

STADTENTWICKLUNG koopstadt

koopstadt-Workshop der lokalen Projektakteure

„Stärkung der Innenstadt“ und
„Raum für Kultur- und Kreativwirtschaft“

REPORT



Leipzig, 27. bis 28. September 2011



NATIONALE
STADT
ENTWICKLUNGS
POLITIK

INHALT

Vorbemerkung	3
Projektfamilie „Stärkung der Innenstadt“	4
Projektfamilie „Raum für Kultur- und Kreativwirtschaft“	13
Abendveranstaltung „Zukunftsfragen und Perspektiven für die Leipziger City“	19

ABLAUF

Dienstag, 27. September (xxx)

13.30 Uhr	Empfang und Begrüßung Einführung - Zum Anliegen und Ziel von koopstadt / Ziel des Workshops
ab 14.00 Uhr	Beginn des Akteursworkshops Arbeit in den Projektfamilien (Teil 1)
17.00 Uhr	Abendveranstaltung „Zukunftsfragen und Perspektiven für die Leipziger City“

Mittwoch, 28. September (xxx)

ab 9.00 Uhr	Arbeit in den Projektfamilien (Teil 2)
12.30 Uhr	Kurzberichte beider Projektfamilien

IMPRESSUM

Veranstalter und Herausgeber

Freie Hansestadt Bremen

Der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr

Stadt Leipzig

Dezernat Stadtentwicklung und Bau

Stadt Nürnberg

Wirtschaftsreferat

Koordinierende Geschäftsstelle

www.koopstadt.de / info@koopstadt.de

Konzept und Redaktion

Iris Reuther, Andreas Paul

Büro für urbane Projekte, Leipzig

in Zusammenarbeit mit der **koopstadt**-
Gruppe und deren Vertreter aus Bremen,
Leipzig und Nürnberg

Gestaltung/Fotos

Frank-Heinrich Müller, Photographiedepot,
Büro für urbane Projekte, Leipzig

Vorbemerkung



In Leipzig trafen im September 2011 auf dem neuen Campus der Universität direkt am Augustusplatz zwei Projektfamilien zusammen, die sich auf sehr unterschiedlichen Ebenen mit urbanen Lebensqualitäten und ökonomischen Aspekten der Stadtentwicklung beschäftigen.

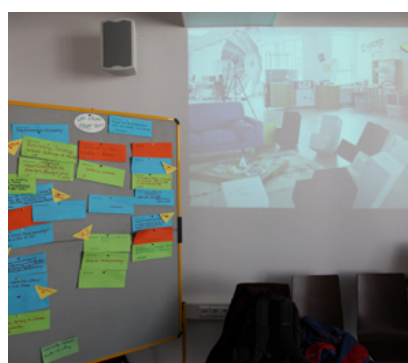
Die erst 2011 ins Leben gerufene Projektfamilie „Stärkung der Innenstadt“ konnte sich konstituieren und zugleich vor Ort eine gemeinsame Auseinandersetzung mit der Situation und Perspektive der Leipziger Innenstadt starten. Die von den Leipzigern in einem interdisziplinären Team vorbereiteten thematischen Innenstadtpaziergänge wurden genutzt, um eine SWOT-Analyse durchzuführen und eine vergleichende Betrachtung mit den in Bremen und Nürnberg laufenden Prozessen zu Innenstadt - resp. Altstadtkonzepten anzustellen. Die Nürnberger möchten beim nächsten Workshop dieses Format (d.h. die gemeinsame Arbeit an einem konkreten Fall) erneut aufgreifen.



Die große, wieder von vielen externen Akteuren aus unterschiedlichsten Bereichen geprägte Projektfamilie „Raum für Kultur- und Kreativwirtschaft“ konnte in ihrem zweiten Treffen an den Auftakt in Bremen anknüpfen. In lebhafter, durchaus kontroverser Diskussion wurde am Selbstverständnis dieser heterogenen Facette des Wirtschaftsprofils einer Großstadt gearbeitet.



Die öffentliche Abendveranstaltung „Zukunftsfragen und Perspektiven für die Leipziger City“ im legendären Ringcafé aus den 1950er Jahren, bot insbesondere der Projektfamilie „Stärkung der Innenstadt“ interessante Anregungen. So war die für die NSP zuständige Abteilungsleiterin aus dem BMVBS, Oda Scheibelhuber, zugegen. Hochkarätige Vertreter aus Bremen und Nürnberg reflektierten den gemeinsamen Gang durch die Leipziger City. Auf dem Podium wurde das Thema von Leipziger Vertretern aus der Verwaltung, aus Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft anschaulich diskutiert. Schließlich bezogen drei Schauspieler eines Improvisationstheaters das Publikum in eine humorvolle Auseinandersetzung mit dem Thema „City“ ein.



Der vorliegende Report berichtet über die gemeinsam erarbeiteten Ergebnisse und Vereinbarungen zur weiteren Zusammenarbeit.

Dank

Ein besonderer Dank geht an die Vertreterinnen und Vertreter der Stadt Leipzig und ihre Projektpartner für ihre Gastfreundschaft und die gelungene Veranstaltung in anregender Atmosphäre. Zugleich gebührt allen Mitwirkenden in den Workshops ein Dankeschön der Veranstalterinnen für ihr Interesse, ihr Engagement und die vielen konstruktiven Beiträge.

Teilnehmer/-innen

Für die Projektfamilien

Aus Bremen

- Eva Herr, Stadtplanerin Bezirk Mitte beim Senator Bau, Umwelt und Verkehr
- Franz-Josef Höing, Senatsbaudirektor der Freien Hansestadt Bremen
- Ulrich Just, Referatsleiter Strategische Verkehrsplanung beim Senator Bau, Umwelt und Verkehr
- Olaf Orb, Handelskammer Bremen
- Jens Oldenburg, Referat Zentren/Handel, Tourismus, Veranstaltungen/ Messen, Standortmarketing beim Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen

Aus Leipzig

- Stefanie Komm, Stadtplanungsamt / Abt. Stadtentwicklung
- Irena Krause Stadtplanungsamt / Abt. Stadtentwicklung
- Tanja Korzer, Universität Leipzig, Lehrstuhl Stadtentwicklung
- Achim Lohse, Amt für Wirtschaftsförderung
- Dr. Wolfgang Morenz, Centermanagement Petersbogen
- Heike Scheller, Stadtplanungsamt, Abt. Mitte
- Andrea Schötter, IHK zu Leipzig
- Matthias Weise, City Leipzig e.V.

Aus Nürnberg

- Michael Baranowski, Wirtschaftsreferat, Amt für Wohnen und Stadtentwicklung, Gebietsteamleiter Altstadt
- Martina Stengel, IHK Nürnberg für Mittelfranken
- Roland Wölfel, Citymanager Stadterneuerungsgebiet Nördliche Altstadt

Für koopstadt

- Dr. Ralph Baumheier, Freie Hansestadt Bremen, SUBV
- Dr. Arne Sünemann, Freie Hansestadt Bremen, SUBV
- Christina Kahl, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt
- Johannes Hinnecke, Stadt Nürnberg, Baureferat
- Michael Lang, Stadt Nürnberg, Amt für Wohnen und Stadtentwicklung
- Michael Ruf, Stadt Nürnberg, Büro des Oberbürgermeisters
- Mentor: Stefan Heinig, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt
- Moderation: Iris Reuther, Büro für urbane Projekte, Leipzig

Prozessbegleitung

1_Zur Projektfamilie und zum Anliegen des Workshops

Am 27. und 28.09.2011 fand der erste Workshop der neu ins Leben gerufenen Projektfamilie „Stärkung der Innenstadt“ in Leipzig statt, der von einem interdisziplinären Team bei der Stadt Leipzig und ihren Partnern vorbereitet und begleitet wurde.

Mit der neu gebildeten Projektfamilie reagiert koopstadt auf den Diskussionsprozess zum Weißbuch Innenstadt, der durch das BMVBS angestoßen wurde. Projekte, die im Rahmen von koopstadt in unterschiedlichen „Exportgruppen“ zunächst als Schwerpunkte einzelner Städte aufgeführt waren, werden jetzt als spezifische Fragen der Innenstadtentwicklung in einen Kontext gebracht. Insofern enthält die Projektfamilie nun Projekte zur Cityentwicklung und zum Stadtbau gleichermaßen.

Das Weißbuch Innenstadt will Probleme der Innenstadt- und Zentrenentwicklung in Deutschland benennen sowie Lösungsansätze und konkrete Hilfen für die vor Ort Verantwortlichen, aber auch für engagierte Bürger aufzeigen. Dazu werden fünf Handlungsfelder tiefer beleuchtet:

- Innenstädte als Orte des Handels und der Arbeit;
- Innenstädte als Wohnorte;
- Mobilität und Erreichbarkeit;
- Innenstädte als Orte sozialer + ethnischer Integration;
- Innenstädte und Ortszentren als Orte des Kultur- und Stadterlebens.

