

Hessisches Ministerium für  
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

Hessisches Ministerium für  
Wissenschaft und Kunst

Schader-Stiftung

Landeshauptstadt Wiesbaden



**Projekt „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen“**

**Dokumentation des Workshops in Wiesbaden am 29./30. November 2007**



Herausgeber:

Schader-Stiftung

Karlstraße 85

64285 Darmstadt

Tel.: 06151/17 59 - 0

Fax: 06151/17 59 - 25

kontakt@schader-stiftung.de

www.schader-stiftung.de

Download dieser Dokumentation sowie der Vortragsfolien des Workshops unter:

<http://www.kulturwirtschaft-und-stadt.de>

Benutzername: creative

Kennwort: cities

Redaktionelle Bearbeitung: Michael Kern, Schader-Stiftung; Dr. Tobias Robischon, Schader-Stiftung

Fotos: Dr. Tobias Robischon, Schader-Stiftung ; Michael Kern, Schader-Stiftung.

Titelfoto: Andreas Guntrum, Stadtentwicklungsgesellschaft Wiesbaden mbH.

Alle Rechte vorbehalten

Für ihre Unterstützung bei der Erstellung dieser Dokumentation danken wir Meike Weber, Schader-stiftung und Jörg Niemeier Wirtschaftsförderung Wiesbaden.

Darmstadt, Dezember 2007

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>1. Begrüßung</b> Stadtrat Detlev Bendel, Wirtschaftsdezernent der Landeshauptstadt Wiesbaden	6
<b>2. Einführung</b>	7
<b>2.1 Das Projekt “Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“</b> Dr. Tobias Robischon, Schader-Stiftung	7
<b>2.2 Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung – zum Stand der Diskussion</b> Werner Müller, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Abtl. Landesplanung, Regionalentwicklung, Bodenmanagement	8
<b>3. Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Wiesbaden</b>	11
<b>3.1 Creative Industries – eine Entwicklungschance für Wiesbaden?</b> Maria Franck, komm. Leiterin des Amts für Wirtschaft und Liegenschaften, Wiesba- den	11
<b>3.2 Entwicklungsräume der Kulturwirtschaft in Wiesbaden</b> Gabriele Kotzke, Stadtplanungsamt Wiesbaden, Abteilung Städtebau	12
<b>3.3 Die Kulturförderung der Stadt Wiesbaden – Verbindungen zu Stadtentwicklung     und Wirtschaftsförderung</b> Arno Fischer, Leiter des Kulturamts, Wiesbaden	13
<b>3.4 Kulturwirtschaftsförderung vor Ort: Projekte und Erfahrungen aus der Stadter-     neuerung</b> Hans Vollmar, Leiter des Wohnungsamts - Stadterneuerung	14
<b>4. Akteure, Projekte, Erfahrungen – Kulturwirtschaft in Wiesbaden</b>	16
<b>4.1. Das Walhalla und die kleine Schwalbacher Straße im Kontext der Stadtentwick-     lung</b> Andreas Guntrum, Geschäftsführer SEG Stadtentwicklungsgesellschaft Wiesbaden mbH	16
<b>4.2. Design- und Medienstandort Alte Kliniken</b> - Jörg Niemeier, Wirtschaftsförderung Wiesbaden - Dipl.-Ing. Thomas Keller, Gemeinnützige Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH - Christoph Kremers, die Firma GmbH	17
<b>4.3 Schlachthof Wiesbaden</b> Gerhard Schulz, KuK Schlachthof Wiesbaden e.V.	18

