

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg – Berlin  
Netzwerk Kulturwirtschaft, Medien Bildung Südliche Friedrichstadt  
Friedrichstadt Süd e.V.



# Standortentwicklungskonzept

## KuQK - Kunst- und Kreativquartier

am ehemaligen Blumengroßmarkt  
Südliche Friedrichstadt, Berlin-Kreuzberg

Leitbild, Vergabekriterien, Entwicklungsinstrumente

Kurzfassung

Stand August 2011

## Impressum

### Auftraggeber

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg, Abteilung Stadtentwicklung

[www.berlin.de/ba-friedrichshain-kreuzberg](http://www.berlin.de/ba-friedrichshain-kreuzberg)

### Unterstützer

Netzwerk Kulturwirtschaft, Medien Bildung Südliche Friedrichstadt

Friedrichstadt Süd e.V.

### Durchführung

Projekt- und Koordinationsbüro

Kreativquartier Südliche Friedrichstadt

c/o Forum Berufsbildung, Charlottenstraße 2, 10969 Berlin

Web: [www.kreativ-quartier-berlin.de](http://www.kreativ-quartier-berlin.de)

Mail: [info@kreativ-quartier-berlin.de](mailto:info@kreativ-quartier-berlin.de)

### Projektleitung

Florian Schmidt (URBANITAS – Berlin Barcelona)

Tel.: 0160 964 12 601

Mail: [schmidt@kreativ-quartier-berlin.de](mailto:schmidt@kreativ-quartier-berlin.de)

### Kooperationspartner

Philippe Cabane (Büro für urbane Strategien, Basel)

Udo Dittfurth (Planergemeinschaft H. Dubach U. Kohlbrenner, Berlin)

Robert Slinger (KAPOK Berlin)

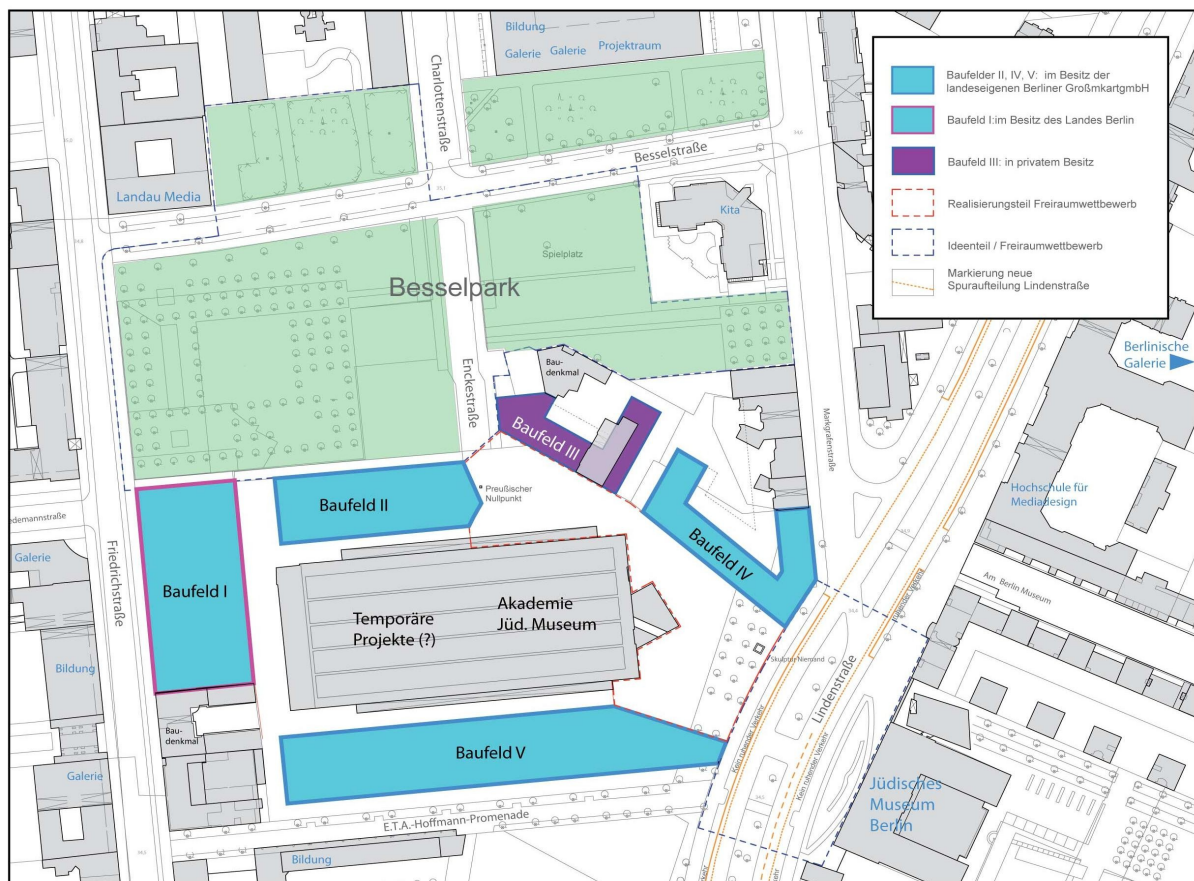
Andreas von Zadow (Von Zadow GmbH – Integrative Stadtentwicklung, Potsdam)

## Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage.....	4
2. Leitbild Kunst- und Kreativquartier (KuKQ).....	5
2.1 Konzept Kunst- und Kreativquartier (KuKQ).....	5
2.2 Dialogische Standortentwicklung.....	6
2.3 Leitziele und Umsetzungsansätze.....	6
2.4 Visualisierung des Leitbildes.....	8
2.5 Entwicklungsszenarien für Baufelder .....	10
3. Vergabekriterien.....	12
Öffentlichkeit.....	13
Kunst und Kultur .....	13
Kreativwirtschaft.....	13
Bildung.....	13
Vielfalt.....	14
4. Entwicklungsinstrumente.....	14
5. Fachdiskus zur Entwicklung von Kreativquartieren.....	15

## 1. Ausgangslage

Mit der Aufgabe des Berliner Blumengroßmarktes zwischen Friedrichstrasse und Lindenstrasse in Berlin Kreuzberg im Jahre 2010 steht ein 30.000qm fassendes Areal einer städtebaulichen Neugestaltung offen. Auf dem Gelände befindet sich eine Markthalle (6000qm) welche von der Bundesregierung zwecks Nutzung durch das Jüdische Museum Berlin erworben wurde. Im Norden, Westen und Süden ist die Halle von insgesamt 5 Baufeldern "ummantelt". Im Norden grenzt das Areal an den Besselpark, eine mittelgroße Grünanlage, die ebenfalls einer Neugestaltung offen steht. Im Ganzen ergibt ein Entwicklungsgebiet von ca. 80.000qm.



