Kreative Ökonomien

und ihre Übersetzbarkeit auf Stadtteilebene

Dokumentation der Fachtagung am 16. und 17. Juni 2008

INTERNATIONALE BAUAUSSTELLUNG HAMBURG

IBA-LABOR

Kreative Ökonomien

und ihre Übersetzbarkeit auf Stadtteilebene
Dokumentation der Fachtagung am 16. und 17. Juni 2008

IBA_HAMBURG Entwürfe für die Zukunft der Metrople

Inhalt

9 **VORWORT**
Uli Hellweg und Amelie Deuflhard

12 **KURZPORTRAIT: DIE IBA HAMBURG**

18 **1 GRUSSWORT**
Reinhard Stuth, Staatsrat der Behörde für Kultur, Sport und Medien

26 **2 DIALOG AUFTAKT**
Amelie Deuflhard und Uli Hellweg

36 **3 HOT PLACES – COOL JOBS! KREATIVWIRTSCHAFT ALS MOTOR DER STADTENTWICKLUNG.**
Dr. Bastian Lange

58 **4 TALKRUNDE: „KREATIVE ÖKONOMIEN ALS NACHHALTIGE INVESTITION FÜR DIE ZUKUNFT DER STADT?“**
Prof. Dr. Dieter Haselbach
Dr. Bastian Lange
Martin Heller
Uli Hellweg
Senatorin Prof. Dr. Karin v. Welck, Präses der Behörde für Kultur, Sport und Medien

66 **5 DIALOG ZWISCHENBILANZ**
Amelie Deuflhard und Uli Hellweg

74 **6 TALENTSTADT HAMBURG: RAUM FÜR KREATIVITÄT UND ZENTREN DER OFF-KULTUR**
Torsten Oltmanns

80 **7 TALKRUNDE: HAMBURG – STADT DER TALENTE UND KREATIVEN?**
Torsten Oltmanns
Dr. Willfried Maier
Prof. Dr. Ute Vorkoeper
Hildebrand Henatsch

88 **8 INNERSTÄDTISCHER GEMÜSEANBAU ALS KREATIVE ÖKONOMIE**
Dr. phil. habil. Harald Lemke

96 **DISKURSE**
98 **9 IMPULSFÖRDERUNG**
122 **10 EXISTENZGRÜNDUNG**
136 **11 BESCHÄFTIGUNG**
150 **12 STADTENTWICKLUNG**

172 **13 SCHLUSSAKKORD**
Spots auf die Diskurse von den Moderator/-innen, mit Ausblicken von:
Amelie Deuflhard
Uli Hellweg
Andrea Knobloch
Prof. Jörn Walter, Oberbaudirektor der Freien und Hansestadt Hamburg

184 **VITAE**

Vorwort

Kreative Ökonomien“ und Wilhelmsburg – wie geht das zusammen?
Dieser Thematik stellten sich am 16. und 17. Juni 2008 mehr als 200 Teilnehmer auf dem IBA-Labor Kreative Ökonomien. Der Fachkongress folgte einem dichten Programm aus Vorträgen, Dialogen, Talkrunden und Workshops, bei dem wir neben prominenten Hamburger Gästen wie der Kultursenatorin Prof. Dr. Karin v. Welck zahlreiche namhafte Expertinnen und Experten aus dem In- und Ausland begrüßen durften.

Auch konkrete Projekte waren vertreten – wie die Gruppe „gabarage upcycling design“ aus Wien, die aus entsorgten Gegenständen und Materialien kreative Produkte fertigen und damit neue Arbeitsplätze schaffen, oder das Projekt IDEE 01239 e. V. aus Dresden-Prohlis, bei dem Arbeitssuchende in der Zusammenarbeit mit Künstlern ein Stadtteilforum für Kulturarbeit, bürgerschaftliches Engagement und kulturelle Bildung gegründet haben. Diese und weitere Projekte wurden in vier Workshops diskutiert, die entlang ausgewählter Fragestellungen Raum für ausgiebige Diskussionen ermöglichten:

- Welcher künstlerischen und öffentlichen Impulse bedarf es zur Initiierung kreativer Ökonomien?
- Welche Voraussetzungen benötigen Kreative zur Existenzgründung?
- Welche Beschäftigungspotenziale bergen kreative Ökonomien?
- Welchen Beitrag leisten kreative Ökonomien zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung?

Getagt wurde nördlich der Elbe, in den Räumlichkeiten des IBA-Partners Internationale Kulturfabrik Kampnagel. Hier verschränkt sich der Ansatz der IBA Hamburg, mit den Bewohnerinnen und Bewohnern vor Ort zu arbeiten, sie „mitzunehmen", anstatt über ihre Köpfe hinweg zu planen, mit dem Anliegen Kampnagels, Kultur auch zu den Menschen und in die Stadt zu bringen, anstatt ausschließlich in den Hallen zu präsentieren. Das verbindende Moment zwischen den beiden Institutionen IBA und Kampnagel haben wir in gemeinsamen Dialogen herausgearbeitet und zugespitzt, die ebenfalls Bestandteil dieser Publikation sind.

Das Kongressthema ist ein wichtiges Handlungsfeld im Rahmen des IBA-Querschnittsprojektes „Kreatives Quartier Elbinsel". In diesem stellt sich die IBA Hamburg der Herausforderung, das integrative und identitätsstiftende Potenzial kreativer Ökonomien aufzugreifen und den Diskurs explizit für den Standort Wilhelmsburg zu übersetzen. Denn welcher Stadtteil wäre besser geeignet als Wilhelmsburg, um einen neuen Weg zu beschreiten, der sich nicht, wie bei vielen Städten, auf die klassischen Akteure der Kreativwirtschaft beschränkt, sondern darüber hinaus für eine kollektive, breitenwirksame, kreative Aufladung eintritt.

So wird es im Rahmen der IBA Hamburg darum gehen, neuartige Bündnisse herzustellen, bei denen Künstler und Kreative mit Beschäftigungsträgern, Menschen ohne Arbeit oder migrantischen Ökonomien außergewöhnliche Projekte entwickeln, die zugleich Vorbildcharakter für andere Metropolen mit vergleichbar komplexen Strukturen haben. Es sind künstlerische Projekte gefragt, die zur Stärkung der Identität der Bewohnerschaft – Stichwort „empowering" – beitragen und die gesellschaftliche Barrieren und Stigmata gegenüber Langzeitarbeitslosen oder Menschen mit migrantischem Hintergrund aufbrechen, indem sie ihre Eigeninitiative über partizipative, sinnstiftende Aktionen und qualifizierende Projekte bis hin zur Existenzgründung fördern.

Die vorliegende Publikation dokumentiert die spannenden, zum Teil auch kontroversen Ergebnisse des IBA-Labors Kreative Ökonomien. Damit lädt sie sowohl zum Nachdenken als auch zum Entwickeln von beispielhaften Projekten ein.

Ihr

Uli Hellweg
Geschäftsführer der
IBA Hamburg GmbH

Ihre

Amelie Deuflhard
Intendantin Kampnagel Internationale Kulturfabrik GmbH

Die IBA Hamburg

Eine internationale Bauausstellung ist mehr als eine Ausstellung im klassischen Sinne. Die IBA Hamburg reiht sich in die über hundertjährige Tradition der Bauausstellungen in Deutschland ein, von denen jede die Fragen der Stadtentwicklung ihrer Epoche zu beantworten versucht hat – Fragen, die immer auch eine gesellschaftliche Dimension berührt haben. Seit 1901 finden in Deutschland Bauausstellungen statt, bislang sieben Mal, nun erstmals in Hamburg. Auch für die IBA Hamburg steht nicht allein das Bauen im engeren Sinne im Vordergrund, sondern die Auseinandersetzung mit der Stadt von morgen als Ganzes: der Zukunft der Metropole.

Die Bedeutung als Metropole hängt nicht primär von der Größe einer Stadt, sondern von ihrer Funktion und Stellung in den nationalen und internationalen Märkten und von ihrer Anziehungskraft für Kreative und Talente ab. Solche Städte haben Charme und Charisma, aber auch brennende Probleme. Wie sollen sie den Druck der Globalisierung meistern und dabei ihre lokalen Traditionen erhalten? Wie schafft es eine Metropole, ökonomisch erfolgreich zu sein und zugleich ein Ort für alle Kulturen und Schichten zu bleiben? Wie lässt sich das Auseinanderfallen der Stadtgesellschaft verhindern, ohne dass ihre Vielfalt und Brüche vollends verwischen – und ohne dass dadurch die Faszination und die Innovationskraft verblassen, die vom Ungleichen ausgehen? Wie sieht die Zukunft der wachsenden Metropolen in Zeiten des Klimawandels aus?

Ort des Geschehens sind die Elbinseln Wilhelmsburg und die Veddel, sie nehmen nicht nur durch ihre Lage als Europas größte Flussinseln einen besonderen Stellenwert ein. Auf dem von Hafen und Industrie, Landwirtschaft und Brachflächen durchdrungenen Gebiet leben ca. 50.000 Menschen aus mehr als 40 Ländern mit einer überproportional hohen Anzahl an Jugendlichen und Menschen ohne Arbeit. Trotz der schwierigen Sozialstruktur, die den Stadtteilen in der Vergangenheit den Ruf als Problemviertel und Ghetto eingebracht hat, schaffen die vielfältigen Lebensmodelle und kulturellen Hintergründe der Bewohner ein Klima der Offenheit und Vitalität. Auch Studenten und Kreative haben die Innenstadtnähe und den kulturellen Charme Wilhelmsburgs entdeckt.

Aus der Besonderheit des Ortes hat die IBA Hamburg ihre Leitthemen abgeleitet, hier entwickelt sie Antworten für die drängenden Fragen der Zukunft der Metropole.

Kosmopolis
Wie kann eine immer internationaler werdende Stadtgesellschaft mit ihren Potenzialen, aber auch Spannungen optimal umgehen?
Metrozonen
Welche städtebaulichen Möglichkeiten stecken in den Grenz- und Übergangsorten der Metropole?
Stadt im Klimawandel
Wie kann eine Metropole ihren Bedarf an Energie und Komfort befriedigen und dennoch die natürlichen Ressourcen schonen?

In mehr als einer Hinsicht ist die IBA Hamburg daher keine gewöhnliche Ausstellung, auch wenn sie Bauausstellung heißt: Hier gibt niemand fertige Lösungen vor – schon gar nicht gegen den Willen der Betroffenen. Die IBA Hamburg auf den Elbinseln ist vielmehr ein Angebot, ein Aufbruch, und das über ihr Präsentationsjahr 2013 hinaus: Gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern und vielen Partnern macht sich die IBA auf den Weg – als lernendes System, das sich nur so im Neuland der Zukunft bewegen kann.

Die andere Seite der Metropole – Hamburgs Elbinsel

Empfang der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
des IBA-Labors Kreative Ökonomien auf Kampnagel.

Grußwort

Reinhard Stuth,
Staatsrat der Behörde für Kultur, Sport und Medien

Lieber Herr Hellweg, liebe Frau Deuflhard,
sehr geehrte Gäste,
das IBA-Labor Kreative Ökonomien, zu dem wir uns hier versammelt haben, setzt die Reihe der Labor-Themen fort, mit denen die IBA Hamburg GmbH den Entwicklungsprozess in Wilhelmsburg, auf der Veddel und im Harburger Binnenhafen bis 2013 und darüber hinaus reflektieren und inspirieren will. Mit Kampnagel haben Sie, lieber Herr Hellweg, einen höchst passenden Ort gewählt, ist Kampnagel doch selbst ein kreatives Labor für zeitgenössische Performance- und Tanztheaterproduktionen und vieles mehr.

Liebe Frau Deuflhard, die Sie gleich mit Herrn Hellweg im Dialog das Spektrum der Fragen und Perspektiven auffächern werden, um die es heute und morgen gehen soll: Ich finde es großartig, dass Sie neben Ihrer Kampnagel-Intendanz, neben Ihrem diesjährigen Kooperationsprojekt mit dem Kunstverein „HAMBURG NOW“ und neben den Planungen für unser großes Kulturfestival „TRANSIT“ im Jahr 2009, nicht nur heute Abend hier als Hausherrin und Gastgeberin präsent sind, sondern das Kulturprogramm der IBA als Partnerin durchgehend beraten. Herzlichen Dank für ein so breites Engagement für die Kultur unserer Stadt!

Im IBA-Labor Kreative Ökonomien soll es um die Fragen gehen

- wie eine kreative Quartiersentwicklung auf den Elbinseln gefördert werden kann,
- was der Diskurs der kreativen Ökonomien, insbesondere für Wilhelmsburg in diesem Zusammenhang bedeutet,
- ob und wie die Zusammenführung von Protagonisten des Kunst- und Kulturbereichs mit Beschäftigungsprogrammen oder migrantischen Ökonomien funktionieren kann und
- wie, eingebunden in unseren „Sprung über die Elbe“, innovative Existenzgründungen aussehen können.

An mich als Vertreter der Kultursenatorin Prof. von Welck, die in dieser Legislaturperiode neben dem Kulturressort auch für die Ressorts Sport und Medien verantwortlich ist, geht angesichts dieser Themenfelder natürlich die Frage der Unterstützung: Wie kann unsere Behörde mit ihren personellen und finanziellen Ressourcen die skizzierten Desiderate unterstützen?
Um es vorweg zu nehmen: Ich finde die von der IBA präsentierten Fragestellungen, über die wir hier nachdenken wollen, auch deshalb so spannend, weil die Kulturbehörde mit der Vernetzung des alten und neuen Ressorts vor einer Aufgabe steht, die im Spagat zwischen Kultur und Ökonomie Parallelen aufweist. Lassen Sie mich kurz ausholen: Die Kulturbehörde hatte bislang primär mit der Förderung nicht kommerzieller Kultur zu tun. Der 1. Hamburger Kulturwirtschaftsbericht, den wir 2006 publizierten[1], wurde in Konsequenz nicht nur als Kenntlichmachung der Bedeutung von Kultur für die Hamburger Wirtschaft und Gesellschaft begrüßt: Daneben wurde auch die Sorge geäußert, dass dieser Bericht einer „Ökonomisierung von Kultur“ womöglich Vorschub leiste.

Mit dieser Sorge sind wir insbesondere seitens der Künstler konfrontiert: Was aus unserer Sicht, aus meiner und Ihrer Sicht das Angebot einer interessanten, komplexen Kooperationsperspektive ist, ist in der Einschätzung mancher Kreativer der Versuch

Musikalische Untermalung des IBA-Labors: Das Duo „Marie Claire“

der Funktionalisierung von Kunst, eine Attacke auf die Autonomie künstlerischer Entscheidungen.
Wie heißt es dazu von Dieter Haselbach im Kapitel über Kreativwirtschaft des Enquete-Berichts „Kultur in Deutschland“?[2] „Kultur und Wirtschaft stehen in einem spannungsreichen Verhältnis. Wenn wirtschaftliche Aspekte in den Vordergrund treten, können die kulturpolitischen Motive vernachlässigt werden, deretwegen Kunst und Kultur als öffentliche Güter gefördert werden. Andererseits können die wirtschaftlichen Aspekte aus dem Blick geraten, wenn ein zu enges Kulturverständnis vorliegt, nach dem Kunst und Kultur für sich in Anspruch nehmen, allein künstlerischen Werten bzw. ästhetischen Maßstäben zu folgen und ökonomische Aspekte ihnen fremd seien.“

Natürlich wird Kunst- und Kulturförderung auch in der neuen Behörde für Kultur, Sport und Medien der Entwicklung und Realisierung von Projekten dienen, die von den geförderten Institutionen oder Künstlern selbst bestimmt und verantwortet werden. Ich hoffe aber, dass zwischen den alten und neuen Ämtern, zwischen dem Kulturamt mit Staatsarchiv, dem Amt für Sport und dem Amt für Medien, Tourismus und Marketing, in Schnittmengenbereichen, die auf der Hand liegen oder die es zu identifizieren gilt – Dialoge entstehen, in deren Kontext die Clusterbildung, d. h. die räumliche Konzentration von „Kultur- und Kreativwirtschaft“ neu, bzw. erneut erörtert wird.

Lassen Sie mich nach meinem Einschub über diese spannende Perspektive nun zu den Eingangsfragen zurückkehren: Wie können wir gemeinsam die intendierte kreative Quartiersentwicklung auf den Elbinseln fördern? Welche Rolle kommt in diesem Zusammenhang dem Diskurs der kreativen Ökonomien, insbesondere für Wilhelmsburg zu? Ob und wie kann die Zusammen-

führung von Protagonisten des Kunst- und Kulturbereichs mit Beschäftigungsprogrammen oder migrantischen Ökonomien funktionieren und wie, eingebunden in unseren „Sprung über die Elbe", können innovative Existenzgründungen aussehen?

Laut Drucksache „Weiterentwicklung des Leitbilds, Metropole Hamburg – Wachsende Stadt'" vom Dezember 2007[3] sind kreative Viertel durch folgende Standortfaktoren gekennzeichnet: urbanes Umfeld, Verfügbarkeit von preiswerten und multifunktional nutzbaren Immobilien, gestalterischen Freiräumen, Bevölkerungsdurchmischung, Kommunikationsorte sowie Anknüpfungspunkte an bestehende kulturelle Szenen und Infrastrukturen.

Die Elbinseln weisen vieles davon bereits auf, d. h., es geht hier nicht um eine „creatio ex nihilo", sondern um die gezielte Verstärkung vorhandener Ansätze. Lassen Sie mich an der Basis beginnen:
Eine kreative Quartiersentwicklung setzt, da sind wir uns sicher einig, nicht erst mit der Etablierung kulturell relevanter „Erwachsenen"-Institutionen ein, sondern muss bei der Stärkung des Selbstbewusstseins und der Fantasie von Kindern und Jugendlichen beginnen, gerade auch von solchen mit Migrationshintergrund.

Wer in schulischen, sportlichen und in Kontexten der Freizeitgestaltung Erfolge erlebt und positive Gemeinschaftserfahrungen gemacht hat, wird sich in seinem sozialen Umfeld vermutlich bereitwilliger engagieren als Jugendliche, denen diese Erfahrungen, diese Motivationen fehlen. Die Bildungsoffensive Elbinseln 2013, die wesentlicher Bestandteil der IBA ist, hat mit ihrem Konzept bereits einen guten Grund für entsprechende, regional vernetzte Entwicklungen gelegt.

Neben KiTas, Schulen und Vereinen spielen dabei auch die Sozio- und die Kinder- und Jugendkultur eine wichtige Rolle. In beiden Bereichen sind wir gut aufgestellt. Wie wir hier Energien und Projektperspektiven noch stärker auf die Elbinseln fokussieren können, wird bereits kontinuierlich zwischen den lokalen Playern und unserem zuständigen Referat ausgelotet.
Erfolgreiche Migranten können in diesem Prozess übrigens als Vorbilder eine wichtige Rolle spielen. Der Senat hat im Oktober 2007 unter der Schirmherrschaft des deutschen Regisseurs türkischer Abstammung Fatih Akin einen „Leitfaden Karriereworkshop" vorgelegt, der von dem richtigen Gedanken ausgeht, dass Motivationsangebote am ehesten noch von erfolgreichen Menschen mit dem gleichen Migrationshintergrund akzeptiert werden. Auch diese Kampagne sollte für Wilhelmsburg fruchtbar gemacht werden. Unser Referat für Interkulturelle Projekte steht gern beratend zur Verfügung. Von dort kam übrigens auch der interessante Hinweis, dass man bei der Zusammenführung von migrantischen Ökonomien und Kulturprotagonisten am ehesten bei den Frauen ansetzen sollte, die sehr viel Power haben und wiederum über KiTas und Schulen womöglich erreichbarer sind als die Männer und Väter.
Stichwort „Innovative Existenzgründungen": Hier sehe ich eine enge Koppelung an die „Verfügbarkeit von preiswerten Immobilien".

Wie Sie wissen, enthält der Koalitionsvertrag unter der Überschrift „Kreativwirtschaft und Medien" die Forderung der Entwicklung eines Verfahrens, „Liegenschaften im städtischen Besitz temporär oder dauerhaft für künstlerische und kreativwirtschaftliche Nutzung zur Verfügung zu stellen."[4]
Mich interessiert dies nicht nur als Perspektive für mehr Künstlerateliers oder Übungsräume, sondern auch als eine für Grün-

derzentren z. B. aus dem Mediensektor. Hamburg hat, ich zitiere wieder die eben erwähnte Drucksache, einen breit gefächerten Medienbereich, der – neben großen Unternehmen – durch kleinst- und mittelständische Unternehmen sowie durch einen sehr hohen Anteil an beweglichen Freiberuflern geprägt ist.

Ich denke, wir sollten – nach dem schönen Kunst-Auftakt im letzten Sommer – unseren Blick nun auch auf die breite Spanne der Kreativwirtschaft und ihrer Protagonisten richten, z. B. auf Start-ups in Werbung, Design, Software, Multimedia, Games etc. Die Sachkompetenz ist in unserem Haus jetzt vorhanden. Gespräche, so sie nicht schon stattgefunden haben, sollten bald begonnen werden. Mit der politischen Zielsetzung des vermehrten Angebots günstiger Kreativ-Räume sollte sich da auch in Wilhelmsburg einiges bewegen lassen. Erprobt im Kampf um Ateliers – das wird ja nun hoffentlich etwas weniger zäh – biete ich Ihnen gern meine Unterstützung an.

Natürlich werden wir weiterhin unsere Beratung und hier und da sicherlich auch Fördermittel in Sachen IBA Kulturprogramm zur Verfügung stellen. Dass Sie den unabhängigen Künstlern und ihrer kreativen Querdenkerei kontinuierlich Plattformen wie etwa in dem seit diesem Jahr erstmals kuratierten Format „Elbinsel Sommer" anbieten wollen, finde ich eine sehr gute Entscheidung. Wie sagte doch Karl Ganser, der Geschäftsführer der IBA Emscher Park, auf einem der IBA Hamburg-Foren? „Für seine wichtigste, fruchtbringendste Entscheidung für ‚seine' IBA halte er die Bereitstellung von ‚Spielgeldern' für Künstler" ...

Neben dieser Investition in Produktionen autonomer Kunst und Kultur sollten wir aber zunehmend auf die Potenziale von Sport und Kreativwirtschaft zurückgreifen. Insofern ist die IBA Hamburg in der Tat ein wunderbares Projekt, an dem wir gemeinsam vernetztes Arbeiten zwischen den alten und den beiden neuen Aufgaben der Behörde für Kultur, Sport und Medien und ihrer jeweiligen Zielgruppe einüben können.

1 Kulturbehörde Hamburg / Institut für Kultur- und Medienmanagement: 1. Hamburger Kulturwirtschaftsbericht 2006
2 Haselbach, Dieter (2007): Kultur- und Kreativwirtschaft. In: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland". Deutscher Bundestag, Drucksache 16/7000, 2007, S. 333–377.
3 Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 18/7616 vom 18. 12. 2007, S. 14.
4 Christlich Demokratische Union, Landesverband Hamburg / Bündnis 90 / Die Grünen, Landesverband Hamburg, GAL: Vertrag über die Zusammenarbeit in der 19. Wahlperiode der Hamburgischen Bürgerschaft, 2008, S. 16.

Veranstaltungsort des IBA-Labors war die Internationale Kulturfabrik Kampnagel.

Auftakt

Individuelle Besonderheiten herausarbeiten, thematische Schnittstellen aufzeigen und Gegensätze beleuchten war Ziel der jeweils zu Beginn der Labor-Tage geführten Dialoge zwischen den Veranstaltern.

Amelie Deuflhard,
Intendantin Kampnagel Internationale Kulturfabrik GmbH
Uli Hellweg,
Geschäftsführer der IBA Hamburg

Warum behandelt eine Internationale Bauausstellung das Thema „Kreative Ökonomien"?

Für eine Internationale Bauausstellung, so **Uli Hellweg**, ist es kein Sonderfall, sondern gleichsam eine Wesenseigenschaft, dass sie sich über die Grenzen einer alltäglichen Auffassung von Architektur und Stadtplanung hinaus bewegt. Eine IBA im 21. Jahrhundert darf sich heute nicht mehr darauf beschränken, „einige 5-Sterne-Architekten zum Bauen zu engagieren". Die IBA Hamburg reiht sich in die Folge von Bauausstellungen ein, die seit über hundert Jahren immer wieder Antworten auf die Zukunftsfragen ihrer Zeit gegeben haben und die weit mehr als eine Ausstellung im klassischen Sinne sind. So steht für die IBA Hamburg nicht allein das Bauen im engeren Sinne im Vordergrund, sondern die Auseinandersetzung mit der Stadt von morgen als Ganzes: der Zukunft der Metropole – einem Thema, dem sie mit gebauten Beispielen, sozialen und kulturellen Projekten, Veranstaltungen, Dialogen und Publikationen begegnet. Die Elbinseln Wilhelmsburg und Veddel sowie der Harburger Binnenhafen werden dabei bis 2013 zum Schauplatz des Geschehens, aus deren Besonderheiten die drei Leitthemen der IBA abgeleitet sind: Kosmopolis – Wie organisieren wir das Zusammenleben in einer immer internationaleren Gesellschaft? Metrozonen – Wie überwinden wir räumliche und gedankliche Barrieren in unseren Städten? Stadt im Klimawandel – Wie können wir die enormen Herausforderungen des Klimawandels meistern?

Schon seit mehreren Jahren wird die Standortpolitik und -entwicklung internationaler Städte vom Thema der „Kreativität" dominiert. Metropolen rund um den Globus setzen auf kreative Kräfte und Talente sowie auf Effekte der kreativen Ökonomien zur Gestaltung eines vitalen, „lebenswerten", aber auch wirtschaftlich konkurrenzfähigen Standortes. Durch ihr Schwerpunktthema der Zukunft der Metropole ist es insofern nur konsequent, dass sich auch die IBA Hamburg mit diesem vielerorts sehr kontrovers diskutierten Thema beschäftigt. Das Leitthema „Kosmopolis" umfasst deshalb unter anderem das Querschnittsprojekt[1] „Kreatives Quartier Elbinsel" (s. Seite 34).
Auch das Leitthema „Metrozonen" berührt das Thema der kreativen Ökonomien. In diesem werden z. B. Räume in den Blick genommen, an denen die Stadt zwischen Autobahnen, dem Hafen, Siedlungen und Landschaftsräumen förmlich auseinandergebrochen ist. An den entstandenen Bruchstellen sind nicht nur Orte realer und konkreter Konflikte, etwa in Bezug auf Umweltprobleme, sondern oft auch Nischen vorhanden, in denen kreative Akteure sowohl auf physisch-räumliche als auch soziokulturelle Freiräume treffen.

Amelie Deuflhard fügt mit dem Beispiel Berlins in der Nachwendezeit an, dass sich die Kreativen diesen Platz oft genug einfach erobern. Wer bestrebt ist, gewisse Räume mit kreativ arbeitenden Menschen zu besetzen, kann daraus lernen, dass solche Räume durchaus noch „roh" sein dürfen. Günstige Mieten sind für Künstler und Gründer von „Kreativ-Unternehmen" meist wichtiger als eine vorherige Sanierung. Ein weiteres Bedürfnis, dem eine Internationale Bauausstellung naturgemäß entsprechen

kann und sollte, ist die Bereitstellung von Projektgeldern, kleineren Investitionskrediten, die der Leiter der IBA Emscher Park (1989–1999), Karl Ganser, treffend als „Spielgeld“[2] bezeichnet hat.

Uli Hellweg verweist auf die Entstehungsgeschichte der Internationalen Bauausstellungen, die schon immer stark von ihrer „Exterritorialität“ bestimmt waren. So waren bislang alle Bauausstellungen der Nachkriegszeit kommunal oder staatlich initiiert und damit planungspolitisch eingebunden, sie waren aber auch mit dem Privileg befristeter Sonderkonditionen ausgestattet. Sie konnten fördertechnisch und finanziell, organisatorisch und administrativ, vor allem aber inhaltlich für sich ein Stück „Exterritorialität“ beanspruchen. Dies war und ist die notwendige Voraussetzung für einen „Freiraum“ für modellhafte Problemlösungen, die für ihre Entwicklung und Ausreife Sonderkonditionen brauchen. Die verbürgte Chance für das „Neue“ und „Experimentelle“ sei das wesentliche Privileg einer Internationalen Bauausstellung.

Uli Hellweg ergänzt, dass die Entstehungsgeschichte der ersten IBA, die 1901 in Darmstadt stattfand, stark von der Arts-&-Crafts- und der Werkbund-Bewegung berührt wurde. In dieser Tradition soll auch im Rahmen der IBA Hamburg auf die Rolle von Kunst und Kreativität – im Sinne einer ganzheitlichen Gestaltung der alltäglichen Lebensumwelt – nicht verzichtet werden. So setzt die IBA Hamburg auf eine nachhaltige Kunst- und Kulturförderung mit dem Ziel, eine schrittweise kreative Quartiersentwicklung auf den Elbinseln zu initiieren bzw. vorhandene Tendenzen zu stärken. Die Rolle von Kunst und Kultur sieht die IBA Hamburg in der Kraft, die diesen für die Gestaltung von urbanen Räumen, aber auch für die Schaffung von Teilhabe, Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Toleranz und Offenheit im

Amelie Deuflhard und Uli Hellweg im Dialog

gesellschaftlichen Miteinander zukommt. Kunst kann Prozesse und Konflikte sinnlich erfahrbar und sichtbar machen. Sie kann andere Formen der Wahrnehmung bieten. Ein gelungenes Beispiel liefern die vielfältigen Reaktionen auf den IBA Kunst & Kultursommer aus dem Jahr 2007.

Der Erfolg einer IBA hängt heutzutage aber nicht nur von den realisierten Projekten, sondern auch maßgeblich von den Prozessen ab, die bei der Entwicklung und Aushandlung kreativer Programme und Projekte ausgelöst werden. Um Kreativität und Innovation in der Programm- und Projektentwicklung zu fördern, müssen die Prozesse ergebnisoffen sein. Diese Prozesshaftigkeit belegt auch die Kunst- und Kulturförderung der IBA Hamburg: So ist das Querschnittsprojekt „Kreatives Quartier Elbinsel" aus der Evaluation des IBA Kunst & Kultursommer des Auftaktjahres entstanden. Es umfasst neben dem Handlungsfeld der kreativen Ökonomien vier weitere Bausteine im Umgang mit Kunst und Kultur.[3]

Zum Stichwort der Funktionalisierung der Künste vertritt **Amelie Deuflhard** die Position, dass Künstler bei derartigen Stadtentwicklungsprojekten durchaus in jeder Form teilnehmen und die sich daraus entwickelnden Chancen nutzen können. Dies stellt eine Möglichkeit dar, auch andere gesellschaftliche Beiträge zu leisten und damit eine Nachhaltigkeit der städtebaulichen Maßnahmen zu unterstützen. Derartige Stadtentwicklungsstrategien und -programme geben Künstlern auch die Möglichkeit, eigene Ideen und Projekte zu realisieren. Wichtig sei, dass sie dabei ihrer Auffassung von Kunst treu bleiben können und sich nicht verbiegen müssen, um in ein bestimmtes Förderprogramm zu passen.

Partizipation durch Kunst und Kultur?

Migration und Partizipation, so **Amelie Deuflhard**, sind Themen von globaler Aktualität und werden insofern auch von der Kunst berührt. An einem Ort wie Kampnagel kann man in Projekten oder Workshops – etwa mit Schulen – gesellschaftliche Gruppen involvieren, die in Gesellschaft und Kultur ansonsten wenig integriert sind. Im Verlassen des gesellschaftlich homogenen Bühnenraums findet eine reale Annäherung an jene Räume statt, aus denen Künstler ihr Material und ihre Inspiration beziehen.

Uli Hellweg ergänzt, dass bei der IBA Hamburg die Frage, wie eine internationale Stadtgesellschaft zusammen wachsen kann, Gegenstand des Leitthemas „Kosmopolis" ist. So leben in Wilhelmsburg zwar Menschen aus 40 Nationen zusammen, eine identitätsstiftende kulturelle Vielfalt wird aber noch nicht gelebt und ist häufig nur in gezielt gestellten Kontexten möglich. Gerade bei tendenziell isolierten Bevölkerungsgruppen müssen individuelle Wege der Partizipation gefunden werden, wie etwa die „aufsuchende Beteiligung". So können sich auch für Stadtplaner wichtige Hinweise ergeben, auf welche Wünsche etwa in Bezug auf das Wohnumfeld Rücksicht genommen werden sollte, um kostspielige Investitionen für Rückbauten oder Umgestaltungen zu vermeiden.

Beispielgebend sind die Ansätze für kreative Planungsmethoden und -interventionen in den IBA-Projekten „Weltquartier" und „Universität der Nachbarschaften":
Im Projekt „Weltquartier" wird ein sanierungsbedürftiges Wohnquartier im südlichen Reiherstiegviertel zu einem Modellprojekt für interkulturelles Wohnen entwickelt. In der Siedlung mit ca. 800 SAGA GWG-Wohnungen leben mehr als 1.700 Menschen aus

mindestens 30 Nationen, von denen ein Drittel staatliche Transferleistungen erhält, zugleich ist der Anteil von Kindern und Jugendlichen überdurchschnittlich hoch.
Um die Bewohner an der Umgestaltung der Siedlung zu beteiligen, hat im Zeitraum von April bis September 2007 eine interkulturelle Planungswerkstatt stattgefunden. Dabei wurde über den Einsatz von sogenannten „Heimatforschern" ein anderes Verfahren herangezogen, als es die normierte Gremienbeteiligungskultur innerhalb der Bauleitplanung bietet. Diese mehrsprachigen Studierenden gingen von Tür zu Tür und befragten die Anwohner in dieser „aufsuchenden" Beteiligung nach Wünschen, Meinungen und Vorstellungen von „Heimat", die unter anderem mithilfe von Baumaßnahmen befördert werden könnten.

Ein weiteres Projektbeispiel für kreative Planungsmethoden der IBA Hamburg ist „Universität der Nachbarschaften", das in Kooperation mit der HafenCity Universität am Rotenhäuser Damm realisiert wird. Die Fläche wurde dem Verwertungslauf zunächst entzogen. Bis 2013 wird die dortige „Ruine" des ehemaligen Gesundheitsamtes in einer Art Metamorphose jedes Jahr mit einem neuen Thema gestaltet, ohne dass dabei etwas Endgültiges entstehen soll.