<b>4.4</b>	<b>Projekt “Kulturzone“ – Erfahrungen und Perspektiven privatwirtschaftlich organisierten Leerstandsmanagement / Zwischennutzung</b> Andreas Steinbauer, Steinbauer Immobilien KG	19
<b>4.5</b>	<b>Kunstwege in die Selbständigkeit</b> Birgid Helmy, Bildhauerin aus dem Stadtteil Biebrich	20
<b>4.6</b>	<b>Kunstraum Westend</b> Rita Marsmann, Kunstkuratorin Soziale Stadt Westend	21
<b>5</b>	<b>Identifikation mit Wiesbaden – Bewerbung zum Weltkulturerbe</b> Dr. Thomas Weichel, Leiter der Stabsstelle Weltkulturerbe Wiesbaden	22
<b>6</b>	<b>Kommunale Maßnahmen zur Stärkung der Kreativwirtschaft – Ergebnisse des Offenbacher Kreativwirtschaftgutachtens</b> Dipl. Geogr. Dominik Papenheim, Universität Trier, FB Kultur- u. Regionalgeographie	25
<b>7.</b>	<b>Identifikation mit Wiesbaden – Perspektiven für die Kulturwirtschaft</b> Gesprächsrunden zu den Themen	27
<b>7.1</b>	<b>Kultur &amp; Identität</b>	27
<b>7.2</b>	<b>Vernetzung &amp; Zusammenarbeit</b>	29
<b>8.</b>	<b>... und zum Schluss: Ein Blick nach vorn</b>	31
<b>8.1</b>	<b>Eschwege</b> Dipl.-Verwaltungswirt (FH) Wolfgang Conrad, Kreisstadt Eschwege, Leiter der Stabsstelle Wirtschaftsförderung	31
<b>8.2</b>	<b>Frankfurt a.M.</b> Dipl.-Ing. Manuela Schiffner, Wirtschaftsförderung Frankfurt a.M. GmbH	32
<b>8.3</b>	<b>Gießen</b> Reinhard Bayer, Stadtplanungsamt Gießen	33
<b>8.4</b>	<b>Hanau</b> Jürgen Scharle, Stadtplanungsamt Hanau	34
<b>8.5</b>	<b>Kassel</b> - Dipl.-Ing. Petra Schütz-Iller, Stadtplanung u. Bauaufsicht Kassel - Dipl.-Ing. Marie-Ann Rox, Stadtplanungsamt Kassel	35
<b>8.6</b>	<b>Wiesbaden</b> Maria Franck, komm. Leiterin des Amtes für Wirtschaft und Liegenschaften, Wiesbaden	37
<b>9.</b>	<b>Programm des Workshops</b>	38
<b>10.</b>	<b>Teilnehmerübersicht</b>	40

Die Folien und Manuskripte der Workshopbeiträge stehen im Internet auf der internen Projektwebsite zum Download bereit. Sie finden diese Informationen unter:

<http://www.kulturwirtschaft-und-stadt.de>

Benutzername: creative

Kennwort: cities

### 1. Begrüßung



### 1. Begrüßung

#### **Stadtrat Detlev Bendel, Wirtschaftsdezernent der Landeshauptstadt Wiesbaden**

- Stadtrat Detlev Bendel beginnt mit einem kurzen historischen Abriss über das Walhalla-Theater beginnt. Der Tagungsort mit seinem passenden Ambiente böte eine gute Verknüpfung zum Thema Kulturwirtschaft. Das Gebäude werde teilweise durch die Walhalla Theater Produktion und den Walhalla e.V. für kulturelle Veranstaltungen genutzt.
- Kreative Räume haben wachsende Bedeutung für die Wirtschaft und sollten demnach auch in der Kulturbranche geschaffen werden. Ein Netzwerk von standortbildenden Elementen sei daher wichtig.
- Das Thema Kulturwirtschaft sei aus Sicht der Stadt wie folgt positioniert: Zu einem stelle die Kultur(wirtschaft) einen gewissen Identitätsfaktor dar und sei wichtig für die Verknüpfung zwischen Einwohnern und Stadt. Die lokale Identität der Wiesbadener Bevölkerung zu stärken, heißt u.a. das kulturelle Erbe stärker in ihr Gedächtnis zurückzurufen. Zum anderen könne die Kultur(wirtschaft) ein Image transportieren und im Rahmen des Stadtmarketing als ein weicher Standortfaktor betrachtet werden. Als kultureller, weicher Standortfaktor gewinne Kultur(wirtschaft) wiederum in Hinblick auf die Ansiedlung von Unternehmen an wirtschaftlicher Bedeutung.
- Besondere Zielgruppe hierfür sollen junge, dynamische Unternehmen sein, die momentan einen Prozentsatz von 20-30 % in Wiesbaden ausmachen.
- Herr Stadtrat Bendel sieht die Ressource „Wissen“ als zukünftige Chance und sieht darin den Motor des gesellschaftlichen Wandels zwischen „High-Tech“ und „Moderne“.
- Kultur(wirtschaft) bedeutet Dienstleistungen und Wiesbaden ist Dienstleistungsstandort. Somit ist die Kultur(wirtschaft) ein bedeutendes Thema für Wiesbaden.

