



Kreativräume in der Stadt

Integration von
Kunst, Kultur und Co.
in die Berliner Stadtentwicklung

Kurzfassung



**Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung**
Planen, Bauen, Wohnen,
Natur, Verkehr



Kreativräume in der Stadt

Integration von Kunst, Kultur und Co.
in die Berliner Stadtentwicklung

Im Auftrag

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Berlin
Referat Stadtentwicklungsplanung
Monika Faltermaier
Elke Plate
Thorsten Tonndorf

Bearbeiter/innen

STADTart

Planungs- und Beratungsbüro
Kultur – Freizeit – Sport
Dipl.-Ing. Ralf Ebert, Dr. Friedrich Gnad
Gutenbergstr. 34, D-44139 Dortmund
Fon: +49-(0)231/ 58 44 99 5 - 0
Fax: +49-(0)231/ 58 44 99 5 - 27
e-mail: mail@stadtart.com
www.stadtart.com

Prof. Dr. Klaus R. Kunzmann
Fachgebiet Europäische Raumplanung
Universität Dortmund
D-44221 Dortmund
Fon: +49-(0)231/ 755 24 26
Fax: +49-(0)231/ 755 47 85
e-mail: klaus.kunzmann@udo.edu
www.raumplanung.uni-dortmund.de

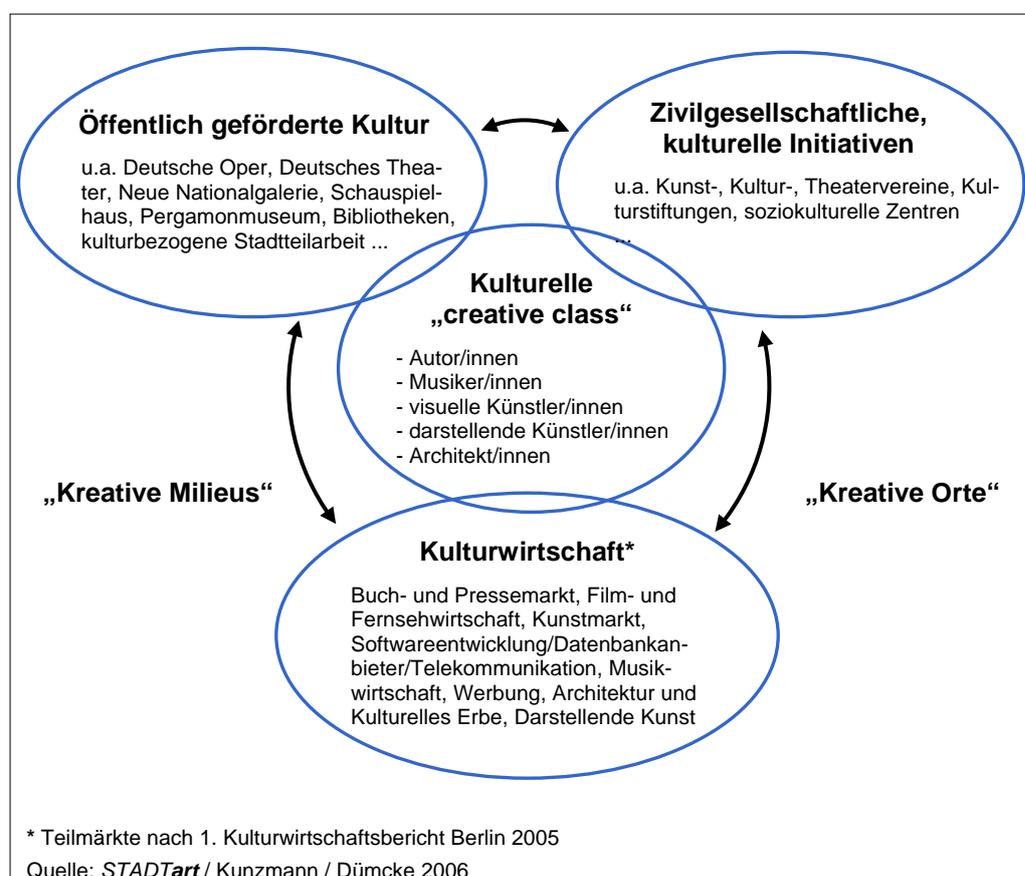
Culture Concepts

Dr. Cornelia Dümcke
Moosdorfstraße 7-9
12435 Berlin
Fon: +49-(0)30/ 53 69 98 00
Fax: +49-(0)30/ 53 69 98 01
e-mail: info@cultureconcepts.de
www.cultureconcepts.de