1 Bauprojekte der IBA Hamburg sind örtlich fokussiert. Querschnittsprojekte decken mit ihren Inhalten das ganze Gebiet der Elbinseln ab.
2 Das Zitat brachte Karl Ganser auf dem IBA Forum am 6. April 2006 ein.
3 Das Querschnittsprojekt Kreatives Quartier Elbinsel setzt sich aus fünf Bausteinen zusammen:
1. Der „Elbinsel Sommer" setzt sich als jährliches, kuratiertes Format für zeitgenössische Kunst mit der räumlichen und sozialen Rolle der Elbinseln auseinander. Als dauerhaftes Format bietet es lokalen, regionalen und internationalen Kulturschaffenden eine verlässliche Aktionsplattform für ihr künstlerisches Wirken.
2. Das Handlungsfeld der „Kreativen Ökonomien" fördert klassische Akteure der Kreativwirtschaft, ergänzt um neuartige Bündnisse zwischen Künstlern und Kreativen mit Qualifizierungsträgern, Menschen ohne Arbeit oder migrantischen Ökonomien.
3. Mit der nachhaltigen Infrastrukturförderung „Räume für die Kunst – Stadtteilateliers" sollen kreative Strukturen vor Ort gefestigt und ausgebaut werden.
4. Die besondere Einbindung der Menschen in Wilhelmsburg und auf der Veddel steht im Fokus des Handlungsfeldes „Festivals und Stadtteilaktivitäten".
5. Ergänzt und reflektiert werden alle Handlungsfelder vom „Dialog zu Kunst und Stadtentwicklung" – einer Plattform, die Künstler und Kulturschaffende mit Stadtplanern und Wissenschaftlern zusammenbringt.

JAKU-Form und üNN GmbH „Halle 13 – design findet stadt“,
ein Projekt im Rahmen des IBA Kunst & Kultursommers 2007

3

Hot places – cool jobs! Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor der Stadtentwicklung?

Dr. Bastian Lange,
Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig/Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung der Humboldt-Universität zu Berlin

Die zunehmende Debatte über den Status quo der Kulturwirtschaft sowie ihre Effekte auf die Konstituierung von Städten wird immer stärker durch die Thesen des US-amerikanischen Regionalökonomen Richard Florida geprägt und überlagert. Insbesondere der Begriff der „kreativen Klasse" und Floridas Thesen zu Technologie, Talent und Toleranz[1] finden nicht zuletzt durch die Studie „Talentstadt Hamburg"[2] der Roland Berger Strategy Consultants, die diese 2007 für die Stadt Hamburg vorlegten, breite Resonanz in der Öffentlichkeit. Im Mittelpunkt der Debatte steht der Begriff der Kreativität (Talent), dem – in Verbindung mit der Entwicklung im Bereich Software, Elektronik oder Ingenieurswesen (Technologie) und einem kulturell offenen Lebensumfeld (Toleranz) – nunmehr ein hoher Stellenwert für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes beigemessen wird. Zugleich ufert die Diskussion über die Kreativität und ihre mögliche wirtschaftliche Bedeutung zunehmend aus. Folgende Eckpunkte umreißen den Stellenwert der Kultur- und Kreativwirtschaft im Verhältnis zu Stadt.

- Die Wettbewerbsfähigkeit von Regionen und Städten wird immer stärker daran gemessen, welchen Stellenwert die Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der eigenen Wirtschaftsräume einnimmt.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft stellt hinsichtlich ihrer Funktionalität ein extrem eigenlogisches und geographisch sensibles ökonomisches Feld dar. Es entsteht eine wachsende Zahl von freiberuflich und selbstständig Tätigen, die projektorientiert arbeiten. Zur Wahrung von Autonomie, aber auch zur besseren Sichtbarkeit der Akteure formieren sich neue flexible Organisationseinheiten. Sie geben den Akteuren Handlungssicherheit und Gewissheit in komplexer werdenden Marktkontexten.
- Kultur- und Kreativwirtschaft weisen oftmals irritierende Standortmuster auf. Sie sind auf soziale und kommunikationsintensive Orte angewiesen, an denen sich ihre Mitglieder austauschen können. Diese sind in der Lage, in brachgefallenen Räumen von Metropolen wie ländlichen Regionen als Raumpioniere neue kreative „Hot Spots" zu initiieren.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist in der Lage, Differenz zu anderen Standorten zu leisten und zugleich am Standort neue urbane Identitäten zu entwickeln und zu befördern.

Um es vorweg anzuführen! Die Stadt Hamburg erhält in der Umsetzung der Talentfokussierung – wie es die in der Drucksache 18/7616 „Weiterentwicklung des Leitbilds „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt"[3] ausbuchstabiert wurde – eine zentrale und einzigartige Chance: Sie kann als erste kontinentaleuropäischen Stadt eine Vorreiterrolle einnehmen, wenn es um die Anwendung der Florida´schen 3 T-Formel (Technologie – Toleranz – Talent) geht.

Dabei wird es aber meiner Meinung notwendig, für die Umsetzung ein ebenso konzertiertes und griffiges Paket, wie es die 3 Ts von Florida darstellen, zu entfalten. Ziel muss es sein, über den Rahmen der 3 Ts hinaus Anschlüsse ihrer Implementierung aufzuzeigen. Dafür bedarf es meiner Meinung nach konzeptioneller Brücken, um den globalen Diskurs auf die Stadt, ihre Potenziale und Menschen anzuwenden. Die Schwierigkeiten der Umsetzung der Dimension „Talent" sind erklärungsbedürftig. Sie gelten für alle Städte, die sich auf den Pfad einer kreativ- und

wissensökonomischen Ausrichtung eingelassen haben. In diesem Prozess ist die Gewissheit und Verlässlichkeit für richtige, zielführende und angemessene Stadt-, Kultur- und wirtschaftspolitische Entwicklungen kaum vorhanden. Das nennt man in der jüngeren Stadtforschung das Steuerungsparadoxon! Der Handlungsbedarf, nämlich steuernd einzugreifen, ist hoch – darüber herrscht geschlossen Einigkeit. Inwiefern aber die anvisierten Eingriffe ihre Wirkungen entfalten und die erwarteten Effekte erzielen, welches Maß also an Steuer- und Planbarkeit gerade mit der sogenannten Kreativwirtschaft zu erzielen ist, darüber herrscht keine Einigkeit. Im Kern steht dabei die veränderte Qualität von Arbeit im Verbund mit der gestiegenen Relevanz ihrer Ortsbedingungen innerhalb der Kreativwirtschaft: Wie kann die Vorgabe „Talent" auf die Stadt, ihre Stadtteile und ihre etablierten, aber auch auf ihre neuen Bewohner angewandt werden? Aufbauend auf den 3 Ts von Richard Florida, Talent – Technologie – Toleranz, werden 3 Cs vorgeschlagen, Culture – Communication – Community. Sie spannen den Bogen von der Zielerwartung Wettbewerbsfähigkeit zu der sehr allgemeinen Einschätzung, dass man als Stadt umso besser aufgestellt ist, je mehr talentierte Menschen in der Stadt sind.

1. Renaissance der Städte in der kreativen Wissensökonomie

Am 8. Mai 2008 hielt Richard Florida auf dem Trendtag in Hamburg einen Vortrag zum Stellenwert von Talent und Stadt. Als Sprachrohr für eine zukünftig dominierende „Kreative Klasse" propagierte er die Relevanz des Ortes für die Herausbildung einer städtischen Identität. Richard Florida sagt: „Orte waren noch nie so wichtig wie heute. Sie sind maßgebend für unser individuelles Leben. Wo ich lebe, wird eine meiner wichtigsten Entscheidungen überhaupt sein. Städte und Landschaften prägen meine Identität (...) meine Entscheidung für einen Beruf. Orte beeinflussen unsere sozialen und beruflichen Möglichkeiten enorm, sie prägen unsere Chancen, ein glückliches und erfülltes Leben zu führen"[4].

Orte sind also wieder relevant! Place matters! Gleichzeitig muss aber gefragt werden: „Whose place?", „Wessen Ort?" und „Welche Orte?" Denn: Die Wiederkehr des Ortes vollzieht sich vor einer neuen, ausdifferenzierten sozialen Landschaft, neuen großräumigen wie mikrolokalen Mobilitätsmustern sowie nicht willkürlich herzustellenden Brücken in eine bekannte Welt einer wohltuenden Heimat.

Maßgeblich angetrieben wird der Prozess der Neupositionierung von Städten seit Mitte der 1990er Jahre durch Innovationen und High-Tech, aber zunehmend auch durch kreativ basierte Trägergruppen. Von ihren Bedürfnissen aus werden entwicklungspolitischen Linien der Städte entfaltet. In Hamburg startete zu dieser Zeit zaghaft der Ansatz „Kultur als Standortfaktor". Perspektivisch wird dabei an einer Verknüpfung von Ökonomie, Raum und Kultur gearbeitet. Diese symbolischen Leitlinien und ihre faktischen Verräumlichungen bilden den Rahmen für die zumeist hochdynamischen und transnational operierenden kreativen Wissensökonomien (z. B. Werbung, Marketing, Kunst, Design, Mode etc.) sowie deren sozialräumlichen und standortlichen Anforderungen. Im Zuge dieses wissensökonomischen Kapitalismus kam es einerseits zu einer Neuverteilung der Weltgüter und Produktionsstandorte. Andererseits wird gerade der Diskurs über Kreativität bestimmt und von einem euro-amerika-

nischen Konzept von Sinnstiftung, Zeitorganisation und Produktivität vorangetrieben. Die nördliche Hälfte des Globus hat sich die Herstellung der symbolischen Güter gesichert, dazu zählen Wissen, Beratung, Medien, Markennamen und Imagekampagnen, dazu zählen aber auch Icons der Architektur und des Designs. Die Produktion von Images, Symbolen und Stilen führt die großen Städte in eine neue Phase des wirtschaftlichen Wettbewerbs.

Im Wettstreit um Aufmerksamkeit trachten Städte wie auch Hamburg danach, selbst zum Weltlabel zu werden. Sie stehen heutzutage vor der Aufgabe, einzig zu sein und doch damit konfrontiert zu sein, im Mahlstrom ähnlicher Ansätze unterzugehen, ist doch die Welt an allen Orten anwesend. Städte müssen also Differenz entwickeln!

Diese Sichtbarkeit herzustellen ist kein leichtes Unterfangen, denn die visuellen Strategien der Creative Cities ähnlich sich sehr, wie dies z. B. die Icons der Städte Vancouver, Hamburg, Brisbane und Hong Kong zu erkennen geben.

Den sogenannten kreativen Milieus kommt dabei die Rolle des Differenzmachers zuteil. Sie scheinen in diesem Zusammenhang eine Inkubatorenfunktion zu haben. Ihr Vorhandensein ist entscheidend für die Differenz zu anderen Städten, sie leisten Sichtbarkeit auf einer neu gezeichneten europäischen Landkarte, in deren Folge Effekte auf die Wettbewerbsfähigkeit von Städten zu erwarten wären.

Was liegt näher, und dies hat Richard Florida erkannt, als auf geographische Identität zu setzen? Identität liefert zum einen ein Mindestmaß an sozialer Geborgenheit, Versicherung über hier, jetzt und morgen, aber auch das Gefühl, an einem „place to be“ zu sein, an einem angesagten, vibrierendem, eben an einem „hot place“ zu sein.

Diese soziale Verortung der Welt im Lokalen versuchen nun auch Städte herzustellen. Wenn sich Städte heute über ihre Bilder herstellen, dann deshalb, weil eben diese Bilder Erfahrungen des Städtischen transportieren. An diese Bilder lagern sich aber nicht nur bestimmte Erwartungshaltungen und Versprechungen von diesen Erfahrungen an. Denn Bilder sind auch mit einem Subtext versehen, mit Zugangsbarrieren, die ökonomische, bildungsspezifische, kulturelle, generations- und geschlechtsspezifische Kriterien aufweisen. Wie andere Städte steht nun also auch Hamburg vor der Aufgabe, Differenz zu erzeugen ohne auseinanderzufallen. Kein leichtes Unterfangen, denn den Wiederaufstieg der Städte zu betreiben, lenkt dann den Blick auf die Frage, wie die Herstellung von Stadt als gelebtem und erlebbarem Raum möglich wird, wenn es also nicht ausschließlich um physische Stadt geht, sondern um die Frage der sozialen Teilhabe an Stadt. Lenken wir den Blick auf die kreative Klasse, die ca. 35% der Gesamtbeschäftigten ausmacht. Die Frage könnte also zunächst heißen: Was machen wir mit den übrigen 65% Beschäftigten? Richard Florida ist daher im Folgenden zu kritisieren:

1. weil er eine fiktive, gar in sich homogene kreative Klasse eingeführt hat, die als einheitliche Gruppe nicht zuletzt empirisch wenig Gültigkeit besitzt.
2. weil er eine wirkungsmächtige Linie zwischen den Lebenswelten der sogenannten Kreativen und einem Technologiesektor zieht, die eher auf statistischen, als auf realen Beziehungen basiert,

3. weil er Toleranz misst, und dabei vorgibt, die Anzahl von z. B. Homosexuellen zählen zu können und dabei en passant diesen Bemessungsmaßstab aus dem US-amerikanischen Kontext nach Europa holt und hier anwendet.

Diese Kritikpunkte sind bekannt und oft vorgestellt worden[5]. Trotzdem gilt ihm das Verdienst, stadtpolitisch relevante Handlungsfelder in Beziehung zueinander gesetzt zu haben und Handlungsfelder, die oftmals unter Legitimationsdruck kamen, aufzuwerten. Subkultur wird plötzlich als Standortfaktor neben Hochtechnologie positioniert; Schanze neben Airbus also!

Aber wie diese Handlungsfelder miteinander wirken, wie sie zusammen organisierbar sind, dazu hätte Richard Florida mehr sagen sollen. Vielleicht wäre eine Analysekategorie – ein viertes T – in Form der „Transformationsbereitschaft" wichtig gewesen. Damit hätte man bemessen können, wie wandlungsbereit Städte sind, wie sie in der Lage sind, sich auf neue Wettbewerbssituationen des 21. Jahrhunderts einzustellen. Wie strukturell offen sie sind für Neues? Ist Hamburg offen für Neues? Öffnet die IBA Hamburg die Stadt Hamburg für Neues? Und wenn ja, wie? Diese Transformationsbereitschaft wird notwendig, weil Zukunftstechnologien notwendige global orientierte Beschäftigtengruppe brauchen, aber auch gleichzeitig eine Einbindung in ein kulturelles, attraktives städtisches Umfeld erwarten. Sie wird weiterhin notwendig, weil sich Lebensstilgruppen ausdifferenzieren, weil heute transnationale Arbeitsmigranten eine geringere Verweildauer und somit schwächere Bindung an Städte haben. Kurz: Weil wir es mit äußerst heterogenen Ortsbezügen zu tun haben, die etablierte Akteure in Politik und Administration irritieren.

2. Kultur- und Kreativwirtschaft

Was heißt Kultur- und Kreativwirtschaft? Zunächst handelt es sich in einem engeren Sinn über bundesweit statistisch abgrenzbare Teilmärkte, also „objektiv" messbare wirtschaftliche Strukturen, in Form von sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten und Unternehmen, von der Anzahl an Betrieben und deren Umsätzen. Die Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, der Markt der darstellenden Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt und der Pressemarkt stellen die sogenannten Kulturbranchen dar, die Kreativbranchen werden durch den Werbemarkt und das Segment Software/Games-Industrie bestimmt. Gerade Letzteres weist weltweit enorme Wachstumszahlen auf.

Die Ergebnisse der Erfassung der Kreativwirtschaft zeigen bundesweit ein sehr beschäftigungsintensives Segment, das sich auf Bundesebene wie Landesebene neben etablierten Branchen positionieren kann und dies in Zukunft auch tun sollte. Es ist äußerst kleinteilig strukturiert, sogenannte Mikrounternehmer mit 1–3 Beschäftigten oder assoziierten Freelancern dominieren das oftmals prekäre Bild. Genau dieser Anteil hat sich in Hamburg zwischen 1996 und 2005 fast verdoppelt.[6]

Ort und Arbeit oder „Hot places – cool jobs" (Aushang)

Diese Strukturen führen dazu, dass nicht von einer wachsenden, sondern ebenso von einer in sich äußerst heterogenen Branche zu sprechen ist. Diese Heterogenität geht mit neuen Arbeitssituationen und -optionen einher sowie mit neuen Arbeitsanforderungen an die kreativen Akteure. Denn die Kleinteiligkeit der Branchen zwingt zu erhöhter Kommunikation zwischen allen kulturellen Unternehmern, Kunden und Intermediären. Mikrounternehmen können nicht Marktbeobachtung, Produktbewertungen, Selbstmarketing und Akquise organisieren, sie brauchen ein Maß an Rückversicherung, an Handlungssicherheit. Dies wird durch Kreativszenen ermöglicht. So rücken Begriffe wie kulturelle Netzwerke, kreative Milieus und Kreativszenen in den Vordergrund, um eine neue Ökonomie positiv zu labeln und dabei spezifisch urbane Profile in ihrer Eigenart zu adressieren. Informiert, gespeist und befeuert werden diese Netzwerke aber nicht aus einem lokal abgrenzbaren und planbaren oder sogar einer administrativen Raumeinheit. Drei kurze Beispiele verdeutlichen dies:

HipHop Academy Hamburg-Billstedt: An dem sozialen Ort HipHop Academy Hamburg-Billstedt kulminieren und kreuzen globale Musik-, Tanz- und Bewegungsstile mit lokalen Begabungen der Artikulation, des Ausdrucks und der Imitation einer transnationalen Szene. HipHop organisiert und verkörpert somit eine transitorische Form des Urbanen, eine Haltung zur Umwelt. Für die Protagonisten bietet sie Sinnstiftung und Identität, die sich bei genauerer Betrachtung als Bricolage verschiedenster Quellen und eben nicht einer einheitlichen zu erkennen gibt.

Independent Messe Pop-Up Leipzig: Ganz anders funktioniert z. B. das kulturelle Netzwerk der Independentszene Leipzigs, die immerhin die größte deutsche Independent Messe, die Pop-Up Leipzig organisiert. Die Eigenlogik dieses sozialen Ortes setzt sich aus Qualitätsanspruch, Nischenposition und Marktverweigerung zusammen, erklärt sich also aus der spezifischen Transformationssituation, der Ablehnung eines Modernisierungsregimes, das mit Olympia die Stadt ins 21. Jh. führen wollte.

Berliner Modeszene: Ebenso anders funktionieren kulturelle Netzwerke in der Berliner Modeszene. Aufgrund der räumlich einzigartigen Situation hat sich dort ein Dresscode entfaltet, der das Provisorische, das Unfertige zum Aufbruch in einen neuen urbanen Alltag nimmt. Mode korreliert somit mit dem urbanen Bruchhaften und reflektiert diesen Stil, der sich über den äußeren Stil zu einem neuen inneren, einem zwangloseren Selbstbewusstsein einer jungen Stadt zusammenfügt.

Diese neuen Kreativzentren werden nicht durch Bohemiens im klassischen Sinn repräsentiert. Vielmehr sind es Unternehmer mit multilokalen Arbeitsmodellen, für die soziale Orte und sozialräumliche Einbettungsstrukturen entscheidend sind. Doch diese Orte konstituieren sich nicht nach einheitlichen Identitätsvorstellungen der Akteure – siehe Billstedt in Hamburg, siehe Leipzig und Berlin. Vielmehr folgen sie einer Eigenlogik, d. h. es existieren Regeln und Gewissheiten über das Besondere dieser Stadt, über das Funktionieren von bestimmten Ritualen, Sprachcodes und Weltanschauungen. Der Begriff der Eigenlogik verweist auf die Grammatik einer Stadt und eines Ortes, durch die festgelegt ist, was in dieser Stadt überhaupt möglich ist, worin also im Alltäglichen das Spezifische liegt. Dies gilt im Besonderen für die Orte, aber auch Arbeitskontexte der Kreativwirtschaft. Blickt man durch die Brille der Kreativunternehmer, erschließen sich genaue Erwartungshaltungen bezüglich Ort und Arbeit.

Hot places und cool jobs erläutern die wechselseitige Relevanz von sozialen Orten der Kreativszene. Jüngere Forschungsarbeiten[7] zeigen, dass sich Orte erst durch soziale und kommunikative Prozesse zu erkennen geben, es also einer sozialen Verdichtung bedarf, körperliche Präsenzen, sinnliche Erfahrbarkeit zwischen Akteure notwendig ist, um z. B. Billstedt als bedeutsamen Ort überhaupt erst kollektiv wahrnehmbar zu machen. Diese Hot Spots und Hot Places haben aber für kulturelle Unternehmer den Zweck, Zugänge zum Markt auf der Grundlage kultureller Netzwerke zu formieren. Kreativakteure organisieren Ausstellungen, Produktpräsentationen, Vernissagen, Finissagen, Feiern etc. also kurzzeitige Ereignisse, deren Performativität Sozialräume mitstrukturiert. Wichtig ist dabei – das meint der Begriff cool – dass es gilt, die Sprach- und Verhaltenscodes zu beherrschen, mit denen der Zugang zu diesen sozialen Orten und Ereignissen erst möglich wird. Das „look and feel of the location" entscheidet über den Erfolg. Orte haben also eine Eigenlogik, die durch die Netzwerke der Kreativakteure getragen wird. Sie inszenieren Ereignisse, die Orte als soziales Feld auf einer „Städtischen Karte" auftauchen lassen. Diese Aktivitäten zielen darauf ab, soziale Gefolgschaften und dadurch individuelle Handlungssicherheit zu erlangen. Sie erzeugen soziale Intensitäten und erregungsreiche Verdichtungen zwischen den Akteuren, die Aufmerksamkeiten nach sich ziehen und als Effekt darauf abzielen, Trends, Stile und Codes, kurz: symbolische Produkte, in soziale Beziehungsnetze hineinzufiltern.

Diese Ortspolitiken, und das kann man insbesondere im Bereich Design, Musik, Literatur und Mode beobachten, zielen darauf ab, die Produkte der Kreativwirtschaft – also Sounds, Bilder, Texte, Techniken, Grafiken – auf ihre performative Wirkung hin zu testen. Der soziale und performative Prozess des Testens vollzieht sich in den temporären und transitorischen Räumen dieser Kreativszenen. Dabei können sich die performativen Qualitäten von immateriellen und symbolischen Produkten in Netzwerksozialitäten entfalten und sodann verhandelt werden. Denn erst dann kann das kommunikative Vokabular generiert werden, mit dem dann ausgesprochen wird, worin die Qualität eines Gegenstandes, also eines zum Testen bereitgestellten Produktes, liegt. Der Blick also durch die Brille der Kreativakteure offenbart, dass zwei zentrale diametrale Prozesse im Vordergrund stehen. Erstens die Wichtigkeit des sozialen eigenlogischen Ortes als Zugang zu Marktprozessen und zweitens die Flüchtigkeit des sozialen Kreativfeldes, das ein Licht auf seine Beförderungschancen wirft.

Entwicklungschancen der Kreativwirtschaft? Titelbild des Berliner Stadtmagazins Zitty vom Feb 2006

3. Entwicklungschancen der Stadt Hamburg durch die Kultur- und Kreativwirtschaft

Zu fragen ist, von welchem Wachstum in der Kreativwirtschaft auszugehen ist, wie sich innerhalb von Teilmärkten neue Institutionen entfalten und zuletzt, welche Stabilitäten diese Ökonomien aufzeigen, wenn sich doch an ihnen markante Paradoxa zu erkennen geben, die dann Fragen an ihre „Entwicklung" richten. Zunächst ist zu konstatieren, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft extrem beschäftigenten-

intensiv sind. Viele kleine Einheiten erwirtschaften unterm Strich die Umsätze. In fast allen Städten steigt die Zahl derjenigen an, die weniger als die jährliche Bemessungsgrenze für die Umsatzsteuerstatistik, 17.500 €, erwirtschaften. Zudem handelt es sich um eine Handvoll kreativer Superstars in Verhältnis zu einer breiten kritischen Masse der Kreativakteure: Diese werden mancherorts als neues „Prekariat“[8] angesprochen.

Des Weiteren ist wirtschaftliches Wachstum nicht in den Künsten, sondern in der Software und Games-Industrie haben. Dort gibt es weltweit zweistellige Beschäftigten- und Umsatzzuwächse.

Auch ist der Blick auf das institutionelle Gefüge dieser Akteure wichtig. Denn diese kreativen Akteure schaffen in Ermangelung von passenden Institutionen, fehlenden Arbeitsmöglichkeiten in etablierten Teilmärkten sowie vor allem aufgrund eines Bedarfs an Schnittstellen zwischen Teilmärkten neue funktionale Bindeglieder zwischen Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft. Sogenannte cross-sektorale Praktiken gewinnen zunehmend an Relevanz und bestimmt den Arbeitsalltag vieler Akteure. Auf der Seite der Marktakteure finden sich Einzelakteure zu Plattformen, Bürokollektiven oder flexiblen Agenturen zusammen. Darüber werden Co-Working-Spaces immer wichtiger: Büro-

Co-Working-Spaces in New York

räume im Stil einer Café-Bar, in denen man sich für unter 100 € pro Monat einen Tisch samt Kommunikationstechnik mieten kann. Die organisierende Community vor Ort operiert zusätzlich als Schaltstelle zur lokalen Kreativszene. Interessanterweise erkennt die Immobilienwirtschaft dieses Arbeitsplatzmodell an und reanimiert damit Büroflächen.

Doch nicht nur privatwirtschaftliche Mikrounternehmer organisieren sich neu, auch vormals öffentlich geförderte Institutionen transformieren und professionalisieren sich, da sie immer mehr Mittel auf dem freien Markt akquirieren müssen. Ein neuer intermediärer Bereich wächst heran und verweist sogleich auf die Verflüssigung etablierter Funktionssysteme Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und öffentlicher Sektor.

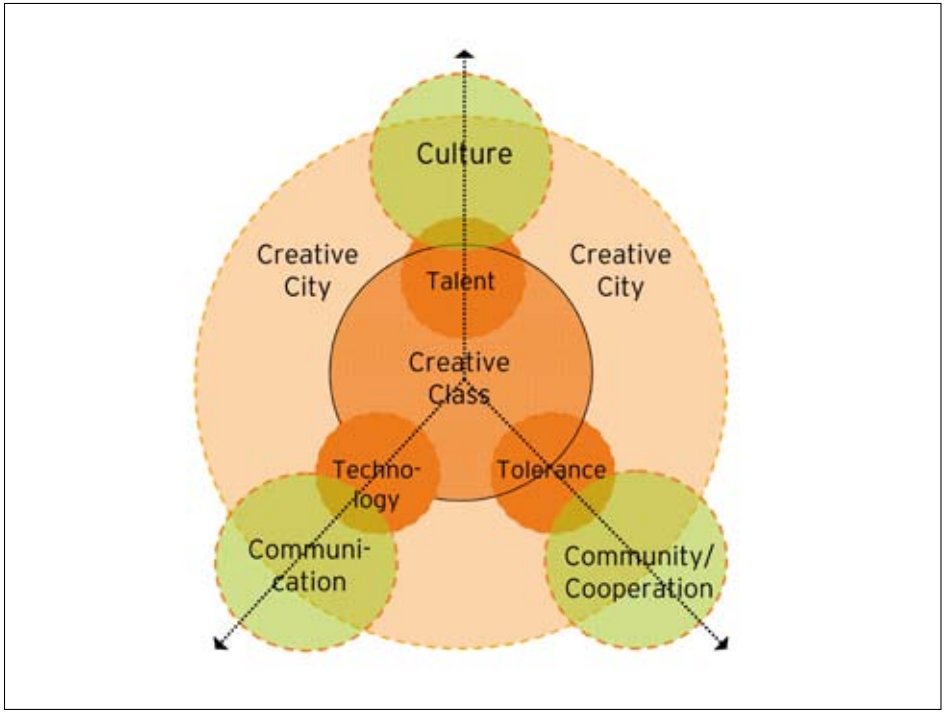
Skepsis ist dann geboten, wenn von der Kreativwirtschaft einheitliche und zugleich stabile wirtschaftliche Wachstumsentwicklungen erwartet werden, wenn Kreativität als spontane, individuell ausgerichtete Handlung betrachtet wird, die Innovationen produziert. Dies liegt daran, dass dieses junge Segment von markanten Paradoxien durchzogen ist. Es lässt sich nicht per se kontrollieren und somit auch nicht strategisch in Wert setzen. Auf talentierte Akteure zu setzen und dadurch in der Einzelperson das Maß an kreativer Leistungsfähigkeit zu bemessen, ist eines dieser zentralen Missverständnisse, denn „context matters“!
Viele Städte haben in Anerkennung eines relevanten sozialen Kontextes thematische Netzwerke organisiert. Create Berlin z. B. ist ein selbstorganisiertes Netzwerk von Designern das am Designmai und am DMY (Design Mai Youngsters) mitwirkt. Sie vermarkten sich nach außen und haben professionelle Vertreter für die Binnenkommunikation benannt. Generell zeigt sich aber,

dass gerade schwache Netzwerkbeziehungen und gewissermaßen Außenseiter eine größere Wahrscheinlichkeit aufweisen, gute Ideen zu haben. Ihre Netzwerkposition ermöglicht es ihnen, aus mehreren Gelegenheiten eine für sie passende auszuwählen und daraus neue Ideen zu synthetisieren. Was heißt dies für unser Verständnis der Förderung der Kreativwirtschaft sowie unser Verständnis für Wachstumschancen dieser Märkte, wenn vor allem Außenseiter und Nischenakteure an Bedeutung gewinnen?

4. Community – Culture – Communication als Antwort auf die 3 Ts von Richard Florida

Wie lässt sich die Vorgabe „Talent" auf die Stadt, ihre Stadtteile und ihre etablierten und auch neuen Bewohner anwenden? Anhand von 3 Cs – Community – Culture – Communication wird im Folgenden ein ebenso griffiges Bild der Umsetzung der 3 Ts skizziert. Ausgangsbasis ist, dass es eines umfassenden Entwicklungsansatzes für Metropolen bedarf, der sich radikal von den Ansätzen des Industrialismus der Vergangenheit unterscheidet. Dabei stehen drei maßgebliche Dimensionen im Vordergrund, die verkürzt als 3 Cs angesprochen werden.

Culture/Cultural Resources: Kultur zu benennen scheint ungewöhnlich, ist dieses Handlungsfeld bekannt und wird doch immer dann herangezogen, wenn weiche, aber doch wichtige Beschreibungen der Stadt anstehen: Identität, Bindung an Raum, an Herkunft und Geschichte. Wichtiger dagegen scheint es zu sein, den Blick stärker auf die neu entwickelten Kulturen sowie den Formenreichtum der kreativen Netzwerke, die Alltagskompetenzen von Milieus mit Migrationshintergrund und die Zeit- und



Drei Cs Community – Culture – Communication

Erfahrungsressourcen von älteren Menschen zu richten.

Communication meint, die vorhandene Fähigkeit der Stadt, die in ihr aufzuspürenden Begabungen und Ideen an die Bewohner, die Besucher und die Interessenten der Stadt zu vermitteln. Dabei steht auch die kommunikative Fähigkeit der Stadt im Vordergrund, zunehmend heterogene, mitunter abgeschottete Akteursgruppen zu erreichen. Communication stellt also die Mittel und Wege für soziale Prozessinnovationen und ihre Verbreitung bereit und erweitert somit radikal das Verständnis von Place Marketing und Place Branding.

Community/Cooperation: Die Diskussion der Kreativwirtschaft ist von dem Wettbewerb zwischen Städten um Firmen, Talente und aufmerksamkeitsgenerierende Events bestimmt. Gleichzeitig stehen Städte vor der Aufgabe, multiethnische und multikulturelle Gemeinschaften nicht nur zu tolerieren, sondern vielmehr ihre Unterschiedlichkeit zu akzeptieren. Eine kreative Stadt ist demzufolge viel mehr als eine offene, multiethnische und attraktive Stadt, sie muss Communitys unter den Randbedingungen von sozialer Mobilität und transnationalen Wissenskulturen denken, somit also Prozesse fördern, die nicht nur durch Toleranz getragen werden, sondern die auf aktive Kooperation heterogener Trägergruppen der Stadt ausgerichtet ist.

Ein viertes C – **Competitiveness** – könnte man integrieren. Dann heißt es, die Frage zu stellen, wie Wettbewerbsfähigkeit nicht ausschließlich um den Preis der Förderung einer kreativen Elite zu erlangen ist.

Diese 3 Cs sind als Bindeglieder zwischen der globalen Diagnose Talent – Technologie – Toleranz und deren lokaler Zielerreichung „kreative Stadt“ anzusprechen. Mit ihnen gehen übergeordnete Steuerungs- und Verfahrensweisen zwischen Markt und Zivilgesellschaft einher. Denn so richtig die Hinwendung auf die Talentfokussierung ist, so wichtig ist es auch, dieses Konzept auf die spezifischen Bedürfnisse, die Begabungen, die Eigenlogiken und Profile der Stadt anzuwenden.

5. Zusammenfassung

Die Ausführungen skizzieren, wie sich anhand der Dimension Arbeit und Ort in der Kreativwirtschaft signifikant neue, heterogene Beziehungen zu erkennen geben. Welche Fluchtpunkte lassen sich auf dieser Einschätzung formulieren? Vielleicht wäre es hilfreich, Städte mit einem vierten T zu befragen, dem Maß an Transformationsbereitschaft?
Inwiefern ist eine Stadt wie Hamburg z. B. institutionell in der Lage, sich im Wettstreit um neue Profile für eines zu entscheiden? Im Fall der Kreativwirtschaft heißt dies, inwiefern eine Stadt in der Lage ist, ihre Stadtpolitik für neue, als relevant bewertete Akteursgruppen auszurichten?

