

# Protokoll

## des Workshops „Kreativraum Wedding 2020“

Termin: 28.04.2010

Zeit: 14:30 h bis 17:30h

Ort: Christiania – Fotokantine, Osloer Str. 16, 13359 Berlin

Gastgeber: Holger Rasche

Moderation: Brigitte Lüdecke

Die 30 Teilnehmer sind mit ihren Institutionen Akteure des Wedding und entstammen Bereichen verschiedener Kulturinitiativen und -vereine, Wohnungsbaugesellschaften, Immobilienverwaltungen, Quartiermanagements, Vertretern des BBK, Künstler und Journalisten. Die vollständige Teilnehmerliste befindet sich am Ende des Protokolls.

## I. Tagesordnung

- 1. Begrüßung in der Fotokantine, Peter Westphal
- 2. Projektvorstellung, Holger Rasche
- 3. Einführung Moderation, Brigitte Lüdecke
- 4. Kreativraum Wedding: Akteure
  - Wer sind die Akteure des zukünftigen Kreativraum Wedding? Sind Sie das?
  - Gibt es relevante Personen/ Gruppen die fehlen?
- 5. Kreativraum Wedding: Potentiale
  - Ist die Idee Kreativstandort Wedding überhaupt gut oder nur aus der Not geboren? Welche Trends, welche Infrastruktur, und welche Akteure stellen reales Potential für den Kreativstandort Wedding dar?
- 6. Kreativraum Wedding: Metaphern für Gegenwart und Zukunft
  - Eine Aufgabenstellung für mehrere Arbeitsgruppen bis 5 Personen
  - gemeinsame Auswertung
- 7. Ausblick auf Workshop II am 26. Mai 2010
  - Ergebnisse einer Bestandsaufnahme zum Kreativraum Wedding (Literatur, Fachtagungen, Fragebogenauswertung, etc.)
  - Wo stehen wir jetzt auf dem Weg zu der in Workshop I begonnenen Vision?

## **II. Projektvorstellung**

Nachdem Holger Rasche alle Teilnehmer begrüßte, hat er die Ziele des ersten Workshops, der als Auftaktveranstaltung einer Dreier-Reihe gedacht ist, erläutert. Zweck ist eine Bestandsaufnahme der Kreativwirtschaft im Ortsteil Wedding im Hinblick auf ein späteres Standortmanagement. Da kein weiterer Kulturwirtschaftsbericht entstehen soll, wurde die Erarbeitung der Potentiale gemeinsam mit „Wedding-Akteuren“ in Form einer Workshopreihe geplant. Auftraggeber ist der Bezirk Mitte im Rahmen des Programms LSK.

## **III. Diskussionsrunde**

In der Vorstellungsrunde wurden die Teilnehmer aufgefordert, sich anhand ihrer Fähigkeiten und ihres möglichen Inputs, welchen sie in ein zukünftiges Projekt „Kreativraum Wedding“ einbringen können, vorzustellen. Hier zeigten sich schon erste Potentiale, auf die man bei einer zukünftigen Zusammenarbeit zurück greifen kann. Die Spannweite reicht von Fördermittelberatung, Bereitstellung von Gewerbeflächen, Entwicklung und Vermarktung ehemaliger Gewerbeimmobilien, Koordination und Förderung von Künstlern, Kultur- und Bildungsprojekten, Kunstkuratoren, interkultureller Vernetzung auf lokaler und stadtweiter Ebene, PR, Tourismusförderung, Naturschutz, Leitung von Moderationsprozessen, Stärkung und Förderung kultureller Infrastruktur, Veranstaltungsmanagement, Vermittlung von Geschäftspartnern, Beratung von Selbständigen u.v.m..



Bei der nächsten Frage, welche relevanten Gruppen, Personen oder Akteure als Gesprächspartner für das zukünftige Projekt Kreativraum Wedding noch fehlen, wurde u.a. folgendes genannt: Vertreter der Gerichtshöfe, junge medienaffine Kreative, Künstler der Musikbranche, Bibliothek am Luisenbad, Jugendausbildungsstätten, wie das OSZ KIM , Uferhallen und -studios GmbH, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, produzierende Gewerbetreibende, Medienunternehmen, Wirtschaftskreis Gesundbrunnen, Bayer Schering Pharma AG, Fabrik Osloer Straße, Künstler, Vertreter der migrantischen ortsansässigen Kulturen und der „Weddinger an sich“.