Übersicht KuKQ-Entwicklungsgebiet

Für die ca. 14.000qm umfassenden Baufelder um den ehemaligen Berliner Blumengroßmarkt, von denen sich 90% im Eigentum des Landes Berlin befinden, hat das Netzwerk Kulturwirtschaft, Medien, Bildung Südliche Friedrichstadt im Auftrag der Bezirksverwaltung von Friedrichshain-Kreuzberg die Konzeptstudie "KuKQ – Kunst- und Kreativquartier" entwickelt. Das KuKQ-Konzept wurde von der Bezirksverwaltung und dem Berliner Senat als Planungsgrundlage für die Entwicklung der öffentlichen Liegenschaften um die Blumenhalle anerkannt.

Zur Präzisierung des KuKQ-Konzeptes und zur Ausgestaltung von Vergabekriterien und Entwicklungsinstrumenten wurde im Frühjahr/Sommer 2011 im Auftrag des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg ein dialogisches Planungsverfahren durchgeführt. Ergebnis ist das vorliegende Standortentwicklungskonzept, bestehend aus Leitbild, Vergabekriterien und Entwicklungsinstrumenten.

## 2. Leitbild Kunst- und Kreativquartier (KuKQ)

Beschluss der Bezirksverordnetenversammlung von Friedrichshain-Kreuzberg vom 30.06.2010:

*„Ziel soll die Etablierung eines Kultur-, Bildungs- und Kreativwirtschaftsquartiers im Kontext der benachbarten Museums- und Bildungseinrichtungen sein, dessen Entwicklung im Sinne einer nachhaltigen und sozialen Stadtteilentwicklung unter Einbeziehung der Bedarfe und Problemlagen der umliegenden Kieze erfolgen soll.“*

### Basis des Leitbildes sind:

- Projektstudie Kreativquartier Südliche Friedrichstadt (2009)
- KuKQ-Konzeptstudie (2010)
- Beschluss der BVV Friedrichshain-Kreuzberg (2010)
- Eintägige Planungswerkstatt am 20.05.2011
- Analyse von Studien und Referenzprojekten
- Expertisen von ExpertenInnen

### 2.1 Konzept Kunst- und Kreativquartier (KuKQ)

Das Umfeld des Blumengroßmarktes hat sich in den letzten Jahren zu einem neuen Kultur- und Tourismuscluster entwickelt. 15 Theater und Museen, 70 Galerien und 400 Unternehmen der Kreativ- und Medienwirtschaft sind mittlerweile im Quartier ansässig. Im Jahre 2008 zählten die kulturellen Einrichtungen der Südlichen Friedrichstadt über 3.500.000 Besucher.

Diesem “Kulturquartier”, das zugleich sozialer Brennpunkt ist, fehlt ein lebendiger Mittelpunkt, als Begegnungsort zwischen Besuchern, Kreativwirtschaft und den teils sozial benachteiligten Anwohnern. Mit der Neugestaltung der ehemaligen Großmarkthalle durch Daniel Libeskind als Erweiterung des Jüdischen Museums ist das Herzstück des “KuKQs” bereits in Planung.

Für die umliegenden Bauflächen schlägt das KuKQ-Konzept ein vernetztes Ensemble aus Kunst- und Kreativwirtschaft, Bildungseinrichtungen und innovativen Wohn- und Arbeitsformen wie Baugruppen, Genossenschaften, Atelierhäuser und Co-Workingangeboten vor.

Nur eine Standortentwicklung, die bei den kreativwirtschaftlichen Stärken des Quartiers ansetzt und zugleich mit integrativen Ansätzen auf dessen Schwächen reagiert, statt nur eine Aufwertungsstrategie zu verfolgen, kann die wirtschaftliche, soziale und städtebauliche Lage der Südlichen Friedrichstadt verbessern und methodische Impulse für andere Entwicklungsgebiete Berlins setzen.

Zum einen wird der Kultur- Kreativwirtschafts- und Tourismussektor gestärkt, zum anderen gibt das KuKQ, in dem es soziale und kulturelle Vielfalt stärkt, die konsequente Antwort auf die Südlichen Friedrichstadt als eines der ärmsten Quartiere in Berlin.

Mit der Entwicklung der Liegenschaften um die Akademie des Jüdischen Museum unter Berücksichtigung der Ziele und Verfahren der seit 2009 vom Berliner Senat angekündigten neuausgerichteten Liegenschaftspolitik steht das KuKQ für eine nachhaltige Stadtentwicklung.

## 2.2 Dialogische Standortentwicklung

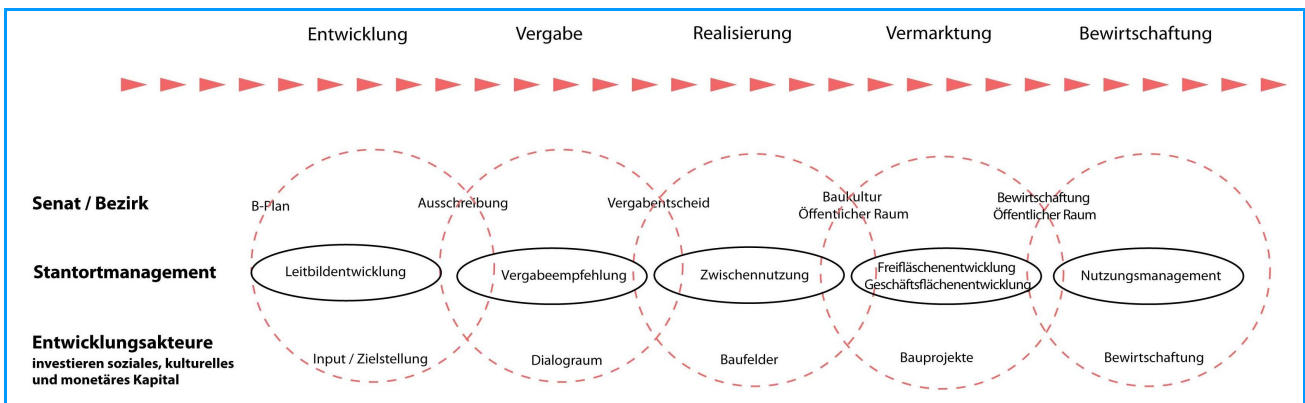
Das Kunst- und Kreativquartier am ehemaligen Blumengroßmarkt soll im Zusammenspiel aus der bestehenden lokalen Standortgemeinschaft (der Südlichen Friedrichstadt) und, im wesentlichen privaten, Projektentwicklern, Nutzern und Finanzierungspartnern umgesetzt werden.

Die Entwicklung eines “Kreativquartiers” muss mehr als nur durch Masterplanung konzipiert und umgesetzt werden. Es bedarf prozessoffener und dialogischer Entwicklungsstrategien und entsprechender Managementinstrumente.

Ein klares Standortprofil kann sich erst im Laufe der Zeit etablieren und wird nur auf Basis einer stetigen Wandlungs- und Dialogfähigkeit erfolgreich sein.

