fokus auf kultureller Jugendförderung. Die Bühne steht dem Jugend- und Schultheaterzentrum Nord (TZN), dem Kasseler Studententheater und freien regionalen Theatergruppen zur Verfügung. In Zukunft soll das vielfältige Spektrum noch durch den Aufbau eines IMPRO-THEATERS à la Theatersport ergänzt werden.

Schwerpunkt der Experimentellen Bühne sind interdisziplinäre Projekte aus Bildender Kunst, Theater, Neuem Tanz, Neuer Musik und Poesie.

In Zusammenarbeit mit Labor Ost werden Tanz, Tanztheater, Musicals und Tango von den Tanzfabrik-Tänzern aus der Region einstudiert und aufgeführt.

Finanzierung

Die Dr. Wolfgang Zippel-Stiftung unterstützte die Kulturfabrik 1998 mit einem Förderpreis für das Theater des Ostens.

1987 bis 1998 konnten im Rahmen befristeter Arbeitsförderungsmaßnahmen 30 Arbeitskräfte durch den Verein beschäftigt werden. 2003 umfasste der



Straßenansicht Sandershäuser Str.

feste Mitarbeiterkreis 14 Personen, von denen nur der Geschäftsführer und der Hausmeister ein Gehalt bezogen.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Der Verein Kulturfabrik Salzmann e. V. hat derzeit 40 Mitglieder. Seine Hauptaufgabe ist die Organisation von Veranstaltungen und die Betreuung der Raum-, Personal- und Finanzierungsplanung. Die Kulturfabrik kooperiert mit regionalen und überregionalen, öffentlichen und politischen Institutionen, darunter Kulturamt, Sozialamt, Jugendamt, Universität Kassel, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Hessischer Rundfunk, Kulturstiftung Sparkasse Kassel, documenta GmbH, freie Gruppen und Interessenverband Freie Kulturszene Kassel.

Ausblick

Der Großteil der insgesamt 20.000 m² großen Fläche wird derzeit nicht genutzt. Bis heute dauert die Suche nach einer wirtschaftlich sinnvollen Nutzung des unter Denkmalschutz stehenden Gebäudekomplexes und des riesigen Areals an.

einem umfassenden Gesamtverständnis kommunaler Entwicklung, welches die soziale, wirtschaftliche, kulturelle und ökologische Entwicklung einschließt.

- » Stärkung der Kommunen mit oberzentraler Funktion Kulturwirtschaft kann sich nicht nur in Metropolen positiv auf die Stadtentwicklung auswirken, auch in Städten ab 50.000 Einwohnern kann deren oberzentrale Funktion gestärkt und zu einem Alleinstellungsmerkmal im Hinblick auf die angrenzenden Unter- und Mittelzentren ausgebaut werden.

Die abgesicherte Bereitstellung von Experimentierräumen im Stadtgefüge für Kulturschaffende und Kleinstunternehmen stellt nicht nur ein wichtiges Instrument bei der Unterstützung der Kulturwirtschaft selbst dar. Umgekehrt fördert die Ansiedlung der Kulturwirtschaft auf derartigen Standorten eine innovative und nachhaltige kommunale Entwicklung, insbesondere in Metropolregionen und in größeren Städten.

6.3 Chancen für den ländlichen Raum

Peripher gelegene Teile Hessens, wie der Werra-Meißner-Kreis oder Teile des Vogelsbergkreises, verzeichnen eine rückläufige demografische und wirtschaftliche Entwicklung. Durch die Abwanderung von Unternehmen, den Wegzug von meist jüngeren Menschen und eine rückläufige Geburtenrate verlieren diese Regionen zunehmend an Wirtschaftskraft. Hier werden in Folge von Unternehmensschließungen und der Aufgabe nicht mehr benötigter Infrastruktur leer stehende Gebäude zu einem regulären Bestandteil der Siedlungsstruktur. Besonders sichtbar ist dort der hohe Leerstand an Läden und an renovierungsbedürftigen, z. T. denkmalgeschützten Fachwerkhäusern in den historischen Dorf- und Stadtkernen. Angesichts der laufenden und prognostizierten Schrumpfungsprozesse müssen sich Kommunen und Land Hessen in Nord- und Mittelhessen also ganz besonders um Impulse für eine kommunale Entwicklung in einem umfassenden Sinne bemühen.

Die Kulturwirtschaft kann hier zum strategischen Instrument werden, mit dem Ansätze der nachhaltigen Stadtentwicklung unterstützt werden. Attraktiv für die Kulturwirtschaft ist vor allem das preiswerte Angebot an Flächen und Liegenschaften, die zudem leicht mobilisierbar sind. Im ländlichen Raum dürfte die Bereitschaft der Eigentümer, ihre Liegenschaften für Kreativprojekte zur Verfügung zu stellen, recht hoch sein, da sie meist schon Erfahrungen darin sammeln mussten, wie schwer sich ihre Immobilie verwerten lässt.

Für das Entstehen kreativer Milieus ist eine gewisse kritische Masse notwendig. Diese Mindestmenge an Kulturproduzenten und Kulturkonsumenten (Publikum, Gäste, Kunden) findet sich naturgemäß in großen Städten und Ballungsräumen wesentlich leichter zusammen als im ländlichen Raum. Prinzipiell ist es auch im ländlichen Raum möglich, so die Auffassung einiger Experten, dass sich kleine kulturwirtschaftliche Milieus herausbilden – auch ohne Hochschule und Studentenschaft. Allerdings ist dort das Entstehen eines kulturwirtschaftlichen „Clusters“, also eine Ballung von Unternehmen entlang einer spezifischen Wertschöpfungskette, eher unwahrscheinlich.

Allerdings sollte der „Wohlfühlfaktor“ des Landlebens nicht unterschätzt werden. Der ländliche Raum kann in Zukunft durchaus für einen wachsenden Teil der Bevölkerung attraktiv werden, z. B. als Zweitwohnsitz abseits der Großstadt oder als Refugium für „Aussteiger“ oder Freiberufler, die die Qualitäten des Landlebens schätzen. Er besitzt Ressourcen in Gestalt von historisch bedeutsamen und reizvollen Liegenschaften wie Schlösser, Burgen und Herrenhäuser, die bereits heute in einigen Regionen zu einem symbolischen Kaufpreis angeboten werden und deren Eignung für die Zwecke der Kulturwirtschaft zu prüfen ist.

Zum Ausgleich der Standortnachteile ist im ländlichen Raum eine inhaltlich breite Verknüpfung kultureller Angebote mit anderen Angeboten wirtschaftlich unverzichtbar, da nur so ein ausreichendes Publikum erreicht werden kann. Zum anderen können Anlässe geschaffen werden, die auswärtige Kreativprodu-

zenten oder ein überregionales kulturtouristisch interessiertes Publikum anziehen. Hierfür bieten sich thematisch stark spezialisierte Angebote mit Alleinstellungsmerkmal an.

Eine dauerhafte Neuansiedlung Kreativer gelingt nur selten. Es sind in der Regel Einzelpersonen aus Kunst und Kultur, die in den ländlichen Raum ziehen und zum Mittelpunkt kleiner „Künstlerkolonien“ werden. Ein wichtiges Potenzial stellen die Kreativen dar, die in der Region geboren und aufgewachsen sind und nach ihrer Ausbildung und einer ersten beruflichen Etablierung die Unternehmung an ihrem Heimatstandort weiterentwickeln.

Eine gute Möglichkeit für die Entwicklung von Orten im ländlichen Raum ist der zeitweise verstärkte und sichtbare Aufenthalt von Kreativen und Kulturinteressierten. Ein besonderes kulturelles Angebot kann Kulturtouristen und Kulturproduzenten in ländliche Orte ziehen, spezialisierte Workshops, Akademien oder Messen zu einem längeren Verbleib, zumindest für die Dauer der Veranstaltungen veranlassen. Die Beispiele von heutigen Künstlerdörfern zeigen, dass sie von Kreativen entweder vor allem als Zweitwohnsitz genutzt werden oder ihre Attraktivität dadurch erhalten, dass sie zu gewissen Zeiten im Jahr als Treffpunkte und Austauschplattformen dienen. Den Netzwerkcharakter und die Anbindung an den Austausch mit anderen gilt es zu gewährleisten.

Gute Voraussetzungen zur Weiterentwicklung kulturwirtschaftlicher Ansätze sind gegeben, wenn diese in das regionale touristische Profil eingebettet werden

können. Dies erlaubt es, kulturelle Angebote mit anderen Frequenzbringern zu kombinieren, besonders mit gastronomischen Angeboten und regionalen Festen. Damit kann eine höhere Aufmerksamkeit für kulturwirtschaftliche Produkte erzeugt werden, die den Aufbau von existenzsichernden Absatzmärkten im ländlichen Raum ermöglicht.

Unternehmen der Kulturwirtschaft, beispielsweise (kommunale) Kinos oder soziokulturelle Zentren, können zusammen mit Gastronomie und anderen Treffpunkten als wichtige Frequenzbringer dienen und für ländliche Orte als kultureller Nukleus fungieren. Die in ländlichen Regionen arbeitenden soziokulturellen Zentren stellen häufig das einzige Kulturangebot für junge Leute vor Ort da.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der ländliche Raum und der Ballungsraum unterschiedliche Ansätze bei der Unterstützung und Förderung von Projekten der Kulturwirtschaft auf Brachen und in leer stehenden Gebäuden erfordern.

Die notwendigen Voraussetzungen aber sind grundsätzlich gleich: Innovative Ideen und engagierte durchsetzungsfähige Personen, die diese vorantreiben. Die Bereitschaft zur Kooperation, die Bereitschaft zu kommunizieren und zu vermitteln sowie Kreativität im Umgang mit Liegenschaften und planungsrechtlichen Instrumenten sind entscheidende Wegbereiter für die Entfaltung von Wechselwirkungen zwischen Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung.



Stadterneuerung mit kreativer Zwischennutzung: Zollensemble am Rheinufer, Wiesbaden-Biebrich





7 Handlungsempfehlungen für das Zusammenwirken der relevanten Akteure

Ein effektives und produktives Zusammenwirken der relevanten Akteure aus Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung kann vor allem durch zwei strategische Ansätze befördert werden: Erstens die Netzwerk- und Clusterbildung in der Kulturwirtschaft zu fördern und zweitens Möglichkeitsräume für die Kulturwirtschaft zu öffnen und zu sichern.

Netzwerk- und Clusterbildung fördern

Städte und Regionen können von dem Potenzial kreativer Menschen mit unkonventionellen Ideen und von kreativen Unternehmen profitieren. Um neue Impulse für die Stadtentwicklung zu geben, sollte die Netzwerk- und Clusterbildung insbesondere in den Teilbereichen der Kulturwirtschaft gefördert werden, in denen in Hessen Freischaffende und Kleinunternehmen tätig sind. Dies sind vor allem die Bereiche Medien, Werbung, Grafik, Design, die Architekturbranche, die Filmwirtschaft sowie das künstlerische Handwerk. Aus diesen Fachrichtungen kommt der überwiegende Teil der Absolventen kreativer Studien- oder Ausbildungsgänge, in diesen Bereichen liegen die Stärken der hessischen Kulturwirtschaft, wie die Entwicklung des Umsatzes im Jahr 2006 zeigt (vgl. Kapitel 8). Nach dem Motto „Stärken stärken“ ist eine Strategie der Clusterbildung vor allem im Rhein-Main-Gebiet, in Kassel und im mittelhessischen Raum (Gießen und Marburg) Erfolg versprechend. Daneben ist die Förderung der Netz-

*Vor Ort brauchen **Kunst und Kultur**
Freiräume, in denen sie sich entfalten können – auch
im wörtlichen Sinne.*



werkbildung in den ländlich geprägten hessischen Landesteilen sinnvoll und notwendig. Als Motor der Cluster- und Netzworlbildung wird die Implementierung von strategischen Projekten, ergänzt um flankierende Maßnahmen der Wirtschaftsförderung, vorgeschlagen.

Möglichkeitenräume öffnen und sichern

In Zukunft sollten verfügbare Flächen in einer Stadt nicht allein unter Rückgriff auf ertragsorientierte Stadtentwicklungsziele einer Verwertung zugeführt werden. Eine an das Prinzip der Dreifelderwirtschaft angelehnte Vorgehensweise kann die Chancen der Kulturwirtschaft verbessern. Dann erfassen Entwicklung und Vermarktung nicht alle verfügbaren Flächen, sondern ein Teil davon bleibt als Möglichkeitsraum für kulturwirtschaftliche Nutzungen bewusst „liegen“. Förderprogramme zur Stadtentwicklung sind dann entsprechend anzuwenden.

An diesen beiden strategischen Ansätzen orientieren sich die im Folgenden vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen. Zur Umsetzung der Empfehlungen ist jeweils das Handeln mehrerer Beteiligten notwendig: die Kommunen, das Land Hessen, die Hochschulen sowie die Liegenschaftseigentümer und die Kulturschaffenden. Dabei werden die einzelnen Handlungsempfehlungen jeweils einem Hauptakteur zugeordnet, auch wenn für deren Umsetzung ein Zusammenwirken mit anderen Akteuren erforderlich ist. Die jeweils notwendigen Kooperationspartner werden im Text genannt und in der Tabelle (vgl. Seite 148f.) aufgeführt.

7.1 Kommunen

Experimentier- und Gründerstandorte schaffen

Der Kulturwirtschaft sollten möglichst kurzfristig an mehreren Standorten in Hessen Experimentier- und Gründerstandorte angeboten werden. Besonders eignen sich nicht mehr benötigte gewerbliche oder militärische Liegenschaften mit entsprechendem Gestaltungspotenzial. Entwicklungschancen ergeben sich vor allem durch die Vernetzung dieser als kulturwirtschaftliche Inkubatoren fungierenden Standorte mit der kommunalen Wirtschaftsförderung sowie den Hochschulen und Ausbildungsstätten der Region. Um die Abwanderung von Hochschulabsolventen der kreativen Studiengänge aus Hessen aufzuhalten, ist erforderlich, die ersten unternehmerischen Schritte bzw. die Existenzgründungen in noch stärkerem Maße als bisher durch branchenspezifische Coaching- und Vernetzungsangebote zu unterstützen.

Im Rhein-Main-Gebiet sind primär die Städte Wiesbaden, Frankfurt, Hanau, Offenbach und Darmstadt angesprochen, die Bereitstellung und Sicherung von Experimentier- und Gründerstandorten für die kreative Szene aktiv zu betreiben. In Mittelhessen betrifft dies vor allem die Universitätsstädte Gießen und Marburg. In Nordhessen erscheint die Einrichtung eines kulturwirtschaftlichen Experimentier- und Gründerstandorts in der Stadt Kassel angesichts des im Stadtgebiet vorhandenen Gebäudeleerstands und der zahlreichen Absolventen von kreativen Ausbildungsgängen besonders sinnvoll. Doch nicht nur Hochschulen mit kreativen Studiengängen, sondern auch endogene Potenziale wie beispielsweise die Design-, Mode-, Goldschmiede- und Ledertradition in Frankfurt, Darmstadt, Hanau und Offenbach bieten Anknüpfungspunkte. Offenbach verfolgt derzeit bereits verschie-

dene Strategien, um aus der Lederstadt am Main die „Designstadt am Main“ zu entwickeln.

Die *Route der Industriekultur* mit ihren zum Teil ungenutzten Standorten ist nicht nur für die Denkmalpflege und Baukultur von Interesse. So bieten zahlreiche unter- oder gar nicht mehr genutzte Produktionsliegenschaften entlang der Route wie die leer stehende *Mayfahrt'sche Maschinenfabrik* in Frankfurt-Fechenheim Potenziale für die Kulturwirtschaft.

Dabei sollten – sofern die Standorte eine passende thematische Ausrichtung haben – die in der Stadt oder der Region vorhandenen Kompetenzzentren mitwirken. Im Bereich Design und Architektur wären dies Einrichtungen wie die Vereine *hessen design e. V.*, Darmstadt und *Cassel Creative Competence e. V. (ccc)*, der *Rat für Formgebung*, der *Deutsche Werkbund*, die *Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen*, das *Deutsche Architekturmuseum*.

Im Zuge der Entwicklung neuer Experimentier- und Gründerstandorte ist zu prüfen, ob dort nicht auch die Ansiedlung von Kompetenzzentren vorteilhaft wäre, insbesondere, wenn sie für Ausstellungstätigkeit und Öffentlichkeitsarbeit gewonnen werden könnten. Das Know-how etablierter Unternehmen,

www.cceev.de

Cassel Creative Competence e. V. (ccc) Kassel

Nordhessisches Netzwerk für Kreative

Mit ccc hat Nordhessen seit 2003 eine gemeinsame Plattform für professionell arbeitende Kreative. Ziel des Vereins ist es, die kreativen Berufe der Region zu vernetzen, Synergien zu schaffen und die Region als bundesweit relevanten Kreativstandort zu etablieren.

- » Wertvolle Kontakte zu Kreativen aus der gesamten Region
- » Dialog und Erfahrungsaustausch durch Vorträge
- » Durchführung von Workshops
- » Vermittlungsangebote
- » Förderung des Nachwuchses

Auf diese Weise sollen Aufträge aus der Region gebunden und überregionale Aufträge gewonnen werden. Inzwischen sind über 115 Personen bzw. Unternehmen im ccc vereint. Dazu zählen Architekten, Designer, Fotografen, Grafiker, Texter, Werber und andere kreative Berufsgruppen.



Kreativen-Netzwerk: Cassel Creative Competence e. V.

ferner das von Berufsverbänden und bestehenden Netzwerken wie *aaa.wiesbaden* oder von Hochschulinitiativen wie dem *Gründernetz Route A 66* etc. ist ebenfalls einzubeziehen.

Konzepte für Standortgemeinschaften Bildender Künstler sollten wie Konzepte für Gründer und Kleinstunternehmen auch Beratung und Information zu Themen wie Stipendien oder die Organisation thematischer Veranstaltungsreihen und Festivals als Angebot beinhalten. Der innovative Ansatz der Standortgemeinschaft *Künstlerkolonie Domagkateliers* auf dem ehemaligen *Funkkasernengelände* im Norden Münchens ist insoweit beispielhaft.

Bei der Akquisition von ansiedlungswilligen Absolventen und jungen Unternehmen sollte die Entstehung eines kreativen Klimas nicht durch zu viele branchenspezifische Festlegungen behindert werden. Obgleich eine thematische Fokussierung wünschenswert ist, verbietet es sich bei der Realisierung derartiger Projekte, das Prinzip der Ausschließlichkeit anzuwenden. Die Grenzen der Disziplinen innerhalb der Kreativwirtschaft verschwimmen zusehends. Experimentier- und Gründerstandorte sollten daher für Künstler, Freischaffende und Kleinstunternehmen aus allen kulturwirtschaftlichen Teilmärkten und Branchen offen sein. Im Idealfall spiegelt der Standort mit Künstlerateliers, kulturellen Dienstleistungen, Werkstätten, Fotostudios sowie Architektur- und Designbüros eine vollständige Wertschöpfungskette wider. Das erleichtert zusätzlich die gegenseitige Unterstützung der beteiligten Unternehmen. Die Möglichkeit einer Integration von Wohnen und Arbeiten ist zu prüfen.

Dies impliziert ein entsprechendes Image der Standorte, aber auch eine effektive – das heißt nicht unbedingt umfassende – Infrastruktur innerhalb der Standorte. Bei der Gestaltung der Fläche und ihres Umfelds sowie der Räumlichkeiten ist die Kompetenz der Kulturschaffenden und der Absolventen der kreativen Fachrichtungen zu nutzen.

Experimentier- und Gründerstandorte sollten unter finanzieller Beteiligung der Kommunen, der Hochschulen, des Landes Hessen und weiterer Partner an

mehreren Standorten beispielhaft realisiert werden und dabei von effektiver Öffentlichkeitsarbeit begleitet sein.

Ein aktuelles Beispiel für die potenzielle Signalwirkung eines derartigen Projekts ist das neue geplante *Zentrum für Kunst, Kreativität und Wirtschaft* auf dem Gelände der ehemaligen Union-Brauerei in Dortmund, welches mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Europäischen Union zum herausragenden Projekt für *RUHR.2010* entwickelt werden soll.

Möglichkeitsräume sichern und markieren

In wirtschaftlich prosperierenden Städten und Regionen stehen Standortgemeinschaften und Kleinstunternehmen der kleinen Kulturwirtschaft vor einer schwierigen Situation: Einerseits finden sie hier einen Markt für ihre Leistungen, andererseits sind sie von Verdrängung bedroht – aufgrund steigender Boden- und Mietpreise und der Konkurrenz mit Investoren, die den Immobilieneigentümern für bestimmte Flächen hohe Renditen versprechen. Dies gilt in Hessen vor allem im Rhein-Main-Gebiet, für das von einer anhaltenden wirtschaftlichen Prosperität und Nachfrage nach Flächen auszugehen ist. Der dynamische Immobilienmarkt und die konzentrierte Wirtschaftskraft werden der kleinen Kulturwirtschaft im Rhein-Main-Gebiet tendenziell immer weniger Raum lassen. Um die notwendigen Spielräume zu schaffen oder zu erhalten, muss im Rhein-Main-Gebiet seitens der Kommunen also aktiv schützend eingegriffen werden, die Branchen müssen quasi vom Markt genommen werden. Die Kommunen können sich hierzu planungsrechtlicher Instrumente bedienen, z. B. des Baurechts auf Zeit, einer Neuerung im Städtebaurecht. Wie das Planungsrecht zur Realisierung von Zwischennutzungen und befristeten Nutzungsänderungen eingesetzt wird, muss standortbezogen von der Kommune entschieden werden.

In strukturschwächeren Regionen steht eher die Auswahl und Markierung geeigneter Möglichkeitsräume im Vordergrund. Mit der temporären Bespielung von Orten wird auf brachliegende Entwicklungsmöglich-

Experimentier- und Gründerstandorte sollten unter finanzieller Beteiligung der Kommunen, der Hochschulen, des Landes Hessen und weiterer Partner an mehreren Standorten zügig und beispielhaft realisiert werden.



keiten von Standorten aufmerksam gemacht, temporäre Projekte erzeugen Impulse für eine Nachnutzung. Dieser Ansatz eignet sich für Regionen wie Nordhessen oder Teile von Mittelhessen mit einem hohen Bestand an leer stehender Bausubstanz und brach gefallenen Liegenschaften, der für Dreharbeiten, Festivals, Kunstaktionen oder Messen verstärkt genutzt werden sollte. Als Standorte kommen neben Leerständen in den Kernbereichen der Kommunen auch geräumte Kasernen sowie Schlösser und Burgen in Frage.

Durch eine begleitende intensive Öffentlichkeitsarbeit für die temporären Projekte können auch Kulturschaffende in der Region angesprochen und eventuell zu einem Umzug in den Leerstand motiviert werden.

Das Entwicklungspotenzial ermitteln

Um das kulturwirtschaftliche Entwicklungspotenzial in ihrer Kommune zu ermitteln, ist hessischen Städten zu empfehlen, eine Bestandsaufnahme der lokalen Kulturwirtschaft zu erarbeiten. Dies kann in Form von ausführlichen Kultur- oder Kreativwirtschaftsberichten wie in Frankfurt und Offenbach oder als kurz gefasste Wirtschaftsstatistik, wie die der Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Wiesbaden, erfolgen. In jedem Fall sollte deutlich gemacht werden, welche definitorischen und statistischen Abgrenzungen zu Grunde liegen.

Daneben sollten die eventuell für kulturwirtschaftliche Nutzungen geeigneten Liegenschaften und Möglichkeitsräume ermittelt werden („Leerstandskataster“).

Um die eigenen kulturwirtschaftlichen Stärken zu identifizieren, ist gleichfalls die Aufnahme von Kontakten zu den relevanten Akteursgruppen unabdingbar. Nur so können die Bedürfnisse und Potenziale der ansässigen Kulturszene und der kulturwirtschaftlichen

Unternehmen erkannt werden. Auf diese Weise ist auch zu erfassen, welche Projektideen in der Szene bereits vorhanden sind. Es können die Räume, in denen sich künftig etwas tun wird und bei denen die größten Chancen für Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung bestehen, erkannt werden. Die in Kapitel 2 dargestellten Standorttypen können dabei als Orientierungsraaster dienen.

Notwendige Aktualisierung kann ein laufendes kommunales Monitoring liefern, unter Umständen der Einsatz von Trendscouts, die aus der Szene kommen und die kommunale Verwaltung regelmäßig informieren.

Projektideen mit Wettbewerben gewinnen

Um die lokale Basis der Kulturwirtschaft zu verbreitern und Flächenpotenziale zu aktivieren, können die Kommunen Wettbewerbe ausloben. Damit können Hinweise auf mögliche Standorte und Ideen für deren kulturwirtschaftliche Nutzung gewonnen werden. An solchen Wettbewerben können sich kulturwirtschaftliche Standort- und Nutzergemeinschaften, Studenten kreativer Fachrichtungen, Immobilieneigentümer und Planer beteiligen. Die einzureichenden Konzepte sollten nicht allein eine Nutzungsidee vorstellen, sondern stets mit einem Vorschlag für einen geeigneten Standort verbunden werden. Anreiz für eine Beteiligung an dem Wettbewerb könnte neben der öffentlichen Präsentation und Dokumentation auch ein prioritärer Zugang zu Fördermitteln sein.

Bei der Beurteilung der Wettbewerbsbeiträge sollte auch berücksichtigt werden, ob die Konzepte Mischnutzungen und Alternativen im Blick behalten, die die Anzahl der potenziellen Mietinteressenten erhöhen und die Akzeptanz und Attraktivität der Nutzung für das Umfeld gewährleisten.

*Ebenso wie andere Immobilieneigentümer sollten die **Kommunen** überprüfen, ob sie über ungenutzte Gebäude verfügen, die als **Experimentier- und Gründerorte** für die Kulturwirtschaft zur Verfügung gestellt werden können.*



Zusammenarbeit der Ämter forcieren

Erfahrungen zeigen, dass Mut zu ungewöhnlichen Lösungen und ressortübergreifendes Handeln der kommunalen Verwaltung zentrale Erfolgsfaktoren zur Verknüpfung von Stadtentwicklung und Kulturwirtschaft sind. Dies gelingt jedoch nur, wenn die beteiligten Ämter, in erster Linie die Stadtplanung, die Wirtschaftsförderung, das Liegenschafts- und das Kulturamt, koordiniert vorgehen.

Die Koordination der städtischen Ämter kann auf verschiedene Weise gestaltet werden. Sie kann horizontal, etwa mit der Einrichtung von Runden Tischen oder durch die ämterübergreifende Zusammenarbeit in Projekten, erfolgen. Alternativ ist auch eine vertikale Steuerung denkbar, z. B. durch die Einrichtung einer Stabsstelle für Stadtentwicklung (Beispiele hierfür siehe Kapitel 5.2).

Als hilfreich hat es sich zudem erwiesen, wenn für die Akteure aus der kleinen Kulturwirtschaft ein zentraler Ansprechpartner der Kommunalverwaltung bereitsteht.

Vermittlungsagenturen einsetzen

In den meisten recherchierten Beispielen setzten Kommunen auf eine Kombination aus ämterübergreifender Zusammenarbeit und Beauftragung externer Vermittler. Dieses Modell hat sich vielerorts bewährt und sollte in diesem Zusammenhang zum leitenden kommunalen Organisationsmodell werden.¹¹⁴

Wenn die öffentliche Hand nicht unmittelbar selbst vertragliche Vereinbarungen mit Eigentümern und Nutzern abschließen will, sollte sie zumindest das Zustandekommen von Vereinbarungen moderierend unterstützen. Meist mangelt es Kreativen und Kulturschaffenden an einer gemeinsamen Sprache mit

Immobilienbesitzern oder Verwaltungsmitarbeitern. Um die Verständigung zu befördern, bedarf es einer Person, die Missverständnisse ausräumt und im Interesse beider Seiten Kommunikationsprobleme löst.

In erster Linie muss eine solche Vermittlungsagentur Immobilieneigentümer und potenzielle Kreativnutzer beraten. Diese Beratung kann von Informationen über Berufsbilder und Arbeitsformen bis hin zu konkreten Hilfen in baulichen und mietrechtlichen Fragen reichen. Den Erfahrungen der befragten Projekte und Experten zufolge ist es von Vorteil, wenn die Vermittlungsagentur auch über Kenntnisse im Planungsrecht und Förderinstrumentarium verfügt.

Die Aufgaben einer Vermittlungsagentur können sowohl von öffentlichen Institutionen wie von privaten Organisationen übernommen werden. In Frage kommen eine kommunale Fachabteilung, wie z. B. das Kulturamt oder die städtische Wirtschaftsförderungsgesellschaft, aber auch eine von kulturwirtschaftlichen Akteuren selbst getragene Organisation, wie die in Gießen entstehende Vermittlungsstelle („Kümmerei“). Auch spezielle Träger, wie sie im Rahmen von Städtebauförderungsprogrammen für das Quartiersmanagement von der Kommune beauftragt werden, haben sich bewährt.

Baurechtliche Spielräume nutzen

Die beteiligten Ämter sollten aktiv nach Lösungen für temporäre oder dauerhafte kulturwirtschaftliche Projekte suchen. Bei der Auslegung von Vorschriften sollten die Kommunen grundsätzlich Großzügigkeit walten lassen. Wo Erleichterungen möglich sind, sollten diese auch gewährt werden, indem vorhandene Ermessensspielräume bei administrativen und gesetzlichen Regelungen stärker ausgeschöpft und die verantwortlichen Mitarbeiter dabei von ihren

¹¹⁴ Zu berücksichtigen ist auch, dass die Verwaltung ihr Selbstverständnis als ausführendes Organ reformieren müsste. Dies erfordert z. B. durch einen professionell begleiteten Leitbildprozess gemeinsame Zielsetzungen zu entwickeln und dies mit einer positiven Selbstdarstellung zu verbinden. Beides bedarf neben einem Einstellungswandel auch der Veränderung institutioneller Strukturen. Vgl. hierzu: Liebmann, H./Robischon, T. (2003: 55 f.).

Vorgesetzten unterstützt werden. So wurde bei einem der recherchierten Projekte beispielsweise für Areale, die sich in Privatbesitz befinden und auf denen sich bereits kulturelle Zwischennutzungen angesiedelt haben, auf Teilflächen das zulässige Bauvolumen für das Grundstück (sog. GRZ/GFZ-Festsetzungen) erhöht, um dem Eigentümer bessere Vermarktungschancen einzuräumen und dort eine höhere Rendite zu ermöglichen. Im Gegenzug verpflichtete sich der Eigentümer, auf anderen Teilflächen die kulturellen Nutzungen auf Dauer zu günstigen Bedingungen zu erhalten. Diese Teilflächen können dort von kulturellen Nutzern als Eigentum erworben oder angemietet werden.

Zwischennutzungen können trotz fehlender Baugenehmigungen geduldet werden. Ohne die Duldung durch genehmigende Behörden wäre eine Vielzahl von Projekten nicht möglich. Nicht zuletzt haben kommunale Ämter die Möglichkeit, im Sinne der Förderung der Kreativwirtschaft kontraproduktive Investorenplanungen zu verhindern. Sie können Grundstücke zurückhalten bzw. Genehmigungen verweigern oder auf die Schaffung von Planungsrecht verzichten.

Aus den Expertengesprächen lässt sich ableiten, dass dieses flexible Handeln der Kommune immer dann funktioniert, wenn durch langjährige Zusammenarbeit bereits Vertrauen zwischen Nutzern, Eigentümern und den Verantwortlichen auf Seiten der Kommunalverwaltung aufgebaut wurde. Wenn Projekte starten und/oder die Akteure sich nicht kennen, wird von bestehenden Spielräumen in der Regel nur zurückhaltend Gebrauch gemacht. Hier kann ein Masterplan, der Aussagen darüber trifft, welche Nutzungen an welchen Standorten zulässig bzw. nicht zulässig sind, bei den kommunalen Entscheidungen hilfreich sein.

Experimentelle Projekte unterstützen

Wenn die öffentliche Hand im Umgang mit der Kulturwirtschaft genauso kreativ, experimentierfreudig und innovativ wie diese selbst handelt, kann im Zusammenspiel von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung einiges bewegt werden. Ergänzend zu klassischen Ausstellungsprojekten könnten alternative

Kulturprojekte in den Kommunen in stärkerem Maße als bisher eine Plattform erhalten und damit Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Wie die Projektrecherche zeigt, können die Verantwortlichen einer Kommune temporäre Verkaufsstätten zulassen, alternative Messen wie im alten Polizeipräsidium Frankfurt tatkräftig unterstützen, Tage der offenen Tür in jungen Unternehmen der Kreativszene initiieren oder Manga-, Streetart- und Graffitikünstler fördern, indem sie deren Werke ins Blickfeld der Öffentlichkeit rücken.

Ein sinnvolles Instrument zur Unterstützung von experimentellen (Klein-)Projekten ist die Einrichtung eines Verfügungsfonds. In einigen Standorten des Programms „Soziale Stadt“ in Berlin-Neukölln und im Leipziger Osten wird dieses Instrument schon erfolgreich eingesetzt. In Leipzig werden Projektzuschüsse zwischen 500,- Euro bis 2.000,- Euro vergeben. Auf Grundlage eines formlosen Antrags, der eine Kurzbeschreibung, einen Finanz- und Kostenplan sowie einen Zeitplan umfasst, wird von einer lokalen Arbeitsgruppe über den Zuschuss entschieden. Der Verfügungsfonds dient vor allem der kurzfristigen Realisierung kleiner Projekte, die dem Quartier zugute kommen.¹¹⁵

Daneben kann das Angebot eines Mikrokredits für die kleine Kulturwirtschaft eine hervorragende Unterstützung bieten, da diese ihre Investitionen anderweitig oft nicht finanzieren können. Durch den *Ostpol-Kredit* in Offenbach z. B. werden Erstkredite von 1.000 Euro bis 5.000 Euro gewährt. Die Kredithöhe ergibt sich aus der Summe der eingereichten Bürgschaften, die zur Kreditsumme verdoppelt werden. Auch Folgekredite – nach erfolgreicher Rückzahlung des Erstkredites – bis zu Euro 10.000 sind möglich. Der Kredit steht ausschließlich Mietern im *Gründercampus Ostpol* und Unternehmen mit Geschäftssitz in der Offenbacher Innenstadt zur Verfügung.

Neue Konzepte von Wohnen und Arbeiten unterstützen

Ein weiterer Vorschlag geht dahin, das Zusammenspiel von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung mit Hilfe von Konzepten zu fördern, die Wohnungen und

¹¹⁵ Das Infoblatt hinsichtlich der Vergaberichtlinien ist im Internet für alle Interessierten hinterlegt unter: www.leipziger-osten.de/resources/wiki/download/Infoblatt.pdf.



Nach der Aufwertung durch Kreative: Haus des Lehrers, Berlin-Mitte

Arbeitsstätten an einem Ort kombinieren, ohne dass lediglich „Wohnateliers“ entstehen. Zur erfolgreichen Umsetzung derartiger Vorhaben können Kommunen und Landkreise in mehrfacher Hinsicht beitragen, so z. B. durch ihre Bauplanungs- und Genehmigungspraxis. Empfehlenswert ist die Ausweisung günstig gelegener Mischgebiete im Rahmen der Anpassung oder Neuaufstellung von Bebauungsplänen. Die Mobilisierung von geeigneten Liegenschaften im Außenbereich kann hilfreich sein. Kommunen haben die Option, räumlich aufeinander bezogenes Wohnen und Arbeiten im Kulturbereich zu initiieren oder entsprechende Nutzungen, auch temporär, zu dulden. Durch finanzielle oder steuerliche Anreize werden Eigentümer aufgelassener Industrie- oder Gewerbeliegenschaften animiert, diese zu einem moderaten Preis als Experimentierraum für Wohnen und Arbeiten zu veräußern. Schließlich bleibt es Städten und Gemeinden unbenommen, rein private Vorhaben mit gleichzeitiger Wohn- und kulturwirtschaftlicher Nutzung flankierend finanziell zu unterstützen.

Bei der Erarbeitung dieser innovativen Konzepte sollten die Kommunen mit Hochschulen oder Standortgemeinschaften von Kulturschaffenden zusammenarbeiten.

Ein allein auf private Initiative zurückgehendes Beispiel für die beschriebene Mischnutzung ist die *Wacker Fabrik* in Mühlthal bei Darmstadt, deren altin-

dustrieller Bestand kulturwirtschaftlich genutzt wird und um eine architektonisch ansprechende Wohnbebauung – in erster Linie für die dort Tätigen – in Form von Reihenhäusern und Etagenwohnungen ergänzt wurde. (Ausführliche Darstellung siehe Seite 26.)

Eigene Liegenschaften zur Verfügung stellen

Wie andere Immobilieneigentümer sollten die Kommunen überprüfen, ob sie leer stehende oder (vorübergehend) ungenutzte Gebäude als Experimentier- und Gründerorte für die Kulturwirtschaft zur Verfügung stellen können.

7.2 Land Hessen

Förderrichtlinien auf die kleine Kulturwirtschaft anwenden

Die stadtentwicklungspolitischen Leitlinien und Förderprogramme des Landes berücksichtigen die positiven Effekte der Kulturwirtschaft implizit. Es wird empfohlen, die entsprechenden Verwaltungsvorschriften in verständlicher Form den Zielgruppen zugänglich zu machen. Mit Hilfe der Städtebauförderungsprogramme und gezielter Eigentümerberatung und -förderung können zahlreiche, auch räumlich kleinere Experimentierflächen für Akteure der Kulturwirtschaft geschaffen werden. So finden sich im Rhein-Main-Gebiet, insbesondere in Gewerbegebieten entlang

des Mains, und in Kassel Raumpotenziale, die jungen Kreativen als preisgünstige Ateliers dienen könnten.

Eine weitere Empfehlung bezieht sich auf die Zugänglichkeit der Informationen über einschlägige Förderprogramme des Landes. Vorschläge sind: Hinweise auf der Homepage der jeweiligen Ministerien, Informationsveranstaltungen für kommunale Fachabteilungen, Workshops zur Präsentation guter Beispiele und praktische Hilfen für die Bewerbung um Fördermittel. In diesem Kontext sollten Zuständigkeiten, Voraussetzungen sowie Beratungs- und weitere Unterstützungsangebote für Nichtfachleute transparent dargestellt werden.

Eine intensivierte Informationsarbeit könnte dazu beitragen, die grundsätzliche Skepsis der kreativen Szene ausgefeilten Förderprogrammen und den damit einhergehenden Strukturen gegenüber zu reduzieren.

Darauf aufbauend sollten die Programme pragmatisch und flexibel Anwendung finden. Da die kulturwirtschaftliche Szene hauptsächlich durch Networking funktioniert, sollte mit diesen Strukturen gearbeitet werden.

Die Zwischennutzung von Liegenschaften ist sowohl für die Eigentümer als auch für die Kulturwirtschaft von großer Bedeutung. Es wäre wünschenswert, wenn mit Hilfe von investiven Förderprogrammen auch kleinere Instandhaltungsaufwendungen realisiert werden könnten. Ein erster Schritt in diese Richtung war die Öffnung der hessischen Städtebauförderungsprogramme für Zwischennutzungen. Die bisherige Problematik bei der Förderung von Zwischennutzungen lag darin, dass in der Regel bei einer Nutzungsdauer von weniger als 25 Jahren anteilig Fördermittel zurückzuzahlen sind bzw. bei sofort erkennbar kürzeren Nutzungszeiten keine Förderbewilligung erteilt wird (Zweckbindungsfrist). Diesen Tatbestand berücksichtigen die aktuellen Förderrichtlinien zur nachhaltigen Stadtentwicklung des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung¹¹⁶. In ihren Vorschriften ist sowohl der Fördertatbestand Zwischennutzung als auch eine flexible Regelung der Zweckbindungsfristen vorgesehen.

