

Brammer, Maike

Book Part

Innovative Raumnutzung - Zwischennutzungsmodelle in der Kreativwirtschaft

Provided in Cooperation with:

ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft

Suggested Citation: Brammer, Maike (2009) : Innovative Raumnutzung - Zwischennutzungsmodelle in der Kreativwirtschaft, In: Dannenberg, Peter Köhler, Hadia Lang, Thilo Utz, Judith Zakirova, Betka Zimmermann, Thomas (Ed.): Innovationen im Raum - Raum für Innovationen: 11. Junges Forum der ARL, 21. bis 23. Mai 2008 in Berlin, ISBN 978-3-88838-348-9, Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, pp. 169-175

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/59427>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Maike Brammer

Innovative Raumnutzung – Zwischennutzungsmodelle in der Kreativwirtschaft

Gliederung

- 1 Einleitung
- 2 Das Neuköllner Reuterquartier – Raumressourcen und ihre Nachfrage
- 3 Zwischenutzungsmodelle zur Förderung innovativer Milieus
- 4 Projektergebnisse
- 5 Fazit

Literatur

1 Einleitung

Der seit geraumer Zeit zu beobachtende ökonomische und soziale Strukturwandel bedeutet für die Raumentwicklung tief greifende Veränderungen. Innovative Planungsprozesse sind nötig, um den Anforderungen sich transformierender Städte gerecht zu werden. Kürzer werdende Planungszyklen und schrumpfende Räume verlangen nach flexiblen und kreativen Antworten. Neben den klassischen Instrumentarien der Stadtentwicklung gewinnen deshalb „unkonventionelle“ Ansätze an Bedeutung.

Im fortwährenden Wandel zwischen Wachstum und Schrumpfung nimmt die Anzahl temporärer Raumnutzungen beständig zu. Als Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung prägen sie immer häufiger den Zeitgeist und das Gesicht unserer Städte. Besonders verbreitet sind Zwischennutzungen¹ dabei im Bereich der Kulturwirtschaft. Geprägt durch Richard Floridas Studien (Florida 2002; Florida 2005) hat dieser Wirtschaftszweig in den letzten zwei Jahrzehnten in der Stadtentwicklung und Stadtforschung großes Gewicht erlangt. Kulturwirtschaft wird als Standortfaktor angesehen, der Identität, Image und Arbeitsplätze schafft und der sich neben der räumlichen Clusterung insbesondere durch innovative Netzwerke auszeichnet. Wie wirtschaftsgeographische Studien herausstellen, bilden die entsprechenden Milieus zudem eine wichtige Voraussetzung für das Wachstum innovativer Firmen (Schätzl 2003). Gerade für nicht prosperierende und marginalisierte Stadtquartiere gilt die Kulturwirtschaft mit all ihren Facetten deshalb als großer Hoffnungsträger.

Es stellt sich die Frage, wo diese innovativen Milieus bzw. Räume zu finden sind? Lassen sie sich steuern oder gar planen? Und sind sie geeignet, einen Teil der vielschichtigen Probleme zu lösen, denen sich unsere Städte heute ausgesetzt sehen? Erste Antworten auf diese Fragen liefert ein Pilotprojekt, das 2005 im Berliner Stadtteil Neukölln initiiert wurde.