Sie muss in der Lage sein das kontextgenerierende Potenzial des Lokalen in den Blick zu bekommen. Dazu bedarf es eines permanenten Perspektivenwechsels zwischen dem Nationalen und dem Globalen als kognitives Schema einerseits und andererseits dem über Zeit (als Tradition) und Raum (als territorialisierte Kultur) vermittelten Bedeutungsverschiebungen. Sie machen in ihrer Gesamtheit die eigenlogische Gestalt des Lokalen aus. Wer Städte als Vorlage für das Durchbuchstabieren des neuesten globalen Hype betrachtet, verfehlt jene Lokalität des Lokalen, als das kontextspezifische Substrat, aus dem Raumpolitiken, Wissensaneignung und -erzeugung, aus dem sich Place-

Making und Innovation, aber auch Planungs- und Steuerungsleistungen zwangsläufig speisen.

Dies gilt im Besonderen für die Ökonomie der Kreativwirtschaft, die mit dem spezifisch stadtregional, sozial und institutionell zu Transformierenden eine neue Formation zu erkennen gibt. Das Handeln innerhalb dieser Ökonomien ist nicht reaktiv und, wie bei Richard Florida, rückwärtsgewandt auf das soziale Modell der europäischen Stadt ausgerichtet. Die Akteure zeigen zudem kein homogenes Vernunft- und Maximierungsprinzip. „Kreativer" Eigensinn und „kreative" Eigenwilligkeit sind die Grundlage für transitorisches, oft improvisiertes Handeln. Ihre vernetzten, temporären und lokal-globalen Arbeitswelten in ihrer vordergründigen Un-Ordnung irritieren aber die etablierten Institutionen. Letzteren fehlt oftmals noch ein geschickter Umgang mit den existierenden Instabilitäten dieser Akteursnetze. Sie müssen sich erst Steuerungs- und Handlungswissen erarbeiten.

Von diesen krisenerprobten Kreativakteuren zu lernen, heißt, kreative Improvisation und Auseinandersetzung mit der Situation anzuerkennen, um davon ausgehend urbane Perspektiven sowie planungspolitische Verfahren zu entwickeln. Dies anzuerkennen würde zunächst Lerneffekte für Planungs- und Handlungsprofessionen mit sich bringen. Dies heißt dann auch neben Kultur und Ökonomie die Stadtplanungspolitik als wichtiges Ressort zu positionieren. Es mag ein frommer Wunsch sein, aber der Mut für dieses Experiment liegt im Zuhören, Lernen und der konstruktiven Auseinandersetzung mit dem kulturell Fremden. Etwas, für das moderne Städte in Zukunft stehen müssen.

1 Florida, Richard: The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community. Basic Books, New York 2002.
2 Das Konzept „Talentstadt Hamburg" ist ergänzendes Element des Leitbildes „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt", mit dem Hamburg „die systematische Talentförderung innerhalb Hamburgs" und das damit verbundene Potenzial weiter entwickeln möchte. (Bürgerschaft der freien und Hansestadt Hamburg 2007: 2)
3 Bürgerschaft der freien und Hansestadt Hamburg: Drucksache 18/7616 vom 18.12.2007.
4 Vgl. www.trendbuero.de (Zugriff am 04.06.2008)
5 Beispielsweise bei Lange, Bastian (2005): Wachstumsmotor Kreative – Eine Kritik an Richard Florida. In: Oswalt, P. (Hg.) Schrumpfende Städte – Handlungskonzepte. Hatje Cantz Verlag, Ostfildern (Ruit) 2005, S. 401–405. Peck, Jamie (2005): Struggling with the Creative Class. In: International journal of urban and regional research, 29, 4, S. 740–770.
6 Der Kulturwirtschaftsbericht Hamburg aus dem Jahr 2006 fokussiert sich ausschließlich auf die Teilmärkte Musik, Darstellende Kunst, Bildende Kunst, Angewandte Kunst, Kulturelles Erbe und Literatur.
7 Lange, Bastian: Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin, Bielefeld, Transcript Verlag, 2007.
8 Begriff für eine Arbeitskultur und für -modelle auf der Basis eines flexiblen Arbeitsmarktes mit überwiegend befristeten Aufträgen, unregelmäßigen und dazu oftmals geringen Einkommen sowie eine daran anknüpfende schlechte soziale Absicherung etc. bei oftmals aber sehr hohem Qualifikationsniveau.

Dockville Festival 2008, Hamburg-Wilhelmsburg

4

Kreative Ökonomien als nachhaltige Investition für die Zukunft der Stadt?

Prof. Dr. Dieter Haselbach
ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH
Dr. Bastian Lange
Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig/Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung der Humboldt-Universität zu Berlin
Martin Heller
Intendant der Europäischen Kulturhauptstadt Linz 2009, Zürich
Uli Hellweg
Geschäftsführer IBA Hamburg GmbH
Senatorin Prof. Dr. Karin v. Welck,
Präses der Behörde für Kultur, Sport und Medien

Eingangsstatement von Prof. Dr. Dieter Haselbach

Es ist ein gewisser Mythos zu verzeichnen, wenn man sich dem Themenfeld der kreativen Ökonomien zuwendet. Die Zahlen hierzu sind: 35 Prozent der Beschäftigten gelten als die „kreative Klasse", das ist ungefähr jener Anteil mit einem Studienabschluss. Doch nur etwa drei Prozent der Beschäftigten arbeiten dagegen in der Kultur- oder Kreativwirtschaft. Der lyrische Bogen ergibt sich nun daraus, dass die Signifikanz des Größeren für das Kleinere beansprucht wird. In der Verwendung der Begriffe sollte insofern etwas mehr Nüchternheit walten.

Zusätzlich muss auch innerhalb der Kreativwirtschaft noch stark differenziert werden. Bildende Kunst funktioniert ökonomisch völlig anders als etwa die Musikbranche. Die Games-Industrie und die Werbung folgen jeweils wiederum ganz anderen Logiken. Nimmt man nicht die Kreativwirtschaft, sondern den engeren Begriff der Kulturwirtschaft, dann würde eine einfache Definition lauten: Die Kulturwirtschaft ist dasjenige, was die Kunst braucht, um auf den Markt zu kommen.

Jener Bereich stellt die Politik auch vor zahlreiche sozialpolitische Herausforderungen. Zu nennen wäre vor allem die hohe Zahl der wirtschaftlich nicht unbedingt erfolgreichen Selbstständigen.

Eingangsstatement von Martin Heller

Während sich die Städte früher stark um (Hoch-)Kultur bemüht haben, bemühen sie sich heute europaweit um die Kreativwirtschaft. Dahinter steht im Grunde die Sehnsucht, etwas eigentlich Unkontrollierbares, nämlich Kreativität oder individuelle Autorenschaft, in einen sozialen und urbanen Organismus einzugliedern. Man muss sich die Frage stellen, wie etwas „naturwüchsig" Entstehendes durch Planung hergestellt werden kann. Als Anschauungsmaterial haben die verantwortlichen Planer eigentlich nur die Beispiele solcher Orte zur Verfügung, an denen so etwas schon „automatisch" passiert ist. So will man momentan etwa in Zürich einen theoretischen Rahmen für die dort vorhandene Kreativwirtschaft herstellen, die eigentlich aus einem „Unfall" hervorging, nämlich den Jugendunruhen der 1980er Jahre.
Der Zwiespalt zwischen dem Naturwüchsigen und dem Produzierten, Gesteuerten führt dazu, dass die Misserfolgsquote der Bemühungen ziemlich hoch ist. Notwendig wäre ein längerer Atem (vor allem in der Politik) und Verständnis für die jeweiligen Differenzen zwischen den individuellen Szenen verschiedener Städte, die alle unterschiedlichen Anreize brauchen. Zur besseren Steuerung für urbane Prozesse wären eine Form des Coachings sowie neue Formen der Begleitung ratsam, für die es im

Teilnehmende der Talkrunde: Dr. Gesa Birnkraut (Moderation), Uli Hellweg, Senatorin Prof. Dr. Karin v. Welck, Martin Heller, Prof. Dr. Dieter Haselbach, Dr. Bastian Lange (v.l.n.r.)

politischen Alltag und im Verwaltungsapparat allerdings noch keine Instrumentarien gibt.

In den 1980er Jahren gab es in der Schweiz nach den Protestbewegungen der 1960er Jahre erneute Jugendunruhen. In Städten wie Zürich, Lausanne, Basel, Bern, St. Gallen, Winterthur und Luzern kam es dabei immer wieder zu gewalttätigen Auseinandersetzungen zwischen Behörden, Polizei und Demonstranten.

Standpunkte aus der Talkrunde „Kreative Ökonomien als nachhaltige Investition für die Zukunft der Stadt?“

Coaching und Vernetzung

- Städtebauliche Institutionen wie die IBA Hamburg oder die jährlich stattfindende Ernennung einer oder mehrerer Städte zur „Europäischen Kulturhauptstadt“ sind Chancen, neue unkonventionelle Formen des Coachings für die Steuerung urbaner Prozesse oder deren Inititiierung zu praktizieren. (Martin Heller, Intendant der Europäischen Kulturhauptstadt Linz 2009, Zürich)
- Reicht es – ausgehend von dem hohen Grad an Eigenorganisationsfähigkeit bei Menschen mit Migrationshintergrund und Kreativschaffenden – lediglich „intelligente Verknüpfungen“ zu schaffen? (Dr. Bastian Lange, Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig/Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung der Humboldt-Universität Berlin)
- Lediglich Verknüpfungen zu schaffen reicht nicht aus. Die IBA Hamburg begreift sich diesbezüglich als eine suchende und

lernende Institution. Um nicht an der Bevölkerung vorbeizuplanen, müssen neue Formate entwickelt werden. Allein auf die endogenen Kräfte zu setzen oder sich auf den Standpunkt des bloßen Betrachtens und Lernens zurückziehen, würde eine IBA nahezu überflüssig machen. (Uli Hellweg, Geschäftsführer IBA Hamburg GmbH)
- Man könnte Modellfälle schaffen und deren „Alltagstauglichkeit" testen. Gleichzeitig könnte man traditionelle Wirtschaftszweige in solchen Phasen für kreative, kulturelle Themen sensibilisieren und als Abnehmer für neue Ideen gewinnen. (Martin Heller)

Zur Funktion urbaner und kultureller Steuerungspraktiken
- Singuläre Veranstaltungen wie Biennalen oder andere kulturelle Highlights haben oft nur eine geringe Überzeugungsqualität. Leitfrage sollte sein, ob bei diesen Initiativen der Wunsch nach mehr Wohlstand, nach Wachstum oder nach „glücklichen Bewohnern" die Planungen antreibt. Es sollten transparente Zielvorgaben formuliert werden. (Martin Heller)
- Für Hamburg war das Schlagwort der „wachsenden Stadt" allein nicht mehr tragfähig genug, um auch die Qualität zukünftiger Entwicklungen hinreichend zu beschreiben. Typisch für Hamburg sind eine starke Vertretung der Kulturwirtschaft und ein hoher Migrationsanteil. Im Kontext der „lebenswerten Stadt Hamburg" können mit dem Instrument der IBA im Stadtteil Wilhelmsburg durchaus Lösungen für andere Stadtteile gewonnen werden. (Senatorin Prof. Dr. Karin von Welck)
- Dafür müssen folgende Fragen gestellt werden: Wie offen ist die Stadt vom Projektgebiet ausgehend für die bereits gewachsenen Stadtteile? Wie durchlässig sind andere Milieus und etablierte Kreise? Wird Wilhelmsburg zu einem Problemfall hochstilisiert? (Bastian Lange)

Kreative Ökonomien und Verdrängungsprozesse
- Wie ist in Wilhelmsburg das Verhältnis zwischen Menschen mit Migrationshintergrund und der Kreativwirtschaft zu begreifen? Migrantische Ökonomien wurden bei Prozessen der Gentrifikation in der Vergangenheit oft verdrängt. Wie kann man den konzeptionellen Widerspruch zwischen der Förderung eines Kreativstandortes und der Stabilisierung eines Ortes mit größtenteils migrantischer Bevölkerung überwinden? (Prof. Dr. Dieter Haselbach, ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH, Berlin)
- Der vermeintlich konzeptionelle Widerspruch darf nicht auf die Kategorie ‚migrantisch oder nicht' begrenzt werden, da es sich vielmehr um den sozialen Status handelt. Dabei übersieht man durchaus aufsteigende migrantische Eliten. Einen grundsätzlichen Konflikt auszumachen, wäre zu eindimensional. Die Gefahr eines Mietverdrängungsprozesses besteht, man könnte ihm durch die Eigentumsstruktur speziell in Wilhelmsburg jedoch teilweise entgegenwirken. (Uli Hellweg)
- Dem Problem der Gentrifikation, das auch in Wilhelmsburg vorhanden ist, wurde von der IBA Hamburg bisher ausreichend vorsichtig und klug begegnet, wie etwa mit dem Konzept der „aufsuchenden Befragung". (Senatorin Prof. Dr. v. Welck)

Agnieszka Harmanci, Anja Quickert "Dancekiosk. goes Island",
ein Projekt im Rahmen des IBA Kunst & Kultursommers 2007

5

Zwischenbilanz

Amelie Deuflhard,
Intendantin Kampnagel Internationale Kulturfabrik GmbH
Uli Hellweg,
Geschäftsführer IBA Hamburg GmbH

Zum metropolitanen Kontext des Diskurses um Kreativität und Stadtentwicklung

Uli Hellweg ruft noch einmal den Vortrag von Dr. Bastian Lange in Erinnerung, im Besonderen dessen Weiterführung der 3 T-Formel von Richard Florida (Talent – Technologie – Toleranz) um das vierte T für Transformation, die er allesamt um die 3 Cs (community – culture – communication) ergänzt (s. Seite 40). Für die Stadtentwicklung im Allgemeinen sowie die IBA Hamburg im Speziellen sollten diese soziologischen Begriffe nun räumlich gedacht werden. So lässt sich mit der Geschichte der nichtstädtischen Künstlerkolonien oder gar der anti-städtischen Alternativbewegung der 1960er und 1970er Jahre zunächst einmal fragen: Was haben die 3 Cs überhaupt mit der Stadt zu tun?

Als zentrales Merkmal der erwähnten Künstlerkolonien isoliert **Amelie Deuflhard** deren systemkritische Haltung, die die Schaffung von insularen Situationen motiviert. Wenn alternative, kritische oder abweichende Praktiken nun in die Urbanität integriert werden, ist das nicht auf Veränderungen auf Seiten der Kreativen oder Künstler zurückzuführen, sondern auf Veränderungen der Politik und der Stadtplanung, die jene Gruppe als wichtigen Antrieb für die Stadtentwicklung entdeckt haben. Die Probleme, die aus dem Versuch, kreative oder künstlerische Prozesse zu steuern, erwachsen, hat Dr. Lange in seinem Vortrag vom Vortag mit dem Begriff des „Steuerungsparadoxon" dargelegt. Bezieht man dies ein, so würde die Frage stattdessen lauten: Wie kann man gute Rahmenbedingungen für kreative Akteure schaffen, ohne definierte Kanäle zu legen?

„Steuerung" versus „Planung"

Den erwähnten eindimensionalen, umfassenden Steuerungsanspruch sieht **Uli Hellweg** als prägend für die Stadtplanung der 1970er Jahre an. Die 1980er haben dagegen einen radikalen Umschwung mit sich gebracht, in denen sich die Stadtplanung lediglich als interventionistisch und projektbezogen verstand. Als Beispiel wurde die IBA Emscher Park und die These Karl Gansers (Geschäftsführer der IBA Emscher Park) vom „perspektivischen Inkrementalismus" genannt.

Aber auch jene Haltung, die noch bis in die 1990er Jahre hineinreicht, ist inzwischen relativiert, ohne dass man in die vorherige Planungseuphorie zurückfällt. Man erkennt, dass auf eine strategische Steuerung nicht verzichtet werden kann. So wird beispielsweise die Bildungssituation in einem Stadtteil nicht durch einzelne Projekte verbessert, sondern es bedarf einer integrierten Strategie, in die verschiedene Bildungsprojekte von Schulen, Trägern und Vereinen eingebettet und so die gewünschten Nachhaltigkeits- und Synergieeffekte erzeugt werden. Mit diesem neuen Planungsansatz befindet man sich daher inzwischen auf einem guten Weg, so Uli Hellweg. Wenn daraus eine erfolgreiche neue Qualität der Planung entsteht, kann diese vielleicht auch modellhaft auf andere Städte übertragen werden.

Zur „Transformationsbereitschaft“ von Städten

Amelie Deuflhard ruft den Begriff der „Transformationsbereitschaft“ in Erinnerung, mit dem Dr. Bastian Lange am Vortag die 3 Ts von Richard Florida erweitert hatte. Daran schließt sich im Kontext der IBA Hamburg die Frage an, ob die Strukturen (Systeme, Institutionen, Großprojekte), auf die die Talente stoßen, ausreichend zur Veränderung bereit sind. Möglicherweise sind die Projekte der 1980er und 1990er an einem diesbezüglichen Mangel gescheitert.

Für **Amelie Deuflhard** stellt sich außerdem die Frage, wie man tendenziell allein und in losen Strukturen arbeitende Kreative mit Kultur- und Verwaltungsinstitutionen vernetzen könnte. In Anlehnung an Martin Hellers Vortrag vom Vortag (s. Seite 61) (und dessen Rolle in Linz) sieht sie hier das Bedürfnis nach Beratung und Beratern für die Kommunen und deren Großprojekte. Diese Berater könnten als Mittler Probleme, die beim direkten Kontakt zwischen Institution und Kreativen bestehen, umgehen. Eine solche Vermittlung könnte allerdings auch von Seiten der Kreativen ausgehen.

Auch **Uli Hellweg** sieht den Begriff der „Transformationsbereitschaft“ in zwei Richtungen definiert. Ein Beispiel sei die Wahrnehmung, die nördlich der Elbe von den Prozessen in Wilhelmsburg vorherrsche. Ist man in den etablierten Stadtteilen bereit, die Impulse aus Wilhelmsburg aufzunehmen und sich in seiner Haltung zur Elbinsel zu verändern? Floridas Betonung von „Toleranz“ ließe sich in diesem Zusammenhang genauer beleuchten: so sollte zwischen „progressiver Toleranz“ und – in Anlehnung an Herbert Marcuse – zwischen „repressiver Toleranz“[1] unterschieden werden. Erstere duldet die Dinge, die initiiert werden nicht nur, sondern sorgt dafür, dass Kooperationen und Impulse erweitert werden. Insofern ist die Kooperation mit Kampnagel unter der Leitung von Frau Deuflhard sehr zu begrüßen.

Zur weiteren Vernetzung der IBA sollen mit der, unter der Schirmherrschaft des Ersten Bürgermeisters ins Leben gerufenen IBA-Konvention[2], zu den ca. 80 IBA-Partnern weitere große gesellschaftliche und kulturelle Institutionen interessiert und eingebunden werden.

Gleichzeitig muss jedoch auch die Elbinsel ihre Transformationsbereitschaft unter Beweis stellen. Hin und wieder lässt sich durchaus fragen, ob hinter mancher Gentrifizierungs-Debatte[3] nicht vielmehr die Angst vor Transformation steht, da der Stadtteil Wilhelmsburg von jeglicher Verdrängung weit entfernt ist.

Amelie Deuflhard stimmt zu, dass nicht jeder Entwicklungsansatz für „unterentwickelte“ Gebiete mit dem Stichwort der Gentrifizierung unterbunden werden dürfe. Da städtische Verdrängungsprozesse andererseits komplexe Probleme darstellen, muss man Ansätze finden, um diese Prozesse in Grenzen halten zu können. Aus der breiten Palette der kreativen Ökonomien eignet sich gewiss das eine oder anderen Werkzeug.

1 Marcuse, Herbert (1966). Repressive Toleranz. In: Robert Paul Wolff, Barrington Moore, Herbert Marcuse: Kritik der reinen Toleranz. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1966.
2 Erstmals in der Geschichte der Bauausstellungen haben sich die wichtigen Akteure der ausrichtenden Stadt mit einer Art Stadtvertrag, der IBA-Konvention. auf die Ziele der IBA festgelegt. Die IBA-Partner verpflichten sich damit zu vertrauensvoller und partnerschaftlicher Zusammenarbeit. Das Ziel sind gemeinsame Projektstrukturen in Form von Public Private Partnerships, eine sich gegenseitig unterstützende Öffentlichkeitsarbeit

sowie Maßnahmen zur Qualitätssicherung der Projekte. Darüber hinaus sollen sich die Partner auch mit fachlichem und konstruktivem Rat beteiligen.

3 Mit Gentrifizierung bezeichnet man die Verdrängung einkommensschwacher Menschen aus ehemals benachteiligten Quartieren, die u. a. durch gezielte städtebauliche und kulturelle Maßnahmen eine Aufwertung und damit in der Regel eine Mietpreissteigerung erfahren.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer
des IBA-Labors Kreative Ökonomien

6

Talentstadt Hamburg: Raum für Kreativität und Zentren der Off-Kultur

Torsten Oltmanns,
Roland Berger Strategy Consultants, Hamburg und London

In der Folge der Globalisierung unterliegen die Metropolen einem zunehmenden Wettbewerbsdruck. Bis vor kurzem galt es, als Standort möglichst attraktiv für Investoren zu sein und neue Unternehmen und so neue Arbeitsplätze für die Ansiedlung zu gewinnen. Doch die Spielregeln haben sich fundamental verändert. Die Städte kämpfen immer weniger um Firmen und Fabriken, sie kämpfen um Talente.

Im Mittelpunkt dieser neuen Standortkonkurrenz steht die „Creative Class". Exzellent ausgebildete Menschen, die eine so kostbare Ressource darstellen, dass sie eine Grundkonstante der Industriegesellschaft auf den Kopf stellen: Sie ziehen nicht dahin, wo die Arbeit ist, die Arbeit kommt vielmehr zu ihnen.

Die „Creative Class" wird dabei immer wichtiger für die Zukunft der Volkswirtschaften – schon heute trägt Hollywood weit mehr zum Bruttosozialprodukt der USA bei als die gesamte Stahlproduktion des Landes. Sie erzielt deutlich überdurchschnittliche Einkommen. Und sie erzeugt einen selbstverstärkenden Effekt: Wo sich die Angehörigen dieser Klasse ansiedeln, kommen weitere hinzu. Man sucht nach einer hohen Anregungsdichte in einem Klima der Weltoffenheit. Gleichzeitig sind die Ansprüche an die technische Ausstattung und an reibungslose und sichere Lebensumstände sehr hoch.

Wie also können die Metropolregionen diese anspruchsvolle und gleichzeitig hochgradig lohnende Zielgruppe für sich begeistern?

In einer umfangreichen Serie von internationalen und nationalen Studien haben wir die Erfolgsfaktoren für die Ansiedlung der „Creative Class" untersucht. Wir haben uns dabei auf den Ansatz von Richard Florida gestützt und seine berühmte 3 T-Formel (Technologie, Talent, Toleranz) in quantifizierbare Kriterien heruntergebrochen, die sich für Europa sinnvoll belegen lassen.

Die Resultate

- Die von uns untersuchten, wirtschaftlich erfolgreichsten europäischen Metropolen weisen neben einer Cluster-Strategie, die sich vornehmlich auf die Unternehmensansprache richtet, heute auch Creative-Class-Strategien auf. Die Creative-Class-Strategien der Metropolen erweitern eine Unternehmensansprache um eine explizite, strategische Talentansprache.
- In Europa sind drei Stoßrichtungen für Creative-Class-Strategien erkennbar, die jeweils durch die bestehende Cluster-Strategie bedingt sind:
  - Kopenhagen und Dublin stehen für die Stoßrichtung Technologie – „Menschen folgen innovativen Technologien".
  - Der Cluster-Mix ist geprägt von hochinnovativen Clustern wie IKT (Informations- und Kommunikationstechnologie), Umwelttechnik und Life Science, die bereits erfolgreich aufgebaut sind.
  - Die kreative Vielfalt hat vornehmlich Imagewirkung in den Städten.
- Barcelona konzentrierte sich anfänglich auf die Stoßrichtung Toleranz/kreative Vielfalt – „Jobs folgen kreativer Vielfalt".

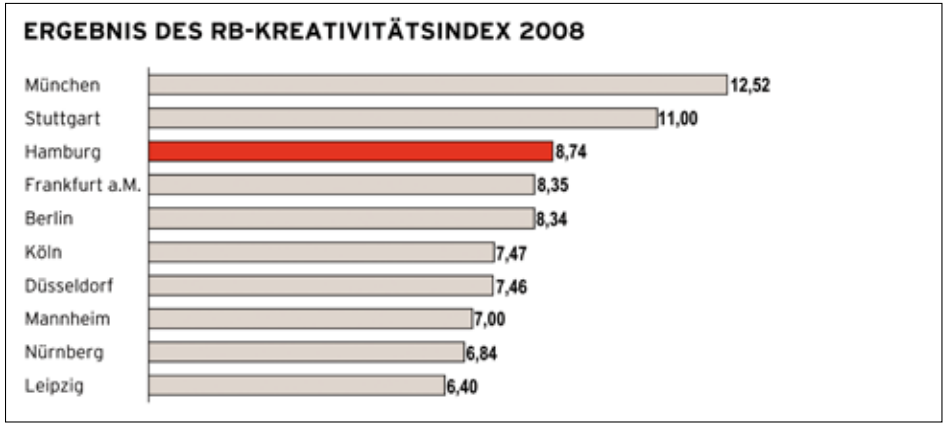
- Der heutige Cluster-Mix ist ebenfalls geprägt von hochinnovativen Clustern wie IKT, Umwelt- und Medizintechnik, die sich jedoch noch im Aufbau befinden.
- Die kreative Vielfalt dient als Nährboden für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt.

- Amsterdam und Wien stehen für die kombinierte strategische Ausgestaltung der zwei Handlungsfelder Technologie und Toleranz – eine Stärkung von Talent ergibt sich als Resultante durch aktive Vermarktung/Anwerbung auf Basis von Technologie und Toleranz.
  - Der Cluster-Mix in den Metropolen ist divers – hochinnovative Cluster wie IKT stehen ebenso im Fokus wie Logistik/Hafen/Automotive. Die Kreativwirtschaft hat eine besondere Bedeutung für die Städte und wird zusammen mit IKT in einem gesonderten Cluster organisatorisch wie auch strukturell gefördert.
  - Die Rolle der kreativen Vielfalt variiert – vom Katalysator für Innovationen über den Imagefaktor für die Talentanwerbung bis zur Nachrangigkeit.

Durch alle drei skizzierten Stoßrichtungen lassen sich Metropolen erfolgreich weiterentwickeln. Alle untersuchten Städte weisen heute überproportional gute Wachstumsraten im Bruttoinlandsprodukt/pro Kopf und den Einwohnerzahlen auf.

Das stärkste Wachstum weisen in unserer Analyse Kopenhagen und Dublin auf. Beide Metropolen haben primär das Handlungsfeld Technologie gestärkt.

Sechs Zielgruppen, um die sich Hamburg zukünftig bemühen muss



Hamburg belegt hinter München und Stuttgart den dritten Platz im RB-/FAZ-Kreativitätsindex 2008

Das Reiherstiegviertel in Wilhelmsburg

7

Hamburg – Stadt der Talente und der Kreativen?

Torsten Oltmanns,
Roland Berger Strategy Consultants, Hamburg und London
(siehe Vortrag „Talentstadt Hamburg“, Seite 76)
Dr. Willfried Maier,
Philosoph, Politiker und Senator für Stadtentwicklung a. D., Hamburg
Prof. Dr. Ute Vorkoeper,
Kuratorin, Hamburg und Kunsthochschule Berlin-Weißensee
Hildebrand Henatsch,
Pastor i. R., Hamburg-Wilhelmsburg

Eingangsstatement von Prof. Dr. Ute Vorkoeper

Menschen in kreativen Ökonomien leben häufig in prekären Situationen. Innerhalb dieser Verhältnisse sollten vor allem die Arbeiten und die Arbeitsweisen in den Blick genommen werden. Es geht weniger um ökonomische Absicherung oder einen wie auch immer gearteten künstlerischen Lifestyle, sondern um die Frage: Wozu machen Kreative das überhaupt? Was wird erarbeitet? Was sind die Motive?

Eingangsstatement von Dr. Willfried Maier

Die „kreative Stadt“ trifft in Hamburg auf eine Orientierung der traditionellen Wirtschaftseliten, die vorwiegend Hafen und Logistik im Auge haben. Zudem gibt es das Problem, dass der Senat seine Pläne nicht gern öffentlich macht. Beides verträgt sich nicht mit der Vorstellung einer innovationsbereiten und offenen Stadt. Dies sollte sich in Zukunft ändern.

Eingangsstatement Pastor i.R. Hildebrand Henatsch

Es sollten im Zusammenhang einer „kreativen Stadt“ auch Menschen in Wilhelmsburg betrachtet werden, die weder Künstler noch Kreative sind, also auch jene, die landläufig „auf der anderen Seite“ der Gesellschaft stehen. Die Frage lautet, was kreative Wirtschaft dazu beitragen kann, gerade Menschen, die keine Arbeit haben, wieder in Beschäftigung zu bringen.

Standpunkte aus der Talkrunde Hamburg: Hamburg – Stadt der Talente und Kreativen

„Kreativität“ und „kreative Ökonomien“ – Verständnisse und Funktionen

- Kreative Ökonomien können eine starke wirtschaftliche Triebkraft entwickeln und Arbeitsplätze schaffen. (Torsten Oltmanns, Roland Berger Strategy Consultants)
- Der Begriff der Kreativität im bislang geführten Diskurs ist zu eng gefasst. Möglichst viele Menschen sollten in die Entwicklung von Wirtschaftsprozessen integriert werden. Es geht nicht nur um eine Verbesserung der Arbeitsmarktzahlen, sondern um eine Qualifizierung der Menschen. Gerade künstlerische Projekte können bildungsschwache Menschen wieder für ihr gesellschaftliches Umfeld interessieren. (Hildebrand Henatsch, Pastor i. R., Hamburg-Wilhelmsburg)

- Alltägliche kreative Strategien der Menschen werden oft vernachlässigt. Es geht darum, das Bewusstsein für kreative Spielräume zu steigern und nicht von außen zu bestimmen, was Kreativität ist. (Prof. Dr. Ute Vorkoeper, Kuratorin, Hamburg und Kunsthochschule Berlin-Weißensee)
- Das Konzept der „kreativen Ökonomien" wird oft mit dem der „kreativen Stadt" verwechselt, in dem 100 Prozent der Bevölkerung gemeint sind. Eine Konzentration auf die „kreative Klasse" ist zu eindimensional. (Dr. Willfried Maier, Philosoph und Senator für Stadtentwicklung a. D., Hamburg)

Zur „Übersetzung" des Diskurses der „kreativen Ökonomien" für Wilhelmsburg

- Es ist eine Illusion, alle Menschen „mitzunehmen", so dass Stress und Verwerfungen unausweichlich werden. Das bedingt schon der Zuzug von Menschen, die unter Umständen mehr Geld verdienen, als die Menschen vor Ort.
(Torsten Oltmanns)
- Die unaufhaltsame Kraft der Ökonomie ist kein Gegenargument, um Bedenken in Bezug auf eine ökonomistische Kreativitätspolitik auszuschalten. Das Kunstwerk zum Motor der konventionellen Ökonomie zu machen, ist bedenklich. Besser wäre die Förderung weniger „warenförmiger" Kunstformen, die auf Mitgestaltung und Kontext basieren.
(Prof. Dr. Vorkoeper)
- Einzelne künstlerische Interventionen wie das Projekt Park Fiction in St. Pauli können dennoch keine Lösung für einen so großen Stadtteil wie Wilhelmsburg sein. Offene, andockfähige Szenen und ein neues Lebensgefühl dagegen sind erwünscht.
(Dr. Willfried Maier)
- Die zentrale Frage in diesem Diskurs lautet: Wie können Menschen an eine Stadt gebunden werden? Dabei ist gerade der Stadtteil entscheidend. (Prof. Dr. Vorkoeper)
- Die Elbinsel musste in ihrer Geschichte immer wieder den Schock des Neuen hinnehmen. Neue Strukturen müssen wachsen und dürfen dem Stadtteil nicht einfach übergestülpt werden. (Hildebrand Henatsch)
- Verdrängung ist noch keine reale Gefahr in Wilhelmsburg. Zunächst muss mehr Wertschöpfung durch strukturelle Entwicklungen wie türkischsprechende Kindergärtner/-innen oder Schulen und Hochschulauslagerungen entstehen, bevor man über die Anziehung von Künstlern spricht.
(Dr. Willfried Maier)
- Angesichts der vielen sozial schwachen oder ausgegrenzten Menschen in Wilhelmsburg könnte noch stärker mit einer „neuen Form der Wirtschaft" experimentiert werden.
(Hildebrand Henatsch)
- Künstler ziehen nicht in einen Stadtteil, weil sie Einladungen folgen, sondern weil sie von dem Milieu angezogen werden. Was daraufhin passieren wird, lässt sich nicht vorhersagen. Ein Scheitern ist dabei nie auszuschließen.
(Torsten Oltmanns)
- Die Gegend gilt zwar als wenig erschlossen, ist aber sehr stadtnah und kann als Naherholungsgebiet genutzt werden. Diese Kombination macht sie für viele Menschen sehr attraktiv. In Initiativen wie der IBA Hamburg und der Internationalen Gartenschau Hamburg igs 2013 muss dies dem Rest Hamburgs verdeutlicht werden. Die Wilhelmsburger Bevölkerung muss dies als Chance begreifen. Es gibt infrastrukturelle Belastungen (Nord-Süd-Verkehr), aber gerade auch der gemeinsame Widerstand einer lokalen Bevölkerung gegen infrastrukturelle Belastungen kann für die Bildung neuer Milieus

und die Identifikation mit dem Stadtteil eine starke Triebkraft sein. (Dr. Willfried Maier)

- Identifikation mit dem Stadtteil und Zusammenhalt sind in Wilhelmsburg bereits an vielen Stellen vorhanden und müssen bewahrt werden. (Hildebrand Henatsch)
- Kunst vermag es, im Zuge solcher Prozesse Stimmungen und Bewegungen auszudrücken und ihnen eine Form zu geben. (Prof. Dr. Vorkoeper)
- Hamburg braucht einen neuen Mythos fernab von der Hafenentwicklung. Im Zeitalter der elektronischen Globalisierung ist Hamburg nicht mehr automatisch das „Tor zur Welt", es entstehen neue Zentren. Eine rein technische Diskussion zur Bindung kreativer Köpfe an die Stadt ist deshalb zu einseitig (Dr. Willfried Maier)

Temporäre Gärten – ein Projekt von Susan Leibovitz Steinman
im Rahmen des Elbinsel Sommers '08: Kultur | Natur

Innerstädtischer Gemüsegartenbau als kreative Ökonomie

Harald Lemke,
freischaffender Philosoph und Co-Kurator von „Kultur | Natur“, des Elbinsel Sommers 2008 im Rahmen der Internationalen Bauausstellung (IBA) Hamburg

Innerstädtische Gemüsegärten oder das urban gardening ist eine kreative Ökonomie *par excellence*. Zur kurzen Erläuterung dieser These möchte ich vier Gründe anführen.