Konzepte für Experimentier- und Gründerstandorte im Wettbewerb finden

Um erfolgversprechende Konzepte für neu zu schaffende Experimentier- und Gründerstandorte der kleinen Kulturwirtschaft zu erhalten, wird ein Landeswettbewerb vorgeschlagen. An der Vorbereitung und Auslobung sollten die Hochschulen und weitere Partner beteiligt werden. Eingereichte Beiträge sind nicht nur auf ihre Standort- und Organisationsvorschläge hin zu bewerten.

In den Konzepten ist bereits festzulegen, ob befristete Übergangsnutzungen oder dauerhafte Nutzungen beabsichtigt sind. Dies hängt auch von der beruflichen Ausrichtung des anzusprechenden Nutzerkreises ab. Während bildende Künstler keine so hohe Fluktuationsrate aufweisen, was ihre Ateliers betrifft, sind Akteure aus der Design-, Games- oder Filmbranche oft flexibel bei der Auswahl neuer Arbeitsräume.

Der Aufruf sollte sich an Kommunen, bestehende Gemeinschaften von Kulturschaffenden, Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft und an ansässige Hochschulen bzw. Teams aus den genannten Teilnehmergruppen richten. Werden ausschließlich Zusammenschlüsse mehrerer Partner zum Wettbewerb zugelassen, sind die Bewerber gehalten, sich bereits für die Teilnahme abzustimmen. Wenn möglich, sollten die Wettbewerbsteilnehmer Eigentümer vorgeschlagener Liegenschaften bereits in die Konzepterstellung einbeziehen. Zumindest sollten die Beteiligten vorab klären, ob die Eigentümer bereit sind, ihre Liegenschaft in ein solches Konzept einzubringen.

Wenn mit diesem Wettbewerb überzeugende Konzepte gefunden werden, erhält das Land Hessen solide Vorschläge für Experimentier- und Gründerstandorte, die als strategische Projekte eingerichtet und gefördert werden könnten. Gemeinsam mit Teilnehmern, die infolge der vorbereitenden Arbeiten für den Wettbewerb bereits über einen gewissen Organisationsgrad verfügen, könnte überdies an weiteren Standorten, zum Beispiel auf langfristig zu entwickelnden Industriebrachen und Konversionsflächen, eine kulturwirtschaftliche Nutzung realisiert werden.

116 Aus: Richtlinien des Landes Hessen zur Förderung der nachhaltigen Stadtentwicklung – RiLiSE (Staatsanzeiger für das Land Hessen 30/2008, S. 1906). starweb.hessen.de/cache/STANZ/2008/30.pdf.

Mit Hilfe der **Städtebauförderungsprogramme** und gezielter Eigentümerberatung und -förderung könnten zahlreiche, auch räumlich kleinere **Experimentierflächen** für Akteure der Kulturwirtschaft geschaffen werden.



Workshopansatz fortführen

Das Veranstaltungskonzept der Workshop-Reihe „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“, mit der die Möglichkeiten des Zusammenwirkens von Stadtentwicklung und Kulturwirtschaft „vor Ort“ ausgelotet wurden, hat sich bewährt. In einigen Kommunen konnten bereits die lokalen Akteure aktiviert und eine fachliche Vernetzung auch zwischen den beteiligten Städten erreicht werden. Daher sollte das Land Hessen die Workshop-Reihe fortführen. Zur Unterstützung der ausrichtenden Kommunen ist organisatorische und finanzielle Hilfe durch die Landesregierung sinnvoll und durch die Städtebauförderungsprogramme grundsätzlich möglich. Es wird vorgeschlagen, dieses Aktivierungsinstrument in weiteren hessischen Kommunen zu implementieren. Das bestehende Netzwerk wird in jedem Fall dadurch gestärkt. Der bei der Schader-Stiftung bestehende „Projektraum“ im Internet wird dadurch noch intensiver genutzt und mit weiteren Anregungen gefüllt.

Kulturportal Hessen weiterentwickeln

In der gesamten Kunst- und Kulturlandschaft Hessens nimmt das Kulturportal Hessen eine zentrale Informations- und Vermittlungsfunktion wahr. Es bündelt die große Vielfalt und hohe Qualität der verschiedenen Kulturanbieter und -angebote. Das durchdachte und offene Konzept ist geeignet, breite und unterschiedliche Nutzerinteressen abzudecken.

Aufgrund des hohen Imagefaktors von Kunst und Kultur eignet sich das Kulturportal als Visitenkarte Hessens sowohl für Einwohner wie für Gäste aus dem In- und Ausland.

Das Kulturportal Hessen sollte daher als *die* zentrale Plattform und Anlaufstelle zu Kunst und Kultur in

Hessen gesichert und weiterentwickelt werden.

Mit verbesserter Ausstattung könnte eine kontinuierliche und noch aktuellere redaktionelle Arbeit auf hohem inhaltlichen Niveau sowie eine angemessene technische Weiterentwicklung ermöglicht werden. Darüber hinaus kann das Portal auch als Informationsplattform speziell für Kulturschaffende ausgebaut werden. Dazu empfiehlt es sich, den Informationsumfang des Portals thematisch zu erweitern. Die inhaltliche und organisatorische Vernetzung mit den Fachstellen des Landes sollte gefestigt werden. Aus kulturwirtschaftlicher Sicht wäre es hilfreich, die Transparenz der Förderangebote des Landes Hessen für Kulturschaffende zu erhöhen. Dazu könnten entsprechende Links eingerichtet oder ein erleichterter Zugriff auf einschlägige Informationsseiten hergestellt werden.

Insgesamt sollte das Kulturportal Hessen durch thematische Akzentuierungen oder Bündelungen gesellschaftspolitisch wichtige Setzungen vornehmen, um die große Bedeutung und die vielfältigen Wirkungen von Kunst und Kultur in einer modernen und pluralisierten Gesellschaft und angesichts gravierender gesellschaftlicher Transformationsprozesse (demografischer Wandel) aufzeigen zu können. Dies könnten beispielsweise Themen wie Interkultur oder Kultur im ländlichen Raum sein. Das Portal sollte weiter internationalisiert und entsprechend in weitere Sprachen übersetzt werden, um die hohe Qualität und Attraktivität von Kunst und Kultur für das „Kultur(reise-)land Hessen“ verstärkt zu nutzen. Es wird empfohlen, auch Aktivitäten wie das „Kulturreiseland Hessen“ stärker mit dem Kulturportal Hessen zu vernetzen.

Handbuch Kulturwirtschaft verfassen

Angesichts der zahlreichen administrativen Probleme, die bei der baulichen Umsetzung kulturwirtschaftlicher Nutzungen regelmäßig auftreten, empfiehlt sich die Erarbeitung eines „Handbuchs Kulturwirtschaft“, an der die zuständigen Landesministerien mitwirken sollten. Kulturwirtschaftliche Akteure klagen häufig über bürokratische Hemmnisse bei der Projektumsetzung. Schwierigkeiten bei der Erfüllung von Brandschutzauflagen, der Beantragung von Konzessionen und der Berücksichtigung anderer administrativer und gesetzlicher Auflagen werden am häufigsten genannt. Sie ergeben sich meist durch die Nutzung „gebrauchter“ Gebäude, die für einen anderen Zweck errichtet wurden und nicht den aktuellen baulichen und energetischen Erfordernissen genügen. Da auch die finanziellen Möglichkeiten der kleinen Kulturwirtschaft begrenzt sind, ist es umso wichtiger, frühzeitig Informationen über die Vorschriften und Auflagen, die je nach Objekt und Vorhaben die unterschiedlichsten Bereiche betreffen, einzuholen.

Ein Handbuch in Form von Checklisten könnte, abgestimmt auf die jeweilige Nutzungsart und den Gebäudetyp, die wichtigsten Anforderungen zusammenfassen. Bezug nehmend auf die Erfahrungen der Stadt Leipzig, die ressortübergreifend kooperierende Arbeitsgruppen für die Erarbeitung von Handlungsempfehlungen zu Themen wie Versicherungsschutz oder Vertragsgestaltung eingerichtet hat, wird als erster Schritt die Gründung einer Task Force „Regelungshandbuch Kulturwirtschaft“ vorgeschlagen. Beteiligt werden sollten, neben Repräsentanten kulturwirtschaftlicher Projekte (beispielsweise der LAKS Hessen), Vertreter der einschlägigen Referate in den Ministerien, um Haushaltsfragen, die Themen Stadtentwicklung und Bauen sowie den Regelungsgehalt infrage kommender Förderrichtlinien für den Kreis der Interessenten aufzubereiten. Wenn die Einrichtung einer solchen Arbeitsgruppe auf Landesebene gelingt, könnten ähnliche Konstellationen auf kommunaler Ebene ganz praktische Unterstützung leisten und evtl. vorhandene Ermessensspielräume positiv zugunsten der kulturwirtschaftlichen Akteure auslegen.

Entwicklungsimpulse im Rhein-Main-Gebiet setzen

In Anbetracht der bereits hohen und weiter ansteigenden Bedeutung von Design-, Werbe-, PR- und Kommunikationsbranche im gesamten Rhein-Main-Gebiet ist eine umfassende Analyse und Prognose zur Entwicklung dieser Sparten der Kulturwirtschaft wünschenswert. Diese Untersuchung sollte von Seiten des Landes unter Beteiligung der Städte Frankfurt, Wiesbaden, Darmstadt, Offenbach, Hanau, aber auch Mainz, sowie von Kompetenzzentren in der Region getragen werden.

Da die Werbe- und Designbranche in der Regel stark auf ihr zuarbeitende spezialisierte freie Dienstleister angewiesen ist und selbst keine sehr hohe Fertigungstiefe aufweist, ist sie mit anderen Bereichen der Kulturwirtschaft wie der Software- und Gamesbranche oder der Filmwirtschaft durch Medienagenturen, Werbe- und Imagefilmunternehmen vernetzt. In der Filmwirtschaft, die ihre Umsätze in Hessen seit 2000 kontinuierlich steigerte, sind insbesondere am Standort Frankfurt Unternehmen aus der Postproduction hervorzuheben. Sie arbeiten für Filmproduktionen, insgesamt aber insbesondere für die Werbebranche. Die Designwirtschaft wiederum spielt in Offenbach eine zentrale Rolle, die sich aus der Bedeutung der Hochschule für Gestaltung (HfG) ableitet. Betrachtet man darüber hinaus die Hochschullandschaft in Rhein-Main, so fällt die Vielzahl der Studiengänge im Bereich Design und (Innen-)Architektur auf, ergänzt um Ausbildungsmöglichkeiten an privaten Akademien, z. B. der *Frankfurter Akademie für Kommunikation und Design* oder dem *Institut für Marketing und Kommunikation (IMK)* in Wiesbaden. Zahlreiche Kompetenzzentren aus den Bereichen Werbung und Design, der (Innen-)Architektur sowie branchenbezogene Vereine und Netzwerke wie der *Deutsche Designer Club (DDC)* haben ihren Standort in Rhein-Main.

Die Betrachtung von Struktur und Entwicklung der hessischen Kulturwirtschaft zeigt, dass Werbung und Design neben dem Verlagswesen die umsatzstarken Branchen in Hessen sind. Beide wiesen vor allem in den letzten zwei Jahren Umsatzsteigerungen in Teil-

www.hessendesign.de

Hessen Design e. V. Darmstadt

Hessisches Kompetenzzentrum
für Design

Hessen Design wurde 1990 gegründet und wird getragen von Unternehmen und Designbüros des Landes, den Hochschulen, den Industrie- und Handelskammern, der Arbeitsgemeinschaft Hessischer Handwerkskammern, den Ministerien des Landes für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung sowie für Wissenschaft und Kunst. Es hat sich zur Aufgabe gemacht, die kulturelle, soziale und wirtschaftliche Bedeutung von Design transparent zu machen, die Anwendung von Design insbesondere in kleinen und mittelständischen Unternehmen zu fördern und herausragende Designleistungen hessischer Unternehmen und Designer zu präsentieren. hessen.design mit seinen ca. 100 Mitgliedern bietet neutrale Information und Beratung über die Einsatzmöglichkeiten und die effiziente Anwendung von Design:

- » Praxisorientierte Plattform für Dialog und Erfahrungsaustausch
- » Unterstützung bei Entwicklung und Vermarktung innovativer Konzepte mit Design
- » Datenbank der Dienstleister für Design und Innovation aus Hessen
- » www.ndi-hessen.de, Präsentations- und Kommunikationsplattform

branchen mit einem hohen kreativen Anteil auf. Dies unterstreicht auch der Bericht zur Kreativwirtschaft in Frankfurt.

7.3 Hochschulen

Ausweitung der Studieninhalte und Unterstützung von Absolventen

Um Studierende effizient auf Arbeitsmöglichkeiten und -bedingungen in der Kulturwirtschaft vorzubereiten, wird den Hochschulen empfohlen, in der Ausbildung besonders Themenfelder wie „Wirtschaftliche Grundlagen und Praxis“, „Markt und Akquise“, „Recht“ und „Soziale Versorgung“ zu berücksichtigen. Parallel dazu sollten sich die Hochschulen an Projekten für Gründer und an Kooperationsprojekten mit der Wirtschaft beteiligen.

Die Ausbildung der Kreativschaffenden sollte aus Sicht von Beratungsinstitutionen wie *Hessen Design e. V.* in Darmstadt umfassender und praxisnäher gestaltet werden. Additiv müsste in Studiengängen wie Volks- und Betriebswirtschaftslehre nach Ansicht der *Allianz Deutscher Designer e. V.* das Thema „Design als Innovations- und Wirtschaftsfaktor“ verankert werden.¹¹⁷



¹¹⁷ Buchholz, Boris/Grothues, Jürgen (2007): Stärkung der Designwirtschaft, 15 Forderungen, November 2007.

Ein gutes Beispiel dafür ist die Kooperation der *Städelschule* in Frankfurt mit der *Frankfurt School of Finance*.

Beispielhafte Ansätze zur Unterstützung bei der Etablierung von Absolventen bietet z. B. die *Fachhochschule Wiesbaden* mit zehn Gründerarbeitsplätzen. Ein entsprechendes Ziel verfolgt das Projekt *basis e. V.* in der Elbestraße in Frankfurt, an dem Hochschulen beteiligt sind, durch Bereitstellung preiswerter Arbeitsmöglichkeiten für den beruflichen Einstieg. Diese Aktivitäten sollten ausgeweitet werden. Ein gelungenes Beispiel für die Initiierung von Projekten und die Unterstützung von Gründern aus dem Bereich Design durch eine Hochschule ist das bereits erwähnte Projekt *triebWERK* in Halle. Die Hochschule in Halle initiierte verschiedene Projekte, die das Ziel haben, Studenten nach Beendigung des Studiums in der lokalen Kreativszene zu etablieren. Sie werden zum Lernen unter realen, praxisnahen Bedingungen animiert, ihr Engagement, ihre Selbstorganisation und Eigenverantwortung werden durch Projektarbeit in Kooperation mit ortsansässigen Unternehmen gefördert. Dadurch erworbene Erfahrungen und geknüpfte Netzwerke sollen den Einstieg in die Existenzgründung vor Ort erleichtern.

Förderung kulturwirtschaftlicher Netzwerke

Netzwerke im Bereich der Kulturwirtschaft, in denen sich Hochschulen, Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Wirtschaftsförderinstitutionen zusammenfinden, sind zwar vorhanden, sollten aber dringend ausgebaut und gestärkt oder aber zusammengefasst bzw. ihr Teilnehmerkreis erweitert werden.

Als Vorbild könnten Netzwerke dienen, die unter dem Gesichtspunkt von Innovations-, Technologie- und Gründerförderung für Hessen insgesamt oder mit regionalem Fokus tätig sind. Sie verstehen sich in der Regel als Plattform für den Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen Wissenschaft und Unternehmen. Darüber hinaus sehen sie ihre Aufgabe in der Beratung von Existenzgründern und Unternehmen in der Kooperationsförderung, im Standort-

marketing sowie in der Interessenvertretung für ihre Branche.

Für den Bereich Gestaltung / Design und Produktgestaltung arbeiten in Hessen zwei technologieorientierte Netzwerke. In Südhessen wird dieses Netzwerk von *Hessen Design e. V.*, Darmstadt, betreut, in Nordhessen von *Cassel Creative Competence e. V. (ccc)*. Beide Netzwerke sollten organisatorisch wie finanziell gestärkt werden, ihre Aufgaben und Leistungen sind den jeweiligen regionalen Gegebenheiten (Rhein-Main-Gebiet bzw. Region Kassel) anzupassen, aber dennoch ist eine verstärkte Kooperation notwendig. Am *Gründernetz Route A 66* sind – entsprechend ihrer Lage an der A 66 – die Fachhochschule Frankfurt, die Hochschule für Gestaltung Offenbach und die Fachhochschule Wiesbaden beteiligt, die Fachhochschule Darmstadt jedoch nicht.

Über eine intensivere Mitarbeit in bestehenden Netzwerken könnten Hochschulen zudem mangelnder Transparenz im Hinblick auf die Qualifikation von Absolventen oder auf Inhalte des Studiums, wie sie insbesondere von Unternehmen beklagt wird, entgegenwirken.

Zusammenstellung der Künstlernetzwerke

An die Hochschulen richtet sich der Vorschlag, gemeinsam mit der *LAKS* und weiteren Kooperationspartnern aus dem Bereich der Kulturwirtschaft eine vollständige und strukturierte Zusammenstellung aller in Hessen aktiven Künstlernetzwerke, Kunstvereine und ähnlicher Organisationen zu erstellen. Eine Veröffentlichung des Überblicks mit entsprechenden Links könnte auf Internetseiten des Landes wie www.kultur-hessen.de oder www.kulturserver.hessen.de und anderen Auftritten, z. B. der *LAKS*, erfolgen.

Parallel zu existierenden Kunstvereinen, Künstlernetzwerken und -vereinigungen gibt es mittlerweile immer mehr virtuelle Zusammenschlüsse, die sich über eine Website präsentieren. Künstlernetzwerke treten zunehmend an die Stelle künstlerischer Einzelpositionen. Auf der *Project (or) Art Fair* in Rotterdam widmet man sich dieser Entwicklung. Ein Beispiel ist auch das virtuelle Netzwerk *kunstwerte*, welches seine Mitglieder



über die Probleme der Kunstverwertung informiert und konkrete Lösungsmöglichkeiten und Handlungsalternativen aufzeigt¹¹⁸.

7.4 Immobilieneigentümer und Kreative

Aktives Engagement für die Stadtentwicklung

Besonders die Immobilienwirtschaft muss sich auf die Folgen des demografischen Wandels einstellen. Neben ihren bisherigen Tätigkeiten müssen daher Wohnungsbaugesellschaften die weichen Standortfaktoren ihrer Bestände fördern. Wohnungsunternehmen können sich nicht mehr nur um den Wohnungsbestand kümmern, sondern müssen für das gesamte Umfeld ihres Bestands und die Stabilisierung der betreffenden Stadtquartiere Sorge tragen. Deren Attraktivität trägt wesentlich zur erfolgreichen Vermietung und Vermarktung des Bestands bei. Um Leerstand zu vermeiden und Mieter zu binden, werden bereits von einigen Immobilien- und Wohnungsbaugesellschaften

neue Wege gegangen. Sie betätigen sich z. B. als Entwickler und Sponsor im kulturellen Bereich. Die Immobilienwirtschaft insgesamt sollte in Zukunft noch stärker Standortfaktoren wie Kultur, Freizeit, Sicherheit und Ordnung fördern.

So ist beispielsweise bei der *Gemeinnützigen Bau-gesellschaft mbH Offenbach (GBO)* der Kauf einer leer stehenden Immobilie und deren anschließender Umbau für kulturwirtschaftliche Akteure und kreative Zwecke Bestandteil ihres Engagements im Bereich der flankierenden Standortaktivitäten. Dieses „Vor-Marktnehmen“ von leer stehenden Immobilien ist wichtiger Baustein bei der Entwicklung von Nutzungs- und Quartierskonzepten. Auch in Kassel war es eine Wohnungsbaugesellschaft, die nach langjährigen Verhandlungen mit der Bahn den Südflügel des Kulturbahnhofs kaufte und die notwendige Sanierung durchführen wird.

Diese Initiativen von Wohnungsbaugesellschaften sind zu begrüßen und zu unterstützen. Wohnungsbaugesellschaften sollten zu dem hier angesprochenen Themenfeld einen Erfahrungsaustausch organisieren und als potenzielle Partner an kulturwirtschaftlichen Initiativen und Projekten beteiligt werden.

Innovative Überlassungsmodelle

Bestandshalter wie Banken, der Bund oder die Bahn AG mit ihren zahlreichen Flächenreserven und Liegenschaften im innerstädtischen Raum könnten als potenzielle Verhandlungspartner von Kommunen, Kulturwirtschaft, Hochschulen und Wohnungsbaugesellschaften wie auch privaten Initiativen wirksam zur kulturwirtschaftlichen Nutzung von Brachflächen beitragen.

In diesem Zusammenhang sind innovative Überlassungsmodelle der Eigentümer Bahn und Bund für nicht mehr benötigte Flächen im Stadtgefüge zu diskutieren. Dies gilt z. B. bei Konversionsflächen, wie sie derzeit zahlreich in Hessen auf den Markt kommen. So könnte die Stadt Hanau, die mit rund 200 Hektar zu entwickelnder Konversionsfläche stark betroffen ist, eine Modellstadt für die Bereitstellung von Experimentierflächen werden. Ein Beispiel für ein inno-

An die Adresse der **Kulturschaffenden** ist die Empfehlung auszusprechen, sich besser zu **organisieren** und sich verstärkt gegenüber Eigentümern, Kommunen und Land zu **artikulieren**.



vatives Organisationsmodell zur Entwicklung eines Kultur- und Gewerbestandorts auf einem ehemaligen Militär- und Industriegelände ist die Gründung einer Holding, die sich beispielsweise in Potsdam aus dem städtischen Entwicklungsträger, die *Sanierungsträger Potsdam GmbH*, und einer kommunalen Wohnungsbaugesellschaft für das Areal *Schiffbauergasse* gebildet hat.

Selbstorganisation

Die Kulturschaffenden selbst sind im Prinzip bei jeder Empfehlung oder Maßnahme ein potenzieller Mitstreiter und sollten von den Verantwortlichen stets einbezogen werden. Ausschließlich an die Adresse der Kulturschaffenden ist jedoch die Empfehlung auszusprechen, sich besser zu organisieren und sich verstärkt gegenüber Eigentümern, Kommune und Land bzw. anderen potenziellen Partnern zu artikulieren.

Insbesondere bei konkreten Vorhaben ermöglicht eine rechtlich verankerte Organisationsform – die Spanne reicht hier vom eingetragenen Verein über eine GmbH bis hin zu einer Stiftung – die Verhandlungen mit der öffentlichen Hand oder Finanzinstituten zu führen und individuelle Haftungsrisiken zu minimieren.

7.5 Synopse der Handlungsempfehlungen

Im Folgenden werden nochmals alle Handlungsempfehlungen im Überblick dargestellt. Die in der Tabelle vorgenommenen Zuordnungen zu den beiden strategischen Ansätzen und den Akteuren sind vor allem als Fokussierung auf die jeweilige Schwerpunktstrategie bzw. den Hauptakteur zu verstehen.



Kultur Bahnhof Kassel

7 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR DAS ZUSAMMENWIRKEN DER RELEVANTEN AKTEURE

Tabelle 7: Übersicht der Handlungsempfehlungen

Nr.	Handlungsempfehlung	Strategie 1: Netzwerk- und Clusterbildung in der Kultur- wirtschaft fördern	Strategie 2: Möglichkeits- räume für die Kulturwirt- schaft öffnen und sichern	Kommunen	Land Hessen	Hochschulen	Immobilien- eigentümer und Kreative
1	Experimentier- und Grün- derstandorte schaffen	■	■	✘	●	●	●
2	Möglichkeitsräume sichern und markieren	■	■	✘	●		●
3	Das Entwicklungspotenzial ermitteln	■	■	✘		●	●
4	Projektideen mit Wettbewerben gewinnen	■	■	✘		●	●
5	Zusammenarbeit der Ämter forcieren		■	✘			
6	Vermittlungsagenturen einsetzen	■		✘	●	●	●
7	Baurechtliche Spielräume nutzen		■	✘	●		●
8	Experimentelle Projekte unterstützen		■	✘	●	●	●
9	Neue Konzepte von Wohnen und Arbeiten unterstützen	■	■	✘	●		●
10	Eigene Liegenschaften zur Verfügung stellen	■	■	✘	●	●	●
11	Förderrichtlinien auf die kleine Kulturwirtschaft anwenden	■		●	✘		●
12	Konzepte für Experimen- tier- und Gründerstandor- te im Wettbewerb finden	■	■	●	✘	●	●

Nr.	Handlungsempfehlung	Strategie 1: Netzwerk- und Clusterbildung in der Kultur- wirtschaft fördern	Strategie 2: Möglichkeits- räume für die Kulturwirt- schaft öffnen und sichern	Kommunen	Land Hessen	Hochschulen	Immobilien- eigentümer und Kreative
13	Workshopansatz fortführen	■	■	●	✘	●	●
14	Kulturportal Hessen weiterentwickeln	■			✘		●
15	Handbuch Kulturwirt- schaft verfassen	■		●	✘	●	●
16	Entwicklungsimpulse im Rhein-Main-Gebiet setzen	■		●	✘	●	●
17	Ausweitung der Studien- inhalte und Unterstützung von Absolventen	■			●	✘	●
18	Förderung kulturwirt- schaftlicher Netzwerke	■		●	●	✘	●
19	Zusammenstellung der Künstlernetzwerke	■		●	●	✘	●
20	Aktives Engagement für die Stadtentwicklung		■	●	●		✘
21	Innovative Überlassungsmodelle		■	●	●		✘
22	Selbstorganisation	■				●	✘

■ = Strategie ✘ = Hauptakteur ● = Kooperationspartner

Quelle: Hessen Agentur

Medien, Werbung, Grafik, Design, die Architekturbranche, die Filmwirtschaft und das künstlerische Handwerk – in diesen Bereichen liegen die wirtschaftlichen Stärken der hessischen Kulturwirtschaft.



www.kulturportal-hessen.de

Kulturportal Hessen

Vernetzung und Information

Am 2. Juli 2007 ging das Kulturportal Hessen online, nachdem 2006 der Startschuss für den Aufbau eines Landeskulturportals erfolgt war und eine umfassende Analyse aller deutschen Landeskulturportale sowie vieler anderer Kulturportale stattgefunden hatte.

Neben größtmöglicher Vollständigkeit sind auch Aktualität und stetige Weiterentwicklung wichtige Prioritäten: Allein im ersten halben Jahr des Betriebs wurden 800 aktuelle Artikel ergänzt sowie diverse neue Funktionen und Serviceangebote eingerichtet (Newsletterservice, landesweiter Programmheftservice, englischsprachige Übersetzungen ausgewählter Inhalte etc.).

Als Träger für Umsetzung wie Betrieb des Kulturportals Hessen konnte die Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren in Hessen (LAKS) gewonnen werden, die als landesweit tätiger Landeskulturverband langjährige Erfahrungen mit Einrichtung und Betrieb überregionaler Internetportale vorweisen kann (www.hessen-szene.de, www.lakids.de, www.kultur-ruft.de). Die Projektleitung des Kulturportals liegt in den Händen einer interdisziplinären Arbeitsgruppe. Gefördert wird das Kulturportal Hessen bisher aus Mitteln von hessenmedia, der hessischen Landesinitiative zur Förderung neuer Medien in Hessen, über das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst, das zudem als Kooperationspartner der LAKS fungiert. Weitere Partner sind die Universität Gießen, der Multimedia-Dienstleister

salient in Frankfurt am Main, der Kulturkurier (Berlin), die Online-Redaktion des Hessischen Rundfunks sowie die Frankfurt Ticket GmbH.

Das Kulturportal Hessen umfasst drei wesentliche Bereiche: einen redaktionellen Bereich, einen landesweiten Veranstaltungskalender sowie eine Infothek.

Redaktioneller Bereich

Im redaktionellen Bereich finden sich Grundlagenartikel zu verschiedenen Kultursparten, Tipps, Portraits von Personen und Einrichtungen oder – unter der Rubrik „Wussten Sie schon?“ – Wissenswertes bis Abseitiges. Der Bereich ist aufgefächert in die Sparten Architektur & Baukunst, Bildende Kunst, Film und Medien, Literatur, Museen, Schlösser & Parks, Musik, Szene sowie Theater & Tanz. Diese Kultursparten werden ergänzt durch Artikel zu übergreifenden Themen- oder Praxisfeldern wie Inter- oder Soziokultur. Um ein möglichst hochwertiges und lebendiges Abbild der verschiedenen Bereiche zu bekommen, wurden namhafte Autoren aus unterschiedlichen künstlerischen und kulturellen Feldern gewonnen, darunter Kulturschaffende, Künstler, Journalisten oder Personen aus Kulturpolitik und -verwaltung.

Veranstaltungskalender

Der landesweite Veranstaltungskalender enthält Veranstaltungen aus allen relevanten Bereichen des kulturellen Spektrums. Neben der Gesamtansicht sind differenzierte Suchen nach Regionen, Orten, Daten, Veranstaltern, Sparten oder nach freien Suchbegriffen möglich. Der Kalender wird erstellt in Kooperation mit dem Kulturkurier, Deutschlands großem Informationsdienst für Kultur sowie dem

Internetportal www.hessen-szene.de. Seit dem Frühjahr 2008 wird dieser in Hessen einzigartige Bestand noch zusätzlich durch die Daten von Frankfurt Ticket ergänzt. Diese Daten werden vervollständigt durch eigene Recherchen sowie Selbsteintragungen von Kulturanbietern.

Auf einer Sonderseite finden sich zudem Links zu regionalen oder spartenbezogenen hessischen Veranstaltungskalendern. Ausgewählte Veranstaltungstipps ergänzen und verknüpfen den Kalender und die redaktionellen Inhalte.

Infothek

Die Infothek enthält u. a. Daten zu Veranstaltern, Künstlern und Kultureinrichtungen. Analog zu dem Veranstaltungskalender finden sich hier ebenfalls differenzierte Recherchemöglichkeiten.

Das Kulturportal Hessen versteht sich als „lernendes System“: Anders als andere Landeskulturportale wird hier nicht eine bloße einmalige Bestandsaufnahme abgebildet, sondern die Inhalte sollen beständig aktuell gehalten sowie ausgeweitet werden.

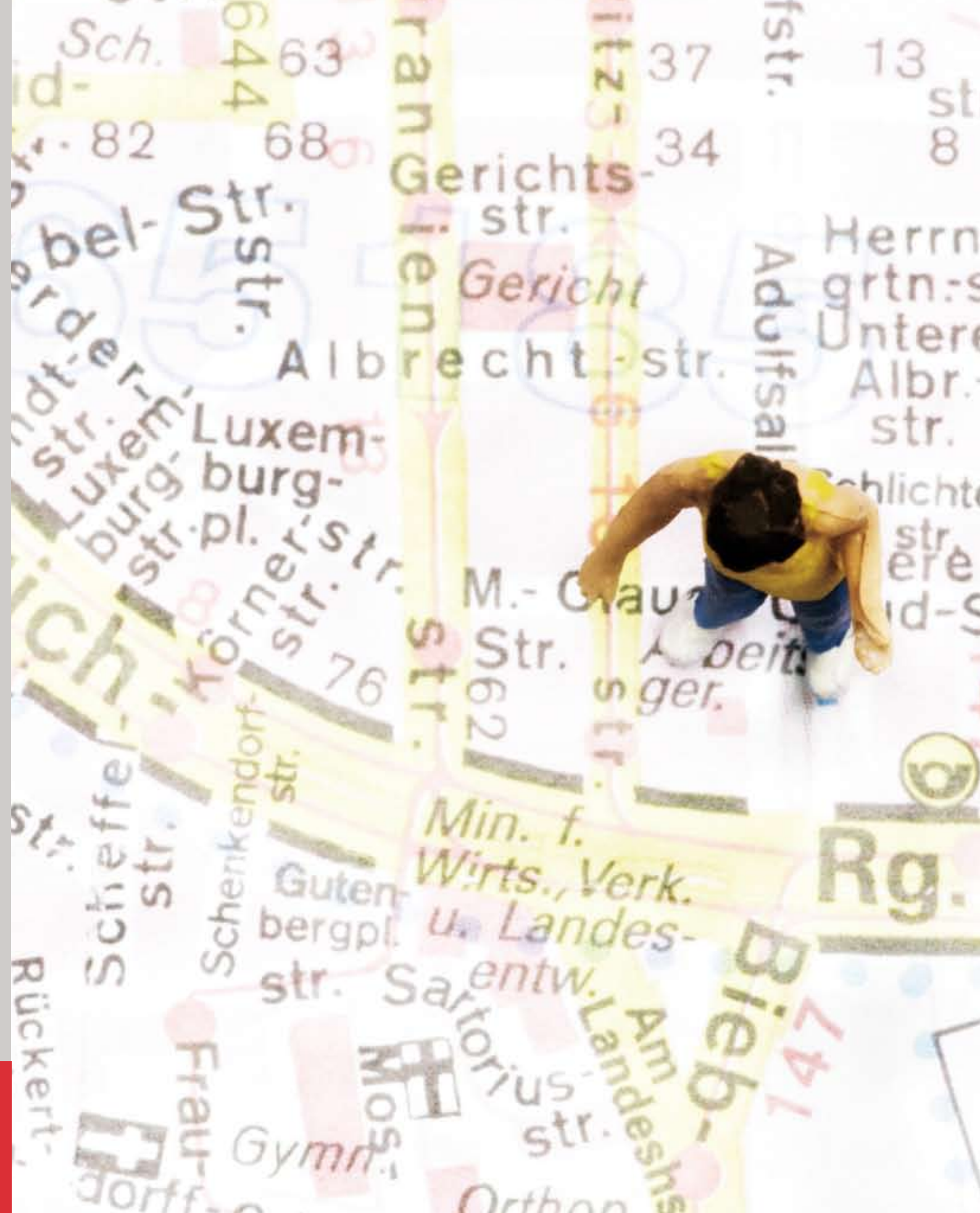
Hessen weist eine große Zahl von Aktivitäten oder Einrichtungen auf, die trotz großer Anstrengungen bisher noch nicht erfasst werden konnten. Daher können alle Kulturträger und Kulturschaffenden der Redaktion Termine zur Übernahme in den Veranstaltungskalender oder Personen, Gruppen oder Einrichtungen zur Übernahme in die Infothek vorschlagen. Entsprechende Formulare sind in das Portal eingebaut und leicht zugänglich. Das Kulturportal wird also weiterhin Informationen aufnehmen, um seinem An-



www.kulturportal-hessen.de

spruch, umfassend zu informieren, sowohl in Sachen Vollständigkeit als auch Aktualität gerecht zu werden.

Zugleich werden alle Kultureinrichtungen und -anbieter gebeten, die verschiedenen Möglichkeiten zu nutzen und auf die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten des Kulturportals Hessen zu verweisen (z. B. durch Verlinkung mit den eigenen Internetseiten). Entsprechende Banner stehen zur Verfügung und können heruntergeladen werden.



Sch.

644

63

ran

itz-

37

fstr.

13

st
8

82

68

Gerichts-

34

St.
str.

str.
Gericht

Adulfsal

Herrn
grtn:-s
Unter
Albr.
str.

dat.-
str.
Luxem-
burg-
str.

Luxem-
burg-
pl.

Alb recht -str.

Scheffel-
str.

Körner-
str.

M.-Gau
Str. Arbeit
singer.

62

Schenkendorf-
str.

Guten-
bergpl.
str.

Min. f.
Wirts., Verk.
u. Landes-
entw.

Rg.

Rückert-
Frau-
dortf

Gymn.



Sartorius-
str.

Landes-
Anndesns

Bieb-
741

Orthop



8 Struktur und ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft in Hessen

In Hessen ist die Kulturwirtschaft ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und ein wichtiges Beschäftigungsfeld, wie bereits die ersten beiden Hessischen Kulturwirtschaftsberichte gezeigt haben. In diesem Kapitel werden die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen fortgeschrieben.

Im Jahr 2000 verzeichnete die hessische Kulturwirtschaft einen Umsatz von knapp 19 Milliarden Euro und im Jahr 2002 von gut 16 Milliarden Euro, was jeweils einem Anteil von 5 % an der Gesamtwirtschaft Hessens entsprach. Das Jahr 2000 markierte einen wirtschaftlichen Höhepunkt, dies macht auch die Entwicklung der Kulturwirtschaft in anderen Bundesländern deutlich. Im Jahr 2000 waren in der Kulturwirtschaft Hessens rund 120.000 Personen tätig (112.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und rund 8.500 selbständige Künstler), im Jahr 2002 waren es sogar 123.000 (114.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und rund 9.100 selbständige Künstler).

Im Folgenden wird der Frage nachgegangen, ob die Kulturwirtschaft diese Stärke und Bedeutung auch bis 2006 behaupten konnte. Als Definition von Kulturwirtschaft wird erneut die bereits für den 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht gewählte Abgrenzung¹¹⁹ der Kulturwirtschaft und ihrer sechs Teilmärkte zugrunde gelegt. Geringfügige Änderungen haben sich durch die Aktualisierung der Wirtschaftssystematik und in der Umsatzsteuerstatistik ab dem Jahr 2003 ergeben. Soweit möglich, wurden die Daten aus den Jahren 2000 bis 2002 an die geänderte Systematik

119 Im 1. Kulturwirtschaftsbericht wurden unter Kulturwirtschaft der marktorientierte Bereich, der öffentliche Kulturbetrieb und der freie gemeinnützige Sektor verstanden. Dabei wurde der marktorientierte Bereich in die sechs Teilmärkte Literatur-, Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt (einschließlich Design und Kunsthandwerk), Film-, TV- und Videowirtschaft, Kulturelles Erbe, Musikwirtschaft sowie Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst untergliedert. Vgl. Piesk, Susanne/Werner, Bernd (2003): Kulturwirtschaft in Hessen – 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.

angepasst. Sollten in Folge dieser Anpassungen einzelne Werte stark abweichen, so wird hierauf in einer Fußnote hingewiesen.

8.1 Überblick

Die marktorientierte Kulturwirtschaft stellte auch im Jahr 2006 rund 10 % aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Hessen. Die Anzahl der Unternehmen erreichte nach einem Rückgang in den Jahren 2001 bis 2003 im Jahr 2005 mit 22.705 erstmals wieder den Wert von 2000 (22.402) und stieg dann im Jahr 2006 auf 23.455 an. Dies ist gegenüber 2003, dem Tiefpunkt der Entwicklung, eine Zunahme um knapp 1.500 Unternehmen.

Der Anteil der Kulturwirtschaft am Umsatz der hessischen Gesamtwirtschaft lag 2006 gegenüber dem Jahr 2000 knapp einen Prozentpunkt niedriger. Betrug er im Jahr 2000 noch 5 %, so ging er 2006 auf 4,1 % zurück.

Dennoch scheint für die Kulturwirtschaft mit dem Jahr 2006 eine positive Trendwende eingetreten zu sein. 2006 verzeichnete die Kulturwirtschaft gegenüber dem Vorjahr erstmals wieder einen deutlichen Zuwachs beim Umsatz (+7,5 %) und der Anzahl der Unternehmen (+3,3 %). Der Umsatzzuwachs fiel sogar höher aus als in der Gesamtwirtschaft Hessen, die 2006 einen Zuwachs von 7,1% verzeichnete.

Dabei fällt insbesondere die Werbe- und Designbranche positiv auf, deren Umsatz vor allem in den Wirtschaftszweigen mit einem sehr hohen Kreativanteil stieg. Bereits im Jahr 2005 hatten diese einen höheren Umsatz als im Spitzenjahr 2000 erreicht, und diesen Umsatz 2006 nochmals deutlich steigern können. Die Umsätze der kreativen Sparten innerhalb der Werbung- und Designbranche machten im Jahr 2006 schon 62 % des Branchenumsatzes aus, während es im Jahr 2000 lediglich 40 % waren. Die Werbebranche konzentriert sich insbesondere am Standort Frankfurt.¹²⁰

Im gesamten Zeitraum von 2000 bis 2006 hat sich die Kulturwirtschaft insgesamt dennoch deutlich schlechter als die Gesamtwirtschaft Hessens entwickelt. Sie verzeichnete im Zeitraum 2000 bis 2006 einen Umsatzrückgang von rund -10 % und einen Beschäftigtenrückgang von knapp -11 %. Die Gesamtwirtschaft hingegen wies im gleichen Zeitraum ein Umsatzplus von 10 % aus, bei einem Beschäftigtenrückgang von nur -3,6 %. Absolut hat die hessische Kulturwirtschaft 2006 mit 17,2 Milliarden Euro knapp 2 Milliarden Euro weniger erwirtschaftet als im Referenzjahr 2000.