Wenn man den Kreativraum Wedding im Sinne der Kulturwirtschaft entwickelt, wäre es ganz wichtig im Wedding seitens der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung ein Sanierungserwartungsgebiet zu verankern und dem Mieterschutz dabei ein großes Gewicht einzuräumen, damit entstehende Gentrifizierungsprozesse moderiert und negative Entwicklungen ggf. kompensiert werden können, so Florian Schöttle. Gerade durch stadtraumbezogene Aufwertungsprozesse seitens Künstler oder Kreativer würde vor allem die Immobilienbranche davon profitieren und die Preise würden im Allgemeinen anziehen. Nutznießer wären dann nicht die bisherigen Anwohner und Künstler, sondern die neu Zuziehenden, mahnt Les Schliesser. Seiner Meinung wäre, wie bei ExRotaprint, die Förderung einer durchdachten Mischung von sozialen Trägern oder Einrichtungen, produzierendem Gewerbe und Künstlern der richtige Weg, sonst könnte sich der Wedding

zu einem zweiten Prenzlauer Berg entwickeln. Dabei sollte auch v.a. das migrantische Umfeld und die sozialen Randgruppen und der „Weddinger an sich“, die hier den Stadtraum ein Negativimage einbringen, in Überlegungen mit einbezogen werden. Auch er plädiert dafür, die Entwicklungen genau zu durchdenken und bewusst zu steuern. Daniela Brahm weißt darauf hin das Potential, welches bereits im Stadtraum vorhanden ist, zu erkennen und zu stärken. Eva Hübner ergänzt dies durch die Frage, wie man mit den zu erwartenden Fördermitteln, die hier lebenden Menschen unterstützen und Strukturen stärken kann, damit diese bleiben können und Zuziehende eine Bereicherung darstellen und nicht eine Bedrohung. Denn nur wem Mitsprache eingeräumt wird, wird gehört und bleibt, ist ihre Meinung.

In den letzten drei Jahren sind über Förderung etwa 10 Mio. Euro in die Kreativwirtschaft in diesen Stadtraum geflossen, bemerkt Eberhard Elfert. Er sieht ein Ungleichgewicht in der Verteilung von bisher erfolgter Förderung. Diese würden vor allem in soziale Projekte und in die Behebung von Defiziten fließen und nicht in die Unterstützung des Mittelstandes, der seiner Meinung nach verstärkt aus diesem Stadtraum abwandert. Hendrik Brauns möchte auch den Fokus weiter spannen als nur den Blick auf die Künstler der Kreativwirtschaft und der Atelierförderung zu richten. Für ihn gehört auch das Erfassen der hier stattfindenden sozial orientierten Prozesse dazu und der gesamten (Kreativ-) Wirtschaft. Wenn man zu den Creative Industries auch die Tourismusförderung zählt, so Thomas Brauckmann, würde es allen lokalen Unternehmen gut tun, wenn sich ihr Umsatz und die Kaufkraft im Bezirk erhöhen würde. Eine Reduzierung des Wohnungsleerstandes von etwa 10 auf 5 Prozent könnte dabei zu einer höheren Auslastung beitragen, sofern das Geld im Stadtteil Wedding verbleibt und nicht in den Bezirken Mitte oder Prenzlauer Berg ausgegeben wird. Daher stellt er die Frage, wie der Stadtraum sowohl für Ortsansässige als auch für Bewohner anderer Stadtteile attraktiver gestaltet werden könne, um diese hierher zu locken. („Von nix kommt nix“).