Aufgrund der massenhaften Erwerbslosigkeit in vielen Teilen der Welt und der Tatsache, dass eine existenzsichernde Vollzeitarbeit das alltägliche Leben und Überleben von immer weniger Menschen garantiert, wächst bei vielen sowohl die reale Not als auch das individuelle Bedürfnis, sich zeitweise in einem eigenen oder gemeinsamen Gemüsegarten zu betätigen. Der urbane Gartenbau hat als eine graduelle Alternative zur herkömmlichen Lohnarbeit einen realen ökonomischen Wert. Gleichzeitig hat er auch den existenziellen und alltagspraktischen Wert einer sinnvollen Lebensbetätigung. Urbane Kleinstlandwirtschaft ist jedoch eine alternative Ökonomie nur in dem Maße, wie sie von Menschen betrieben wird, die diese Arbeit freiwillig und aus Überzeugung tun. Sie ist keine staatlich verordnete Arbeitsbeschaffungsmaßnahme und sollte nicht zu irgendwelchen Programmen gehören, die Langzeitarbeitslosen aufgezwungen werden. Insofern steht die kleingärtnerische (Über-)Lebenskunst nicht für die Renaissance einer Ökonomie armer Leute, die auf „primitivem“ Niveau von der Hand in den Mund leben. Sie wird mehr und mehr zur „Lifestyle-Frage“ eines jungen urbanen Milieus, das Autonomie und neue Lebenswerte nicht nur politisch reklamieren, sondern auch ökonomisch erfahren und im Alltag selbsttätig praktizieren will.

Die Arbeit in einem Gemüsegarten ist als eine kreative (und wirtschaftende) Tätigkeit ein kulturelles Schaffen in der ursprünglichen Bedeutung des Wortes Kultur. Dem lateinischen Ausdruck *cultura* und dem dazu gehörigen Tätigkeitswort *colere* zufolge ist „Kultur schaffen“ im Wesentlichen das Hegen und Pflegen, das Kultivieren von Natur durch die Kunst des Landbaus. Das urbane Gärtnern ist aber nicht nur eine Kunst im Umgang mit der Natur, sondern verlangt – wie jede andere praktische Arbeit auch – ein gründliches Wissen und Erforschen der Sache. Die zahlreichen Stadtgärten, die gegenwärtig in allen Teilen der Welt entstehen, sind daher unersetzbare Produktionsorte und Forschungszentren eines pflanzenkundigen und hinsichtlich der jeweiligen Stadtgeographie und ökologischen Umweltanforderungen auch ortspezifischen Wissens um lokale Biodiversität. Gartenaktivisten und Gartenkünstler sind ehrwürdige Pioniere des Artenschutzes und Experten eines lokalen Natur-Kultur-Wissens. Diese „Kreativen“ sorgen nicht nur für eine lebenswichtige Begrünung der Stadt, sondern auch für die Schaffung von Ökosystemen und das Überleben einheimischer Pflanzen. Soll sich die globale Ökonomie der Nahrungsproduktion in Zukunft gemäß einer Praxis der Nachhaltigkeit entwickeln, wird die Kreativität eines solchen urbanen Gemüsegartenbaus an Bedeutung gewinnen *müssen*.

Anders als die herkömmliche künstlerische Beschäftigung mit dem Naturschönen (als einer rein betrachtenden Haltung) setzt der urbane Landbau an der entscheidenden Schnittstelle des menschlichen Naturverhältnisses an: an der landwirtschaftlichen Nahrungsproduktion. Diese steht heute aufgrund der naturzerstörerischen und klimaschädlichen Folgen des industriellen Agrarkapitalismus vor der Notwendigkeit einer epochalen

Erneuerung. Innerstädtische Gemüsegärten sind unscheinbare Gegenkräfte des Umwelt- und Klimaschutzes. Die kreative Ökonomie urbanen Gartenbaus sorgt darüber hinaus für eine reizvolle Ästhetisierung des öffentlichen Stadtraums. Inmitten von Ballungsgebieten entstehen phantastische Oasen, die den jahrhundertealten Gegensatz zwischen Stadt und Land überwinden.
Ein ganzes Bündel an politischen Maßnahmen und Förderinstrumenten kann das Wachsen und Gedeihen von Stadtgärten begünstigen. Beispielsweise sichere Pachtverträge, kostenlose Schadstoffanalysen und Bodenaustausch oder die Versorgung mit Be- und Entwässerungssystemen. Saatgutverteilungen und Schulungen oder Formen der Vernetzung, die den Erfahrungsaustausch der urbanen Gärtner/-innen untereinander sowie mit Aktiven aus anderen Städten unterstützt. Fest steht, dass die politischen Rahmenbedingungen in einem hohen Maße über die Zukunft der innerstädtischen Landwirtschaft (als kreativer Ökonomie) entscheiden werden.

Der vierte Grund dafür, warum ich denke, dass urbane Gemüsegartenkunst als eine kreative Ökonomie hervorgehoben werden sollte, hängt mit ihrer beachtlichen sozialen Dimension zusammen: Viele Gärten werden nicht nur individuell, sondern gemeinschaftlich in kleinen selbst organisierten Gruppen und Vereinen

Interkultureller Garten Wilhelmsburg

betrieben. Hier verbinden sich Ökonomie und Kreativität zu einem auch gesellschaftspolitisch bemerkenswerten Faktor lebendiger Urbanität. Aus dieser sozialintegrativen Wirkung gemeinsamer Gartenarbeiten erklärt sich beispielsweise das Zustandekommen und Funktionieren der so genannten „interkulturellen Gärten", bei denen sich Menschen aus verschiedenen Kulturen (Nationen) und sozialen Milieus zusammentun, um sich auszutauschen und gemeinsamen Boden zu beackern, der zugleich auch den Nährboden für ein interkulturelles Stadtleben bildet. Der Gemeinschaftsbezug sorgt dafür, dass sich im Umfeld von funktionierenden Stadtgärten – selbstverständlich gibt es keine Garantie auf das tatsächliche Gelingen solcher Gärten – gleichzeitig das „soziale Klima" verändert. Gemeinschaftsgärten sind kreative Ausdrucksformen und existenzielle Beweisführungen eines guten Stadt-Lebens. Fast immer wird ein derartiges Community-Handeln und konviviale Tätigsein von feierlichen Festessen getragen, bei denen mit Freunden und Nachbarn – an langen Tafeln – die gemeinsam angebauten und geernteten Produkte aus dem eigenen urbanen Gemüsegarten genossen werden.
Meine Ausführungen, dass innerstädtische Gartenarbeit bzw. urbane Gemüsebaukunst aufgrund der vier (hier nur kurz skizzierten) Gründe als Musterbeispiel einer zeitgemäßen kreativen Ökonomie zu behandeln sind,

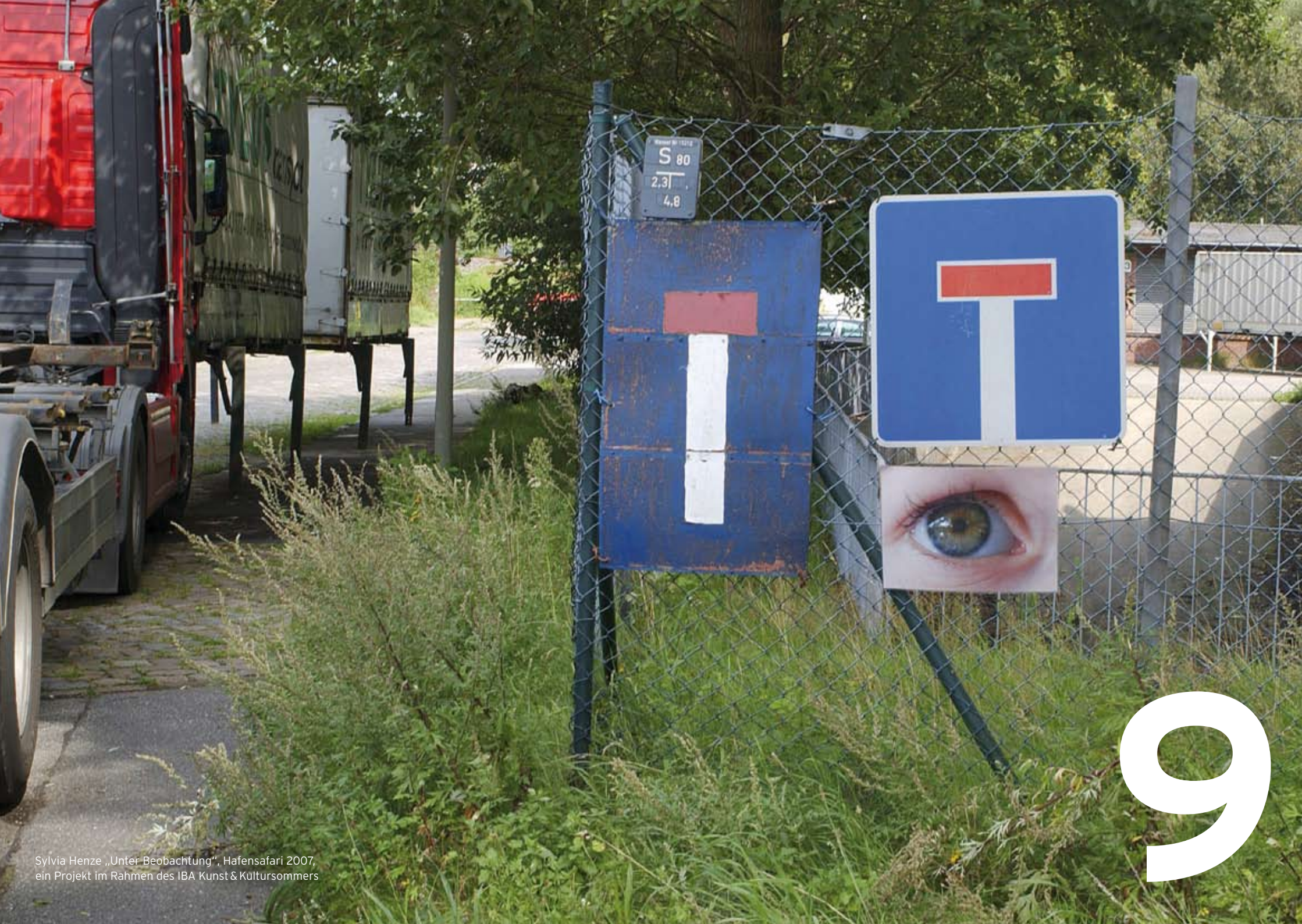
Urban Gardening Aktion mit der amerikanischen Künstlerin Susan Leibovitz Steinman

Gartenbau-Aktivist

verfolgt nicht zuletzt die kritische Absicht, ein Defizit des Schlagwortes „Kreative Ökonomie" zu beheben. Denn Schlagworten haftet stets das Problem an, zu abstrakt und auch allzu leicht weltanschaulich instrumentalisierbar zu sein. Daher scheint es mir notwendig und sinnvoll, das gesellschaftliche Verhältnis von Kreativität und Ökonomie sowie deren Wechselspiel oder Gegensatz *so konkret wie möglich zu benennen*. Welche konkreten Tätigkeiten und Realitäten wir also unter dem besagten Modewort auch immer subsumieren mögen: jedenfalls spricht für innerstädtische Gemüsegärten, dass ihre kreative Ökonomie für eine nachhaltige und soziale Stadtentwicklung – für eine „wachsende Stadt", die ihren Namen auch wirklich verdient – unerlässlich sein wird.

Diskurse: Impulsförderung, Existenzgründung, Beschäftigung, Stadtentwicklung

Am zweiten Tag des Labors teilten sich die Teilnehmer/-innen und Referent/-innen des IBA-Labors in vier parallele Workshops, sogenannte Diskurse auf. Diese Diskurse waren eine Mischung aus Podiumsdiskussion und offener Diskussionsrunde, bei denen anhand ausgewählter Impulsreferate ein gezieltes Thema erörtert wurde. In einigen dieser Foren wurde unmittelbar nach jedem Impulsreferat diskutiert, in anderen gebündelt am Schluss des Diskurses. Alle Diskussionsbeiträge werden am Ende des jeweiligen Kapitels gebündelt vorgestellt.



Sylvia Henze „Unter Beobachtung“, Hafensafari 2007,
ein Projekt im Rahmen des IBA Kunst & Kultursommers

9

Impulsförderung – Impulse zur Initiierung kreativer Ökonomien

Welche Anwendungsbereiche für kreative Ökonomien gibt es? Welcher künstlerischen und öffentlichen Impulse bedarf es?

Katharina Schwalm-Schäfer,
Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf
Constanze Günther,
IBA Hamburg GmbH
Adam Page und Dipl. Ing. Tommy Stärz,
IDEE 01239 e.V. Dresden-Prohlis
Moderation: **Prof. Dr. Ute Vorkoeper,**
Kuratorin, Hamburg und Kunsthochschule Berlin-Weißensee

Impulsreferat Katharina Schwalm-Schäfer: Create.NRW – Ein Impulsprogramm zur Förderung der Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Daten/Fakten
Nordrhein-Westfalen war das erste Bundesland in Deutschland, das bereits im Jahr 1992 ein eigenes Referat für Kulturwirtschaft eingerichtet hat, und es ist das einzige Bundesland, das über viele Jahre hinweg überhaupt ein solches unterhielt, was die hohe Gewichtung dieses Bereichs in der Landespolitik zeigt. Heute gehört die Kultur- und Kreativwirtschaft zu den fünf profilbildenden Leitmärkten. Dies zahlt sich aus: In NRW – einem traditionell von der Großindustrie geprägten Land – arbeiten jetzt rund 49.000 Unternehmen in der Kulturwirtschaft. Der Anteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft beträgt 7,6%. Weitere rund 46.000 Unternehmen sind in der Kreativwirtschaft tätig.

Seit 1985 verfolgen wir ein außerordentlich hohes Wachstum in diesem Bereich. So hat das Wachstum in den Kulturbranchen Musikwirtschaft, Theatermarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Buchmarkt und Kunstmarkt – bis auf einen konjunkturell bedingten Einbruch zwischen 2001 und 2003 – immer um etwa das Doppelte über dem Wachstum in der Gesamtwirtschaft gelegen. Besonders auffällig ist ein geradezu explosionsartiges Ansteigen der Zahl der selbstständigen Künstler/-innen, Publizisten/-innen, also der Ein-Mann- oder Ein-Frau-Unternehmen seit 1990. Dies zeigt, dass immer mehr Menschen aus dem öffentlichen Kultursektor in den privatwirtschaftlichen Kultursektor drängen und mit unterschiedlichsten Geschäftsmodellen eigene Unternehmen gründen.

Solche Zahlen sind kein Selbstzweck, sie sind wichtig für die wirtschaftspolitische Diskussion und für die Anpassung von Förderinstrumenten. Die Wirtschaftspolitik muss wissen, welche strukturellen Besonderheiten die Kultur- und Kreativwirtschaft hat, wo und wie sich Märkte verändern, und sie muss bewerten, ob ihre Instrumente ausreichen, um die erforderliche Unterstützung zu geben.

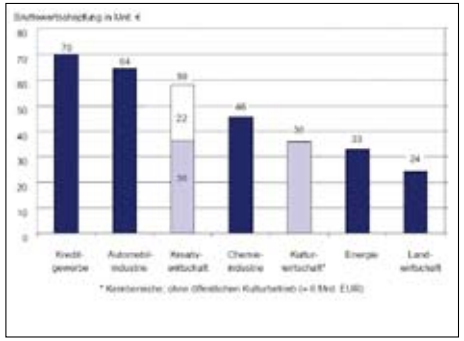
Ein Schritt hin zu mehr Datenqualität wurde in diesem Jahr erreicht: Die Länder haben sich über die Wirtschaftsministerkonferenz auf eine bundesweit einheitliche Abgrenzung des Bereichs der Kultur- und Kreativwirtschaft verständigt. Damit ist in einer gemeinsamen Schnittmenge jetzt erstmals eine bundesweite Vergleichbarkeit der Daten möglich, was zusätzliche Erkenntnisse, beispielsweise auch über berufliche Mobilitätstendenzen von Kreativen in Deutschland bringen wird.

Denn der Wettbewerb um die Kreativen hat gerade erst begonnen. Politik und Wirtschaft haben erkannt, dass die Attraktivität von Städten und Regionen steigt, wenn sich hier Designer, Computerfreaks, Modeschöpfer, Musiker, Journalisten und viele andere kreative Menschen niederlassen, sich gegenseitig austauschen, miteinander kooperieren und ein innovatives Klima erzeugen, das der Stadt bzw. der Region, dem Tourismus und der Gesamtwirtschaft zugute kommt. Es ist daher bundesweit von einer Vielzahl von Angeboten an die Kreativen auszugehen.

Aber – trotz vieler Tagungen zur Kultur- und Kreativwirtschaft und trotz aller erkennbaren Euphorie – ein Heilsbringer ist die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht. Wie in allen innovativen Dienstleistungsbereichen liegen hier große Chancen, aber auch hohe Risiken. Ein wesentlicher Grund für das Wachstum liegt auch darin, dass es hier viele prekäre Beschäftigungsverhältnisse und ein hohes Maß an Selbstausbeutung gibt.

Kulturwirtschaftsberichte als Entwicklungsinstrument

Für die frühe Ausrichtung der Wirtschaftspolitik in Nordrhein-Westfalen auf die Kreativbranchen war entscheidend, dass wir bereits im Jahr 1992 den ersten Kulturwirtschaftsbericht erstellt und damit zum ersten Mal eine Bestandsaufnahme der Unternehmens-, Umsatz- und Beschäftigtenzahlen hatten. Diese Daten waren damals so erstaunlich, dass sich der amtierende Wirtschaftsminister weigerte, den Kulturwirtschaftsbericht vorzustellen, weil er befürchtete, sich mit diesen Zahlen unglaubwürdig zu machen. Erst nach einer Plausibilitätsprüfung durch das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik wurde der Bericht veröffentlicht und sorgte überall in Deutschland und sogar in Europa für großes Aufsehen.



Bruttowertschöpfung verschiedener Wirtschaftsbranchen in NRW.

Es folgten weitere Berichte im Jahr 1995 zur Kulturwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens, 1998 zum kulturellen Arbeitsmarkt, 2004 zur Bedeutung der Kulturwirtschaft für andere Branchen wie den Tourismus oder designabhängige Branchen und 2007 zum Thema Wettbewerb, Märkte, Innovationen.

Diese Berichte waren keine amtliche Verlautbarung, sondern wurden durch eine unabhängige Gruppe von Fachleuten aus Universitäten und Forschungseinrichtungen erstellt. Sie haben für die Politik wertvolle Hinweise und Empfehlungen gegeben, die in viel beachtete Modellprojekte mündeten. Sie waren und sind somit Kompass und Richtschnur für die Landespolitik.
Die Empfehlungen der Berichte bezogen sich auf:

1. Verbesserung der Information und Kommunikation in den Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft
2. Durchführung von Kulturwirtschaftstagen und Branchenforen
3. Unterstützung von Existenzgründern
4. Nutzung kulturwirtschaftlicher Potenziale für den Tourismus
5. Kulturexport

In Umsetzung ausgewählter Empfehlungen haben wir beispielsweise Branchenanalysen erstellen lassen, um über Marktentwicklungen zu informieren. Wir haben eine Internetseite einge-

richtet, und wir haben Kulturwirtschaftstage, Designkongresse und Branchenforen durchgeführt, um Best-Practise-Beispiele vorzustellen und den Austausch zwischen den Kulturunternehmen zu ermöglichen.

Um Impulse für Existenzgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu geben, wurde die StartART-Gründungsinitiative für Kunst und Kulturwirtschaft durchgeführt, ein Wettbewerb um die Vergabe von Fördermitteln, durch den wir viel über den Beratungs- und Finanzierungsbedarf und die Geschäftsmodelle der Kreativen gelernt haben. Daher wissen wir, dass es in diesem Bereich weit überdurchschnittlich viele Hochschulabsolventen und eine überdurchschnittlich hohe Zahl von Frauen gibt, die sich selbstständig machen.

Mit ähnlicher Zielsetzung, aber primär an kommunale Träger gerichtet, wurde ein Landeswettbewerb zur Einrichtung kultureller Gründerzentren ausgelobt, die Beratungsleistungen für Kulturunternehmen anbieten. Drei Vorhaben – darunter ein Atelierhaus in Monschau, das mit einer Beratungsstelle in Aachen kooperierte – erhielten Zuschüsse von 50% für Planungs- und Managementkosten.
In einem weiteren Politikschwerpunkt ging es um die Nutzung kulturwirtschaftlicher Potenziale für den Tourismus. Vor allem in strukturschwächeren Regionen, wie Teilen des Ruhrgebiets, wurden Modellprojekte durchgeführt.

Um den Schritt auf Auslandsmärkte zu unterstützen, der häufig für die Kleinstunternehmen der Kulturwirtschaft weder in organisatorischer noch in finanzieller Hinsicht realisierbar ist, haben wir Landesgemeinschaftsstände auf Kunst- und Designmessen, wie der Fotografie-Leitmesse „Paris Photo“ in Paris, der „ART“

Ein Wettbewerb als Entwicklungskonzept für die Kreativwirtschaft in NRW

Moskau oder der Designmesse „100% Design“ in London angeboten. Damit konnten wir erstens den Zugang der Unternehmen zu diesen kuratierten Messen erleichtern und zweitens ihre Standmieten reduzieren.

Stärken der Kreativbranchen nutzen
Während die oben genannten Angebote vorrangig an den Schwächen der Kultur- und Kreativbranchen ansetzten, geht das Land Nordrhein-Westfalen einen neuen Weg mit dem im Jahr 2007 gestarteten Wettbewerb Create.NRW[1], mit dem wir die besten Projekte der Kultur- und Kreativwirtschaft auswählen und unterstützen.

Dieser Wettbewerb setzt – und das ist ein Novum – nicht an den Schwächen, sondern an den Stärken an, d. h. wir nutzen die Kreativbranchen als Ideen- und Impulsgeber für die Entwicklung regionaler Innovationssysteme, ganz im Sinne der Lissabon-Agenda der Europäischen Union, die Europa zum dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt machen will. Dabei gehen wir davon aus, dass Innovationen verstärkt an den Schnittstellen zwischen Branchen und Sektoren entstehen. Aus diesem Grund wählt der Wettbewerb auch keine Einzelvorhaben aus, sondern zielt auf Kooperationen, Netzwerke und Cluster zwischen Akteuren und Unternehmen der Kreativbranchen sowie zwischen den Kreativbranchen und anderen Wirtschaftsbereichen.

Dadurch entstehen neue Verknüpfungen und neuartige Ideen und Geschäftsfelder. So haben im Ideen- und Konzeptwettbewerb vor allem diejenigen Projekte überzeugen können, die sich auf Zukunftsthemen (wie den demografischen Wandel) oder Zukunftstechnologien (wie neue Trägermedien im Entertainment- und Medienbereich) und daraus resultierende wirtschaftliche Chancen bezogen und bei denen Kreative mit Unternehmen und Hochschulen kooperierten. Beispiele dafür sind das Game Technology Competence Center des Lehrstuhls für interaktive Systeme und Interaktionsdesign der Universität Duisburg-Essen, das Zentrum eines Netzwerks von Kreativen, Wirtschaft und Forschung in der wachstumsstarken Computer- und Spieleindustrie sein will, oder das Entwicklungszentrum Creative Industries, das Kooperationsmodelle für Projektpartnerschaften zwischen Kreativen, der Wirtschaft und Hochschulen erarbeitet. Die Zustimmung der Jury fanden auch Kooperationsprojekte zwischen Designern, Hochschulen und Unternehmen, bei denen es um eine nutzerorientierte Design-Entwicklung bzw. die Schonung von Ressourcen im Designbereich ging.

Und darin liegt auch der Charme dieses Wettbewerbs: im Aufzeigen und Bündeln von Chancen. Denn nichts ist so spannend, wie die Suche nach Ansätzen, Faktoren und vor allem Menschen, die auf dem Weg zu größerem Erfolg helfen können.
Es ist vorgesehen, den Wettbewerb durch den Einsatz eines Clustermanagements zu begleiten, das ausgewählte Netzwerke und Cluster der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen unterstützen und zu ihrer Professionalisierung und besseren Chancen-Verwertung beitragen soll.

Create.NRW ist damit mehr als ein Wettbewerb. Es handelt sich um ein Entwicklungskonzept für diesen Wirtschaftssektor nach dem Vorbild internationaler Clusterinitiativen. Wie in der Automobil- oder der Chemieindustrie sollen sich auch hier Konsortien aus Vertretern der Wirtschaft, der Wissenschaft, aus Gesellschaft und Politik bilden, die im wahrsten Sinne des Wortes grenzüberschreitend agieren, um innovative Vorhaben umzusetzen, von denen Impulse für Arbeitsplätze und Beschäftigung ausgehen.

Ein Rezept für den Erfolg solcher kreativer Netzwerke und Cluster gibt es nicht, es gibt aber eine Reihe von Faktoren, die nachweislich zum Erfolg beitragen können:

- eine Führungspersönlichkeit, die durch Handlungsträger aus Wirtschaft, Politik und Hochschulen unterstützt wird
- eine Vision, die zu konkreten Projekten führt
- Fokus auf wachstumsorientierte Bereiche
- Formulierung von erreichbaren Zielen
- Suche nach Partnern, die das Projekt fördern können und von ihm profitieren
- Marketing
- Projekte evaluieren
- Erfolge kommunizieren

Dieser Netzwerk-Ansatz stellt das heraus, was kreative Unternehmen am besten können, nämlich Partner für Innovationen zu sein. Für Nordrhein-Westfalen gilt: Wir haben gelernt, mehr in Ideen und Konzepte als in Beton zu investieren, weil die Zukunft in guten Ideen liegt. Sie liegt aber vor allem darin, für diese Ideen einen Markt zu schaffen.

Ich würde mich freuen, wenn die IBA Hamburg von unseren Erfahrungen profitieren kann.

1 Weiterführende Informationen unter: www.ziel2-nrw.de.

Impulsreferat Constanze Günther

Constanze Günther verweist auf die vorangegangene Talkrunde mit Willfried Maier, Hildebrand Henatsch, Thorsten Oltmanns und Ute Vorkoeper (s. Seite 82), die ein immanentes Problem des Labor-Themas verdeutlicht: die sehr unterschiedlichen Auffassungen von Kreativität in den vorherrschenden und oftmals vermischten Konzepten von „kreativer Klasse", „kreativen Ökonomien" oder der „kreativen Stadt". Die vorangegangene Diskussion belegt damit zugleich, dass eine Übersetzung des Diskurses der kreativen Ökonomien in den lokalen Kontext Wilhelmsburg äußerst schwierig ist.

- Ist eher das ganzheitliche Konzept der kreativen Stadt als das der kreativen Ökonomien förderlich für Wilhelmsburg?
- Oder sollte die Frage nach dem verbindenden Element der beiden Diskurse um kreative Ökonomien und kreative Stadt lauten: Wie kann eine neuartige „Ökonomie" gestaltet werden, ohne dass bereits marginalisierte Gruppen ausgeschlossen werden, d. h. an dieser Entwicklung nicht teilhaben können?
- In Anlehnung an das Thema des Diskurses „Impulsförderung": Welche Anwendungsgebiete für kreative Ökonomien gibt es? Welche sind „passend" für Wilhelmsburg, indem sich nicht, wie bei vielen anderen Städten und Stadtteilen, auf die klassischen und oftmals bereits etablierten Akteure der Kreativwirtschaft beschränkt wird, sondern darüber hinaus kollektive, breitenwirksame, kreative Projekte generiert werden?

Constanze Günther merkt an diesem Punkt an, dass das Thema der kreativen Ökonomien nur eines von fünf Handlungsfeldern der IBA Hamburg in ihrem Querschnittsprojekt „Kreatives Quartier Elbinsel" ist. Die weiteren Handlungsfelder (Bausteine) des

In seinem Projekt „Träume in Wilhelmsburg" im IBA Kunst & Kultursommer 2007 ließ der Hamburger Künstler Rupprecht Matthies die Wünsche und Träume von Wilhelmsburger Jugendlichen zu Wort kommen.

kreativen Quartiers Elbinsel sind zu Beginn dieser Dokumentation auf Seite 34 nachzulesen. Das Verständnis der IBA Hamburg von Kunst und Kultur ist also ein breiteres als das der ausschließlichen, verkürzten Positionierung von Kunst und Kultur in einem kreativwirtschaftlichen Kontext.

Im Rahmen der IBA Hamburg soll das vielerorts inflationär diskutierte und oftmals schwammige Konzept der kreativen Ökonomien und seiner Akteure auf Stadtteilebene „heruntergebrochen" und konkret für Wilhelmsburg „übersetzt" werden. So wird es darum gehen, Modelle zu entwickeln, die die soziale Komponente der Kreativwirtschaft stärker in den Fokus rücken. Ganz konkret bedeute das:

- Wer sind die „Talente" und „Kreativen" in Wilhelmsburg?
- Wie kann mithilfe künstlerischer und kreativer Projekte dieses lokale Potenzial Wilhelmsburgs gefördert werden?
- Und daran anknüpfend die Frage: Wie wichtig sind Impulse „von außen"? Welches Verhältnis von endogenem und exogenem „kreativen" Potenzial braucht es, um beispielhafte Projekte zu entwickeln?

Constanze Günther betont, dass kreative Ökonomien im Kontext der IBA Hamburg in ihrer integrativen und identitätsstiftenden Funktion gefragt sind. Sie leisten einen entscheidenden

Beitrag zur Stärkung der kulturellen Vielfalt und sozialen Integration, zugleich wirken sie auch als Triebkräfte für die wirtschaftliche Entwicklung und die lokale Regeneration von Stadtteilen. Wie schon zu Beginn erläutert, geht es im Fall der IBA Hamburg darum, individuelle Lösungen für Wilhelmsburg zu entwickeln, die zugleich Vorbildcharakter für andere Metropolen mit vergleichbar komplexen Strukturen haben können. Im Rahmen der Elbinseln ist besonders die Schaffung außergewöhnlicher Qualifizierungs- und Beschäftigungsmaßnahmen von Bedeutung, mit dem Ziel der Etablierung von dauerhaften Arbeitsplätzen sowie der Förderung von Existenzgründungen. Dazu sollen Künstler und Kreative mit Menschen ohne Arbeit, migrantischen Ökonomien oder Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaften in gemeinsamen Projekten zusammengebracht werden.

Das Fährstraßenfest ist in diesem Jahr Teil des „Elbinsel Sommers" – eine künstlerische und kontextuelle Plattform, die 2008 erstmals von einem unabhängigen Kuratorenteam, Anke Haarmann und Harald Lemke, zum Thema „Kultur I Natur" veranstaltet wird.

Impulsreferat IDEE 01239 e.V. vertreten durch Tommy Stärz und Adam Page

Der Verein IDEE 01239 e.V. wurde im November 2006 durch Bewohner/-innen und Künstler/-innen der Plattenbausiedlung Dresden-Prohlis gegründet. Der Name ist auf den Standort und die Postleitzahl von Dresden-Prohlis zurückzuführen.

Zwei Begründer des IDEE 01239 e.V., Tommy Stärz (Langzeitarbeitsloser) und Adam Page (Künstler), präsentieren die Aktivitäten des Vereins. Zunächst berichtet Adam Page über seine Entscheidung, sich gemeinsam mit seiner Partnerin Eva Hertzsch im Jahr 2006 bewusst vom Zentrum, vom Kunstbetrieb und vom klassischen Kunst-im-öffentlichen-Raum-Verständnis zu entfernen und sich mit dem sozialen Gemeinwesen der Nachbarschaft von Prohlis zu identifizieren bzw. sich als Verbündete anzubieten. Vor dem Hintergrund des Verkaufs der Dresdner Wohnungsbaugesellschaft WOBA installierten Page und Hertzsch ihren „Info Offspring Kiosk"[1] in Prohlis und bestritten zusammen mit Bewohnner/-innen und eingeladenen Künstler/-innen unter dem Titel „FOR SALE" ein dichtes Programm von gemeinschaftsorientierten Kunstprojekten. „FOR SALE" beschäftigte sich mit der Umwandlung eines sozialen

Plakate des Mietervereins Dresden e. V. aus der Ausstellung „FOR SALE Special, Info Offspring Kiosk, 2006"

Graffiti Contest am Info Offspring Kiosk im Rahmen von „FOR SALE", 2006.

Workshop „Future Flotilla" mit den britischer Künstlern Matthew Houlding und Kaavous Clayton und Prohliser jungen Männern bei IDEE 01239, Mai 2007.

Wohnprojektes wie Prohlis vom Allgemeingut zum Immobilienprodukt. Wichtige Beiträge steuerten unter anderem die Hamburger Künstler Margit Czenki, Christoph Schäfer und Rupprecht Matthies bei. „FOR SALE" wurde von der Kulturstiftung des Bundes gefördert.

Als die durch Adam Page und Eva Hertzsch aufgebauten Kooperationen mit Bewohnern, Künstlern, Studenten, Vereinen und Institutionen sich zum Ende des Projekts aufzulösen drohten, beschloss eine Gruppe von Prohliser Langzeitarbeitslosen, die Impulse dieses Projekts aufzugreifen und weiterzuführen. Sie sprachen die Künstler an und gründeten vier Wochen nach „FOR SALE" gemeinsam den Verein IDEE 01239 e.V.