Trotz steigender Umsätze ist 2006 die Anzahl der Erwerbstätigen im Vorjahresvergleich weiter zurückgegangen. Dabei sinkt allerdings nur die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten deutlich, wogegen die der selbständigen Künstler weiterhin steigt.

Tabelle 8: Anteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft Hessens in den Jahren 2000 bis 2006 in %

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Veränderung gegenüber 2000 in Prozentpunkten
Steuerpflichtige Unternehmen	9,8	9,7	9,6	9,5	9,5	9,4	9,6	-0,18
Umsatz in Mrd. Euro	5,0	4,6	4,4	4,2	4,4	4,1	4,1	-0,89
Beschäftigte	5,2	5,2	5,2	5,2	5,3	4,9	4,8	-0,37

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit

120 Vgl. hierzu: Institut für Humangeographie der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt, Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt, März 2008.

Tabelle 9: Unternehmen, Umsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Zeitraum 2000 bis 2006 in der Kulturwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft in Hessen (gerundete Werte)

Kulturwirtschaft										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Veränderung 2006 in % gegenüber		
								2000	2003	2005
Steuerpflichtige Unternehmen	22.402	22.370	22.237	21.971	22.270	22.705	23.455	4,7	6,8	3,3
Umsatz in Mrd. Euro	19,1	17,8	16,2	15,7	16,2	16,1	17,2	-9,6	9,8	7,5
Svp. Beschäftigte	112.081	115.479	114.256	111.000	112.444	102.431	100.258	-10,6	-9,7	-2,1
Gesamtwirtschaft										
Steuerpflichtige Unternehmen	229.419	231.315	232.456	231.692	235.001	240.565	244.700	6,7	5,6	1,7
Umsatz in Mrd. Euro	381,4	386,0	370,6	371,7	372,1	391,7	420	10,0	12,9	7,1
Svp. Beschäftigte	2.174.680	2.203.298	2.192.552	2.150.806	2.112.654	2.089.523	2.095.917	-3,6	-2,6	0,3

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit

In der marktorientierten Kulturwirtschaft waren im Jahr 2000 5,2 %, im Jahr 2004 sogar 5,3 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Hessen tätig. 2006 sank der Anteil auf 4,8 % und damit unter den Wert aus dem Jahr 2005 (4,9 %). Absolut betrachtet ist die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 2000 bis zum Jahr 2006 um rund 12.000 Personen auf 100.258 Personen (-11 %) zurückgegangen.

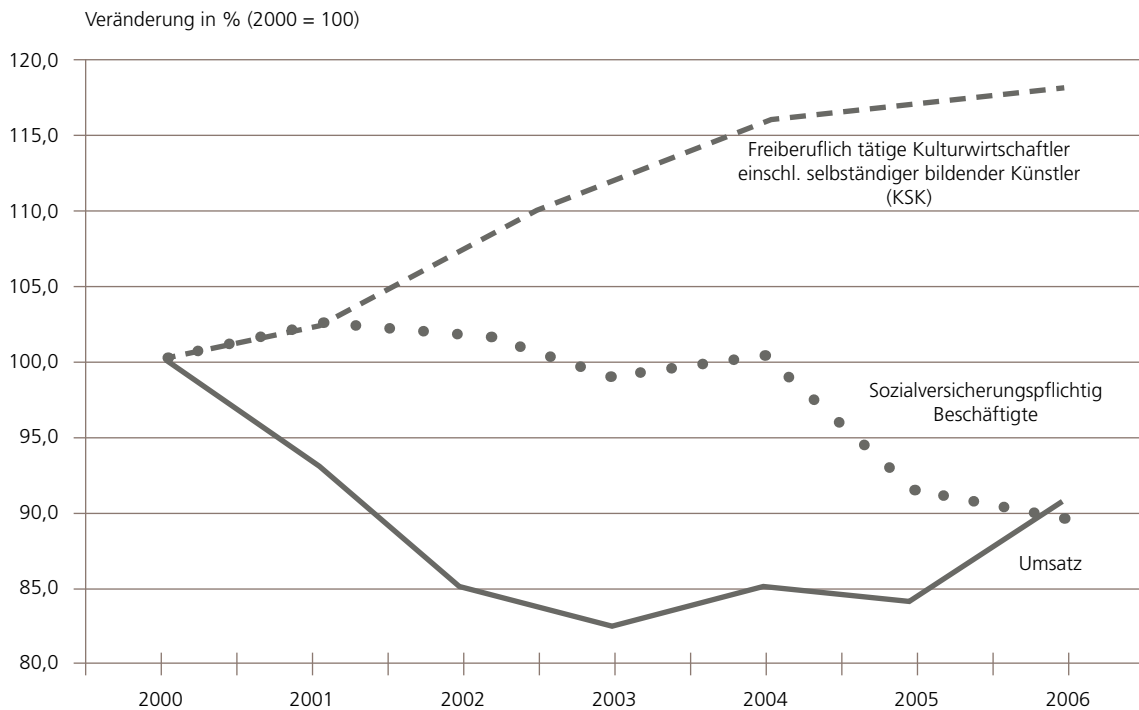
Hinzu kamen 2006 rund 10.700 freiberufliche Kulturwirtschaftler und selbständige Künstler, so dass die Beschäftigtenzahl im Jahr 2006 bei insgesamt rund 111.000 Personen lag. Dem stehen 120.000 Beschäftigte im Jahr 2000 gegenüber, was einem Rückgang der Beschäftigtenzahl zwischen 2000 bis 2006 um gut neun Prozent entspricht.

Unternehmen

Die Anzahl der Unternehmen der Kulturwirtschaft hat sich 2006 gegenüber dem Jahr 2000 um rund 1.000 erhöht, das sind +4,7 %. Vom Jahr 2005 auf 2006 war sogar ein Zuwachs von 750 Unternehmen zu verzeichnen.

Im Literatur-, Buch- und Pressemarkt blieb die Anzahl der Unternehmen bis 2003 relativ konstant und stieg dann kontinuierlich. Angesichts des Rückgangs der Zahl der Unternehmen in der Druckbranche (-213) und einer gleich bleibenden Unternehmensanzahl im Verlagsgewerbe ist dieser Anstieg vor allem auf den Zuwachs an Übersetzern und Dolmetschern, freien Journalisten und Pressefotografen sowie selbständiger Schriftsteller um 18 % (insgesamt +367) zurückzuführen. Diese Zunahme von Kleinunternehmen bzw. freiberuflich Tätiger hat nicht zu Lasten der Zahl sozial-

Abbildung 8: Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung in der Kulturwirtschaft in Hessen 2000 bis 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Bundesagentur für Arbeit

versicherungspflichtig Beschäftigter bei Fernseh- und Rundfunkanstalten stattgefunden. Im Gegenteil, die Anzahl der Beschäftigten bei Hörfunk und Fernsehen wuchs im Zeitraum 2000 bis 2006 um knapp ein Drittel (+29 %), was rund 780 Beschäftigten entspricht.

In den Teilmärkten Musikwirtschaft, Kunstmarkt sowie Film-, TV- und Videowirtschaft hat die Zahl der Unternehmen im Jahr 2006 das Niveau des Jahres 2000 wieder übertroffen, wobei sich die Anzahl der Unternehmen in allen drei Teilmärkten vor allem im Jahr 2006 nach oben entwickelte.

Innerhalb dieser drei Teilmärkte gab es bemerkenswerte Zuwächse bei der Zahl der selbständigen Textil-, Schmuck-, Möbel- und sonstigen Designer im Kunstmarkt um rund 20 % (+274) und den Galerien um 55 % (+30). In der Film-, TV- und Videowirtschaft wuchs die Anzahl der Film- und Videohersteller um

rund ein Drittel (+105). Deutlich abgenommen gegenüber dem Jahr 2000 (um -21 % bzw. -229 Unternehmen) hat jedoch die Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel mit Kunstgegenständen und Bildern.

Die Kulturwirtschaft unterscheidet sich nach wie vor grundsätzlich von traditionellen Branchen. Charakteristisch für die Unternehmensstruktur ist der seit Jahren hohe Anteil an Ein-Personen-Unternehmen resp. Kleinstunternehmen auf der einen Seite sowie einigen sehr großen Unternehmen wie Verlagen und Druckereien, Hörfunk- und Fernsehanstalten auf der anderen Seite.

Umsatz

Gegenüber dem Jahr 2005 weist die hessische Kulturwirtschaft für 2006 einen erfreulich deutlichen Anstieg des Umsatzes um +7,5 % auf, die

Tabelle 10: Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten

Teilmarkt	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Veränderung 2000/2006	
								absolut	in %
Musikwirtschaft	825	801	789	1.109	798	809	1.143	318	38,5
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	5.277	5.259	5.233	5.205	5.307	5.470	5.446	169	3,2
Kunstmarkt (einschließlich Design und Kunsthandwerk)	7.712	7.641	7.563	7.362	7.538	7.644	7.755	43	0,6
Film-, TV- und Videowirtschaft	2.500	2.682	2.621	2.488	2.479	2.457	2.638	138	5,5
Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst	1.948	1.991	2.021	2.006	1.968	2.098	2.142	194	10,0
Kulturelles Erbe	4.140	4.186	4.196	4.121	4.180	4.227	4.331	191	4,6
Kulturwirtschaft insgesamt	22.402	22.560	22.423	22.291	22.270	22.705	23.455	1.053	4,7

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistisches Landesamts und der Bundesagentur für Arbeit

Gesamtwirtschaft kommt auf +7,1 % mehr Umsatz. Im Gesamtzeitraum von 2000 bis 2006 verlief die Entwicklung der Umsätze in der Kulturwirtschaft jedoch deutlich schlechter als in der Gesamtwirtschaft Hessens.

Der Umsatz der Kulturwirtschaft lag 2006 immer noch um rund zehn Prozent unter dem des Referenzjahres 2000, während in der Gesamtwirtschaft Hessens die Umsätze im gleichen Zeitraum um 10 Prozent anstiegen.

Tiefpunkt der Entwicklung war das Jahr 2003 mit nur 15,7 Milliarden Euro Umsatz. Nach einer Steigerung im Jahr 2005 auf 16,1 Milliarden Euro haben die rund 23.500 Unternehmen der Kulturwirtschaft dann im Jahr 2006 einen Umsatz von rund 17,2 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das sind noch immer 2 Milliarden Euro weniger Umsatz als im Spitzenjahr 2000, aber immerhin gut 1 Milliarde Euro mehr als noch 2005.

Rechnet man die Einnahmen der freiberuflichen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler in Höhe

von rund 125 Millionen Euro hinzu, ergibt dies für das Jahr 2006 einen Gesamtumsatz von rund 17,39 Milliarden Euro.

Die Tatsache, dass der Umsatz 2006 noch nicht wieder die Höhe des Referenzjahres 2000 erreicht hat, ist vor allem auf die Entwicklung in der Werbebranche insgesamt zurückzuführen. Deren Umsätze gingen von 2000 bis 2005 insgesamt um rund -25 % (=1,3 Milliarden Euro) zurück und stiegen erst im Jahr 2006 um 0,75 Milliarden Euro an (+19 %). Mit Beginn des Jahres 2000 setzte zunächst eine Phase der Stagnation bei kulturell relevanten Medienfirmen wie Presse, Druckereien, Werbung, Phonotechnik etc. ein. Bis zum Jahr 2003 war die Branche von Umsatzrückgängen geprägt, in den Jahren 2004 und 2005 setzte dann eine leichte Erholung ein, und 2006 schließlich war ein kräftiger Erholungsschub festzustellen.

Große Umsatzeinbußen musste infolgedessen im Zeitraum von 2000 bis 2006 auch das Druckgewerbe mit -595 Millionen Euro (-24 %) hinnehmen. Aber

auch die Film- und Fernsehbranche hat gegenüber dem Jahr 2000 358 Millionen Euro weniger Umsatz (-36 %) zu verzeichnen. Damit machte sich in Druckgewerbe und Filmbranche noch bis 2006 die schlechte Konjunktur der Werbebranche bis 2004/05 bemerkbar.

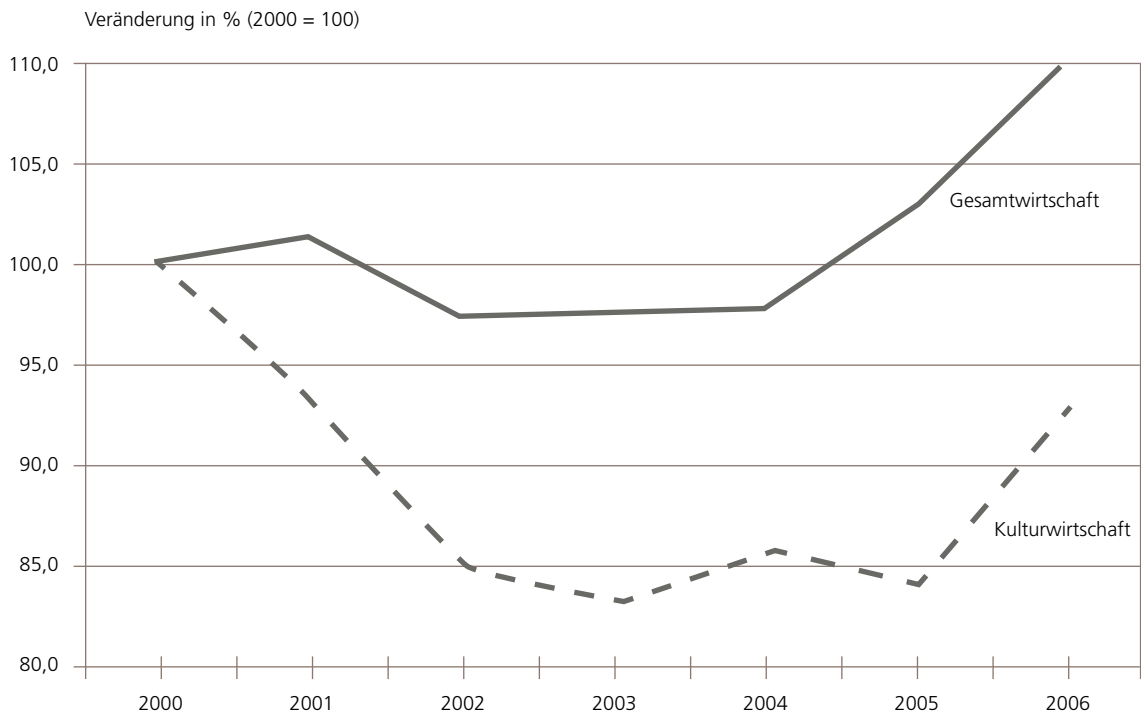
Ein deutlicher Umsatzrückgang setzte im Verlagsgewerbe und in der Film- und Fernsehbranche mit dem Jahr 2002 ein. In der Filmbranche sanken die Umsätze 2006 sogar noch unter das Niveau des bis dahin schlechtesten Umsatzjahres 2003. Auch das Druckgewerbe verzeichnete seit 2000 kontinuierlich sinkende Umsätze, aber hier war 2006 erstmals eine leichte Erholung festzustellen.

Andere Branchen der Kulturwirtschaft, die nicht dem Mediencluster Werbung, Film, Druck zugerechnet werden können, mussten ebenfalls nach dem Jahr 2000 deutliche Umsatzeinbußen hinnehmen. Die

Architektur- und Ingenieurbüros verzeichneten im Jahr 2005 ebenfalls Umsatzeinbußen von -26 % gegenüber 2000. Dies war auf die anhaltend schlechte Konjunktur in der Baubranche im Untersuchungszeitraum 2001 bis 2005 zurückzuführen. Aber auch diese Branche konnte 2006 eine deutliche Umsatzsteigerung um rund 90 Millionen Euro (+13 %) erreichen.

Die stärksten kontinuierlichen Umsatzgewinne in einzelnen Wirtschaftszweigen der Kulturwirtschaft seit dem Jahr 2000, die im Sechs-Jahres-Zeitraum zu einer ungefähren Verdoppelung bzw. Verdreifachung des Umsatzes geführt haben, sind bei Theater- und Konzertveranstaltern (von 77 auf 144 Millionen Euro), bei den Videotheken (von 43 auf 94 Millionen Euro), bei Diskotheken und Tanzlokalen (39 auf 66 Millionen Euro) und beim Versteigerungsgewerbe (15 auf 57 Millionen Euro) zu beobachten.

Abbildung 9: Umsatz der Gesamtwirtschaft und der Kulturwirtschaft in Hessen 2000 bis 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

Insgesamt scheint für die Kulturwirtschaft – was die Umsatzentwicklung angeht – mit dem Jahr 2006 eine positive Trendwende eingetreten zu sein. Grundsätzlich ist dazu anzumerken, dass sich die Struktur der Kulturwirtschaft und ihrer verwandten Industrien schnell wandelt. Seit Mitte dieses Jahrzehnts rücken neben den kulturspezifischen Branchen wie Buch- und Verlagsgewerbe, Kunstmarkt, Film-, TV- und Videowirtschaft, Musikwirtschaft und Theatermarkt die Gestalterbranchen wie Architektur und Design oder auch ganz neue Branchen, z. B. die Games-Branche¹²¹ stärker ins Zentrum der Betrachtung. In der Games-Branche nimmt das Rhein-Main-Gebiet nach Aussagen einer aktuellen Studie eine Spitzenposition innerhalb Deutschlands ein.¹²² Es bleibt abzuwarten, wie sich diese Entwicklung in den kommenden Jahren

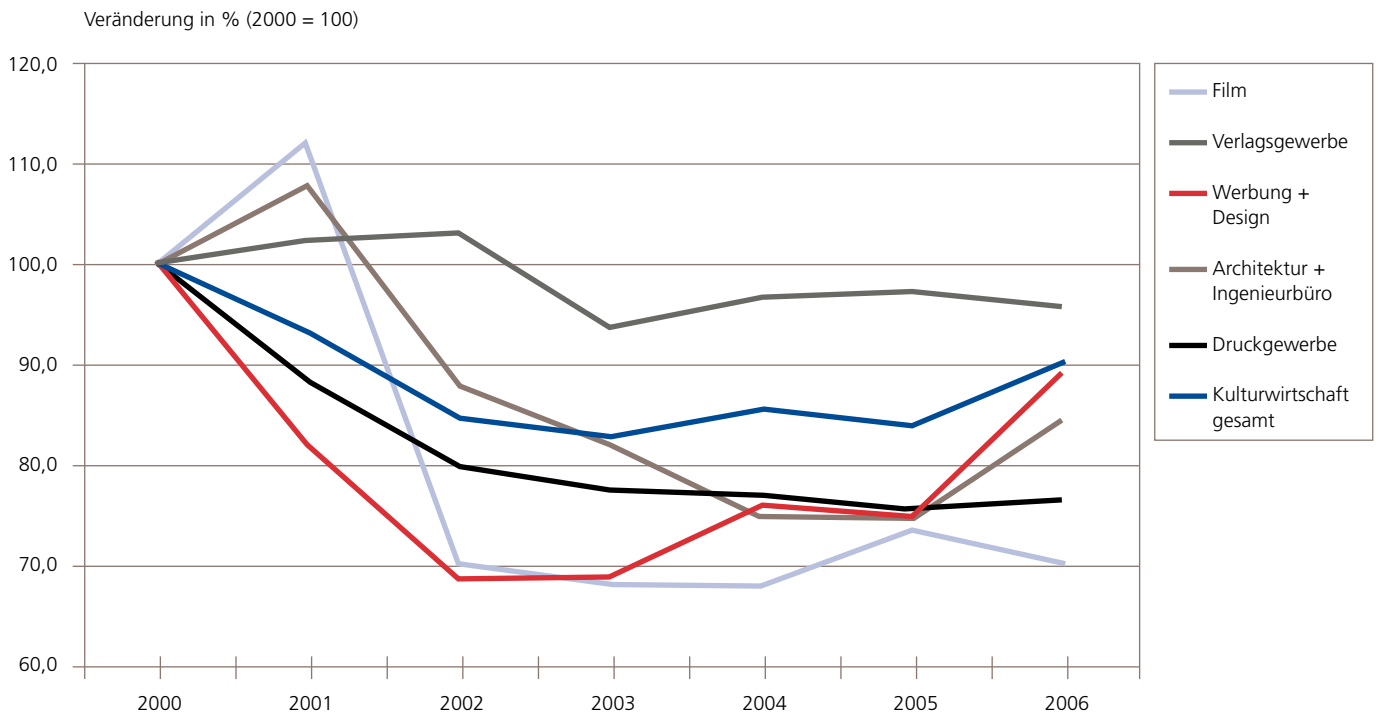
in der Umsatzentwicklung und Beschäftigungssituation niederschlägt.

Beschäftigte

Die marktorientierte Kulturwirtschaft wies bis einschließlich 2004 trotz gesunkener Umsätze eine relativ stabile Beschäftigtenzahl um die 112.000 Personen auf. In den Jahren 2005 und 2006 sank die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit rund 102.000 (2005) und dann circa 100.000 Beschäftigten (2006) deutlich unter das Niveau des Jahres 2000. Dies entspricht einem Beschäftigtenrückgang von -10,6 % gegenüber dem Jahr 2000.

Fasst man die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und die der freien Künstler zusammen, so fällt der Beschäftigtenrückgang etwas weniger

Abbildung 10: Umsatzentwicklung der fünf umsatzstärksten Branchen der Kulturwirtschaft in Hessen von 2000 bis 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

121 In dieser Querschnittsbranche finden sich Beschäftigte aus Disziplinen der Kulturwirtschaft wie etwa Designer oder Zeichner, aber auch sehr viele Beschäftigte aus dem Bereich Softwareentwicklung. Sie ist also keine Teilmenge der hier betrachteten Kulturwirtschaft.

122 Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2007 a): Die Gamesbranche, Ein erstzunehmender Wachstumsmarkt, Wiesbaden.

Tabelle 11: Umsätze in den fünf umsatzstärksten Branchen der Kulturwirtschaft von 2000 bis 2006

Branche	Umsätze in Millionen Euro							Veränderung 2006 in % gegenüber		
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000	2003	2005
Film	995.807	1.089.212	677.323	666.519	677.775	668.130	638.150	-35,9	-4,3	-4,5
Architektur- + Ingenieurbüros	942.391	1.012.294	826.362	773.506	703.069	702.143	791.990	-16,0	2,4	12,8
Verlagsgewerbe	2.483.862	2.541.494	2.557.281	2.319.811	2.395.857	2.406.715	2.376.856	-4,3	2,5	-1,2
Druckgewerbe	2.531.414	2.232.640	2.023.183	1.961.195	1.945.982	1.913.302	1.936.100	-23,5	-1,3	1,2
Werbung + Design	5.191.760	4.255.089	3.562.459	3.562.606	3.928.874	3.880.100	4.625.769	-10,9	29,8	19,2
Kulturwirtschaft insgesamt	19.096.078	17.816.191	16.205.309	15.884.834	16.348.671	16.055.345	17.261.343	-9,6	9,8	7,5

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

deutlich aus, da die Zahl der selbständigen Künstler seit den 90er Jahren kontinuierlich zunimmt.

Der Rückgang der Zahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter fand parallel zur negativen Umsatzentwicklung der letzten Jahre vor allem bei Architekten und Ingenieuren (-33 %), im Druckgewerbe (-29 %), im Verlagsgewerbe (-22 %) und in der Werbebranche (-20 %) statt. Der Beschäftigtenabbau erfolgte zeitversetzt, d. h. ein bis zwei Jahre später, in der Regel ab dem Jahr 2003, bei den Architekten und Ingenieuren sogar erst ab 2004. Das Druckgewerbe baute bereits von 2001 bis 2003 kontinuierlich Beschäftigte ab. Im Jahr 2004 stieg die Beschäftigtenzahl dann wieder auf das Niveau von 2000, um in den Jahren 2005 und 2006 wiederum drastisch zurückzugehen. Insgesamt waren in diesen vier Branchen in Hessen im Jahr 2004 rund 7.900 Beschäftigte weniger tätig als noch im Jahr 2000.

Nur die Filmbranche baute trotz erheblichen Umsatzrückgangs von 2000 bis 2005 (-27 %) kaum Beschäftigte ab (-4,3 %). Dies lässt darauf schließen, dass in dieser Branche neben einem notwendigen Sockel von sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hauptsächlich Freelancer tätig sind, deren vermutlich deutlich schlechtere Auftragslage seit 2002 und damit verminderte Beschäftigung sich in dieser Statistik nicht abbildet. Dies bestätigt eventuell die gestiegene Anzahl der Unternehmen bei den selbständigen Film- und Videoherstellern (+95) seit dem Jahr 2000. Statt eines sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisses wählen die Absolventen dieser Fachrichtungen wohl zumeist die Alternative der Gründung eines Mikrounternehmens.

Einen deutlichen Zuwachs von Beschäftigten gab es von 2000 bis 2006 in keiner Branche der Kulturwirtschaft.¹²³

123 Die dargestellten Entwicklungen zur Beschäftigung beziehen sich allerdings nur auf einen Teil des Beschäftigungsmarktes der Kulturwirtschaft, auf die sogenannten „sozialversicherungspflichtig Beschäftigten“. Diese üben ihre Tätigkeit in Vollzeit oder in Teilzeit mit mindestens 15 Wochenstunden aus. Nur diese Beschäftigungsverhältnisse werden in der Beschäftigtenstatistik dokumentiert. In der Kulturwirtschaft sind jedoch darüber hinaus Teilzeit- und Mehrfachbeschäftigungen, Minijobs oder geringfügige Beschäftigungen weit verbreitet, die größtenteils in amtlichen Statistiken nicht erfasst sind.

Die **Kulturwirtschaft** unterscheidet sich grundsätzlich von traditionellen Branchen. Charakteristisch ist der hohe Anteil an **Ein-Personen-Unternehmen** einerseits und einigen sehr großen Unternehmen wie Verlagen, Hörfunk- und Fernsehanstalten andererseits.

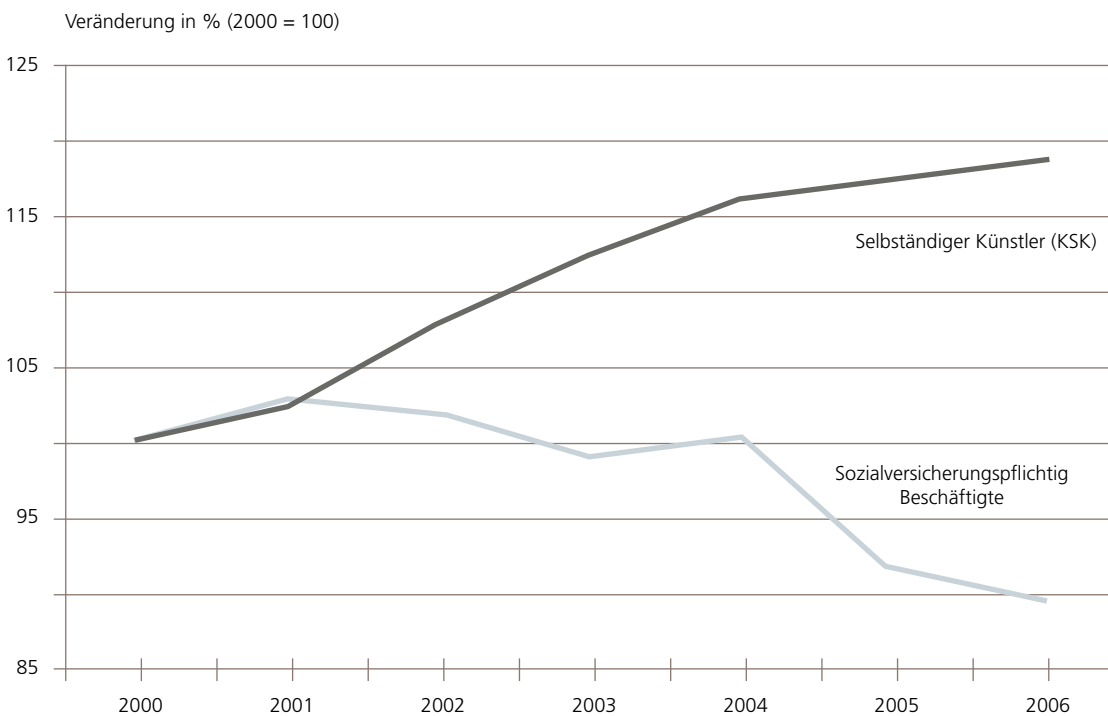


Freiberuflich tätige Kulturwirtschaftler und selbständige Künstler¹²⁴

Die wachsende Bedeutung der Kulturwirtschaft und ihre öffentliche Wahrnehmung haben zu einer Aufwertung der selbständigen Kulturberufe und Kulturunternehmen geführt. Gewerbliche Kulturangebote und Dienstleistungen der freien Büros sind Bestandteil der kulturellen Vielfalt in den Städten und Regionen Hessens. Die Zahl der Freiberufler sowie der Kleinst- oder Einpersonenunternehmen wächst in allen Bereichen der Kulturwirtschaft, wie empirische

Studien belegen.¹²⁵ Während der öffentliche Kultur- und Medienbetrieb bis in die 1990er Jahre hinein der wichtigste Arbeitgeber für Kulturschaffende war und weitgehend existenzsichernde Arbeitsplätze bot, hat sich der Trend hin zu privatwirtschaftlichen Arbeitgebern und zur Freiberuflichkeit verschoben. Heute ist die Fähigkeit der Freiberufler und kleinen Unternehmen, kulturelle Trends schnell aufzunehmen sowie flexibel auf Veränderungen am Markt zu reagieren, ein wichtiges Wesensmerkmal der Kulturwirtschaft.

Abbildung 11: Entwicklung der Beschäftigten in der Kulturwirtschaft von 2000 bis 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Künstlersozialkasse Oldenburg (KSK)

124 In der KSK gemeldete freiberuflich tätige Künstler, d. h. ohne jene Künstler, die ein Mikrounternehmen gründen und in der Unternehmensstatistik erfasst werden.

125 Söndermann, M. (2007): Kulturwirtschaft: was ist das?. In: Kulturwirtschaft 2006. Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren, 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft, Berlin 2006, Hrsg. Friedrich-Naumann-Stiftung, Berlin.

Die Zahl der freiberuflichen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler nimmt in Hessen wie in Deutschland generell stetig zu. Waren in Hessen im Jahr 2000 noch rund 8.500 Selbständige bei der Künstlersozialkasse gemeldet, waren es im Jahr 2006 bereits rund 10.700. Allerdings fällt der Anstieg in Hessen mit 27 % gegenüber dem Bundeswert von +41 % noch sehr moderat aus. Hintergrund dieser Entwicklung ist nicht allein der Umstand, dass Kulturinstitutionen vermehrt Stück- und Werkverträge anstelle Angestelltenverträge abschließen. In den Jahren zwischen 1995 und 2003 stieg die Zahl der Erwerbstätigen in den Kulturberufen generell sehr stark, insgesamt um 31 Prozent oder durchschnittlich jährlich jeweils um 3,4 Prozent. Der Umfang der erwerbstätigen Bevölkerung hingegen hat sich im gleichen Zeitraum nicht verändert, die Zahl der Erwerbstätigen

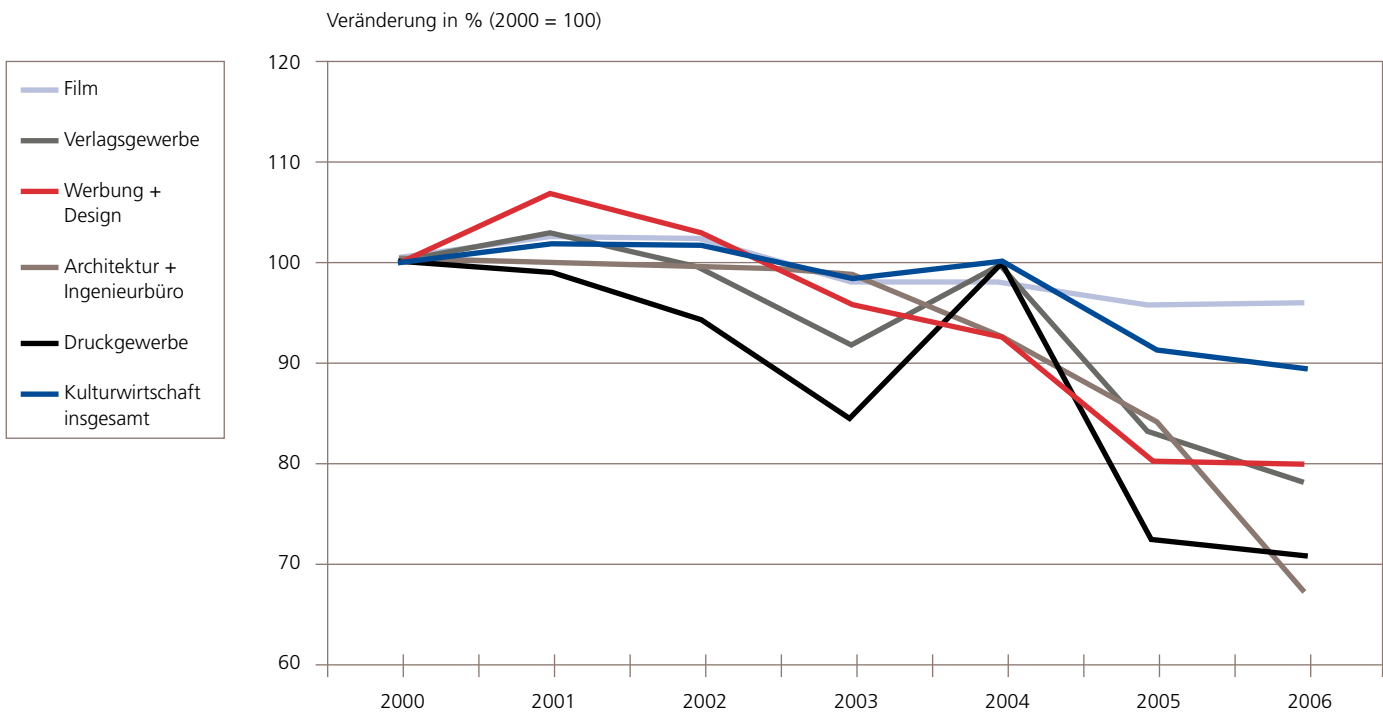
stagnierte zwischen 1995 und 2003 bei 0 Prozent. Dadurch ergibt sich eine deutliche Verschiebung des Erwerbstätigenpotenzials zugunsten der Kulturberufe. Die Gruppe der selbständigen Kulturberufe wächst vier mal schneller als die Gesamtgruppe aller Selbständigen innerhalb der erwerbstätigen Bevölkerung.¹²⁶

8.2 Umsätze und Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft

Umsätze in den Teilmärkten

Der im Jahr 2006 von 23.455 Unternehmen (2000: 22.402 Unternehmen) der marktorientierten Kulturwirtschaft erwirtschaftete Gesamtumsatz von rund 17 Milliarden Euro verteilte sich auch 2006 nach dem etwa gleichen Muster wie 2000 auf die sechs Teilmärkte der Kulturwirtschaft (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 12: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den umsatzstärksten Branchen von 2000 bis 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

126 Söndermann, M. (2004).

Tabelle 12: Beschäftigte in den fünf umsatzstärksten Branchen der Kulturwirtschaft in den Jahren 2000 bis 2006

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Veränderung absolut	Rückgang in %
Verlagsgewerbe	14.116	14.471	14.073	12.980	14.086	11.638	10.999	-3.117	-22,1
Druckgewerbe	19.214	18.966	18.112	16.188	19.202	13.861	13.599	-5.615	-29,2
Werbung + Design	15.047	16.094	15.496	14.423	13.923	12.082	12.016	-3.031	-20,1
Film	6.040	6.155	6.152	5.904	5.879	5.758	5.778	-262	-4,3
Architektur- + Ingenieurbüros	7.390	7.319	7.328	7.262	6.803	6.195	4.926	-2.464	-33,3
Summe	61.807	63.005	61.161	56.757	59.893	49.534	47.318	14.489,0	-23,4
Kulturwirtschaft insgesamt	111.886	114.352	114.037	110.779	112.444	102.431	100.258	11.628,0	-10,4

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Regionaldirektion Hessen der Bundesagentur für Arbeit

Knapp 86 % des Umsatzes in der Kulturwirtschaft – das sind knapp 15 Milliarden Euro – wurden auch 2006 in drei von sechs Teilmärkten der Kulturwirtschaft erwirtschaftet. Der Literatur-, Buch- und Pressemarkt blieb auch 2006 mit gut 6 Milliarden Euro Umsatz (gegenüber 7,4 Milliarden Euro im Jahr 2000) der umsatzstärkste Teilmarkt. Sein Anteil am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft lag immer noch bei gut 35 %, allerdings verlor er Anteilspunkte zugunsten der übrigen Teilmärkte.

Der zweitstärkste Teilmarkt blieb der Kunstmarkt mit knapp 6 Milliarden Euro Umsatz in 2006 (gegenüber 6,5 Milliarden Euro im Jahr 2000). Sein Anteil lag mit rund 34 % am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft 2006 nahezu unverändert auf dem Niveau des Jahres 2000. Drittstärkster Teilmarkt war 2006 wie im Jahr 2000 die Film-, TV- und Videowirtschaft mit 2,8 Milliarden Euro Umsatz und einem Anteil von 16 % am Umsatz der Kulturwirtschaft insgesamt (gegenüber 2,5 Milliarden Euro im Jahr 2000).

Auf den Plätzen vier bis sechs rangieren die Teilmärkte Kulturelles Erbe, Musikwirtschaft und an letzter Stelle die Darstellende Kunst.

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den Teilmärkten

Die einzelnen Teilmärkte der Kulturwirtschaft weisen sehr unterschiedliche Beschäftigtenzahlen auf. Bedeutendstes Beschäftigungsfeld war auch im Jahr 2006 der Literatur-, Buch- und Pressemarkt mit einem Anteil von 36 % (38 % im Jahr 2000) der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kulturwirtschaft. Hier sind knapp 36.000 Personen tätig (knapp 44.000 im Jahr 2000). Es dominieren hier wie bereits im Jahr 2000 vor allem das Druckgewerbe mit knapp 14.000 Beschäftigten (rund 19.000 Beschäftigte im Jahr 2000) sowie das Verlagswesen mit rund 11.000 Beschäftigten (rund 14.000 Beschäftigte im Jahr 2000). Dies entspricht einem Beschäftigtenrückgang von 29 % bzw. 22 % gegenüber dem Jahr 2000.