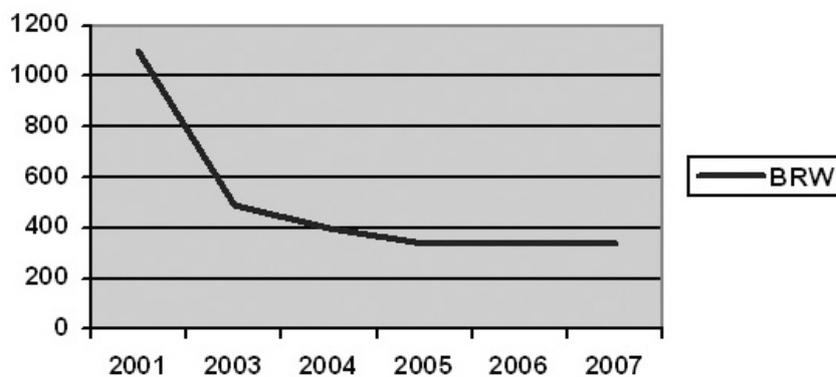
¹ Der Begriff Zwischennutzung ist nicht eindeutig und abschließend definiert. Es bezeichnet im Allgemeinen die spontane und befristete Nutzung von brach gefallenen Grundstücken und leer stehenden Objekten. Das Provisorium kann auch in eine Dauernutzung übergehen.

2 Das Neuköllner Reuterquartier – Raumressourcen und ihre Nachfrage

Als „Rütli-Kiez“ sorgte der Neuköllner Problemkiez Reuterquartier im Jahr 2006 bundesweit für Negativ-Schlagzeilen. Ziel des Projekts war es, mit dem Instrument der Zwischennutzung von leer stehenden Ladenlokalen wirtschaftliche, soziokulturell wirksame und nachhaltige Effekte für das Quartier zu erzeugen. Zu Projektbeginn stellte deshalb das schlechte Image des Quartiers eine der größten Herausforderungen dar. Weitere Probleme, die sich auch in den sinkenden Bodenrichtwerten widerspiegeln (vgl. Abb. 1), ergaben sich aus dem hohen Leerstand, der geringen Aufenthaltsqualität und den Sozialstrukturen: Etwa 35% der Bewohner sind von Transferleistungen abhängig, und rund 30% haben einen Migrationshintergrund. Trotz alledem bildet der Kiez einen idealen Nährboden für die kreative Entwicklung innovativer Milieus. Durch die Vielzahl von Leerständen in Erdgeschosszonen und Gewerbehöfen bietet er in innerstädtischer Lage ein großes Angebot an preiswerten und individuellen Raumressourcen. Seine unmittelbare Nähe zum Landwehrkanal, die gute Verkehrsanbindung und die für Berlin typische dicht bebaute gründerzeitliche Altbaustruktur mit ihren Gewerbehöfen verleihen dem Quartier zusätzliche Attraktivität. Auch Standortfaktoren wie ein tolerantes Umfeld und kulturelle Vielfalt machen das Quartier interessant für die Ansiedlung von Kreativen (vgl. Florida 2005).

Abb. 1: Veränderung der Bodenrichtwerte im Reuterquartier

Veränderung des Bodenrichtwertes (BRW)
von 2001 bis 2007 (in Euro/m²)



*keine Angaben in 2002

Quelle: Zwischennutzungsagentur

Die berlinweite Nachfrage nach kreativen, preisgünstigen und flexiblen Räumen von Seiten der wachsenden Kulturwirtschaft kommt dem innerstädtischen Quartier zugute. Die deutsche Hauptstadt wird zunehmend zum internationalen Anziehungspunkt für kreative und junge Menschen. Gemeinsam mit Hamburg verfügte Berlin im Jahr 2005 im bundesweiten Vergleich mit etwa 19% der Erwerbstätigen über die größte Anzahl an kreativen Arbeitskräften, wie das Berliner Institut für Bevölkerung anhand von Floridas Kriterien Technologie, Talente und Toleranz ermittelte (Kröhnert/Morgenstern/Klingholz 2007: 12). Acht Milliarden Euro Umsatz und damit etwa 11% des städtischen Bruttoinlandsproduktes erwirtschafteten die Berliner Kreativunternehmer im gleichen Jahr. Die Branche gliederte sich dabei in etwa 21.000 größtenteils

klein- und mittelständische Firmen, wobei – wie in ganz Deutschland – die Mikrounternehmen² eine besondere Rolle spielten (Lange 2007).