→ Für diese Handlungsfelder werden zentrale Trends aufgezeigt, Schlussfolgerungen gezogen sowie potenzielle Maßnahmen dargestellt.

koopstadt hat in seiner Stellungnahme zum Weißbuch Innenstadt darauf aufmerksam gemacht, dass die Entwicklung und Stärkung der Innenstädte

- als integrierter fachübergreifender Prozess;
- auf Grundlage fundierter strategischer Konzepte;
- unter Öffnung von Spielräumen für kreative Lösungsansätze ;
- unter Einbindung vielfältiger städtischer und regionaler Akteure und der transparenten Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger

konzipiert und umgesetzt werden muss. Diese Kriterien entsprechen dem Grundverständnis von Stadtentwicklung im Rahmen von koopstadt.

In den drei Städten werden aktuell Fragen der Entwicklung ihrer Innenstädte diskutiert und jeweils neue Konzepte auf den Weg gebracht. Damit eröffnet sich die Chance, in der Projektfamilie von koopstadt eine vergleichende Betrachtung anzustellen, Erfahrungen aus drei laufenden Prozessen auszutauschen und die gemeinsame Position im Kontext des Weißbuches Innenstadt als Beitrag zur aktuellen bundesweiten Diskussion zur Zukunft der Innenstadt zu vertiefen.

Das Programm des Workshops 2011 in Leipzig war so gestaltet, dass neben dem Austausch und einer vergleichenden Betrachtung der Innenstadt-Entwicklung in Bremen, Leipzig und Nürnberg vor allem die Situation und Perspektive der Leipziger Innenstadt im Fokus des Workshops stand. Dazu gehörten insbesondere folgende Elemente:

- Vorstellung der Situation und Perspektive der Leipziger Innenstadt durch verschiedene Partner der Verwaltung und externe Akteure im Workshop-Gespräch und auf drei thematischen Rundgängen als Ausdruck für einen interdisziplinären und integrierten Denk- und Arbeitsansatz in Leipzig;
- Reflektion der Situation und Perspektive der Leipziger Innenstadt durch die Mitwirkenden der Projektfamilie in Form einer kurzen SWOT-Analyse;
- Vergleichende Betrachtung (siehe Daten in der Anlage und Zusammenfassung der Inputs im Folgenden) der drei in Aufstellung befindlichen Innenstadtkonzepte und Formulierung von gemeinsamen Thesen;
- Vorbereitung und Durchführung einer öffentlichen Abendveranstaltung mit einem hochkarätigen Podium und einem thematisch angelegten kulturellen Beitrag als Test für ein geeignetes Beteiligungsformat („Forum Innenstadt“).

Deshalb werden im Rahmen dieses Teils des Reports für den Workshop der Projektfamilie sowohl die gemeinsamen und übergreifenden Positionen, als auch die Ergebnisse und Erkenntnisse für die Leipziger Innenstadt festgehalten.

2_Ergebnisse des Workshops

2.1 Zum Stand der Dinge bei den drei Städtepartnern

Bremen

Olaf Orb, Handelskammer Bremen, Geschäftsbereich Standortpolitik

In der Freien und Hansestadt Bremen wird derzeit unter dem Arbeitstitel „Bremen Innenstadt 2020“ ein Entwicklungskonzept für die Innenstadt aufgestellt, das den historischen Kern der Stadt und einen darüber hinaus gehenden Betrachtungsbereich hat. Ausgehend vom Leitbildprozess Bremen seitens der Stadt und den Leitlinien der IHK wird die Erarbeitung und Kommunikation dieses Konzeptes von mehreren Partnern (SUBV, SWH und Handelskammer) getragen und integriert einen großen Kreis an Beratern und Begleitern. Die Veranlassung für dieses Konzept ergab sich aus den auch in der neuen Koalitionsvereinbarung formulierten Zielen zur Stärkung und Attraktivierung des Wirtschaftsstandortes Bremen sowie aus der Integration eines großen neuen innerstädtischen Einkaufszentrums im Bereich des Ansgariviertels. Die Bearbeitung des Konzeptes erfolgt im Wesentlichen in drei Phasen (Orientierung, Konzept, Präsentation) und hat derzeit einen Stand in Bezug auf eine um-

fassende, auch räumlich ausformulierte SWOT-Analyse sowie die Formulierung von Themenfeldern erreicht. Diese lauten in Anknüpfung an einen auf Aktivitäten und Umsetzungsschritte orientierten Ansatz wie folgt: „Innenstadt – historisch, lebendig, innovativ, grün, offen, zentral, organisiert und nachhaltig“. Im September 2011 fand ein großer interdisziplinärer Workshop im Kreis der Berater statt, der von externen Fachexperten begleitet wurde. Dabei standen folgende Themen zur Debatte, die in die weitere Konzeptbearbeitung einfließen werden: Wohnen, Verkehr/Mobilität, Innenstadtwirtschaft, Freizeit/Freiräume/Tourismus, Wissenschaft/Bildung/Kultur/Kirchen. Zum Abschluss seines Überblicks ging Herr Orb kurz auf den Stand der Konzeptentwicklung für das EKZ Ansgariviertel ein.

Nürnberg

Michael Baranowski, Stadt Nürnberg, Wirtschaftsreferat, Amt für Wohnen und Stadtentwicklung, Gebietsteamleiter Altstadt

In Nürnberg wird derzeit aus dem koopstadt-Prozess heraus ein Integriertes Stadtteilentwicklungskonzept für die Nürnberger Altstadt erarbeitet, das die bisherigen Konzepte aufgreift, bündelt und bezogen auf Themenfelder, Konzeptbausteine und strategische Projekte hin aktualisiert und zuspitzt. Dabei fließen auch die Erkenntnisse und Aktivitäten im Rahmen der Stadterneuerungsgebiete in der südlichen und nördlichen Altstadt ein. Vor diesem Hintergrund kann sich das interdisziplinär und ressortübergreifend zusammengesetzte Gebietsteam auf die eingeführten Kooperationen mit externen Akteuren (Citymanagement, Erlebnis Nürnberg e.V., diverse Aktionen und auf Teilräume bezogene Akteurskonstellationen) stützen. Parallel dazu wird derzeit für die Gesamtstadt Nürnberg ein neues Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufgestellt, in das die Situation und Perspektive des zentralen Standortes der Nürnberger Altstadt integriert sein wird. Diese hat sowohl für den Makrostandort (Marktgebiet 2 Mio. Einwohner, 9,6 Mrd. Euro. Nachfragevolumen), als



auch im Kontext des Verdichtungsraumes Nürnberg und der zugehörigen Ober- und Mittelzentren sowie innerhalb der Gesamtstadt mit insgesamt vier großen Einzelhandelszentren eine herausgehobene Position als Einzelhandels-, Wirtschafts- und Tourismusstandort.



Die Einkaufslage lebt von einer historisch gewachsenen sehr engen Verzahnung der Hauptgeschäftsstraßen und Magnetbetriebe mit dem ÖPNV-Netz, einer exzellenten Erreichbarkeit und der in Deutschland längsten Fußgängerzone (insgesamt 5,7 Kilometer), die alle wesentlichen Bereiche der südlichen Altstadt und den historischen Kern der nördlichen Altstadt (mit dem Markt) umfasst. Für diesen sehr starken Einzelhandelsstandort, der sich mit der Nr. 9 (in Deutschland) in Bezug auf den Städtetourismus überlagert, stehen derzeit verschiedene Herausforderungen, auf die das Integrierte Stadtteilentwicklungskonzept „Nürnberger Altstadt“ strategische Antworten finden muss. Hierzu gehören: ein absehbarer Frequenzrückgang, ein wachsender Filialisierungsgrad, die stärker werdende Konkurrenz durch die „Grüne Wiese“ und die Mittelzentren im Umland, die hohen Ladenmieten, der Rückgang der Beschäftigten im Einzelhandel bei gleichzeitig wachsender Konzentration der Betriebe und schließlich die spezifischen Problemlagen und strukturellen Veränderungen, die sich durch die Insolvenz von Arcandor, die neuen Entwicklungen von Kaufhof und schließlich auch durch die Schließung von Quelle ergeben haben bzw. gerade abzeichnen.