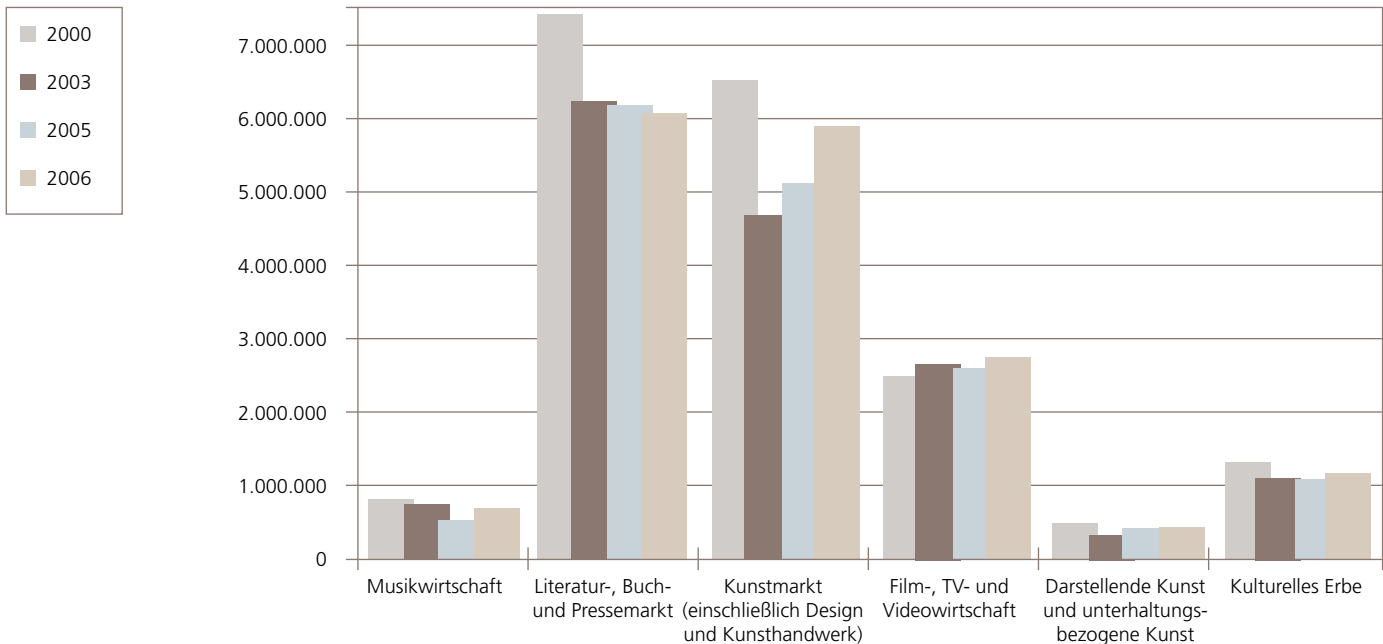
Von nahezu gleichrangiger Bedeutung waren, wie schon im Jahr 2000, der Kunstmarkt und die Film-, TV- und Videowirtschaft in Bezug auf die Anzahl und den prozentualen Anteil an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kulturwirtschaft. Im Jahr 2006 waren im Kunstmarkt gut 17.000 Personen beschäftigt (22.000 Beschäftigte im Jahr 2000), und die Film-, TV- und Videowirtschaft hatte knapp 16.000 Beschäftigte (19.000 Beschäftigte im Jahr 2000). Trotz steigender Umsätze (2006 gegenüber 2000) sanken hier die Beschäftigtenzahlen.

Der Teilmarkt Kulturelles Erbe hatte im Jahr 2000 mit gut 21.000 Beschäftigten noch etwa den gleichen Umfang wie der Kunstmarkt und die Film-, TV- und Videowirtschaft. Hier ist dagegen die Anzahl der Beschäftigten bis 2006 deutlich angestiegen, auf nun

gut 24.000 Beschäftigte. Insbesondere in der „Öffentlichen Verwaltung auf dem Gebiet der Bildung und Kultur“¹²⁷ ist eine Zunahme von +4.940 Beschäftigten zu verzeichnen.

Arbeitsmärkte von untergeordneter Bedeutung bleiben auch 2006 die Teilmärkte Darstellende Kunst und Musikwirtschaft, wenngleich die Beschäftigtenzahl in der Darstellenden Kunst von rund 5.000 Beschäftigten auf 5.200 Beschäftigte leicht gestiegen ist. In diesen beiden Teilmärkten sind nur rund 5 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft tätig. Bei den Beschäftigtenzahlen im Bereich Darstellende Kunst dominieren die öffentlichen Theater mit ihrem sozialversicherungspflichtig beschäftigten Personal (ohne künstlerisches Personal auf Gastspielverpflichtung und Beamte).

Abbildung 13: Umsätze der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000 sowie 2003, 2005 und 2006, nach Teilmärkten
in Tausend Euro



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

127 „Fünfsteller“-Kategorie der Wirtschaftssystematik.

Tabelle 13: Umsätze in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft 2000, 2003 und 2006

Teilmarkt	Umsatz absolut in Tsd. Euro			Veränderung 2006 gegenüber 2000	Veränderung 2006 gegenüber 2003	Anteil an der Kulturwirtschaft 2000	Anteil an der Kulturwirtschaft 2006
	2000	2003	2006	in %	in %	in %	in %
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	7.416.668	6.250.281	6.100.989	-17,7	-2,4	38,8	35,3
Kunstmarkt (einschließlich Design und Kunsthandwerk)	6.538.369	4.680.867	5.931.746	-9,3	26,7	34,2	34,4
Film-, TV- und Videowirtschaft	2.510.762	2.703.074	2.794.897	11,3	3,4	13,1	16,2
Kulturelles Erbe	1.297.410	1.131.194	1.206.297	-7,0	6,6	6,8	7,0
Musikwirtschaft	831.470	743.487	741.526	-10,8	-0,3	4,4	4,3
Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst	501.399	375.932	485.888	-3,1	29,2	2,6	2,8
Kulturwirtschaft insgesamt	19.096.078	15.884.834	17.261.343	-9,6	8,7	100,0	100,0
Gesamtwirtschaft	381.420.000	371.697.831	419.726.413	10,0	12,9		

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

Gerade in diesem Bereich dürfte der Anteil an freien Künstlern, ehrenamtlich Tätigen, an ABM-Kräften, Aushilfen, Werkvertragsnehmern und Praktikanten im Vergleich zu anderen Teilmärkten der Kulturwirtschaft nach wie vor besonders hoch sein. Die Zahl der bei der Künstlersozialkasse (KSK) gemeldeten Künstler im Bereich „Darstellende Kunst“ stieg von 843 im Jahr 2000 auf 1.097 im Jahr 2006, die Zahl der dort verzeichneten Berufsanfänger sank im gleichen Zeitraum von 160 auf 116.

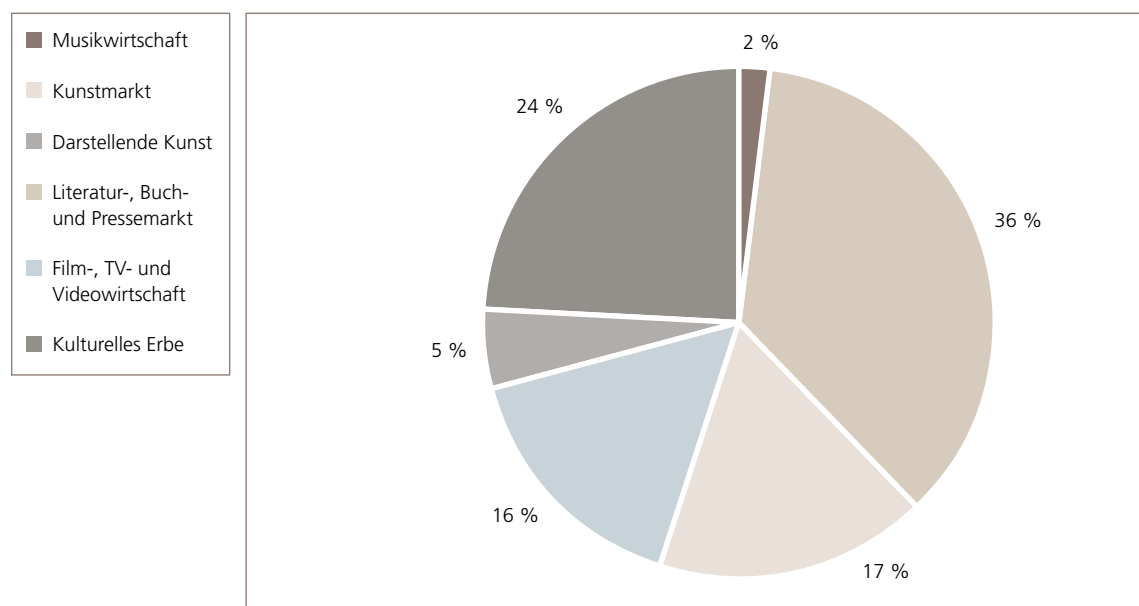
Freiberuflich tätige Kulturwirtschaftler und selbständige Künstler

In der Statistik der Künstlersozialkasse Oldenburg (KSK) werden ausschließlich freiberuflich tätige Kulturwirtschaftler und selbständige Künstler in vier

inhaltlichen Sparten erfasst. Diese Statistik wies für das Jahr 2006 in Hessen einen Versichertenbestand von 10.748 freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftlern und selbständigen Künstlern in den vier Teilbereichen Wort, Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst aus. Das waren rund 7 % aller Versicherten der KSK. Die Zahl der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler ist seit 2000 stetig gewachsen. Der Versichertenbestand in Hessen stieg von 8.481 (2000) auf 10.748 Personen (2006), ein Zuwachs von knapp 27 % im Zeitraum 2000 bis 2006, und gut 11 % seit 2004.

Gegenüber dem Bundeswert von gut 41 % ist der Zuwachs von knapp 27 % in Hessen noch relativ moderat. Auf Bundesebene ist die Anzahl der KSK-Versicherten von 1991 bis 2006 um mehr als

Abbildung 14: Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft 2000 und 2006 (in %)



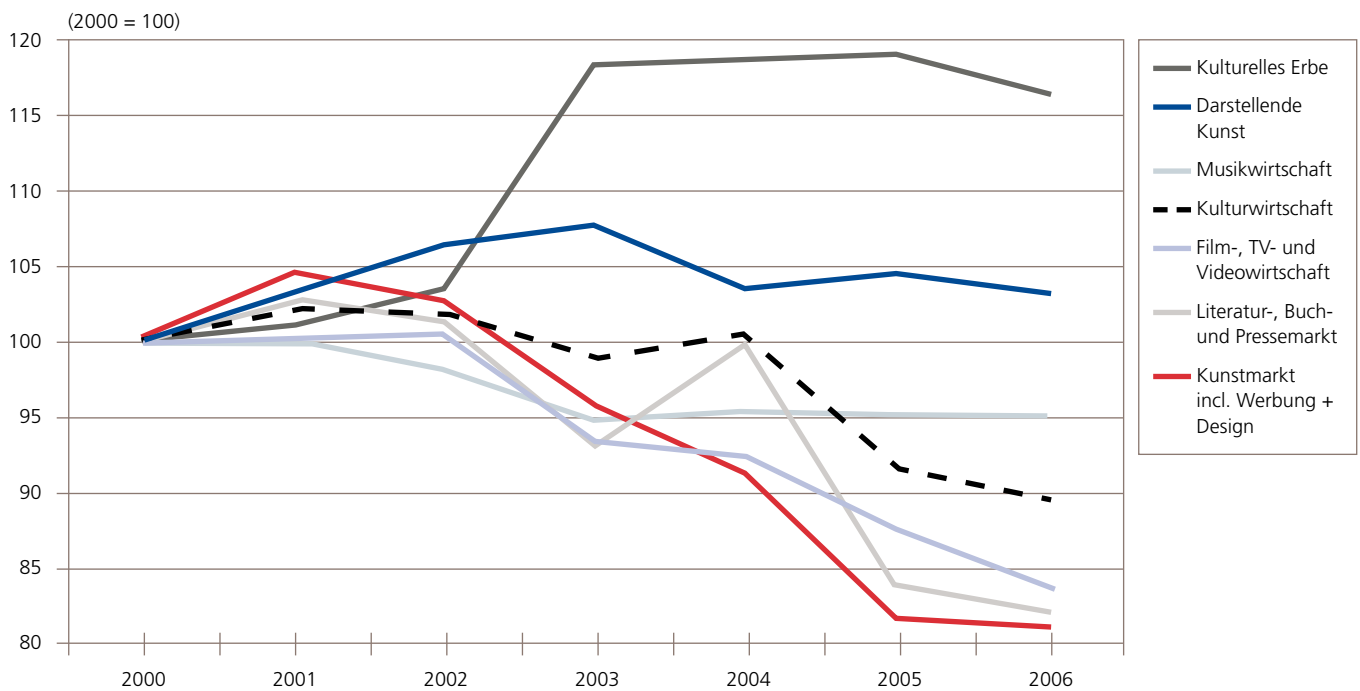
Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

Tabelle 14: Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft in den Jahren 2000, 2002, 2004 und 2006

Teilmarkt	Beschäftigte absolut				Veränderung 2000 / 2006	Veränderung der Bedeutung des TM an der Kulturwirtschaft von 2000 zu 2006
	2000	2002	2004	2006	in %	in Prozentpunkten
Musikwirtschaft	1.763	1.729	1.678	1.672	-5,2	-3,3
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	43.721	44.239	43.632	35.856	-18,0	-1,9
Kunstmarkt	21.515	22.052	19.619	17.422	-19,0	-1,1
Film-, TV- und Videowirtschaft	19.100	19.181	17.625	15.964	-16,4	0,7
Darstellende Kunst	5.055	5.376	5.231	5.212	3,1	5,5
Kulturelles Erbe	20.732	21.460	24.659	24.132	16,4	0,0
Kulturwirtschaft insgesamt	111.886	114.037	112.444	100.258	-10,4	-3,3

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Regionaldirektion Hessen der Bundesagentur für Arbeit

Abbildung 15: Beschäftigtenentwicklung in den sechs Teilmärkten der Kulturwirtschaft seit 2000 (= 100)



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes

100.000 Personen gestiegen, die Anzahl der Künstler hat sich demnach in 15 Jahren mehr als verdreifacht.

Es ist zu vermuten, dass die stetige Zunahme der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler einen Umschichtungsprozess abbildet, der sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in künstlerischen Berufen zunehmend in die Selbständigkeit drängt. Künstlerische Leistungen werden zunehmend nur noch im Rahmen von Werkverträgen oder als freiberufliche Leistungen eingekauft. In der Werbebranche arbeiten beispielsweise immer weniger sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, z. B. als Grafiker. Dieser Trend hält trotz der seit 2003 wieder steigenden Umsätze an.

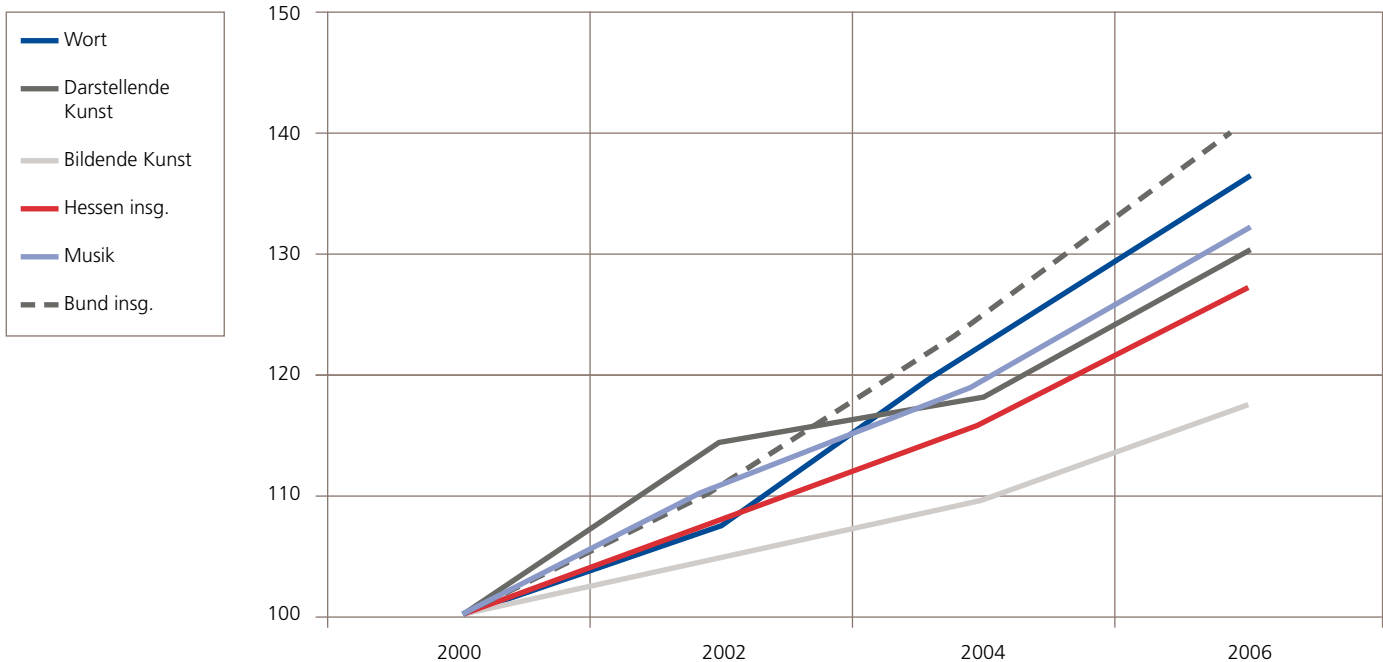
Die Verteilung der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler auf die vier Bereiche Bildende Kunst, Musik, Wort und Darstellende Kunst hat sich in Hessen gegenüber dem Jahr 2000

nur unwesentlich verändert. Der Anteil der Versicherten in den Bereichen Bildende Kunst und Musik verringerte sich leicht zu Gunsten der Anteile der Versicherten in den Bereichen Wort und Darstellende Kunst.

Die meisten Versicherten der KSK entfallen auch 2006 in Hessen auf den Bereich Bildende Kunst (37 %, gegenüber 40 % im Jahr 2000), in den Sparten Musik und Wort sind 2006 in Hessen 29 % bzw. 24 % versichert, und im Bereich Darstellende Kunst 11 %. Dieses Verteilungsmuster findet sich ähnlich auch auf Bundesebene wieder.

Die stärkste Zunahme an Versicherten von 2000 bis 2006 gab es in Hessen mit gut 36 % im Bereich Wort (+688 Künstler). Allein der Verband Deutscher Schriftsteller zählte 2006 im Landesbezirk Hessen etwa 240 Mitglieder (auf Bundesebene sind es mehr als 3.600 Mitglieder).

Abbildung 16: Zunahme der selbständigen Künstler nach Teilbereichen in Hessen und insgesamt auf Bundesebene



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Künstlersozialkasse Oldenburg

Auch in den Bereichen Musik und Darstellende Kunst wurden jeweils rund 30 % mehr Versicherte gemeldet. Lediglich in der Bildenden Kunst wuchs der Versichertenbestand nur um 17 % (+548). Auf Bundesebene hatte dagegen der Bereich Darstellende Kunst den größten Zuwachs an Versicherten zu verzeichnen (+57 %), an zweiter Stelle lagen die Bereiche Wort und Musik mit einem Zuwachs von 47 % bzw. 45 %. Auch auf Bundesebene fiel in der Bildenden Kunst der Zuwachs an versicherten Künstlern vergleichsweise am geringsten aus, er betrug rund 31 %.

Die in Hessen freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler gaben für das Jahr 2006 ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 11.658 Euro an. Im Jahr 2000 waren es mit 11.970 Euro noch gut 300 Euro mehr, ein Rückgang um 2,6 Prozent. In Hessen sanken die Durchschnittseinkommen der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbstän-

digen Künstler.¹²⁸ Nur die hessischen Künstler der Darstellenden Kunst weisen steigende Durchschnittseinkommen aus, dies allerdings ausgehend von einem absolut bisher sehr niedrigen Niveau.

Auch auf Bundesebene sanken die durchschnittlichen Jahreseinkommen der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler um 3,2 Prozent gegenüber dem Jahr 2000.

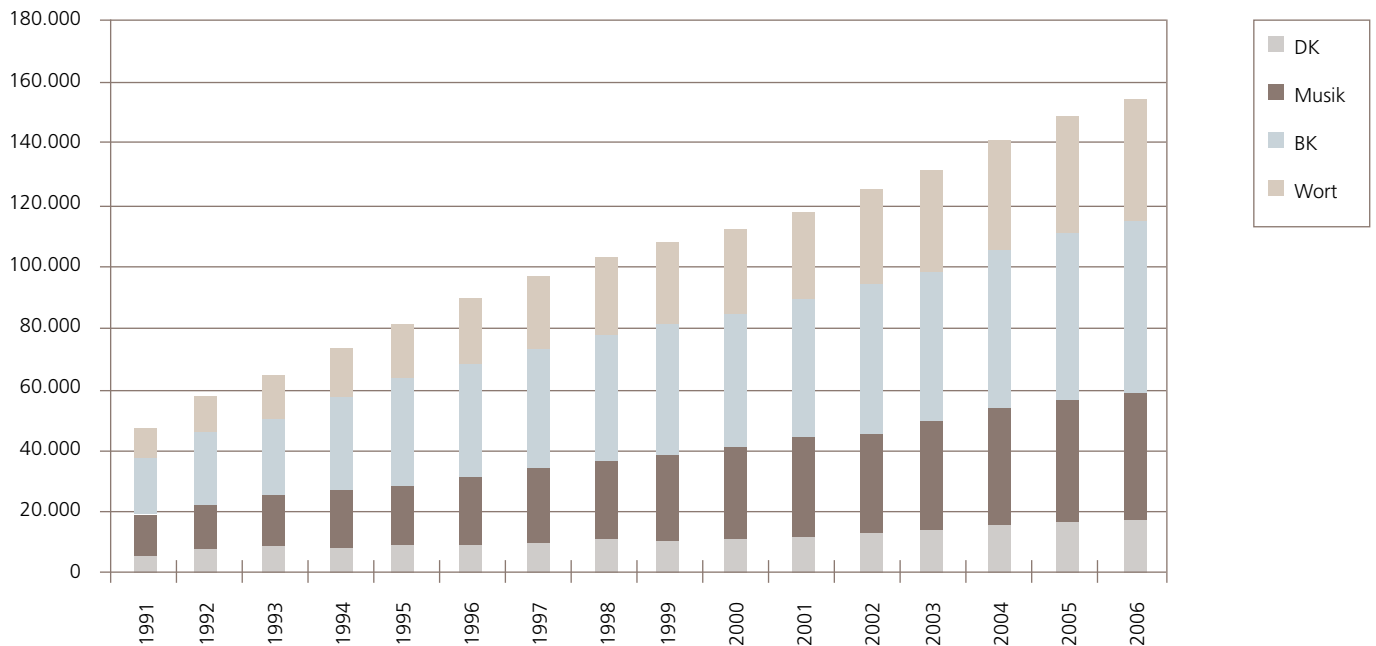
8.3 Entwicklungen in ausgewählten Teilmärkten

8.3.1 Literatur-, Buch- und Pressemarkt

Die wichtigsten nationalen Standorte des Literatur- und Buchmarktes sind derzeit München, Berlin, Hamburg, Stuttgart, Köln, Frankfurt und Leipzig. Berlin war bis zum Ende der Weimarer Republik

¹²⁸ Bei der Interpretation dieser Einkommensangaben ist darauf hinzuweisen, dass es sich dabei um vorsichtige Schätzungen seitens der Künstler handelt.

Abbildung 17: Entwicklung der selbständigen Künstler in den Teilbereichen der KSK auf Bundesebene



Quelle: Künstlersozialkasse Oldenburg

die deutsche Verlagsmetropole und ist heute der zweitpublikationsstärkste deutsche Verlagsstandort hinter München, welches wiederum die zweitgrößte Verlagsmetropole der Welt ist. Hamburg hat vor allem eine Vorrangstellung im Pressewesen, die Stärken der Buchmessestadt Frankfurt liegen wiederum vor allem im Rechte- und Lizenzhandel. Bei internationalen Lizenzgeschäften und dem Handel mit Verwertungsrechten für die verschiedensten Verwertungsformen ist die Frankfurter Buchmesse für Verlage und Literaturagenten die wichtigste Branchenplattform. Darüber hinaus ist Frankfurt aber auch Verlagsstadt, in der u. a. der *Suhrkamp-Verlag*, die *S. Fischer Verlagsgruppe*, der *Campus Verlag*, die *Eichborn AG*, der *Schöffling Verlag*, der *Stroemfeld Verlag*, die *FAZ-Gruppe*, der *Societäts Verlag* ansässig sind.

Neun Verlage in Hessen (davon 7 in Frankfurt) zählten 2006 zu den hundert umsatzstärksten der

deutschsprachigen Verlagslandschaft in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Verlagsmetropolen in Deutschland sind Berlin (153 Verlage) und München (151), es folgen Stuttgart (91), Hamburg (79), Köln (77) und etwa gleich auf Frankfurt (71).¹²⁹ Aber auch Leipzig als traditionelles Zentrum des Buchhandels im 19. Jahrhundert gilt wieder als starker Anziehungspunkt durch die Buchmesse und das Festival „Leipzig liest“.

Das Wirtschaftsgeschehen in Frankfurt dominiert in den hessischen Literatur-, Buch- und Pressemarkt. Daneben spielt in Hessen das Druckgewerbe und der Einzelhandel mit Büchern eine wichtige Rolle in diesem Teilmarkt.

Gegenüber dem Jahr 2000 hatte dieser – vor allem Frankfurt und das Rhein-Main-Gebiet prägende – Teilmarkt 2006 Umsatzeinbußen von -17,7 % hinzuneh-

129 www.buchreport.de, Mediadaten 2006.

Tabelle 15: Veränderung der Zahl der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler nach Teilbereichen in Hessen und auf Bundesebene 2006

	Veränderung in %	
	gegenüber 2000	gegenüber 2004
Hessen		
Wort	+36,4	+11,3
Bildende Kunst	+17,1	+7,1
Musik	+31,5	+10,6
Darstellende Kunst	+30,1	+10,4
Alle Bereiche	+26,7	+9,4
Bund		
Wort	+46,7	+14,1
Bildende Kunst	+31,2	+10,7
Musik	+45,0	+13,2
Darstellende Kunst	+57,1	+17,7
Alle Bereiche	+41,3	+13,0

Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Künstlersozialkasse Oldenburg

men, was absolut rund 1,3 Milliarden Euro entspricht. Gegenüber dem Vorjahr 2005 betrug der Umsatzrückgang rund 100 Millionen Euro. Kennzeichnend für diesen Teilmarkt ist der stetige Umsatzschwund seit dem Jahr 2000, auch wenn er sich seit dem Jahr 2003 deutlich verlangsamt hat. Diese anhaltende Abwärtsentwicklung bis einschließlich 2006 weist kein anderer Teilmarkt auf. Nach Angaben des Bundesverbandes Druck und Medien¹³⁰ verzeichnete das Verlagsgewerbe als eine der wesentlichen Branchen in diesem Teilmarkt im Jahr 2006 wieder eine Umsatzsteigerung von 0,9 %, wobei dies für das hessische Verlagsge-

werbe, so wie es hier abgegrenzt ist, nicht zutrifft. Die Umsätze lagen 2006 etwas unter dem Niveau von 2004 und 2005.

Von der 2006 positiven Entwicklung der Werbebranche (siehe Folgeseiten) konnte auch die Druckindustrie, neben dem Verlagswesen eine der stärksten Branchen im Literatur-, Buch- und Pressemarkt, im Jahr 2006 noch nicht so richtig profitieren, obwohl die gedruckten Werbeträger und -mittel trotz der wachsenden Bedeutung von audiovisuellen und elektronischen Medien den weitaus größten Anteil am Werbemarkt haben. In Hessen weist das Druckgewerbe seit 2003 in etwa stagnierende Umsatzzahlen auf, die mit 1,9 Milliarden Euro Umsatz um 600 Millionen Euro unter dem Umsatz des Jahres 2000 liegen.

Nach Angaben des Bundesverbandes Druck und Medien¹³¹ hat sich jedoch z. B. die Investitionstätigkeit der Unternehmen nach dem massiven Rückgang in den Jahren 2001 bis 2003 wieder belebt. Nach einer leichten Zunahme um 3 Prozent im Jahr 2004 stiegen die Investitionen im Jahr 2005 sogar um 10 %. Auch die dem Druck vor- und nachgelagerten Bereiche Medienvorstufe bzw. die Druckweiterverarbeitung konnten ihre Umsätze in Deutschland überdurchschnittlich steigern.¹³²

Nach Umsatzrückgängen zu Beginn des Jahrzehnts konsolidiert sich der deutsche Buchmarkt langsam, wobei der Umsatzzuwachs in der Branche sehr unterschiedlich verteilt ist. Vor allem kleinere Verlage und Buchhandlungen sind nach Aussagen des Deutschen Börsenvereins einem immer stärker werdenden wirtschaftlichen Druck ausgesetzt. Wachstumsgewinner innerhalb der Absatzkanäle war zwar das Internet, jedoch ist der größte Absatzkanal für Bücher mit mehr als 54 Anteilspunkten der Sortimentsbuchhandel, dessen Umsatz in Deutschland erstmals seit Jahren wieder minimal anstieg.¹³³

8.3.2 Kunstmarkt

In Deutschland zählen heute Köln, Berlin, München, Düsseldorf, Frankfurt und Hamburg zu den bekanntesten Standorten des Kunstmarktes. Hier haben viele in Verbänden organisierte Galerien und Auktionshäu-

130 Vgl. Statistischer Jahresbericht 2006 des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm).

131 bvdm-Jahrespressekonferenz im Juli 2007 (www.bvdm-online.de/Aktuelles/Pressemeldungen).

132 Vgl. Statistischer Jahresbericht 2006 des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm).

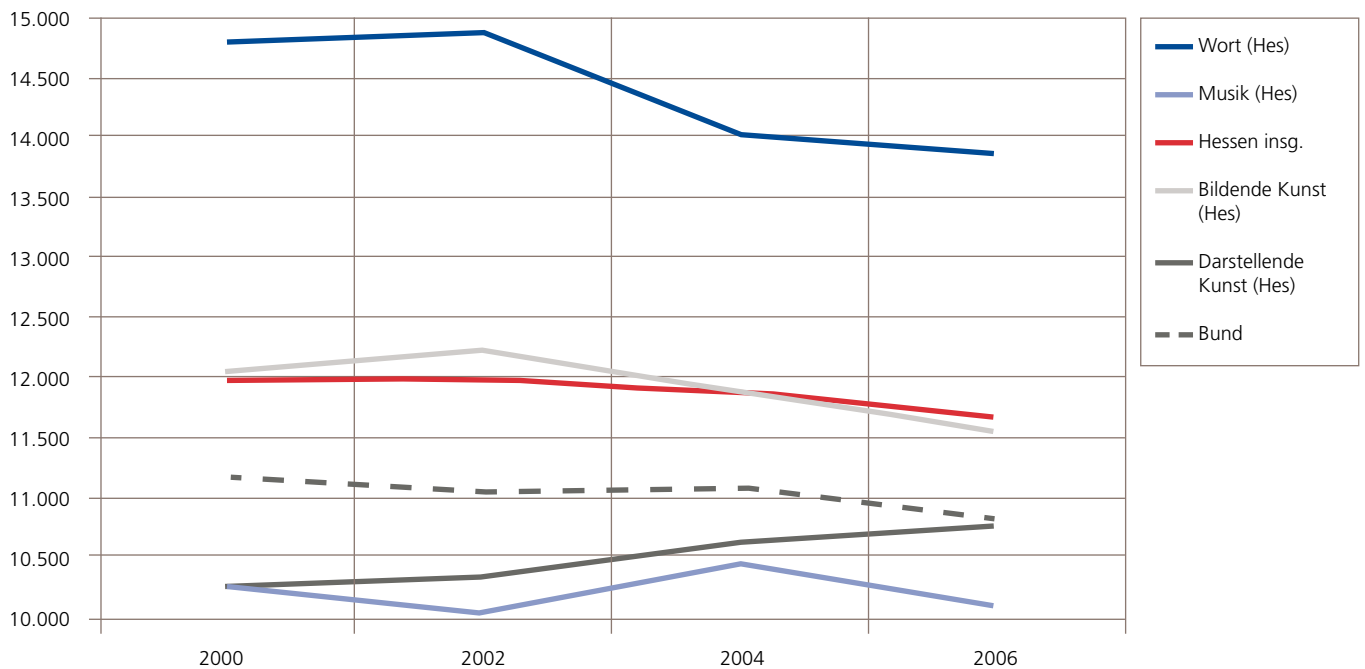
133 Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Wirtschaftsdaten der Buchbranche 2006 vorgestellt, www.boersenverein.de.

Tabelle 16: Durchschnittseinkommen der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler in Teilbereichen in Hessen im Jahr 2000, 2002 und 2004

Teilbereich	Durchschnittseinkommen in Euro pro Jahr				Abweichung vom Bund 2006 in %	Veränderung gegenüber 2000
	2000	2002	2004	2006		
Wort	14.769	14.837	14.182	14.086	5,9	-4,6
Bildende Kunst	12.047	12.198	11.868	11.552	13,0	-4,1
Musik	10.241	10.021	10.440	10.106	6,7	-1,3
Darstellende Kunst	10.256	10.325	10.597	10.747	2,8	4,8
Alle Bereiche	11.970	11.963	11.875	11.658	7,8	-2,6
Bund	11.173	11.074	11.078	10.814		-3,2

Quelle: Künstlersozialkasse Oldenburg

Abbildung 18: Entwicklung des Durchschnittseinkommens der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler in Hessen nach Bereichen sowie auf Bundesebene 2000 bis 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Künstlersozialkasse Oldenburg

ser ihren Standort, die allerdings nur einen Teil des Kunstmarktes abbilden. In der jüngeren Vergangenheit hat sich insbesondere Berlin als Standort einen Namen gemacht, was u. a. zu einer Verlagerung von Galerien aus anderen Regionen dorthin geführt hat. Daneben setzen viele andere Groß- und Kleinstädte in Deutschland auf Kunst, Ausstellungen und Museen, um sich im Kontext kulturtouristischer Aktivitäten zu profilieren, so beispielsweise Kassel seit 1955 mit der documenta oder Münster in NRW mit dem Picasso-Museum.

Der Kunstmarkt, zu dem auch die Werbebranche zählt, ist jener Teilmarkt, durch dessen Umsatzstärke sich Hessen im Jahr 2000 gegenüber allen anderen Bundesländern ausgezeichnet hatte. Der Umsatz lag 2006 nach wie vor knapp 10 % unterhalb des Umsatzes des Referenzjahres 2000. Immerhin konnte man 2006 ein deutliches Umsatzplus von 16 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnen – und einen Umsatzanstieg von 27 % bezogen auf das Jahr 2003, das den Tiefpunkt in der wirtschaftlichen Entwicklung markierte

Werbung und Design

Stärkste Branche im Kunstmarkt ist in Hessen die Werbe- und Designbranche. Sie konzentriert sich am Standort Frankfurt, der eines der bedeutendsten Zentren der deutschen Werbewirtschaft ist. Werbefachleute, Designer und PR-Agenturen erbringen vor allem Werbe- und Designleistungen, entwerfen und

www.musikpark-mannheim.de

Musikpark Mannheim

Gesamte Verwertungskette der Musikwirtschaft in einem Gründerzentrum

Der Musikpark Mannheim ist das größte Existenzgründungszentrum in der Metropolregion Rhein-Neckar und hundertprozentige Tochter der Stadt Mannheim. Durch subventionierte Mieten, individuelle Beratung, günstige Infrastruktur, Kooperationsgeschäfte mit externen Dienstleistungsunternehmen und kurze Wege zu „Gleichgesinnten“ haben die im Musikpark angesiedelten Unternehmen einen effektiven Standortvorteil.

Nutzung

Mittlerweile haben sich auf den 4.300 m² rund 40 Unternehmen mit insgesamt ca. 140 Arbeitsplätzen angesiedelt. Das Raumprogramm umfasst, neben unterschiedlichsten Büroflächen, einen Choreographie- und Performanceraum, einen Seminarraum, mehrere Tonstudios, ein Fernsehstudio, Lagerflächen, einen Meetingraum sowie ein Restaurant.



Studios und Saal für Performances im Musikpark

Der Unternehmens-Mix des Musikparks ist vielfältig: Musik- und DVD-Produzenten, Tonstudios, Autoren, Musikverlage, Labels, Managements, Werbe-, Booking-, Broadcasting-, Lizenz-, Event-, Künstler-, Model- und Media-Agenturen, Fotografen, Stylisten, Merchandising-Firmen, Online-Vermarkter, Betreiber von Internetplattformen, Rechtsanwälte für Urheber- und Medienrecht, Firmen aus dem Bereich Security und Eventmanagement, der Bundesverband der deutschen Musikproduzenten e. V. (MPAG), Musik- und Tanzschulen, IT- und Systemfirmen, Radioredaktionen u. a.

Die positive Entwicklung des Musikparks ist auf den großen Bedarf an einer solchen Einrichtung in der Umgebung zurückzuführen. Die Nachfrage war stets größer als das Angebot an Räumen. Daher hat der Musikpark Auswahlmöglichkeiten, und es werden nur die Besten genommen. Der Musikpark entwickelte sich in den letzten Jahren zunehmend auch zu einem modernen Ausbildungszentrum für Tanz. An sechs Tagen in der Woche werden im Performanceraum von verschiedenen Existenzgründern unterschiedliche Tanzstile unterrichtet: Hip-Hop, Streetdance, klassisches Ballett, Tango etc.

Förderung und Beratung

Sowohl Beratung in allgemeinen Existenzgründungsfragen, wie auch gezielte Beratung zu musikwirtschaftlichen und kaufmännischen Schwerpunkten können nach Bedarf angefordert werden. Die inhaltliche Beratung wird durch Akteure im Musikpark geleistet, die sehr gute Marktkenntnisse haben und die Chancen und Potenziale einer Existenzgründung in der Musikwirtschaft sehr viel besser als andere einschätzen können. Die betriebswirtschaftliche Beratung wird von der Stadt geleistet. Der Zugang zu den Netzwerken der kommunalen Wirtschaftsförderung und zur überregionalen Musikindustrie sowie die Möglichkeit der öffentlichen Förderung machen



Gründerzentrum Musikpark Mannheim

eine Ansiedelung für Jungunternehmer im Musikpark attraktiv. Daneben versucht man mit Hilfe von Großveranstaltungen Aufmerksamkeit zu schaffen. Die Teilnahme an Musikmessen der Branche ist eine weitere Werbepattform. Darüber hinaus findet eine Kooperation mit Unternehmen statt, um den Image-transfer zu fördern. Mittlerweile hat der Musikpark einen hohen Bekanntheitsgrad in der Region und ist inzwischen auch international bekannt. Dies führt ohne besonderen Eigenaufwand zur Vermittlung von Aufträgen an die Unternehmen.

Aufwertung des Stadtteils Jungbusch

Mannheim galt als unattraktive Industriestadt mit Migrationsproblemen. Der Musikpark ist für die Stadt zu einem Imageverbesserer geworden. So wirbt die Stadt schon mit ihrem Image als „Musikstadt“. Besonders im Quartier Jungbusch, dem Standort des Musikparks, lässt sich ein Wandel feststellen. Der Stadtteil hat im Verhältnis zur Gesamtstadt einen hohen Anteil an Einwohnern mit Migrationshintergrund. Prägend für diesen Stadtteil war auch eine hohe Kriminalitätsrate. Nach drei Jahren Musikpark und Popakademie hat sich dies grundlegend geändert. So ist mittlerweile auch ein Wandel in der Bevölkerungszusammensetzung zu verzeichnen, das Viertel wird zunehmend attraktiver für andere Bewohnergruppen.

planen Werbekampagnen für Unternehmen anderer Branchen, zum Beispiel für Banken oder Unternehmen des produzierenden Gewerbes wie Opel, Procter & Gamble u. a. Die Designwirtschaft unterscheidet je nach Art der erbrachten Leistung „Produktdesign“ (Konsumgüter, vor allem Mode, Textilien, Möbel, Objekte und sonstige Industriegüter) und „Kommunikationsdesign“ (Präsentationsdesign, vor allem Werbegestaltung, Grafik- und Fotodesign, Webdesign, Multimedia-Design, CI-Design, Messegestaltung). Hinzu kommen Kleinbetriebe sowie Ateliers für Mode, Textilien, Schmuck, die ihre Produkte nicht nur entwerfen, sondern auch selbst vermarkten. Überschneidungen und Verflechtungen der Branche bestehen mit der Filmwirtschaft oder mit der Software- und Gamesbranche, z. B. über Werbe- und Imagefilmunternehmen sowie Medienagenturen. Werbe- und Designagenturen arbeiten in der Regel nicht allein, sondern sind zur Erfüllung ihrer Aufträge eingebunden in Netzwerke spezialisierter Dienstleister.