Tommy Stärz, ehemaliger Bergbauingenieur, Liedermacher und Langzeitarbeitsloser, berichtet über seine Motivation, den Verein zu gründen. Prohlis hat keine Galerie, kein Kino, kein Kulturzentrum – also keinen Ort, an dem unterschiedliche Generationen und Menschen unterschiedlicher Herkunft miteinander sprechen. Dafür hat der Stadtteil seit fünf Jahren eine prosperierende Shopping Mall, die sich als ökonomisches Zentrum aller Aktivitäten der Bewohner mehr und mehr verfestigt. IDEE 01239 e.V. will den kommerziellen Erlebnissen des „Prohliszentrums" durch Kulturarbeit einen Gegenentwurf anbieten. Unter Kulturarbeit versteht Tommy Stärz das Schaffen einer Plattform für Meinungsäußerungen, Ausdrucksformen und kreatives Potenzial der Prohliser. Das Besprechen und Bespielen von Themen wie Selbstorganisation, Gruppenarbeit und kritische Partizipation kann insbesondere die langzeitarbeitslosen Bürger motivieren. IDEE 01239 e.V. versteht die Erfahrungen der Bürger als Kulturgut und Bildungsstoff und will sie gesellschaftlich integrieren. So können soziale Distanzen, Minderwertigkeitsgefühle und Kontaktängste verringert und Begegnungen zwischen Menschen verschiedener Lebenswelten ermöglicht werden.

Als konkretes Beispiel erwähnte Tommy Stärz die von IDEE 01239 beauftragte Zusammenarbeit des Künstlers Thilo Fröbel mit arbeitslosen jungen Männern. Seit Mai 2007 untersuchen die jungen Männer unter dem Motto „Wer kennt wen, wozu und warum?" die sozialen Netzwerke von Prohlis und konstruieren aus ihrer Recherche mögliche Tätigkeitsfelder. Sie formulieren sozialräumliche Beschäftigungsmöglichkeiten in „ihrem" Stadtteil, die ihr konkretes Lebensumfeld betreffen. Ergänzend zur ihrer „lokalen Expertise" schult Thilo Fröbel durch Workshops und Fachausflüge Kompetenzen in Medienarbeit und in Networking. Als Ergebnis ihrer Arbeit produzieren die jungen Männer doku-fiktionale Videoclips, die sie regelmäßig mittels Podcast ins Internet stellen.[2]

Grundsatz von IDEE 01239 e.V. ist das Schaffen eines zeitgenössischen Kulturangebots als gesellschaftliche Verantwortung an sogenannte „benachteiligte" Orte wie Dresden-Prohlis und wie Hamburg-Wilhelmsburg. Diese Verantwortung verpflichtet die Künstler und den Staat zu einer Zusammenarbeit mit Bürgern, die die Teilhabe an künstlerisch-kulturellen Prozessen in neuen sozialen Zusammenhängen erweitern kann.

Mit Bezug auf die Rolle der IBA GmbH in Wilhelmsburg und das Outsourcing von staatlicher Verantwortung (Deregulierung) an Privatpersonen (Bürger) und Privatfirmen (sogenannte Sozialplaner) sagte Adam Page, dass bürgerschaftliches Engagement den Staat nicht aus seiner Verantwortung nimmt, sondern dass er die Ressourcen (Geld, Wissen, Macht) zugunsten der marginalisierten Bürger umverteilen soll. IDEE 01239 sieht die Verantwortung des Staates in der langfristigen (z. B. über drei Jahre) finanziellen Förderung von sozialräumlichen Bürgeraktivitäten, sodass nicht von einer einmaligen „Impulsförderung", sondern von einer regelmäßigen Pulsförderung die Rede ist. Im Gegensatz zu der Arbeit eines Quartiersmanagements will IDEE 01239 nicht zwischen unterschiedlichen Bürgergruppen zugunsten von Harmonie schlichten, sondern ihre Unterschiedlichkeit zugunsten von Vielfalt thematisieren bzw. stärken. Im Gegensatz zum Arbeitsamt glaubt IDEE 01239 nicht daran, dass viele der Langzeitarbeitslosen in Prohlis auf dem Ersten Arbeitsmarkt wieder Arbeit finden werden. Demzufolge fordert der Verein den Staat auf, die soziale und kulturelle (ehrenamtliche) Arbeit der Langzeitarbeitslosen auch finanziell anzuerkennen. Es geht um die Wiedererlangung selbstständigen Handelns und nicht um eine finanzielle Selbstständigkeit.

Zum Schluss der Präsentation schlagen Tommy Stärz und Adam Page der IBA GmbH folgende Rahmenbedingungen vor, um die oben genannte Umverteilung der Ressourcen in Wilhelmsburg in Gang zu setzen:

Wunschbedingungen von IDEE 01239 e.V. für „Bürgerpartizipation" adressiert an die Verwaltung/Geldgeber:

- Partizipation als eine **verbindliche, langfristige, bezahlte Zusammenarbeit** begreifen, in der die Partner (z. B. Verwaltung, Bewohner und Künstler) gleichberechtigt und auf Augenhöhe sind, Aufbau von Vertrauen.
- grundsätzliches **Vertrauen in die Arbeit der Bewohner**, das große gegenseitige Misstrauen zwischen Verwaltung und Bewohner muss verringert werden!
- Bewohner nicht als abrufbare Ideenquelle nutzen, keine „Machen Sie schnell mit"-Aktionen.
- Bewohner sollen über die gleichen Informationen wie die Verwaltung (oder „Experten") verfügen, z. B. durch (kostenlosen) Zugang zu Tagungen, Vorträgen, Ausstellungen, Fortbildung, Literatur. Besichtigung von Best-Practice-Beispielen in anderen Städten, Aufbau von Beziehungen.
- **Langzeitarbeitslose** sind die Augen und Ohren der Nachbarschaft, sie haben Zeit, sie schauen alles an, sie sind die **lokalen Experten**. Die Verwaltung kann von diesen lokalen Experten lernen, sich coachen lassen! Dies versteht sich als eine Umkehrung des Vorschlags von Talkrundengast Martin Heller am Anfang der Tagung, dass die Verwaltung die Bürger „coachen" soll (s. Seite 61). Die Verwaltung soll diese lokalen Experten für ihr Wissen (Kulturgut) bezahlen, Abbau der Hierarchien.

- Das Arbeitsamt soll die Partizipation dieser **lokalen Experten ermöglichen bzw. fördern** statt sie zu kriminalisieren (z. B. drohen Hartz-IV-Empfängern wegen mehr als 15 Stunden ehrenamtlicher Arbeit Strafen von 1.500 Euro. Hartz-IV-Empfänger dürfen nicht mehr als 100 Euro pro Monat verdienen).
- Bildung einer bezahlten Arbeitsgruppe (aus Bewohnern, Initiativen und Verwaltung) als WatchDog (unabhängiger Gutachter), die sich über das Thema „Stadtteilsanierung – Gentrifizierung – Mieterhöhung – Verdrängung" intensiv informiert und für den Schutz der Mieterrechte agiert.
- Förderung direkt an Bewohner statt über professionelle Träger. Unkompliziertes Handgeld für Bürgerinitiativen. **Mehr Interesse an den Inhalten statt an der Buchhaltung.**
- die Zusammenarbeit soll *keiner* Corporate Identity, keinem Profil, Programm oder Ergebniswunsch im Voraus unterliegen. Nur innerhalb eines offenen Formats, das sich selbst definiert, kann die Teilhabe funktionieren.
- die Medien sollen fernbleiben – sie verkürzen, verallgemeinern, verfälschen, vertippen sich.

1 Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.infooffspring.de.
2 Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.idee-01239.de.

Standpunkte der Diskussion aus dem Diskurs „Impulsförderung"

Kunst und Kultur im Kontext von Förderprogrammen für die Kreativwirtschaft

- Im Rahmen des Projekts StartART, eines Impulsprogramms zur Förderung der Kreativwirtschaft in NRW, werden Dienstleistungen nur auf Basis von bereits etablierter Kultur gefördert (z. B. Selbstständige, die Kunstführungen anbieten), reine Stadtteilarbeit gehört nicht dazu. (Katharina Schwalm-Schäfer, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf)
- Es gibt verschiedene Fördertöpfe, man muss zwischen Existenzgründung (meistens rein wirtschaftliche Gesichtspunkte) und Kunst- und Kulturförderung unterscheiden. Es stellt sich die Frage, was „kreativ" in diesem Kontext heißt bzw. wie der Begriff vereinnahmt wird. (Prof. Dr. Vorkoeper, Kuratorin, Hamburg und Kunsthochschule Berlin-Weißensee)
- Das Bundesland Nordrhein-Westfalen nimmt eine Vorreiterrolle in der Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft ein. Im Rahmen der IBA Emscher Park wurden im Ruhrgebiet Industriedenkmäler restauriert und teilweise neuen Nutzungen zugeführt. (Prof. Dr. Vorkoeper)

Empfehlungen aus NRW für Wilhelmsburg

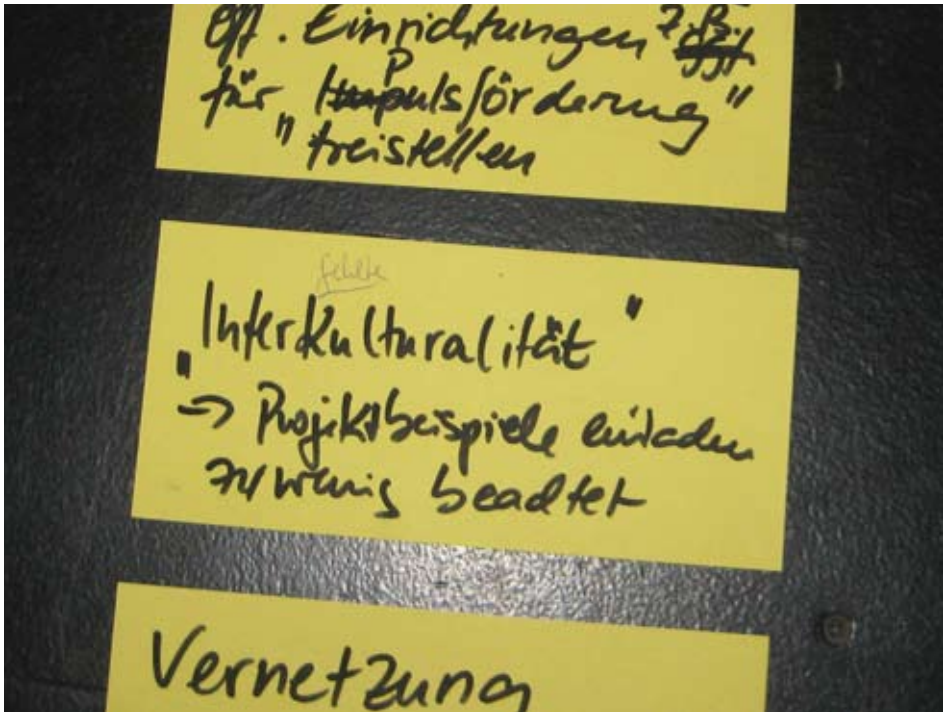
- Empfehlung an Hamburg: Nicht nur in Beton und Gebäude investieren, sondern in Ideen! Kreative sollten nicht nur gefördert werden, sondern von Anfang an in Entscheidungsprozesse eingebunden werden. Man sollte sie mit Partnern zusammenbringen und langfristig Wege ebnen, anstatt Einzelförderung zu betreiben. Ratsam ist die Schaffung von Schnittstellen mit anderen Branchen und die Vergabe von

kleinen Fördersummen (5.000–10.000 €), die nicht zurückgezahlt werden müssen. Ein Konzept für Wilhelmsburg sollte auf den Stärken des Stadtteils aufsetzen. Nötig dafür sind eine Führungspersönlichkeit, eine Vision, die zu konkreten Projekten führt, der Fokus auf wachstumsorientierte Bereiche, die Formulierung von erreichbaren Zielen, die Suche nach Partnern, die das Vorhaben fördern können, und nicht zuletzt die Evaluation der Projekte. (Katharina Schwalm-Schäfer)

- Dem Imageproblem Wilhelmsburgs darf nicht nur mit einem von außen kommenden, bekannten Künstler begegnet werden, vielmehr muss die vor Ort vorhandene Kreativität gestärkt werden. Hier trifft der Begriff der „Pulsförderung" zu: von außen können Impulse kommen, in der Umsetzung muss das Potenzial vor Ort aber kontinuierlich genutzt werden. Kooperationen zwischen Kreativen und Unternehmen können dazu beitragen, neue wirtschaftliche Chancen für Kreative zu erschließen anstelle (kreative) prekäre Arbeitsbedingungen zu euphemisieren. (Prof. Dr. Vorkoeper)

Zu einem ökonomistischen Verständnis von Kreativität

- Kreativität ist nicht nur an ein finanzielles und ökonomistisches Verständnis gebunden, sondern entwickelt durch Bildung und schöpferisches Potenzial eine soziale Komponente. Es ist jedoch schwierig, diese zu fördern und die entsprechende Zielgruppe zu erreichen, da die Kommunikation zwischen Bildungsträgern, der Behörde und den Kreativen in Hamburg nicht gut funktioniert. Die Gefahr der Vermischung von Kreativität und Kreativwirtschaft in der aktuellen Diskussion ist groß. Durch eine Ökonomisierung der kreativen Stadtentwicklung lassen sich keine sozialen Probleme lösen. (Publikumsbeitrag)



Ergebnisse aus dem Diskurs „Impulsförderung"

- Die IBA Hamburg strebt im Handlungsfeld „kreative Ökonomien“ positive Veränderungen für Wilhelmsburg an, und zwar ganz konkret für die Menschen vor Ort. Die Rolle der Kunst ist in diesem Kontext eine wichtige, aber sicher nicht ausschließliche – die vorherigen Ausführungen zur Definition des Begriffes „Kreativität“ verdeutlichten dies sehr genau. So können allein durch künstlerische Projekte, deren Akteure oftmals selbst unter prekären Arbeitsbedingungen leiden, keine Beschäftigungsverhältnisse entstehen, an diesem Punkt treten auch die Grenzen der Wirkungsmacht der Kunst sehr deutlich hervor. Aber sie können in künstlerischen Projekten einen wichtigen Beitrag, etwa in Form des „Empowerments“ der Menschen vor Ort leisten und zusammen mit der Schaffung von Beteiligungs- und Kommunikationsstrukturen erste, vorsichtige Schritte in Richtung Qualifizierung und Existenzgründung sein. Wenn am Ende künstlerischer Kooperationsprojekte dennoch ein ökonomisches, d. h. auch kommerziell vermarktbares Produkt stünde, wie etwa die von Pastor Henatsch für Wilhelmsburg skizzierte Idee einer durch ein künstlerisches Projekt begleiteten Werkstatt für „gepimpte“ Fahrräder, so kommt dies nicht sofort einer Ökonomisierung der Kunst gleich. Um die entstehenden Projekte auf eine langfristige, nachhaltige Basis zu stellen, die unter anderem ökonomischer Natur sein kann, bedarf es neben der IBA Hamburg vielmehr weiterer Akteure wie die Behörde für Wirtschaft und Arbeit. (Constanze Günther, IBA Hamburg GmbH)

Zur Vernetzung künstlerischer und kreativwirtschaftlicher Akteure

- Die Projekte des IDEE Vereins 01239 e.V. werden innerhalb Dresdens durch die „Vernetzung der Künstler“ transportiert, was wiederum neue Projekte anstößt. (Adam Page, Tommy Stärz, IDEE Verein 01239 e.V.)
- Die Oppositionen „Innen – Außen“, „Puls – Impuls“ fungieren in diesem beispielhaften Kontext als Dialog, als Zusammenkunft zwischen den Bewohnern, den Künstlern und der Stadt. (Prof. Dr. Vorkoeper)
- Ließe sich der Vernetzungsgedanke, der künstlerischen Projekten wie dem IDEE 01239 e.V. zugrunde liegt, professionalisieren und ließen sich kulturelle Beratungsstellen einrichten, wie es in NRW bereits erfolgreich praktiziert wird? (Constanze Günther)
- Die Ziele von IDEE 01239 e.V. sind in der Tat mit denen des Clustermanagements in NRW vergleichbar. (Katharina Schwalm-Schäfer)
- Grundsätzlich herrscht eine große Skepsis der Bewohner gegenüber der Stadtverwaltung und der Bürokratie vor. Im Rahmen des IDEE Vereins agieren die Künstler inkognito, sozusagen „ohne Logo“ und könnten somit diese Skepsis untergraben. Es werden allerdings weitere Förderungen und Vernetzungen angestrebt, damit die bestehenden Strukturen nicht wegbrechen, sondern ein Kulturzentrum entsteht, das Synergien bündelt. (Adam Page, Tommy Stärz)

Das Stadtteilkulturzentrum Honigfabrik
am Veringkanal in Wilhelmsburg

10

Existenzgründung – Rahmenbedingungen für kreative Ökonomien

Welche Voraussetzungen benötigen Kreative zur Existenzgründung? Wie können öffentliche Programme und private Initiativen zielführend wirken?

Christoph Backes,
Ideenlotsen, Bremen
Karin Wolf,
Institut für Kulturkonzepte, Wien
Beate Goebel,
selbstständige Künstlerin, Wien
Yvonne Fietz,
Geschäftsführerin Stadtkultur Hamburg
Britta Heegardt,
Handelskammer Hamburg
Moderation: **Prof. Dr.-Ing. Thomas Krüger,**
Hafencity Universität Hamburg

Impulsreferat Christoph Backes

Daten/Fakten
Die Ideenlotsen bieten im Netzwerk mit anderen Kulturunternehmern spezifische Professionalisierungsangebote für zukünftige Kultur- und Kreativunternehmer an. Dafür wurden in Zusammenarbeit mit verschiedenen Kultur- und Wirtschaftsförderinstitutionen „ästhetische Strategien" zur erfolgreichen Durchsetzung am Markt für bisher rund 400 Kleinstunternehmen erarbeitet. In dem Bewusstsein, dass man es in der Kreativwirtschaft mit einer grundsätzlich anderen Sprache und Persönlichkeit der Klienten zu tun hat, coacht man die Künstler und Kulturschaffenden „auf Augenhöhe" durch eine hochqualifizierte kulturspezifische Beratung, die auf individuelle Fragestellungen zugeschnitten ist und künstlerisch-kreative Vermittlungsmethoden nutzt, statt standardisiertes Vorratswissen weiterzugeben. Dies geschieht stets im Hinblick auf die Kernfrage, wie man von dem existieren kann, was man tut oder tun will.

Angebote der Ideenlotsen
Der Erfolg der Ideenlotsen beruht nicht darauf, dass Existenzgründern Gelder oder Räume angeboten werden, sondern dass eine umfassende Einzelberatung erfolgt. Dazu gehört im ersten Schritt die Klärung und Präzisierung der unternehmerischen Idee, samt aller damit verbundenen individuellen Fragestellungen. Außerdem wird die Selbstverantwortung für die ökonomische Realisierung des Projektes intensiv reflektiert. Dabei werden konkrete Ziele für verschiedene Entwicklungsstadien des Projekts definiert.

Ergebnis des Ideenlotsen-Programms
Innerhalb eines Jahres konnten durch die Beratungsangebote der Ideenlotsen 36 Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten werden, was mit Kosten von ca. 200.000 € verbunden war. Im Vergleich zu klassischen Zahlen der Wirtschaftsförderung ist das sehr wenig, hier rechnet man mit ca. 30.000 € pro neuem Arbeitsplatz. Außerdem konnten durch das Abraten von einigen Projekten finanzielle Folgekosten verhindert werden. Aufgrund des Erfolges der Ideenlotsen wird diese Art der Beratung mittlerweile europaweit angeboten. Finanziert wird das Programm durch EFRE-Gelder (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung), die durch die Stadt Bremen komplementär finanziert werden. Das Rationalisierungs-Kuratorium der Deutschen Wirtschaft überwacht dabei, dass keine Doppelstrukturen zu bereits bestehenden Förderinstrumenten geschaffen werden.

Diskurs „Existenzgründung“

Impulsreferat Karin Wolf

Daten/Fakten

Die Gründerinnenwerkstatt ist ein vom Institut für Kulturkonzepte Wien entwickeltes Projekt, das als Teil der Entwicklungspartnerschaft „ARTWORKS“ im Rahmen des EU-Programms „Equal“ realisiert und von Januar bis Oktober 2004 in Linz umgesetzt wurde.

Ziel des EU-Programms war es, für am Arbeitsmarkt benachteiligte Personen, hier Künstlerinnen, ein zweites Standbein neben der Kunst im sogenannten „dritten Sektor“, zu schaffen, also dem nicht gewinnorientierten Teil einer Volkswirtschaft in Form von Non-Profit-Organisationen, dem sozialen/medizinischen Bereich und der Kunst.

Konzeption der Gründerinnenwerkstatt

Die 25 Künstlerinnen, die sich mit einer konkreten Idee um die Teilnahme in der Werkstatt bewerben mussten, wurden in zwei Trainingsphasen intensiv geschult. In der ersten Trainingsphase, die sechs Wochenenden umfasste, wurde Grundlagenwissen über Existenzgründung, rechtliche Rahmenbedingungen und Vermarktung vermittelt.

Dazu wurden zunächst die Geschäftsideen der Teilnehmerinnen präsentiert und analysiert sowie persönliche Ziele gesteckt. Zusätzlich wurde den Teilnehmerinnen eine Orientierung über mögliche Beschäftigungsfelder für Künstlerinnen gegeben sowie Trends und Perspektiven auf dem Markt erläutert und mit Beispielen von Fachleuten veranschaulicht, die hierzu eingeladen wurden. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der wirtschaftlichen Analyse der Geschäftsidee. Dazu wurden Zielgruppenanalysen und Marktchancenprüfungen in der Gruppe durchgeführt, Instrumente wie der Businessplan vorgestellt und erarbeitet

sowie Vorgehensweisen und Instrumente des Selbstmarketings erörtert. Drei Plenumsdiskussionen zu Anfang, Mitte und Ende der zweiten Trainingsphase rundeten das Programm ab. Den Abschluss der Gründerinnenwerkstatt bildete eine öffentliche Präsentation der Geschäftsideen in Form einer eigenen Messe im Oktober 2004 in Linz.
Obwohl das Konzept der Gründerinnenwerkstatt erfolgreich war, wurde es nach Ablauf des Equal- Artworks-Programms wegen fehlender nationaler Förderung nicht wieder aufgegriffen.[1]

1 Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.equal-artworks.at/. Informationen zur Gründerinnenwerkstatt vermittelt das Institut für Kulturkonzepte Wien außerdem gerne per Mail: office@kulturkonzepte.at, www.kulturkonzepte.at/.

Impulsreferat Beate Goebel

Als ehemalige Teilnehmerin der Gründerinnenwerkstatt gibt die Künstlerin Beate Goebel Einblicke in ihre seit damals realisierten Projekte und zeigt Verbindungen zu den in der Werkstatt vermittelten Inhalten auf. Beate Goebel bewarb sich mit der Projektidee, Theater für und mit Inhaftierten anzubieten. Sie wollte sich ein zweites Standbein schaffen, um von ihren künstlerischen Projekten leben zu können.

Auf eine erfolgreiche Initiativbewerbung bei einer Jugendvollzugsanstalt (JVA) in Wien folgten bislang fünf Theaterprojekte in der Haftanstalt. Obwohl die Künstlerin mittlerweile nach Thüringen umgezogen ist, hält die Zusammenarbeit mit der

Theaterarbeit in der JVA Wien Favoriten

JVA weiter an. Wie in der Gründerinnenwerkstatt angeregt, wollte sie sich diese Arbeit mit einem Stundensatz von etwa vierzig Euro vergüten lassen, worauf sich die Haftanstalt allerdings nicht einließ. Durch ihre starke Überzeugungskraft und ihre Mitgliedschaft bei der Gründerinnenwerkstatt kam es jedoch schließlich zur Projektrealisierung. Dank der Bewilligung öffentlicher Gelder für den Verein konnten über eine Webseite auch Hörbücher, CDs und eine LP mit den Ergebnissen des Projektes vertrieben werden. Zum großen Erfolg des Projekts trug auch das Medieninteresse bei, das nicht zuletzt für die Inhaftierten eine Möglichkeit darstellte, den Kontakt mit der Außenwelt aufrechtzuerhalten.

Impulsreferat Yvonne Fietz

Daten/Fakten
Der Verein STADTKULTUR HAMBURG e.V. ist ein gemeinnütziger Verein für lokale Kultur und Bildung. Er versteht sich als Projekt- und Organisationsentwickler sowie als Impulsgeber für Stadtentwicklung durch Kultur, Schulentwicklung und für Kinder- und Jugendkultur. Aktuelle Projekte des Vereins sind etwa die Konzeptentwicklung für das neu entstehende „Community Center BARMBEK°BASCH“ in

Kooperation mit STATTBAU Hamburg oder „Step by Step“, ein Tanzprojekt mit Hamburger Schulen.

Problematik Hamburger Kulturunternehmen
Kulturunternehmen, deren Kernidentität im Gegensatz zu Kulturwirtschaftsunternehmen nicht die Gewinnmaximierung, sondern künstlerisch-kulturelle Ziele sind, haben es in Hamburg aus Sicht von Yvonne Fietz nicht leicht. Seit ca. zehn Jahren werden kaum noch neue Kulturprojekte durch Basis- oder sonstige institutionelle Finanzierungen gefördert. Dennoch gibt es zahlreiche Neugründungen, wie etwa das „Cinema Paradiso“ in Wilhelmsburg oder das „Junge Musiktheater“ in Wandsbek. Ohne spezielle Kulturberatungsangebote, Infrastrukturförderung oder Anschubfinanzierung wird hier doch ein Mehrwert für die Gesellschaft geschaffen. Häufig werden nicht einmal Kredite von Banken bewilligt, da dort das Verständnis für die Logik von Kulturunternehmen fehlt. Darum fordert Yvonne Fietz einen Maßnahmen-Mix, der den Rahmen für erfolgreiche und wirkungsvolle Gründungen von Kulturunternehmen schaffen soll. Generell wünscht sie sich ein Umdenken des Künstlerbildes sowohl bei Politik und Verwaltung, als auch bei der Wirtschafts- und Kulturförderung. Dieses soll der Tatsache Rechnung tragen, dass Kunst- und Kulturschaffende keine bloßen Zuwendungsempfänger sind, die „die Schnäbel aufreißen“, sondern einen echten Mehrwert für die Stadtgesellschaft leisten und insofern bestmögliche Startbedingungen erhalten müssen.

Impulsreferat Britta Heegardt

Britta Heegardt berät und begleitet über ihre Arbeit bei der Handelskammer Hamburg Existenzgründer und bestehende Unternehmen, etwa in Krisen oder vor Geschäftserweiterungen. Als Konzeptprüferin ist sie u. a. dafür zuständig, auf Basis des Businessplans auszuloten, ob die Geschäftsidee Erfolg haben kann, ins Stadtviertel passt und die Zahlen des Businessplans vor einer Bank Bestand haben. Obwohl die Handelskammer keine Gelder vergeben darf, fördert sie Existenzgründer durch unterschiedliche Angebote. So bietet sie eine kostenlose Erstberatung für Existenzgründer an, bei der Basisfragen, etwa nach Fördermitteln oder der Erstellung von Businessplänen geklärt werden. Auch wenn keine Kredite beantragt werden, rät Britta Heegardt zur Erstellung eines Businessplans, da dieser in allen unternehmerischen Situationen eine wichtige Entscheidungshilfe ist.
Weitere Angebote für Existenzgründer sind ein Informationstag, der einmal im Monat stattfindet, sowie Sprechtage mit Beratern der KfW-Förderbank, die in Einzelgesprächen über Förderprogramme und Zuschüsse informieren. Diese Sprechtage finden in 14-tägigem Rhythmus statt. Netzwerkveranstaltungen mit anderen Unternehmensgründern runden das Programm der Handelskammer ab.

Existenzgründungservice der Handelskammer Hamburg

Standpunkte der Diskussion aus dem Diskurs „Existenzgründung“

Beratungsangebote für Künstler und Kreative

- Sind Businesspläne ein angemessenes Instrument für Künstler, um Gelder zu akquirieren? (Beate Goebel, selbstständige Künstlerin, Wien)
- Im Rahmen der IBA könnten neue Förderstrategien und Unterstützungsangebote für Existenzgründungen von Kulturunternehmen entwickelt werden, die über eine Unterstützung bei der Erstellung von Businessplänen hinaus gehen, siehe das Entwicklungsprogramm „Initiative ergreifen“, IBA Emscher Park. (Yvonne Fietz, Geschäftsführerin Stadtkultur HH)
- Ein Businessplan ist allerdings sinnvoll, da er auch als Controlling-Instrument und als Anregung für die eigene Geschäftsidee dient. (Britta Heegardt, Handelskammer Hamburg)
- Die IBA sollte modernere Planungsmethoden (etwa aus dem Bereich der Organisationstheorie) erproben, da Künstler selten Kredite aufnehmen und über andere Geschäftsmodelle und Produkte verfügen, als die, für die der Businessplan ausgelegt ist. Alternativen zum Businessplan sind offene und unkonventionelle Methoden wie das Coaching bei Berufstätigen anderer Genres (Christoph Backes, Ideenlotsen, Bremen) oder die Strukturierung unternehmerischer Ideen durch die Verknüpfung mit anderen Aufgaben z. B. der Erstellung einer Homepage (Publikumsbeitrag).
- Es ist fraglich, inwiefern Banken beurteilen können, ob das Konzept eines Kulturunternehmens am Markt erfolgreich sein kann. Außerdem denken viele Kulturunternehmer in zu kleinen Dimensionen, Kredite können Wachstumspotenziale und eine betriebswirtschaftliche Stabilität ermöglichen. (Yvonne Fietz)

Ideen für Wilhelmsburg

- Für Wilhelmsburg könnte es ein kulturspezifisches Beratungsangebot in Form einer zentralen Anlaufstelle für Existenzgründer geben, dessen Strategien auf die Bedürfnisse der Beratungssuchenden abgestimmt sind und das an ein Gründerzentrum angeschlossen ist. (Yvonne Fietz). Diese könnte zum Ausgangspunkt für einen Kulturgründerkreislauf werden, bei dem sich bereits erfolgreich geförderte und etablierte Kulturunternehmen als Mentoren für zukünftige Unternehmer verstehen und somit einen Kreislauf in Gang setzen, der die Kreativen an Wilhelmsburg bindet. (Publikumsbeitrag).
- Es könnten Räumlichkeiten als niedrigschwellige Kommunikationsräume mit der Bevölkerung angelegt werden, um einen gegenseitigen Austausch anzuregen. (Karin Wolf, Institut für Kulturkonzepte, Wien)
- Existenzgründer sollten nach ihrer erfolgreichen Marktetablierung eigene Räumlichkeiten bekommen. (Christoph Backes)
- Es gibt Bestrebungen (etwa durch die Bildungsoffensive Elbinseln), gezielt den Nachwuchs zu fördern und für Unternehmensgründungen zu qualifizieren. Dazu sind aktuell ein Gründerzentrum für Kreativwirtschaft geplant, die Bildungseinrichtung „Haus der Sinne“, das eng mit anderen lokalen Bildungseinrichtungen vernetzt ist, sowie ein Musikzentrum. (Bettina Kiehn, Leiterin des Bürgerhauses Wilhelmsburg)
- Eine Alternative wäre nach dem Modell der Ideenlotsen ein Pool für Geschäftsideen, etwa als Internetplattform. (Publikumsbeitrag)
- Das Büro für lokale Wirtschaft „LoWi“ in Wilhelmsburg könnte zusätzlich betriebswirtschaftliches Know-how vermitteln. (Yvonne Fietz)

- Bereits bestehende Beratungsmöglichkeiten für Kulturunternehmer werden nicht ausreichend kommuniziert. (Konsens mehrerer Teilnehmer)
- Um die Einwohner Wilhelmsburgs in Entstehungsprozesse einzubinden, sollten sie an der Entwicklung der Marke und der Produkte eines neu zu gründenden Kulturunternehmens beteiligt werden – auch bewusst mit dem Aspekt der Interkulturalität, der als große Chance und Bereicherung gesehen wird. (Yvonne Fietz) Konkret wäre ein Kulturunternehmen im Textilbereich denkbar, das eine Ausbildungswerkstatt für Schneider/-innen beinhaltet. Die IBA könnte bis 2013 z. B. die Bekleidung für das Servicepersonal oder für Tanzgruppen, Schauspieler etc. bei diesem Betrieb in Auftrag geben. (Publikumsbeitrag)
- Es könnten Künstler über längere Zeiträume als „Artists in Residence" nach Wilhelmsburg eingeladen werden. Damit können insbesondere die Planungen der IBA kreativ belebt werden. (Beate Goebel)
- Um Kreative in Wilhelmsburg zu halten, sollte ihnen Eigentum angeboten werden, um das Ziel der kulturgetriebenen Entwicklung mit attraktiven und glaubwürdigen Angeboten zu unterlegen. (Christoph Backes)
- Um dem Bild des „versponnenen", unstrukturierten und hilfsbedürftigen Künstlers und Kulturschaffenden entgegenzuwirken, sollte die Bedeutung künstlerischer Leistungen und deren Beitrag für die Gesellschaft offensiv kommuniziert werden. (Konsens mehrerer Teilnehmer)

Archiv der Künste, Elbinsel Sommer '08: Kultur | Natur –
Blick auf die Installation "SBF System" von Nana Petzet.

Beschäftigung – Beschäftigungspotenziale kreativer Ökonomien

Welche innovativen Formen bietet die Zusammenführung von Kunst und Beschäftigung?
Welcher staatlichen Interventionen bedarf es?