All diese nur schlaglichtartig beleuchteten Aspekte weisen darauf hin, dass in Bezug auf die qualitative Entwicklung des Einzelhandels- und Tourismusstandortes Altstadt Nürnberg eine konzeptionelle Schärfung der Positionen sowie konkrete Aktivitäten in Kooperation mit den alten und neu zu gewinnenden Partnern angezeigt sind. Auf Grund der Größe und besonderen Bau- und Nutzungsstruktur überlagern sich diese Fragen in Nürnberg zugleich mit der Perspektive des Wohnens in der Altstadt, die im nächsten Workshop der Projektfamilie aufgegriffen werden soll.

Leipzig

Stefanie Komm, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt, Abt. Stadtentwicklung

Die Stadt Leipzig verzeichnet mit ca. 520.000 Einwohnern eine stabile und progressive Einwohnerentwicklung und konnte in den vergangenen zwei Jahrzehnten ihre Anziehungskraft als Oberzentrum ausbauen. Als eine der sächsischen Kernstädte der Metropolregion Mitteldeutschland profiliert sie sich als Handels- und Dienstleistungsmetropole mit Messe- und Medienkompetenz, als bundesweit bedeutsamer Industrie- und Gewerbestandort sowie als Kultur-, Wissenschafts- und Sportstadt. Dabei spielt die nur 0,8 km² umfassende und in Leipzig so bezeichnete Innenstadt eine zentrale Rolle. Sie stellt die geographische Mitte der Gesamtstadt und Stadtregion dar. Als City ist sie innerhalb des Promenadenrings mit dem sehr zentral gelegenen Hauptbahnhof, einem dichten Netz an Straßenbahnlinien sowie mit der Anbindung von konzentrischen Haupterschließungsstraßen in alle Richtungen hervorragend erschlossen und überregional erreichbar.



Den Kern prägt noch immer das überlieferte mittelalterliche Straßenraster, das partielle Verbreiterungen erfahren hat. Hier haben die Baublöcke eine geschlossene Struktur, die nur durch die Zerstörungen im zweiten Weltkrieg aufgebrochen und in der Phase des Wiederaufbaus überformt wurden. Die bauliche Entwicklung der vergangenen beiden Jahrzehnte am Brühl knüpft an die historischen Bau- und Raumstrukturen an. Der städtebauliche Maßstab am Rand wird durch die Anlagen des grünen Promenadenringes, die Verkehrsräume und die Adressen der großen Verwaltungs- und Kulturinstitutionen bestimmt. Hier dominieren vor allem repräsentative Gebäude und Ensembles des späten 19. und 20. Jahrhunderts das Stadtbild.

Die Leipziger Innenstadt weist eine sehr hohe Nutzungsdichte in traditionsreichen und neu errichteten Bauwerken auf. Auf engstem Raum finden sich hochkarätige Kulturstätten sowie Universitäts-, Verwaltungs- und Dienstleistungsstandorte. Die kulturellen Mittelpunkte formulieren sich am Augustusplatz mit dem Gewandhaus, der Oper und dem Hauptgebäude der Universität, am Thomaskirchhof mit der Wirkungsstätte von Johann-Sebastian Bach, am neuen Standort des Museums der bildenden Künste im nördlichen Teil der Innenstadt und am historischen Nikolaikirchhof, der zu einem Symbol der friedlichen Revolution von 1989 geworden ist. Die Petersstraße, die Grimmaische Straße, der Markt, die Hainstraße und der Brühl stellen hochfrequentierte Einkaufsstandorte dar. Sie sind durch das enge Netz der historischen Passagen, Durchhöfe und ehemaligen Messepaläste vielfältig verknüpft und bilden im Verbund mit wiederbelebten und neuen Querungen ein geschlossen erlebbares System. Über die Nikolaistraße und den Willi-Brand-Platz sind im Nordwesten der Hauptbahnhof und das dort gelegene große Einkaufszentrum angebunden.

Dieser aktuelle Status Quo der Raum- und Nutzungsstruktur im Ergebnis eines umfänglichen und tiefgreifenden Erneuerungsprozesses der Leipziger Innenstadt spiegelt sich auch in der Situation und Perspektive des Einzelhandelsstandortes. Zwischen 1989/90 und 2010 ist die Größe der Verkaufsfläche von 30.000 m² auf 168.000 m² angestiegen und wird von einer erheblichen Größenordnung an Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben flankiert, die vor allem in das System der Passagen und Höfe sowie in die erneuerten resp. neuen Büro- und Geschäftshäuser integriert sind. Bezogen auf seine Lage generiert der Einzelhandelsstandort Innenstadt vor allem Kunden aus Leipzig und dem Landkreis Leipzig und steht in Konkurrenz zu den großen Einzelhandelszentren auf der Grünen Wiese (insbesondere Nova Eventis in Güntersdorf).

Deshalb steht aktuell die Frage, wie sich sowohl die Flächenpotenziale und das Standortprofil der Innenstadt, als auch die Kundenpotenziale durch die Eröffnung des neuen Einkaufszentrums „Höfe am Brühl“ entwickeln werden. Daneben wird sich insbesondere die auf die Gesamtstadt, das Umland und die Region bezogene Erreichbarkeit der Innenstadt durch drei neue Haltestellen des City-Tunnels erheblich verändern.

Mit dem Blick auf die aktuellen Projektentwicklungen, verfügbaren Flächen und ggf. aktivierbaren Potenziale sind im Rahmen der weiteren Entwicklung des Einzelhandels- und Wirtschaftsstandortes Innenstadt insbesondere im Bereich des Brühl, der nördlichen Hainstraße sowie unmittelbar angrenzend an den Ring an den Schnittstellen zur Inneren Stadt mehrere Potenziale (siehe Standorte im Norden, Wintergartenhochhaus, Hauptpost, Wilhelm-Leuschner-Platz) zu berücksichtigen. Parallel dazu stehen weitere Großprojekte sowie Um- und Nachnutzungen in den zentralen Lagen (Matthäikirchhof, nördliche Hainstraße, Bereich Deutrichs Hof/Reichsstraße, Arrondierungen Museumsquartier und Petersbogen) an.

Die Stadt Leipzig muss sich deshalb mit einem zukunftsfähigen Nutzungsstrukturkonzept auf diese Entwicklungen des zentralen Einzelhandels- und Wirtschaftsstandortes einstellen und zugleich die bereits vorhandenen Qualitäten der Innenstadt als Kultur- und Bildungsstandort, Identifikationsort der Stadtgesellschaft und Imagerträger für das Profil der Stadt sichern und ausbauen.

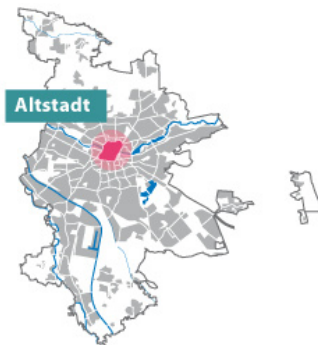
Mit dem Konzept „Autoarme Innenstadt“, einem „Spielraumkonzept“, den vielfältigen Initiativen eines intensiven Stadt- und Standortmarketings (siehe Passagen- und Hoffest 2010 und 2011, Projekte und Aktionen „Citylichter“) sowie den zahlreichen, u.a. auch in den koopstadt-Workshop integrierten Partnern (City Leipzig e.V., Kneipenmeile, LTM, Initiativkreis Innenstadt, IHK, Handelsverband, Handwerkskammer) sind hierfür tragfähige Ansätze gegeben, die es zu bündeln und auszubauen gilt.



Bremen



Leipzig



Nürnberg

2.2 Was legt die gemeinsame Begehung mit Externen und Gästen offen?

1 Einzelhandelsstandort Innenstadt

Konzept und Begleitung

Frau Komm und Frau Krause (Stadtplanungsamt), Frau Schötter (IHK Halle-Leipzig), Herr Weise (City Leipzig e.V.)

Gäste

Herr Baumheier (SUBV Bremen, koopstadt-Gruppe), Herr Höing (Senatsbaudirektor Bremen), Herr Just (SUBV Bremen), Herr Ruf (Büro des OBM Nürnberg, koopstadt-Gruppe), Frau Stengel (IHK Nürnberg für Mittelfranken)



Was nehmen die Städtepartner aus Leipzig mit?

Bremen

- Die Leipziger Innenstadt strahlt in ihrer funktionellen Mischung und engen Nachbarschaft der markanten Adressen des Handels, der Kultur und der universitären Bildung eine besondere Akzeptanz von Kommerz und Kultur aus (Projektfamilie).
- Die Innenstadt (Ring, Maßstab/Dichte, Präsenz der Kulturadressen) hat Groß- und Weltstadtatmosphäre („Wienerisch“ ...) und ist als stadträumliches/städtebauliches Ensemble wahrnehmbar (Franz-Josef Höing auf dem abendlichen Podium).