### 2. Einführung



#### **2.1 Einführung – das Projekt "Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen" Dr. Tobias Robischon, Schader-Stiftung**

- Wiesbaden ist die 6. Stadt in der Workshopreihe „Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung“. Leitfragen der Workshopreihe sind: Wie kann eine Gründer- und Unternehmensförderung für junge, kulturschaffende Produzenten organisiert werden - und kann man dadurch in bestimmten Quartieren letztlich städtebauliche Verbesserungen erreichen? Gesucht sind sog. "Win-win-Situationen" für Kultur-Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung.
- Die Workshopreihe ist Teil der Vorbereitungen des dritten hessischen Kulturwirtschaftsberichts. In dieser Vorbereitungsphase kooperieren das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst, das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, die Schader-Stiftung, die HA Hessen Agentur, und sechs hessische Städte. Eine zentrale Erfahrung der bisherigen Workshops war, dass die Unterstützung von Kulturproduzenten im Quartier keinem kommunalen Aufgabenbereich klar zugeordnet werden kann. Ist dies die Unterstützung junger Existenzgründer und Kleinunternehmer in Kreativbranchen als Teil lokaler Wirtschaftsförderung? Ist es die Förderung von Kulturproduktion als Aufgabe des Kulturamts? Oder handelt es sich um Aufgaben der Stadterneuerung und Quartiersentwicklung, die typischerweise bei der Stadtplanung liegen? Es trifft alles gleichermaßen zu.
- Das primäre Ziele der Workshopreihe ist, dass die beteiligten Städte ihre Erfahrungen auf dem Gebiet der Förderung junger Gründerunternehmen in der Kulturwirtschaft austauschen, sei es Auswahl möglicher Projekten oder Standorte, den Umgang mit Interessen von Eigentümern, Nutzern und Verwaltungen oder Formen der Vermittlung zwischen Eigentümern und potenziellen Nutzern betreffend. Die Workshops helfen dabei, auch in der eigenen Stadt ein Netzwerk aufzubauen, Know-How weiterzugeben und Kontakte zwischen Immobilieneigentümern und potentiellen Nutzern/Kulturschaffende herzustellen.



### **2.2 Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen – Zum Stand der Diskussion Werner Müller, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Abteilung Landesplanung, Regionalentwicklung, Bodenmanagement**

- Die wachsende Kulturwirtschaftsbranche wird zunehmend zu einem neuen Arbeitsfeld des Landesressorts „Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung“. Die zwei bisherigen Kulturwirtschaftsberichte verdeutlichen dies. Im Dezember 2003 erschien der erste Kulturwirtschaftsbericht, der zunächst Bestandsaufnahme der ökonomischen Bedeutung dieser Querschnittsbranche vornahm. Der Bericht verdeutlichte erstmals die wirtschaftliche Bedeutung dieser Branche für Hessen – mit mindestens 111.000 Erwerbstätigen nach den jüngsten Zahlen aus dem Jahr 2006. In der hessischen Kulturwirtschaft sind 22.000 Unternehmen tätig, die wiederum einen Jahresumsatz von 19 Mrd. Euro erwirtschaften, was insgesamt rund fünf Prozent aller in Hessen erwirtschafteten Umsätze entspricht. Im Juni 2005 erschien der zweite Kulturwirtschaftsbericht „Kulturmarketing und Mäzenatentum in Hessen“, und informiert über die private und öffentliche Finanzierung von Kultur in Hessen.
- Leerstände sind städtebauliche Defizite, und die Kulturwirtschaft kann genutzt werden, um diesen Defiziten entgegenzuwirken. Wichtig ist hier vor allem die frühzeitige Einbindung der wichtigsten Akteure (→ positives Beispiel ist eine moderierte Leerstandsbegehung).
- Herr Müller weist auf die Vielzahl der kommunalen Untersuchungen hin, in denen der Standortwandel im Kontext des demographischen Rückgangs thematisiert wird. Brachflächen, Verstädterung und ein verändertes Freizeitverhalten sind die kommenden Problematiken, mit denen sich die Kommunen auseinandersetzen müssen.
- Die Kulturwirtschaft besteht aus drei Säulen:
  - Erwerbsorientierte Kulturwirtschaft (ökonomische Bedeutung – Werbung, Marketing)
  - Gemeinnützige Kulturszene ("stützende Substanz")
  - Öffentlicher Kulturbetrieb (Theater, Museen u.a.)
- Die Teilmärkte der Kulturwirtschaft (Literatur-, Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt, Werbung, Design, Darstellende und unterhaltende Künste, Film-, TV- und Videowirtschaft, Kulturelles Erbe) umfassten 2006 in Hessen 4% der gesamt Erwerbstätigen.