Kern des Leitbildes sind daher Leitziele und Leitkriterien, von denen manche bewusst abstrakt bleiben andere in konkrete Entwicklungsinstrumente münden oder inhaltliche Teil-Programmierungen des KuKQ zur Konsequenz haben.

### Prozessschema dialogische Standortentwicklung



## 2.3 Leitziele und Umsetzungsansätze

### Leitziel I: Profilierung eines für Berlin impulsgebenden Kreativwirtschafts- und Kultur-Clusters

- Durch die Stärkung der Stärken der Südlichen Friedrichstadt ein für den Kreativwirtschaftsstandort Berlin impulsgebendes Standortprofil ermöglichen
- Durch Preisniveaus, die der Eigenlogik kreativer Produktion entsprechen, für KreativproduzentInnenen adäquate Arbeits- und Wirkungsräume anbieten
- Durch “offene Räume” und kooperative Strukturen innovative und integrative Arbeits- und Lebensformen fördern

- Durch ein dialogisches Standortmanagement eine kooperative, vielfältige und offene Standortgemeinschaft unterstützen

### **Leitziel II: Einen Ort kultureller Begegnung und sozialer Vielfalt schaffen**

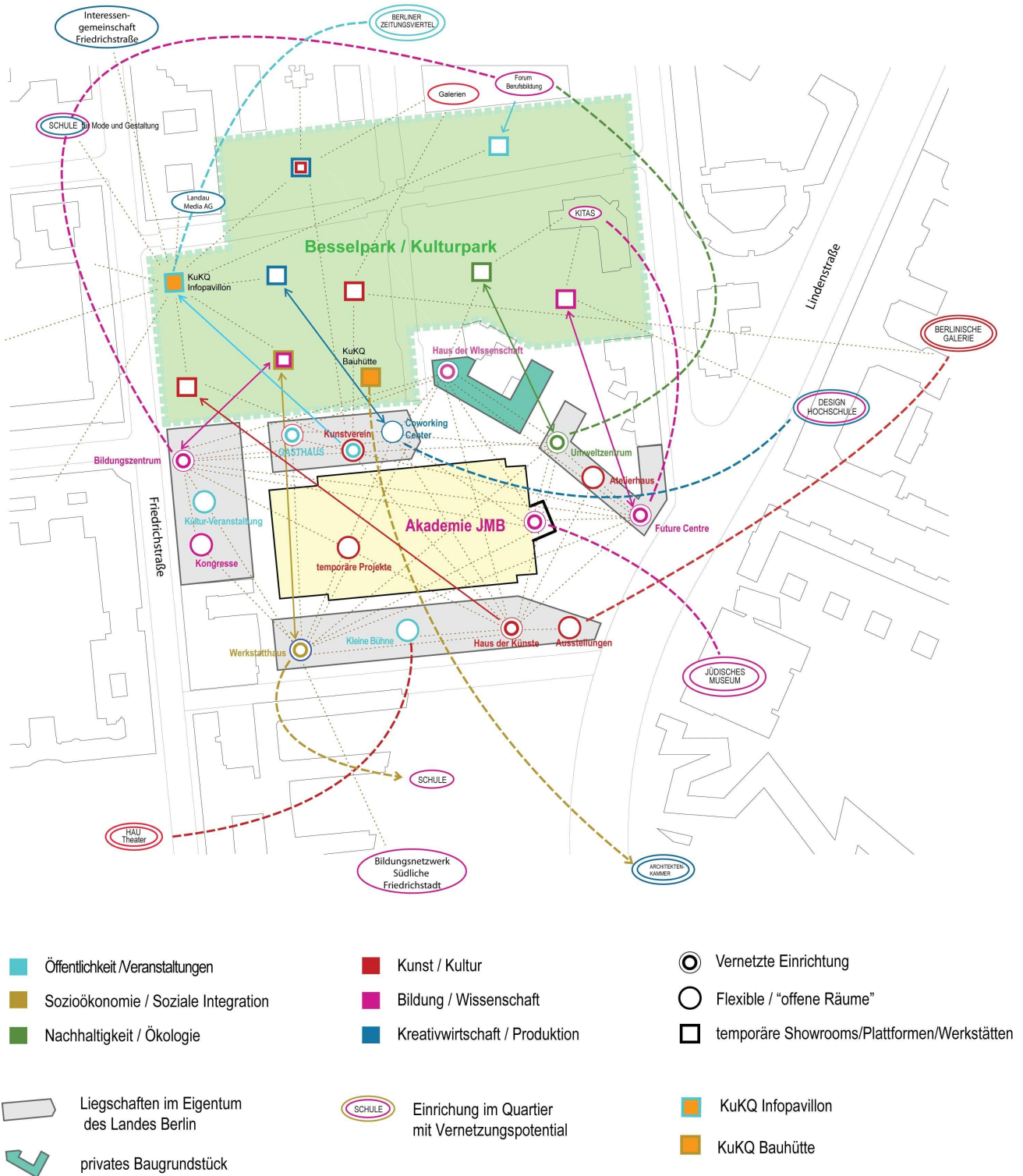
- Durch unterschiedliche Standards und Preisniveaus im Wohnungsangebot, ein sozial vielfältiges Quartier entwickeln
- Durch innovative Kommunikationsformate, einen Ort öffentlicher Wissensvermittlung und des interkulturellen Dialogs etablieren
- Durch entsprechende Bewirtschaftung und Bespielung von EG-Bereichen und Öffentlichen Räumen die soziale Vielfalt des Standortes stärken
- Durch ausgewogenen Nutzungsmix und Verwaltungsstrukturen eine lebendige Standortgemeinschaft stärken
- Durch Kooperationen mit lokalen Einrichtungen und Initiativen die sozialen und kulturellen Ressourcen des Umfeldes stärken

### **Leitziel III: Umsetzung eines modellhaften und nachhaltigen Gesamtkonzeptes im Kontext der Südlichen Friedrichstadt in Bezug auf deren städtebaulichen Potentiale und Problemlagen**

- Durch eine Neuausrichtung der Liegenschaftspolitik neue Wege in der Stadtentwicklung wagen
- Durch intermediäre Trägerschaftsmodelle und engagierte Entwicklungsakteure die langfristige Verankerung des Kunst- und Kreativquartier-Ansatzes sichern
- Durch ein integriertes Standortprofil die soziale und städtebauliche Integration zwischen der City-Ost und Kreuzberg stärken
- Durch integrative Qualifizierungsangebote und die Förderung von Kleingewerbe der Nahversorgung sozial benachteiligte Gruppen stärken
- Durch dialogisch entwickelte Programme und Wettbewerbsverfahren architektonische und städtebauliche Konzepte verbessern