Nürnberg

- Die Kenntnisse und Problemsicht seitens der Stadt und ihrer Partner bei der Wirtschaft zu den Chancen und Risiken der Einzelhandelsentwicklung (Beobachtung der Flächenentwicklung, Forderung von Qualitäten im Rahmen von Großprojekten, Nutzungsmischung) spricht von einem bemerkenswerten Standing gegenüber Investoren (Projektfamilie).
- Das Passagen- und Hofsystem ist eindrucklich und erfährt mit den Höfen am Brühl eine erhebliche bauliche Erweiterung durch dezidiert moderne Architektur. Es bleibt die spannende Frage, wie das der Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort, aber auch die Stadtgesellschaft verkräften werden (Michael Ruf auf dem abendlichen Podium).

Stärken	Chancen	Schwächen	Risiken
Passagensystem und kurze Wege	Viele Optionen für eine passende Flächenzuordnung	Zu wenig Grün; wenig Sitzgelegenheiten; hohe Fluktuation in den Passagen	Nachlassende Aufenthaltsqualität
Gute ÖPNV-Erreichbarkeit	Rückbau/Veränderung (Qualifizierung) des Rings für Fußgänger- und Radverkehr ist vorstellbar	Wenig Ringüberquerungen für Fußgänger und geringe Radfahrerfreundlichkeit	
Nähe und Nachbarschaft mit der Universität (Stichwort Demographie...)	Optionen für weitere neue Bildungsadressen in der Innenstadt nutzen		
Alte und neue Architektur in hoher Qualität	Nutzung der Dächer und weiterer Potenziale für mehr Grün		
geringe Filialisierung	Optionen für neue Bildungsadressen; Spezifische Nachnutzung für Bestand		
Attraktives EKZ im Hauptbahnhof	Klärung einer besseren Verbindung zum Hauptbahnhof	Leerstand und Downgrading kann sich fortsetzen (siehe Nikolaistraße)	Zu wenig Büro- und Dienstleistungsnutzungen (Kundenpotenzial)
Höfe am Brühl (wegen der geplanten Mischung)	Weitere räumliche Potenziale derzeit vorhanden (Höfe am Brühl, Brachen)	lange und ewige Baustelle	Sättigungsgrad der Einzelhandelsflächen absehbar

2 Wirtschaftsstandort Innenstadt

Konzept und Begleitung

Herr Lohse (Amt für Wirtschaftsförderung),
Herrn Heinig (Stadtplanungsamt, koopstadt-Gruppe)

Gäste

Herr Orb (Handelskammer Bremen), Herr Lang (Wirtschaftsreferat Nürnberg, koopstadt-Gruppe), Herr Hinnecke (Stadtplanungsamt Nürnberg, koopstadt-Gruppe)



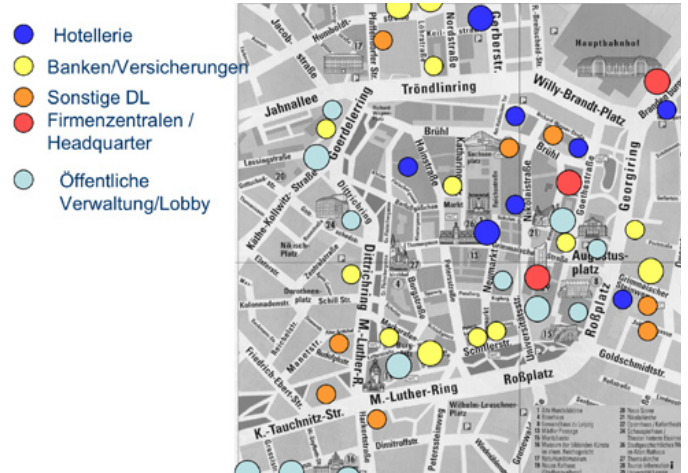
Was nehmen die Städtepartner aus Leipzig mit?

Bremen

- Die Präsenz der Kultur und insbesondere der Bildung und Wissenschaft ist ein echtes Plus und Pfund, mit dem man in der Innenstadt unbedingt weiter wuchern sollte. Sie trägt zu einem spezifischen Profil bei und stellt einen Gegenpol zu den Folgen des demographischen Wandels (Alterung der Stadtgesellschaft) an einer zentralen Adresse dar. Das ist im Interesse einer starken Innenstadt als Wirtschaftsstandort (Projektfamilie).
- Der City-Tunnel wird die Erreichbarkeit und die Koordinaten der Leipziger Innenstadt erheblich verändern. Darauf muss man sich schrittweise und langfristig einstellen (Projektfamilie).

Nürnberg

- Alt und Neu muss wegen der Größenordnung der Projekte/Objekte und der Präsenz im öffentlichen Bewusstsein gut ausbalanciert werden (Projektfamilie).



Amt für Wirtschaftsförderung, Leipzig

Stärken	Chancen	Schwächen	Risiken
Bereits hohe Arbeitsplatzkonzentration auf engem Raum	Büroleerstand ggf. zu Wohnen widmen	geringer Wohnanteil (... 20%-Klausel als Instrument schon ausreichend?); ÖPNV nur außen (Schiene)	Hotels, Hotels, Hotels -> Leerstand
hoher Besatz an Kultur und Bildung (gilt auch als Wirtschaftsfaktor)	Neue Schulen und weitere Bildungsangebote in die Innenstadt		Nachbarschaft von moderner und traditioneller Architektur ist ein Balanceakt (Image und Akzeptanz von Projekten)
Geringer Filialisierungsgrad ist ein großes Plus	Handwerkerpassage / Themenpassagen		
Markanter Verkehrsring; hoher Radverkehrsanteil; gutes und ausreichendes Parkplatzangebot	Citytunnel ist Frequenzbringer in den sehr zentralen Bereichen	wenig Grün innen, aber nach außen geschlossen (das ist nicht schlecht); ÖPNV (Schiene) nur außen...	
	Konversionsflächen von morgen (Bestände der 60er und 70er); Citytunnel ist Frequenzbringer		

3 Kultur- und Bildungsstandort Innenstadt

Konzept und Begleitung

Frau Kahl (Stadtplanungsamt, koopstadt-Gruppe),
 Frau Scheller (Stadtplanungsamt), Frau Korzer (Univer-
 sität Leipzig)

Gäste

Herr Baranowski (Wirtschaftsreferat Nürnberg),
 Herr Wölfel (Citymanager Nördliche Altstadt Nürn-
 berg), Herr Oldenburg (SWH Bremen), Herr Dr.
 Sünemann (SUBV Bremen, koopstadt-Gruppe)



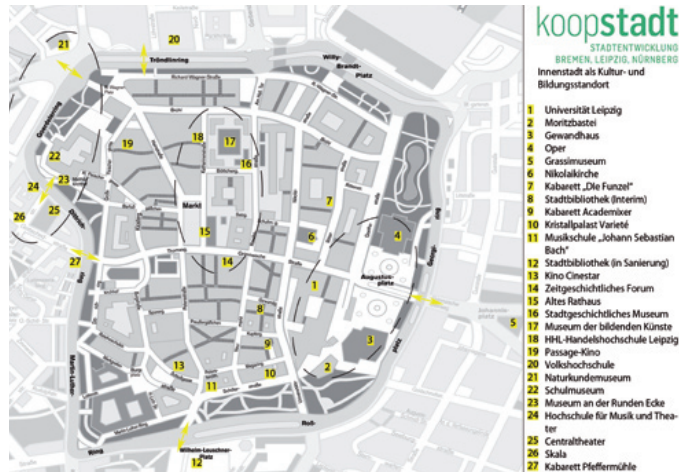
Was nehmen die Städtepartner aus Leipzig mit?

Bremen

→ Die Wegweisungen für besondere kulturelle, identi-
 tätsprägende Orte (siehe Stelen...) sind wenig trag-
 fähig für die Wirkung der entsprechenden Adressen
 und erfordern offenbar andere Konzepte. Dies ist
 ein Indiz für die Qualitätsansprüche an neue Setzun-
 gen im öffentlichen Raum (betrifft Architektur und
 Freiraum gleichermaßen).

Nürnberg

→ Die Introvertiertheit der Werbung und des Mar-
 keting (Leitsystem) ist auffällig und kann sowohl
 als Stärke (Konsequenz und Haltung), als auch als
 Schwäche (Wirksamkeit) interpretiert werden.
 → Die Kooperation mit den Partnern aus der Wirt-
 schaft und die Beharrlichkeit der Arbeit an Adressen,
 Nutzungsstrukturen und Stadtraumqualitäten sind
 beeindruckend und ein großes Plus für die Innen-
 stadtentwicklung.