- Längerfristiges Ziel sollte sein, Arbeitsräume für Gründer zur Verfügung zu stellen und einen Austausch mit Etablierten zu fördern. Durch die geschaffenen Räume erfährt eine Stadt eine Aufwertung. Die Bürger können sich durch kulturelle Projekte mehr mit ihrer Stadt identifizieren und die Stadt wird für Touristen attraktiver (→ Imageverbesserung im Quartier).
- Erfolgreiche Unterstützung der Kulturwirtschaft in diesem Sinne setzt voraus, dass eine reibungslose Kooperation zwischen den Ämtern Kultur, Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung, Liegenschaften und den Kommunen stattfindet.
- Im Kontext der Workshops hat sich herauskristallisiert, dass Gründerberatung (u.a. Aufgabenfeld des RKW Hessen) ein wesentliches Element einer Unterstützung von Kulturwirtschaft ist. Die klassische Unternehmensgründungsberatung, z.B. durch Kammern und Verbände, sieht die Starterunternehmen der Kulturwirtschaft (noch) nicht als ihr Themenfeld an. Der stetige Bedeutungszuwachs der Kulturwirtschaft fordere ein branchenspezifisches Gründercoaching.
- Kulturwirtschaft kann für kommunale Problemgebiete einen Lösungsansatz darstellen. Programme, wie Soziale Stadt und Stadtumbau Hessen, können Instrumente für die Unterstützung der Kulturwirtschaft sein, auch Initiativen wie den BID's (Business-Improvement-Districts), in Hessen unter dem Namen INGE (Gesetz zur Stärkung innerstädtischer Geschäftsquartiere) bekannt.
- Nach ersten Erkenntnissen ist die Kulturwirtschaft sehr vielseitig und kein starres Gebilde. Sie erfasst viele Bereiche des urbanen Raums. Um die Kulturwirtschaft zu erfassen ist deshalb nicht nur eine einmalige Bestandsaufnahme von Bedeutung, sondern auch ein laufendes Monitoring.
- Die bisherigen Erkenntnisse:
  - Eine sichtbare Präsenz von Kulturwirtschaft belebt das Quartier und bietet mehr öffentliche Sicherheit und einen Imagegewinn. Für die erfolgreiche Belebung ist es wichtig, dass die Kulturschaffenden in gut erreichbarer Lage untergebracht sind, wobei dies nicht in der 1. A – Lage sein muss.
  - Die Angebotsstruktur in der Kulturwirtschaft sollte besser regional vernetzt werden. Von einem vielfältigen, räumlich konzentrierten Angebot der Kultur- und Freizeitwirtschaft profitieren alle Anbieter. Die Liegenschaften der Kommune sind als Ressourcen für Gründeransiedlung zu sehen und können gegebenenfalls als Tauschobjekte benutzt werden.
  - Überregional ausgerichtete Projekte sollen auch Touristen als Zielgruppe ansprechen, und dem eine entsprechende Marketing-Strategie zu Grunde legen, die zwischen lokal-regionalen und internationalen Zielgruppen differenziert.
  - Für die Einbindung der wichtigen Akteure braucht es geeignete Trägerstrukturen ("Kümmerei"), die das lokale Know-How sparten- und sektorübergreifend vernetzen.
  - Fokussierte Gründerzentren bieten eine geeignete Starthilfe für Unternehmen der Kulturwirtschaft. Wegen der Kleinteiligkeit der Kreativwirtschaft bedarf auch einer Förderung, z.B. durch Mikrozuschüsse à la Urban II.