Alle Wirtschaftszweige dieser Branche hatten nach erheblichen Umsatzsteigerungen in den 1990er Jahren mit dem Ende des Umsatz-Hypes in den Jahren 2001 bis 2003 und zum Teil noch 2004 starke Umsatzeinbußen hinzunehmen, zum Teil verbunden mit Insolvenzen und Entlassungen. Die Branche konnte jedoch deutschlandweit 2006 den Erholungsprozess fortsetzen und sich damit weiter vom Tiefpunkt des Jahres 2003 entfernen. Das hohe Niveau des Jahres 2000 ist jedoch bei weitem noch nicht erreicht.

Die Zuwachsrate der Werbeausgaben der Wirtschaft war 2006 mit gut +2 % zwar etwa doppelt so hoch wie in den beiden Jahren zuvor; jedoch lagen die Ausgaben 2006 noch um 9 % unter dem Niveau des Spitzenjahres 2000.¹³⁴ Nach dieser Erholung im Jahr 2006 rechnete die Werbebranche in Deutschland für 2007 mit einem Plus von rund 3,5 Prozent. Die Online-Werbung wird dafür wohl weiterhin der wichtigste Antriebsmotor sein. Gute Zahlen wiesen zum Ende des Jahres 2006 aber auch die Bereiche Fernsehen, Zeitschriften, Direktmarketing sowie der Sektor Event und Promotion auf.¹³⁵

Die Werbe- und Designbranche in Hessen erlebte ihren Tiefpunkt in den Jahren 2002 und 2003, in denen die Umsätze mit jeweils rund 3,6 Milliarden Euro um gut 31 % niedriger waren als im Jahr 2000 (5,2 Milliarden Euro). 2004 und 2005 trat zunächst eine Erholung ein (je 3,9 Milliarden Euro Umsatz), die erst 2006 zu einem deutlichen Umsatzplus führte. Die Branche wies 2006 einen Umsatz von 4,6 Milliarden Euro aus, ein Zuwachs von 19 % gegenüber dem Vorjahr.

Die Werbe- und Designbranche umfasst die vier Wirtschaftszweige „Büros für Industriedesign“, „Ateliers für Textil-, Schmuck, Möbeldesign u. ä.“, „Werbegestaltung“ sowie „Werbemittelverbreitung und Werbemittlung“, wobei insbesondere die drei ersten Wirtschaftszweige einen sehr hohen kreativen Anteil haben. Betrachtet man die wirtschaftliche Entwicklung dieser kreativen Wirtschaftszweige, so fällt auf, dass sie bereits im Jahr 2005 einen höheren Umsatz als 2000 aufwiesen, der zudem 2006 nochmals deutlich gestiegen ist. Die Werbemittelverbreitung hingegen, die im Jahr 2000 mit 3 Milliarden Euro 60 % des Umsatzes der Werbe- und Designbranche insgesamt ausmachte, wies für 2006 1,74 Milliarden Euro Umsatz aus und hielt damit nur noch einen Anteil von 38 % am Branchenumsatz. Die wirtschaftliche Entwicklung verlief für Unternehmen mit einem hohen kreativen Anteil weitaus günstiger als in der Branche oder im Teilmarkt.

Der „Metropolenfaktor“ spielt gerade für Werbeagenturen eine wichtige Rolle. Hamburg, Frankfurt, Berlin, München, Düsseldorf, Stuttgart sind die „Hauptstädte“ der Agenturen. Der Standort Frankfurt wird insbesondere durch große, deutschlandweit oder international tätige Agenturen geprägt, während in Hamburg häufig kleinere Agenturen zu finden sind, die den „Pulsschlag“ der Branche bestimmen.

Allerdings hat in jüngster Zeit ein regionaler Wettbewerb um die „kreativen Köpfe“ im Bereich Werbung und Design eingesetzt. So wirbt besonders Berlin mit preisgünstigen Atelierangeboten um junge Kreative und Künstler. Kulturwirtschaftliche Unternehmen, z. B. Werbeagenturen in Frankfurt, beobachten eine

¹³⁴ Vgl. Statistischer Jahresbericht 2006 des Bundesverbands Druck und Medien (bvdM).

¹³⁵ Vgl. Fachmagazin „Werben und Verkaufen“, 12/2006.

*Der Standort **Frankfurt am Main** ist eines der bedeutendsten Zentren der deutschen Werbewirtschaft. Doch für die Zukunft müssen Maßnahmen ergriffen werden, um das **junge kreative Potenzial** an den Standort Rhein-Main zu **binden**.*



Abwanderung der jungen Kreativen und der an den hessischen Akademien ausgebildeten Künstler nach Berlin.

Doch scheint nach Branchenaussagen die Etablierung einer langfristigen, wirtschaftlich tragfähigen Existenz am Standort Berlin schwieriger zu sein – bedingt durch die eher „abseitige“ Lage der Stadt, der relativ geringen Anzahl von Unternehmenszentralen in Berlin und dem daher eher kleinen Kreis potenzieller Kunden. Nach einigen Jahren Berufserfahrung und überregionalem Kontaktaufbau bewegten sich kleine Agenturen und Freelancer oft wieder von Berlin weg und ließen sich an Standorten wie Hamburg oder Frankfurt nieder. Die Internationalität der Rhein-Main-Region, in der es im Gegensatz zu Berlin zahlreiche Niederlassungen internationaler Unternehmen gebe, biete mehr potenzielle Auftraggeber und der Markt sei nicht gesättigt.

Für den Standort Frankfurt sprächen darüber hinaus dessen zentrale Lage in Deutschland und Europa mit den guten Verkehrsverbindungen vom Flughafen und Hauptbahnhof. Damit seien in Stundenfrist die notwendigen Treffen und der persönliche Austausch möglich.

Dennoch sind für die Zukunft Maßnahmen zu ergreifen, die das junge kreative Potenzial an den Standort Rhein-Main binden.

Kunstmarkt im engeren Sinn

Betrachtet man den Kunstmarkt im engeren Sinn (Einzelhandel mit Kunstgegenständen und Bildern, die Galerien und das Versteigerungsgewerbe etc.), so ist dieser in Hessen mit nahezu gleich bleibenden rund 300 Millionen Euro Umsatz (2000: 307) eher von untergeordneter Bedeutung. Die Umsätze im

Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern etc. sind um 25 % gesunken, von 292 Millionen Euro im Jahr 2000 auf je 220 Millionen Euro in den Jahren 2005 und 2006. Die Zahl der Unternehmen ging mit -229 Unternehmen um knapp 21 % zurück. Diese Entwicklung in Hessen folgt einem europäischen Trend.

Der internationale Boom des Kunstmarktes hat seit 2000 die Rahmenbedingungen verändert. Der Umsatz in den nationalen Märkten stagnierte oder schrumpfte, und dies nicht nur in Deutschland. Der europäische Kunstmarkt ist im Vergleich zu den USA und Asien nicht mehr weltweit führend. Seit den 1970er bis zum Ende der 1990er Jahre hatten die deutschsprachigen Messenmärkte Europas in Deutschland, Österreich und der Schweiz, z. B. die Art Cologne oder die Art Basel, eine weltweite Monopolstellung inne. Doch der Boom der internationalen Kunstmessen hat spätestens seit 2004 zu einem Strukturwandel der nationalen Märkte geführt. Zahlreiche neue internationale Kunstmessen, vor allem in Asien und den USA (z. B. Miami) und die hohe Nachfrage nach Kunst in den USA treten in Konkurrenz zu den Traditionsmessen in Europa und Deutschland.

Deutsche Künstler und deutsche Kunst sind zwar derzeit international führend – von der Foto-Kunst über die neue Leipziger Malerei bis hin zum Neo-Expressionismus – doch dies vor allem im internationalen Markt und weniger im nationalen Handel. Deutsche Galerien erzielen daher immer größere Teile ihres Umsatzes auf den neuen internationalen Auslandsmessen, und nicht im Inland. Sie müssen dieser Internationalisierung der Messen folgen, wollen sie nicht den ausländischen Galerien die deutschen Künstler, die sie zum Teil aufgebaut haben, dem Auslandsmarkt überlassen. Ebenso verschärfte sich im Auktionsgeschäft

der Wettbewerb, da sich die Märkte im Hochpreissegment zunehmend von Europa in die USA, insbesondere nach New York, verlagerten. Dies führen manche Experten auch auf die besonderen Bedingungen des EU-Folgerechts und die Einfuhrumsatzsteuer zurück. Umgekehrt partizipierten deutsche Kunst, deutsche Auktionshäuser und Galerien auch immer dort am Boom des Weltkunstmarktes, wo sie internationalen Standard oder überregionale Bedeutung haben.¹³⁶

Doch in jedem Land sind 90 % des Kunstmarktes nicht von internationaler Bedeutung, sondern nur von nationaler oder gar regionaler. Diese Künstler und Galerien werden getragen von der Inlandsnachfrage, die in Deutschland seit Jahren schwach ist. Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen war 2006 bei den Umsätzen auch keine Sonderkonjunktur aufgrund von Vorzieheffekten aus der 2007 in Kraft getretenen Mehrwertsteuer-Erhöhung zu verzeichnen. Allerdings gilt für den Handel mit bildender Kunst auch weiter-

hin der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent. Dagegen wurde Fotokunst, die schon immer mit dem vollen Satz besteuert wird, seit dem Beginn des Jahres 2007 um weitere drei Prozentpunkte teurer. Hinzu kommen die Abgaben für die Künstler-sozialkasse und die Folgerechtsabgabe, die seit 2007 auch auf den Verkauf von Fotokunst erhoben wird. Inwieweit sich diese Veränderungen auf die Umsatzentwicklung von 2007 auswirken, ist derzeit noch nicht abzusehen.

Ein weiterer Trend im Kunstmarkt sind virtuelle Kunstmarktplätze. Galerien und Kunsthändler schließen sich in letzter Zeit verstärkt zusammen, um sich auch außerhalb der Galerie und des Messegeschäfts in neuen Organisationsformen zu positionieren: Neben internationalen Internet-Kunsthandelsplattformen bestehen inzwischen auch regionale Plattformen wie *www.eart.de* oder *www.extralot.com*. Auch neue Formen der Vermarktung entstehen, wie beispielsweise virtuelle Kunstmessen, die für junge Künstler neue Nachfragegruppen außerhalb des Hochpreissegmentes erschließen wollen.

Tabelle 17: Umsatzentwicklung 2000 bis 2006 in der Werbe- und Designbranche unterschieden nach Wirtschaftszweigen

Jahr	Büros/Ateliers für Industriedesign, Textil-, Schmuck-, Möbeldesign u.ä., Werbegestaltung	Werbemittelverbreitung und Werbemittlung
in Milliarden Euro		
2000	2,10	3,09
2001	1,90	2,36
2002	1,29	2,27
2003	1,75	1,81
2004	2,05	1,88
2005	2,21	1,67
2006	2,88	1,74

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt

Museen

Die Museen sind ebenfalls Bestandteil des Kunst- und Kulturmarktes des Landes, ihre Qualität und Attraktivität ist ein wichtiger Standortfaktor in Hessen. Das Kulturangebot der hessischen Museumslandschaft kann das Interesse an Kunst und Kultur wecken, damit das kulturelle Konsumverhalten der Gesellschaft beeinflussen und so indirekt den Stellenwert, den Kunst und Kultur im Lande genießen. Da Museen – zumindest die Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft – in der Regel keinen steuerpflichtigen Umsatz machen, weist die Sparte Museen und Kunstausstellungen (75 Unternehmen) in der Statistik nur einen Umsatz von 15 Millionen Euro aus.

Die hessische Museumslandschaft hat sich seit der ersten Bestandsaufnahme im Jahr 2000 nur wenig verändert. Auch 2005 existierten in Hessen mehr als 400 Museen (2000: 415 / 2005: 427), davon knapp die Hälfte in öffentlicher Trägerschaft. Von den insgesamt 427 hessischen Museen waren 2005, ähnlich wie im Jahr 2000,

¹³⁶ Fesal, B. (2006): Der Kunstmarkt in Europa: Ein Internationaler Boom und viele nationale Krisen, Bonn.

Das **Kulturinvestitionsprogramm** des Landes Hessen hat spürbar zu einer **Aufwertung** und zu einer **Steigerung der Attraktivität** hessischer Museen beigetragen.



- » 53 % Volkskunde- und Heimatmuseen,
- » 12 % kulturgeschichtliche Spezialmuseen,
- » 11 % Technik- oder Naturwissenschaftsmuseen,
- » 11 % reine Kunstmuseen und
- » 13 % sonstige Museen.¹³⁷

Der Anteil der reinen Kunstmuseen erreichte mit 11 % eine ähnliche Größenordnung wie 2000 (10 %), der Bundesdurchschnitt stieg jedoch von 5 % im Jahr 2000 auf nunmehr ebenfalls 10 %. Demnach müssen in den anderen Bundesländern eine Reihe neuer Kunstmuseen entstanden sein, während Hessen keine Kunstmuseen erhielt. Im Ländervergleich liegt – was die Gesamtzahl der Museen betrifft – Bayern mit 1.100 Museen (2000: 980) an der Spitze.

Im Ländervergleich der Museumsdichte – ausgedrückt in Museen pro 100.000 Einwohner – lag Hessen im Jahr 2005 mit 7 (6,8)¹³⁸ Museen pro 100.000 Einwohner nach wie vor unter dem Bundesdurchschnitt von 7,5 (7,1). Das benachbarte Bundesland Baden-Württemberg wies dagegen 9,6 (9,8) Museen pro 100.000 Einwohner aus, Rheinland-Pfalz 9,4 (9,6) Museen. In Bayern waren es 8,8 (8,0) und in Nordrhein-Westfalen allerdings nur 3,7 (3,6).

Betrachtet man die Häufigkeit der Museumsbesuche pro Einwohner, so lagen Hessen, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen im Jahr 2005 mit 0,8 Besuchen je Einwohner und Jahr (2000: 0,8; 0,7; 1,0) im untersten Viertel der Statistik, knapp vor dem Saarland mit 0,6 (0,5). Der Bundesdurchschnitt beträgt 1,2 Museumsbesuche pro Einwohner und Jahr. Dies war bereits vor fünf Jahren der Fall, hier ist also keine Verbesserung eingetreten. Da sich keines dieser Bundesländer durch eine besonders hohe Zahl von Museen pro 100.000 Einwohner auszeichnet, kann dieser niedrige Wert

nicht auf eine „Qual der Wahl“ der Museumsbesucher zurückgeführt werden. Dies deutet eher auf ein Defizit in den betroffenen Bundesländern hin – entweder bei der Qualität der Museen und Ausstellungen oder bei Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Vermarktung der Museen und Ausstellungen. Was die reine Anzahl der Ausstellungen pro Museum betrifft, liegt Hessen sogar leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Die dargestellte Auswertung der Museumsstatistik bezieht sich jedoch auf das Jahr 2005 sowie auf ganz Hessen. Für die Städte Kassel und Frankfurt sind zukünftig bzw. bereits heute andere Ergebnisse zu erwarten. Ein einzigartiges kulturelles Großprojekt wird derzeit in Kassel realisiert: Die Umgestaltung der Museumslandschaft Hessen Kassel. Flankierend zur Investition des Landes hat die Stadt Kassel ein 20-Millionen-Euro-Programm zur Kulturförderung beschlossen.

Frankfurt verfügt wie wohl kaum eine andere deutsche Stadt über eine große Vielfalt an Museen in schöner Lage. Am Museumsufer mit den neu gestalteten Mainkais reihen sich die Kultur- und Kunstinstitute aneinander: Zu nennen sind das *Museum für Angewandte Kunst*, das *Deutsche Filmmuseum*, das *Architekturmuseum*, das *Museum der Weltkulturen*, das *Museum für Kommunikation* und schließlich das *Städel'sche Kunstinstitut* sowie das *Museum Giersch*, beides private Stiftungen. Auf der anderen Mainseite finden sich das *Jüdische Museum*, das *Institut für Stadtgeschichte*, das *Historische Museum*, die *Kunsthalle Schirn* und das *Museum für Moderne Kunst*. Zählt man alle öffentlichen und privaten Museen und Galerien zusammen, so gibt es in Frankfurt gut 60 Einrichtungen, darunter allein rund 40 Galerien, ferner das *Goethehaus*, das *Dommuseum*, der *Portikus*,

137 Darüber hinaus gibt es in Hessen noch zahlreiche Betriebsmuseen, die hier nicht erfasst und vielfach direkt in den Unternehmen angesiedelt sind. Vgl. Typisch Hessen, Von den Anfängen hessischen Unternehmertums bis heute – ein Museumsführer, hrsg. vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung.

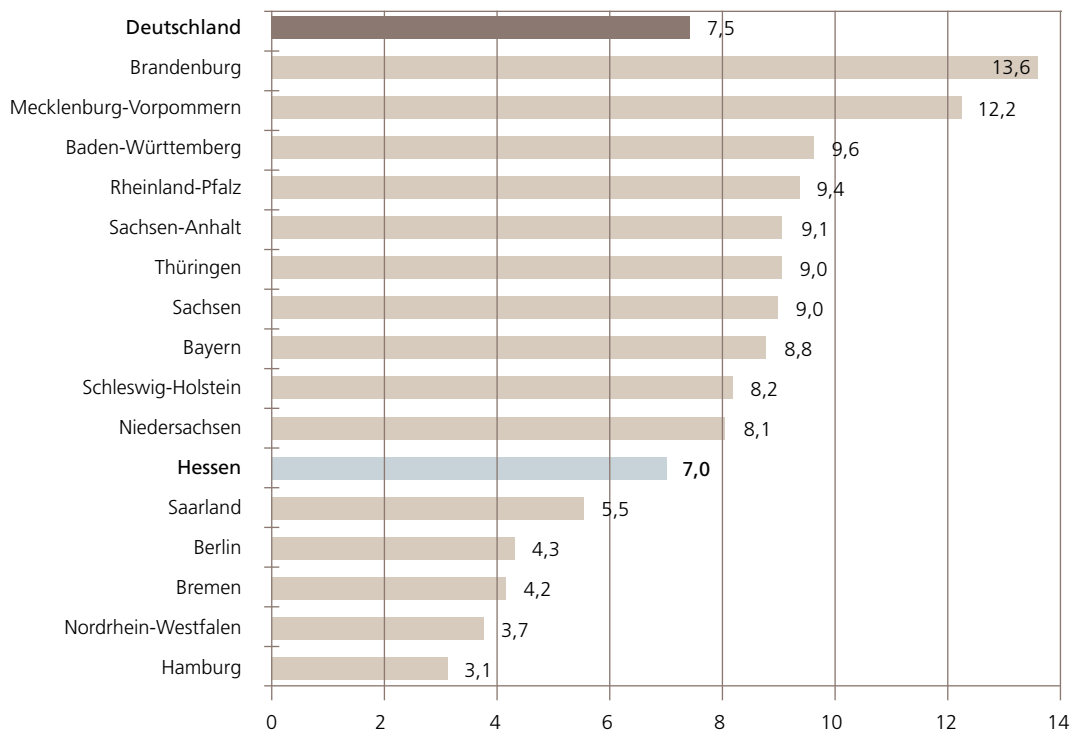
138 In Klammern: Werte des Jahres 2000.

Tabelle 18: Museen in den Bundesländern im Jahr 2005

	Museen		Trägerschaft Anteile in %			Museumsbesuche			Ausstellungen
	Anzahl	pro 100.000 EW	Öffentl.	private	Mischform	Anzahl	in 1.000 pro Museum	Anzahl	pro Museum
Baden-Württemberg	1.032	9,6	56,5	38,4	5,1	13.710.671	13,3	1098	1,1
Bayern	1.100	8,8	57,2	39,0	3,8	18.662.501	17,0	1294	1,2
Berlin	146	4,3	70,5	28,1	1,4	10.907.354	74,7	352	2,4
Brandenburg	348	13,6	55,2	42,8	2,0	3.545.508	10,2	528	1,5
Bremen	28	4,2	25,0	67,9	7,1	1.383.031	49,4	78	2,8
Hamburg	54	3,1	51,9	48,1	0,0	2.083.341	38,6	142	2,6
Hessen	427	7,0	45,9	50,4	3,7	4.700.957	11,0	720	1,7
Mecklenburg- Vorpommern	209	12,2	59,8	39,2	1,0	3.094.003	14,8	370	1,8
Niedersachsen	645	8,1	37,5	59,4	3,1	6.716.748	10,4	913	1,4
Nordrhein-Westfalen	676	3,7	54,1	41,0	4,9	14.766.683	21,8	1358	2,0
Rheinland-Pfalz	381	9,4	52,2	43,3	4,5	3.765.537	9,9	370	1,0
Saarland	58	5,5	56,9	43,1	0,0	669.701	11,5	116	2,0
Sachsen	384	9,0	73,7	25,5	0,8	7.794.801	20,3	843	2,2
Sachsen-Anhalt	224	9,1	70,1	26,8	3,1	2.648.986	11,8	392	1,8
Schleswig-Holstein	232	8,2	48,3	50,4	1,3	2.650.752	11,4	327	1,4
Thüringen	211	9,0	80,1	19,4	0,5	4.306.232	20,4	463	2,2
Deutschland	6.155	7,5	55,6	41,0	3,4	101.406.806	16,5	9364	1,5

Quelle: Institut für Museumskunde (2005), Berechnungen der Hessen Agentur

Abbildung 19: Anzahl der Museen pro 100.000 Einwohner nach Bundesländern im Jahr 2005



Quelle: Institut für Museumskunde (2005), Darstellung der Hessen Agentur

der *Frankfurter Kunstverein* oder das auf private Initiative des Bildhauers Oskar Mahler zurückgehende *Hammermuseum* im Bahnhofsviertel.¹³⁹ Letzteres ist zugleich Beispiel für die gegenseitige Stärkung von Quartiersentwicklung und Kulturwirtschaft (siehe Kapitel 3).

Das Kulturinvestitionsprogramm des Landes Hessen hat spürbar zu einer Aufwertung und damit zu einer Steigerung der Attraktivität hessischer Museen beigetragen. Das Museum in Wiesbaden und das Landesmuseum Darmstadt wurden renoviert, mit zeitgemäßer Museumstechnik ausgestattet und umgestaltet. Weitere neue Attraktionen werden das Keltenmuseum sein, welches nach der Entscheidung des Landes am Glauberg, dem Fundort der 2500 Jahre alten Keltenfürst-Statue (bei Ausgrabungen im Jahr 1996 entdeckt) gebaut werden wird, ferner

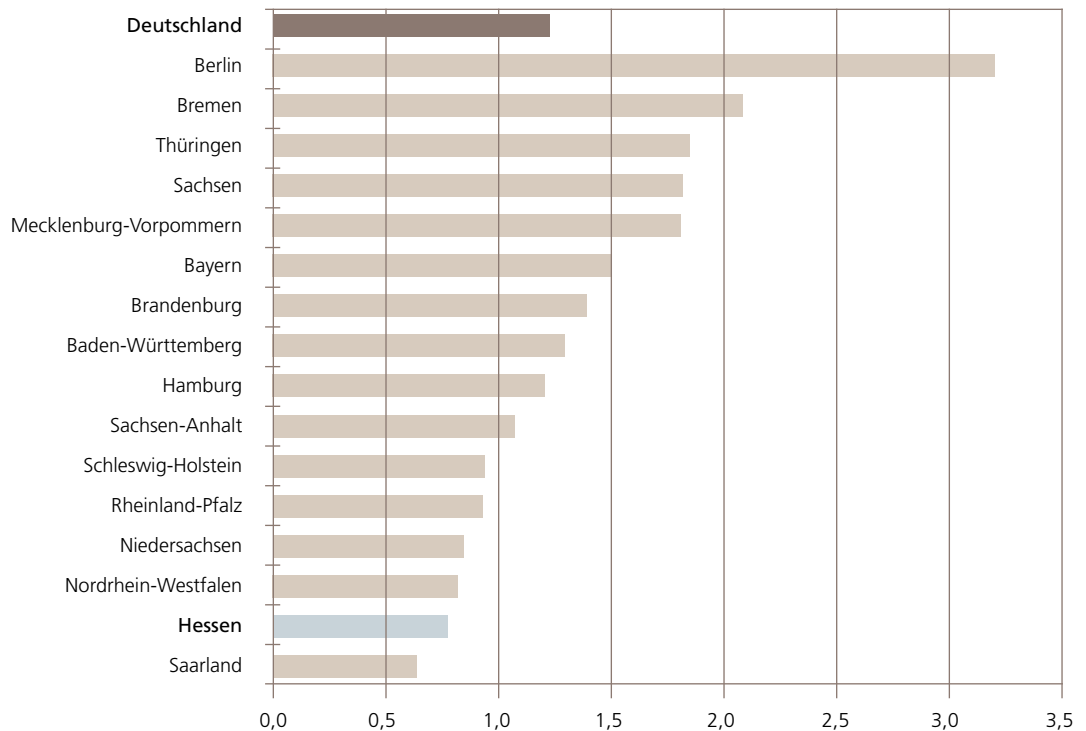
das Besucher- und Informationszentrum der *Grube Messel*, einer UNESCO-Weltnaturerbestätte, sowie die durch Landesankauf nun im Schloss Erbach im Odenwald verbleibenden kulturhistorisch wertvollen Sammlungen.

8.3.3 Musikwirtschaft

Die Städte Hamburg, Köln, München und in jüngster Zeit auch Berlin sind die wichtigsten deutschen Musik- und Medienstandorte. Dort sind neben den großen Unternehmen der Musikwirtschaft (*Universal-Vivendi* in Berlin, *AOL Time Warner* in Hamburg, *EMI* in Köln und *Sony BMG* in München) auch zahlreiche klein- und mittelständische Unternehmen der Musikwirtschaft ansässig. Das Rhein-Main-Gebiet ist dagegen kein so bedeutender Standort für den Teilmarkt Musikwirtschaft. Die hessische Musikwirtschaft verzeichnete 2006 gegenüber dem Jahr 2000 einen Um-

¹³⁹ Vgl. Schneider, Ulrich, *Frankfurter Museumsufer*. In Deutschland einmalig, in: *IHK-Wirtschaftsforum* 07-08 2007.

Abbildung 20: Museumsbesuche pro Einwohner und Jahr nach Bundesländern 2005



Quelle: Institut für Museumskunde (2005), Darstellung der Hessen Agentur

satzrückgang von 11 %. Absolut gesehen ist das ein Umsatzverlust von rund 90 Millionen Euro. Allerdings war dieser Teilmarkt zwischen 2000 und 2006 von erheblichen Umsatzschwankungen gekennzeichnet. In den Jahren 2001 und 2005 lagen die Umsätze um 48 % bzw. um 32 % unter denen des Jahres 2000, was auf große Schwankungen im Wirtschaftszweig Tonstudios zurückzuführen ist.

Da die Verbreitung von Musik über das Internet, also die „nicht-physischen“ Audiodateien, die konventionellen Vertriebsstrukturen mit den tradierten Verwertungsketten radikal verändert haben und die Tonträgerumsätze mit den herkömmlichen „physischen“ Musikträgern wie CD und DVD weltweit zurückgehen, wird die Entwicklung in der Musikwirtschaft seit einigen Jahren allgemein mit Aufmerksamkeit betrachtet. In Hessen gingen die Umsätze in der

Tonträgerbranche¹⁴⁰ (ohne die in der Statistik nicht berücksichtigten Umsätze mit Downloads) von 550 Millionen Euro im Jahr 2000 auf 345 Millionen Euro im Jahr 2005 zurück, das entspricht einem Rückgang von rund -45 %.

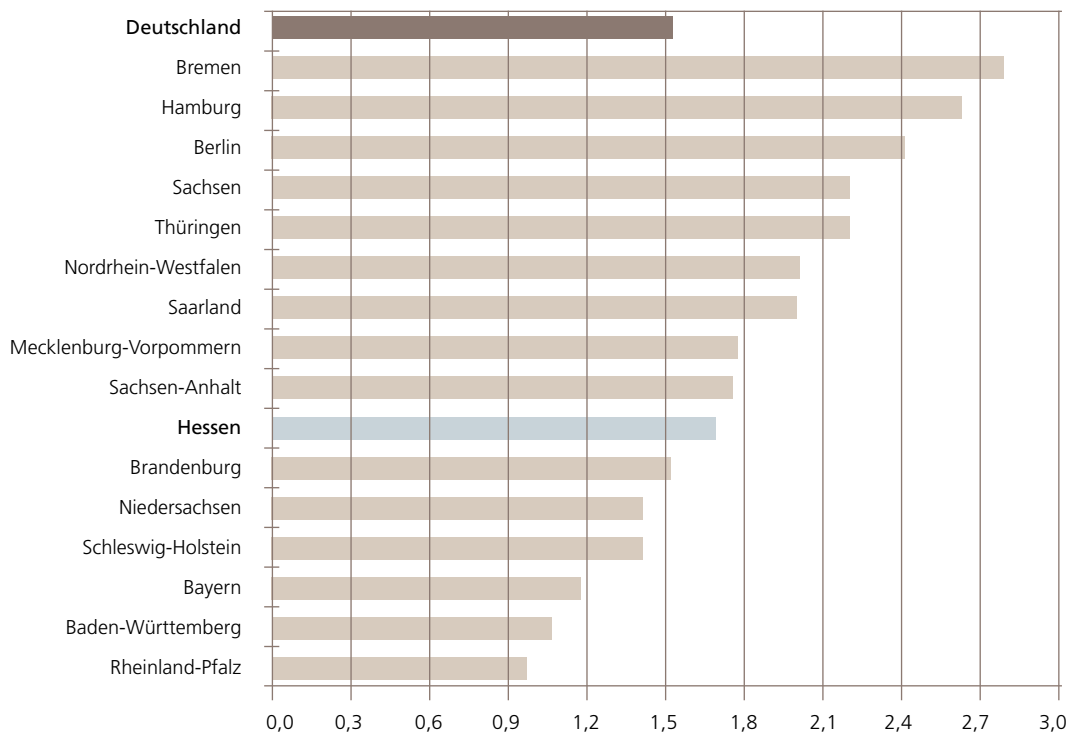
Doch nach Aussagen des Verbandes der Deutschen Musikindustrie¹⁴¹ mehren sich im deutschen Musikmarkt die Signale für eine Wende. Zum einen blieb der Absatz der umsatzstarken CD-Alben 2006 und 2007 mit rund 150 Millionen Euro nahezu unverändert, zum anderen verzeichnete der Download-Markt ein Plus von fast 40 Prozent bei den Einzeltracks. Das Digitalgeschäft konnte allgemein im vergangenen Jahr 2007 weltweit erneut zulegen.

Der Umsatz von Musikprodukten – in dem die oben genannten Erlöse noch nicht erfasst sind – ging auch 2007 leicht um 3,2 % auf 1,65 Milliarden Euro

140 Darunter subsumiert sind die „Fünfsteller“ 22 140 Verlag von bespielten Tonträgern, 22 310 Vervielfältigung von bespielten Tonträgern sowie 52 45 3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien der Wirtschaftszweigsystematik 2003.

141 Pressemitteilung März 2008 des Bundesverbandes Musikindustrie, www.musikindustrie.de/fileadmin/news/markt/downloads/080313_BVMI_JPK08_Wirtschaft_FINAL.pdf.

Abbildung 21: Ausstellungen pro Museum und Jahr nach Bundesländern 2005



Quelle: Institut für Museumskunde (2005), Darstellung der Hessen Agentur

zurück. Umsatzstärkstes Produkt bleibt die CD mit einem Umsatzanteil von 81 %, gefolgt von Musikvideos mit 9 % und Downloads mit 4 %. Inklusive Klingeltönen wurden 2007 fast 50 Millionen digitale Musikprodukte verkauft. Der Vertrieb über Downloads, Mobile und Internethändler macht damit bereits fast ein Viertel des gesamten Umsatzes mit Musikprodukten aus.

Die Zahl der Musikkäufer hat den höchsten Stand der letzten fünf Jahre erreicht, vor allem aber gibt es wieder mehr junge Musikkonsumenten.

Gleichzeitig arbeiten die Labels mit Hochdruck am Ausbau und der Erschließung weiterer Erlösquellen wie Künstler- und Konzertmanagement, Lizenzierung, Merchandising und anderen Dienstleistungen, um so die Abhängigkeit vom klassischen Tonträgergeschäft zu verringern. Wenn es gelinge, das Problem der Internetpiraterie weiter in den Griff zu bekommen,

könne es nach Aussagen des Bundesverbandes nach sieben harten Jahren 2008 vielleicht eine Trendwende geben.

8.3.4 Film-, TV- und Videowirtschaft

Die Film-, TV- und Videowirtschaft erzielt als einziger bedeutender Teilmarkt seit mehreren Jahren höhere Umsätze als im Jahr 2000. Bis zum Jahr 2003 stiegen die Umsätze von 2,5 Milliarden Euro auf 2,7 Milliarden Euro an, betrug 2004 ebenfalls 2,7 Milliarden Euro, 2005 2,6 Milliarden Euro und stiegen 2006 sogar auf 2,8 Milliarden Euro an, ein um 300 Millionen Euro höherer Wert als im Jahr 2000. Die Film-, TV- und Videowirtschaft konnte ihre Bedeutung innerhalb der Kulturwirtschaft daher von 13,1 % Umsatzanteil an der Kulturwirtschaft auf 16,2 % im Jahr 2006 steigern.

Der Film- und Medienstandort Hessen hat nationale und internationale Bedeutung erlangt. Filmkunsttheater, Programmkinos und Kommunale Kinos tragen dazu bei, dass die vielfältige Filmkultur auch das Publikum im ländlichen Raum erreicht.



Gestiegen sind die Umsätze allerdings in den weniger kreativen Zweigen dieses Teilmarktes wie der Herstellung und dem Handel mit Rundfunk- und Fernsehgeräten oder der Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen. Hier wurden insgesamt rund 800 Millionen Euro mehr erzielt als im Jahr 2000.

Das wichtigste kreative Segment innerhalb des Film-, TV- und Videomarktes sind Filmproduktionen sowie der Filmverleih und die Filmtheater. Die Filmbranche im engeren Sinne erreichte 2006 immer noch rund 345 Millionen Euro weniger Umsatz als im Jahr 2000. Die Branche steigerte in Hessen von 2000 bis 2001 ihren Umsatz zunächst um rund 90 Millionen Euro auf 950 Millionen Euro, der jedoch 2002 auf 522 Millionen Euro sank und in den darauf folgenden Jahren mehr oder weniger auf diesem niedrigen Niveau stagnierte. 2006 betrug der Umsatz 522 Millionen Euro und liegt damit um 40 % unter dem Niveau von 2000.

Eine Studie der Bauhaus-Universität Weimar und der Universität Hamburg, die von Marketingwissenschaftlern erstellt wurde und sich mit den Auswirkungen des Filesharing auf die Filmwirtschaft auseinandersetzt,¹⁴² kommt zu dem Ergebnis, dass illegale Filmkopien allen wichtigen Vertriebskanälen für Spielfilme in Deutschland schaden, also Kinos, DVD-Verleih und DVD-Verkauf. Darüber hinaus verdrängen illegale Kopien im Kino knapp 13 Prozent zusätzlicher Kinobesuche. Dies entspricht im Jahr 2005 einem entgangenen Umsatz von 94 Millionen Euro in Deutschland. Die Umsätze der DVD-Verleiher würden ohne die illegalen Film-downloads knapp elf Prozent höher ausfallen, was der Studie zufolge für die Filmbranche einen entgangenen Umsatz von 28 Millionen Euro im Jahr darstellt. Auch würden ohne Tauschbörsen fast 15 Prozent mehr

DVDs gekauft, so dass im Jahr 2005 rund 71 Millionen Euro weniger an Verkaufserlösen erzielt wurde. Insgesamt gingen der Filmindustrie in Deutschland somit über 190 Millionen Euro pro Jahr verloren.

Die hessische Filmbranche ist überwiegend in der Rhein-Main-Region angesiedelt. Rund um Werbeagenturen, die Industriefilme und Werbespots drehen oder in Auftrag geben, haben sich in den letzten Jahren zahlreiche Dienstleister angesiedelt, so z. B. international gefragte Postproduction-Firmen. Diese arbeiten zwar überwiegend für die Werbebranche, in Einzelfällen aber auch für hochwertige internationale Filmproduktionen. So entstanden beispielsweise die Effekte für die 2008 mit dem Oscar als bester fremdsprachiger Film prämierte Produktion „Die Fälscher“ und das aufwändige Action-Fantasy-Abenteuer „Dungeon Siege – Schwerter des Königs“ in Frankfurt. Beide Produktionen wurden von HessenInvestFilm gefördert. Auch Filmproduktionsfirmen, die für den Fernsehmarkt und für das Kino arbeiten, besonders im Segment Dokumentationen, sind in der Rhein-Main-Region zu Hause. Zwar werden die meisten von HessenInvestFilm mitfinanzierten Filme im Ausland produziert, doch sorgen viele Dienstleistungen im Bereich der Postproduktion, insbesondere VEX (Visual Effects), Tonbearbeitung, Musik etc., für einen positiven Beschäftigungseffekt in Hessen. Diese Dienstleister gehören zu den Kleinst- oder Kleinunternehmen der Kulturwirtschaft und engagieren bei Aufträgen in der Regel zusätzlich selbständige Spezialisten und Freelancer zur Unterstützung. In Hessen wird auch zunehmend gedreht – Beispiele sind die Spielfilme „Ich bin die Andere“, „Die Wolke“ oder „Madonnen“.

142 Hennig-Thurau, Thorsten/Henning, Victor/Sattler, Henrik (2007): Consumer File Sharing of Motion Pictures. In: Journal of Marketing, Vol. 71, October, S. 1-18.

Tabelle 19: Umsatzentwicklung 2000 bis 2006 im Teilmarkt Film-, Video- und TV-Wirtschaft unterschieden nach Wirtschaftszweigen

Jahr	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie phono- und videotecnischen Geräten	Großhandel mit feinmechanischen, Foto- und optischen Erzeugnissen	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik	Videotheken	Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen	Fotografisches Gewerbe, Fotoateliers, Fotografische Laboratorien, Film- und Videofilmherstellung	Filmverleih und Videoprogrammanbieter, Filmtheater, Hörfunk und Fernsehanstalten
in Millionen Euro							
2000	144	472	403	43	54	521	346
2004	526	649	367	87	31	289	245
2006	535	671	475	94	105	259	263
Zuwachs 2006 gegenüber 2000 in %	+271,5	+42,2	+17,9	+118,6	+94,4	-50,3	-24,0

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt

Zu den großen Arbeitgebern gehören der *Hessische Rundfunk* und die *Degeto Film GmbH*, aber auch das *ZDF* in Mainz, das im Gegensatz zum *hr* viele Produktionen nach außen vergibt. Hinzu kommen in der Rhein-Main-Region eine Reihe von Tonstudios, Kameralenten, Gerätevermietern, ein Kopierwerk und andere Unternehmen der Wertschöpfungskette „Filmproduktion“.¹⁴³

Der Film- und Medienstandort Hessen hat nationale und internationale Bekanntheit erlangt, sowohl durch seine Institutionen und Verbände aus dem Bereich Film als auch durch zahlreiche Filmfestivals, Programmkinos und Events wie die Kinosommer. Filmkunsttheater, Programmkinos und Kommunale Kinos in Hessen tragen dazu bei, dass die vielfältige Filmkultur auch das Publikum im ländlichen Raum erreicht. Sie spielen als Frequenzbringer eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von Innenstädten und Ortsmitten. Die mittelständischen Kinos sind jedoch einem

starken Wettbewerb ausgesetzt, dem die meisten nur schwer standhalten können. Modernisierung, d. h. Digitalisierung, ein attraktives Programmprofil, aber vor allem Weiterentwicklung zu einem Kulturzentrum mit zusätzlichen Angeboten sind notwendig, um sie zu erhalten und zukunftsfähig zu machen. Im Kulturwirtschaftsbericht 2000 waren 15 Filmfestivals aufgelistet. Für den 3. Kulturwirtschaftsbericht wurde eine aktuelle Recherche durchgeführt: Mittlerweile finden in Hessen (mindestens) 27 Filmfestivals statt, wobei einige erst ab 2000 neu hinzu gekommen sind, andere eventuell im Jahr 2000 in den einschlägigen Medien nicht recherchiert werden konnten. Räumlicher Schwerpunkt der Festivals ist nach wie vor die Rhein-Main-Region, in der 23 der 27 Festivals stattfinden. Kassel veranstaltet ein eigenes Filmfestival und in Mittelhessen sind es Marburg und der kleine Ort Amöneburg, die eigene Filmfestivals durchführen. Ein weiteres Filmfestival wird vom Hessischen Fernsehen ausgestrahlt.