Stadtplanungsamt, Leipzig

Stärken	Chancen	Schwächen	Risiken
traditionelle und histori- sche Standorte wurden konsequent erneuert (siehe Universitätscampus)	Frequenz- und Attraktions- bringer; Bildungsstandort Matthäikirchhof denkbar	Innen-Außen-Beziehungen (Uni, Bildermuseum) -> Aura?	Ring (von außen); Standort Naturkundemuseum als Problem
Museumsquartier ist kompakt, vielschichtig und fußläufig erreichbar	Dto.; Gemeinsames Marketing ist angezeigt	Dto.	Fehlender Leitfaden Kultur könnte das Profil schwächen
Mut zu neuen städtebauli- chen Setzungen mit Symbolik	Grünflächen und öffentliche Räume können ebenfalls qualifiziert werden		
gut funktionierender ÖPNV (sternförmig)	Ring ist ein wichtiger Identi- fikationsraum (von innen)	Orientierung, Erreichbarkeit und Information von außen ist ein Manko	
interessante Dramaturgie für kulturelle Orte / Adressen als Zeugnis der neueren Geschichte	Stadtgesellschaft (Zivilge- sellschaft) hat einen emotio- nalen Ort	Den Stelen (als Informations- träger) fehlt die Symbolik	Fehlender Leitfaden Kultur könnte das Profil schwächen

2.3 Themen und Fragestellungen für die Stärkung der Innenstadt

(Thesen der Projektfamilie)

Brennglas Innenstadt

Auf Grund der Zentralität, der Größenordnung und der Bedeutung der Innenstädte als Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort müssen hier die verschiedenen „Ebenen“ von Stadt (Großraum/Region, Gesamtstadt, zentraler Bereich und seine Ränder) und die strategischen Partner aus Verwaltung, Wirtschaft, Bildung und Kultur zusammenwirken und strategische Positionen für die Stadtentwicklung formulieren. - Hier gehen die koopstadt-Städte gemeinsam in eine nächste Generation der Konzeptbearbeitung und strategischen Positionierung ihrer Innenstädte.

Die quantitative Flächenentwicklung kritisch betrachten und die Qualitätsfrage offensiv stellen

Bezogen auf die Flächenentwicklung (im Verhältnis zum verfügbaren Raum, zugunsten einer tragfähigen und nachhaltigen Nutzungsdichte und der Kaufkraft/dem Marktgebiet angemessen) stehen offenbar alle drei koopstadt-Städte an einer Schwelle. Nach einem Ausbau der Flächen geht es in der nächsten Phase explizit um „qualitatives Wachstum“, die Profilierung der Standorte und die Ausdifferenzierung der Lagen zur Herstellung von „Tiefenschärfe“ (Verhinderung von Downgrading-Prozessen, Aktivierung und geeignete Profilierung der Nebenlagen).

Standhaftigkeit als Anspruch an Verwaltungshandeln und Stadtpolitik

Die strategischen Weichenstellungen für ein „qualitatives Wachstum“ und eine Profilierung der Innenstädte als zukunftsfähige Einzelhandels- und Wirtschaftsstandorte erfordert strategischen Weitblick und größeres Standing gegenüber divergierenden Interessenlagen. Hierauf müssen Arbeitsstrukturen, aber auch Steuerungs- und Entscheidungsstrukturen ausgerichtet werden, Allianzen geschmiedet und Beteiligungsprozesse organisiert werden. Dabei ist das gesamte Instrumentarium (Wirtschaftsförderung, Bau- und Planungsrecht, Gestaltungssatzungen, Denkmalschutz, Wettbewerbe und Qualifizierungsverfahren) zum Einsatz zu bringen.

Leitbild meint Arbeit am Profil und Image der Innenstadt und erfordert besondere Ressourcen

Neben der Identifikation von tragfähigen Leitlinien und der Fokussierung auf strategische Projekte und Maßnahmen sind erhebliche Ressourcen und neue zeitgemäße Formate für die Entwicklung von Marketingstrategien, die Integration der strategischen Partner und die Beteiligung der Stadtöffentlichkeit erforderlich.

Tradition und Modern in Balance halten

Sowohl die städtebaulichen und architektonischen Dimensionen, aber auch die Haltungen in Bezug auf den öffentlichen Raum, die Nutzungen und das Angebot spitzen sich allesamt auf das besondere Verhältnis von Alt + Neu (Historiker und Nostalgiker versus Zeitgeist und neuen Themen, wie Energieeffizienz, Gebäudestandards und Betriebsformen, nachhaltiges Wirtschaften, Einführung und Vermarktung ökologischer/regionaler Produkte usw.) zu. Beide Seiten müssen bedient werden und zum Tragen kommen können.

Die Bedeutung der kulturellen und symbolträchtigen Orte und Adressen für die Stadtgesellschaft

Die Innenstädte leben von der Aura und Symbolik ihrer Identität stiftenden und Profil bildenden Adressen. Dazu gehören insbesondere Kulturbauten, Rathäuser, hochkarätige Bildungs- und Denkmale, Kirchen, aber auch Plätze, Grünflächen und Wasserläufe als öffentliche Räume. Ihnen muss weiter eine besondere Aufmerksamkeit, Pflege und Entwicklung bei der Profilierung der Innenstädte – auch und gerade im Interesse ihrer Zukunftsfähigkeit als Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort – zuteil werden.

Das Wohnen als gleichberechtigte Säule der Innenstadtentwicklung behandeln

Dieses Thema erfordert auch für die sehr zentralen Bereiche und Lagen eine sorgfältige Betrachtung für die Funktionsfähigkeit der Innenstädte. Es muss bei koopstadt aufgegriffen und vertieft werden.

2.4 Vorschläge und Vereinbarungen zur weiteren Arbeit der Projektfamilie

(2. Workshop in Nürnberg, April 2012)

- Das Thema Wohnen und AlltagsInnenstadt auf die Tagesordnung setzen (siehe Konzept für den zweiten Workshop der Projektfamilie im April 2012 in Nürnberg);
- Weiterhin konkrete Best Practise Beispiele und Erfahrungen aus der Konzeptbearbeitung austauschen und die vergleichende Betrachtung der Innenstadtkonzepte fortsetzen (insbesondere als Training zur Methodik im Sinne eines integrierten Stadtentwicklungsansatzes);
- Gemeinsame Stadterkundungen machen, wieder den externen Blick (Stichwort: Perspektivenwechsel) einnehmen und den gemeinsamen Fokus auf eine Innenstadt/Altstadt richten;
- Die Thesen zu einem Positionspapier verdichten.

Teilnehmer/-innen

Für die Projektfamilien

Aus Bremen

- Lara Goldsworthy, Vorstandsmitglied klub dialog
- Bernd Neumann, Der Senator für Kultur
- Frauke Wilhelm, Kulturprojekte, Musikerin
- Steffen Wiegmann, Wirtschaftsförderung Bremen GmbH

Aus Leipzig

- Peggy Diebler, QM Leipziger Westen
- Katja Etzold, Kontaktstelle Kultur- u. Kreativwirtschaft / Creative Cities
- Stefan Geiss, Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung
- Michael Körner, Amt für Wirtschaftsförderung, Projektleiter Medien- u. Kreativwirtschaft
- Jana Milev, Dezernat Kultur / Creative Cities
- Claudius Nießen, Clara-Park
- Jana Reichenbach-Behnisch, Tapetenwerk
- David Voss, Kreatives Leipzig e.V./ LE Klub Analog
- Nadine Weise, IG Kultur West

Aus Nürnberg

- Sabrina Bohn, Coworking Nürnberg
- Stefanie Dunker, Amt für Kultur und Freizeit, Kulturbüro Muggenhof
- Andreas Fehr, Coworking Nürnberg
- Thomas Müller, Amt für Kultur und Freizeit
- Markus Pietsch, Amt für Wirtschaft
- Christian Scholl, Amt für Wirtschaft
- Wolfgang Weber, LeoPART
- Wilhelm Wiesner, LeoPART

Für koopstadt

- Dr. Stefan Bege, Stadt Nürnberg, Amt für Wohnen und Stadtentwicklung
- Andrea Hilker, Stadt Nürnberg, Umweltamt
- Detlef Schobeß, Freie Hansestadt Bremen, SUBV

Prozessbegleitung

- Mentorin: Ruth Rabenberg, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt
- Moderation: Andreas Paul, Büro für urbane Projekte, Leipzig

1_Zur Projektfamilie und zum Anliegen des Workshops

Nach einer Vorstellungsrunde der Mitwirkenden wird der unterschiedliche Hintergrund der Teilnehmer/innen deutlich. Der Kreis der Teilnehmer/innen hat sich rückblickend auf den ersten Workshop der Projektfamilie in Bremen 2010 wesentlich erweitert. Mit

- Vertretern der Verwaltung (Stadtentwicklung, Kultur- sowie Wirtschaftsförderung),
- Freischaffenden der Kultur- und Kreativszene (Künstler, Designer, Buchkunst) sowie
- freiberuflichen Unternehmern/Unternehmerinnen mit wirtschaftlichem Hintergrund (Netzwerker, Berater, Vermieter)

ist die Projektfamilie in Leipzig nunmehr sehr heterogen aufgestellt. Da nur sehr wenige Personen teilnehmen, die beim ersten Workshop in Bremen mitgewirkt hatten, kann nicht direkt an dessen Themen und Inhalte angeknüpft werden.