Die Literatur bietet mittlerweile eine breite Palette unterschiedlicher Begriffe und Definitionen von Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft, Culture Industries oder Creative Industries. Im Folgenden werden die Entwicklungen im Neuköllner Quartier gemäß der Definition des Kulturwirtschaftsberichtes zusammengefasst. Dieser geht beim Begriff der Kulturwirtschaft von folgenden Teilmärkten aus (Fasche/Mundelius 2008: 12):

- Musikwirtschaft
- Buch- und Pressemarkt
- Kunstmarkt
- Film- und Fernsehwirtschaft
- Architektur und kulturelles Erbe
- Werbung
- Softwareentwicklung, Datenbankanbieter, Telekommunikation
- Darstellende Kunst

3 Zwischennutzungsmodelle zur Förderung innovativer Milieus

Um die aufgezeigten Potenziale zu nutzen, wurde Anfang 2005 im Auftrag des Quartiersmanagements im Reuterquartier von der Zwischennutzungsagentur (ZNA) ein innovatives Leerstandsmanagement entwickelt. Die Ansiedlungsstrategie verknüpfte das Instrument der Zwischennutzung mit den Raumansprüchen und den Netzwerkeffekten der Kreativbranche und förderte dadurch die Entstehung innovativer Räume. Das Projekt „Gewerbeleerstand als Ressource“, das aus dem Europäischen Strukturfonds „Soziale Stadt“ finanziert wurde, hatte eine maximale Laufzeit von drei Jahren.

Die erste Leerstandsanalyse ergab eine Anzahl von ca. 130 leer stehenden Gewerbeeinheiten in den Erdgeschosszonen und Gewerbehöfen auf einer Fläche von 70 ha (vgl. Abb. 2). Um die perforierte Quartiersstruktur wiederzubeleben, dabei aber keine gezielte Steuerung der Ansiedlung zu verfolgen, sondern Ziele der partizipatorischen Stadtentwicklung auf lokaler Ebene in den Vordergrund zu stellen, wurden folgende Ziele gesetzt:

- Netzwerkaufbau und Beratung der Immobilieneigentümer in Bezug auf soziales Milieu, Potenzial neuer Märkte und Corporate Social Responsibility³,
- die Ansiedlung von Mikrounternehmen und die Erschließung neuer Tätigkeitsmärkte,
- eine umfassende Beratung der Nutzungsinteressenten in Bezug auf Standort, Immobilie, Nutzungskopplungen und Netzwerke,
- langfristige Unterstützung eines Imagewandels des Quartiers.

² Mikrounternehmen oder Kleinstunternehmen sind Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten, deren Jahresumsatz 2 Mio. Euro nicht übersteigt.

³ Unter Corporate Social Responsibility wird die unternehmerische Sozialverantwortung verstanden. Sie bezeichnet den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Abb. 2: Ladenleerstand in der Bürknerstraße zu Projektbeginn 2005



Quelle: Zwischennutzungsagentur

Zur Umsetzung ihrer Ziele hat die Zwischennutzungsagentur ein Konzept für ein umfassendes Leerstandsmanagement entwickelt, dessen wichtigste Bausteine im Folgenden kurz skizziert werden:

Cluster und Kooperationsstrukturen als Schlüssel für eine innovative Quartiersentwicklung

Auf der lokalen Handlungsebene dienen strategische Überlegungen zu Clusterstrukturen und Wettbewerbsvorteilen dazu, zum einen die angesiedelten Unternehmen langfristig in die ökonomische Tragfähigkeit zu überführen. Zum anderen bieten diese Strukturen gute Voraussetzungen, um lose Netzwerke und Kooperationen aufzubauen. Die Entwicklung und Konzeption von Mikrostandorten ist ein wichtiges Instrument, um wettbewerbsfähige Umfeldbedingungen zu schaffen (vgl. Abb. 3). Ein dichtes räumliches Netz an Nutzern wird durch die kompakte Ansiedlung in unmittelbarer Nähe zueinander aufgebaut (vgl. Meyer-Stamer 2000).