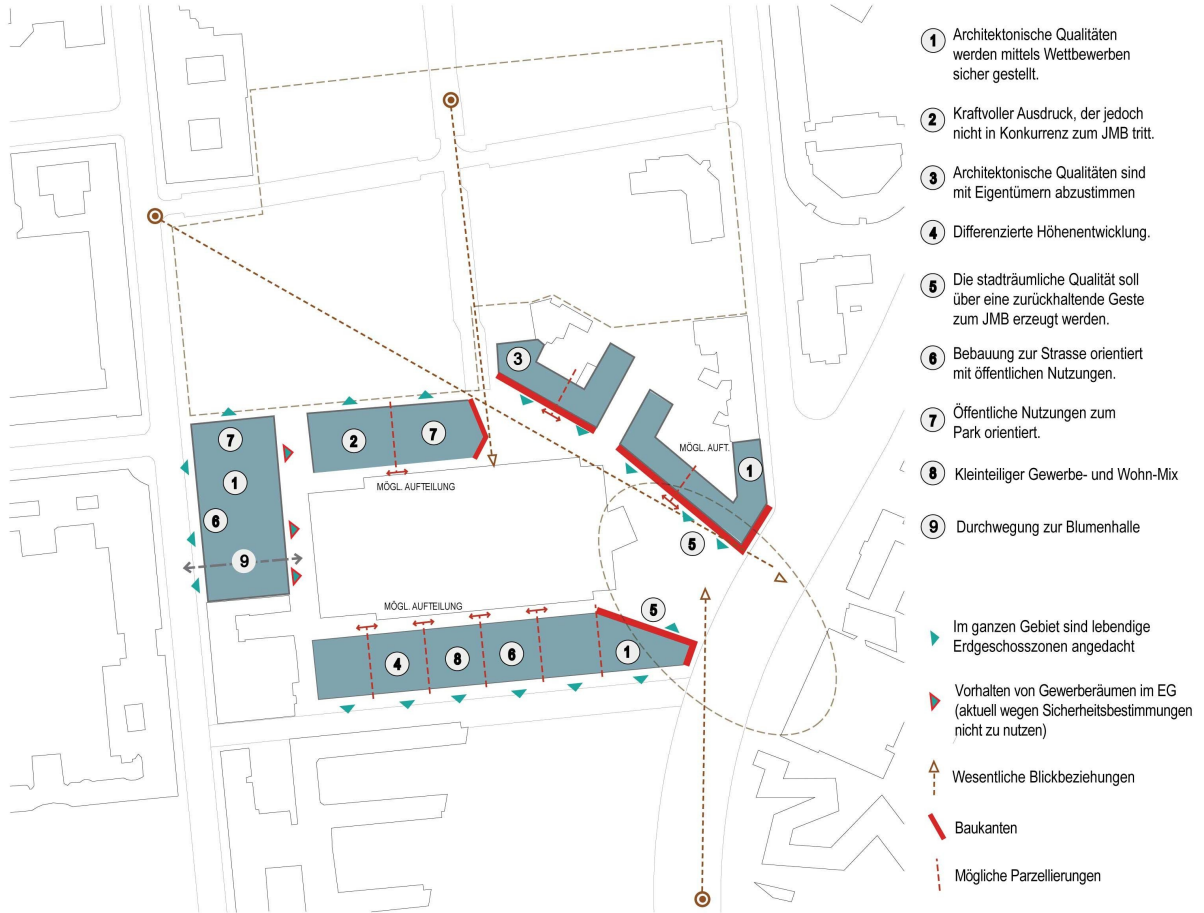
## 2.4 Visualisierung des Leitbildes

### Nutzungsmix und kooperative Strukturen

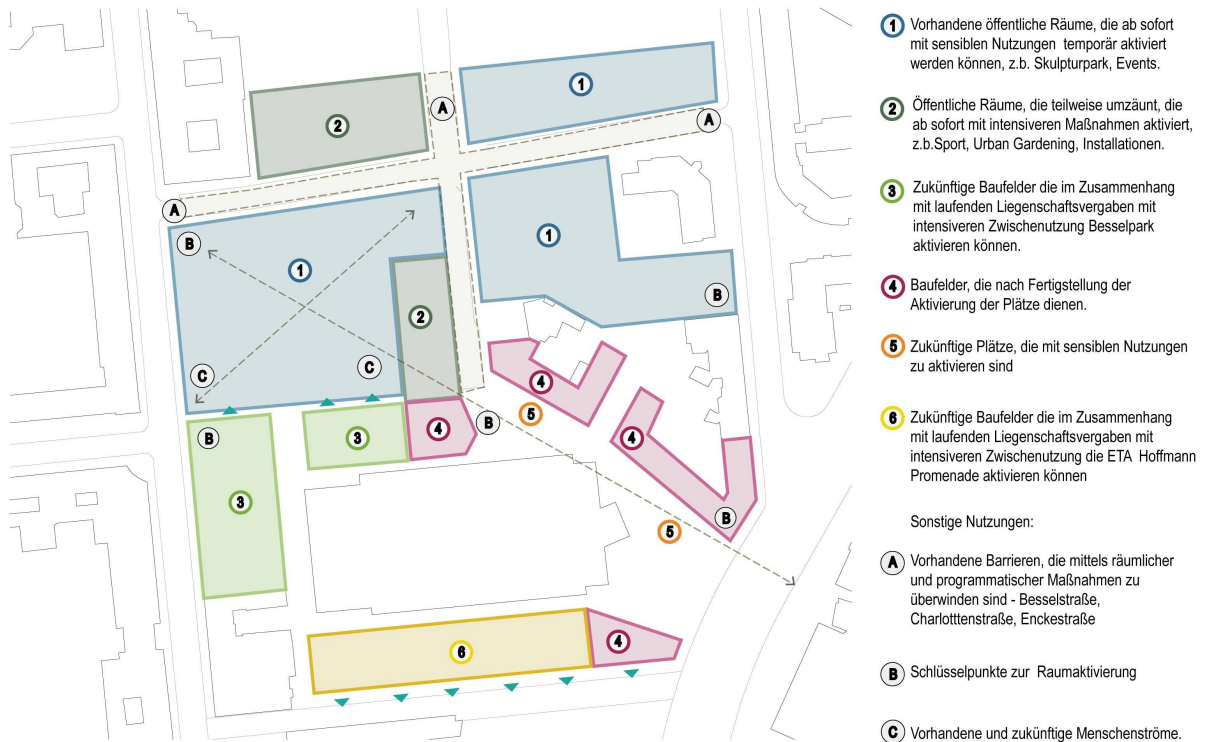




### Städtebau und Architektur

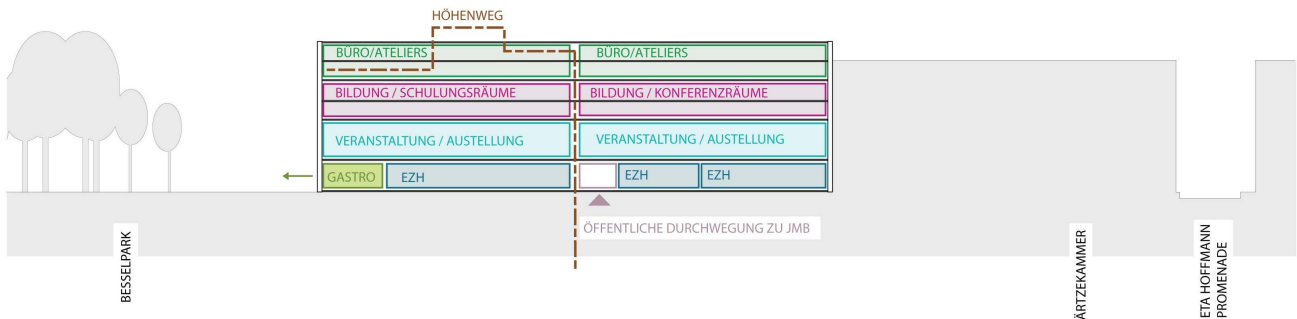


### Öffentlicher Raum und Zwischennutzung



## 2.5 Entwicklungsszenarien für Baufelder

### Entwicklungsansatz BAUFELD I



**Gewichtung der Vergabekriterien:**

Öffentlichkeit	Faktor 3
Kunst und Kultur	Faktor 1
Kreativität	Faktor 2
Vielfalt	Faktor 1
Bildung	Faktor 3

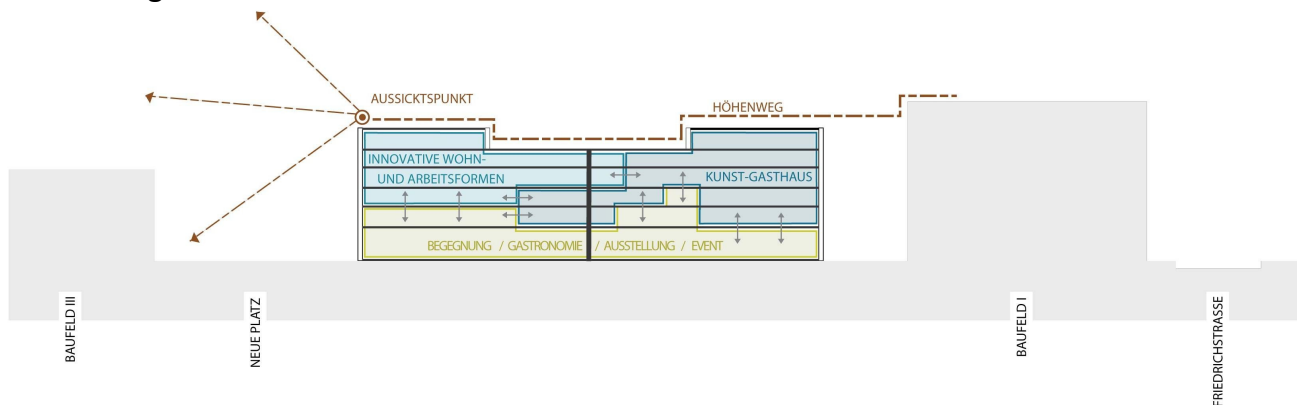
**Grunddaten**

Kerngebiet (MK)  
 Grundfläche: 2.895 m<sup>2</sup>  
 BGF: maximal 16.489 m<sup>2</sup>  
 Anzahl Geschosse: 7-8  
 Mindestkaufpreis: 3.780.000 €

**Lage im KuKQ**



### Entwicklungsansatz BAUFELD II



**Gewichtung der Vergabekriterien:**

Öffentlichkeit	Faktor 3