- Lokale Netzwerke der Kulturwirtschaft können die Wirtschaftlichkeit der Einzelakteure und das lokale Kulturangebot verbessern. Mit Öffentlichkeitsarbeit sollte diese Aktivitäten stärker in das städtische Gesamtbild integriert werden.
- Offene Fragen:
- Wie eine erfolgreiche Zusammenarbeit von institutionellen Eigentümern (Kommune, Land, Bund, Wohnungsbaugesellschaften) herstellen?
  - Wie Vereinbarungen zur Zulassung temporär-mittelfristiger Nutzungen mit unterschiedlichen Eigentümern gestalten? Wie gestaltet man Vereinbarungen über die Nutzung mit unterschiedlichen Eigentümern?
  - Wie (Zeit-) Aufwand zur Erfüllung rechtlicher Mindeststandards (Brandschutz, Erschließung, Verkehrssicherheit etc.) bei mittelfristig-temporärer Nutzung minimieren?

### 3. Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Wiesbaden



#### 3.1 Creative Industries – eine Entwicklungschance für Wiesbaden?

**Maria Franck, komm. Leiterin des Amts für Wirtschaft und Liegenschaften, Wiesbaden**

- Die „Creative Industries“ stellen das kreative Potenzial in den Städten dar und haben eine wachsende volkswirtschaftliche Bedeutung. Daher ist für Wiesbaden die Zielsetzung, einen Zuwachs dieser Unternehmen anzustreben. Bei der Ansiedlung von „Creative industries“ ist eine Unterstützung seitens der Kommune notwendig.
- Für diesen neuen kreativen Wirtschaftssektors existiert eine Begriffsvielfalt (Kulturwirtschaft, Creative industries etc.), die nach einer Positionierung verlangt. Wiesbaden wird den Begriff „Kulturwirtschaft“ im Sinne der Definition des Landes Hessen, wie in den letzten beiden Kulturwirtschaftsberichten gebraucht, benutzen.
- Die Beschäftigtenzahl in Wiesbaden beläuft sich auf 121.000 sozialpflichtiger Beschäftigte. Davon sind 6.050 im Bereich der Kulturwirtschaft anzusiedeln (5% am Gesamtanteil). Die „Dunkelziffer“ dürfte sogar beträchtlich höher liegen, da die Freiberuflichen in diesem Bereich einen erheblichen Anteil ausmachen. Frau Franck schätzt die reelle Zahl, der tatsächlich Tätigen im kulturellen Sektor, auf das 1,5fache höher, d.h. auf rund 9.000 Personen.
- Der Teilmarkt der Kulturwirtschaft macht in Wiesbaden laut Gewereregister 3.738 der Betriebsstätten aus. Für die Gewerbestruktur der Betriebe des kulturwirtschaftlichen Sektors lässt sich attestieren, dass viele kleinteilig strukturiert sind (besonders bei Design, Kunst etc.). Die Teilmärkte Literatur und Film weisen größere Beschäftigtenzahlen pro Betrieb auf.
- Für die Stadt Wiesbaden bietet es sich an, dass der Dienstleistungssektor in der Medienbranche ausgebaut wird. Ideale Voraussetzung hierfür bietet der Medienschwerpunkt der FH Wiesbaden. Weitere Unterstützung für den kulturwirtschaftlichen Sektor könnten durch die IHK, Private Institute und der One-Step-Agency der Wirtschaftsförderung gewährleistet werden.
- Wiesbaden ist die Stadt der Dienstleistungen (über 80% der Wirtschaft sind dem Dienstleistungssektor zuzuordnen). Kulturwirtschaft ist eine Dienstleistung! Die Kulturwirtschaft kann für Wiesbaden zu einer verbesserten Standortprofilierung beitragen und ist die Zukunft.



#### **3.2 Entwicklungsräume der Kulturwirtschaft in Wiesbaden** **Gabriele Kotzke, Stadtplanungsamt Wiesbaden, Abteilung Städtebau**

- Drei Nischen der verfügbaren Räume in Wiesbaden:
  - Das Fünfeck in der Kernstadt
  - Rhein (Kastel)
  - Östliches Gebiet der Stadt
- Es werden Beispiele für kulturwirtschaftliche Nutzung leerstehender Immobilien aufgezeigt. Die Stadt Wiesbaden kann solch temporäre Nutzungen beratend begleiten. Wichtig ist hierbei, dass Impulse gesetzt werden, da genügend Nischen für kreative Menschen bereitstehen.
- Dies war auch die Thematik der Tage der Industriekultur 2006 in Wiesbaden (→ Illuminationsprojekt). Beleuchtung kann Aufmerksamkeit für eine Immobilie generieren und diese dann eine Aufwertung bewirken.
- Für leerstehende Immobilien müsste nach Ansicht von Frau Kotzke ein Rahmenkonzept hinsichtlich der Zwischennutzungen erstellt werden.
- Stadtplanung heißt nicht immer steuern und planen, sondern kann auch bedeuten, dass man durchaus Impulse aufnehmen muss und sich damit im Hintergrund hält. Es gibt sozusagen eine Beobachterstatus. Stadtplanung kann auch „nur“ eine begleitende Funktion haben.