Kunst, Kultur und Co. in der Berliner Stadtentwicklungsplanung:

Im internationalen Wettbewerb der Metropolen wird der Zukunftsbranche Kulturwirtschaft („cultural industries“ oder „creative industries“) eine zunehmende Bedeutung beigemessen. Untersuchungen in London, Wien oder Helsinki zeigen, dass diese Branche erhebliche Umsatzeffekte erzielt sowie die Beschäftigung bzw. die Entwicklung anderer Branchen fördert, u.a. der Tourismus und der Modewirtschaft. Mit den Einrichtungen und Angeboten der anderen Säulen der Kultur in Berlin (Übersicht 1) ist die Branche ebenso ein relevanter Imagefaktor des Wissenschaftsstandortes Berlin. Nach dem 2005 vorgelegten 1. Kulturwirtschaftsbericht gibt es in Berlin 18.000 zumeist kleine und mittelständische Unternehmen bzw. Selbstständige mit rund 120.000 Arbeitsplätzen, die bei über 8 Mrd. Euro einen Umsatzanteil von ca. 11 Prozent des Bruttoinlandsprodukts der Stadt erzielen.

Übersicht 1: Vier Säulen der Kultur in Berlin





Vor diesem Hintergrund, den strukturellen Herausforderungen der Branche (z.B. internationaler Wettbewerb um die „creative class“) und beispielhaften Förderinitiativen bzw. Strategien anderer Großstädte hat die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung die räumlichen Ausprägungen der Kulturwirtschaft und stadtentwicklungsplanerischen Handlungsmöglichkeiten zu deren Stärkung untersuchen lassen. Anliegen war es die raumbezogenen Bedingungen der Kultur- bzw. Kreativwirtschaft bzw. kultureller Szenen in der Stadt (u.a. an „kreativen Orten“) durch entsprechende Initiativen und Maßnahmen zu verbessern und die Entwicklung „kreativer Milieus“ zu ermöglichen.

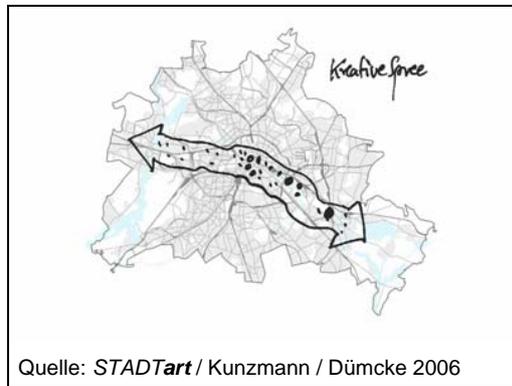
Das im folgenden dargestellte Handlungskonzept für die Stadtentwicklungsplanung zur Stärkung der Kulturwirtschaft wurde in ersten Grundüberlegungen bereits in der Veröffentlichung „Perspektiven für Berlin – Strategien und Leitprojekte“ des Stadtforum Berlin im Mai 2006 vorgestellt. Es umfasst neben dem Ansatz der Leitprojekte drei weitere Handlungsansätze, die übergreifender angelegt sind. Im Weiteren gilt es die Machbarkeit zu prüfen und Partner für die Umsetzung zu finden.

Leitprojekt des gesamtstädtischen Handlungskonzeptes zur Stärkung der Branche ist das nationale und internationale „Branding“ entwicklungsfähiger räumlicher Schwerpunkte von „Kunst, Kultur und Co.“ in Berlin. In dem auf mehrere Jahre konzipierten Leitprojekt „Standortfaktor Kulturwirtschaft – Kreative Korridore und Netze in Berlin“ sollen u.a. die Unternehmen der Kulturwirtschaft mit stadt-, quartiers- und tourismusbezogenen Initiativen vernetzt werden. Es ist ein offenes Konzept und möchte die für die Branchenentwicklung relevanten Akteursgruppen der Stadt aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft zu neuen Projekten ermutigen. Gleichzeitig wird damit auch ein wichtiger Beitrag zum internationalen Image Berlins als kreative Stadt geleistet.