Florian Schöttle fragt nach den ökonomischen Strukturen der Kreativwirtschaft. Er sieht die Kreativwirtschaft als ein dynamisches Feld, das nahezu zu 100 Prozent von Freiberuflern getragen wird. Daher ist die Frage nach der Ökonomie dieser Berufe von zentraler Bedeutung. Ein Problem sieht er in dem Missverhältnis der explodierenden Zahl an Akteuren und den nicht mitgewachsenen Branchennetzwerken. Es gibt nur ganz wenig Branchennetzwerke, die berufsspezifisch gut strukturiert sind, wie z.B. der „BBK“. Um die Entwicklung des Kreativraums voran zu bringen, ist sein Vorschlag aktiv nach kleinen bereits bestehenden Branchennetzwerken zu suchen und um Synergien zu erzeugen diese gezielt anzusprechen. Die Entwicklung der informellen Infrastruktur der einzelnen Akteursgruppen müsse daher als ein Feld bearbeitet werden. Er stellt fest, dass die klassische Wirtschaftsförderung die Strukturentwicklung der neuen schnelllebigen, medienaffinen Kreativbranchen bisher nicht verstanden hat, geschweige denn auf diese adäquat einzugehen. Er glaubt, dass die sich daraus ergebenden Wandlungsprozesse in der Wirtschaftsstruktur so rasend und schnelllebig sind, dass diese von den Beamten der Regierungsstellen erkenntnistheoretisch in keinsten Weise erfasst wird. Auch in den vorhandenen Kulturwirtschaftsberichten wird der Strukturwandel, der in Berlin passiert, nicht mal richtig benannt. Dort versucht man allenfalls, ohne in die Tiefe zu gehen, diesen zu beschreiben.

Holger Rasche weist nochmals darauf hin, dass es einen Onlinefragebogen begleitend zu

den Workshops gibt, der gezielt entwickelt wurde um die gegenwärtige Situation der Kreativwirtschaft im Wedding zu erfassen. Der Fragebogen spricht vor allem Künstler und Kreativwirtschaftlern an, die im Workshop nicht vertreten sind. Ihnen wird ermöglicht ihre Problemlagen und Erwartungen zu skizzieren und allgemeine Standortanforderungen zu formulieren. An dieser Stelle appelliert Thomas Brauckmann an alle Workshop Teilnehmer für eine Weiterleitung des Onlinefragebogens an Bekannte, die der Kreativwirtschaft zugerechnet werden können.

Im weiteren entbrannte eine Diskussion darüber, ob Künstler sich überhaupt vertreten lassen (wollen) und eine Form der Organisation überhaupt wünschen, bzw. benötigen. "Kreative lassen sich nicht vertreten, die vertreten sich selbst", formuliert Les Schliesser. Einerseits wird dieser Gruppe zugeschrieben, dass sie als Einzelkämpfer Lücken auffinden und diese für sich nutzen und sich aber dabei, wie auf einer Insel ihren eigenen Mikrokosmos und ihre notwendigen Netzwerke schaffen. Daniela Brahm formuliert, dass es ein Wunschdenken sei, dass Künstler eine Vernetzung zu ihrem Nachbarn oder dem sozialen Umfeld eingehen. Sie bleiben unter ihresgleichen. Wenn sich Umfeldbedingungen ändern, diese Gruppe der Kreativen auch wieder abwandert, denn die Verbundenheit wird nur mit der künstlerisch-kreativen Arbeit eingegangen und ihren dafür notwendigen Kontakten. Das soziale Umfeld wird nicht wirklich gebraucht. Im Widerspruch dazu Thomas Brauckman, der der Meinung ist, dass es für Künstler total wichtig sei an einen Ort zu kommen, an dem sie andocken können, wo sie sich an gewachsenen Strukturen orientieren und in bestehende Netzwerke integrieren können. Als Beispiel für eine gute Vernetzung in den Kiez und mit den „normale Leuten, dem anderen Weddinger“ führt er den Bürgerverein an, dem auch viele Künstler beigetreten sind. Daher kann ein solcher Bürgerverein durchaus die Belange der Kreativen und der Bürger verstehen und auch vertreten.

Eva Hübner hebt die Unterschiedlichkeit der Wahrnehmung hervor. Ihr geht es nicht darum für Künstler oder Institutionen Strukturen festzulegen, sondern für mögliche Bewegungen/ Entwicklungen „Kreativ-Räume“ zu schaffen. Ob es zu einer positiven Entwicklung kommt, ist dabei ein offener Prozess. Daher ist ihr wichtig Räume, die sich flexibel gestalten, zu erhalten oder zu bedienen, in denen verschiedene Strukturen und unterschiedliche Menschen aufeinander treffen und etwas bewegen oder sich gar

ergänzen können. Wenn solche Räume nicht existieren würden oder unterstützt werden, ergebe sich eine Struktur, wie man sie in Mitte alt erlebt – eine langweilige Monokultur von bspw. gestandenen Galerien, wo es aber keinen Lebensmittelladen mehr gibt.