#### **3.3 Die Kulturförderung der Stadt Wiesbaden – Verbindungen zu Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung** **Arno Fischer, Leiter des Kulturamts, Wiesbaden**

- Der Etat für Kultur der Stadt Wiesbaden beträgt 3% des Gesamthaushaltes.
- Wiesbaden will sich als Weltkulturerbe bewerben und kalkuliert mit Touristen, die sich das Weltkulturerbe "Wiesbaden" und Weltnaturerbe „Mittelrheintal“ ansehen.
- Die Filmbranche ist wichtig für Wiesbaden und es wird auf die Tätigkeit der „Murnau-Stiftung“ hin verwiesen, die unter anderem in Wiesbaden ansässig ist. Diese engagiert sich primär für die Erhaltung und Aktivierung des nationalen Filmerbes.
- Als ein weiteres positives Beispiel ist der Kulturpark rund um den Schlachthof zu nennen, vor allem die Tätigkeit und Nutzung des KuK Schlachthof Wiesbaden e.V., der seit 1994 dort ansässig ist. Beim Kulturpark lassen sich aber auch Schwierigkeiten bei der Umsetzung diverser Projekte bemängeln.
- Hinzukommt, dass die demographische Struktur altert und dies entsprechende Konsequenzen mit sich zieht. So wird die Filmbühne hauptsächlich von einem weiblichen Publikum zwischen 30-45 Jahre aufgesucht. Das Bildungs- und Einkommensniveau entspricht hier der Mittelschicht. Daher muss man sich fragen, wie der Stand in 10-15 Jahren aussehen wird? Um eine Verjüngung des Publikums zu erreichen, wurde auf Bundesebene speziell die Initiative für Kinder „Kino macht Schule“ ins Leben gerufen. Selbst wenn das Publikum jünger wird, werden die Produzenten älter.



#### **3.4 Kulturwirtschaftsförderung vor Ort: Projekte und Erfahrungen aus der Stadterneuerung Hans Vollmar, Leiter des Wohnungsamts - Stadterneuerung**

- Ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit sind einige der wichtigsten heutigen Anforderungen an die Kommunen. Kulturwirtschaft kann diese Themenfelder z.T. vereinen. Kulturwirtschaft sollte aus der Sicht der Viertel/Kulturschaffenden betrachtet werden. Was nutzt die Förderung der Kulturwirtschaft in einem gewissen Bereich, wenn die Künstler dagegen sind?
- Gebiete, die z.T. von der Stadtplanung außer Acht gelassen werden, können Keimzellen der Kulturwirtschaft sein (Bsp. Bergkirchenviertel – Künstlerhaus43). Diese entstehen zum Teil ohne Förderung und werden durchaus von der Öffentlichkeit toleriert und unterstützt (durch Projekte wie die „Vogelkästen“ können sie auch durchaus noch mehr Interesse aquirieren/generieren).
- Diese Projekte können identitätsstiftend für das entsprechende Viertel sein, was sich dann wiederum positiv auf die Entwicklung des Viertels auswirken kann. Laut Herrn Vollmar ist dies das Nachhaltigste, was man sich als Stadt wünschen kann.
- Wiesbaden ist Ende 2000 mit dem Standort Biebrich-Südost in das Bund-Länder-Programm „Soziale Stadt“ aufgenommen worden. Einen Großteil der Arbeit hat die Beratungstätigkeit vor allem mit Kulturschaffenden ausgemacht.
- Die Stadtteile Kastel und Kostheim wurden im November 2005 in das Programm „Stadtumbau in Hessen“ aufgenommen, das auf 15 Jahre ausgelegt ist. Das Programm sieht eine aktive Bürgerbeteiligung in Planwerkstätten und Planungsforen vor.
- Die Stadtteilkulturarbeit der Stadt Wiesbaden bietet Menschen im Stadtbezirk Westend die Möglichkeit, sich kulturell zu engagieren und falls gewünscht Projekte mit Hilfe des Kulturamtes umzusetzen. Und kann letztlich als Ansatz dezentraler Kulturarbeit verstanden werden.
- Dazu zählen auch Kunstaktionen wie die „Kinderbremse“, die durch ihre kleinteilige Struktur keinen größeren bürokratischen Aufwand bereitete.
- Kulturschwerpunkte sind im Westend und in Biebrich festgelegt, wo direkte Kontakte zwischen den beteiligten Akteuren bestehen. Durch bauliche Erneuerungen hat sich vor Ort die Chance für die Kulturwirtschaft verbessert.
- Seitens der Stadt ist eine Wertschätzung der kulturellen Projekte feststellbar, da durch Kulturwirtschaft eine Wertsteigerung für den Standort möglich ist. Daher ist eine Aufgeschlossenheit für Ini-