¹⁴³ Zur Filmbranche in der Rhein-Main-Region vgl. auch „Film in Frankfurt/Rhein/Main, Bewegende Bilder, bewegende Branche“, von Maria Wismeth, Geschäftsführerin der Hessischen Filmförderung Frankfurt. In: IHK Wirtschaftsforum 07-08 2007.

Kulturelles Erbe

Der Teilmarkt Kulturelles Erbe gehört zu einem der stabilsten Märkte der Kulturwirtschaft, was die Umsatzentwicklung in den Jahren 2000 bis 2006 betrifft. Die Umsätze schwanken hier zwischen 1,04 Milliarden Euro (2004) und 1,3 Milliarden Euro (2000); im Jahr 2006 betragen sie 1,2 Milliarden Euro. Betrachtet man allerdings die wichtigste Branche in diesem Teilmarkt, die Architektur- und Ingenieurbüros, so verzeichneten diese seit dem Jahr 2001 bis zum Jahr 2005 stetig sinkende Umsätze, erst 2006 ist eine leichte Erholung erkennbar, die sich nach den Aussagen der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen und des Ifo-Instituts 2007 fortsetzen könnte. Betrug der Umsatz im Jahr 2001 noch 1,01 Milliarden Euro, so waren es 2005 nur noch 0,70 Milliarden Euro, 2006 erreichte die Branche einen Umsatz von 0,79 Milliarden Euro.

Ende 2006 lag das geschätzte Bauvolumen in Deutschland nach Mitteilungen der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen¹⁴⁴ aus den neu abgeschlossenen Verträgen (Neubauten ohne Planungsleistungen im Bestand) gut ein Drittel über dem Niveau des Vorquartals.

Der Umfang der Planungsaufträge, den die befragten Architekten im vierten Quartal 2006 bei privaten und gewerblichen Auftraggebern akquirierten, „explodierte“ förmlich. Diese positive Entwicklung resultierte zu einem großen Teil aus einigen größeren Einzelprojekten. Wesentlich wichtiger ist allerdings, dass sich diese Entwicklung in allen Großregionen in nahezu gleichem Tempo vollzog. Die von öffentlichen Auftraggebern vergebenen Planungsarbeiten waren Anfang 2007 – nach einer Verdoppelung der Auftragseingänge im Verlauf der letzten beiden Quartale – jedoch wieder rückläufig.

Die durchschnittliche Reichweite der Auftragsbestände der befragten Architekturbüros erhöhte sich aber deutlich, und so betragen die Auftragsreserven zum Jahresende 2006 4,7 Monate. Sieht man von einem Ausreißer vor einem Jahr ab, dann haben die Auftragsbestände 2006 den höchsten Wert seit 6 Jahren erreicht.

Was die Ingenieurunternehmen angeht, so ergab auch die Konjunkturumfrage des Verbandes Beratender Ingenieure VBI, an der sich 500 Ingenieurunternehmen beteiligten und die im März 2008 veröffentlicht wurde, dass deren Umsätze steigen, ihre wirtschaftliche Gesamtsituation sich aber nicht entscheidend verbessere. Die von den Planungsbüros erzielten Honorare seien nach wie vor zu niedrig, als dass die Unternehmen nach der langen wirtschaftlichen Durststrecke der vergangenen Jahre Rücklagen bilden oder ausreichend in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren könnten. Analog der erwarteten Umsatzentwicklung planen 34 % der antwortenden VBI-Unternehmen im Jahr 2008 neue Arbeitsplätze zu schaffen; 60 % gehen von einem konstanten Mitarbeiterstamm aus. Nur noch 5 % planen Entlassungen. Allein die 34 % der 500 befragten VBI-Unternehmen wollen 2008 insgesamt über 400 Ingenieure einstellen. Bezogen auf die Gesamtbranche ist von einem erheblichen Personalaufbau im vier- bis fünfstelligen Bereich zu rechnen.

Allerdings gestaltet sich die Personalsuche bereits jetzt schwierig: 63 % der Unternehmen geben an, Ingenieurstellen nicht schnell und qualifiziert besetzen zu können. Der für die kommenden Jahre prognostizierte Ingenieurmangel zeichnet sich also bereits ab.

Ein erfreuliches Ergebnis der VBI-Konjunkturumfrage: Das Auslandsengagement der deutschen Planungsbüros gewinnt weiter an Bedeutung. Bereits 38 % der Unternehmen erwirtschaften Teile ihres Umsatzes mit Aufträgen im Ausland. 3,4 Prozent machen ihren Hauptumsatz im Ausland. 33 % beabsichtigen, ihr Engagement weiter auszubauen oder überhaupt zu starten.

Die Architekten stellen in Hessen mit rund 660 erfolgreichen Abschlüssen pro Jahr die größte Gruppe der Absolventen in den kreativen Disziplinen. Vor dem Hintergrund der Umsatzrückgänge der vergangenen Jahre sollte der Architekturmarkt in Hessen unterstützt und gefördert werden. Dazu sollten Anstrengungen zur Erhöhung der Nachfrage nach Architektenleistungen zählen und Bemühungen, die Architekturszene

144 www.akh.de, Geschäftsklima bei den freischaffenden Architekten zu Beginn des 1. Quartals 2007 sichtlich verbessert, 27.04.2007.

Hessens stärker ins Blickfeld zu rücken und miteinander zu vernetzen. Denkbar sind aber auch konkrete Unternehmensförderungen, wie z. B. Messe- oder Wettbewerbsförderungen gerade in den ersten drei bis fünf schwierigen Jahren nach dem Hochschulabschluss. Auf die Bedürfnisse junger Architekten zugeschnittene Angebote der Wirtschaftsförderung sind nicht mühelos zugänglich.

8.4 Freie Kulturszene

Die Freie Kulturszene ist nach wie vor in keiner Statistik vollständig erfasst. Schon der Kulturfinanzbericht 2003 wies im Zusammenhang mit der Freien Kulturszene auf den unvollständigen Überblick hin: „Auch die Finanzierungsstruktur der soziokulturellen Initiativen, die auf kommunaler Ebene ein großes Gewicht haben und in den 1990er Jahren zu einem festen Bestandteil der Kulturlandschaft in Deutschland wurden, sollen künftig genauer analysiert werden.“¹⁴⁵

In Hessen sind jedoch eine große Anzahl von Kulturzentren und Kulturinitiativen Mitglieder der „Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und Soziokulturellen Zentren in Hessen e. V. (LAKS e. V.)“, die seit 2000 jährlich eine Umfrage bei den Mitgliedszentren durchführt und statistisches Material zur Verfügung stellt. Auf dieses wird hier zurückgegriffen.¹⁴⁶

„Der Begriff Soziokultur erschließt sich nicht von allein. Als Fachbegriff der Kulturpolitik bezeichnet er eine direkte Hinwendung von Akteuren und Kulturinstitutionen zur gesellschaftlichen Wirklichkeit und zum Alltag. Orte der Soziokultur sind vor allem die Soziokulturellen Zentren, die seit den 70er Jahren entstanden sind. Sie sind keine reinen Kulturanbieter, sondern darüber hinaus Orte für Demokratie und Dialog, für Prävention und Partizipation, für Mitmachen und Mitgestalten. Sie stehen nicht vorrangig für große und teure Events, sondern für eine offene und genreübergreifende ganzjährige Kulturarbeit.“

Die Geschichte der Soziokulturellen Zentren ist eine Geschichte von Erfolgen, gemessen an der Akzeptanz, die sie nach knapp 30 Jahren quer durch alle Gesellschaftsschichten genießen. Sie sind aus der

hessischen, aus der bundesdeutschen oder europäischen Kulturlandschaft nicht mehr wegzudenken. Die ihnen eigenen Arbeitsmethoden haben auch auf andere Bereiche einen nachhaltigen Einfluss gehabt, beispielsweise auf die kulturpädagogische Arbeit von Theatern und Museen oder auf die Erwachsenenbildung. Aber auch kulturwirtschaftlich gehen von den Zentren vielfältige Impulse aus wie die bisherigen Hessischen Kulturwirtschaftsberichte bestätigen.“¹⁴⁷

Bundesweit gibt es mittlerweile über 470 soziokulturelle Zentren, die in der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren organisiert sind. In Hessen gehören 32 Kulturinitiativen und Soziokulturelle Zentren der Landesarbeitsgemeinschaft LAKS Hessen an (Stand Anfang 2007).

Wurden von den Mitgliedseinrichtungen der LAKS Hessen in den Jahren 2000 und 2001 noch jeweils rund 3.000 Veranstaltungen mit Musik, Theater, Kabarett, Tanz, Literatur, Film, Diskussionen etc. angeboten, so erhöhte sich die Zahl der Veranstaltungen um etwa 23 % auf knapp 3.700 im Jahr 2006. Diese kulturellen Angebote der LAKS-Mitglieder wurden in Hessen im Jahr 2006 von rund 530.000 Menschen genutzt, eine Steigerung der Besucherzahlen um 6 % seit dem Jahr 2000 (500.000). Im Jahr 2005 lagen die Besucherzahlen noch höher, es besuchten rund 567.000 Menschen die Veranstaltungen der Kulturzentren. Zu diesen Besucherzahlen ist mindestens noch einmal die gleiche Anzahl Menschen zu zählen, die die offenen Angebote, Probe- oder Tagungsmöglichkeiten oder Gastronomie der soziokulturellen Zentren nutzen. Damit liegt die Zahl der jährlichen Zuschauer und Nutzer dieser Einrichtungen stabil bei über einer Million Menschen.

8.4.1 Beschäftigte

In Hessen waren im Jahr 2006 in den Kernstrukturen der 32 Zentren 660 Mitarbeiter beschäftigt, 50 mehr als im Jahr 2003 (letzter Kulturwirtschaftsbericht). Darunter waren 196 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (unbefristete Verträge, Honorar- und Werkverträge), was einem Anteil von rund 30 % aller Beschäftigten entspricht. Dieser Anteil ist gegenüber

¹⁴⁵ Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2004).

¹⁴⁶ Informationsbasis für die Aktualisierung der Daten ist wie im 1. und 2. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht die Statistik der „Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren in Hessen e. V.“ (LAKS).

¹⁴⁷ Bernd Hesse, Geschäftsführer der LAKS Hessen e. V., 2007.

dem Jahr 2000 um 4 % gestiegen, liegt jedoch nach wie vor auf einem sehr niedrigen Niveau. Auch die übrige Beschäftigtenstruktur hat sich nicht verändert. Der Anteil der ehrenamtlich Tätigen ist mit knapp zwei Dritteln der Beschäftigten (389) unverändert hoch. Rund 11 % der Beschäftigten sind Auszubildende, Praktikanten, Zivildienstleistende und so genannte 1-Euro-Jobs bzw. ABM-, SAM-Kräfte,¹⁴⁸ wobei die Nachfrage nach Praktikumsplätzen steigt und auch immer mehr Ausbildungsplätze nachgefragt und angeboten werden. Die Anzahl der Beschäftigten in den Kernstrukturen (Verwaltung, Organisation, PR, Programmarbeit) hat in den letzten Jahren zugenommen. Dabei ist allerdings zu beachten, dass es nach wie vor kaum Vollzeitstellen gibt und die Entlohnung in der Regel nicht der Arbeit angemessen ist.

8.4.2 Umsatz

Betrag der Umsatz der hessischen Zentren im Jahr 2000 insgesamt noch 4,6 Millionen Euro, so erreichten sie im Jahr 2006 einen Umsatz von gut 6,6 Millionen Euro, rund 100.000 Euro weniger als im Jahr 2005. Davon entfielen 2006 auf die Eigeneinnahmen rund 3,7 Millionen Euro, gegenüber 2 Millionen im Jahr 2000 und 4,1 Millionen Euro im Jahr 2005. Der Umsatz im gastronomischen Bereich belief sich im Jahr 2000 auf 1,0 Millionen Euro und machte damals ungefähr die Hälfte der Eigeneinnahmen der Zentren aus. Im Jahr 2006 lag der gastronomische Umsatz mit 1,1 Millionen Euro in gleicher Höhe, was aber nur noch ein knappes Drittel der Eigeneinnahmen der Zentren waren. Mehr als zwei Drittel des Umsatzes der Soziokulturellen Zentren werden mittlerweile über größtenteils kulturelle Veranstaltungen erwirtschaftet (vgl. Tabelle 20).

Die Eigeneinnahmen der Soziokulturellen Zentren in Hessen machten – ohne öffentliche Förderung – im Jahr 2000 durchschnittlich 49 % ihres Umsatzes aus. Dieser Anteil stieg bis zum Jahr 2006 trotz schwieriger Rahmenbedingungen auf 61 % an, wobei sich diese Steigerung nicht durch absolut sinkende Zuschussbeträge der öffentlichen Hand erklärt, sondern vor allem durch zusätzliches Engagement. Die Eigeneinnahmen

(ohne Gastronomie) der Zentren betragen im Jahr 2000 rund 2 Millionen Euro, im Jahr 2006 waren es rund 3,7 Millionen Euro. Diese Steigerung des Engagements und der Einnahmen ist einerseits nicht beliebig fortsetzbar oder wiederholbar und wurde andererseits durch einige wenige Zentren wie den Schlachthof Wiesbaden erreicht.

Das Land Hessen unterstützte die Zentren im Jahr 2000 mit 0,46 Millionen Euro, die Zuschüsse der Kommunen betragen im Jahr 2000 rund 1,06 Millionen Euro und die sonstigen öffentlichen Zuschüsse (im Wesentlichen Bundesagentur für Arbeit) beliefen sich auf 0,5 Millionen Euro. Insgesamt erhielten die Zentren also von der öffentlichen Hand, d. h. von Land, Kommunen und Arbeitsverwaltung, gut 2 Millionen Euro Zuschüsse. Im Jahr 2006 betragen die Mittel der öffentlichen Hand insgesamt rund 2,6 Millionen Euro. Dabei veränderte sich die Zusammensetzung der Mittel jedoch erheblich. Die Zuschüsse des Landes Hessen gingen um rund ein Drittel zurück (-32 %), das sind 144.000 Euro, die Zuschüsse der Kommunen stiegen im gleichen Zeitraum um ein Drittel (+32 %), was einer Erhöhung der Zuschüsse um 336.000 Euro entspricht. Auch die sonstigen öffentlichen Zuschüsse (Bundesagentur für Arbeit) sind im betrachteten Zeitraum von rund 540.000 Euro auf rund 850.000 Euro gestiegen (+ 56 %). Letztere betrafen aber nur eine geringe Anzahl der Kulturzentren.

Aus dem Landesetat Soziokultur werden über 40 soziokulturelle Zentren¹⁴⁹ und Initiativen in ganz Hessen sowie die LAKS über eine anteilige Projektförderung finanziert, die Fördersummen lagen bei den Kultureinrichtungen 2004 zwischen 1.000 und 19.500 Euro. Zum Vergleich: Eine komplette Veranstaltung in einem Soziokulturellen Zentrum erfährt damit im Schnitt dieselbe finanzielle Förderung wie ein einzelner Sitzplatz in einem Staatstheater oder ein einzelner Museumsbesucher.¹⁵⁰ Während jeder Theater- oder Museumsbesuch in Hessen mit durchschnittlich 90 Euro subventioniert wird, sind es im Bereich der Soziokultur keine 3 Euro pro Besucher.¹⁵¹ Hinzu kommt, dass die Wahrnehmung der vielfältigen Aufgaben sowie die strategische Weiterentwicklung der

148 Strukturpassungsmaßnahmen (SAM) und Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen (ABM). Diese gibt es seit 2004 nach Auslaufen dieser Förderprogramme nur noch vereinzelt.

149 Dies bezieht sich auf den Landesetat Soziokultur, der nach Kürzungen in den letzten Jahren noch 350.000 Euro (2002: 433.600 Euro) beträgt und von dem auch nicht der LAKS angeschlossene Projekte profitieren.

150 Vgl. LAKS Newsletter 1/2005, Landesetat Soziokultur 2005: Stagnation nach Kürzung.

151 Vgl. LAKS-Letter Nr.11/2007 (Hintergrund zu der Aktion „Kultur ruft“).

Einrichtungen vielfach erschwert werden durch einen Entwicklungsstau bei Investitionen in die Bausubstanz. Darüber hinaus wird die Arbeit der Zentren nach wie vor nur durch ein hohes Maß an ehrenamtlichem Engagement aufrechterhalten – als Ersatz für einen adäquaten Beschäftigtenstamm in den Kernstrukturen der Zentren.

Sponsoring spielte mit knapp 46.000 Euro im Jahr 2006 eine deutlich geringere Rolle als in den Jahren zuvor. Während in den Jahren 2000 bis 2003 die Mittel von Sponsoren kontinuierlich von 62.000 Euro im Jahr 2000 auf rund 133.000 Euro im Jahr 2003 stiegen, war ab 2004 ein stetiger Rückgang zu beobachten. Sponsorenakquise und -betreuung sind arbeitsaufwändige Tätigkeiten. Zudem gibt es an den Standorten der Zentren bzw. in Hessen relativ wenige größere Sponsoren, die natürlich vielfach umworben werden. Dabei haben soziokulturelle Zentren den Nachteil, dass sie nicht sonderlich eventorientiert

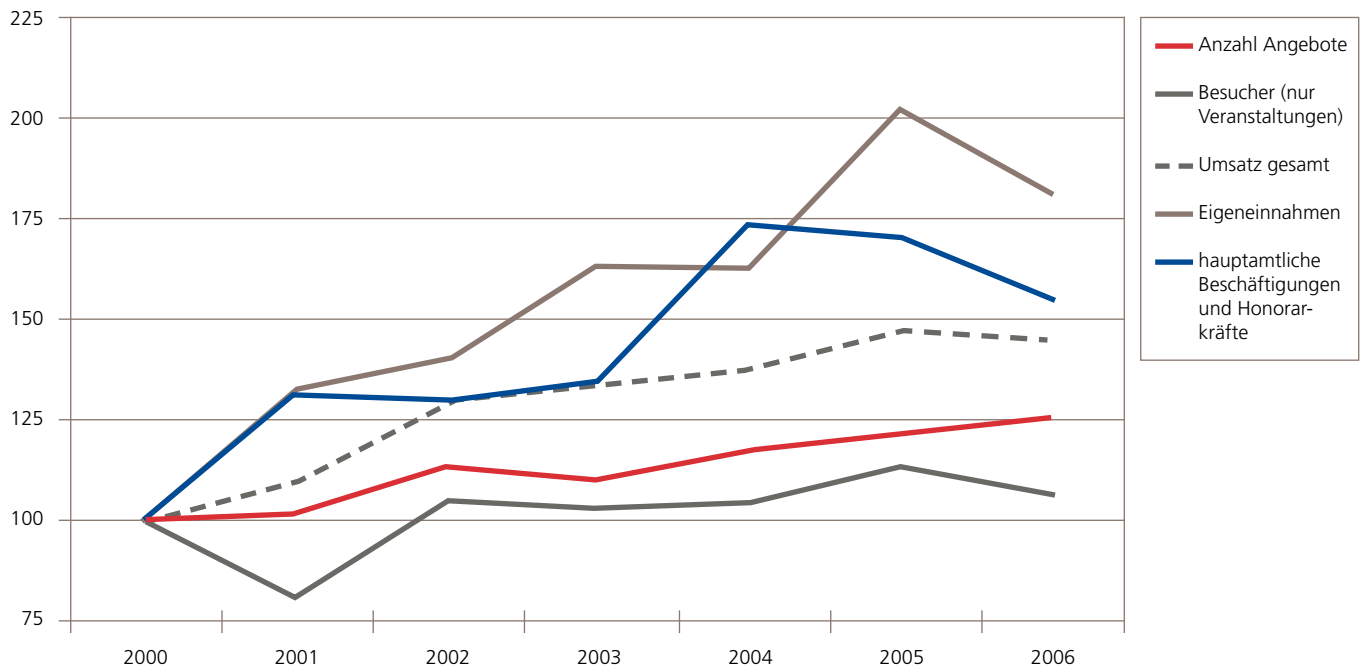
arbeiten und denken, was wiederum auf Sponsorenseite gerne gesehen wird. Bei der knappen Personalausstattung der Zentren hat daher die Sponsorenakquise eine nachgelagerte Priorität. Trotzdem gibt es einige erfolgreiche Kooperationen, die auf Dauerhaftigkeit angelegt sind, z. B. das Weltmusikfestival des Schlachthofs Kassel und der Kasseler Sparkasse.

Nicht messbar sind die nicht-monetären Sponsoringleistungen. Die soziokulturellen Zentren erhalten wie in den vergangenen Jahren nicht-monetäre Zuwendungen von Unternehmen, wie z. B. Druckleistungen ortsansässiger Unternehmen und kostenlose oder ermäßigte Zimmerkontingente in örtlichen Hotels.

8.5 Öffentliche Kulturförderung in Hessen

Kunst und Kultur werden in hohem Maß von der öffentlichen Hand finanziell unterstützt. Unter dem

Abbildung 22: Übersicht Entwicklung der Kulturzentren in Hessen 2000 bis 2006



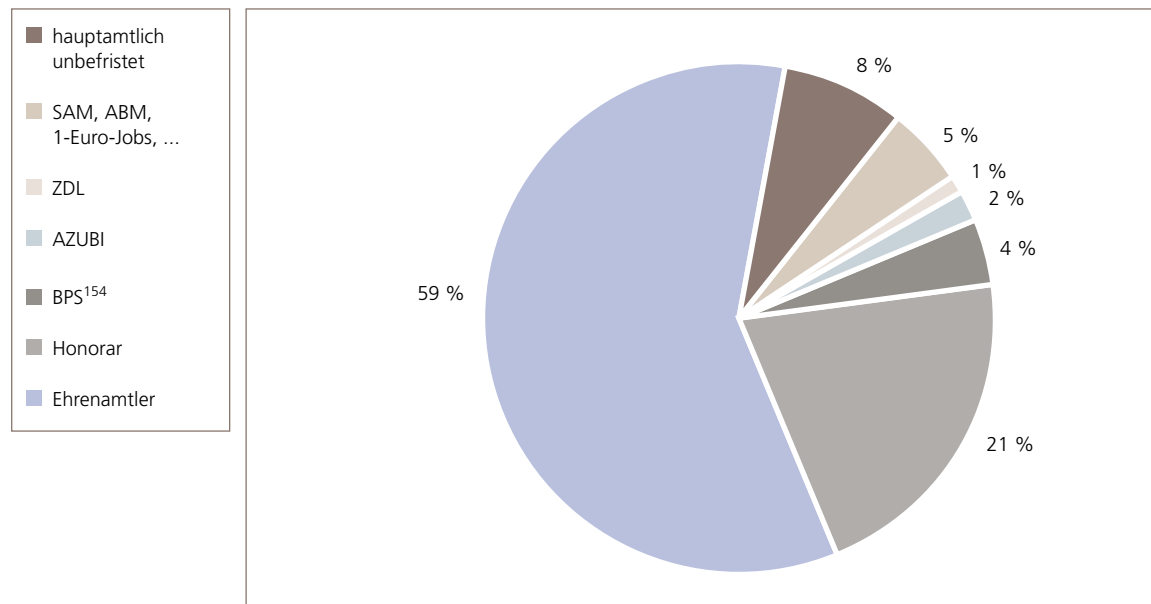
Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der LAKS

Begriff „Öffentliche Kulturförderung“ wurden in den letzten Kulturwirtschaftsberichten für Hessen die Ausgaben des Landes Hessen sowie der hessischen Kommunen und Landkreise zusammengefasst. Bei der Kulturförderung durch das Land Hessen wurden dabei auch Quellen und Umfang der indirekten Kulturförderung berücksichtigt, d. h. die Förderung von Kultur, die nicht im Kulturretat veranschlagt wird, sondern in den Etats anderer Ressorts. So können kulturwirtschaftliche Unternehmen und Kulturschaffende unter bestimmten Voraussetzungen auch an regulären Förderprogrammen für Einzelunternehmen oder für ausgewählte hessische Regionen partizipieren.¹⁵²

Im nun vorliegenden dritten Kulturwirtschaftsbericht für das Land Hessen wurden die Daten zur so definierten Kulturförderung des Landes auf Basis des Jahres 2006 aktualisiert. Die Daten zur Kulturförderung des Bundes, der Länder sowie der Kommunen und Kreise wurden dem Kulturfinanzbericht 2006 der Länder¹⁵³ entnommen, der auf Daten des Jahres 2004 basiert.

Neben Bund, Ländern und Gemeinden spielt auch die Europäische Union (EU) eine Rolle in der Finanzierung von Kulturprojekten. So ist das Jahr 2008 von der Europäischen Kommission zum „Europäischen Jahr des interkulturellen Dialogs“ ausgerufen worden, und es sollen 10 Millionen Euro für entsprechende Projekte zur Verfügung gestellt werden. Direkt auf die Kultur ausgerichtet ist das EU-Förderrahmenprogramm „Kultur 2000“. Das Gemeinschaftsprogramm, das mit 236,5 Millionen Euro dotiert ist und die Förderung kultureller und künstlerischer Zusammenarbeit und Mobilität innerhalb Europas zum Ziel hat, war auf sieben Jahre angelegt (2000 bis 2006). Es wird übernommen und erweitert durch „Kultur 2007“ (2007 bis 2013), für das Haushaltsmittel von 408 Millionen Euro angesetzt wurden und das aus drei Zielsetzungen besteht: Unterstützung der Mobilität von im Kultursektor beschäftigten Menschen, Unterstützung der internationalen Verbreitung von Kunstwerken sowie künstlerischen und kulturellen Erzeugnissen und Förderung des interkulturellen Dialogs. Dabei soll

Abbildung 23: Zusammensetzung der Beschäftigten der Soziokulturellen Zentren in Hessen 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der LAKS

152 Neben Zuschüssen können Darlehen, Bürgschaften oder Beteiligungen gewährt werden. Kulturvereinigungen oder Projekte können von der Regionalförderung des Landes bzw. von gesonderten Programmen einzelner Landesressorts profitieren. Ausgaben des Bundes, die direkt oder indirekt (etwa über vom Bund kofinanzierte Förderprogramme) in kulturelle Institutionen, Projekte, Angebote und Leistungen in den einzelnen Bundesländern fließen, wurden nicht berücksichtigt.

153 Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2006): Kulturfinanzbericht 2006, Wiesbaden.

154 Das Berufspraktische Studium (BPS) ist ein in das FH-Studium integrierter Ausbildungsabschnitt, der in einer Einrichtung der Berufspraxis geleistet wird.

„Kultur 2007“ das gegenwärtige „Aktionsprogramm der Gemeinschaft zur Förderung von auf europäischer Ebene tätigen kulturellen Einrichtungen“, das von 2004 bis 2006 verschiedene Einzelförderungen (z. B. für Holocaust-Gedenkstätten) zusammenfasst, einbeziehen.

8.5.1 Kulturausgaben der hessischen Kommunen und Landkreise

Nach den Angaben des Kulturfinanzberichts 2006¹⁵⁵ betragen die Kulturausgaben der öffentlichen Haushalte Hessens im Jahr 2000 rund 418 Millionen Euro, davon entfielen auf die hessischen Landkreise und Kommunen rund 281 Millionen Euro. Im Jahr 2002 gaben die öffentlichen Haushalte rund 468 Millionen Euro für Kultur aus, darunter rund 290 Millionen Euro der hessischen Landkreise und Kommunen. Im Jahr 2004 waren es insgesamt rund 444 Millionen Euro, darunter circa 277 Millionen Euro der hessischen Landkreise und Kommunen.

Die Analyse zeigt, dass allein die Kulturretats der fünf kreisfreien Städte Frankfurt, Wiesbaden, Darmstadt, Kassel und Offenbach 2004 gemeinsam 190 Millionen Euro umfassten, also 69 % der Ausgaben der Kommunen und Landkreise, im Jahr 2000 waren dies 67 %. Allein der Anteil der Stadt Frankfurt an den Ausgaben der hessischen Gebietskörperschaften für Kultur stieg von 39 % in 2000 auf rund 48 % im Jahr 2003.

Bei der Verteilung der Kulturausgaben auf die einzelnen Sparten zeigte sich für 2003 das gleiche Bild: Rund 49 % der Kulturausgaben entfielen im Durchschnitt auf die Sparte Theater und Konzerte, wobei es fast ausschließlich die Kommunen waren, die diese Einrichtungen finanzierten. Das gleiche gilt für Museen und Ausstellungen, auf die rund 17 % der Ausgaben der Gebietskörperschaften entfielen. Circa 15 % der Ausgaben der Gebietskörperschaften gingen in die Förderung der Bibliotheken, rund 17 % auf die sonstige Kulturpflege und die Verwaltung für kulturelle Angelegenheiten.

8.5.2 Kulturausgaben des Landes Hessen

Die Kulturausgaben des Landes Hessen,¹⁵⁶ die das Land in kulturelle Projekte und Initiativen, in kulturwirtschaftliche Aktivitäten und in Institutionen der Kultur investierte, erhöhten sich im Jahr 2006 auf rund 230 Millionen Euro – gegenüber 170 Millionen Euro im Jahr 2003 und 129 Millionen Euro im Jahr 2000. Dies entspricht einer Aufstockung der Kulturförderung in sechs Jahren um rund 100 Millionen Euro (+80 %). Diese Erhöhung kommt im Wesentlichen Baumaßnahmen zugute, wie die Sanierung, Restaurierung und Umgestaltung von Theatern, Museen und historisch bedeutsamen Bauwerken.

Mit den öffentlichen Kulturausgaben des Landes Hessen wurden wie in den Jahren zuvor sowohl rein öffentliche Institutionen wie Staatstheater oder Landes- bzw. Stadtmuseen als auch private oder gemeinnützige kulturelle Einrichtungen und Projekte unterstützt. Zu unterscheiden ist dabei zwischen der institutionellen Förderung, die die laufenden Kosten deckt und der konkreten Projektförderung, die jeweils einzeln bewilligt wird.

8.5.3 Kulturausgaben des Landes Hessen nach Teilmärkten

Betrachtet man die Aufteilung der öffentlichen Kulturausgaben in Anlehnung an die verschiedenen Teilmärkte,¹⁵⁷ so entfielen von den 230 Millionen Euro des Landes rund 42 %, d. h. circa 97 Millionen Euro (gegenüber rund 75 Millionen im Jahr 2003 und 50 Millionen Euro im Jahr 2000) auf den Bereich Darstellende Kunst. Dies entspricht einer Erhöhung der Mittel um 77 % gegenüber dem Jahr 2000 und resultiert aus der Sanierung und Modernisierung der Staatstheater Darmstadt, Wiesbaden und Kassel mit einem Volumen von allein 36 Millionen Euro im Jahr 2006. Ferner werden im Bereich Darstellende Kunst der laufende Betrieb der drei Staatstheater in Hessen mit knapp 41 Millionen Euro unterstützt, auf die übrige Theaterförderung entfallen knapp 19,6 Millionen Euro (gegenüber 14,5 Millionen Euro im Jahr 2003).

155 Der Kulturfinanzbericht der Länder legt aus Gründen der Vergleichbarkeit innerhalb der Europäischen Union einen etwas engeren Kulturbegriff zugrunde und kommt daher zu anderen Werten als die Erhebungen beim Land.

156 Die Angaben basieren auf Daten für 2006 entsprechend der Erhebung des HMWVL in allen Landesressorts.

157 Im 1. Kulturwirtschaftsbericht Hessen wurden die Teilmärkte Darstellende Kunst, Film-, TV- und Videowirtschaft, Kulturelles Erbe, Kunstmarkt einschl. Design und Kunsthandwerk, Literatur-, Buch- und Pressemarkt sowie Musikwirtschaft unterschieden.

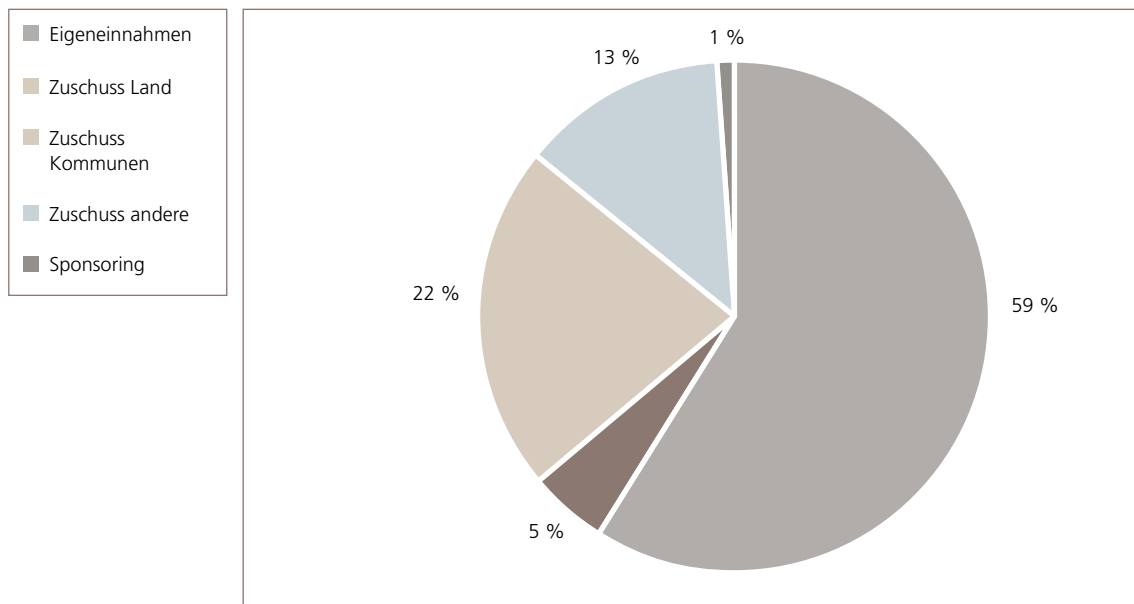
Tabelle 20: Wirtschaftliche Eckdaten Soziokultureller Zentren in Hessen 2000, 2002, 2004 und 2006

	2000	2002	2004	2006
Veranstaltungen, Besucher und externe Nutzer				
Besucher	500.580	524.400	521.770	532.337
Nutzergruppen	303	293	318	313
Umsätze				
Umsatz gesamt (Euro)	4.572.864	5.919.110	6.317.087	6.625.303
<i>Darunter Umsatz Gastro (Euro)</i>	<i>939.184</i>	<i>988.543</i>	<i>1.140.922</i>	<i>1.115.435</i>
Einnahmen				
Eigeneinnahmen (Euro)	2.035.445	2.852.367	3.309.594	3.677.523
Zuschuss Land (Euro)	457.862	660.566	475.371	313.020
Zuschuss Kommunen (Euro)	1.064.101	1.069.480	1.240.427	1.400.297
Zuschuss andere	541.301	452.554	454.976	847.325
Sponsoring (Euro)	61.562	122.931	57.201	46.000
Mitarbeiter				
Hauptamtliche*	26	37	49	55
Honorar**	101	128	171	141
AZUBI	0	0	7	12
SAM, ABM, 1-Euro-Jobs ...	20	35	20	30
BPS	9	16	21	26
ZDL, FSJ	5	5	6	7
Ehrenamtliche	324	329	334	389
Beschäftigte insgesamt	485	550	607	660

* = befristete und unbefristete Beschäftigte im Angestelltenverhältnis

** = Beschäftigte mit Honorar- oder Werkvertrag

Abbildung 24: Einnahmestruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2006



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der LAKS

In die Bewahrung des Kulturellen Erbes investierte das Land Hessen im Jahr 2006 rund 80 Millionen Euro. Dies stellt eine Aufstockung der Mittel um 131 % gegenüber dem Jahr 2000 dar. Rund 30 Millionen Euro standen davon der Verwaltung der staatlichen Schlösser und Gärten und dem Landesamt für Denkmalpflege zur Erfüllung ihrer Aufgaben zur Verfügung. 1,8 Millionen Euro flossen wie in den Vorjahren gemäß Staatsvertrag in die Stiftung Preußischer Kulturbesitz, rund 8,5 Millionen Euro wurden für Investitionen in kulturell bedeutsame Bauwerke aufgewendet. Rund 11 Millionen Euro investierte das Land Hessen in die Pflege des Brauchtums und in denkmalpflegerische und bauhistorische Projekte, u. a. im Rahmen von Förderprogrammen zur Stadt-sanierung und Stadterneuerung, weitere 3 Millionen Euro in Projekte wie den Regionalpark Rhein-Main oder den Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald etc. Hinzu kamen einige Sonderprojekte wie die Neuge-staltung der Museumslandschaft in Kassel mit rund 25 Millionen Euro Investitionen im Jahr 2006 und die

Neueinrichtung des Museums Glauburg mit 1 Million Euro.

Der Bereich der Kunst wurde 2006 mit rund 34 Millionen Euro gefördert, was einer Erhöhung der Mittel um 40 % gegenüber dem Jahr 2000 entspricht. Dabei handelte es sich mit rund 21 Millionen Euro um Investitionen in nichtstaatliche und staatliche Museen (gegenüber 24 Millionen Euro im Jahr 2003). In die Förderung von Künstlern und in Jugendkunstschulen wurden im Jahr 2006 0,12 Millionen Euro investiert, gegenüber 0,33 Millionen Euro in 2003 und 0,7 Millionen Euro 2000. In die Sanierung und Modernisierung der staatlichen Museen in Darmstadt, Wiesbaden und Kassel flossen rund 12,5 Millionen Euro.

Die Investitionen des Landes Hessen in die Musik betragen im Jahr 2006 7,3 Millionen Euro gegenüber rund 8 Millionen Euro im Jahr 2003. Rund 3,5 Millionen Euro erhielten Vereine und Verbände, ebenfalls rund 3,5 Millionen Euro die Musikschulen und -akademien.

www.schiffbauergasse.de | www.sanierungstraeger-potsdam.de

Schiffbauergasse Potsdam

Einsatz eines kommunalen
Entwicklungssträgers zur Realisierung
eines integrierten Kultur- und
Gewerbstandorts

Ausgelöst durch Impulse der freien Kulturszene entwickelte sich das 12 Hektar große Gelände mit denkmalgeschützten Gebäuden zu einem integrierten Kultur- und Gewerbestandort mit Ansiedlung von High-tech-Unternehmen. Durch die Sanierungsmaßnahme Schiffbauergasse konnten Investoren für gewerbliche, zukunftsorientierte Projekte auf dem Gelände gewonnen sowie neue Nutzungen angesiedelt und qualifizierte, wissensbasierte Arbeitsplätze geschaffen werden. Die herausragende Lage, das vielfältige und anspruchsvolle Kulturangebot mit teils international renommierten Künstlern sowie die reichhaltigen gastronomischen Angebote sind mittlerweile auch eine touristische Attraktion geworden. Nicht zuletzt soll sich die Schiffbauergasse zu einem Magnet für Besucher entwickeln, die an zeitgenössischer Kultur interessiert sind. Seit Oktober 2007 ist die Rote Villa in der Schiffbauergasse Sitz der Bundesstiftung Baukultur.

Die Landeshauptstadt Potsdam versteht sich durch ihre Universität, die Fachhochschule sowie zahlreiche international tätige Forschungsinstitute als profilierter Wissenschaftsstandort. Dies und ihre Nähe zur Hauptstadt Berlin sowie der hohe Freizeit- und Kulturwert der Region bieten ideale Voraussetzungen für kulturelle Nutzungen und die Schaffung von qualifizierten, wissensbasierten Arbeitsplätzen.