Kunst und Kultur	Faktor 4
Kreativität	Faktor 3
Vielfalt	Faktor 3
Bildung	Faktor 1

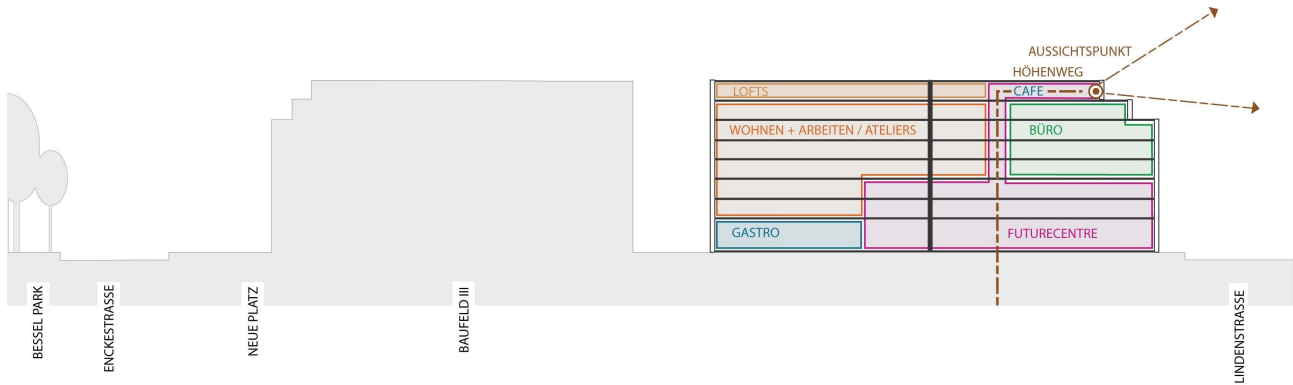
**Grunddaten**

Mischgebiet (MI 2)  
 Grundfläche: 2.428 m<sup>2</sup>  
 BGF: maximal 6.070 m<sup>2</sup>  
 Anzahl Geschosse: 2-5  
 Mindestkaufpreis: 1.520.000 €

**Lage im KuKQ**



### Entwicklungsansatz BAUFELD IV



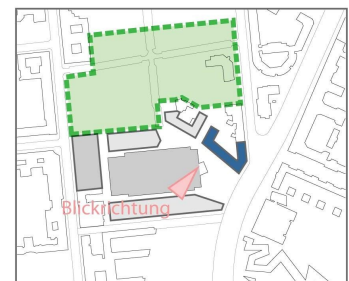
**Gewichtung der Vergabekriterien:**

Öffentlichkeit	Faktor 1
Kunst und Kultur	Faktor 1
Kreativität	Faktor 2
Vielfalt	Faktor 4
Bildung	Faktor 3

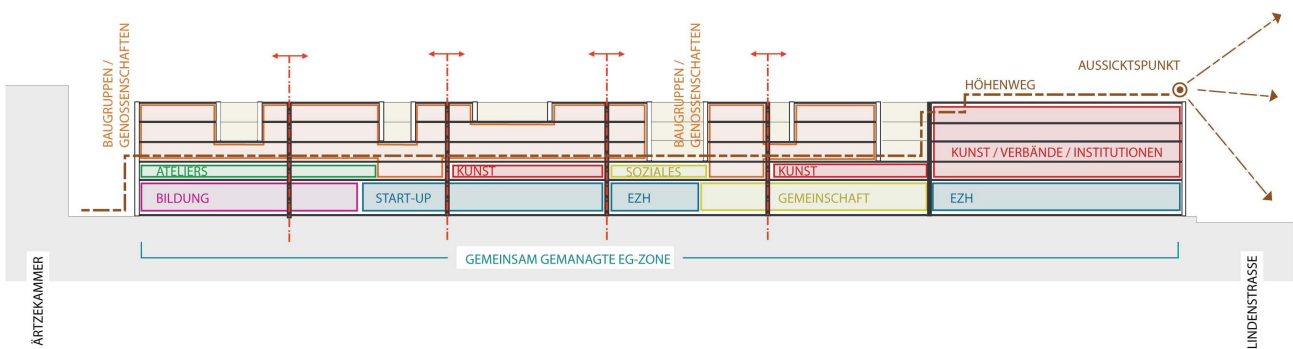
**Grunddaten**

Kerngebiet (MI 2)  
 Grundfläche: 2.532 m<sup>2</sup>  
 BGF: maximal 7.596 m<sup>2</sup>  
 Anzahl Geschosse: 5-7  
 Mindestkaufpreis: 1.630.000 €