Abb. 3: Neue Nutzungen am Mikrostandort Bürknerstraße 2007



Quelle: Zwischennutzungsagentur

Einbindung der Eigentümer als wichtige Voraussetzung

Nach der immobilienwirtschaftlichen Neustrukturierung in den 1990er Jahren sind die ansässigen Eigentümer (größtenteils alteingesessene Einzeleigentümer) nur zögerlich bereit, ihre Mieterwartungen preislich und inhaltlich auf die Nachfrage aus dem kulturwirtschaftlichen Bereich einzustellen. Die Eigentümer müssen deshalb beraten werden, was seitens der Zwischennutzungsagentur auf mehreren Ebenen geschieht:

- Aufklärung über neue Tätigkeitsmärkte und damit verbundene informelle Arbeitsstrukturen und unkonventionelle Lebensweisen,
- Anpassung der Mieterwartungen an den Markt und an die Nachfrage,
- Aushandlung von günstigen und flexiblen Startbedingungen.

Notwendigkeit einer umfassenden Marketingstrategie

Von Projektbeginn an wurde Öffentlichkeitsarbeit auf lokaler und regionaler Ebene betrieben, um auf die vielfältigen Raum- und Netzwerkpotenziale im Reuterquartier aufmerksam zu machen. Eine breite Medienberichterstattung über die kreative Szene in Neukölln konnte auf diese Weise geweckt werden. Darüber hinaus waren es vor allem die ersten Ankermieter aus den Bereichen Kunst, Design und Medien, denen eine Art Inkubatorfunktion zukam, indem sie andere Nutzergruppen, darunter zunehmend auch internationale Akteure, anzogen.

Erfassung des Raumbedarfs und Beratungsarbeit bei den Nutzungsinteressenten

Die kreativen Akteure suchen Geschäftsräume häufig im unmittelbaren Wohnumfeld oder direkt als Atelierwohnungen, in denen Wohnen und Arbeiten verbunden werden kann. Kurze Wege, die Nähe zu Nutzungsgemischten Strukturen und ein tolerantes und heterogenes Milieu spielen für die Nutzer eine wichtigere Rolle als repräsentative Lagen. Wer ins Reuterquartier kommt, hat Ideen und keine Standortanalysen. Die Nutzungsansprüche der Interessenten, welche zum größten Teil aus der Kreativwirtschaft kommen, sind zunächst kurz- bis mittelfristiger Natur. Sie entwickeln bei ihrer Raumsuche neue Prinzipien und Muster, denen Rechnung getragen werden muss. Der Raumbedarf auf Seiten der Nutzungsinteressenten wird deshalb systematisch erfasst und außerdem ihre wirtschaftliche Situation eingehend analysiert. Gegebenenfalls wird dabei auch die Expertise von externen Beratern (Existenzgründerberatung, Wirtschaftsförderung) herangezogen. Auf der Angebotsseite wird auf die Ansprüche der Kreativen mit flexiblen Raumnutzungsmodellen reagiert. Drei Varianten finden dabei derzeit Anwendung, wobei die Übergänge zu zeitlich befristeten oder dauerhaften Mietverhältnissen fließend sind:

- **Starternutzung:** Neu gegründete Unternehmen, Projekte und Vereine verstehen die Phase der Nutzung zunächst als Probelauf, nach erfolgreichem Abschluss dieser Phase werden sie zum Dauernutzer.
- **Interimsnutzung:** Der Standort wird für eine vorher abgegrenzte Dauer für eine temporäre Nutzung zur Verfügung gestellt.
- **Eventnutzung:** Ausstellungen, besondere zeitlich befristete Ereignisse (etwa Festivals, Dreharbeiten, Messen).