Hintergrund

Im 17. Jahrhundert wurde das Gelände „Potsdamisches Stoppelfeld“ genannt und war weitgehend unbebaut. Anfang des 18. Jahrhunderts siedelte sich auf dem Gelände eine Schiffbauerei an, die dem Areal ih-

ren heutigen Namen gab. Ende des 18. Jahrhunderts begann die industrielle Nutzung mit der Ansiedlung der Zichorienfabrik, einer Mühle für die Herstellung von Mocca Faux (Ersatzkaffee). 1822 wurde, als erster Bauabschnitt der militärischen Nutzung, auf einem Teil des ehemaligen Garnisonholzhofs unter Planung von Karl Friedrich Schinkel eine Reitstallanlage sowie eine große Reithalle (die „Schinkelhalle“) errichtet. Weitere militärische (Um-)Bauten, z. B. die Errichtung der für 600 Mann ausgerichteten Leibgarden-Husaren-Kaserne sowie die Garnisonswaschanstalt, folgten. 1856 wurde die neu errichtete Gasanstalt in Betrieb genommen.

Bis 1990 war das militärisch und industriell genutzte Gelände der Öffentlichkeit völlig unbekannt. Nach der Stilllegung des Waschhauses, der Gasanstalt und von großen Teilen der Kaserne lag das Areal brach. Erste Ausflüge der Potsdamer Kulturszene in das bisher unzugängliche Gebiet fanden im Sommer 1991 statt. Künstlerische Aktionen folgten. Mit der Gründung des Vereins Waschhaus begann 1993 ein regelmäßiger Kunst- und Kulturbetrieb, der heute über 200.000 Besucher anzieht. Gleichzeitig wurde die Stadt Potsdam selbst auf das Gebiet aufmerksam, da sie für ihre 1000-Jahr-Feier Spielfläche suchte, die sie in der Reithalle A fand. Es entstand ferner die Idee, den Neubau des Hans-Otto-Theaters dort zu errichten.

Mit dem Erwerb von verstreuten Liegenschaften legte die Landesentwicklungsgesellschaft (LEG) den Grundstein für die Initiierung eines strategischen Konzepts zur kulturellen, städtebaulichen und wirtschaftlichen Standortentwicklung. Doch erst mit dem Beschluss der Stadtverordneten aus dem Jahr 1999 „Integrierter Kulturstandort mit Neubau des Hans-Otto-Theaters“ wurde ein sicherer Rahmen für den Theaterneubau, die technische Erschließung, die Gewerbeansiedlung sowie die Festigung der freien Kulturszene geschaffen. Danach siedelten sich in den alten Industrie- und Militärbauten schnell weitere Künstler, Kulturvereine und Verbände an.

Die umgenutzten Gebäude wiesen jedoch erhebliche Mängel bezüglich ihrer Funktionalität und Sicherheit auf. Das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg stellte daraufhin Mittel aus dem „Aufbauprogramm Kultur“ der Bundesregierung bereit. Hiermit wurde auch das Konzept für das Zentrum für Kunst und Soziokultur (ZKS) entwickelt, welches Ausstellungsflächen und Räume für Clubevents, Lesungen und Medieninszenierung sowie Probe-, Kurs- und Ausstellungsflächen und -räume für Tanz(-theater) und professionelles freies Theater bietet. 2003 konnte nach mehreren Umplanungen mit dem Bau begonnen werden. Seit der Fertigstellung des Theaters im September 2006 wird das Areal vor allem durch die freie Kultur- und Theaterszene geprägt.

Räumliches und kulturelles Umfeld

Die Schiffbauergasse befindet sich auf einem schmalen Landstreifen zwischen dem Heiligen See und dem Tiefen See, im Bereich der Berliner Vorstadt. Obwohl der Standort eingebettet ist in eine zum Weltkulturerbe gehörende Kulturlandschaft mit Parks, Schlössern, Seen und Wäldern, wurde er dennoch von typischen Rahmenbedingungen der Berliner Vorstadt geprägt. So fand man in der Vergangenheit hier Einrichtungen, die sich aufgrund ihrer Größe oder des Elends, welches sie verkörperten, nicht innerhalb der Stadtmauern befinden sollten. Dazu gehörten Friedhöfe, Hospitäler, Armen- und Waisenhäuser. Der Name des Standorts weist darüber hinaus auf seine frühindustrielle Entwicklung hin.

Nutzung

Heute ist das Areal der Schiffbauergasse ein Ort für zeitgenössische Kultur und innovatives Gewerbe. High-tech-Unternehmen wie der Software-Konzern Oracle (ehemaliges Gaswerk) und das Volkswagen Design Center prägen den Standort. Für das bereits erwähnte ZKS sind die Bereiche um den Veranstaltungsplatz (umgeben von Waschhaus und Maschi-

nenhalle) und der Schirrhof (ehemalige Reitställe mit Aktionshalle und Schinkelhalle) vorgesehen. Hier sollen sowohl Kultureinrichtungen freier Träger zusammenwirken als auch neue zukunftsorientierte Gewerbebetriebe angesiedelt werden.

In der bereits sanierten Maschinenhalle befindet sich seit Sommer 2006 das Tanztheater fabrik, das T-Werk (freies Theater) sowie der Kunstraum (Ausstellungen zeitgenössischer Bildender Kunst). Das Waschhaus ist ein Ort für vielfältige Angebote aus unterschiedlichen künstlerischen Feldern wie Musik, Konzerte, Ausstellungen, Open-Air-Kino und Kunst-Performances.

Neben der Reithalle A, in der sich bereits das Kinder- und Jugendtheater angesiedelt hat, ist nach preisgekröntem Entwurf von Prof. Böhm der Neubau der Hauptspielstätte des Hans-Otto-Theaters entstanden.



Schinkelhalle im Zentrum für Kunst und Soziokultur

www.schiffbauergasse.de |
www.sanierungstraeger-potsdam.de

Finanzierung

1999 stellte das Land Brandenburg Gelder aus dem „Aufbauprogramm Kultur“ der Bundesregierung bereit. Im Jahre 2001 wurde das gesamte Areal der Schiffbauergasse als Sanierungsgebiet ausgewiesen, so dass Mittel der Städtebauförderung für die Herrichtung der gesamten Infrastruktur in Anspruch genommen werden konnten.

Eigentümer/Trägerschaft/Organisationsform

Die Kommune Potsdam verfügt über einen eigenen Entwicklungsträger, die Sanierungsträger Potsdam GmbH, die als Treuhänder der Landeshauptstadt für die Sanierungsmaßnahme Schiffbauergasse zuständig ist. Sie hat inzwischen mit der kommunalen Wohnungsbaugesellschaft zur „zielgerichteten“ Entwicklung eine Holding gebildet.



Hans-Otto-Theater, Ristorante il Teatro

Im Bereich Literatur investierte das Land Hessen rund 1,8 Millionen Euro (gegenüber 2,2 im Jahr 2003), hier vor allem in Bibliotheken und Archive. Die Literatur- und Leseförderung erfuhr wie 2003 eine Unterstützung in Höhe von rund 0,5 Millionen Euro. Rund 2,2 Millionen Euro erhielt 2006 der Bereich Film durch das Land Hessen. 2003 waren es noch 3,0 Millionen Euro, im Jahr 2000 2,1 Millionen.

Unterscheidet man zwischen reiner Projektförderung und der Förderung der Kulturinfrastruktur, so dominierten mit rund 177 Millionen Euro auch im Jahr 2006 die Investitionen in die Infrastruktur, d. h. in Schauspiel- und Opernhäuser, Museen, Bibliotheken und Volkshochschulen. Damit entfielen im Jahr 2006 allein auf diese Bereiche rund 77 % der Ausgaben des Landes insgesamt. Im Jahr 2003 waren es 74 %, im Jahr 2000 etwa 78 %.

8.5.4 Direkte Kulturförderung des Landes Hessen

Unter direkter Kulturförderung des Landes Hessen werden hier die Ausgaben des zuständigen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst verstanden.

Dieses Ressort wendete für die Kulturförderung im Jahr 2003 rund 148 Millionen Euro auf, knapp 30 Millionen Euro mehr als 2000, das entsprach einer Erhöhung des Etats um rund 25 %. Im Jahr 2006 stieg die direkte Kulturförderung sogar auf knapp 217 Millionen Euro, das sind rund 100 Millionen Euro mehr als im Referenzjahr.

Dabei entfielen rund 28 % – das waren rund 61 Millionen Euro (2003: 62 Millionen Euro) auf die Förderung der staatlichen und nichtstaatlichen Theater in Hessen und rund 32 Millionen Euro auf die Förderung dreier Institutionen im Bereich des Kulturellen Erbes: die Verwaltung der Schlösser und Gärten, das Landesamt für Denkmalpflege und die Stiftung Preußischer Kulturbesitz.

Weitere 19 Millionen Euro entfielen im Jahr 2006 auf die Förderung der staatlichen und nichtstaatlichen Museen, wobei der Hauptanteil mit rund 16 Millionen Euro den staatlichen Museen zugute kam.

Die Bewertung staatlicher Kulturpolitik bemisst sich in der Öffentlichkeit vor allem an den Ergebnissen der großen Investitionen. Hier ist für Hessen zuallererst die Neugestaltung der Museumslandschaft Hessen Kassel zu nennen, die mit einem finanziellen Aufwand von insgesamt 200 Millionen Euro umgesetzt werden wird und zu den größten Kulturprojekten in Deutschland zählt. Kassel ist nach Berlin und Dresden der drittgrößte Museumsstandort Deutschlands.

Im Jahr 2006 flossen rund 25 Millionen Euro in dieses Projekt.

Die übrige vielfältige hessische Museenlandschaft erfuhr nach wie vor in erster Linie Unterstützung durch die Kommunen und durch privates Engagement, die somit wesentlich dazu beitragen, das kulturelle Angebot in Regionen abseits der Ballungszentren aufrechtzuerhalten. Die nichtstaatlichen Museen erhielten auch 2006 zusätzlich Zuwendungen aus Stiftungen oder Sachspenden von privater Seite.

Für die Sanierung und Instandsetzung bzw. den Umbau von landeseigenen Liegenschaften im Kulturbereich, z. B. Theater und Museen, Schlösser und Burgen (ohne Museumslandschaft Kassel) wurden im Jahr 2006 Mittel in Höhe von rund 59 Millionen Euro aufgewendet. Das 2008 auslaufende Kulturinvestitionsprogramm der Landesregierung (rund 260 Millionen Euro) hat die Renovierung der Staatstheater in Kassel, Wiesbaden und Darmstadt (jeweils in zweistelliger Millionenhöhe), die nahezu abgeschlossene Sanierung des Museums Wiesbaden und die Instandsetzung des Landesmuseums Darmstadt möglich gemacht. Die Bauten der großen traditionsreichen Landeskulturinstitutionen präsentieren sich damit nach einem über Jahrzehnte angewachsenen Sanierungstau in neuem Glanz – mit beachtenswerten Superlativen: die Bühnentechnik des Darmstädter Staatstheaters gilt als die modernste des Kontinents.

Für große Resonanz hat die Entscheidung der Landesregierung gesorgt, am Glauberg, der Fundstätte der 2500 Jahre alten Keltenfürst-Statue, ein Keltenmuseum zu bauen. Ein neues Besucher- und Informationszentrum erhält auch die UNESCO-Weltnaturerbestätte *Grube Messel*, welches den tropischen Lebensraum der Zeit vor 48 Millionen Jahren veranschaulichen soll. Auf der Welterbeliste der UNESCO werden neben der Fossilienfundstätte Messel auch das ehemalige Kloster Lorsch, das im Mittelalter zu den bedeutendsten des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nationen zählte, der Obergermanisch-raetische Limes und das Obere Mittelrheintal als kulturelles Erbe von Weltrang geführt.

Weitere rund 20 Millionen Euro wurden 2006 für unterschiedliche Aufgabenschwerpunkte im Bereich der Kultur aufgewendet: So wurden z. B. die Musikakademien und -schulen, die Soziokulturellen Zentren, aber auch Bibliotheken und Archive, die spartenübergreifende und regionale Kulturarbeit sowie Institutionen und Einzelpersonen im Bereich Filmkunst gefördert. Auch tragen die vielfältigen Initiativen im Bereich der kulturellen und wirtschaftlichen Filmförderung wie der Filmfinanzierungs-Fonds Hessen dazu bei, nicht nur bereits vorhandene Arbeitsplätze zu sichern, sondern auch neue zu schaffen.

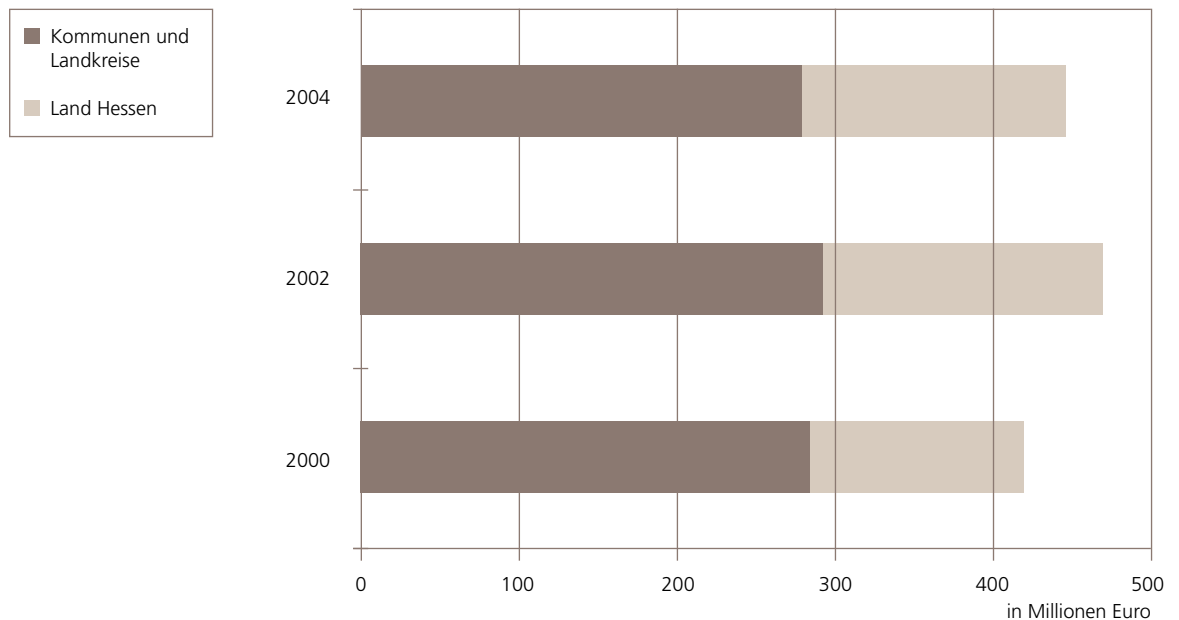
8.5.5 Indirekte Kulturförderung des Landes Hessen

Wie in den vergangenen Jahren trugen auch 2006 weitere Landesressorts zur öffentlichen Kulturförderung bei. Dies sind das Wirtschaftsministerium, das Finanzministerium, das Kultusministerium, das Sozialministerium, die Staatskanzlei sowie das Umweltministerium. Alle diese Beiträge sind hier zur indirekten Kulturförderung zusammengefasst. Abbildung 22 zeigt die Höhe der Kulturförderung der jeweiligen Ressorts in den Jahren 2000, 2003 und 2006.

Den größten Anteil an der indirekten Kulturförderung mit gut 11 Millionen Euro hatte auch im Jahr 2006 das Wirtschaftsministerium, dessen Kulturförderung damit allerdings wieder auf das Niveau des Jahres 2000 zurückfällt. Im Rahmen der allgemeinen Wirtschaftsförderung und Landesentwicklung unterstützt es vor allem die Produktion von kulturellen Gütern und Dienstleistungen.

Programme zur Stadterneuerung und Stadtsanierung sowie zur Regionalentwicklung einschließlich Tourismus förderten auch im Jahr 2006 wieder Sanierungsmaßnahmen an kulturell bedeutsamen Bauwerken in historischen Altstadtkernen. Kulturelle Angebote und Initiativen auf Stadtteilebene wurden in den Programmen „Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf – Soziale Stadt“ (Hessische Gemeinschaftsinitiative Soziale Stadt/HEGISS), im „Stadtumbau in Hessen“ oder z. B. mit dem Wettbewerb „Ab in die Mitte“ im Rahmen der Innenstadtoffensive Hessen

Abbildung 25: Kulturausgaben der öffentlichen Haushalte im Jahr 2000, 2002 und 2004¹⁵⁸



Quelle: Hessen Agentur auf Basis von Daten der Kulturfinanzberichte 2001, 2003 und 2006

unterstützt. Im Jahr 2006 wurden für Maßnahmen in diesem Bereich rund 5 Millionen Euro bereitgestellt.

Innerhalb von Initiativen der Europäischen Union zur Zusammenarbeit von europäischen Regionen (Interreg-Projekte), im Rahmen des Ziel 2 Programms und des Programms URBAN wurden im Jahr 2006 ebenfalls kulturelle Projekte mit rund 5 Millionen Euro fortgesetzt.

In den Standardprogrammen des Landes Hessen zur Gewährung von Bürgschaften und Krediten, zur Gründungs-, Mittelstands- und Innovationsförderung wurden auch 2006 kleine und mittlere Unternehmen aus dem Bereich der Kulturwirtschaft gefördert oder über die Betriebsberatung unterstützt. Kleine und mittlere Unternehmen bzw. Einzelpersonen oder Künstler, insbesondere aus dem Bereich Mode, Design und Film, werden über die Förderung ihrer Beteiligung an Messen – z. B. an der *Art Toronto* in Kanada, der *Scope Miami* in den USA oder der *KIAF Seoul* in Japan – gefördert. Unternehmen und

Personen aus dem Kulturbereich partizipierten daran im Jahr 2006 mit knapp 0,7 Millionen Euro gegenüber 0,6 Millionen Euro im Jahr 2003.

Im Bereich Design und Kunsthandwerk unterstützte das Land Hessen Institutionen wie *Hessen Design e. V.*, die *Werkakademie für Gestaltung*, den *Rat für Formgebung* u. a. Außerdem wurden der *Gestaltungspreis*, der *Staatspreis Kunsthandwerk* und der *Schuh- und Lederwarenpreis* verliehen. Insgesamt wurden 2006 0,4 Millionen Euro an Fördergeldern bereitgestellt.

Das Umweltministerium unterstützte 2006 kulturelle Projekte und Initiativen mit rund 0,9 Millionen Euro im Rahmen der Förderung der regionalen Entwicklung in Hessen, z. B. im Programm LEADER+. Das Sozialministerium förderte im Jahr 2006 mit insgesamt 0,5 Millionen Euro das kulturelle Wirken von Vertriebenenverbänden und Landsmannschaften, das Finanzministerium unterstützte mit ebenfalls rund 0,5 Millionen Euro die Kunst am Bau.

¹⁵⁸ Vergleich auf der Basis der Kulturfinanzberichte des Bundes und der Länder. Die Zahlen entsprechen daher nicht den Angaben im 1. Kulturwirtschaftsbericht Hessen, dem eine gesonderte Erhebung bei allen Gebietskörperschaften zugrunde lag.

Tabelle 21: Kulturausgaben des Landes Hessen im Jahr 2000, 2003 und 2006

Teilbereich (in Anlehnung an die Teilmärkte)	in Millionen Euro 2000	in %	in Millionen Euro 2003	in %	in Millionen Euro 2006	in %	Zuwachs seit 2000 in %
Darstellende Kunst	54,9	42,6	74,6	43,9	97,3	42,3	+77,3
Kulturelles Erbe	34,8	27,0	48,9	28,8	80,5	35,0	+131,3
Kunst, Design, Kunsthandwerk	24,5	19,0	25,7	15,1	34,3	14,9	+40,0
Musik	5,8	4,5	8,0	4,7	7,3	3,2	+25,1
Literatur und Buch	3,1	2,4	2,2	1,3	1,8	0,8	-42,3
Film, TV und Video	2,1	1,6	3,0	1,8	2,2	1,0	+7,1
Kultur allgemein	3,7	2,9	7,6	4,5	6,5	2,8	+74,6
Insgesamt	129,0	100,0	171,2	100,0	229,9	100	+78,2

Quelle: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Hessen Agentur

Die indirekte Kulturförderung ging damit gegenüber 2003 von 22,5 Millionen Euro auf 13,5 Millionen Euro zurück (Jahr 2000: 10,6 Millionen Euro). Die Kulturwirtschaft in Hessen wurde durch die indirekte Unterstützung von kulturwirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen und Kulturschaffenden im Jahr 2006 im Rahmen der allgemeinen Wirtschaftsförderung also deutlich weniger gefördert als noch im Jahr 2003.

8.5.6 Öffentliche Kulturförderung im Bundesländervergleich

Laut Kulturfinanzbericht 2006 von Bund und Ländern ist der Anteil der öffentlichen direkten Kulturausgaben je Einwohner für Hessen mit knapp 73 Euro im Jahr 2004 unter den Wert des Jahres 2002 (77 Euro) gesunken und liegt etwas höher als im Jahr 2000 (69 Euro). Für 2005 beträgt der Sollwert knapp 83 Euro. Damit liegt Hessen deutlich unter dem Durchschnitt der Länder, der 97 Euro beträgt. Betrachtet man nur die Flächenländer, so liegt Hessen im Jahr 2004 erst-

mals geringfügig über dem Durchschnitt (70 Euro). Im Vergleich hierzu lagen die Kulturausgaben je Einwohner in den neuen Ländern auf einem deutlich höheren Niveau und betragen im Jahr 2004 im Durchschnitt 114 Euro pro Einwohner (gegenüber 122 Euro im Jahr 2000 und 115 im Jahr 2002).

Auf den Bund entfallen in Hessen im Jahr 2004 noch einmal zusätzliche Ausgaben für Kultur in Höhe von 12 Euro je Einwohner.

Gaben im Jahr 2000 vier Länder (Schleswig-Holstein, Saarland, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz) und im Jahr 2002 sogar sechs Länder (hinzu kamen Nordrhein-Westfalen und Brandenburg) pro Einwohner weniger für Kultur aus als Hessen, so sind es im Jahr 2004 fünf. Brandenburg gehört nicht mehr dazu.

Von den alten Flächenländern gab Bayern in den Jahren 2000 bis 2002 mit zuletzt 91 Euro am meisten für Kultur je Einwohner aus, 2003 und 2004 war es Baden-Württemberg mit rund 86 Euro.

Nach den Sollwerten im Kulturfinanzbericht 2006 sollen für das Jahr 2005 das Land Hessen, seine Landkreise und Kommunen zusammen rund 86 Euro je Einwohner aufgewendet werden.

Die Anteile des Landes Hessen und der Kommunen an den Kulturausgaben haben sich ebenfalls seit dem Jahr 2000 verschoben.

Beteiligte sich das Land im Jahr 2000 mit 33 % an den Ausgaben für Kultur, so waren es 2004 knapp 38 %. Im Jahr 2005 soll der Anteil auf knapp 44 % steigen. Dies dürfte ebenfalls auf die Aufwendungen für das Großprojekt Museumslandschaft Kassel zurückzuführen sein.

Tabelle 22: Direkte und indirekte Kulturförderung des Landes Hessen im Jahr 2000, 2003 und 2006

Ministerium	in Millionen Euro		
	2000	2003	2006
Wissenschaft und Kunst (HMWK)	118,4	147,5	216,8
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL)	10	19,4	11,3
Finanzministerium (HMF)	0,4	0,1	0,5
Kultusministerium (HKM)	0,1	0,1	0,1
Sozialministerium (HSM)	0,1	0,7	0,5
Umwelt, ländlicher Raum und Verbraucherschutz (HMULV)	-	2,3	0,9
Kulturförderung insgesamt	129,0	170,0	230,1

Quelle: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

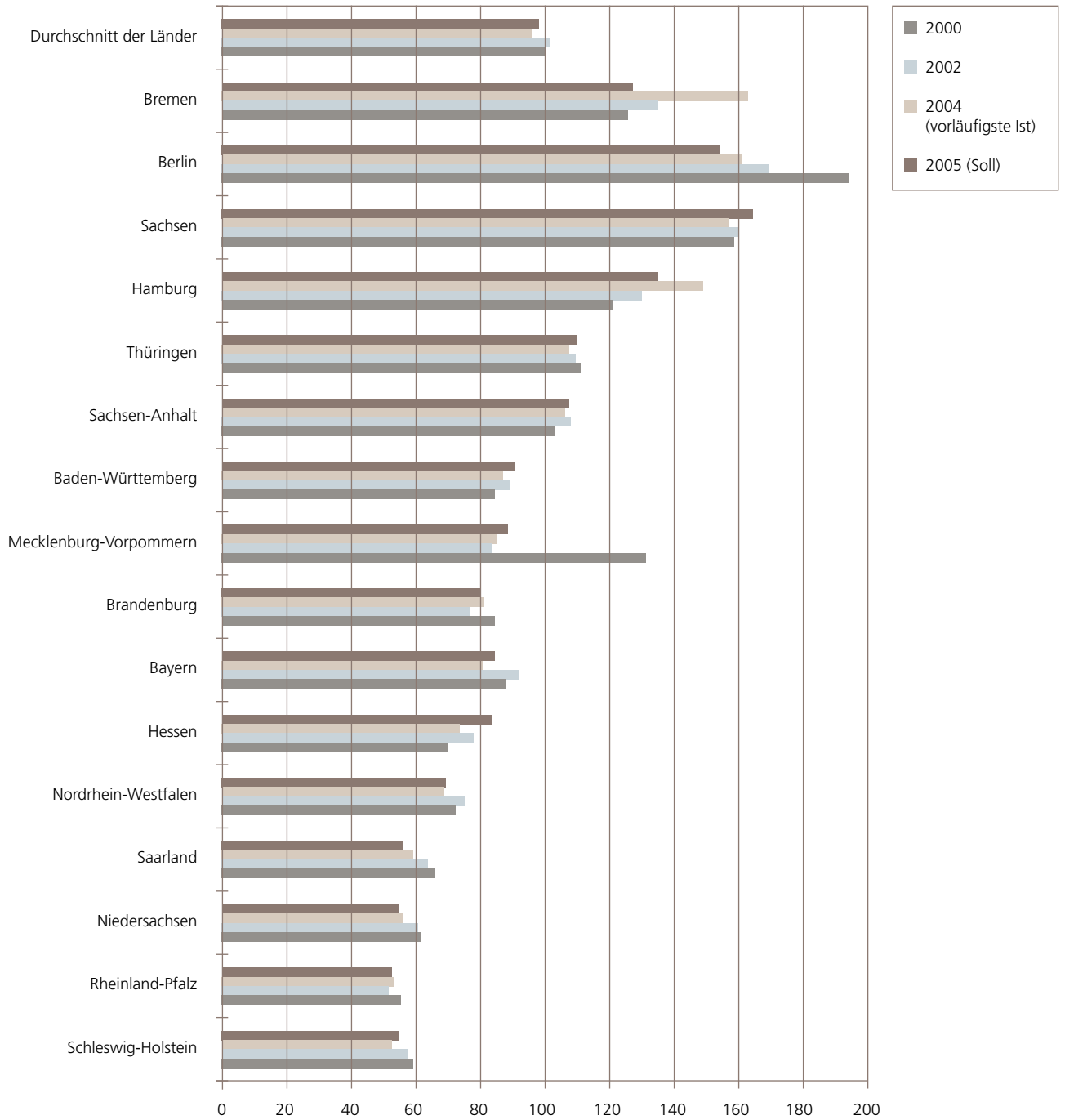
Tabelle 23: Anteile von Land und Kommunen an den Kulturausgaben in Hessen von 2000 bis 2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (Soll)
in %						
Land Hessen	32,9	33,6	38,2	37,0	37,6	43,7
Kommunen	67,1	66,4	61,8	63,0	62,4	56,3

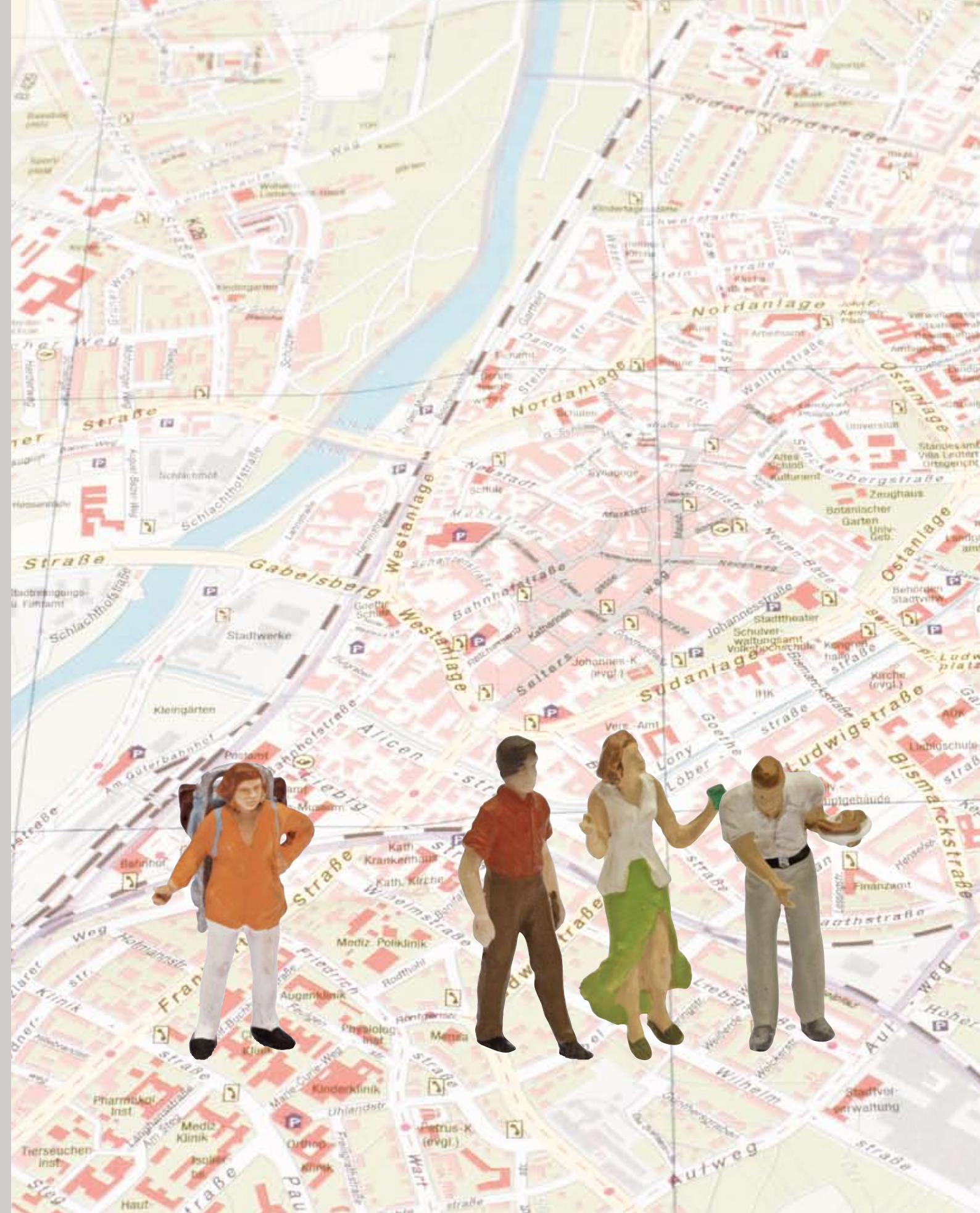
Quelle: Kulturfinanzbericht der Länder 2006

Abbildung 26: Kulturförderung der öffentlichen Haushalte im Bundesländervergleich
im Jahr 2000, 2002, 2004 und 2005

in Euro je Einwohner



Quelle: Kulturfinanzbericht der Länder 2006



Anhang

... Die Stadt spricht die ganze Zeit von der Vergangenheit und der Gegenwart, doch darüber liegt ein feines Flüstern der Möglichkeiten, der Zukunft. Es ist kaum zu hören, übertönt vom Alltag des Notwendigen, Aufgeschobenen, Gewohnten, versteckt hinter Eile, Müdigkeit, Angst und Überdross. Bis es plötzlich, fern ab des Lärms, zu wispern beginnt, wie die Geister der noch nicht Geborenen: ein leeres Grundstück, auf dem man etwas bauen kann, ein Zeitraum, um in aller Ruhe darüber nachzudenken, Menschen, die miteinander sprechen. Das ist der Moment, an dem Träume entstehen, die nicht mehr verschwinden. Der Rohstoff der Zukunft. Die Stadt spricht immer weiter, sie erzählt, wie es früher war, aber derweil wachsen die Träume weiter, wird das Flüstern lauter. ...

Lau, Peter (2008): Ein Ort für die Zukunft. In: Brand Eins 08/2008.



Übersicht der recherchierten Projekte zum Thema Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung

International	Projektname
Amsterdam (NL)	<i>NDSM-Werft</i> (Teil eines Hafengebietes)
Amsterdam (NL)	Het Ketelhuis / Cultural Park Westergasfabrikj
Antwerpen (B)	Local residents rebuild cultural centre
Barcelona (E)	Art Factory in ehemaligen Fabrikhallen
Basel (CH)	<i>nt*/areal</i> (ehemaliges Bahnareal)
Colletta di Castelbianco	Cyberdorf
Dublin (IRL)	Temple Bar Cultural Trust
Enschede (NL)	Klokkenplas Karree
Heerlen (NL)	Arts centre
Helsinki (FIN)	Laasipalatsi Film- und Medienzentrum
Helsinki (FIN)	Artist house Vuosaari
Huddersfield (GB)	Creative Town Initiative /CTI)
London (GB)	Arts in Marylebone
Minneapolis (USA)	Artspace
Paris (F)	<i>Nr. 59, Rue de Rivoli</i>
Rom (I)	Città delle Arti (Stadt der Kunst), MACRO, MIKRO, Ex-Mattatoio, Mercati
Rotterdam (NL)	Renovierung eines Kraftwerks für Kreativsektor (Lloydkwartier)
Rotterdam	project (or) art fair
Thun (CH)	RUAG-Gelände (ehemaliger Rüstungsbetrieb)
Tokyo (J)	Mukojima (Artists-in-Residence, Mukojima Network, Contemporary Art Factory etc.)
Utrecht (NL)	Huis aan der Werf
Volos (GR)	Tsapalata Factory
Wien (A)	Kabelfabrik (KDAG)
Wien (A)	Palais Donaustadt
Zürich (CH)	Rote Fabrik
Zürich (CH)	Löwenbräuareal
Deutschland (außer Hessen)	Projektname
Aachen	Gründerzentrum Kulturwirtschaft
Arnstadt (Thüringen)	Kunsthalle in ehem. Taschenlampenfabrik
Aschersleben (Sachsen Anhalt)	Aschersleben „Hybridwall“
Bad Salzungen (Thüringen)	Pressenwerk

Beesenstedt (Sachsen-Anhalt)	Schloss Beesenstedt
Berlin	Backfabrik, Mitte
Berlin	Boxion – Offene Ateliers, Friedrichshain
Berlin	CHRISTIANA, Mitte
Berlin	Fabrik Osloer Straße, Wedding
Berlin	Haus des Lehrers, Alexanderplatz
Berlin	Heikonaut, Lichtenberg
Berlin	Josetti Höfe, Mitte
Berlin	Kiez Pankstraße, Wedding
Berlin	Kolonie Wedding
Berlin	Kulturbrauerei, Prenzlauer Berg
Berlin	Kulturwerk, Tiergarten
Berlin	La Fabrik, Friedrichshain
Berlin	Mediaspree e. V., Mitte
Berlin	Musikfabrik <i>ORWOhaus</i> e. V., Marzahn-Hellersdorf
Berlin	Neuland, Marzahn-Hellersdorf
Berlin	Oper Dynamo West
Berlin	Pfefferberg, Prenzlauer Berg
Berlin	Quartier Neukölln
Berlin	Radialsystem, Friedrichshain
Berlin	<i>RAW Tempel</i> e. V. (Teile des ehemaligen Reichsbahnausbesserungswerkes), Neukölln
Berlin	ExRotaprint GmbH, Wedding
Berlin	VEB Treffmodelle, Prenzlauer Berg
Berlin	WMF-Club, Friedrichshain
Berlin	Zwischenablage, Marzahn-Hellersdorf
Bremen	Speicher XI
Bremen	SPROUTBAU
Chemnitz (Sachsen)	„Begehungen“ – Plattform für Aufwertungsaktivitäten, Brühl
Dahrenstedt (Niedersachsen)	Kunsthof
Dessau	Brauhaus Dessau
Dortmund	Künstlerhaus & Depot
Dortmund	Dortmunder U (ehemalige Union Brauerei)

Dresden (Sachsen)	Dresden R.A.U.M. – Citybrache
Dresden (Sachsen)	Stadtteilkulturzentrum Palitzschhof in Prohlis
Essen (Nordrhein-Westfalen)	<i>Unperfekthaus</i>
Frankfurt / Oder (Brandenburg)	Verbundungshaus
Halle (Sachsen-Anhalt)	Hotel Neustadt – Quartier Halle Neustadt –
Halle (Sachsen-Anhalt)	triebWERK
Hohenstein (Baden-Württemberg)	Kunst im Dorf
Hoyerswerda (Sachsen)	Superumbau – die verkunstete Platte
Köln (Nordrhein-Westfalen)	drai – art-hopping-project
Köln (Nordrhein-Westfalen)	Künstlerhaus
Leipzig (Sachsen)	Leipziger Baumwollspinnerei Halle 14, Plagwitz
Leipzig (Sachsen)	<i>stadthalten</i> , Lindenau
Leipzig (Sachsen)	<i>Wächterhäuser – HausHalten e. V.</i>
Mainz (Rheinland-Pfalz)	KUZ Kulturzentrum
Mainz (Rheinland-Pfalz)	Zollhafen
Mannheim	<i>Musikpark Mannheim</i>
Monschau (Rheinland-Pfalz)	KUK – Kunst- und Kulturzentrum des Kreises Aachen
Mühlbeck-Friedersdorf (Sachsen-Anhalt)	Bücherdorf
München (Bayern)	Künstlerkolonie Domagkstrasse 33
Münster (Nordrhein-Westfalen)	Kreativkai Hafen Münster
Neuruppin (Brandenburg)	Kunstbaustelle Windwörter
Potsdam (Brandenburg)	<i>Schiffbauergasse</i> (integrierter Kulturstandort)
Pulheim (Nordrhein-Westfalen)	Walzwerk
Quedlinburg (Sachsen-Anhalt)	Areal B – Kultur auf ehem. Bahnhofsgelände
Schwerin (Mecklenburg-Vorpommern)	Friedrichstraße – Attraktivitätssteigerung durch Kunstaktion LOKALE
Solingen (Nordrhein-Westfalen)	Die Güterhallen/StückGUT/Museum Plagiarius
Stralsund (Mecklenburg-Vorpommern)	Kunst in Grünhufe
Stuttgart (Baden-Württemberg)	Wagenhallen Innerer Nordbahnhof
Trier (Rheinland-Pfalz)	TUFA Tuchfabrik
Wismar (Mecklenburg-Vorpommern)	raum_stadt – Leerstandsmanagement