**Lage im KuKQ**



### Entwicklungsansatz BAUFELD V



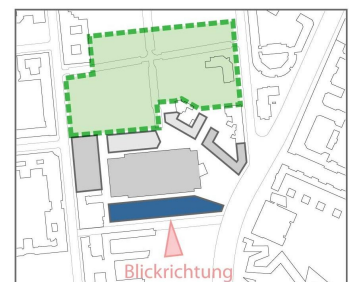
**Gewichtung der Vergabekriterien:**

Öffentlichkeit	Faktor 1
Kunst und Kultur	Faktor 3
Kreativität	Faktor 3
Vielfalt	Faktor 4
Bildung	Faktor 1

**Grunddaten**

Kerngebiet (MI 2)  
 Grundfläche: 4812 m<sup>2</sup> (2.013 m<sup>2</sup> + 2.799 m<sup>2</sup>)  
 BGF: maximal 12031 m<sup>2</sup> (5.033 m<sup>2</sup> + 6.998 m<sup>2</sup>)  
 Anzahl Geschosse: 2-5  
 Mindestkaufpreis: 3.370.000 €  
 (1.630.000 € + 1.740.000 €)

**Lage im KuKQ**



### 3. Vergabekriterien

Die folgenden Leitkriterien "Öffentlichkeit – Kunst und Kultur – Kreativwirtschaft – Vielfalt – Bildung" haben den Zweck zwischen den Leitzielen und der Vergabe der öffentlichen Liegenschaften, also dem wichtigsten Schritt des Entwicklungsprozesses, zu vermitteln. Die Leitkriterien sind zugleich Vergabekriterien. Sie sind Grundlage, für die Beurteilung von Bewerberkonzepten, auf deren Basis die Entscheidungen über die Vergabe der Liegenschaften gefällt werden wird.

Entsprechend dem räumlichen Entwicklungskonzept (siehe 2.5, S. 9-10) sind die Kriterien je Baufelder verschieden gewichtet:

#### Gewichtung der Kriterien pro Baufeld:

Kriterien	Baufeld I	Baufeld II	Baufeld IV	Baufeld V
Öffentlichkeit	<b>Faktor 3</b>	Faktor 3	Faktor 1	Faktor 1
Kunst/Kultur	Faktor 1	<b>Faktor 4</b>	Faktor 1	<b>Faktor 3</b>
Kreativwirtschaft	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 2	<b>Faktor 3</b>
Vielfalt	Faktor 1	Faktor 3	<b>Faktor 4</b>	<b>Faktor 4</b>
Bildung	<b>Faktor 3</b>	Faktor 1	<b>Faktor 3</b>	Faktor 1

Bewerber für den Erwerb der Liegenschaften sind angehalten, ihre Nutzungskonzepte an den Leitkriterien zu orientieren. Die formulierten Kriterien geben Anhaltspunkte über eine gewünschte Entwicklung. Sie sollen jedoch einen Ausgangspunkt für nicht vorhersehbare und innovative Konzepte von Projektentwicklern, Nutzern und Finanzierungsakteuren darstellen. Das Zusammenspiel von unterschiedlichen Themen und Unterzielen (siehe Themenraster) soll einen kreativen und dialogischen Ideenwettbewerb anregen.

Im Rahmen von Informations- und Qualifizierungsveranstaltungen stehen die Ziele und Kriterien einer dialogischen Weiterentwicklung offen. (Siehe Entwicklungsinstrumente, S 8)

## Öffentlichkeit

### ZIEL: Kultureller und sozialer Begegnungsort (Leitziel II)

#### THEMENRASTER:

- Hoher Publikumsverkehr, tagsüber und Abends
- Nutzungskonzepte die Debattenkultur und soziale Begegnung fördern
- Niedrige Zugangsschwellen und hohe Aufenthaltsqualität
- Gastgewerbe mit konzeptioneller Anbindung an KuKQ-Profil

## Kunst und Kultur

**ZIEL: lebendiger und ausstrahlender Kunst- und Kulturstandort (Leitziel I)**

THEMENRASTER:

- Profilbildende Schwerpunktsetzung (siehe Standortprofil)
- Atelier-Angebote / flexible Räume verschiedener Preisklassen und Standards
- Kunst- und Kulturvermittlung / kulturelle Bildung
- Anteil von öffentlich geförderten Projekten

**STANDORPROFIL :** Mix aus Hochkultur und Subkultur & kultureller Produktion und Präsentation.

## Kreativwirtschaft

**ZIEL: lebendiger Kreativwirtschaftsstandort für vielfältige Nutzergruppen (Leitziel I+II)**

THEMENRASTER:

- Für den Standort impulsgebende kreativwirtschaftliche Konzepte
- Co-Working-Formate und temporäre Präsentations- und Projekträume
- Vernetzung zu Schwerpunktbereichen der Südlichen Friedrichstadt: Galerien/Theater/Museen, Architektur und Design, Presse- und Medienwesen
- Konzepte die Wertschöpfungsketten vor Ort abbilden

## Bildung

**ZIEL: Innovative Bildungsangebote als Bestandteil von Nutzungskonzepten (Leitziel II+III)**

THEMENRASTER:

- Berufsbildung / Wissensvermittlung
- Forschung und Entwicklung
- Offene und flexible Räume für Schulungen, Konferenzen, Seminare
- Vorüberlegungen zum Campus-Ansatz als Bestandteil der Bewerberkonzepte

**CAMPUS-ANSATZ:** Synergien im KuKQ und zum Quartiersumfeld im Bereich Wissensvermittlung

## Vielfalt

**ZIEL: soziale Vielfalt und lokale Vernetzung (Leitziel II)**

THEMENRASTER:

- Kleinteilige Betriebs- und Eigentümerstrukturen
- Betriebe mit Nahversorgungsfunktion
- Innovative Misch-Konzepte (z.B. Arbeiten-Wohnen)
- Räume mit unterschiedlicher Standards und Preisklassen
- Vernetzung/Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen

**KEINE KREATIVITÄT OHNE VIELFALT:** Eine "Monokultur" der Bereiche Kunst- und Kreativwirtschaft ist zu verhindern. Ein angemessener Anteil „normaler“ Gewerbe und nachbarschaftlicher Wohnstruktur ist erwünscht.