Look and feel als Standortfaktor

Der von Helbrecht (1999) beschriebene „Look and feel“-Faktor spielt bei der Raumsuche eine entscheidende Rolle. Bei diesem Standortfaktor geht es weniger um einen analytisch beschreibbaren Faktor, sondern vielmehr um den konkreten „Wohlfühlfaktor“ vor Ort. Der Standort wird also ganz subjektiv nach dem Betrachten (look) und dem Erleben (feel) bewertet (Helbrecht 1999: 214). Aus dieser Überlegung heraus wurden moderierte Objektbegehungen durchgeführt, um Raumressourcen und Raumsuchende zu verknüpfen und Mikrostandorte zu erschließen. Darüber hinaus wurden auch relationale wirtschaftsgeographische Ansätze (vgl. Bathelt/Glückler 2002) bei der Konzeption des Projekts berücksichtigt. Die Menschen haben die Möglichkeit, sich bei einer Begehung zu vernetzen, das Quartier kennenzulernen und interessante Nutzungskopplungen herzustellen. Die soziale Einbettung und die Verankerung im Quartier werden somit gestärkt, was wiederum Auswirkungen auf das ökonomische Handeln der Akteure hat.

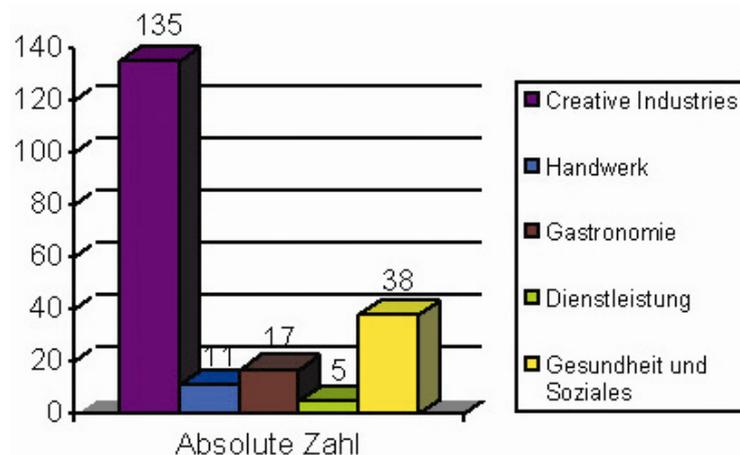
Unterstützung von Netzwerkbildung

Generell handelt es sich bei der Herausbildung von Netzwerken nicht um einen Selbstläufer. Sie wurde daher gezielt durch die Zwischennutzungsagentur unterstützt. Zunächst dienten Vernetzungstreffen mit gemeinsamen Aktionen (Adventskalender, WM-Studios, Verkaufssonntage) als Kommunikationstool und als Austauschforum. Sie vereinfachten nicht nur die Marktbedingungen der Mikrounternehmen, sondern stärkten darüber hinaus auch deren Innovationskraft. Als zusätzliches Forum des Austauschs und des Aufbaus von Kooperationsnetzen wurden nach dem zweiten Projektjahr in Zusammenarbeit mit der Neuköllner Wirtschaftsförderung branchenspezifische Workshops etabliert.

4 Projektergebnisse

In den drei Jahren Projektlaufzeit wurden 56 Gewerbeeinheiten reaktiviert, wobei in 16 Gewerbeeinheiten sogenannte Nutzungskopplungen (durch die Zwischennutzungsagentur vernetzte Akteure) entstanden sind. In der Summe entspricht dies einer Gesamtfläche von ca. 6.000 qm. Insgesamt konnten 195 Nutzer erfolgreich vermittelt werden, und es sind ca. 200 Arbeitsplätze im Quartier entstanden. 66% der Arbeitsplätze kommen aus dem Bereich der Creative Industries, ein weiterer großer Anteil entfällt auf soziale und gesundheitsbezogene Dienstleistungen (vgl. Abb. 4). Rund 30% der Unternehmensansiedlungen sind nicht-deutscher Herkunft (ethnische Ökonomien), 36% der Gründungen erfolgten durch Frauen. Bei der Hälfte aller angesiedelten Nutzer handelt es sich um Quartiersanwohner.