Kreativwirtschaft ist für sie eine Struktur von Ergänzung. Daher stellt sie nochmals die dringende Frage, was man tun könne, um solche Substanzen, die ein Mischkonstrukt ermöglichen, so zu schützen, damit sie nicht „weg gefressen“ werden können. Daher plädiert sie für eine Moderation aus den Reihen der Akteure, die bereits im Stadtraum verortet sind. Am Beispiel der Brunnenstraße, macht sie deutlich, wo es hinführen kann, wenn Angebote nicht erhalten bleiben. Auch dort zeigt sich wieder eine Tendenz zur Monokultur hin.

Daniela Brahm hält eine reine Förderung der Kreativwirtschaft für zu kurz gegriffen. Ihre Erfahrung mit den Akteuren auf dem Gelände ExRotaprint ist, dass sich der Kommunikationsprozess zwischen den Leuten, die nicht den gleichen (Bildungs-)Hintergrund haben, also Leuten mit unterschiedliche Lebensentwürfen/-stilen, also zwischen Künstlern und Gewerbetreibenden, als äußerst schwierig gestaltet. Ein zustande kommendes Business zwischen einzelnen Akteuren wäre zwar wünschenswert, sei aber eher zufällig. In der vermittelnden Kommunikation sieht sie den Ansatzpunkt, damit sich stabilisierende Strukturen entwickeln und eine Form des Verständnisses entstehen können und überhaupt Austausch stattfindet.

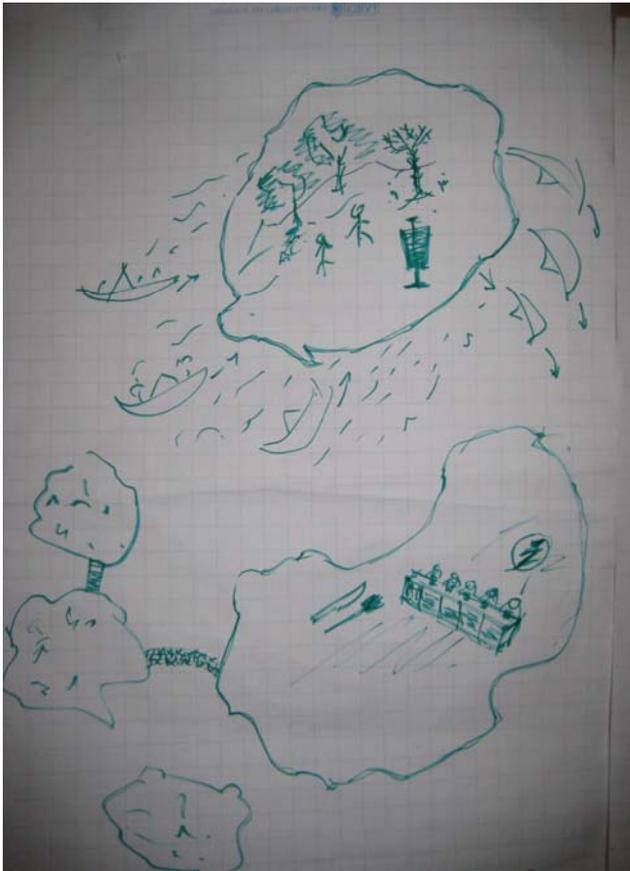
Für Florian Schöttle ist ein Stadtentwicklungskonzept, welches primär auf Nachhaltigkeit angelegt ist der richtige Weg. Wohnen und arbeiten in der Nähe seien in diesem Kontext für die Integration ganz wichtige Faktoren, v.a. für Künstler. Wer sich nur zum Arbeiten in diesem Stadtraum aufhält, erlebt weder eine soziale Mischung noch ergibt sich daraus eine soziale Ausgewogenheit, da die Erlebniswelten des Einzelnen und der Familien unterschiedlich bleiben. Wenn solche Prozesse weiter gefördert werden, beschleunigen sie die Desintegration. Um Gentrifizierung zu verhindern, müsse der Stadtraum (gesetzlich verankert) zum Sanierungsgebiet erklärt werden, denn nur so können ordnungspolitische Maßnahmen greifen, die bspw. die Deckelung der Wohnungsmieten gewährleisten, ein Einwirken auf Eigentümer bei der Grundstücksentwicklung ermöglichen oder eine Reglementierung der Grundstückskaufpreise sicher stellen. „Quartiersmanagement ist Sanierungsgebiet light (...) daher müssen die Stadtentwicklungsgesetze, die im Baugesetzbuch niedergelegt sind wieder befolgt werden“ ist für ihn die Voraussetzung aller

weiteren Diskussionen.