## 4. Entwicklungsinstrumente

Es ist gewünscht, dass sich Bewerber im Rahmen von Informations- und Qualifizierungsveranstaltungen am Dialogverfahren über die Leitziele und die Umsetzung des KuKQ-Konzeptes beteiligen (siehe 2.2 Dialogischer Entwicklungsansatz, S. 3)

- An jedem 1. und 2. Montag von 17-20 Uhr finden Informationsveranstaltungen zum Standortentwicklungskonzept KuKQ statt.
- Nach Ablauf der Bewerbungsfrist werden mit Bewerbern, die vollständige Bewerbungsunterlagen eingereicht haben Qualifizierungsworkshops durchgeführt.

Die folgenden, die Standortentwicklung begleitenden, Entwicklungsinstrumente sollen im Dialog mit zukünftigen Eigentümern umgesetzt werden (siehe Abb 2, S X: dialogischer Entwicklungsansatz)

Im Unterschied zu den Leitkriterien haben die Entwicklungsinstrumente die Funktion baufeldübergreifend, also in Bezug auf den Gesamtstandort, Entwicklungsziele zu sichern.

### **Gewerbeflächen in Erdgeschossbereichen**

Es ist gewünscht, dass im Rahmen der einzureichenden Nutzungskonzepte für Erdgeschossbereiche eine gewerbliche bzw. öffentliche Nutzung vorgesehen wird.

### **Kooperative Konzepte für den Öffentlichen Raum**

Es ist gewünscht, dass im Rahmen der einzureichenden Nutzungskonzepte kulturelle und kreative Nutzungsformen für den Öffentlichen Raum, einschließlich Besselpark, Berücksichtigung finden. Dies kann je nach Baufeld und Bedarf die Erteilung von Nutzungsrechten und entsprechender Verantwortung für Instandsetzung und Pflege umfassen.

### **Energetischen Standards**

Es ist gewünscht, dass sich Bewerber verpflichten, dass ihre Bauvorhaben den modernsten energetischen Standards entsprechen.

### **Dialogisches Standortmanagement**

Es ist gewünscht, dass sich Bewerber zur Mitwirkung an einem langfristigen Standortmanagement verpflichten.

- **STANDORPROFIL** : Gewünscht ist ein ausgewogener Mix von Hochkultur und Subkultur; wie auch von kultureller Produktion und Präsentation.
- **CAMPUS-ANSATZ**: Synergien innerhalb des KuKQ und zum Quartiersumfeld sollten im Bereich Wissensvermittlung gezielt gefördert werden. Im Rahmen des dialogischen Standortmanagements soll ein Konzept mit Eigentümer und Nutzer entwickelt werden.
- **KEINE KREATIVITÄT OHNE VIELFALT**: Kunst- und Kreativwirtschaft sind die Leitthemen des Standortes. Eine "Monokultur" dieser Bereiche ist jedoch zu verhindern. Ein angemessener Anteil „normaler“ Gewerbe und nachbarschaftlicher Wohnstruktur ist erwünscht.

*Finanzierungsansatz*: Kofinanzierung durch öffentliche Mittel

**Energetisches und ökologisches Gesamtkonzept**

Es ist gewünscht, dass sich Bewerber verpflichten, sich an der Entwicklung eines energetischen und ökologischen Gesamtkonzeptes zu beteiligen.

*Finanzierungsansatz:* Kofinanzierung durch öffentliche Mittel

**Baukultur stärken**

Es ist gewünscht, dass Bewerber erste Vorstellungen über die architektonische Umsetzung ihrer Projekte einreichen. Im Rahmen von dialogischen Verfahren soll ein gestalterisches Gesamtkonzept entwickelt werden, bei welchen Gestaltungskriterien definiert werden.

*Finanzierungsansatz:* Kofinanzierung durch öffentliche Mittel

## 5. Fachdiskus zur Entwicklung von Kreativquartieren

Die folgenden Zitate nehmen Bezug zum geplanten Kunst- und Kreativquartier am ehemaligen Blumengroßmarkt in Berlin oder zum geplanten Kreativquartier Oberhafen in Hamburg. Sie vermitteln den aktuellen Diskurs zur Entwicklung von Kreativquartieren in innerstädtischen Arealen.

Die Zitate fungieren im Sinne einer informellen Handreichung für Bewerber und zur Vorbereitung auf Infoveranstaltungen und Qualifizierungsworkshops im Rahmen des Vergabeverfahrens.

**Markus Bader (Raumlabor Berlin)**

*“Ein Kreativquartier als Showcase für einen Paradigmenwechsel in der Stadtentwicklung. Das lernende Stadtquartier - wie ist das möglich? Wie können Rahmenbedingungen so gestaltet werden, dass lokales Handeln vor Ort die Planung über Zeit qualifiziert? Wie können lokal eingebundene Aktionsknoten geschaffen werden, die das Potential von Raumnutzern mit der Imagination von Künstlern und der Perspektive von Raumplanern verknüpfen?”*

Quelle: Tagungsunterlagen des Auftaktsymposiums “Oberhafen HafenCity 2011 Transformationsräume, Kultur und Kreativität” am 25./26.03.2011

**Matthias Böttger (raumtaktik, Berlin)**

*“Um die Entwicklung des Quartiers verantwortlich begleiten zu können, muss man offen Denken und verschiedene Optionen, parallele Szenarios globaler und lokaler Entwicklung durchspielen, die die Bandbreite möglicher Zukünfte aufzeigen. Eine solche flexible Prozessarchitektur mit langfristigem Horizont wird dafür sorgen, dass die versprochenen Industrien eine nachhaltige Kreativität und eine freie und inklusive Zukunft unterstützen, die allen Akteuren Beteiligung und Identifikation ermöglicht.”*

Quelle: Tagungsunterlagen des Auftaktsymposiums “Oberhafen HafenCity 2011 Transformationsräume, Kultur und Kreativität” am 25./26.03.2011

**Philippe Cabane (Büro für urbane Strategien, Basel)**

*“Die Frage nach den Erfolgsfaktoren eines Kreativquartiers hängt ganz entscheidend davon ab, was man unter Erfolg versteht. Unter Erfolg verstehe ich, dass es gelingt, in einem Stadtraum dauerhaft kreatives und soziales Kapital freizusetzen. Hierfür braucht es vor allem eine Kultur der Bewirtschaftung dieser Flächen. Diese ist wesentlich von einer Trägerschaft oder Dachorganisation abhängig, die ein Areal mindestens nach folgenden Grundsätzen bewirtschaftet:*