Wo sehen die Mitwirkenden Erfolge aber auch Hemmnisse in der Debatte zur Kultur- und Kreativwirtschaft?

Um einen gemeinsamen Einstieg zur Situation in den drei Städten zu erhalten, wird zunächst der Status Quo abgefragt. Auf Karten wird notiert, was aus Sicht der Akteure mit Blick auf den Prozess zur Kultur- und Kreativwirtschaft in den vergangenen Jahren in Bremen, Leipzig und Nürnberg erreicht wurde bzw. wo Arbeits- oder Optimierungsbedarfe gesehen werden. Die wesentlichen bzw. meistgenannten Positionen sind in den nebenstehenden Tabellen auf Seite 15 aufgelistet.

Zwischenfazit

Die Auflistung der Themen und die Diskussion macht die große Bandbreite an Inhalten und Bedarfen der Mitwirkenden deutlich. Mit Blick auf die Vielfalt der Themen und die divergierenden Interessen der Teilnehmenden verständigt man sich darauf, **die einzelnen Positionen an konkreten Beispielen und Situationen zu diskutieren**, da dies sowohl die fallbezogene Betrachtung als auch einen Einblick in die Projekte und Handlungsweisen der jeweils anderen Städte ermöglicht.

In den anschließenden Projektvorstellungen und Gesprächen sind es insbesondere die sechs Themenschwerpunkte (Ämter/Stadtverwaltung, Präsentation der Branche, Professionalisierung, Förderung, Wahrnehmung und Wertschätzung sowie Stadtentwicklung und Raum) die durchgehend virulent sind und durchaus kontrovers diskutiert werden. Dabei wird insbesondere auf die Probleme, also das Verbesserungspotenzial fokussiert.



Kartenabfrage zum Status Quo der Kultur- und Kreativwirtschaft

- Blau: Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Orange: Vertreter der Wissenschaft und Wirtschaft
- Grün: Vertreter der Stadtverwaltung

Was läuft gut?

Erfolge und Impulse	Netzwerk
Funktionierende Netzwerke wurden installiert	Kommunikations- und Findungsprozess
Kooperationen bilden sich; das „Einzelkämpfertum“ geht zurück	Vernetzung ist wesentlich vorangeschritten
Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Politik und Verwaltung angekommen	Angebote der Wirtschaftsförderung werden angenommen; es entsteht Vertrauen
Punktuell hat die Verwaltung das Ressortdenken überwunden	Die Schwellen zwischen „Szene“ und „Verwaltung“ werden (langsam) abgebaut
Wachsende Offenheit für partizipative Kunstprojekte	Das Thema Kreativwirtschaft erzeugt/verändert das Bewusstsein bei Akteuren und Verwaltung
Durch die Diskussion werden neue Impulse zu „alten“ Themen gesetzt	Der Austausch findet verbal und in Projekten statt
Es gibt ein „privat-wirtschaftliches“ Engagement	Die Zusammenarbeit erfolgt mit ausgewählten Akteuren
Durch hohe Außenwirkung der eigenen und angrenzenden Szenen wird politischer Druck aufgebaut	Großes Engagement vieler Beteiligter
Ein tatsächlicher Nutzen ist durch Synergien, Kooperationen, Auftragslagen spürbar	

Was läuft nicht gut?

1. Ämter/Stadtverwaltung	2. Präsentation der Branche	3. Professionalisierung
Beitrag des Kulturamtes	Öffentlichkeitsarbeit / Außendarstellung	Zuschnitt von Programmen auf spezifische Zuschnitte
Änderungen im eigenen Handeln	Teilmärkte als eine Branche kommunizieren	Fortbildung der Kreativen
Fehlen von abgestimmten, ressortübergreifenden Strategien	Interessen repräsentativ vertreten	Anbindung von Studenten/ Nachwuchs
Lange Anlaufzeiten bei ressortübergreifenden Themen	Sichtbarkeit im Raum	Einbindung von Institutionen
Schlechte Kommunikation mit der Stadt	Nach wie vor zu ungenaue Daten über die Branche	Nachhaltige Pflege von Projekten
Die Stadtverwaltung ist im Vergleich mit der Wirtschaft zu langsam	Fehlende Übersicht zu Teilmärkten und Akteuren	Entwicklung von Angeboten aus einer Hand
Es fehlt an gegenseitigem Vertrauen		
Politik und Verwaltung stehen zu wenig im Austausch		
Zu viele Auflagen seitens der Behörden		
Fehlendes Problembewusstsein für Hürden		
Zu viele Studien, Papiere, Analysen und zu wenig Aktion		
4. Förderung	5. Wahrnehmung und Wertschätzung	6. Stadtentwicklung und Raum
Anpassung der Förderung/ Vorgehen der Ämter orientiert an veränderte Arbeitsweltstrukturen und Bedarfe	Relevanz und Tiefe der Kultur- und Kreativwirtschaft werden noch nicht gesehen	Das Potenzial für eine lebendige Stadtentwicklung wird nicht gesehen
Fehlende Förderstrukturen von Land und Bund	Es wird nicht gesehen, dass gemeinnützige Strukturen die Basis der Kultur- und Kreativwirtschaft sind; demzufolge fehlt auch deren Einbindung	Flexible, unkonventionelle Nutzung von Branchen und Leerständen schwer umsetzbar/oft nicht gewollt
Divergierende Förderrichtlinien (Kultur, Wirtschaftsförderung, Bund)	Das wirtschaftliche Engagement der Kultur- und Kreativwirtschaft wird noch nicht anerkannt	Durch Eingriffe von außen werden künstliche Konkurrenzsituationen geschaffen; das entwertet bereits vorhandenes Engagement und gefährdet Ansässige
Projektförderung in Co-Produktion schwierig	Selbstwahrnehmung der Branche – „Hype oder Heiland“?	
Es fehlt an „Spielgeld“ im städtischen Haushalt		

2_Diskussion anhand realer Beispiele und gemeinsame Erkenntnisse

Input: Klub Analog /// David Voss, Kreatives Leipzig e.V., Leipzig

David Voss berichtet über den LE Klub Analog, ein Projekt des Vereins Kreatives Leipzig e.V., das nach dem freelance camp 2009 in Anlehnung an den Bremer Club Analog entwickelt wurde.

In 2011 steht jeden Monat eine andere der 11 Teilbranchen der Kreativwirtschaft im Vordergrund der Veranstaltungsreihe LE Klub Analog, werden Unternehmen vorgestellt und aktuelle Herausforderungen diskutiert. Als vorläufige Ergebnisse der Leipziger Veranstaltungsreihe kann konstatiert werden:

- Der LE Klub Analog ist ein „Türöffner“, der Schnittstellen zwischen Akteuren und Teilbranchen herausarbeiten kann;
- Die Gäste interessieren insbesondere die Fragen: Wo kommen die Akteure her?, Wohin gehen sie?, Können sie von ihrer Arbeit leben?, Welche Bezüge zu anderen Teilbranchen gibt es?
- Der LE Klub Analog leistet Aufklärungsarbeit zur Kultur- und Kreativwirtschaft;
- Auf den Podien sprechen die Parteien zu gleichen Themen- und Fragestellungen häufig „unterschiedliche Sprachen“; so ist bspw. eine Vermittlung zwischen Akteuren und Stadtverwaltung wünschenswert;
- Die Szenen in Leipzig sind sehr kleinteilig; trotzdem haben diejenigen, die etwas bewegen möchten eine kritische Masse erreicht und treten selbstbewusst auf.

Die Erkenntnisse aus dem Bremer Club Dialog (vormals Club Analog, entstanden im Rahmen eines Clustermanagements) sind nahezu deckungsgleich.

Erkenntnis: Zusammenbringen und Zuhören ist der erste und beste Weg.