Zum Abschluss der Diskussionsrunde formuliert Eberhard Elfert, dass Künstler ja nur einen Teil der Kreativwirtschaftler darstellen und bei Diskussionen gerne auch die anderen Gruppen, wie bspw. Medienleute und Musiker gerne vernachlässigt werden. Um Beteiligung zu erreichen müsse Kreativwirtschaft weiter gedacht werden. Im weiteren erlebt er, dass dem Begriff „Kreativwirtschaft“ oder gar als „Kreativwirtschaftler“ gesehen zu werden, viele Personen ablehnend gegenüber stehen. Zum einen aus der Angst vor Gentrifizierung, zum anderen aus Frust aufgrund der gemachten Erfahrungen mit den bestehenden Förderwegen. Daher plädiert er für eine weitere Beschäftigung mit dem Begriff „Kreativwirtschaft“ und den bestehenden Förderlandschaft.

#### **IV. Kreativraum Wedding Metaphern für Gegenwart und Zukunft**

Nach eine Kaffeepause wurden die Teilnehmer durch die Moderatorin Brigitte Lüdecke aufgefordert zusammen in Gruppen eine Metapher zu finden, die den jetzigen Kreativstandort Wedding und eine, die den zukünftigen Kreativstandort Wedding im Jahr 2020 beschreibt. Innerhalb der jeweiligen Gruppen wurde angeregt diskutiert und die Ergebnisse präsentieren sich künstlerisch wie folgt:



Für die erste Gruppe stellt der Wedding eine Insel dar, auf der derzeit eine hohe Fluktuation an Menschen herrscht. Zukünftig werden von der „Insel Wedding“ Brücken in andere Bereiche Stadtteile, Städte oder Ländern vorhanden sein, die einen Austausch auf „gleicher Augenhöhe“ gestatten. Auch wird sich das Angebot vom Döneranbieter hin zu fortschrittlichen Gastronomiebetrieben positiv entwickeln. Entgegen dem heutigen Trend des Einzelkämpfertums, werden in Zukunft die Menschen dann gemeinsam an einem Tisch sitzen, dort dem Anderen auch zuhören und über gute Ideen diskutieren, um diese auch umzusetzen.

Die zweite Gruppe verwendet als Metapher für den Wedding die Baulücke sowohl im übertragenen Sinn, als auch zwischen einem historischen und einem neuen Gebäude. Die Baulücke zeichnet sich durch eine „Zwischenraumpontanvegetation“ aus. Das bedeutet, dass dort wunderschönes blühendes Leben neben Abfall/Müll zu finden ist.



In Zukunft soll diese Baulücke nicht durch ein weiteres Gebäude geschlossen werden, sondern der Wedding soll sich in „freie Gärten“ verwandeln. Bestehendes blühendes Leben soll gepflegt und erhalten werden, wie in einem kultivierten Garten. Daneben soll weiterhin der Freiraum für ein wenig kreatives Chaos zur Verfügung stehen. Auch sollen sich dabei derzeit komplex verworrene Situationen vereinfachen.



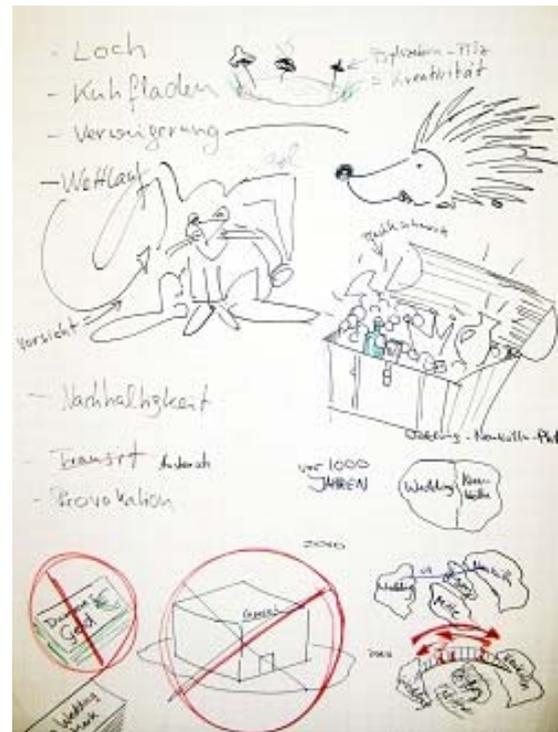
Die nächste Gruppe zieht einen Vergleich zu anderen Europäischen Metropolen, wie Paris und London, in denen die Innenstadtbereiche als nutzbarer Raum bereits tot spekuliert wurden und deren einzige Funktion darin besteht Wertgegenstand zu sein. Die Kreativszene wurde dabei von Stadtteil zu Stadtteil in einem ständigen Kreislauf von Abwertung, Verslumung, Verbilligung, Zuzug der Kreativen, Aufwertung und Verdrängung gehetzt.