Abb. 4: Arbeitsplätze in den einzelnen Sektoren 2007



Quelle: Zwischennutzungsagentur

Von den diversen Ansiedlungsmodellen der Zwischennutzung erfährt die Starternutzung mit 84 % den größten Zuspruch. Weitere 9% entfallen auf Interimsnutzungen, 7% auf Eventnutzer. Starternutzer implizieren einen längerfristigen Verbleib ihrer Unternehmung. Sie sind jedoch auf neue und flexible Mietvertragsverhältnisse angewiesen. Es zeigt sich, dass für kurz- und mittelfristige Raumannsprüche der Kulturwirtschaft die Starternutzungen einen idealen Einsteig bieten. Die Erfolge der Reaktivierung des Leerstands durch die Ansiedlung der Kulturwirtschaft im Reuterquartier sind am ersten Mikrostandort (Bürknerstraße) am deutlichsten zu erkennen. Hier etablierte sich ein Design-Cluster mit einem Schwerpunkt auf Mode, Kunst und Design. Viele Unternehmensgründer im Quartier verfolgen neben den ökonomischen auch soziale oder kulturelle Ziele. Engagement und soziale Verantwortung der Akteure fördern insbesondere in einem marginalisierten Stadtquartier die Milieueinbindung sowie die sozioökonomische Inwertsetzung. Ein wichtiger Baustein zum Projekterfolg war die breite Vernetzung und Kooperation der Agentur mit den im Quartier verorteten und den berlinweiten Akteuren.

5 Fazit

Das Beispiel Reuterquartier zeigt, dass mit dem Instrument Zwischennutzung und einer vor Ort beauftragten Koordinierungsstelle wirtschaftliche und soziokulturell wirksame Entwicklungseffekte erzeugt werden können. Mit Hilfe eines gezielt eingesetzten integrierten und partizipatorischen Stadtentwicklungsansatzes konnten zudem Segregationsprozesse vermieden werden. Wie auch Florida (2005: 36) feststellt, sind die Kreativen auf der Suche nach Räumen, die ihnen die Möglichkeit geben, ihr kreatives Potenzial zu entfalten. Diese Raumressourcen sind in innerstädtischen Quartieren, wie dem Reuterquartier zu finden. Für eine ganzheitliche und nachhaltige Quartiersentwicklung müssen in diesem urbanen Kontext von Kreativität und Innovation auch soziale, wirtschaftliche und kulturelle Prozesse berücksichtigt werden. Dabei lautet die entscheidende Frage, wie das richtige und lokale Klima für eine innovative Quartiersentwicklung geschaffen und wie diese Entwicklung durch planerische (un)konventionelle Instrumente vorange- trieben werden kann.

Literatur

- Bathelt, H.; Glückler, J. (2002): Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. Stuttgart.
- Fasche, M.; Mundelius, M. (2008): Kreativ wirtschaften. Kreativwirtschaft in Berlin am Beispiel von Friedrichshain-Kreuzberg. Berlin.
- Florida, R. (2002): The rise of the creative class. New York.
- Florida, R. (2005): Cities and the creative class. New York.
- Helbrecht, I. (1999): Die kreative Metropolis. München.
- Kröhnert, S.; Morgenstern, A.; Klingholz, R. (2007): Talente, Technologie und Toleranz – wo Deutschland Zukunft hat. Berlin.
- Lange, B. (2007): Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin. Bielefeld.
- Meyer-Stamer, J. (2000): Michael E. Porter. Das Clusterkonzept: Wettbewerbsvorteile muss man sich schaffen. In: Entwicklung und Zusammenarbeit, H. 2, S. 40-43.
- Schätzl, L. (2003): Wirtschaftsgeographie 1, Theorie. Paderborn.