Elke Slemenik,
gabarage upcycling design, Wien
Bernhard Proksch,
Behörde für Wirtschaft und Arbeit, Hamburg
Dr. Anke Haarmann,
Kuratorin des Elbinsel Sommers 2008: Kultur | Natur
Moderation: **Petra Bäurle,**
klartext kommunikation, Hamburg

Impulsreferat Elke Slemenik

Daten/Fakten
Das Unternehmen gabarage upcycling design in Wien vereint Design, Ökologie und soziale Verantwortung unter einem Dach und ist bestrebt, sich im privatwirtschaftlichen Design-Markt zu behaupten. gabarage verknüpft zwei Aspekte miteinander: Zum einen werden in der Designmanufaktur ausgehend von einem ökologisch-ökonomischen Ansatz Abfallmaterialien zu Designprodukten „upgecyclt" und „re-designed". Zum anderen wird mittels eines kreativen Ansatzes eine Brücke zwischen massiv von Ausgrenzung betroffenen Menschen (mit einer illegalen Drogenvergangenheit) und dem Ersten Arbeitsmarkt gebaut. Während der einjährigen Mitarbeit bei gabarage wird dieser Personenkreis auf den Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt vorbereitet.

gabarage ist ein sozialökonomischer Betrieb unter der Trägerschaft des „Anton-Proksch-Instituts" (API), Stiftung Genesungsheim Kalksburg. Finanziert wird das Projekt aus Mitteln des „Arbeitsmarktservice Wien" (AMS), der „Sucht- und Drogenkoordination Wien" (SDW) sowie aus Mitteln des „Anton-Proksch-Instituts". gabarage ist verpflichtet, ein Drittel der Gesamtkosten selbst zu erwirtschaften und eine Vermittlungsquote gegenüber seinen Förderern zu erfüllen, d.h. gabarage ist eine arbeitsmarktpolitische Maßnahme und kein Beschäftigungsbetrieb.

Personelle Struktur
Neben fünf fest angestellten Schlüsselkräften, einer Verwaltungskraft, vier Dauerarbeitskräften und achtzehn Transitarbeitskräften (Mitarbeiter/-innen mit einer Drogenvergangenheit, die einen sozialökonomischen Betrieb innerhalb eines bestimmten Zeitraums durchlaufen) gibt es einen Pool von ausgewählten Designer/-innen auf Honorarbasis, die in regelmäßig stattfindenden Workshops zusammen mit den Mitarbeiter/-innen neue Prototypen entwickeln, Materialanalyse betreiben und das Material in einen neuen Kontext heben.

Die Zielgruppe
Die Zielgruppe besteht aus (langzeit-)beschäftigungslosen Personen mit Suchtproblematik, die arbeitssuchend gemeldet sein müssen. Ziele von gabarage sind die Beschäftigung, Qualifizierung und die Entstigmatisierung ihrer Mitarbeiter/-innen. Zusammen mit einer Unternehmensberatung wurde die „Allroundausbildung" erarbeitet. Die Mitarbeiter/-innen durchlaufen hierbei fünf Stufen, von einem Probemonat über Mitarbeit und Spezialisierung bis zur Bewerbungsunterstützung.

Verbleib der Transitarbeitskräfte nach dem Aufenthalt bei gabarage
Insgesamt haben von 2005 bis 2008 35 Mitarbeiter/-innen gabarage durchlaufen. Davon sind 18 unmittelbar in ein Dienstverhältnis übergetreten, drei Personen haben Ausbildungsmög-

lichkeiten wahrnehmen können, zwei gingen in eine Therapie zurück. Weitere vier Mitarbeiter/-innen sind mittelbar in den Ersten Arbeitsmarkt übergetreten, drei Personen haben sich arbeitslos gemeldet. Lediglich bei drei Arbeitskräften ist eine Rückfälligkeit festzustellen und zwei Mitarbeiter/-innen sind „ohne Verbleib" (evtl. selbstständig).

Problemfelder
Es bestehen unterschiedliche Zielvorstellungen auf Seiten der Wirtschaft, der Sozialwirtschaft und der Kreativen. Der Konflikt, innovative Handarbeit versus Niedrigpreise der Billiglohnländer liegt auf der Hand. Es wird zwar mit den „kreativen Köpfen" der Marketingabteilungen verschiedener Firmen zusammengearbeitet, diese sind aber an ihre Werbemittelkatalogpreise gebunden und versuchen daher ständig, die Preise zu drücken. Eine weitere Schwierigkeit wird in der vorgegebenen Vermittlungsquote von Seiten des AMS und der „Sucht- und Drogenkooperation Wien" gesehen. Zuletzt ist die Zielgruppe selbst als Problemfeld zu nennen.

„Eine mit'n Topf", Blumentopf aus abgespieltem Fußball aus der Serie „DesignKick 08"

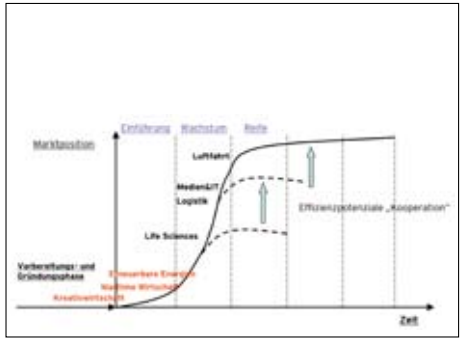
Mitarbeiter von gabarage beim Zuschneiden einer limitierten Taschenserie aus einer alten Kinderhupfburg

Impulsreferat Bernhard Proksch

Der Begriff „Kreativer Sektor" ist in den unterschiedlichsten Bereichen zu finden. Zum Beispiel in der Forschung und Entwicklung, Kultur, Kunst, Musik, im Design, in wissensbasierten Berufen oder auch in Gebieten der Gesundheit, Finanzen und des Rechts. Der kreative Sektor wird nach allen vorliegenden Prognosen weiter expandieren. Kreativität stellt somit einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar.

Standorte mit kulturellen Möglichkeiten gewinnen durch ihre große Anziehungskraft auf kreative Menschen an Bedeutung. Auch der US-amerikanische Regionalökonom Richard Florida stellt den Stellenwert der „3 T-Formel" für die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Städten heraus: „Talent, Technologie, Toleranz". Und die Studie der Urbanistin Elizabeth Currid zeigt auf, dass eher die Kunstszene, die Medien und das Entertainment für die wirtschaftliche Entwicklung New Yorks verantwortlich sind und inzwischen einen höheren Stellenwert erreicht haben als die Finanzwirtschaft[1].

Stadtquartiere in einer „kreativen Umbruchphase" können bei entsprechenden Rahmenbedingungen gute Impulse für die Kreativwirtschaft bieten.
Das Cluster Kreativwirtschaft steht in Hamburg erst in der Vorbereitungs- und Gründungsphase und verspricht bei einem guten Cluster-Management erhebliche regionale Wachstumspotenziale.
Man kann sagen, dass trotz verwaltungsbedingter enger Grenzen durchaus Spielräume zur Verknüpfung von Arbeitsmarktinstrumenten mit kleinräumigen Aktivitäten in den Quartieren existieren. Ein Beispiel hierfür ist das Lohnkostenzuschuss-



Wachstumspotentiale des Clusters Kreativwirtschaft

Programm für gemeinnützige Projekte und die Verknüpfung von Arbeitsgelegenheiten (1-Euro-Jobs) mit stadteilbezogenen Projekten. Weiterhin ist anzumerken, dass künstlerische Aktivitäten, wie z. B. das Community-Dance-Projekt von Royston Maldoom[2], direkt dazu beitragen können, schwer vermittelbare Jungerwachsene zu stabilisieren und ihre Integrationsfähigkeit in den Ersten Arbeitsmarkt zu verbessern („Ich mach' einen Schulabschluss, weil ich gemerkt habe, ich kann ja was!").

Im Diskurs wurde ferner ein Programm vorgestellt, das Existenzgründern Kleinstkredite zur Verfügung stellt. Die Besonderheit hierbei ist, dass allein die Idee bewertet wird und nicht die finanzielle Sicherheit des Projektes (z. B. Banksicherheit). Dieses Kleinstkreditprogramm hat bereits zahlreiche Unternehmensgründungen aus dem kreativen Sektor ermöglicht. Zugegebenermaßen ist der marktübliche Zinssatz für einen solchen Kredit recht hoch, doch dient dieser zur Vermeidung von Projekten, die sich wirtschaftlich nicht rechnen würden.
Abschließend ist festzuhalten, dass die Behörde für Wirtschaft und Arbeit der Hansestadt Hamburg kein festes Programm für die Elbinseln liefern kann, da es bisher kein vergleichbares Projekt gegeben hat, das problemlos kopiert werden könnte. Es besteht jedoch die Bereitschaft, in dem Prozess mitzuwirken, sich einzubringen und Unterstützung zu geben.

1 Currid, Elizabeth (Hg.),The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive New York City, Princeton 2007.
2 Bei dem „community dance project" werden unter der Leitung von Royston Maldoom Tanzproduktionen mit Jugendlichen und Kindern aus sozial teilweise prekären Situationen erarbeitet. Die bekanntesten Beispiele sind wahrscheinlich „Adugna" mit Straßenkindern in Äthiopien und das als Dokumentarfilm berühmt gewordene „Rhythm is it" mit 250 Kindern und Jugendlichen aus 25 Nationen in Zusammenarbeit mit den Berliner Philharmonikern und ihrem Chefdirigenten Sir Simon Rattle.

Impulsreferat Dr. Anke Haarmann

These: „Der erste kreative Akt muss eine Neudefinierung des Arbeitsbegriffes sein."
Der Begriff der „kreativen Ökonomien" ist schlecht gewählt und führt auf eine falsche Fährte, da er sehr stark mit dem „Creative Cluster" in Verbindung gebracht wird und an Leistungsträger wie z. B. Werbeagenturen oder die IT-Branche denken lässt. Künstler begreifen sich selbst nicht als Träger von kreativen Arbeitsprozessen, da der Begriff gewissermaßen ökonomisch „verdorben" ist. „Künstlerische Tätigkeiten" beinhalten nicht nur das Gestalten von Gegenständen, sondern umfassen kritisches Hinterfragen und das Auseinandersetzen mit gesellschaftlichen Prozessen. Sie sind dafür verantwortlich, dass Projekte, Arbeiten und Kommunikationssituationen entstehen. Die Kreativität liegt hier z. B. bei lokalen Initiativen und Trägern, die sich mit dem Ökonomiebegriff auseinandersetzen, nach Lösungsansätzen suchen oder Strategien entwickeln. Eine Kooperation zwischen künstlerischer und lokaler Expertise soll entstehen, um gemeinsam zu einem Ergebnis zu gelangen.

„Du bekommst dein Geld nur, wenn du beweist, dass du bedürftig bist" – diese Logik unterstützt keine kreativen Prozesse – im Gegenteil. Stattdessen scheitern ambitionierte Träger an den Strukturen und an eingefahrenen Denkweisen unseres ökonomischen Systems. Sie werden mit Kontrollinstrumenten, Zwangs- und Ausschlussmechanismen überschüttet und in ihrer Motivation gestoppt.

Der Wandel von einer Beschäftigungs- und Lohngesellschaft in eine Tätigkeitsgesellschaft ist daher wünschenswert. Eine Gesellschaft nämlich, die primär nicht durch ökonomische Prozesse bestimmt ist, sondern die aktiven Menschen fördert und in ihrer kreativen Arbeit unterstützt (hier darf das Lohnverteilungssystem natürlich nicht außer Acht gelassen werden). In Hamburg existieren bereits Einrichtungen, die im Sinne der kreativen Ökonomien arbeiten. Als Beispiel ist der T-Shirt-Laden „Rosenblatt und Fabelwesen" zu erwähnen, der mit psychisch kranken Menschen arbeitet. Obwohl diese Menschen nicht für den Ersten Arbeitsmarkt geeignet sind, finden sie hier „ihren" Platz in der Gesellschaft. Es steht außer Frage, dass weder die Trägerschaft noch die Personen von den Einkünften des Ladens leben können, aber es ist wichtig, dass Alternativökonomien entstehen und man jene Menschen nicht scheitern lässt, die sich nicht in den Ersten Arbeitsmarkt integrieren lassen.

Standpunkte der Diskussion aus dem Diskurs „Beschäftigung"

Zum Begriff „Arbeit"

- Kreatives Arbeiten wird oft nicht als „richtiges Arbeiten" angesehen. Es bedarf einer starken Übersetzungsleistung oder auch politischen Arbeit gegenüber Förderern, damit Arbeit im Sinne von gabarage anerkannt wird. Bei Wirtschaftstreibenden besteht zwar der Bedarf nach innovativen Designprodukten, aber keine Bereitschaft, in diese zu investieren. (Elke Slemenik, gabarage upcycling design, Wien)
- Alle Mitarbeiter von gabarage stehen in einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis und werden nach einem Kollektivlohn bezahlt. (Elke Slemenik)
- Ein bedingungsloses Grundeinkommen wäre eine Art Auszeichnung dafür, dass man als Mensch in einer Gesellschaft existiert – davon ausgehend, dass Menschen tätig sind. Dieses Einkommen führt nicht zu einer allgemeinen Faulheit. (Dr. Anke Haarmann Kuratorin des Elbinsel Sommers, 08: Kultur | Natur)
- Ein bestimmter Personenkreis auf den Elbinseln ist nicht arbeitsfähig, musste Insolvenz anmelden oder ist als „Aussteiger" zu bezeichnen. Dieser Personenkreis lässt sich zwar nur minimal auf den Ersten Arbeitsmarkt vermitteln, setzt sich aber intensiv durch z. B. politische Aktivitäten und die Entwicklung von Ideen für den Stadtteil ein. (Publikumsbeitrag)
- Die Erwerbswirtschaft bietet eine ganze Menge Arbeitsplätze, und es existieren viele offene Stellen, die nur aufgrund schlechter Arbeitsbedingungen für viele Menschen nicht attraktiv sind. Außerdem sind viele Arbeitssuchende für diese Stellen nicht qualifiziert oder haben schlichtweg „keine Lust zu arbeiten". (Berhard Proksch, Behörde für Wirtschaft und Arbeit, Hamburg)

Zum Bewertungsmaßstab staatlich subventionierter Förderprogramme

- Das Agieren in der Öffentlichkeit kann das Selbstbewusstsein von Jugendlichen stärken. Doch leider gab es in der Vergangenheit immer wieder Schwierigkeiten mit pädagogisch orientierten Projekten, da diese keine „berufspraktischen Qualitäten“ vermitteln. (Konsens mehrerer Teilnehmer)
- Ein Grundproblem ist, dass der Löwenanteil der Hamburgischen Arbeitsmarktpolitik für die Langzeitarbeitslosen von der Arbeitsgemeinschaft (ARGE) finanziert wird. Bei der Neugestaltung der ARGE will der Bund eine stärker dominierende Rolle als bisher einnehmen. Wenn es eine sehr zentralistische Arbeitsmarktpolitik geben wird, wird die Durchsetzung solcher Projekte erschwert. (Bernhard Proksch)
- Es wird dass das Gefühl vermittelt wird, dass das Hauptkriterium die Vermittlungsquote in den Ersten Arbeitsmarkt ist. Warum ist das jährliche Interessenbekundungsverfahren, mit dem sich die Beschäftigungsträger für die Zuweisung von Ein-Euro-Jobs und anderen geförderten Arbeitsplätzen bewerben, so langwierig? Was wird von der Behörde für Wirtschaft und Arbeit geleistet, damit Projekte in den Stadtteilen längerfristig bestehen bleiben können? (Hildebrand Henatsch, Pastor i.R, Hamburg-Wilhelmsburg)
- Die Bundesagentur „schwebt“ über diesen Entscheidungen, und der Stadtteilbezug für derartige Verfahren steht am Ende der Kette. Die Behörde für Wirtschaft und Arbeit strebt an, das Wettbewerbsverfahren über längere Zeiträume und stadtteilbezogene Arbeitsplätze einzurichten. Diese Umstrukturierung befindet sich zurzeit in einer Testphase. (Bernhard Proksch)

Ergebnisse aus dem Diskurs „Beschäftigung“

- Könnte die Lohnkostenförderung auch für arbeitslose Künstler greifen? (Petra Bäurle, klartext kommunikation, Hamburg)
- Eine pauschale Antwort ist nicht möglich. Die Bedingungen des Bundes sind hier sehr hart. Solange Menschen vermittelbar sind, fallen sie nicht in das Förderprogramm. (Bernhard Proksch)

Ideen für Wilhelmsburg

- Die Idee, Altmöbel mit neuem Design zu restaurieren und zu günstigen Preisen zu verkaufen, könnte eine Projektidee für die Elbinseln darstellen und sollte weiterverfolgt werden. Könnte so ein Projekt durch die Stadt Hamburg gefördert werden? (Publikumsbeitrag)
- In Hamburg liegt die Integrationsquote (sozialversicherungspflichtige Beschäftigung sowie Ausbildung) der Beschäftigungsträger bei Arbeitsgelegenheiten im Durchschnitt bei 20%. Einige Träger erreichen sogar Werte bis zu 30%. Für die Vergabe neuer Plätze in den Wettbewerbsverfahren ist die erreichte Integrationsquote ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Behörde, Arbeitsagentur und team.arbeit.hamburg. Für die Träger ergeben sich angesichts der Verschlechterung der Zielgruppen daraus häufig große Probleme. Über zusätzliche Kriterien wie Berücksichtigung des Integrationsfortschrittes wird nachgedacht. Die Behörde für Wirtschaft und Arbeit leistet keine institutionellen Förderungen. Ziel ist nicht die Förderung von Trägern sondern die Finanzierung der arbeitsmarktpolitischen Leistung für den einzelnen Arbeitslosen. Die Kosten des Beschäftigungsträgers wie Raum-, Sach- oder Personalkosten müssen aus der gewährten Fallpauschale oder bei einzelnen Maßnahmen der Fehlbedarfsfinanzierung sowie vorhandener Eigenmittel erwirtschaftet werden. (Bernhard Proksch)
- „Die Tonne", ein seit vielen Jahren leerstehendes Gebäude in Wilhelmsburg könnte ein Ort für einen „Ideenladen" sein, ein Treffpunkt und eine Art Austausch- und Ideenbörse für Kunst und Wirtschaft. Allerdings reguliert die Sprinkenhof AG, die dieses Objekt verwaltet, die Nutzung der Halle über sehr hohe Mietvorstellungen. Trotzdem sollte man an der Möglichkeit festhalten, auch mit der IBA im Hintergrund, dieser Halle eine solche Nutzung zuzuführen. (Dr. Anke Haarmann,)
- Es existieren bereits viele Orte, Initiativen und kreative Ideen. Man muss sie nutzen und nicht unnötig das Rad neu erfinden. (Konsens mehrerer Teilnehmer)
- Als mögliche Instrumente wurden im Diskurs sechs folgende Punkte genannt:
  - Ideenladen für Künstler als Austauschbörse und zur Vernetzung mit der Wirtschaft
  - Kooperation von Künstler/-innen mit der Arbeitslosen-initiative Wilhelmsburg (AIW) für die Entwicklung neuer Geschäftsideen
  - Erweiterung des Integrationsbegriffs, um die Absicherung sozialökonomischer Betriebe und eine faire Bewertung ihrer arbeitsmarktpolitischen Leistung zu gewährleisten
  - 100% Lohnkostenförderung um längerfristige Beschäftigungen zu ermöglichen
  - Kleinstkredite für Existenzgründer, um die Ansiedlung von Kleinstbetrieben zu fördern
  - Anerkennung kreativer Tätigkeiten, Anerkennung von Alternativökonomien

Mathias Rainer Büttner „Dahinter“, Hafensafari 2007, ein Projekt im Rahmen des IBA Kunst & Kultursommers 2007

Stadtentwicklung – Beitrag kreativer Ökonomien zur nachhaltigen Stadtentwicklung

Wie sieht nachhaltiges künstlerisches Handeln aus? Welche stadtplanerischen Instrumente greifen?

Gerti Theis,
IBA Hamburg GmbH
Klaus Overmeyer,
Studio Urban Catalyst, Berlin
Andrea Knobloch/Silke Riechert,
Institut für Stadtentwicklung und künstlerische Forschung
(Salon des belles Utopistes)
Dr. Bastian Lange,
Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig/Georg-Simmel-Zentrum
für Metropolenforschung der Humboldt-Universität Berlin
Moderation: **Dr. Willfried Maier,**
Philosoph und Senator für Stadtentwicklung a. D.

Impulsreferat Gerti Theis

Die Elbinsel ist wie kaum ein anderer Ort von Gegensätzen geprägt. Nur wenige S-Bahn-Minuten vom Hauptbahnhof entfernt, treffen im Präsentationsgebiet der IBA – in Wilhelmsburg, auf der Veddel und im Harburger Binnenhafen – Industrie, Stadt und Hafen auf Marschland, Naturschutzgebiete und Wasser. Zahlreiche stark frequentierte Verkehrsadern zerschneiden das ca. 28 km² große IBA-Gebiet, in dem ca. 55.000 Menschen aus mehr als 40 Nationen leben. Hier konzentrieren sich die Konflikte und zugleich die Chancen der Metropole stärker als anderswo. Hier bilden sich die Bruchkanten der Metropole

Deshalb ist es folgerichtig, dass dieses besondere Areal mit dem „Sprung über die Elbe" in den Blick der Stadtentwicklung gerückt ist und damit ein Paradigmenwandel eingeleitet wurde. Eine Abkehr von der seit dem „Fächerplan" Fritz Schumachers aus den zwanziger Jahren des letzen Jahrhunderts geltenden Prämisse der Stadterweiterung entlang der Hauptverkehrsstraßen und der damit verbundenen Zersiedlung der Peripherie – hin zu einer urbanen Entwicklung, einer Stadt der kurzen Wege im Herzen der Stadt.

Mit der Ausrichtung einer Internationalen Bauausstellung als qualitativem und zeitlichem Motor hat sich Hamburg zugleich zur Entwicklung innovativer und vorbildlicher Lösungen für die Zukunft der Metropole verpflichtet. Wie schon die vorhergegangenen Internationalen Bauausstellungen greift die IBA Hamburg drängende Probleme ihrer Zeit und des spezifischen Ortes auf, um sie anhand von drei Leitthemen modellhaften Lösungen zuzuführen.

Wie kann eine immer internationaler werdende Stadtgesellschaft mit ihren Potenzialen, aber auch Spannungen optimal umgehen? (Kosmopolis)
Welche städtebaulichen Möglichkeiten stecken in den Grenz- und Übergangsorten der Metropole? (Metrozonen)
Wie kann eine Metropole ihren Bedarf an Energie und Komfort befriedigen und dennoch die natürlichen Ressourcen schonen? (Stadt im Klimawandel)

Alle drei Leitthemen weisen mehr oder minder große Schnittmengen mit dem Querschnittsprojekt „Kreatives Quartier Elbinsel" auf (s. Seite 34). Es entstand aus dem Kunst und Kulturprogramm des Auftaktjahres 2007, bei dem es insbesondere um die Stärkung des Bekanntheitsgrades und die Einleitung eines Imagewandels der Stadtteile Wilhelmsburg und Veddel, die bis dato eher als Transitraum und Ort für unliebsame Nutzungen (z. B. Müllberge) im Bewusstsein der Menschen nördlich der Elbe verortet waren.

Im Wissen um die Bedeutung von Kunst und Kultur in Stadtentwicklungsprozessen hat die IBA ab 2008 ihren Schwerpunkt auf nachhaltige Formate, wie „Räume für die Kunst“ und „Kreative Ökonomien“ gelegt und in diesem Kontext den „Elbinsel Sommer“ als kleines, nachhaltiges Veranstaltungsformat mit jährlich wechselnden Themen und jährlich wechselnden Kuratoren aufgelegt. Zugleich hat sie erkannt, dass Kunst zusehends zu einem bedeutenden Aspekt aktueller Stadtentwicklung avanciert.

In Bezug auf innerstädtische Erweiterungs- und Entwicklungsflächen stehen Kunst und Stadtentwicklung bereits in einem direkten Bezug. Naheliegend und im Planungsgeschehen bereits erprobt ist Kunst im öffentlichen Raum. Das allein greift zu kurz. Im Diskurs Stadtentwicklung geht es um die zentralen Fragen:

- Können unabhängige künstlerische Praxen einen Beitrag für die Stadtentwicklung leisten?
- Welche Bedingungen müssen geschaffen werden, damit ein Zusammenspiel zwischen Kunst und Stadt, zwischen Künstler-/innen und und Planer/-innen wirksam werden kann?
- Lassen sich ganzheitlich interdisziplinäre Planungsprozesse im Stil der IBA Mathildenhöhe des Jahres 1901 unter Zeit- und Verwertungsdruck des 21. Jahrhunderts neu auflegen (s. Seite 30)?
- Bleibt in diesem komplexen Gefüge Raum für partizipative Prozesse?
- Können/wollen sich Planer/-innen und Künstler/-innen gemeinsam auf das Expert/-innentum der Bewohner/-innen vor Ort einlassen?
- Sind sie bereit, gemeinsam mit der Politik Energien und Geld in die Teilhabe und Qualifizierung zu investieren?
- Greifen auf diesem schwierigen Terrain die bestehenden Instrumente der Stadterneuerung, der Stadt- und Landschaftsplanung?
- Sind kreative Quartiere überhaupt planbar?

Generell bilden sich kreative Milieus vorwiegend an den Bruchkanten der Stadt, dort wo die industrielle oder die traditionelle Hafennutzung im Wandel begriffen und damit häufig die ökonomische Verwertung der Flächen rückläufig ist. Hier entstehen dysfunktionale Freiräume, die von Künstlern und Kreativen stillschweigend in Besitz genommen oder gestenreich erobert werden. Symptomatisch für diese „kulturelle Sukzession“ ist ihre temporäre Erscheinungsform. Die IBA erhofft sich vom Diskurs Stadtentwicklung Antworten zur Zwangsläufigkeit dieser Entwicklung versus der Planbarkeit kreativer Quartiere. Denn auch auf der Elbinsel gibt es einzelne Orte, die diesen Kriterien entsprechen, die das Potenzial einer kreativen Aufladung in sich tragen, wie beispielsweise das Areal am nördlichen Veringkanal oder der Spreehafen.
In diesem Spannungsfeld fächern sich exemplarische Fragen auf:

- Liegt die zeitliche Befristung in der Natur innovativer Aneignungsprozesse?
- Schwindet der Esprit bei Gewöhnung?

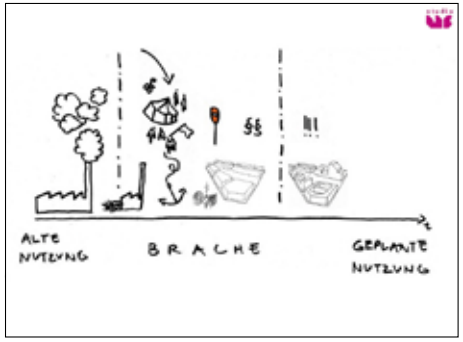
Hausboote im Spreehafen

Die Veringhöfe im Reiherstiegviertel sollen im Rahmen der IBA Hamburg zu einem Ort für Künstler und Start-up-Unternehmen aus der Kreativwirtschaft werden.

- Bedarf es gesetzlicher Regelungen, beispielsweise über die Bauleit- und Landschaftsplanung zur Festsetzung von kreativen Entwicklungsstadien und scheinbar unverträglichen Benachbarungen?
- Ist Gentrifizierung vermeidbar?
- Welcher planerischen Impulse bedarf es, um die Elbinsel kreativ aufzuladen, ohne sie mit hipper Kreativszene zu überladen?
- Wie kann die heterogene Bewohnerschaft „mitgenommen" und zum integrativen Teil des kreativen Quartiers werden?
- Und noch einmal: Welche Bedingungen müssen geschaffen werden, damit ein anregendes Zusammenspiel zwischen Kunst und Stadt, zwischen Künstler/-innen und Planer/-innen wirksam werden kann?

Impulsreferat Klaus Overmeyer

Kreative Milieus und die Konkurrenz der Städte
Kreative Nischenökonomien stehen für ein Bottom-up-Modell der Stadtentwicklung (informelle Räume, informelle Ökonomien). Gerade temporär genutzte Räume, die sich vorübergehend nur schwer herkömmlich vermarkten lassen, sind aufgrund ihrer niedrigen Standards ein Brutkasten für unkonventionelle Nutzungen und Ökonomien. In den Niederlanden hat man das Potenzial dieser Räume für den gezielten Aufbau von kreativen Milieus selbst in kleineren Städten auf breiter Ebene erkannt. Hier verfolgen Gemeinden und Eigentümergemeinschaften einen sehr pragmatischen, konsequenten Ansatz, der auch in kleinen Städten aufgegebene Industrieareale für Kreative und Künstler nutzbar macht.



Je aussichtsreicher die Umsetzung der angestrebten Planung erscheint, desto geringer sind die Chancen einer Zwischennutzung.

Auch wenn sich die Marketing-Kampagnen von Städten oft gleichen, wird ihre Positionierung im europäischen Kontext durch lokal spezifische Identitäten wird immer wichtiger. Die Debatte um die Konkurrenz von Städten zeigt, dass die erfolgreiche Bindung von Menschen an Orte durch kreative Milieus an Bedeutung für wirtschaftliches Wachstum gewinnt. Bei der Ansiedlung von etablierten Ökonomien sind Städte mit ausgeprägten „Hochdruckgebieten" für kreative Milieus, also Areale mit günstigen Bedingungen für Pioniernutzungen, erfolgreicher als Orte, die über ein geringes Potenzial an offenen Räumen verfügen. Umgekehrt zeichnet sich gerade in wirtschaftlich boomenden Städten mit überhitzten Immobilienmärkten der „brain drain", d. h. der Wegzug von Kreativen an kreativfreundliche Orte ab (z. B. von Frankfurt nach Berlin).

Koevolution von Raum und Wissensmilieus
Die zentrale Frage für Städte und Standorte wird in Zukunft sein, ob es gelingt, kreative Wissensökonomien und Netze an einen lokalen Ort zu binden. Der Raumforscher Ulf Matthiesen spricht in diesem Zusammenhang von der „Koevolution von Wissen und Raum". Gerade die Ränder der Kernstädte mit guter Infrastruktur, einem hohen Potenzial an Dichte und Szenen sowie vorhandenen Transformationsräumen (z. B. Industrie und Hafengebiete, gründerzeitliche aber auch Quartiere aus den Fünfziger-

und Sechzigerjahren) bergen besondere Chancen für die Ansiedlung kreativer Milieus. Wie verbinden sich also kreative Milieus und lokale Raumbedingungen? Wer kann daran teilhaben? Und woher kommen die kreativen Milieus? Entstehen sie aus lokalen Kontexten oder müssen sie von außen angeworben und implantiert werden?

Einstiegsräume als Schlüssel
Neue Formen von Öffentlichkeiten entstehen durch kreative Milieus oft ungeplant an solchen Orten, die als öffentlicher Raum gar nicht vorgesehen waren. Hierbei spielen Schlüsselagenten unter den Raumpionieren mit ausdifferenzierten Netzwerken eine besondere Rolle. Je realistischer jedoch die geplante Nutzung beispielsweise von industriellen Brachen ist, desto unwahrscheinlicher werden diese zu einer temporären kreativen Spielwiese. Die Frage nach der Verfügbarkeit von Räumen mit niedrigen Einstiegsschwellen rückt damit in den Fokus bei der Ansiedlung kreativer Ökonomien. Vielerorts lässt sich ein Weiterziehen temporärer Nutzungen beobachten, wenn Orte durch immobilienwirtschaftliche Entwicklung unattraktiv geworden sind. Können kreative Ökonomien dauerhaft nur aus kreativen Nomaden bestehen?

Kreative Ökonomien und Kinder
Die Protagonisten der kreativen Klasse sind junge Individuen: hochmobil, flexibel, ortsungebunden und jederzeit verfügbar. Doch welche Nachhaltigkeit haben kreative Ökonomien, wenn sie anscheinend ohne Nachwuchs auskommen, wenn Kinder in diesen Milieus keine Rolle mehr spielen? Wie lassen sich Nischen entwickeln, die Raum für Kreativität und Kinder bieten?

Kreative Ökonomien und Stadtentwicklung
Kreative Milieus sind nur begrenzt plan- und steuerbar. Eine Reihe von bedingt steuerbaren Faktoren ist letztlich ausschlaggebend dafür, ob sich ein Quartier als „Hotspot" oder als eine „No-Go-Area" für kreative Ökonomien entwickelt.
Die Steuerungsparadoxien, mit denen sich die kreativen Ökonomien konfrontiert sehen, sind in den vergangenen Jahren auch zunehmend Thema der Stadtentwicklung geworden. Herauskristallisiert hat sich, dass erfolgreiche Stadtquartiere weniger mit der Umsetzung von formal-ästhetischen Kriterien, sondern zunehmend von einer gelungenen Entwicklung vielfältiger Milieus zu tun hat. Damit verbunden ist ein „situativer" Urbanismus, der sich bestimmte Optionen offen hält, nicht von vornherein Nutzung und Gestalt von Räumen definiert, sondern Programmen notwendige Entwicklungsspielräume lässt. Insofern gibt es zwischen kreativen Ökonomien und situativem Urbanismus eine enge Verwandtschaft. Für die Stadtentwicklung bedeutet dies, sich zunächst stärker auf Möglichkeitsräume mit experimentellen Nutzungsoptionen einzulassen und erst sukzessive erfolgreiche Pioniernutzungen mit einer städtebaulich-architektonischen Konsolidierung zu verknüpfen.

Impulsreferat Andrea Knobloch und Silke Riechert

Stadtentwicklung als Raum der Möglichkeiten
Stadtplanung bezieht sich auf den Begriff der kreativen Ökonomien, wenn es gilt, Stadtvisionen zu entwerfen, die das traditionelle planerische Instrumentarium nur holzschnittartig vor-

„Raum ist Handeln". Zeichnung, Andrea Knobloch / Silke Riechert, 2006. Bleistift / Buntstift / Collage auf Papier, 91 x 102 cm

wegnehmen kann. Denn es müssen nicht nur Gebäude errichtet werden, die vielfältigen Ideen und Konzepten Raum geben können. Vor allem gilt es, geeignete soziale, organisatorische, politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu schaffen, um das zu erzeugen, was man planerisch zwar beschwören, aber nur schwer systematisch herstellen kann: lebendige Urbanität, eine aktivierte Stadtgesellschaft, niedrigschwellige und qualitativ hochwertige Bildungsangebote, innovative Ökonomien, Arbeitsplätze und soziale und kulturelle Durchmischung. Eben ein Milieu, das Vielen die Chance gibt, sich zu entwickeln und mit den Veränderungsprozessen, die Stadtgesellschaften im globalen Wettbewerb heute herausfordern, nicht nur mitzuhalten sondern auch selbst daran zu wachsen.