Diese Tendenzen wurden auf Berlin und die kreative Szene projiziert. Die Gruppe assoziiert dabei den Kreativraum Wedding mit einer Rettungsinsel. Keiner kommt mehr ins Boot, es ist bereits voll und die Insel wird schon von Haien umkreist. In ihrer Zukunftsvision ist der Kreativraum Wedding ein stolzer Dampfer mit Liegestühlen zum nachdenken und ausruhen, denn zur Kreativität gehört Kontemplation. Der Dampfer hat Platz für alle. Dieses Schiff wird durch einen Kapitän (Holger) gesteuert. Als Sinnbild einer vernünftigen Stadtentwicklungspolitik.



Die letzte Gruppe hat für die Heterogenität des Wedding verschiedene Bilder gefunden. Der Wedding ist wie ein „Kuhfladen“ auf dem etwas wie Kreativität gedeihen kann. Der Wedding ist aber auch Verweigerung, wie der Igel mit einem weichen Kern aber einer harten Schale um sein kostbares Gut zu schützen. Der Wedding ist kostbar, wie eine Schatzkiste, die es zu schützen und zu bewahren gilt. Der Wedding und Neukölln sind sich sehr ähnlich.

Dazwischen liegen Mitte und Kreuzberg. In der Zukunft werden auch hier Brücken des Austausches vorhanden sein. Ein weiteres Bild ist der Wettlauf zwischen Hase und Igel. Sinnbild auch für „dummes Geld“, das in Prestigeobjekte investiert. Um den Wedding und die Inflation oder Gefahren wie Fehlinvestitionen zu schützen wird hier die Wedding-Mark eingeführt. Der Wedding bleibt auch in Zukunft etwas sprödes, was man nicht platt streichen kann.



## V. Abschluss

Am Ende des Workshops erfolgte eine Auswertung über ein Punktesystem. Allen Teilnehmern wurde ermöglicht ihre Meinung in einem Stimmungsbild zu äußern. Anhand der Diskussion, der Zukunftsvisionen und dem Stimmungsbild bedankte sich Holger Rasche mit Blick auf den nächsten Workshop für die rege Teilnahme der Gäste und bei Brigitte Lüdecke für eine souveräne Moderation.

## Teilnehmerliste

<b>Institution</b>	<b>Teilnehmer</b>
Atelierbüro des BBK	Florian Schöttle
Berliner Unterwelten e.V.	Kay Heyne
Bildhauerwerkstatt BBK	Jan Maruhn
Christiania e.V.	Holger Rasche
Christiania e.V.	Michaela Krause
degewo AG	Dirk Habermann
ExRotaprint gGmbH	Les Schliesser
ExRotaprint gGmbH	Daniela Brahm
Förderband e.V.	Jutta Weitz
Förderband e.V.	Eva Hübner
Fotokantine	Peter Westphal
KulturvorRat	Peter Steiner
Lichtburg Forum	Janine Schweiger
Lüdecke - Training und Beratung	Brigitte Lüdecke
Magazin Der Wedding	Axel Völcker
ORCO Immobilien GmbH	Johanna Klein
Panke.info e.V.	Ralf Hertsch
QM Pankstraße	Theresa Baumeister
QM Pankstraße	Sabine Hellweg
QM Soldiner Straße	Svenja Wagner
QM Sparrplatz	Özlem Ayaydinli
second home	Petra Prah
SM Ackerstr. Nord	Sabine Hellweg
SM Ackerstr. Nord	Georg Große
SM Brunnenviertel	Fraidoon Naziri
Soldiner Kiez e.V.	Thomas Brauckmann
Stadtbad Wedding	Jochen Küpper
Stattwerkstatt e.V.	Eberhard Elfert