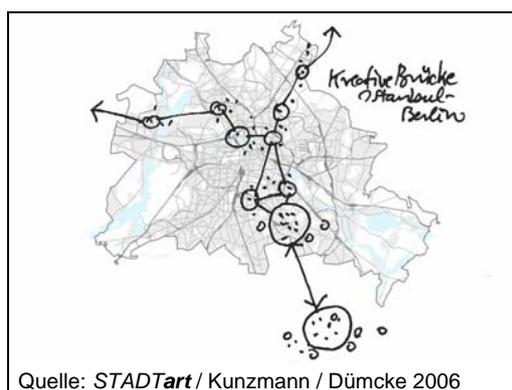
Als mögliche erste Initiative des Leitprojektes ist ab 2007 die „**Kreative Spree**“ angedacht. In dem Raum rechts und links der Spree befinden sich neben Aushängeschildern wie „Universal Music“ oder dem „Internationalen Design Zentrum“ auch öffentlichkeitswirksame Angebote wie die „Arena“ in Treptow oder „Maria“ am Ostbahnhof sowie zahlreiche kleinere Kulturbetriebe. Durch deren Vernetzung, durch Projektbörsen bzw. die Intensivierung des vorhandenen Standortmarketings im Rahmen des Regionalmanagements und des Programms „Stadtumbau West“ soll dieser Raum als Innovationsraum der Kultur- bzw. Kreativwirtschaft ausgebaut werden. Städtebauliche Maßnahmen wie Lichtinszenierungen, die Gestaltung der Promenade etc. (vgl. Leitprojekt „Stadt am Wasser“) sollen weitere Bausteine bilden und zielen darauf ab die räumlichen Entwicklungsbedingungen der Branche zu verbessern und in Ver-



bindung mit Veranstaltungen, Presseberichten etc. den Raum darüber hinaus als touristisches Ziel für Berlin zu entwickeln und bekannt zu machen.



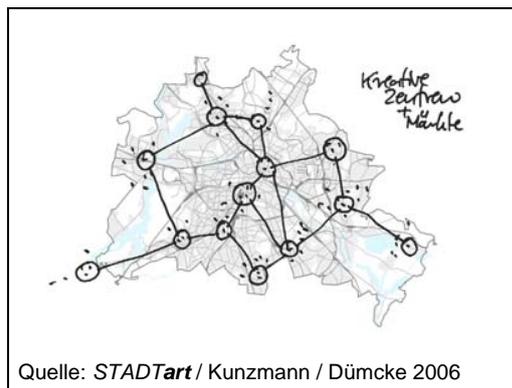
Als weiterer möglicher Bestandteil kann ab 2009 die Initiative „**Kreative Brücke Istanbul – Berlin**“ ab 2009 wird anlässlich von „10 Jahren sozialer Stadtentwicklung“ – 1999 wurde das Quartiersmanagement in Berlin eingeführt – den Zusammenhang zwischen Migration, Kreativität und lokalen Ökonomien in den Mittelpunkt rücken. Räumliche Handlungsschwerpunkte dieses kreativen Brückenschlags zu anderen Metropolen können insbesondere Kreuzberg, Wedding, Neukölln-Nord und Moabit sein. Ausgehend von den Schnittstellen zwischen diesen Feldern sollen die spezifischen Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft im Rahmen von Qualifizierungsstrategien gezielt für die Gebietsentwicklung und die Sicherung bzw. Schaffung von Arbeitsplätzen dieser Bezirke genutzt werden.



Ziel der folgenden Initiative „**Kreative Zentren**“ ist die zukunftsorientierte und nachhaltige Entwicklung der wichtigsten Stadtteilzentren von Berlin durch Kultur und Kulturwirtschaft. Ausgehend von deren spezifischen Entwicklungspotenzialen (z.B. des Modedesigns oder auch der „kreativen Gastronomie“), den vielfach unterschiedlichen kulturellen Szenen und den Erfahrungen mit zen-



trenbezogenen Entwicklungsstrategien sollen aufeinander abgestimmte zentrenspezifische Handlungskonzepte zur Stärkung durch Kultur und Kulturwirtschaft formuliert werden. Gleichzeitig können mit dieser zukunftsorientierten Strategie zur Bewältigung einzelhandelsbedingter Funktionsverluste von Stadtteilzentren die jeweiligen Szenen bzw. communities unterstützt werden, wodurch ein wichtiger Beitrag zur Identifikation mit dem Stadtteil und zum sozialen Zusammenhalt geleistet wird.