Hessen	Projektname
Bad Salzschlirf	Kulturkessel im alten Heizhaus des Badehofes
Darmstadt	<i>Hessen Design e. V.</i>
Frankfurt am Main	Atelier Frankfurt, Gallusviertel
Frankfurt am Main	Eventlocation Naxos-Halle, Ostend
Frankfurt am Main	Frankfurt Art Bar (FAB) / Die Druckerei, Sachsenhausen
Frankfurt am Main	<i>Hammermuseum</i>
Frankfurt am Main	Kulturbunker im Osthafen
Frankfurt am Main	<i>Kulturportal Hessen</i>
Frankfurt am Main	Die Fabrik, Sachsenhausen
Frankfurt am Main	Tanzhaus West / Theater auf dem Milchsackgelände, Gutleutviertel
Frankfurt am Main	<i>basis e. V. / raumpool e. V.</i> , Bahnhofsviertel
Frankfurt am Main	Teves-Gelände, Gallus
Gießen	MuK Musik- und Kunstverein
Groß-Umstadt	<i>airbagcraftworks</i>
Hanau	Ladenleerstandskonzept
Hattersheim	Phrix-KG Künstlergemeinschaft
Kassel	<i>Cassel Creative Competence e. V.</i>
Kassel	Kulturbahnhof
Kassel	<i>Kulturfabrik Salzmann e. V.</i>
Kleinsassen	Kunststation
Mühltal	<i>Wacker Fabrik e. V.</i>
Offenbach	Hafen 2
Offenbach	Hassia Fabrik
Offenbach	Heyne Fabrik
Offenbach	MATO-Fabrik
Offenbach	Gründercampus Ostpol
Spangenberg	Kunstprojekt „Altstadt NEU“
Wiesbaden	Kulturclub Biebrich
Wiesbaden	Kulturclub + Zollspeicher, Biebrich
Wiesbaden	Kulturzentrum Schlachthof
Wiesbaden	Kulturzone – Liebe Deine Stadt
Wiesbaden	Quartier Westend
Wiesbaden	Walkmühle
Willinghausen	Malerkolonie

Übersicht der interviewten Experten

1.	airbagcraftworks	Groß-Umstadt – Kleestadt	Paul David Rollmann
2.	Stadt Leipzig – Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung	Leipzig	Heike Will
3.	basis e. V.	Frankfurt am Main	Jacob Sturm
4.	bb22 architekten und stadtplaner	Frankfurt am Main	Ute Knippenberger
5.	BPW baumgart+Partner	Bremen	Frank Schlegelmilch
6.	Burg Giebichenstein – Hochschule für Kunst und Design	Halle (Saale)	Prof. Dieter Hofmann
7.	büro: abel, Unternehmensberatung	Essen	Bertram Abel
8.	Film- und Kinobüro Hessen e. V.	Darmstadt	Erwin Heberling
9.	GBO Offenbach	Offenbach	Wilfried Männche
10.	Goldman-Holding	Frankfurt am Main	Ardi Goldmann
11.	HausHalten e. V.	Leipzig	Tim Tröger
12.	hessen design e. V.	Darmstadt	Lutz Dietzold
13.	Hessisches Immobilienmanagement	Wiesbaden	Bernd Zahn
14.	Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz	Wiesbaden	Klaus Schüttler
15.	Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung	Wiesbaden	Rudolf Raabe
16.	Hochschule für Gestaltung	Offenbach	Prof. Heiner Blum
17.	ich war ein dirndl	Frankfurt am Main	Jutta Heeg
18.	IG Rote Fabrik	Zürich	Beat Güdel
19.	Kulturamt Neukölln	Berlin	Dr. Dorothea Kolland
20.	Kulturfabrik Salzmann e. V.	Kassel	Oliver Leuer
21.	KulturRegion Frankfurt RheinMain GmbH	Frankfurt am Main	Thomas Dörner Stephan Böhm-Ott Sabine von Bebenburg
22.	Kunst Raum MATO e. V.	Offenbach	Johannes Kriesche Miegu M. Syed Ralf Zoller
23.	Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren e. V. (LAKS)	Kassel	Bernd Hesse
24.	Stadt Frankfurt am Main – Liegenschaftsamt	Frankfurt am Main	Alfred Gangel
25.	MORGEN Fine furniture & Fine Arts	Frankfurt am Main	Gabriele Schirrmacher
26.	Musikfabrik ORWOhaus e. V.	Berlin	René Bohrenfeldt
27.	Neues Frankfurter Sinfonieorchester	Offenbach	Ralph Philipp Ziegler
28.	nt*/areal	Basel	Philippe Cabane
29.	Pixelgarten	Frankfurt am Main	Catrin Altenbrandt Adrian Nießler
30.	RAW-Tempel e. V.	Berlin	Andrea Taha
31.	SSW Schitto Schmodde Waack Werbeagentur GmbH	Frankfurt am Main	Martin Schitto
32.	Staatliche Schlösser und Gärten Hessen	Bad Homburg	Karl Weber
33.	Stadt Zürich – Stabsstelle Stadtpräsident	Zürich	Norbert Müller
34.	Steinbauer Immobilien KG	Wiesbaden	Andreas Steinbauer
35.	Universität Kassel / Projekt shrinking cities	Kassel	Prof. Philip Oswalt
36.	Urban Catalyst	Berlin	Klaus Overmeyer
37.	Cassel Creative Competence (ccc)	Kassel	Wesna Heinzig
38.	Visuelle Projekte	Wiesbaden	Leander Rubrecht
39.	Weber Networking GmbH	Frankfurt am Main	Joerg Weber
40.	Wiesbaden Inneres Westend – Quartierskuratorin	Wiesbaden	Rita Marsmann
41.	Stadt Wiesbaden – Wohnungsamt, Bauförderung, Bestandspflege und Stadterneuerung	Wiesbaden	Monika Fiala

Abgrenzung der Kulturwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigsystematik

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Musikwirtschaft
22	14	0	Verlag von bespielten Tonträgern
22	14	2	Musikverlag
36	30	0	Herstellung von Musikinstrumenten
51	18	3	Handelsvermittlung von Spielwaren und Musikinstrumenten
51	47	2	Großhandel mit Spielwaren und Musikinstrumenten
52	45	3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
92	11	6	Tonstudios
92	31	5	Selbständige Komponisten und Musikbearbeiter
22	31	0	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Literatur-, Buch- und Pressemarkt
22	11	1	Buchverlag (ohne Adressbuchverlag)
22	12	1	Verlag von Tageszeitungen
22	12	2	Verlag von Wochen- und Sonntagszeitungen
22	13	1	Verlag von Fachzeitschriften
22	13	2	Verlag von allgemeinen Zeitschriften
22	13	3	Verlag von sonstigen Zeitschriften
22	15	0	Sonstiges Verlagsgewerbe
22	21	0	Zeitungsdruckerei
22	22	0	Druckerei (ohne Zeitungsdruckerei)
22	23	0	Druckweiterverarbeitung
22	24	0	Satzherstellung und Reproduktion
22	25	0	Sonstiges Druckgewerbe
51	47	8	Großhandel mit Papier, Pappe, Schul- und Büroartikeln, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen
52	47	2	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften
52	47	3	Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
52	50	2	Antiquariate
71	40	3	Leihbüchereien und Lesezirkel
74	83	2	Übersetzungsbüros und Dolmetscher
92	31	6	Selbständige Schriftsteller
92	40	1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
92	40	2	Selbständige Journalisten und Pressefotografen
92	51	0	Bibliotheken und Archive

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Kunstmarkt
26	21	1	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
26	21	2	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Steingut, Steinzeug und Feinsteinzeug
26	21	3	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Ton sowie von Töpferwaren
26	70	1	Steinbildhauerei und Steinmetzerei
36	22	1	Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen
36	22	2	Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen und Edelmetallplattierungen
36	22	3	Herstellung von Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Tafelgeräte und Bestecke)
36	61	0	Herstellung von Phantasieschmuck
51	47	4	Großhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	48	2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
52	48	5	Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	50	1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
52	73	0	Reparatur von Uhren und Schmuck
74	20	6	Büros für Industrie-Design
74	40	1	Werbegestaltung
74	40	2	Werbemittelverbreitung und Werbemittlung
74	84	4	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u.ä. Design
92	52	1	Museen und Kunstausstellungen, Galerien
74	84	3	Versteigerungsgewerbe

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Film-, TV- und Videowirtschaft
24	64	0	Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen
24	65	0	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
32	30	0	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie phono- und videotechnischen Geräten
33	40	3	Herstellung von Foto-, Projektions- und Kinogeräten
51	18	1	Handelsverm. v. feinmechanischen, Foto- und optischen Erzeugnissen
51	47	7	Großhandel mit feinmechanischen, Foto- und optischen Erzeugnissen
52	45	2	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten
71	40	4	Videotheken
74	81	1	Fotografisches Gewerbe, Fotoateliers
74	81	2	Fotografische Laboratorien
92	11	0	Film- und Videofilmherstellung
92	12	0	Filmverleih und Videoprogrammanbieter
92	13	0	Filmtheater

ANHANG 3

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Film-, TV- und Videowirtschaft
92	20	1	Hörfunk- und Fernsehanstalten
92	20	2	Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
22	32	0	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
22	33	0	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
52	72	2	Reparatur von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst
55	40	3	Diskotheken und Tanzlokale
92	31	1	Theaterensembles
92	31	2	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre
92	31	3	Selbständige bildende Künstler
92	31	7	Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler
92	31	8	Selbständige Artisten
92	32	1	Theater- und Konzertveranstalter
92	32	2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen
92	32	3	Varietes und Kleinkunstabühnen
92	34	2	Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen, (Puppentheater, Wanderzirkus, Zirkusbetriebe, Schaustellung)
92	32	5	Technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen, (Vorverkauf, Theaterkassen)
92	33	0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks
92	34	1	Tanzschulen
92	72	2	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit (Besetzung von Rollen in Film- und Theaterproduktionen, Künstleragentur, Abrichtung Haustiere)

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			Kulturelles Erbe
28	52	3	Beschlag- und Kunstschmieden
36	63	7	Herstellung von Weihnachtsschmuck
73	20	2	Forschung und Entwicklung im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften
74	20	1	Architekturbüros für Hochbau und für Innenarchitektur
74	20	2	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
74	20	3	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
75	12	2	Öffentliche Verwaltung auf dem Gebiet der Bildung und Kultur
80	42	3	Selbständige Lehrer
91	33	1	Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur
92	31	4	Selbständige Restauratoren
92	52	2	Denkmalschutz

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Umsatzanteile der Kleinen Kulturwirtschaft an der Kulturwirtschaft insgesamt in Deutschland	31
Tabelle 2:	Übersicht Standorttypen, die Kulturwirtschaft und kreative Szene anziehen	39
Tabelle 3:	Zur Entwicklung anstehende Kasernenareale in Hessen als Beispiele für Großflächen (Typ A) – Auswahl	42
Tabelle 4:	Zu berücksichtigende Faktoren bei Zwischennutzungsvorhaben	81
Tabelle 5:	Übersicht der Instrumente im Vermittlungsprozess zwischen Eigentümer und Nutzer	89
Tabelle 6:	Organisationsformen von Nutzern, Eigentümern und Vermittlern	92
Tabelle 7:	Übersicht der Handlungsempfehlungen	148
Tabelle 8:	Anteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft Hessens in den Jahren 2000 bis 2006 in %	154
Tabelle 9:	Unternehmen, Umsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Zeitraum 2000 bis 2006 in der Kulturwirtschaft und in der Gesamtwirtschaft in Hessen (gerundete Werte)	155
Tabelle 10:	Anzahl der Unternehmen nach Teilmärkten	157
Tabelle 11:	Umsätze in den fünf umsatzstärksten Branchen der Kulturwirtschaft von 2000 bis 2006	160
Tabelle 12:	Beschäftigte in den fünf umsatzstärksten Branchen der Kulturwirtschaft in den Jahren 2000 bis 2006	163
Tabelle 13:	Umsätze in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft 2000, 2003 und 2006	165
Tabelle 14:	Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft in den Jahren 2000, 2002, 2004 und 2006	166
Tabelle 15:	Veränderung der Zahl der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler nach Teilbereichen in Hessen und auf Bundesebene 2006	170
Tabelle 16:	Durchschnittseinkommen der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler in Teilbereichen in Hessen im Jahr 2000, 2002 und 2004	171
Tabelle 17:	Umsatzentwicklung 2000 bis 2006 in der Werbe- und Designbranche unterschieden nach Wirtschaftszweigen	176
Tabelle 18:	Museen in den Bundesländern im Jahr 2005	178
Tabelle 19:	Umsatzentwicklung 2000 bis 2006 im Teilmarkt Film-, Video- und TV-Wirtschaft unterschieden nach Wirtschaftszweigen	183
Tabelle 20:	Wirtschaftliche Eckdaten Soziokultureller Zentren in Hessen 2000, 2002, 2004 und 2006	190
Tabelle 21:	Kulturausgaben des Landes Hessen im Jahr 2000, 2003 und 2006	197
Tabelle 22:	Direkte und indirekte Kulturförderung des Landes Hessen im Jahr 2000, 2003 und 2006	198
Tabelle 23:	Anteile von Land und Kommunen an den Kulturausgaben in Hessen von 2000 bis 2005	198

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Milieus nach Sociovision 2020	29
Abbildung 2:	Einkommenspyramide der Kulturwirtschaft	30
Abbildung 3:	Veränderung der Unternehmensstruktur in der Kulturwirtschaft	32
Abbildung 4:	„Kulturelle Sukzession“ in einem Stadtviertel	48
Abbildung 5:	Entwicklungsmodelle von Zwischennutzungen der Kulturwirtschaft in der Stadtentwicklung	49
Abbildung 6:	Übersicht der relevanten rechtlichen Anforderungen	80
Abbildung 7:	Gemeinnütziger Verein als „Treuhandler“	85
Abbildung 8:	Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung in der Kulturwirtschaft in Hessen 2000 bis 2006	156
Abbildung 9:	Umsatz der Gesamtwirtschaft und der Kulturwirtschaft in Hessen 2000 bis 2006	158
Abbildung 10:	Umsatzentwicklung der fünf umsatzstärksten Branchen der Kulturwirtschaft in Hessen von 2000 bis 2006	159
Abbildung 11:	Entwicklung der Beschäftigten in der Kulturwirtschaft von 2000 bis 2006	161
Abbildung 12:	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den umsatzstärksten Branchen von 2000 bis 2006	162
Abbildung 13:	Umsätze der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000 sowie 2003, 2005 und 2006 nach Teilmärkten	164
Abbildung 14:	Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft 2000 und 2006 (in %)	166
Abbildung 15:	Beschäftigtenentwicklung in den sechs Teilmärkten der Kulturwirtschaft seit 2000 (= 100)	167
Abbildung 16:	Zunahme der selbständigen Künstler nach Teilbereichen in Hessen und insgesamt auf Bundesebene	168
Abbildung 17:	Entwicklung der selbständigen Künstler in den Teilbereichen der KSK auf Bundesebene	169
Abbildung 18:	Entwicklung des Durchschnittseinkommens der freiberuflich tätigen Kulturwirtschaftler und selbständigen Künstler in Hessen nach Bereichen sowie auf Bundesebene 2000 bis 2006	171
Abbildung 19:	Anzahl der Museen pro 100.000 Einwohner nach Bundesländern im Jahr 2005	179
Abbildung 20:	Museumsbesuche pro Einwohner und Jahr nach Bundesländern 2005	180
Abbildung 21:	Ausstellungen pro Museum und Jahr nach Bundesländern 2005	181
Abbildung 22:	Übersicht Entwicklung der Kulturzentren in Hessen 2000 bis 2006	187
Abbildung 23:	Zusammensetzung der Beschäftigte der Soziokulturellen Zentren in Hessen 2006	188
Abbildung 24:	Einnahmestruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2006	191
Abbildung 25:	Kulturausgaben der öffentlichen Haushalte im Jahr 2000, 2002 und 2004	196
Abbildung 26:	Kulturförderung der öffentlichen Haushalte im Bundesländervergleich im Jahr 2000, 2002, 2004 und 2005	199

Literaturverzeichnis

- Abel, Bertram (2003): StartArt – Gründungsinitiative für Kunst und Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Aus: Kulturpolitische Mitteilungen. Zeitschrift für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft Bonn, Jahrgang 2003, Heft 102.
- Anschlaege.de (Hrsg.) (2007): Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin.
- Art for public (Kulturkommunikation & Marketing) (2007): Innerstädtische Brachflächen und ihre Reaktivierung. Koordinierendes Management und Marketing von Kulturquartieren und -standorten, Recherche & Exposé für ein internationales Symposium für die Landeshauptstadt Potsdam.
- Bauordnung des Landes Hessen, 2002. Online unter: www.wirtschaft.hessen.de/irj/HMWVL_Internet?cid=06330bb27aa071e04142c1e89df88dae
- Beyes, Timon/Keller, Holm/Libeskind, Daniel/Spoun, Sascha (Hrsg.) (2006): Die Stadt als Perspektive – Zur Konstruktion urbaner Räume, Ostfildern.
- Brech, Joachim (2001): Kunst im Wohngebiet. In: Die Wohnungswirtschaft 6/2001.
- Buchholz, Boris/Grothues, Jürgen (2007): Stärkung der Designwirtschaft, 15 Forderungen, November 2007 (Allianz Deutscher Designer e. V.). Online unter: www.agd.de.
- Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2006): Städtische Lebensräume der Zukunft – Zwischennutzung und neue Freiflächen, Bonn.
- Bundesministerium für Verkehr, Städtebau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2006): Stadtquartiere im Umbruch, Infrastruktur im Stadtbau – Chancen für neue Freiräume. Ein Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ (ExWoSt) des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung (BBR), Werkstatt: Praxis Heft 42, Bonn 2006.
- Bundesministerium für Verkehr, Städtebau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2007 a): Investitionsprozesse im Wohnungsbestand – unter besonderer Berücksichtigung privater Vermieter. In: Forschung Heft 129, Bonn.
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (Hrsg.) (2007 b): Berlin 2007. Baukultur als Wachstumsimpuls. Gute Beispiele für europäische Städte, Berlin.
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2007 c): Pressemitteilung Nr. 101/2007, 25. April 2007.
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (Hrsg.) (2007 d): Programme der Städtebauförderung, Merkblatt über die Finanzhilfen des Bundes, Berlin.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2001): Wirtschaftspolitik für Kunst und Kultur, Tipps zur Existenzgründung für Künstler und Publizisten, Berlin.
- Bündnis 90/Die Grünen – Bundestagsfraktion (2007): Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen, Berlin.
- Bürgin, Matthias/Cabane, Philippe (1999): Akupunktur für Basel. Zwischennutzung als Standortentwicklung auf dem Areal des DB-Güterbahnhofs in Basel, Juni 1999. Online unter: www.kantine.ch.
- Butzin, Bernhard u.a. (1996): Bedeutung kreativer Milieus für die Regional- und Landesentwicklung“ (Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 153), Bayreuth.
- Catalysts (2004): A Review of Organizations and Cities that Provide Cultural Infrastructure & Culture's Role in Supporting Economic and Cultural Tourism Development; Commissioned by: the Yukon Arts Centre Corporation, prepared by: Best Solutions, April 2004.
- Cliche, Danielle/Mitchell, Ritva/Wiesand, Andreas (2002): Creative Europe, Bonn.
- Creative Graz (2006): Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz, im Auftrag des Landesrates für Wirtschaft und Innovation, des Stadtrates für Wirtschaft, Tourismus und Sport, des Präsidenten der Wirtschaftskammer Steiermark. Hrsg: Sparte Information und Consulting der Wirtschaftskammer Steiermark, Oktober 2006.
- Dangschat, Jens S./Hamedinger, Alexander (Hrsg.) (2007): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen, Hannover.
- Delaney, Neeta (2004): Cultural Economic Development, A Practical Guide for Communities. Online unter: www.macao.com.
- DSSW-Studie: Leerstandsmanagement in Geschäftsstraßen. Online unter: [www.dssw.de/se_brach_0003.php?info\[searchstring\]=leerstandsmanagement](http://www.dssw.de/se_brach_0003.php?info[searchstring]=leerstandsmanagement).
- Ebert, Ralf/Kunzmann, Klaus R. (2007): Kulturwirtschaft, kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin. In: disp 4/2007, Zürich.
- Ebert, Ralf/Siegmann, Jörg (2003): Stadtkultur durch Kultur- und Freizeitviertel. Ein struktureller Ansatz zur Stärkung der Innenstädte von Mittelzentren. In: Jahrbuch Stadterneuerung 2003.
- Eißner, Christel/Heydenreich, Susanne (Hrsg.) (2004): Baulücke? Zwischennutzen! Ein Ratgeber für den Weg von der Brachfläche zur Stadttaoase, Bonn.
- Ertel, Rainer (2006): Daten und Fakten zur Kulturwirtschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ) 34-35/2006.
- Fesel, Bernd (2006): Der Kunstmarkt in Europa: Ein internationaler Boom und viele nationale Krisen, Bonn.
- Fesel, Bernd (2007 a): Kultur- und Kreativwirtschaft 2007, 8. Januar 2007, KIZ Kulturinformationszentrum des Deutschen Kulturrates und der ConBrio Verlagsgesellschaft. Online unter: www.nmz.de/kiz/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=14232.
- Fesel, Bernd (2007 b): Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen der Enquete-Kommission, Abschlussbericht „Kultur in Deutschland“. Online unter: www.kulturpolitik-kulturwirtschaft.de/.
- Florida, Richard (2002): The Rise of the Creative Class ... and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York.
- Florida, Richard (2005): Cities and the Creative Class. London, New York.
- Follath, Erich/Spörl, Gerhard (2007): Was Städte sexy macht. In: Der Spiegel 34/2007.
- Frey, Oliver (2008): Ein neuer Stadttypus in der Wissensgesellschaft: Die amalgame Stadt der kreativen Milieus. In: H-Soz-u-Kult, 15.09.2006. Online unter: <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/forum/id=795&type=diskussionen>.
- Friedrich-Naumann-Stiftung/Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.) (2007a): Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren, Jahrbuch Kulturwirtschaft 2006, Berlin.
- Friedrich-Naumann-Stiftung/Büro für Kulturpolitik und Kreativwirtschaft (Hrsg.) (2007b): Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa, Jahrbuch Kulturwirtschaft 2007, Berlin.
- Fritsch, Michael/Stützer, Michael (2007): Die Geographie der Kreativen Klasse in Deutschland. In: Raumforschung und Raumordnung 1/2007.
- Fromhold-Eisebith, Martina (1996): Das kreative Milieu – ein Förderer regionaler Technologietransfers? Erhebungsergebnisse aus den Regionen Aachen und Karlsruhe. In: Maier, Jörg (Hrsg.): Bedeutung kreativer Milieus für die Regional- und Landesentwicklung. Arbeitsmaterialien zur Raumplanung und Raumordnung, Heft 153, S. 39-56.
- Fromhold-Eisebith, Martina (2001): Kreatives Milieu. In: Brunotte, E. u. a. (Hrsg.): Lexikon der Geographie, Bd. 2, Heidelberg/Berlin: Spektrum Akademischer Verlag.
- Fuchs, Ulrich (2006): Kultur als Motor der Stadtentwicklung. In: XING 05/06.
- Glasgow: The Place, the People, the Potential. Glasgow's cultural strategy (2006). Online unter: www.glasgow.gov.uk.
- Gstach, Doris (2006): Freiräume auf Zeit, Zwischennutzung von urbanen Brachen als Gegenstand der kommunalen Freiraumentwicklung, Kassel.
- Haydn, Florian/Temel, Robert (Hrsg.) (2006): Temporäre Räume, Konzepte zur Zwischennutzung. Basel u. a.
- Heck, Astrid/Will, Heike (2007): Zwischennutzungen als Chance für neue innerstädtische Freiraumqualitäten. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 2007/1.
- Henning-Thurau, Thorsten/Henning, Victor/Sattler, Henrik (2007): Consumer File Sharing of Motion Pictures. In: Journal of Marketing, Vol. 71, October, S. 1-18. Online unter: www.uni-weimar.de/medien/marketing/www.moviesuccess.org.
- Hesse, Markus/Lange, Bastian (2007): Kreative Industrien, Magma und Mantra der Berliner Stadtentwicklung. In: Kommune 2/2007.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2003): Kulturwirtschaft in Hessen: 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, bearbeitet von Susanne Piesk und Bernd Werner, Hessen Agentur, Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2004): Gründerzentren für die Kulturwirtschaft – Analyse bestehender Ansätze, Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2005 a): Kultursponsoring und Mäzenatentum: 2. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, bearbeitet von Susanne Piesk und Regina Giebel, Hessen Agentur, Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2005 b): Stadtbau in Hessen – Bewerbungsunterlagen zum städtebaulichen Förderprogramm Stadtbau West, Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2007 a): Die Gamesbranche. Ein ernst zunehmender Wachstumsmarkt. In: Hessen-Media 59, Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (2007 b): Suboptimale Nutzungen lieben lernen – Ein Beitrag zur integrierten Stadtentwicklung in Hessen, bearbeitet von Henning Schwarting, Hessen Agentur und Klaus Overmeyer, Studio UC, Wiesbaden (unveröffentlicht).

- Hessisches Ministerium für Umwelt, ländlichen Raum und Verbraucherschutz (2008): Programm und Richtlinien zur Förderung der ländlichen Entwicklung in Hessen. Wiesbaden.
- Horx, Matthias (2006): Die kreative Ökonomie. In: Creative Graz.
- Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.): IAB Kurzbericht, Ausgabe Nr. 22 / 6.12.2006.
- Institut für Humangeographie der Johann Wolfgang Goethe Universität Frankfurt (2008): Kreativwirtschaftsbericht Frankfurt.
- Jeannotte, M. S./Williams, M. (2003): Creative Cities. The Role of Culture, Québec.
- Kolland, Dorothea (2007): Die „Neuköllner Leitlinien“. Interkulturelle Kulturarbeit in Berlin-Neukölln. In: Institut für Kulturpolitik (Hrsg.): Beheimatung durch Kultur. Kulturorte als Lernorte interkultureller Kompetenz, Essen.
- Krökel, Karin/Schwarting, Henning (2007): Forschungsprojekt „Suboptimale Nutzungen in der Stadt“, Band 1: Expertenworkshop am 6. November 2006, Wiesbaden (unveröffentlicht).
- Krökel, Karin/Schwarting, Henning (2007): Forschungsprojekt „Suboptimale Nutzungen in der Stadt“, Band 2: Ergebnisbericht, Wiesbaden (unveröffentlicht).
- KulturRegion Frankfurt RheinMain (Hrsg.) (2006): Route der Industriekultur Rhein-Main, Frankfurt.
- Kulturwirtschaft (2006). In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 34-35/2006.
- Kunzmann, Klaus R. (2004): Culture, Creativity and Spatial Planning, Liverpool.
- Kunzmann, Klaus R. (2006): Kulturwirtschaft und Raumentwicklung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 34-35/2006.
- Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultureller Zentren (LAKS): Newsletter 1/2005 und 11/2007.
- Landry, Charles/Bianchini, Franco (1995): The Creative City. Demos, London.
- Lau, Peter (2008): Ein Ort für die Zukunft. In: Brand Eins 08/2008.
- Liebmann, Heike/Robischon, Tobias (Hrsg.) (2003): Städtische Kreativität – Potenzial für den Stadtbau. Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung (IRS) und Schader-Stiftung, Erkner (b. Berlin).
- Löffel, Arne: Förderung der Kreativen, Union und SPD wollen die „Kulturwirtschaft“ voranbringen. Aus: Frankfurter Rundschau online vom 24.04.2007.
- Mandel, Birgit (2007): Die neuen Kulturunternehmer. Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien. Bielefeld.
- Marlet, Gerard/van Woerkens, Clemens (2004): Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities. In: Tjalling C. Koopmans Research Institute, Discussion Paper Series nr: 04-29, Utrecht.
- Merkel, Janet (2006): Kreativökonomien, Produktionscluster, Stadt Berlin.
- Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg in Zusammenarbeit mit TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.) (2005): Leitfaden Kulturtourismus im Land Brandenburg, Potsdam.
- Mundelius, Marco u. a. (2006): Die Bedeutung der Kulturwirtschaft für den Wirtschaftsstandort Pankow, DIW, Berlin.
- O. A. (2006): Kultur lockt auch Investoren an. In: Immobilienmarkt - Verlagsbeilage zur Frankfurter Allgemeinen Zeitung, 10.03.2006. Online unter: www.faz.net/Dynamic/Verlagsbeilage/VB_Immo_Mipim.pdf.
- Oswalt, Philipp (2002): Die Stadt stimulieren. Standortentwicklung mit kapitalschwachen Akteuren und temporären Programmen. In: Werk, Bauen, Wohnen, 6/2002.
- Overmeyer, Klaus (2004): Stadtentwicklung ohne Städtebau. In: Entwurf und Strategie im urbanen Raum: Die Programmlose Stadt, Zürich.
- Overmeyer, Klaus (2004): Stadtentwicklung ohne Städtebau. In: Christiaan, Kees: Entwurf und Strategie im urbanen Raum: Die Programmlose Stadt. Textsammlung zur Vorlesungsreihe 2003/2004 an der Professur für Architektur und Städtebau, ETH Zürich. Zürich.
- Palmer, Robert (2003): Creative Cities: The Role of Culture, Québec.
- Piñçon, Michel/Piñçon-Charlot, Monique (2004): Sociologie de Paris, Paris.
- Piesk, Susanne/Werner, Bernd (2003): Kulturwirtschaft in Hessen – 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.
- Piesk, Susanne/Giebel, Regina (2005): Kultursponsoring und Mäzenatentum in Hessen – 2. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht. Hrsg.: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Wiesbaden.
- Pisano, Hortense (2004): „Das Salz in der Suppe“ Kunst als Zwischenlösung für Ateliers und für neue Projekträume in Frankfurt und Offenbach. In: art kaleidoscope 2/2004. Pressemitteilung HMWVL vom 19.12.2007 – www.hmulv.hessen.de/.
- Public Paradise (2007): Kulturelle Wanderungen in urbanen Zonen, Dokumentation der dritten Tagung „Public Paradise“ am 13. Mai 2007 in Thun, Zürich.
- Punkt (2005), Das Magazin aus Berlin für den EU-Arbeitsmarkt und die Förderung durch den Europäischen Sozialfonds (2005): Kulturwirtschaft – Wachstumsmotor für Berlin, 14. Jg., Berlin.
- Rada, Uwe: Zwischenutzung als Chance und Dilemma. In: taz, 4.4.2005.
- Roney, Maya: America's Best Places for Artists. In: Business Week, 07.02.2007.
- Roney, Maya: Bohemian Today, High-Rent Tomorrow. In: Business Week, 26.02.2007.
- Russo, Antonio/Van der Borg, Jan (2006): New culture-oriented Economic Development Trajectories: The Case Study of Four Dutch Cities. In: Working Paper Department of Economics, University of Venice.
- Schader-Stiftung (2007 a): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Eschwege vom 23./24. Mai 2007.
- Schader-Stiftung (2007 b): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Frankfurt am Main am 26./27. Juni 2007.
- Schader-Stiftung (2007 c): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Gießen am 30./31. August 2007.
- Schader-Stiftung (2007 d): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Hanau am 27./28. September 2007.
- Schader-Stiftung (2007 e): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Kassel am 25./26. Oktober 2007.
- Schader-Stiftung (2007 f): „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“, Dokumentation des Workshops in Wiesbaden am 29./30. November 2007.
- Schäppi, C. (2006): Vom Sorgenkind zum Kulturtreffpunkt. In: Forum, Heimatschutz Sauegarde 2/2006.
- Sailer, Ulrike/Fischer, Christian/Papenheim, Dominik/Matatko, Anja (2007): Kreativwirtschaft in Offenbach. Gutachten im Auftrag der Stadt Offenbach.
- Schilling, Konrad A. (Hrsg.) (2007): Kulturmetropole Ruhr Perspektivplan II, Essen. Online unter: www.essenhyp.de.
- Schneider, Ulrich (2007): Frankfurter Museumsufer. In: Deutschland einmalig. In: IHK-Wirtschaftsforum 07-08/2007.
- Schütz, Dirk (2003): Netzwerkorganisationen und Networking – Kulturwandel durch Netzwerke. In: Handbuch Kulturfinanzierung. Berlin/Stuttgart.
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (Hrsg.) (2007): Urban Pioneers Berlin: Stadtentwicklung durch Zwischennutzung.
- Smith, N. (1996): The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City. London, New York.
- Söndermann, Michael (2004): Kulturberufe, Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturbereich in Deutschland 1995-2003. Bonn.
- Söndermann, Michael (2007 a): Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007. Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen. Herausgegeben von Bündnis 90/Die Grünen, Berlin.
- Söndermann, Michael (2007 b): Kulturwirtschaft: was ist das? In: Friedrich-Naumann-Stiftung (Hrsg.): Kulturwirtschaft 2006. Kultur und Kreativität als neue Wirtschaftsfaktoren, 3. Jahrestagung Kulturwirtschaft. Berlin.
- Stadt Frankfurt am Main (2007): Stadtbau in Hessen.
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) (2006): Kulturfinanzbericht 2006, Wiesbaden.
- Statistischer Jahresbericht 2006 des Bundesverbands Druck und Medien (bvdm)
- Terkessid, Mark (2007): Über Geld reden. In: Anschlaege.de (Hrsg.): Plan B, Kulturwirtschaft in Berlin.
- Veser, Thomas: Akupunktur für Basel. In: Forum Heimatschutz Sauegarde 2/2006.
- Weber, Joerg: Creative Class – Talent, Technologie, Toleranz, Weber Networking. In: IHK WirtschaftsForum 07-08/2006.
- Weih, Jürgen (2002): Tacheles. Ewige Gratwanderung zwischen Größenwahn und Pleite, Selbstverwaltung und Bürokratie. In: Informationsdienst Soziokultur Nr. 49-50.
- Wilson, Nicholas/Stokes, David (2002): Cultural entrepreneurs and creating exchange, Kingston University.
- Wohn- und Arbeitsstandorte für Künstler in Hessen (2003): Projektskizze auf Basis des Gesprächs am 12.12.2003, Institut für Wohnen und Umwelt, Darmstadt.
- Zwischenbericht (05/06): Kapitel 8: Theorie: Zwischennutzung. In: www2.tu.berlin.de/~isr/fachgebiete/stadterneuerung/Downloads/Projekt%20GS%20Gleisdreieck%2005_06/Gleisdreieck%20ZB%20Kapitel%2008.pdf.

„Glossar“ Kultur- und Kreativwirtschaft

Anschubmixturen	Mischung verschiedener Förderungen und Geldquellen zur Existenzsicherung in kreativen Milieus	Open-source-Urbanismus	Stadtentwicklung als Erprobungsraum
Bastelökonomie	Unternehmen der Kreativwirtschaft, die mit Anschubmixturen funktionieren	Organische Stadtentwicklung	Gegenstück zur linearen und geplanten Stadtentwicklung
Buzz	Erreichte Kritische Masse an kreativen Akteuren	Parallelexistenz	Aufbau einer kulturwirtschaftlichen Zweitexistenz neben dem normalen Job
Culturepreneur	Unternehmer im Kulturbereich	Patchworkeinkommen	Einkommen, das sich aus unterschiedlichsten Teileinkommen zusammensetzt
counter-culture	Antikapitalistische Gegenkultur	Patchworkbiografie	Lebenslauf mit sehr verschiedenen und vielfältigen Lebensabschnitten
Digitale Bohème	Akteure der Kreativwirtschaft, die ihre Leistungen und Produkte via Internet anbieten	Pioniergewächse	Kulturschaffende und Zwischennutzer auf noch nicht entwickelten Brachen bzw. Liegenschaften
Dreifelderwirtschaft	Regelmäßiges gewolltes Liegenlassen von Brachen im Stadtraum	Pionierparcour	„Weg“ durch ein Industriegelände mit unterschiedlichen Stationen für temporäre Aktivitäten
Dschungelförderung	Förderung der unübersichtlichen kreativen Szene	Prärie-Stadt	Stadtgefüge mit speziell gestalteten Freiflächen, um Nutzungspotenziale aufzuzeigen
Experimentalisten	Individualistische, spontane, tolerante, weniger vom rein materiellen Erfolg überzeugte junge Gesellschaftsschicht	Projektwirtschaft	Alternative zu einer stetigen Dienstleistung
Fußmarsch durch die Zeitlücke	Zwischennutzungsprozess	Prosuming	Der Konsument ist Teil des Produkts (Zusammensetzung aus product und consuming)
hedonic price methods	Wertsteigerung von Gebäuden u. Grundstücken im Umfeld von kulturellen Leuchttürmen in städtischen Quartieren	Prosumer	Kulturkonsument, der gleichzeitig auch Kulturproduzent ist
Humus	Kulturschaffende und Zwischennutzer auf noch nicht entwickelten Brachen bzw. Liegenschaften, durch die Kultur- und Lebensvielfalt gedeiht	public paradise	Fläche oder Standort, den die Bürger schätzen und gerne aufsuchen
Hybride Räume	Nicht eindeutig klassifizierbare Räume, weder hinsichtlich der Nutzungen, noch der städtebaulichen Gestalt oder ihrer Entwicklungsperspektiven	Raumpioniere	Kreativer Entdecker und Besiedler von „Räumen“ im Stadtgefüge
informelle Ökonomien	Wirtschaft abseits des marktwirtschaftlichen Rentabilitätsdrucks	Schlüsselagenten	„Superkümmerer“
Inselurbanismus	Stadtflächen, die räumlich gesehen zwischen lukrativen Projekten liegen	Stadtrendite	Mehrwert für die Stadtentwicklung
interkultureller Abstellplatz	Standort, der von verschiedenen Kulturen zwischengenutzt wird	statement-making	Botschaft öffentlich verankern
Kapitalurbanismus	Kapitalintensive und lukrative städtebauliche Projekte	sticky places	Dreh- und Angelpunkte von Kommunikation und Innovation
Kulturalisierung der Ökonomie	Gegenstück zu Ökonomisierung der Kultur	Störstelle Gebäudeleerstand	Ungenutzte Gebäude als städtische Fehlentwicklung
Kümmerei	Institution zur Rund-um-Betreuung Kulturschaffender	third places	Cafés, Szenelokale etc., die von den Gästen tlw. als „Arbeitsplatz“ benutzt werden
kulturelle Sukzession	Abfolge kulturwirtschaftlicher Unternehmen mit unterschiedlichem Professionalisierungsgrad	Trüffelschweine	Kulturschaffende in der Stadtentwicklung
Kultursiedler	Raumpionier aus dem kulturwirtschaftlichen Sektor	Urban catalysts	Kulturschaffende in der Stadtentwicklung
Lock-in-Effekt	Man richtet sich (auf niedrigem Niveau) in der Förderung ein und schaltet einen Gang herunter	urbane terrae incognitae	Unbekannte städtische Gebiete
Main-stream-Ökonomie	Klassische Branchen der Wirtschaft	Urbane Penner	Die Akteure der Kreativwirtschaft
milieukonforme Äußerung	Meinungsäußerung mit Rücksicht auf die jeweilige Szene, in der sie geschieht	Urbanism light	Recycling von vorgefundenen Räumen und Materialien – Nutzungsrealisierung mit minimalen physischen Eingriffen
Möglichkeitsräume	Erprobungsräume, Experimentierflächen	von Hype zu Hype	Von einem Quartier, in dem es brodelte, wo es gerade „abgeht“, ... ins nächste
Multijobber	Pioniere mit Gespür für Trends am Arbeitsmarkt	Wunschproduktion	Ideenwerkstatt
Netzwerkkapital	Mehrwert, den individuelles Kapital bildet, wenn Individuen in Netzwerken zusammenarbeiten	Wurstelpark	Schweizer Bezeichnung für ein Gründerzentrum für kultur- und sozialwirtschaftliche Start-up-Unternehmen
		Zeitgeistsurfer	kurzlebige Trendsetter, die mit viel Show und richtigem Timing auf jeder Modewelle reiten



Verwendung

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben.

Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und Wahlbewerbern, Wahlhelferinnen und Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Europa-, Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Druckschrift dem Empfänger zugegangen ist.

Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

HESEN



schader stiftung

| gesellschaftswissenschaften < > praxis

Hessisches Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
www.wirtschaft.hessen.de

Schader-Stiftung
Karlstraße 85
64285 Darmstadt
www.schader-stiftung.de

Hessisches Ministerium für
Wissenschaft und Kunst
Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Rheinstraße 23-25
65185 Wiesbaden
www.hmwk.hessen.de

HA Hessen Agentur GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 38-42
65189 Wiesbaden
www.hessen-agentur.de