Möglichkeitsräume

Ein Möglichkeitsraum ist ein Raum der Koexistenz von Widersprüchen. Er ist nicht eindeutig beschrieben und daher offen für Umdeutung und Neudefinition. Das Spiel, der Bereich der Kunst und der Kreativität sind solche potenziellen „Räume", weil hier die Loslösung vom subjektiven Eindruck der eigenen Omnipotenz und das In-Betracht-Ziehen anderer, auch widersprüchlicher Sichtweisen und damit die Entwicklung von innovativen Fusionen zwischen zunächst als unvereinbar erlebten Interessen möglich wird.

Die spezifische Qualität künstlerischen Handelns, die über ihre ökonomische Quantifizierung und ihre Vernutzung als soziokulturelles oder kunsthandwerkliches Beiwerk weit hinausreicht, wird selten als Potenzial für innovative stadtplanerische Strategien erkannt. Das planerische Dilemma, das einerseits im Vorwegnehmen von an sich unberechenbaren Entwicklungen liegt, andererseits darin, mono-perspektivisch und mit fixierter Zielvorgabe Vielfalt künstlich erzeugen zu wollen, lässt sich durch eine interdisziplinäre Erweiterung der Planungsperspektiven und die Einführung konsequenter Beteiligungsverfahren auflösen.

Handlungsoptionen für alle Beteiligten können entstehen, wenn die Fixierung von Planung auf vorformulierte Leitbilder zugunsten einer umgekehrten Vorgehensweise aufgegeben wird, die Planungsziele aus der intensiven Untersuchung und Auseinandersetzung mit der vorliegenden stadträumlichen und sozialen Realität entwickelt und Spielregeln geschaffen werden, die partnerschaftliche Beteiligung an Planungsprozessen und soziale Integration von vornherein vorsehen.
Künstlerisches Handeln kann dem Spiel mit den vielfältigen Möglichkeiten räumlicher und sozialer Organisation Raum geben. Im Untersuchen, Umdeuten, Herausfordern, Dekonstruieren und Neuzusammensetzen gewohnter Wahrheiten und traditioneller Strukturen öffnen sich Entwicklungs- und Lösungspotenziale jenseits altbekannter, aber immer wieder neu aufgelegter Rezepturen.

Werkstatt

Für eine künstlerische Praxis, die sich aktiv und produktiv in gesellschaftliche Gestaltungsprozesse einbringen will, ergeben sich daraus im Rahmen von Stadtplanung und Stadtentwicklung eine Reihe von Handlungsoptionen:

1. Künstler/-innen erforschen Orte und Situationen aus einer erweiterten Perspektive und können zu einer Sensibilisierung der Wahrnehmung von städtischen Räumen beitragen
2. Künstler/-innen erforschen und erzeugen kommunikative Prozesse und können mit künstlerischen Mitteln spielerisch und vielfältig an der Herstellung eines interdisziplinären Dialogs mitarbeiten
3. Im Möglichkeitsraum der Kunst können innovative Formate modellhaft erprobt und damit in die Nähe einer Realisierbarkeit gebracht werden
4. Als Impulsgeber und Plattform kann künstlerisches Handeln Bezüge zwischen übergeordneten Strukturen und kleineren Beteiligungsgruppen herstellen
5. Künstlerische Darstellungsformate können Beteiligungsprozesse transparent und wahrnehmbar werden lassen und damit wiederum Beteiligungsmöglichkeiten erzeugen
6. Künstlerische Projekte sollten bei alledem immer Motor und nicht etwa Moderator eines Planungsgeschehens sein, um die besonderen Qualitäten künstlerischen Handelns einbringen und mit einer eigenen Stimme sprechen lassen zu können

Eine so verstandene künstlerische Praxis wäre ein produktiver Beitrag zu einer neu gedachten Planungskultur, in der städtischer Raum als vorläufiger, vielfältigen Deutungen und Nutzungen offen stehender Raum aufgefasst werden könnte: als Möglichkeit zur Erprobung individueller und kollektiver Entwürfe gelungener Orte, die einer gelingenden Lebenspraxis Raum geben könnten. Künstler/-innen wären aufgerufen, ihre spezifischen Kompetenzen einzubringen, indem sie sich dieser in besonderer Weise an gesellschaftliche Realität geknüpften Aufgabe stellen und sich dabei gleichzeitig als politische Subjekte behaupten, die an der Gestaltung von Gesellschaft teilhaben.

Impulsreferat Dr. Bastian Lange
Perspektiven eines Situativen Urbanismus

Situativer Urbanismus

Die Stadt als situativen Topos – als Ausdruck eines nur situativ zu denkenden Urbanismus – anzusprechen, heißt, nach den aktuellen Formen seiner Wahrnehmung, seiner Aneignung, gar seiner Gestalt sowie seines konstitutiven Charakters zu fragen:

Stadt ist unter der Randbedingung eines „global-local interplay" (z. B. Eventisierung, Homogenisierung vs. Heterogenisierung), als solche nicht mehr ganzheitlich-funktional wahrnehmbar, sie ist vielmehr erst als rhizomatisches, d. h. vielfach verflochtenes Geflecht im Prozess des Gehens, im Ver-Laufen erfahrbar sowie in Verbindung mit jüngeren medialen Formen (Pop, Film, Public Art etc.) anzusprechen. Dann aber wird „Stadt" weniger im herkömmlichen Sinn, sondern vielmehr als bestimmte Form der Urbanität und der Urbanität des Lokalen verstanden. Pop, Film, Public Art etc. sind Praxisformen, die durch ihre Reflexion der Materialität des Städtischen ein neues Wechselverhältnis zeigen und dabei Stadt als rhizomatisches Geflecht zu erkennen geben. Sie sind in der Lage, neue Topoi des Städtischen zu formulieren, sie erlauben ästhetische Erfahrungen des Städtischen und produzieren z. B. über Klangwelten neue Formen lokaler Urbanität. Jede Stadt hat ihren Song!

Die dabei angelegten Metaphoriken geben sich als Formen der Wirklichkeitsproduktion zu erkennen. Neue Formen lokaler Urbanität sind somit als performative Aneignungsvorgänge innerhalb von offenen Teilsystemen anzusprechen. Das gilt vor allem für die Kreativökonomie. Das Bild des Rhizoms begründet sich zum einen aus der Bedingung der Relationalität (Konnexion),

der Heterogenität sowie des asignifikanten, d. h. des unerwarteten aber folgenreichen Bruchs für ein System. Daraus erwachsen Optionen, die in der Lage sind, an einer neuen, unerwarteten Stelle neue Beziehungen einzugehen. Dies gilt auch für die Bedingung der Karte, die eben immer von mehreren Seiten zu betreten ist.

Der Prozess der Aneignungen dieses vielschichtigen, aus mehreren Plateaus bestehenden Stadtgebildes ist dann aus der Perspektive des Alltags, des Gehens und des Bewegens innerhalb dieser Teilsysteme möglich. Diese Praxis trägt aber subversive Elemente in sich, da sich diese Praxisformen nicht an vorgegebene strukturelle Ordnungslogiken (Planung, Funktionskörper Stadt etc.) halten. Vielmehr lotet sie situativ neue Territorien aus.
Historisch rekurriert diese Perspektive auf eine Rhetorik des Gehens, des performativen Aneignens im Rhizom Stadt, also auf eine Raumwahrnehmung, die sich über Bewegung erschließt, wie sie die Situationistische Internationale durch die Praxis des Dérive, oder späteren Drifting[1] (wie in den Filmen von Jim Jarmusch) entfaltet hat. Diese Praxis ist als eine Vermessungsmethode lokaler-globaler Bedingungen aufzufassen, die darin angelegte Kartierung eine eben performative Praxis.

Diese performativen Prozesse der Aneignung sind hochgradig situativ, sie artikulieren sich am offensichtlichsten an den Sollbruchstellen des urbanen Körpers und seiner Teilflächen, die oftmals aus der Verwertung geflogen sind, die brach sind, in denen sich also die Frage der Artikulation des gesellschaftlich vorhandenen Sinnüberschusses neu stellt. Die performativen Praktiken der temporären Neuinwertsetzungen (durch Kunst-, Sport-, Tanz-, Feierpraxen und Happenings) sind meistens nicht-linear, disharmonisch-dissonant und nicht repräsentierend zu anderen etablierten Praxisformen aufzufassen. Ihre theatrale Praxis konfiguriert und misst neue Räume aus.

Der ad hoc eingeführte Begriff „Situativer Urbanismus" (SU) ist also in seinem Kern eine Denkfigur, die nicht nur das Feld der Zwischennutzungsformen begrifflich auszuloten, zu kontextualisieren sowie zu informieren imstande ist. Vielmehr eröffnet der Begriff SU darüber hinaus Anschlüsse, ihn für neue Urbanität produzierende Sozial-, Arbeits- und Sinnformationen in Stellung zu bringen. Über ihn könnten neue Konstituierungen des Städtischen reflektiert werden.

Die Genealogie sowie Aktualisierung des Begriffs SU als Ausdruck performativer Praxis könnte also zu Tage fördern, dass sich Stadt nur noch situativ ansprechen, denken und demzufolge „entwickeln" oder gar „steuern" lässt: Aus dieser Sicht wären dann verschiedene Formen der „cultural performance" (Politik, Wissensökonomie, Marketing im Sinne Milton Singers) neben performative Zwischennutzungsformate zu stellen, da sie alle an der Formierung einer neuen sozialen Architektur mitwirken. Als Quintessenz wertet dies natürlich die Praxis der Zwischennutzung nicht nur auf, sondern aktualisiert sie als paradoxe (da temporär-dauerhafte) Form des Städtischen. Wesentliche Basis ist dabei die Erkenntnis, dass das, was „gemacht wird, immer auch dargeboten wird". Dies gilt im Besonderen für die Formierung des „öffentlichen Raums", auf den zahlreiche Akteure einzuwirken versuchen. Die Schlagworte sind: Theatralisierung des Sozialen, Szenifizierung des urbanen Raums, Musealisierung etc., die alle in unterschiedlicher Art und Weise daran arbeiten, die Akkumulation von symbolischem Kapital zu forcieren. Während die Stadt als Marke einheitlich sein muss,

mit einem klaren Image, einer klaren Botschaft versehen sein muss, ist die rhizomatische Stadt vielschichtig, fragmentarisch, bedeutungsvariant und in ständiger Veränderung.

Somit transportieren die offenen performativen Akte zumeist widersprüchliche, also paradoxe Ordnungsprinzipien. Aus dieser Sicht ist Stadt als ein differenzieller Raum anzusprechen. Konzipiere ich Stadt als rhizomatisches Geflecht, reklamiere ich aber sogleich, dass mehrere Formen seiner Aneignung, seiner Repräsentation nicht nur möglich, sondern denkbar und anwendbar sind, also nicht nur eine dominante. Dies eröffnet alternativen Nutzungsformen den Zugang zu prinzipiell vorhandenen Freiräumen sowie zugleich Realisierungsformen. Diese Perspektive gilt es in der Praxis zu realisieren.

1 Die Begriffe Dérive und Drifting bedeuten das Erkunden einer Stadt durch zielloses Umherschweifen.

Standpunkte der Diskussion aus dem Diskurs „Stadtentwicklung“

Die Stadt als offener Möglichkeitsraum

- Aus den Impulsreferaten lassen sich zwei Stichworte ableiten: a) der Begriffs des offenen Möglichkeitsraumes und b) die Intervention in diesen Möglichkeitsraum hinein. (Dr. Willfried Maier, Philosoph und Senator für Stadtentwicklung a. D.)
- Es sollten drei Ebenen der Transformation von Räumen unterschieden werden: a) die Ebene der Veränderung des physischen Raumes (etwa in der Architektur, wie durch die IBA Hamburg), b) die Ebene der Erfindung und Vermittlung neuer Bedeutungen durch die Kunst und c) die Ebene der sozialen und wirtschaftlichen Prozesse. (Publikumsbeitrag)
- Diese Ebenen sind bei kreativen Eingriffen allerdings nicht klar zu unterscheiden, da sie diagonal zu den Ebenen verlaufen. (Dr. Bastian Lange, Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig/Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung der Humboldt-Universität Berlin)

Zum Wirkungsanspruch der Kunst in der Stadt

- Ein Gebiet wie Wilhelmsburg mit seiner Größe und seiner differenzierten Bevölkerungsstruktur ist noch nie in Gänze zu einem Ort kreativer Impulse oder gar kreativer Ökonomien geworden. Bedeutungsräume bzw. Identitäten für Stadtteile sind in der Vergangenheit häufig aus Protestbewegungen gegen behördliche Planung entstanden, siehe Hafenstraße. (Dr. Willfried Maier)
- Kunst und Kultur können im Stadtentwicklungskontext Bilder produzieren, die die Wahrnehmung eines Ortes verändern sowie zu einer verbesserten Selbst- und Fremdwahrnehmung beitragen. Dadurch lassen sich Impulse zur Schaffung und

Diskurs „Stadtentwicklung“

Förderung von Strukturen setzen, an denen alle teilhaben können. Künstlerische Querideen begleiten die Stadtentwicklung, siehe Hafensafari[1] (Dr. Willfried Maier)

- Kunst sollte der Stadtentwicklung entzogen werden und durch Bereitstellung von Budget und Räumen ihren eigenen Wirkungsanspruch behalten. (Publikumsbeitrag)
- In Wilhelmsburg gibt es nur wenige Räume für einen eigenen Wirkungsanspruch von Kunst. Die IBA identifiziert dysfunktionale Orte und trägt zur Ermöglichung von Zwischennutzungen (wie z.B. Festivals oder Ausstellungen) bei, um sie für eine dauerhafte kreative Nutzung aufzuladen. (Gerti Theis, IBA Hamburg GmbH)
- Kunst und kreative Ökonomien sind unterschiedliche Felder, die nicht zwangsläufig gleichzusetzen sind. Die IBA möchte in Wilhelmsburg einen eigenen Weg einleiten, der weit über das Anwerben exogener kreativer Kräfte hinausgeht, sie baut auch auf die Stärkung der endogenen Potenziale. Deshalb gilt es, den Begriff der kreativen Ökonomien für Wilhelmsburg in einen lokalen Kontext zu übersetzen, etwa in das Stichwort „Kreativität und lokale Ökonomien“. Dazu gilt es Projekte zu initiieren, die explizit mit den Rahmenbedingungen Wilhelmsburgs korrespondieren. (Gerti Theis)

Ideen für Wilhelmsburg

- Schließen internationale Ausschreibungen von Bauprojekten die Wilhelmsburger aus? Wie kann Kunst dazu beitragen, diese Prozesse wieder an den Stadtteil zurück zu binden? (Andrea Knobloch, Künstlerin, Düsseldorf/Berlin)
- Kunst kann keine Wünsche erfüllen, diese jedoch zum Ausdruck bringen und Prozesse kleinteiliger, partizipativer werden lassen. (Andrea Knobloch)

- Die Zusammensetzung der Menschen auf der Elbinsel ist sehr heterogen, migrantisch, bürgerlich, sozial benachteiligt oder alternativ geprägt. Für eine gemeinsame Sinnstiftung ist die Bildungspolitik, beispielhaft praktiziert in der Bildungsoffensive der IBA Hamburg, die wichtigste Grundlage. Die IBA will den Spagat zwischen dem ökonomisch zukunftsträchtigen Talentstadt-Konzept einerseits und der Sorge um den Stadtteil und seine jetzigen Bewohner andererseits leisten. In der Rolle eines Katalysators will sie Impulse für Projekte zu Sinnstiftung, Qualifizierung und kreativer Beschäftigung geben. Besondere Bedeutung kommt dabei der Zusammenführung von Menschen ohne Arbeit, mit und ohne Migrationshintergrund und Kunstschaffenden bzw. Kreativen zu. (Gerti Theis)
- Ein Beispiel dafür ist das Berliner Modeprojekt „KommMode – Kommunale Mode", bei dem die großen Kompetenzen im Nähen bei Frauen mit Migrationshintergrund, die in der Nachbarschaft wohnen, genutzt werden konnten. (Dr. Bastian Lange)
- In Wilhelmsburg ist sehr viel Potenzial in Form von Selbstorganisation und ehrenamtlicher Aktivität vorhanden (siehe Verein der Zukunft der Elbinsel oder Spreehafenfestival). Hier ist viel Zeit, Erfahrung, Freiraum und Leidenschaft vorhanden, um Entwicklungen in Gang zu bringen, die bislang noch nicht definiert sind. (Publikumsbeitrag)
- Die IBA weiß die ausgeprägte und gut vernetzte Beteiligungs-, Vereins- und Stadtteilkultur Wilhelmsburgs (wie etwa die Honigfabrik oder das Bürgerhaus) sehr zu schätzen. (Gerti Theis)
- Die IBA muss a) aus dem Bestehenden Möglichkeitsräume identifizieren und b) konkrete ökonomische Erwartungen erfüllen, die u. a. im Präsentationsjahr sichtbar werden sollen. (Klaus Overmeyer, Studio Urban Catalyst, Berlin). Neben partizipatorisch entstandenen Projekten müssen bei der IBA im Jahr 2013 auch Projekte entstehen, die im internationalen Maßstab vorzeigbar sind. (Gerti Theis)
- Die Menschen im Viertel sollten von der durch die IBA ausgelösten Aufwertung langfristig profitieren können. (Andrea Knobloch)
- Es gilt, eine nachhaltige integrative Stadtentwicklungspolitik zu betreiben. Bildlich gesprochen, Sämlinge zum richtigen Zeitpunkt zu setzen, sie zu hegen und zu pflegen, so dass sie auch weit über 2013 hinaus wachsen und sich eigenständig fortentwickeln können. (Gerti Theis)
- Begriffe wie Kulturmanagement, Kreativwirtschaft oder Kunst sollten klar getrennt sein und zu keinem einheitlichen Klischee verkommen. Vorschlag: Eine atlasartige Übersicht aller schon vorhandenen Aktivitäten, Vereine, Einrichtungen, Engagements und Interessen auf den Elbinseln anfertigen. (Konsens mehrerer Teilnehmer)
- Kontroversen sollten nicht als unüberwindbar dargestellt werden, sondern auf dem großen Potenzial vieler schon bestehender Projekte (Bildungsoffensive, Stadtteil- und Vereinskultur) aufbauen. (Konsens mehrerer Teilnehmer)

1 Weiterführende Informationen unter www.hafensafari.de.

Eröffnung des Elbinsel Sommers '08: Kultur | Natur an der „Tonne"

Schlussakkord

Abschließend wurden von den Moderator/-innen der vier Diskurse Rückblicke, sogenannte „Spots" auf die Diskurse geworfen. Diese wurden von je einem „Diskurs-Paten" durch einen inhaltlichen Ausblick ergänzt.

Spot auf den Diskurs „Impulsförderung" Moderatorin Frau Prof. Dr. Vorkoeper

Die Moderatorin des Diskurses Impulsförderung, Frau Prof. Dr. Vorkoeper, betont in ihrem Beitrag, dass es im Diskurs zu regen Diskussionen kam. Die Vorträge der Impulsreferent/-innen stellten unterschiedliche Positionen dar, wie die Kreativwirtschaftsförderung von Seiten des Bundeslandes NRW oder das Kooperationsprojekt von Bewohnern und Künstlern aus Dresden-Prohlis „IDEE 01239 e. V.". Außerdem wurde ein Input über die soziale Aufgabe der IBA Hamburg im Bereich Kunst und Kultur in der Stadtteilentwicklung in Wilhelmsburg gegeben. Trotz dieser Unterschiedlichkeit der Beiträge kam man am Ende zu dem Ergebnis, dass man nicht nur über Impulsförderung von außen reden, sondern „Pulsförderung" von innen betreiben müsse, also die Projekte, Initiativen und Menschen vor Ort beispielsweise durch kulturelle Gründungszentren oder lokale Experten fördern müsse. Es wurde außerdem angeregt, interkulturelle Beispielprojekte aus anderen Städten einzuladen. Des Weiteren wurde angeregt, eine Professionalisierung von Netzwerken anzustreben.

Ein Ergebnis war, dass die Begriffe „Kunst" und „kreative Ökonomien" in ihrer Unterschiedlichkeit akzeptiert werden sollten, jedoch klargestellt werden muss, dass auch Kunst eine ökonomische Seite hat und man entsprechend mit Kunst Geld verdienen darf. Andererseits sollten kreative Potenziale durch Kunst erfahrbar gemacht werden. Außerdem gab es die Idee, die Legalisierung von sogenannten „illegalen kreativen Ökonomien" voranzutreiben.

Ein letzter Aspekt war die Frage, wie nachhaltig Förderungen in diesem Sektor sind. Stichworte waren hier die Notwendigkeit langfristiger Bildungsprozesse und „Empowerment".

Ausblick der Patin Andrea Knobloch

Andrea Knobloch geht in ihrem Ausblick auf die StartArt Initiative des Landes NRW ein und betont, dass diese zwar einen interessanten Impuls für die Kunstszene in NRW gesetzt hat, jedoch den Nachteil habe, dass vorgefertigte „Rezepte", die zuallererst nach Zielgruppenanalysen, Nachfrageorientierung und gewerbemäßiger Akquise fragen, dem „Produkt Kunst" nicht gerecht werden können und sich letztlich kontraproduktiv auswirken. Entsprechende Programme sollten also mit Künstler/-innen gemeinsam entwickelt werden.

Generell äußert Frau Knobloch ihre Verwunderung darüber, dass die Verknüpfung von Kunst und Ökonomie heute noch als innovatives Profil diskutiert wird – in Anbetracht der Tatsache, dass Künstler/-innen spätestens seit ihrer Emanzipation von feudalen bzw. klerikalen Auftraggebern als selbstständige Unternehmer agieren. Als nächsten Aspekt spricht Frau Knobloch kulturelle und kreative Gründerzentren an und betont, dass es besonders interessant sei, wenn unterschiedliche Nutzergruppen darin Kooperationen eingehen könnten. Demzufolge sollten die Begriffe von Kultur- und Kreativwirtschaft nicht zu eng gefasst werden, sondern jegliche Kooperationen und interdisziplinärer Austausch angeregt werden. Ohne innovative Finanzierungsmodelle und die initiierende Unterstützung der öffentlichen Hand, die Akteure aus der Kunst, Kreativwirtschaft und anderen Gewerben zusammenbringen, werden sich experimentelle Konzepte für Gründungszentren und -netzwerke allerdings kaum realisieren lassen.

Moderatorin Frau Prof. Dr. Vorkoeper ergänzt das Statement von Andrea Knobloch durch die Anmerkung, dass sich die Gründerzentren an ihre jeweilige Umgebung anpassen müssten und auch diese interdisziplinäre Kooperationen und Projekte unterstützen sollten. So sollte für Künstler eine andere Form der Kosten-Nutzen-Abschätzung gewählt werden als für kommerzielle kreative Akteure.

Spot auf den Diskurs „Existenzgründung“ Moderator Prof. Dr.-Ing. Thomas Krüger

In seinem Spot geht Prof. Dr. Krüger zunächst auf die allgemeinen Probleme bei Existenzgründungen von Unternehmern im Kunst- und Kulturbereich ein. Ein zentrales Problem von Kreativen ist demnach das Image des chronisch hilfsbedürftigen Künstlers, der keinen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft leistet. Hier gilt es, starke Fürsprecher zu finden. Gleichzeitig sollten die Künstler mehr Selbstbewusstsein zeigen und Professionalität anstreben.

Der Businessplan ist nicht das einzige adäquate Instrument eines professionellen Vorgehens, ist jedoch eine der Lösungen für die generelle Anforderung an Existenzgründer, systematisch und planvoll vorzugehen.
Kredite sind bei Gründungen im Kulturbereich nicht in jedem Fall erforderlich und sinnvoll. Oft fehlt das Verständnis von Banken für Kulturunternehmer. Prof. Krüger regt eine qualifizierte Unterstützung der Kulturunternehmer nicht nur in Bezug auf die Geldvergabe an. Grundsätzlich sind kulturspezifische Beratungen für Unternehmensgründer wichtig. Er merkt an, dass es zwar viele Angebote gibt, diese aber nur suboptimal kommuniziert werden.

Das Schlagwort der „IBA als Katalysator“ soll nicht nur bedeuten, einen Gründerhof mit günstigen Räumen und temporären Arbeitsplätzen einzurichten. Im Mittelpunkt sollte eine ganzheitliche Herangehensweise stehen, die auf einen Kulturwirtschafts-Gründerkreislauf oder -motor abstellt. Der Fokus soll mehr auf der Entwicklung von Prozessen und Infrastrukturen der Unterstützung als auf der Förderung einzelner Ideen liegen.
Eine Stärkung der Kulturwirtschafts-Infrastruktur dient der ganzen Stadt. Sie kann außerdem in Wilhelmsburg dazu führen, dass mehr Gründungen aus Wilhelmsburg selbst heraus entstehen. Netzwerke und eine Anlaufstelle sollen vor Ort geschaffen werden und auch im Internet als Ideen- und Beratungspool für Existenzgründer präsent sein.

Abschließend gibt Prof. Dr. Krüger noch die Anregung weiter, Existenzgründern in der Kulturwirtschaft durch das Anbieten von Eigentumsrechten in Wilhelmsburg besonders nachhaltige Chancen und Perspektiven zu eröffnen.

Ausblick der Patin Amelie Deuflhard
Amelie Deuflhard schildert die Problematik kreativer Unternehmensgründungen, die sich aus ihrer Erfahrung anders darstellt, als sie im Diskurs erörtert wurde. Demnach stehen unternehmerische Kompetenzen meist nicht am Anfang einer Existenzgründung, sondern entwickeln sich organisch durch „learning by doing“. Erst ein Wachstum führt dann zur allmählichen Professionalisierung.

Generell verweist sie auf die Notwendigkeit guter Rahmenbedingungen, wie beispielsweise günstige Räume, Kredite und erreichbare Fördergelder. Ihrer Meinung nach gibt es in Hamburg zwar Ansätze für eine gute Infrastruktur, trotzdem ist aber noch viel zu tun, vor allem was die Höhe der Projektförderungen betrifft. Die These, dass Kunst- und Kulturprojekte sich selber tragen, ist ihrer Ansicht nach nicht haltbar. Wenn Förderungen in angemessener Höhe bewilligt werden, kann sich in Hamburg noch viel mehr entwickeln.

Spot auf den Diskurs „Beschäftigung“ Moderatorin Petra Bäurle

Petra Bäurle betont, dass in diesem Diskurs in inspirierenden Vorträgen folgende Themen diskutiert wurden: (1) die Kritik der Erwerbsarbeit als ausschließliches Tätigkeitsdasein des Menschen, (2) die Möglichkeiten der Arbeitsbehörde, Arbeitsplätze zu schaffen und (3) das Best-Practice-Beispiel des Wiener Kreativunternehmens garbarage, das Beschäftigung und Kunst unter einem Dach vereint. Es wurden sehr konkrete Ideen entwickelt, die von den einzelnen Experten ausführlicher dargestellt wurden.

Anke Haarmann resümiert, dass die Schaffung einer Infrastruktur für bereits vorhandene Ideen, lokale Expertise und künstlerische Projekte sehr wichtig sei, um Kommunikation zu bündeln und zu sortieren. „Die Tonne“ in Wilhelmsburg sei ein möglicher Ort, um einen solchen „Ideenladen“ stattfinden zu lassen. Ferner hat der Vortrag von Elke Slemenik über das Unternehmen gabarage upcycling design zu vielen Anregungen geführt. Es könnte versucht werden, eine Verbindung zwischen Design und den vorhandenen Produkten herzustellen und somit eine wertvollere Gestaltung von Möbeln zu erzielen. Eine Künstlerin in Wilhelmsburg bietet ihre Unterstützung an.

Bezüglich der Frage, was Arbeitsmarktpolitik für Beschäftigungsverhältnisse erreichen kann, resümiert Bäurle, dass zunächst eine Erweiterung des Integrationsbegriffs erfolgen soll, da die Beschäftigungs- und sozial engagierten Träger diesen Begriff als problematisch bezeichnen. Ziel der Arbeitsmarktpolitik ist es, Arbeitssuchende längerfristig in den Ersten Arbeitsmarkt zu integrieren, dies umfasse aber teilweise auch Menschen, die nicht mehr vermittelbar sind.

Bernhard Proksch berichtet, dass die Wirtschaftsbehörde den bisherigen Lohnkostenzuschuss von 75% auf 100% aufstocken möchte. Bedingung: Die Betriebe müssten im öffentlichen Interesse stehen und gemeinnützigen Tätigkeiten nachgehen. Ein Kleinstkreditprogramm bietet Arbeitslosen und von Arbeitslosigkeit Bedrohten (auch Künstlerinnen und Künstler) Fördergelder bis zu 24.000 € für ihre Existenzgründung an. Bedingung für die Vergabe des Kredits: Spätere Rückzahlung muss gewährleistet sein.

Ausblick des Paten Uli Hellweg
Wie werden die beiden Bereiche Kunst und Kreativwirtschaft in Wilhelmsburg zusammenkommen? Gute Ansätze sind in den Diskursen bereits behandelt und entworfen worden. Ein wichtiger Punkt ist die Herstellung einer Verbindung zwischen Beschäftigungsträgern und Künstlern, um dann gemeinsam neue Projekte entstehen zu lassen. Voraussetzung für eine gute Zusammenarbeit muss ein Aufeinanderzugehen beider Seiten sein, möglicherweise mit der IBA u. a. als Vermittler. Die Arbeits-

gruppe hat verdeutlicht, dass viele Kompetenzen und Verantwortlichkeiten zusammenkommen müssen (mindestens die drei Behörden Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Wirtschaftsbehörde und Behörde für Kultur, Sport und Medien). Mit der Schaffung einer gemeinsamen Arbeitsplattform könnten unterschiedliche Beratungsmöglichkeiten und Arbeitsprogramme aller Beteiligten gebündelt und nicht zuletzt auch finanzielle Ressourcen nutzbar gemacht werden. Es herrscht zwar noch eine große Lücke zwischen Theorie und Praxis, doch diese gilt es zukünftig gemeinsam zu schließen.

Spot auf den Diskurs „Stadtentwicklung“ Moderator Dr. Willfried Maier

Der Moderator des Diskurses „Stadtentwicklung“, Dr. Willfried Maier, stellt die wichtigsten Erkenntnisse der aus seiner Perspektive sehr kontrovers geführten Diskussion und der „sperrig zu integrierenden Einzelpositionen“ dar:

- Alle Statementgeber sind sich darüber einig gewesen, dass bei einem Prozess wie der IBA in Wilhelmsburg das zu erwartende Resultat nicht fest zu definieren ist. Vielmehr gehe es darum, Möglichkeitsräume der Stadt zu gestalten.
- Bei der Transformation von Räumen lässt sich zwischen (1) physischen Räumen, (2) Bedeutungsräumen (bzw. „Sinnräumen“) und (3) wirtschaftlichen Räumen unterscheiden, zu denen kreative Prozesse der Interventionen allerdings quer, d. h. diagonal verlaufen und damit definitorische Grenzen durchbrechen. So gibt es schon vielfältige, mit großer Leidenschaft gestaltete Initiativen kultureller und partizipativer Art auf der Elbinsel.
- Die IBA unterliegt in ihrer Form als Bauausstellung einem gewissen Präsentationszwang, der die Schwierigkeit aufweist, dass die Bereitstellung offener und netzwerkartiger Möglichkeitsräume zunächst nur schwer präsentabel ist.

Ausblick des Paten Prof. Jörn Walter, Oberbaudirektor der Freien und Hansestadt Hamburg

Prof. Jörn Walter weist in seinem Kommentar darauf hin, dass sich Möglichkeits- und fertige Räume durchaus gleichzeitig entwickeln können und die Transformation physischer Räume ohnehin sehr langsam vorangehe. Wilhelmsburg biete innerhalb der Topographie Hamburgs einzigartige Chancen, da viele andere Räume innerhalb Hamburgs „besetzt“ sind. Dazu gehört auch die Tatsache, dass Räume in Wilhelmsburg ökonomisch gesehen „günstig zu erobern sind“.

Hamburg steht in dem Umbruch, in dem sich die internationale Wirtschaft befindet, nicht automatisch an vorderer Stelle. Bei der Suche nach der Stadt der Zukunft dreht sich die Diskussion einerseits um künstlerisch agierende Menschen und ihre ökonomischen Umfelder, die sie nach sich ziehen. Andererseits geht es aber auch in traditionellen Wirtschaftszweigen um kreative Potenziale. In Wilhelmsburg sollten genau diese gesucht werden. Das könnten im traditionell nicht-kreativen Hafenmilieu eben High-Tech-Entwicklungen oder die Entwicklung neuer Lebensräume in Hafengebieten sein.

Auch der von Herrn Dr. Maier in seiner Zusammenfassung angesprochene Bereich der Textilwirtschaft oder der Wirtschaftszweig der Gastronomie haben kreative Anteile. Gründungen auf solchen Sektoren könnten auf der Elbinsel stattfinden, gerade diese beiden Beispielsegmente sind geeignet, viele Wilhelms-

burgerinnen und Wilhelmsburger mit unterschiedlichsten Ausbildungsgraden „mitzunehmen". Insgesamt zeigt dieser Diskurs, dass die Suche nach einer „ganz neuen Zukunft" für Wilhelmsburg mit kreativen und wissenschaftlichen Themen verbunden werden muss. Die Künste im engeren Sinne können durch ihre Produktion und ihr lokales Vorhandensein soziale Umfelder schaffen, die ein insgesamt sinnstiftendes kreatives Milieu begünstigen und befördern.