- *Die «Verwaltung» ist vor Ort verankert und bewirtschaftet mit «persönlicher Präsenz» sowohl die Gebäude als auch die Freiflächen.*
- *Im Rahmen bewusst unterschiedlicher Standards und Preisklassen (als Voraussetzung für eine Durchmischung unterschiedlicher Lebenskonzepte) ist ein Teil der Mietflächen nur temporär abzutreten. Damit werden laufend neue Impulse möglich.*
- *Publikumsorientierte Angebote und eine bewusste Bewirtschaftung/Bespielung der Freiflächen als öffentliche Räume sorgen für eine Einbindung in den weiteren Kontext der Stadt.*
- *Ein angemessener Anteil von «nicht-Kreativen ist zu gewährleisten.»*

Quelle: Vortrag im Rahmen der Planungswerkstatt zum Kunst- und Kreativquartier am ehemaligen Blumengroßmarkt, Berlin am 20.5.2011

**Prof. Mona El Khafif (California College of the Arts, San Francisco)**

*“Städtischer Freiraum und in weiterer Folge der hieraus resultierende Urbanismus ist nicht auf seine materielle Gestalt reduzierbar, sondern muss als mehrdimensionaler Raum betrachtet werden, der die Performanz des Menschen an die materielle Form bindet und hiermit auch zeitliche Verläufe integriert.”*

*“Für die Gestaltung Öffentlicher Räume ergeben sich aus meiner Perspektive vier Interventionsbereiche: die Investition in die gebaute materielle Ressource als Hardwarestrategie, die Investition in die programmatische Ressource als Softwarestrategie, die Etablierung von Regulationssystemen und Netzwerken als Orgwarestrategie und letztendlich die Beeinflussung von Repräsentations- und Zeichensystemen als Brandwarestrategie”*

Quelle: Vortrag im Rahmen der Planungswerkstatt zum Kunst- und Kreativquartier am ehemaligen Blumengroßmarkt, Berlin am 20.5.2011

**Dr. Bastian Lange (Multiplicities – Berlin)*****“Welche Nutzer?”***

*Es sollte auf Nutzungsmischung hingewirkt werden. Nicht nur im Kunst- und Kreativwirtschaftsfeld, sondern zwischen z.B. sozialen Integrationsprojekten und Kreativwirtschaft, zwischen Dienstleistern (Service) und Kunst. Ziel sollte es sein, konkrete (Alltags-) Bedarfe zu decken, weniger hochkarätige Hubs zu entwickeln.*

***Welche Investoren?***

*Stabile generalistisch aufgestellte Investoren bieten den Vorteil, Planungs- und*



*Finanzierungssicherheit zu haben. Genossenschaftlich kollaborative (gGmbH) Träger bieten ggf. den Vorteil, stärker in geteilter Verantwortung "von unten" an den faktischen Bedarfen von Mietern und Nutzern zu arbeiten.*

### **Welche Profile?**

*Ich schlage vor, Nutzer nicht über ihre professionelle Beschäftigung zu definieren, sondern über ihre soziale Praxis: In Netzwerken, kollaborativ, in Coworking-Strukturen...damit sich die Qualität der Nutzungsoptionen schneller verbreitet und nicht nur "Mieter" drin sind, sondern sich dort Interaktion einstellt... Beginnen darf und sollte es mit einem Gastronom und einem Cafebetreiber..."*

Quelle: Vortrag im Rahmen der Planungswerkstatt zum Kunst- und Kreativquartier am ehemaligen Blumengroßmarkt, Berlin am 20.5.2011

### **Prof. Dieter Läßle (HafenCity Universität Hamburg)**

*"Aus der Perspektive der Stadtgesellschaft und der Stadtökonomie interessieren mich die Verknüpfungsmöglichkeiten der Symbolproduktion mit materiellen Produktionsprozessen, die Zusammenhänge der Kultur- und Kreativökonomie mit der lokalen Ökonomie und der Migrantenökonomie sowie die Überlappungsbereiche mit den traditionellen Dienstleistungen."*

*"Gleichzeitig muss der Eigensinn und die relative Autonomie von Kulturproduktion respektiert und unterstützt werden. Kreative Aktivitäten brauchen Freiräume. Wenn sie nur im Hinblick auf ihren möglichen Beitrag zur ökonomischen Wertschöpfung und zur Stimulierung von Stadtteilen betrachtet werden, verlieren sie ihre innovative Kraft."*

Quelle: Tagungsunterlagen des Auftaktsymposiums "Oberhafen HafenCity 2011Transformationsräume, Kultur und Kreativität" am 25./26.03.2011

### **Ares Kalandidis (Geschäftsführer INPOLIS UCE GmbH, Berlin)**

*"Die interessantesten Stadträume sind die, die Brüche, Widersprüche und Unzulänglichkeiten sowie Raum für Phantasie vorweisen. Kreatives Denken und Handeln bedeutet, gerade in den Lücken der Planung, transformierbare Räume schaffen zu können, die einen hohen Grad an Identifizierung und Eigenleistung zulassen... Eine Kombination von permanenten und offenen, temporären Nutzungen, von Top-Down- und Bottom-Up-Prozessen, bei denen Beteiligung und Teilhabe ernst genommen werden, ist Voraussetzung für nachhaltig funktionierende kreative Stadträume."*

Quelle: Tagungsunterlagen des Auftaktsymposiums "Oberhafen HafenCity 2011Transformationsräume, Kultur und Kreativität" am 25./26.03.2011

### **Prof. Klaus Overmeyer (Bergische Universität Wuppertal)**

#### **"Die Entwicklungsstrategie:**

*Offene Entwicklungen erfordern die Verknüpfung von Dialog, Aktion, Koproduktion und Planung. Die kontinuierliche Rückkopplung zwischen Haltung und Wirklichkeit ist Grundlage der Strategie.*

***Der Umgang mit Öffnung, Öffentlichkeit und öffentlichem Raum:***

*Zugänglichkeit und vielfältige Öffentlichkeiten sind wichtiger als das Design öffentlicher Räume.*

***Die Findung von Identitäten, Themen und Programmen, die den Ort ausmachen:***

*Der Oberhafen braucht ein klares Profil, das nicht a priori definiert, sondern über unterschiedliche Formate mit der Zeit entstehen muss.*

***Die Menschen, die in die Entwicklung eingebunden werden:***

*Der Oberhafen bietet die Chance, Akteure zu Partnern der Entwicklung zu machen.*

***Die unterschiedlichen Formen der Wertschöpfung:***

*Das „Kapital“ des Oberhafens liegt weniger in kalkulierbaren Renditen als vielmehr in seinem Nährboden für wegweisende Formen eines prozess- und nutzerorientierten Städtebaus. Die Teilhabe an den monetären und ideellen Wertschöpfungszyklen muss neu ausgehandelt werden.*

***Die Kommunikation des Ortes:***

*Kultur- und Kreativwirtschaft ist die aktuelle Zauberformel von Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung. Die einseitige Vermarktung unter dem Label der Kultur- und Kreativwirtschaft wird möglicherweise dem Ort mehr schaden als nützen.“*

Quelle: Tagungsunterlagen des Auftaktsymposiums “Oberhafen HafenCity 2011 Transformationsräume, Kultur und Kreativität” am 25./26.03.2011