Es zeigt sich, dass es lohnenswert ist, alle Akteure an „einen Tisch zu holen“, sich zuzuhören und Schnittstellen herauszuarbeiten. Das Konzept des Kreuzens und Zusammenbringens funktioniert und hilft sowohl Klischees abzubauen als auch Quellen zu erschließen. Auf diese Weise können tragfähige Netzwerke aufgebaut werden, die unabdingbar für einen effizienten Prozess dieser sehr kleinteiligen Branche sind.

Erkenntnis: Der zweite Schritt ist ungleich schwieriger.

In der Fortführung dieses Prozesses erweist es sich jedoch als schwierig, einen Mehrwert für die einzelnen Akteure zu erzeugen. Das Problem bei der Fortsetzung von Veranstaltungsreihen ist, dass es offensichtlich kaum gelingen kann, einen kleinsten gemeinsamen Nenner in der Branche zu definieren. Die (Einzel-)Interessen sind sehr individuell und differieren sehr stark. Es ist nur schwer herauszufiltern, was die Szene eint und was sie braucht, um die derzeitige Situation zu verändern.

Erschwert wird diese Problematik dadurch, dass die Existenzsicherheit bei einer großen Anzahl der Akteure nicht gegeben ist. Häufig wird die Debatte innerhalb der Szene durch die Fragestellung dominiert, wie man junge Kreative aus der Selbstausbeutung herausholen kann.



Thematische Veranstaltungen sollten daher möglichst konkret formulierte Themenstellungen zugrunde gelegt werden. Dies erleichtert eine Positionierung nach außen.

Erkenntnis: Notwendig ist die Arbeit auf unterschiedlichen Ebenen.

Entscheidend für die Kultur- und Kreativwirtschaft ist, dass auf unterschiedlichen Ebenen versucht wird, die Branche zu stärken

- Die Akteure als die „Betroffenen“ mit Potenzialen und Bedarfen;
- Eine Plattform (z.B. Club Dialog) als direkter Adressat, Schnittstelle und Netzwerk zugleich;
- Der Wirtschaftsförderung als die Ebene, welche auf die Potenziale und Bedarfe mit Programmen, Ressourcen und Räumen reagiert.

Jede dieser Strukturen braucht Ansprechpartner, die sowohl innerhalb dieser Ebenen als auch nach außen kommunizieren.

Input: Coworking Nürnberg /// Andreas Fehr, Nürnberg

Andreas Fehr berichtet über den Coworking Space in Nürnberg. In einem Coworking Space werden Arbeitsplätze und Infrastruktur auf Tages-, Wochen- oder Monatsbasis zur Verfügung gestellt und hierdurch zugleich der Aufbau einer „community“ von Freiberuflern oder auch in Unternehmen tätigen Personen der kreativen Branchen ermöglicht.



Andreas Fehr macht deutlich, dass der Aufbau des Coworking Spaces ohne ein funktionierendes, aktives Netzwerk der Szene und ohne die finanzielle Anschubfinanzierung seitens der Wirtschaftsförderung nicht möglich gewesen wäre.

Die Mitwirkenden zeigen sich sehr interessiert an diesem neuen, flexiblen Format des Zusammenarbeitens selbständig tätiger Personen und verweisen auf eigene Beispiele. So berichtet Jana Reichenbach-Behnisch ergänzend über den Coworking Space im Leipziger Tapetenwerk und hebt hervor, wie wichtig es für kreativ Tätige ist, über Räume verfügen zu können, die für verschiedene Ansprüche / Veranstaltungen geeignet sind. Auch der Leipziger Coworking Space wurde durch die Wirtschaftsförderung unterstützt.

In Bremen scheiterte die Installierung eines Coworking Space an der Suche nach einer geeigneten Immobilie. Aus dieser Diskussion heraus ergingen wichtige Erkenntnisse und Positionen zum Thema Förderung.

Kapazitäten und Konditionen des Nürnberger Projektes sind stichwortartig dargestellt.

Insgesamt 30 Arbeitsplätze
Angestrebt werden 50 Arbeitsplätze
Die Gesamtfläche beträgt 320 qm
Besprechungsraum 24 qm (max. 21 Personen)
Fab Lab mit Hightech-Geräten wie Laser-Cutter und CNC-Fräse
Tages-Ticket 19 Euro (Schreibtisch, WLAN, Kopier-/Fax-/ Druck-Gerät)
Ein 10er-Ticket kostet 159 Euro
Monatsabos: 99 Euro (ohne Sitzplatzgarantie), 199 Euro (mit eigenem Schreibtisch, personengebunden), 399 Euro (für Firmen, nicht personengebunden)
Aufschlag für Postservice von 50 Euro
Die Mieter sind zwischen 20 und 65 Jahre alt
Studenten, Architekten, Designer, Bildhauer, IT-Ingenieure, ...
Räume sind für Firmen, Vereine, NGOs auch mietbar
Kernarbeitszeit 9-18.30 Uhr; anschließend das „Co“ (Skills-Sharing, Gespräche, Präsentationen)

Input: Förderansätze in der Medien- und Kreativwirtschaft Leipzig /// Michael Körner, Amt für Wirtschaftsförderung, Leipzig

Michael Körner berichtet über die Leipziger Clusterförderung, die im Sinne der Maxime „Stärken stärken“ auch das Cluster Medien- und Kreativwirtschaft fördert. Er verdeutlicht, dass es schwierig sei, Umsatz- und Gewerbesteuern als Indikator heranziehen, da diese in der Kultur- und Kreativwirtschaft vergleichsweise niedrig ausfallen würden.

Generell ist die Förderlandschaft auf die Kreativen nicht eingestellt, da sie nicht über besicherbare Werte verfügen. Es wird deutlich, dass Kreative kaum Zugang zu Fördermitteln von Land, Bund und EU haben, eine Förderung daher möglichst lokal über die Kommune zu betreiben ist.

Erkenntnis: Förderung – es geht nicht an erster Stelle um Geld.

Förderprogramme sind kaum auf die Bedürfnisse der in der Kultur- und Kreativwirtschaft Tätigen zugeschnitten. Während in der direkten Kulturförderung Einzelförderungen möglich sind, auch wenn kein Eigenkapital und keine betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse vorliegen, so ist dies in der Wirtschaftsförderung ungleich schwieriger.

Gemeinsam vertreten die Anwesenden den Standpunkt, dass Förderung nicht immer bzw. nicht ausschließlich mit finanzieller Unterstützung verbunden sein muss:

- Förderung kann auch darin bestehen, den Künstlern und Kreativen in die nächste Ebene zu helfen. Das kann z.B. eine Existenzberatung oder das Angebot von Coworking für Studenten leisten.
- Förderung kann auch darin bestehen, dass z.B. der Zugang zu öffentlichen Institutionen oder zur Presse durchlässiger gestaltet wird. Dies zielt auch darauf ab, dass auf diesem Weg ein Zusammenarbeiten mit Besserverdienenden, Entscheiderpositionen und Sponsoren möglich wird. Indem man auf

Augenhöhe zusammenarbeitet, kann das Problem, „dass die anderen die Helfenden sind und man selbst der Geholfene“ beräumt werden.

- Aus Sicht der Wirtschaftsförderung gibt es die Kreativen und die, die etwas mit ihnen machen wollen (fördern). Mit Blick auf die Kleinteiligkeit der Szene und die Passfähigkeit der Programme, sollten Wirtschaftsförderer zunehmend das Instrumentendenken verlassen und Experimente zulassen („gucken, was passiert“). Dafür benötigen die Kommunen auch „Spielgeld“.
- Umgekehrt müssen die Kreativen auf die Wirtschaftsförderung zugehen und deren Wissen und Kenntnisse akzeptieren. Bspw. in Leipzig sind einem Großteil der Zielgruppe weder die Instrumente der Wirtschaftsförderung noch die richtigen Ansprechpartner vor Ort bekannt.
- In der Diskussion um Fördermittel ist zwischen zwei Richtungen zu unterscheiden. Zum einen zwischen der Gründerförderung als reine Wirtschaftsförderung, zum anderen der Schnittmenge von Kultur- und Wirtschaftsförderung. In dieser Schnittstelle sind, gemessen am Ziel des Förderobjektes, die Übergänge und Zusammenhänge zu bedenken und zu gestalten. Man kann Kultur aus wirtschaftlichen Gründen und Wirtschaft aus kulturellen Gründen fördern – es ist beides möglich, aber im Alltag schwer umsetzbar.
- Historisch gesehen ist Kunst immer Auftragsarbeit gewesen. Künstler benötigen jedoch für ihr Unternehmen eine wirtschaftliche Ausbildung, um marktaugliche Modelle zu entwickeln. Sie brauchen z.B. Kurse für Management und Selbstvermarktung. Hier fehlt noch ein großer Professionalisierungsschub.