Vitae der Referent/-innen

Christoph Backes,
Geschäftsführer IDEENLOTSEN Bremen
Christoph Backes begann seine Laufbahn als Regieassistent am Bremer Theater. Er gründete das „Junge Theater Bremen" und war neben der Geschäftsführertätigkeit mehrere Jahre mit Tim Fischer, Cora Frost u. a. auf Tournee, bevor er Wirtschaftswissenschaften an der Universität Witten-Herdecke studierte. Nachfolgend war er Marketingleiter der 1. RuhrTriennale (Intendanz: Dr. Gérard Mortier) und baute das Gründer-Zentrum Kulturwirtschaft Aachen auf. Christoph Backes ist Geschäftsführer von Creative Business Consult (CBC) und den IDEENLOTSEN Bremen, einem von ihm entwickelten Coaching- und Managementprogramm für Klein- und Kleinstunternehmer der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen.
Christoph Backes ist Verfasser von Studien, Gutachten und Kulturwirtschaftsberichten, u. a. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt, Kulturwirtschaftsbericht der Stadt Aachen, Gutachten „Existenzgründung- und Existenzsicherung von Künstlern und Künstlerinnen in Deutschland" für die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland" des Deutschen Bundestages. Derzeit erarbeitet er in einer Arbeitsgemeinschaft ein Gutachten für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie zum Thema Kreativwirtschaft.

Amelie Deuflhard,
Intendantin Internationale Kulturfabrik Kampnagel, Hamburg
Geboren in Stuttgart, Studium der Romanistik, Geschichte, Kulturwissenschaften in Frankfurt, Tübingen, Montpellier. Wissenschaftliche Assistentin an der Universität Tübingen, Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Landesmuseum für Technik und Arbeit in Mannheim. Umzug nach Berlin. Seit 1997 Freie Produktionsleitung und Öffentlichkeitsarbeit für Theater und Musikprojekte. 2000 Künstlerische Leitung und Geschäftsführung Sophiensæle, Produzentin. 2003 Vorsitzende Verein .Zwischen Palast Nutzung' e.V. 2004 Künstlerische Leitung VOLKSPALAST. 2005 Künstlerische Gesamtleitung VOLKSPALAST – DER BERG. Seit August 2007 Intendantin Kampnagel Hamburg. Publikationen: VOLKSPALAST – Zwischen Aktivismus und Kunst, 2005. Spielräume schaffen – Sophiensaele 1996 bis 2006, 2006.

Yvonne Fietz,
Geschäftsführerin STADTKULTUR HAMBURG
Geboren 1964 in Hamburg, Studium der Deutschen Literaturwissenschaft, Linguistik und Kunstgeschichte an der Universität Hamburg, 1991 Magistra Artrium der Deutschen Literaturwissenschaft. Mehrjährige kaufmännische Tätigkeit in einer Hamburger Media-Agentur. Mitglied im LandesRat für Stadtteilkultur und in der Projektgruppe Kinder- und Jugendkultur der Kulturbehörde.
Arbeitsschwerpunkte: Projekt- und Organisationsentwicklung, Stadt(teil)entwicklung durch Kultur, Kinder- und Jugendkultur, Entwicklung von Internetportalen mit CMS im Non-Profit-Bereich: *www.kultur-hamburg.de*, *www.kulturnetz-hamburg.de*.

Beate Göbel,
Schauspielerin und Regisseurin, Wien
Schauspiel- und Regiestudium am Landestheater Innsbruck, im Bauhaus Dessau und in New York (Experimental Theatre Wing). Neben regelmäßiger eigener Bühnentätigkeit und Theatercoaching umfassende Erfahrung in der Konzeption und Durchführung unterschiedlicher Projekte, z. B. DVD- und Hörbuchproduktionen, Theaterarbeit in der Justizanstalt Wien-Favoriten und Videoarbeit mit Jugendlichen und Kindern. Lehrtätigkeit an der Kinderuni Linz, Kinderrechteuni Linz, Bühnenwerkstatt Graz,

Vienna Musical School, Spirale und der Pädagogischen Akademie der Diözese Linz. Weitere Informationen: *www.beategoebel.com*.

Constanze Günther M. A.,
IBA Hamburg GmbH
Geboren 1980 in Dresden. Studium der Angewandten Kulturwissenschaften an der Universität Lüneburg und der University of Queensland, Brisbane, Australien. Während des Studiums konzeptionelle und kuratorische Mitarbeit im „Kunstraum der Universität Lüneburg" zu diversen Projekten. 2002 – 2005: Konzeptionelle und organisatorische Mitarbeit beim Goethe-Institut Budapest / Abteilung Kulturelle Programmarbeit; Kulturbehörde Hamburg / Referat Bildende Kunst / Künstlerförderung / Kunst im öffentlichen Raum; Kunstverein Hamburg und den KW Berlin e. V. – Institute for Contemporary Art. 2004 – 2007: Wissenschaftliche Hilfskraft, Universität Lüneburg. Seit 2007 Mitarbeiterin der IBA Hamburg im Querschnittsprojekt „Kreatives Quartier Elbinsel" sowie Promotion an der Leuphana Universität Lüneburg zum Thema „Kreativitätsdiskurse und Stadtentwicklungsprojekte. Die Internationale Bauausstellung IBA Hamburg im internationalen Vergleich".

Dr. Anke Haarmann,
Kuratorin des Elbinsel Sommers 2008: Kultur | Natur,
ein Projekt im Rahmen der IBA Hamburg
Lebt und arbeitet in Hamburg. Künstlerin, promovierte Philosophin, Kuratorin – zahlreiche Ausstellungen im In-und Ausland seit 1998. Schwerpunkte der künstlerischen Arbeit sind die partizipatorische und interventionistische Projektkunst (New Genre Public Art) sowie zeitgenössische Medien. Lehrt am Institut für Kulturtheorie, Kulturforschung und Künste der Leuphana Universität Lüneburg. Schwerpunkte der philosophischen Arbeit sind Kunst und Philosophie als parallele Werkzeuge kultureller Praxis, Wissen und Subjekt sowie Ideengeschichte. 2004 Promotion in Philosophie an der Universität Potsdam. 2003 Stipendiatin Hamburg. 1998 – 2000 Stipendiatin am Graduiertenkolleg der TU-Darmstadt. 1994 – 1996 Teilnahme am Postgraduiertenprogramm der Jan van Eyck Akademie für Kunst, Design und Theorie Maastricht, Niederlande. 1994 – 1998 Studium der Freien Kunst an der Hochschule für bildende Künste, Hamburg. 1989 – 1994 Studium der Philosophie, Literatur und Ethnologie an der Universität Hamburg und der FU-Berlin. Weitere Informationen: *www.ankehaarmann.de*.

Prof. Dr. Dieter Haselbach,
ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH, Berlin
Geboren 1954. Bis 1979 Studium der Soziologie, 1984 Dissertation, 1991 Habilitation in Soziologie, 1985 bis 1995 Lehrtätigkeit u. a. in Darmstadt, Graz, Marburg; 1992 – 1995 DAAD Associate Professor in Victoria, B.C. Kanada. 1996 – 1999 Reader, Aston University, Birmingham. Seit 2001 apl. Prof. an der Universität Marburg. Seit 1999 Partner der ICG culturplan. Seit 1988 Beratungserfahrung im öffentlichen Bereich. Experte auf dem Gebiet der Kultur- und Kreativwirtschaft und Verfasser des Kapitels über Kreativwirtschaft im Enquetebericht „Kultur in Deutschland" sowie des neuesten Kulturwirtschaftsbericht in Niedersachsen. Bei der ICG als Unternehmensberater tätig, der auf den Kulturbereich spezialisiert ist.
Arbeitsschwerpunkte: Unternehmenskonzepte, Strategieberatung, Organisationsentwicklung, Moderation von Veränderungsprozessen, Reorganisation interner Service- und Administrationsbereiche

Martin Heller,
Intendant der Europäischen Kulturhauptstadt Linz 2009 / Heller Enterprises, Zürich
Geboren 1952. Künstlerische Ausbildung sowie Studium der Kunstgeschichte, Ethnologie und Volkskunde in Basel. Ab 1986 Kurator, dann ab 1990 Direktor des Museums für Gestaltung Zürich. Zahlreiche Ausstellungen und Publikationen, insbesondere zu Design, Fotografie, Kunst, Medien, Populärkultur. Lehrveranstaltungen und Vorträge im In- und Ausland. Von 1999 bis 2003 Künstlerischer Direktor der Schweizer Landesausstellung Expo.02. 2003 Gründung von Heller Enterprises, Zürich. Kulturprojekte in Deutschland, Österreich und der Schweiz, darunter die Intendanz für Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas.

Uli Hellweg,
Geschäftsführer IBA Hamburg GmbH
Geboren 1948 in Dortmund. 1976 Abschluss des Architektur- und Städtebaustudiums an der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule – RWTH Aachen 1976 – 1977 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschen Institut für Urbanistik, Berlin. 1977 – 1980 Sachgebietsleiter der Abteilung „Verbindliche Bauleitplanung" im Stadtplanungsamt der Stadt Gelsenkirchen. 1980 – 1982 Freiberufliche Tätigkeit als Stadtplaner in Berlin. 1982 – 1987 Koordinator für Pilotprojekte bei der Internationalen Bauausstellung Berlin GmbH – IBA '84/'87. 1987 – 1992 Planungskoordinator der S.T.E.R.N. GmbH für das Stadterneuerungsgebiet Moabit in Berlin. 1992 – 1996 Dezernent für Planen und Bauen der Stadt Kassel 1996 – 2006 Geschäftsführer der Wasserstadt GmbH, Berlin. 2002 – 2005 parallel zur Geschäftsführertätigkeit bei der Wasserstadt GmbH Geschäftsführer der agora s.a.r.l., Großherzogtum Luxemburg. Seit September 2006 Geschäftsführer der IBA Hamburg GmbH.

Hildebrand Henatsch,
Pastor i. R., Arbeitsloseninitiative Wilhelmsburg e. V.
Theologiestudium 1956 – 1961 in Berlin, Bonn, Zürich und Göttingen. Vikariat 1961 – 1964. Am 25. Oktober 1964 Ordination zum Pfarrer in Lüneburg. 1964 – 1970 erste Pfarrstelle in Bodenteich/Kreis Uelzen. 1972 – 1976 Industriepastor. Seit 1976 Pastor auf der Elbinsel Wilhelmsburg, zunächst Paul-Gerhardt-Gemeinde. 1981 – 2000 Pastor in der Emmausgemeinde, jetzt Reiherstieg-Gemeinde, Hamburg-Wilhelmsburg. Während seiner Dienstzeit Gründung der Arbeitsloseninitiative Wilhelmsburg e. V. Jetzt im Ruhestand als Vorsitzender in der Leitung der Projekte zur Beschäftigung von Langzeitarbeitslosen nach SGB II ehrenamtlich tätig.

Andrea Knobloch,
Künstlerin, Düsseldorf
Studium der Kunstgeschichte und Philosophie an der Universität Hamburg, Wechsel an die Hochschule für bildende Künste, Hamburg, Studium Freie Kunst/Bildhauerei bei Franz Erhard Walther und Ulrich Rückriem. 1992 Abschluss als Meisterschülerin von David Rabinowitch an der Kunstakademie Düsseldorf. 1994 Förderpreis des Landes NRW für junge Künstler und Förderpreis für Bildende Kunst des Bundesministers für Bildung und Wissenschaft. 1996 Auslandsstipendium (New York) des Landes NRW. 1997 Arbeitsstipendium Kunstfonds Bonn. 2000 Arbeitsstipendium Forum Stadtpark / Graz. 2002 Projektstipendium Kunststiftung NRW. Seit 2005 Lehrbeauftragte an der FH Niederrhein / FB02 Design.

Dr. phil. und Dipl.-Geograph Bastian Lange,
Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig/Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung der Humboldt-Universität zu Berlin
Studium der Geographie, Ethnologie und Geologie in Marburg/Lahn und Edmonton (Kanada). Danach wissenschaftlicher Mitarbeiter der Universität Dortmund, Stiftung Bauhaus, Dessau und am Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung Erkner. Lehrtätigkeiten an den Universitäten Kassel, Potsdam, Berlin (HU und FU). Seit 2006 Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter am Leibniz-Institut für Länderkunde in Leipzig und Mitglied des Georg-Simmel-Zentrums für Metropolenforschung der Humboldt Universität Berlin. Forschungs- und Lehrschwerpunkte: Creative und Knowledge Industries, Milieu- und Szeneforschung, Entrepreneurship, Raumtheorien und Governance. Aktuelle Publikation: „Die Räume der Kreativszenen: Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin", Transcript-Verlag (2007). Weitere Informationen: *www.bastianlange.de*.

Dr. phil. habil. Harald Lemke,
Leuphana Universität Lüneburg
Derzeit Privatdozent am Institut für Kulturtheorie, Kulturforschung und Künste der Leuphana Universität Lüneburg sowie Co-Kurator des Kunst- und Kulturprogramms der Internationalen Bauausstellung Hamburg (IBA). 2007 Gastprofessor am Departement of Philosophy der East China Normal University Shanghai. 2004–2006 Forschungsaufenthalt an der Universität Kyoto als Fellow der Alexander von Humboldt-Stiftung und der Japan Society for the Promotion of Science. 2001–2004 Forschungsprojekt im Habilitationsprogramm der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU). 1996–1999 Promotion in Philosophie an der Johann Wolfgang von Goethe Universität Frankfurt/Main. 1993–1995 Postgraduiertenprogramm der Jan van Eyck Akademie für Kunst, Design und Theorie, Maastricht Niederlande. 1987–1993 Stipendiat der Studienstiftung des deutschen Volkes. 1986–1993 Studium der Philosophie und Geschichte, Universitäten Konstanz und Hamburg.

Dr. Willfried Maier,
Philosoph, Politiker und Senator für Stadtentwicklung a. D., Hamburg
Geboren 1942 in Schwelm/Westfalen. Studium der Philosophie, Germanistik, Geschichte. Ausbildung zum Werkzeugmacher. Arbeit als Jugendbildungsreferent, Hochschulplaner, Redakteur, Werkzeugmacher, Dozent für Erwachsenenbildung. 1993–2008 Mitglied der Bürgerschaft. 1994–1997 Vorsitzender der GAL-Fraktion. 1997–2001 Senator für Stadtentwicklung, Bundes- und Europaangelegenheiten. Entwicklung des Konzepts der Kreativen Stadt Hamburg im Zusammenhang der GAL-Bürgerschaftsfraktion.

Torsten Oltmanns,
Roland Berger Strategy Consultants, Hamburg und London
Torsten Oltmanns ist Principal und Director Global Marketing & Communications bei Roland Berger in Hamburg und London. Er verantwortet das Marken-Management und die Kommunikation der 35 Büros von Roland Berger weltweit, außerdem berät er Kunden aus Industrie und öffentlichem Sektor auf den Feldern Marketing-Strategie und globale Positionierung. Torsten Oltmanns hat das aktuelle Städteranking der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung entwickelt und verschiedene Städte dabei unterstützt, für die „Creative Class" attraktiv werden. Für Hamburg hat er u. a. mit der Tageszeitung „Die Welt" das Projekt „Zukunft Machen" initiiert und am Projekt „Talentstadt

Hamburg" mitgearbeitet. Torsten Oltmanns ist Lehrbeauftragter für Marketing an der Universität Innsbruck und „Visiting Fellow" der Universität Oxford. Beruflicher Werdegang: 2003–2004 Mitglied der Geschäftsleitung Public Sector Booz Allen Hamilton, Berlin. 2001–2003 Leiter des Integrierten Reformmanagements und Leiter des Stabs Leitungscontrolling (B9) Bundesminister der Verteidigung, Berlin/Bonn. 1996–2001 Manager Communication Services McKinsey&Company, Deutschland. 1994–1996 Leiter des Büros Vorsitzender der SPD, Bonn. 1987–1993 (studienbegleitend) Freier Wirtschaftsjournalist u. a. für Die Zeit, Wirtschaftswoche, Impulse. 1990–1991 SPD-Parteivorstand, Bonn.

Klaus Overmeyer,
Urban Catalyst, Berlin
Landschaftsarchitekt, geboren 1968 in Rhede/Westfalen, lebt in Berlin, Studium der Landschaftsplanung an der TU München und TU Berlin, unter studio uc . klaus overmeyer selbstständig, gemeinsam mit Philipp Oswalt Initiator des Forschungsprojektes „Urban Catalyst" zu temporären Nutzungen in europäischen Metropolen 2001–2003 und Gründungsmitglied der gleichnamigen Arbeitsgemeinschaft (2003-). Gestaltung und Strategieentwicklung für Räume und Flächen schrumpfender Städte, u. a. Park 5.1 (2001–2004 mit cet-0) in Leipzig-Grünau. Zahlreiche Projekte zu komplexen Transformationsprozessen urbaner Räume und postagrarischer Landschaften, Autor der Studie und Ausstellung „Raumpioniere Berlin" (2004–2005) über Stadtentwicklung durch Zwischennutzung. Strukturkonzepte zur Standortentwicklung von Industriearealen (Berlin Siemensstadt 2004) und der Wissenschaftsstadt Berlin Adlershof (2005). Träger des Deutschen Landschaftsarchitekturpreises 2003.

Adam Page,
IDEE 01239 e.V., Dresden-Prohlis
Geboren 1966 in Bedford (GB). B.A. Honours in Fine Arts. Seit 1997 arbeitet er mit Eva Hertzsch. 1994–2007 wohnhaft in Dresden, seit 2007 in Berlin. 2006 Gründungsmitglied von IDEE 01239 e.V. – Projekte im öffentlichen Raum u. a. in Dresden („Info Offspring"), Kassel (documenta X), Norwich (EASTinternational), Berlin (Okkupation) und Hamburg (Nur Wasser lässt sich leichter schneiden, Neumühlen). Weitere Informationen: *www.infooffspring.de*, *www.neukoellnworld.de*, *www.idee-01239.de*.

Bernhard Proksch,
Behörde für Wirtschaft und Arbeit Hamburg
Geboren 1951. Diplomvolkswirt. Nach zweijähriger Tätigkeit in einem Beratungsunternehmen für Rohstoffmärkte seit 1979 in den verschiedensten Funktionen der Hamburger Verwaltung tätig. Seit dem 1.1.2002 Leiter des Amtes für Strukturpolitik und Arbeitsmarkt in der Behörde für Wirtschaft und Arbeit. Seit 2005 Erweiterung des Aufgabenbereiches um die Agrarwirtschaft und den Bereich des Großmarktes Obst, Gemüse und Blumen.

Silke Riechert,
Künstlerin, Berlin
Studium Hochschule für Bildende Künste bei Ralf Kerbach, Dresden. 2001 Meisterschülerin bei Prof. Martin Honert. 2001 Stipendium der Kulturstiftung Sachsen. Stipendium der Sparkassenkulturstiftung Hessen/Thüringen. 2003 Projektmittel Stiftung Kunstfonds Bonn
Stipendium Columbus Ohio, Ministerium für Wissenschaft/Kunst Freistaat Sachsen. 2005 Förderung aus Mitteln der Städtebauförderung Brandenburg zur Kunst im öffentlichen Raum.

Katharina Schwalm-Schäfer,
Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie NRW, Düsseldorf
Leiterin des Referats Kreativwirtschaft im Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen. Nach Studium der Germanistik, Politischen Wissenschaft und Wirtschaftswissenschaft wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Technischen Universität Braunschweig, danach Stationen an Tageszeitungen sowie Pressestellen, 1991–1998 Pressereferentin des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, seit 1998 Leiterin des Referats Kultur- und Kreativwirtschaft.

Elke Slemenik,
gabarage upcycling Design, Wien
Geboren 1970. Studium der Germanistik und Kommunikationswissenschaften mit Schwerpunkt Cultural Studies an der Universität Klagenfurt und der University of London: Diplomandin. Jahrelange Marketing- (PR-) Tätigkeit für verschiedene Modelabels aus den Bereichen: Damen-Couture, traditionelles österreichisches Modedesign (Trachten), Schuhdesign, Schmuck. Organisation und Durchführung von Modeevents, Verkaufsausstellungen und Messeauftritten. Produktionsassistenz am Theater und beim Fernsehen. Kulturredakteurin beim Privatfernsehen und beim ORF. 3 Jahre Galeriearbeit. Seit Ende 2006 Bereichsleiterin für Marketing und Creative Design bei gabarage upcycling design.

Dipl.-Ing. Tommy Stärz,
IDEE 01239 e.V., Dresden-Prohlis
Geboren 1964 in Zwickau. Abitur, Dipl.-Ing. Päd. Maschinenbau, seit 2001 ständiger Wechsel von Arbeit und Arbeitslosigkeit, z. Zt. Hartz IV und Versuch, eigenes Musiklabel „T.S. Black Arts" zu gründen. Weitere Informationen: *www.t-s-blackarts.npage.de*, *www.idee-01239.de*.
Künstlerische und kulturelle Projekte:
1984–1988 FDJ Singwettbewerb. 1986–1987 ‚Liederkiste' (offenes Liedermacherprojekt in Thüringen). 1989–1992 ‚Strings Only' Projekt für Unplugged Musik mit Saiteninstrumenten. 1991–1993 Redaktionsleiter ‚Der Monat' (Jugend- / Kunst- / Kulturmagazin in Zwickau)
2006 Gründungsmitglied von IDEE 01239 e. V. 2006 Vortrag mit Adam Page über IDEE 01239 e. V., Bund Deutscher Architekten, Berlin. 2007 Künstlerischer Leiter der 1. Prohliser Kultur Offensive, IDEE 01239 e. V. 2007 Musikalischer Beitrag für „Grenzgebiet Heimat", Europäisches Zentrum der Künste Hellerau. 2007 Einzelausstellung „Kalte Welt – Lebenslinien", Stadtteilforum IDEE 01239. 2007 Kurator der Ausstellung „Emotionen" von Willy Hummel, Stadtteilforum IDEE 01239. 2008 Hrsg. CD „Lebenslinien – Teil 1" (Texte, Sounds & Arrangements)

Dipl.-Ing. Gerti Theis,
IBA Hamburg GmbH
Geboren 1953 in Marburg/Lahn. Landwirtschaftliche Lehre, 1982 Diplom im Studiengang Landschaftsplanung an der Gesamthochschule Kassel. 1983–2006 zunächst in der Umweltbehörde Hamburg, später in der Stadtentwicklungsbehörde tätig, z. B. in den Bereichen Landschaftsprogramm, Eingriffsregelung, ökologische Begleitplanung der Hafenprojekte, Grundsatzaufgaben, Freiraumplanung. 1999–2004 Leitung der Abteilung Land-

schafts- und Grünordnungsplanung im Amt für Landschaftsplanung der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hamburg. 2003 – 2006 Referentin des Oberbaudirektors mit Schwerpunkt „Sprung über die Elbe". Seit September 2006 Projektkoordinatorin im Team der IBA Hamburg GmbH mit den Aufgabenfeldern: Kunst und Kultur, IBA-Partner-Betreuung, -Ausstellungen, -Schriftenreihe.

Prof. Dr. Ute Vorkoeper,
Gastprofessorin Kunsthochschule Berlin und Kuratorin
Autorin und Kuratorin, Hamburg. Seit 2007 Gastprofessorin für Kunsttheorie an der Kunsthochschule Berlin Weißensee. 2001 – 2004 Leitung des Hochschulmodellversuchs „transmedien", HfbK Hamburg. 1998 – 2001 Forschungsstipendium an der HfbK Hamburg. 1997 Promotion. Projekte u. a.: „Anna Oppermann. Ensembles", Württembergischer Kunstverein Stuttgart, Generali Foundation Wien (2007); „Vom Verschwinden. Weltverluste und Weltfluchten." Ausstellung HKMV, Phoenix-Halle, Dortmund (2005); Publikationen u. a.: Oppermann, Anna: Ensembles 1968-1992. Ostfildern/Ruit 2007; Kunst für die nächste Generation. Zeit online (2006); Hybride Dialoge. Kunstausbildung in der Medienkultur. Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung, Heft 125, Bonn 2005; Arns, Inke, Vorkoeper, Ute (Hg.): Vom Verschwinden. Weltverluste und Weltfluchten. Frankfurt/M. 2005. Weitere Informationen: *www.deponat.de*.

Prof. Dipl.-Ing. Jörn Walter,
Oberbaudirektor der Freien und Hansestadt Hamburg
Geboren 1957 in Bremen. 1976 – 1982 Raumplanungsstudium an der Universität Dortmund. 1982 – 1984 Städtebaureferendariat in Düsseldorf. 1985 – 1991 Leiter des Amtes für Stadtentwicklung und Umwelt der Stadt Maintal. 1991 – 1999 Leiter des Stadtplanungsamtes Dresden. Seit 1999 Oberbaudirektor der Freien und Hansestadt Hamburg. 1997 Gastprofessur für städtebauliches Entwerfen an der Technischen Universität Wien. 1998 Lehrauftrag für städtebauliches Entwerfen an der Technischen Universität Dresden. 2001 Professor an der Hochschule für bildende Künste, Hamburg. Mitglied der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung, der Akademie der Künste Berlin-Brandenburg und der Sächsischen Akademie der Künste.

Senatorin Prof. Dr. Karin v. Welck,
Präses der Behörde für Kultur, Sport und Medien
Geboren 1947 in Buir bei Köln, WS 1966/67 bis 1968/69 Studium an der Universität Hamburg. Fächer: Politische Wissenschaften, Volkskunde, Germanistik, Altamerikanische Sprachen und Kulturen, Ethnologie. SS 1969 – 1973 Studium an der Universität Köln. Fächer: Ethnologie, Linguistik, Germanistik. Abschluss: Promotion. 1974 – 1979 Aufbau verschiedener kleiner Völkerkundemuseen. 1979 – 1980 Wissenschaftliche Angestellte am Institut für Völkerkunde der Universität Köln (Durchführung von Seminaren; geschäftsführende Assistentin). 1980 – 1990 Leiterin der Indonesien-Abteilung am Rautenstrauch-Joest-Museum für Völkerkunde der Stadt Köln, ab 1982 Stellvertretende Direktorin. Ab WS 1990/91 Lehrbeauftragte an der Universität Köln. 1990 – 1998 Direktorin des Reiss-Museums der Stadt Mannheim. Seit WS 1991/92 Lehrbeauftragte an der Universität Mannheim. WS 1994 Ernennung zur Honorarprofessorin der Universität Mannheim. Seit Oktober 1998 Generalsekretärin der Kulturstiftung der Länder. Seit 17. 03. 2004 Präses der Kulturbehörde Hamburg.

Karin Wolf,
Institut für Kulturkonzepte / ARTWORKS, Wien
Gründerin und Direktorin des Instituts für Kulturkonzepte, Wien – Kulturmanagement, Training & Consulting. Weitere Informationen: *www.kulturkonzepte.at*
Aus- und Fortbildung: Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Kunstgeschichte (Wien, Amsterdam, Berlin), European Diploma in Cultural Project Management, Lehrgang für Unternehmensberater. Seit 1984 im internationalen Kulturbereich tätig, seit 1994 Lehrtätigkeit. Persönliche Arbeitsschwerpunkte: PR- und Marketingberatung von Kulturorganisationen, Jobcoaching. Lehrbeauftragte an der Universität Wien (Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Institut für Publizistik) und Donauuniversität Krems. Leitung des Universitätslehrgangs „Kultur&Organisation" für Führungskräfte im Kulturbetrieb, sowie des internationalen Universitätslehrgangs für Universitätsmitarbeiter/-innen und Trainer/-innen.

Vitae der Moderator/-innen

Petra Bäurle,
klartext kommunikation, Hamburg
Petra Bäurle zog vor sieben Jahren in die Wilhelmsburger Mokrystraße. Seither ist sie überzeugte Wilhelmsburgerin: Sie liebt die Spülfelder und Fabrikruinen, die Fährlinie 73 an der Argentinienbrücke und die Joggingstrecke rund um den Spreehafen – und die struppigen Menschen dort, in all ihren Facetten. Nach ihrem Studium der Geschichte und Germanistik in Deutschland, Frankreich und den USA arbeitete sie zunächst als Journalistin, dann als Pressesprecherin der damaligen Behörde für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Hamburger Senats. Anfang 2000 machte sie sich mit ihrer Agentur klartext kommunikation selbstständig. Als Moderatorin, Texterin und Dozentin ist sie ausschließlich für städtische oder gemeinnützige Organisationen wie die Stadt Hamburg, Krankenhäuser oder Wohlfahrtsverbände tätig. Und verändert ihr Leben immer mal wieder, frei nach dem Motto Abraham Lincolns: „If you always do, what you always did, you will always get, what you always got."

Dr. Gesa Birnkraut,
Geschäftsführerin von BIRNKRAUT | PARTNER, Hamburg
Studium der Betriebswirtschaftslehre, Studium des Kulturmanagements, Doktorin der Philosophie zum Thema: »Ehrenamt in kulturellen Institutionen im Vergleich USA und Deutschland«, Professur an der Musikhochschule Tallinn/Estland für Kulturmanagement, verschiedene Lehraufträge in Wien, Berlin, Hamburg. Geschäftsführende Gesellschafterin von Birnkraut | Partner arts + business consultants. 1. Vorsitzende des Instituts für Kulturkonzepte Hamburg. Mitglied der Wirtschaftsjunioren an der Handelskammer Hamburg.

Prof. Dr.-Ing. Thomas Krüger,
Hafencity Universität Hamburg
Hamburger mit Studium in Dortmund und Hamburg; Abschluss Dipl.-Ing. Städtebau / Stadtplanung; Städtebaureferendariat in Köln; Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Arbeitsbereich Stadt- und Regionalökonomie der TUHH; Promotion zum Dr.-Ing. 1996; Leitung des Fachbereiches Konzept- und Strukturentwicklung der LEG Schleswig-Holstein Landesentwicklungsgesellschaft mbH in Kiel. Seit 2000 Professur für Projektmanagement im Arbeitsbereich Städtebau und Quartiersentwicklung an der HafenCity Universität Hamburg (vormals Teil der Technischen Universität Hamburg-Harburg). Krüger hat sich u. a. mit der Entwicklung der Branche Medizintechnik, der Struktur- und Entwicklung der Hamburger Wirtschaft, der Kulturwirtschaft in Schleswig-Holstein und insbesondere mit Projekten beschäftigt, in denen kulturelle, wirtschaftliche und soziale Ansatze verknüpft werden sollten. Aktuell lehrt und forscht er zu den Themen Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft, Entwicklung urbaner Zentren und neue Kooperationsformen öffentlicher und privater Akteure der Stadtentwicklung.

Dr. Willfried Maier,
Philosoph, Politiker und Senator für Stadtentwicklung a. D.
s. Biografien der Referent/-innen

Ralf Schmitt, Scharlatan Theater Hamburg
1975 geborener Franke ohne Studium, dafür aber mit bayrischem Abitur und abgeschlossener Berufsausbildung. Wohnhaft in Hamburg seit 2001. Als Moderator für folgende Firmen tätig gewesen: Mercedes Benz AG, Commerzbank AG, Mastercard FIFA Fanfest, fischerAppelt, Orlen Deutschland AG, Würth, MTV, MDR, Theatersport WM Deutschland, Coca Cola, E.ON, usw. Als Improschauspieler bei der „Steife Brise Hamburg" mit über 2000 Shows aufgetreten in Deutschland, Frankreich, Spanien, Österreich, Schweiz, Kanada, England, Italien, Kroatien, Russland und natürlich auf Mallorca und Sylt. Trainer & Moderator beim Scharlatan Theater Hamburg.

Prof. Dr. Ute Vorkoeper,
Gastprofessorin Kunsthochschule Berlin und Kuratorin
s. Biografien der Referent/-innen, Seite 197.

Impressum

Herausgeber:
IBA Hamburg GmbH
Am Veringhof 9
21107 Hamburg
www.iba-hamburg.de

V.i.S.d.P: Iris Groscurth
Auflage: 500
Datum: Oktober 2008

Redaktion:
Constanze Günther,
IBA Hamburg Gmbh
Markus Engel,
Birnkraut | Partner
Dokumentation des IBA-Labors:
Tobias Ruderer,
Daniel Hirsch,
Henrike Hartmann,
Kirsten Lüdemann
Schlussredaktion:
Ute Schwabe

Gestaltung:
Veronika Grigkar (grigkar.de)
Druck:
Books on demand
Corporate Design:
feldmann+schultchen design studios,
www.fsdesign.de

Konzept und inhaltliche
Ausarbeitung IBA-Labor:
Gerti Theis, Constanze Günther,
IBA Hamburg Gmbh
Yvonne Fietz,
Stadtkultur Hamburg e.V.
Dr. Gesa Birnkraut,
Birnkraut | Partner

Veranstaltungsorganisation:
Birnkraut | Partner

In Zusammenarbeit mit Kampnagel
Internationale Kulturfabrik GmbH.

Abbildungsnachweis:
IBA Hamburg GmbH/Kirsten Petersen: S. 16/17, 20, 26/27, 31, 62, 74/75, 126, 168; IBA Hamburg GmbH/Jost Vitt: S. 36/37, 66/67, 109, 155 unten; IBA Hamburg GmbH/Johannes Arlt: S. 58/59; IBA Hamburg GmbH/Martin Kunze: S. 80/81, 122/123; IBA Hamburg GmbH/Markus Engel: S. 119, 147; Bastian Lange: S. 45, 50, 53; Zitty Verlag GmbH: S. 49; Roland Berger: S. 79 oben und unten; Nele Gülck: 88/89, 94; Harald Lemke: S. 92; Susan Leibovitz Steinman: S. 93, 166/167; Martin Kohler: S. 98/99; Destatis, Schätzung: M. Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik e.V., 2006: S. 102; Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen: S. 105; Kultur | Natur: S. 110; Dresdner Mieterverein: S. 111 oben und unten; IDEE 01239 e.V./Eva Hertzsch: S. 112 oben; IDEE 01239 e.V./Thilo Fröbel: S. 112 unten; Bianca Goebel: S. 129; Handelskammer Hamburg: S. 131; Anke Haarmann/Harald Lemke (AHL): S. 136/137; Garbarage upcycling design: S. 140 oben und unten; Behörde für Wirtschaft und Arbeit, Hamburg: S. 142; Christiane Brickmann: S. 150; Hans Christian Lied: S. 155 oben; Klaus Overmeyer: S. 157; Andrea Knobloch/Silke Riechert: S. 160

Schrägluftbild Wilhelmsburger Insel, S. 14/15
Bildflug vom 09. November 2006
Vervielfältigt mit Zustimmung der Freien und Hansestadt Hamburg,
Landesbetrieb Geoinformation und Vermessung
www.geoinfo.hamburg.de
LGV G1-144/2008