Drei weitere Bausteine ergänzen das Handlungskonzept der Stadtentwicklungsplanung zur Stärkung der Kulturwirtschaft und unterstützen die Kulturwirtschaftsinitiative des Berliner Senats:

- *Profilierung der Raumtypen der Kulturwirtschaft in Berlin:* Überdurchschnittlich viele Unternehmen der Kulturwirtschaft befinden sich in den beiden Citybereichen, in der sonstigen Innenstadt bzw. deren Rand (u.a. aufgrund der Projektorientierung, der Nähe von Wohnen und Arbeiten). Die Anteile der jeweiligen Teilmärkte variieren dabei vielfach von Gebiet zu Gebiet (z.B. Multimedia und Galerien des Kunstmarktes in Mitte). Unternehmensstruktur und kulturelle bzw. räumliche Bedingungen ergeben unterschiedliche Raumtypen der Kulturwirtschaft mit jeweils spezifischen Handlungserfordernissen (Übersicht 2). Im Rahmen von Entwicklungskonzepten sollten diese Raumtypen der Branche in Kooperation mit den Bezirken weiter profiliert werden. Angesichts des interdependenten Beziehungsgeflechts der Kulturwirtschaft sind dabei die Potenziale der Bezirke, die öffentlichen Kultureinrichtungen, die kulturelle „Kreative Klasse“ („creative class“) und die kulturellen Szenen bzw. Initiativen adäquat einzubinden.
- *Instrumente der Stadtentwicklung für die Raumtypen der Kulturwirtschaft:* Der Stadtentwicklung stehen eine Vielzahl an wirksamen Instrumenten zur Stärkung der Kulturwirtschaft in Berlin zur Verfügung. Je nach Raumtyp zählen dazu u.a. die Initiierung von Leuchtturmprojekten in besonders



stadtentwicklungsrelevanten Gebieten, die Durchführung von Gewerbeflächenbörsen, die Überprüfung der Sanierungsziele hinsichtlich der Zielgruppen der Kulturwirtschaft oder auch die Sicherstellung oder Bereitstellung von Atelierflächen in Zusammenarbeit mit der Immobilienwirtschaft.



Übersicht 2: Raumtypen der Kulturwirtschaft in Berlin und deren Handlungserfordernisse (2006)



Raumtypen der Kulturwirtschaft

- 1** Touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete und Standorte (inter)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kulturwirtschaft
- 2** Touristisches Szenequartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft
- 3** Ethnisch geprägtes Stadtquartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft
- 4** Lokale Ausstrahlungsräume von Kunst-, Musik-, Design-, Film/Medien- und Softwarehochschulen
- 5** Gebiete etablierter Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft mit "guter Adresse"
- 6** Gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Medien und IT
- 7** Eroberungsraum der Kulturwirtschaft

Handlungserfordernisse

- Stärkung der Zentrumsfunktionen durch Kultur und Kulturwirtschaft
- Weiterentwicklung touristisch relevanter Angebote der Kulturwirtschaft
- Schaffung von Transparenz über das Angebot an preisgünstigen Gewerbe- und Wohnflächen
- Schaffung von Transparenz über das Angebot an preisgünstigen Gewerbe- und Wohnflächen
- zurzeit keine
- Erweiterung der Gewerbeflächen der Kulturwirtschaft bei sich abzeichnender Nachfrage und gegebenenfalls Maßnahmen zur Aufwertung
- Von der temporären zur nachhaltigen Nutzung durch Kultur und Kulturwirtschaft

Quelle: STADTart / Kunzmann / Dümcke 2006



- *Aufbau eines raumbezogenen Monitorings der Berliner Kulturwirtschaft:* Die Akteure in Politik, Verwaltung und Immobilienwirtschaft benötigen für Initiativen und Handlungsprogramme zur Stärkung der Kulturwirtschaft frühzeitig raumbezogene Informationen. Hilfreich ist dabei ein mehrdimensionales handlungsorientiertes „Monitoring“ der Branche auf der Basis vorhandener Vollzugsdaten (z.B. Gewerbeneuanmeldungen und -ummeldungen), relevanter Analysen der Senatsverwaltung (z.B. des Atelierbeauftragten) und von Zeitungsanalysen zur Mobilität der kulturellen Orte etc.

Dieses Handlungskonzept ist eine erste Grundlage, wie die Entwicklungsbedingungen der Zukunftsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft Berlins seitens der Stadtentwicklungsplanung verbessert werden können und indirekt auch der Wissenschaftsstandort gestärkt werden kann. Darüber hinaus bedarf es weiterer ergänzender Initiativen bzw. Maßnahmen aus Politik, Verwaltung und der Branche sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf bezirklicher Ebene.