Fazit: Alle Workshopteilnehmer unterstreichen, dass es bei Förderung nicht vorrangig um monetäre Zuwendungen geht, sondern um eine abgestufte, bedarfsorientierte Unterstützung. Dies meint vor allem kleine, niedrighschwellige Anschubfinanzierungen für Startups. Das „Anschieben“ sollte durch verschiedene Prozesse begleiten und den Zugang zu Räumen und Geräten sowie zu Netzwerken, Wissensvermittlung und -transfer ermöglichen.



Input: Showprojekte /// Frauke Wilhelm, Moderatorin und Musikerin, Bremen

Frauke Wilhelm berichtet über Kulturprojekte und deren Bedeutung für die Vermittlung von stadthistorischen Themen wie auch der Stadtentwicklung. Sie hebt den partizipativen Beitrag dieser Projekte hervor und erklärt, dass den Künstlern mehr Vertrauen entgegengebracht werden müsste und mehr Geld in die Projektförderung fließen sollte.

In der Diskussion werden die unterschiedlichen Positionen zwischen den Kreativen, die eher dem Kulturbereich angehören und denjenigen, die als Dienstleister wirtschaftlich tätig sind, deutlich. Erörtert wird auch die Bedeutung der Branche für Stadtentwicklungsprozesse.

Erkenntnis: Kultur- und Kreativwirtschaft fördert die Entwicklung von Stadtteilen.

- Künstler und Kreative können über besondere Formate Menschen für die Stadtentwicklung interessieren und beteiligen, die durch eine Verwaltung nicht leistbar sind.
- Die Akteure bewirken für die Stadtentwicklung etwas ganz Wesentliches: Sie erzeugen Werte, die nicht messbar sind, indem sie Städte beleben und ein Klima schaffen, in welchem neue Entwicklungen möglich werden. Dies trägt bspw. dazu bei, dass Unternehmen sich ansiedeln oder auch ein positives Lebensgefühl im Stadtteil spürbar wird.
- Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sind häufig „Piloten“ und „Raumpioniere“ und wissen darüber Bescheid. Sie tragen durch ihr Wirken zur Entwicklung von Räumen in der Stadt bei. Dieser Prozess kann nicht von außen angestoßen werden, jedoch können vorhandene Initiativen aufgegriffen und unterstützt werden.
- Heute soll die Stadtentwicklung die Branchen stützen, indem deren Wirtschaftskraft gestärkt wird. Dies kann in erster Linie durch ein Angebot an Räumen erfolgen. Um das „Was“ und das „Wo“ heraus-

zufinden, muss man in erster Linie die Akteure und ihre Projekte/Ziele kennen – also genau hinschauen und gut zuhören.

Erkenntnis: Es braucht Anerkennung! – vor allem auch des nicht finanziellen Mehrwerts.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist inzwischen als Branche mit 11 Teilmärkten anerkannt. Die Mitwirkenden stellen in ihrer alltäglichen Arbeit jedoch fest, dass ihre Leistungen oft nicht ausreichend wert geschätzt werden. Dazu folgende Positionen:

- Zwar ist der Idealismus in der Branche – mitunter auch aufgrund eines selbst gewählten Lebensmodells – stark ausgeprägt, doch dürfen nicht freiwilliges, unbezahltes Engagement und niedrigpreisige Angebote als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Leistungen müssen angemessen bezahlt werden, ohne dass der Empfänger als Bittsteller angesehen wird.
- Darüber hinaus sollte anerkannt werden, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft über die eigentlichen Leistungen hinaus einen (letztendlich auch wirtschaftlichen) Mehrwert bewirkt, da sie zur einer neuen Wertschätzung von Stadtteilen beiträgt.
- Besonders wertvoll ist die Idee. Aufwand und Wert einer Idee sind jedoch noch weniger messbar als ihr Ergebnis. Die Idee ist der Ursprung und erst nach ihr kommt alles andere. Somit ist sie die Basis (Basis nicht im Sinne von „unten“ sondern als Impuls verstanden).
- Nicht zuletzt heißt Anerkennung auch, sich selbst zu hinterfragen. Im Raum steht die Frage: „Warum kann/soll der Kreative alles seinem Ziel unterordnen und die Stadtverwaltung bzw. -politik tut dies nicht?, Ab wann stellen deren Vertreter z.B. wirtschaftliche Interessen hinter ideelle Werte?“



3_Fazit und Ausblick

Die Heterogenität der Teilnehmer/innen, die Unterschiedlichkeit ihrer jeweiligen Interessen und die relativ offen formulierten Ziele des Workshops stellten die Projektfamilie vor große Herausforderungen.

Für künftige Veranstaltungen bleibt festzuhalten, dass

- die Ziele im Vorfeld deutlich formuliert und kommuniziert werden sollten;
- Akteure zielgerichtet eingeladen werden sollten, um eine thematisch fokussierte Diskussion zu ermöglichen;
- der persönliche Austausch an authentischen Orten der Kultur- und Kreativwirtschaft stattfinden sollte, damit diese gerade auch von Auswärtigen „erlebt“ werden können;
- Methoden und Orte zwischendurch gewechselt werden sollten;
- nach Möglichkeit eine Aufwandsentschädigung für Freischaffende angeboten werden sollte.

Die Mitwirkenden betonen zum Ende der Veranstaltung, dass es nach wie vor sehr viel Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit bedarf, die im Rahmen von koopstadt nicht zu leisten ist. Dennoch wird konstatiert, dass es genau solcher Gespräche wie im Workshop bedarf, wo andere zuhören und verstehen.

„koopstadt ermöglicht solche Treffen und hinterlässt so kleine Funken; das ist der Vorteil von koopstadt.“



Abendveranstaltung „Zukunftsfragen und Perspektiven für die Leipziger City“

Die öffentliche Abendveranstaltung „Zukunftsfragen und Perspektiven für die Leipziger City“ im legendären Ringcafé aus den 1950er Jahren bot den beiden Projektfamilien von koopstadt interessante Anregungen. Zugleich konnten sich gezielt eingeladene Partner der Stadtentwicklung sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger ein anschauliches Bild über den offenen Diskurs zur Situation und Perspektive der Leipziger Innenstadt machen. So war die für die Nationale Stadtentwicklung zuständige Abteilungsleiterin aus dem BMVBS, Oda Scheibelhuber, zugegen und bekundete das Interesse des Bundes an den konkreten Erfahrungen von Leipzig und seinen Partnern bei koopstadt an der Praktizierung integrierter Ansätze zur Innenstadtentwicklung.

Hochkarätige Vertreter aus Bremen und Nürnberg reflektierten den gemeinsamen Gang durch die Leipziger City (siehe oben). Auf dem Podium wurde das Thema von Leipziger Vertretern aus der Verwaltung, Wirtschaft, Kultur und einem externen Experten aus der Wissenschaft anschaulich diskutiert:

- Herr Prof. Dr. Rolf Mohnheim (Universität Bayreuth) bescheinigte der Leipziger Innenstadt hohe Qualitäten als Einzelhandelsstandort in enger Verzahnung mit einer hochkarätigen Tourismusdestination;
- Frau Marlies Göllnitz-Gellert (Karstadt Leipzig) hob das kundenfreundliche Umfeld ihres Hauses und die guten Erfahrungen im Rahmen der City-Initiativen hervor, die man unbedingt beibehalten sollte;
- Herr Dr. Volker Rodekamp (Stadtgeschichtliches Museum Leipzig) betonte noch einmal die Bedeutung der Leipziger Innenstadt als „geistige Mitte“ der Stadt, die von ihren kulturellen Ikonen/Adressen und von den traditionsreichen Passagen lebt, die etwas Eigenes verkörpern und nicht dem allgemeinen Mainstream folgen;
- Herr Wolfgang Kunz (Leiter des Stadtplanungsamtes Leipzig) wies noch einmal auf die intensiven Aktivitäten und klaren Positionen der Stadt Leipzig bei der Entwicklung des Einkaufszentrums „Höfe am Brühl“ hin, wo es gelungen ist, ein kompatibles städtebaulich-räumliches Konzept, einen innenstadtfähigen Branchenmix und die Integration von Kultur- und Wohnnutzungen durchzusetzen;
- Herr Meigl Hoffmann (Kabarettist Leipzig) gab diverse Kommentare zum Verhältnis von Kultur und Kommerz, Großen und Kleinen, Einheimischen und Fremden ab und erzielte damit einige Heiterkeitserfolge.

Schließlich bezogen drei Schauspieler eines Improvisationstheaters das Publikum in eine humorvolle Auseinandersetzung mit dem Thema „City“ ein.



STAI