tiativen vorhanden, auch was die Zwischennutzung von leerstehenden Immobilien anbelangt. Die positive Haltung lässt sich anhand der genehmigten Projekte attestieren.

- Wichtig sind nach Herrn Vollmar die freiberuflichen, engagierten Kulturschaffenden, die einen Bezug zum Ort haben, dort geboren sind und dort leben/arbeiten. Sie haben die Projektideen und sind auf Unterstützung durch Stadt angewiesen (aber nicht von den Fördermitteln der Stadt abhängig machen). Sie sind diejenigen, die die Projekte umsetzen.
- Herr Vollmar wünscht sich ein vernetztes, städtisches Förderteam, das sich mit diesen Themen auseinandersetzt.

#### 4. Akteure, Projekte, Erfahrungen – Kulturwirtschaft in Wiesbaden



##### 4.1 Das Walhalla und die kleine Schwalbacher Straße im Kontext der Stadtentwicklung Andreas Guntrum, Geschäftsführer SEG Stadtentwicklungsgesellschaft Wiesbaden mbH

- Stadtentwicklung von heute und in der Vergangenheit haben immer einen inhaltlichen Zusammenhang. Der Rahmenplan für die westliche Innenstadt / Neuer Glanz für die Wiesbadener Innenstadt soll vordergründig auf der Revitalisierung der „Kleine Schwalbacher Straße“ basieren.
- Zur Schwalbacher Straße hin soll durch die neue Platzaufteilung eine Freiflächenverbindung zur Innenstadt geschaffen werden. Hingegen entsteht im rückwärtigen Bereich des Platzes der geschützte Quartiersplatz für das Westend. Mit dem Neubau an der Westseite des Quartiersplatzes werden zur Bleichstraße hin handels- und ortsbezogene Dienstleistungsnutzungen und gastronomische Betriebe einbezogen. Die westliche Raumkante bildet das neue City-Revier, in den Stockwerken darüber sollen Wohnungen realisiert werden. Dies gelingt nur durch die Umlegung des ÖPNV-Knotenpunktes und die Verlagerung der Jugendverkehrsschule im Voraus.
- Eine steigende Identifikation der Bürger mit der Stadt wird durch das Wasser der Stadt gesehen, das sich als Identifikationsmerkmal ausbauen ließe.
- Das Walhalla wurde 1897 gebaut und war 20 Jahre Theater für die Bürgerschaft. Im Anschluss wurde es ein Lichtspielhaus. Nach dieser Phase stand das Walhalla lange Zeit leer. Im Moment beherbergt es eine Zwischennutzung und ist bei Sonderveranstaltungen zugänglich (Bsp. → Gala-nacht). Die Nutzung des Walhalla erweist sich als schwierig, da für Veranstaltungen externe Strom- und Wasserzufuhren benötigt werden. Zusätzlich muss ein Bereitschaftsdienst der Feuerwehr in Anspruch genommen werden. Finanzielle Unterstützung erfolgt durch die SEG (eine städtische Gesellschaft) und zusätzlich konnte für das Theater ein Spendenbeitrag von 22.000 Euro aufgetrieben werden. Die momentane Arbeit des Vereines wird zwar nur als Zwischennutzung angesehen, jedoch hält dieser Zustand schon seit sechs Jahren an. Eine innovative, kultureller Dauernutzung wäre wünschenswert.



Jörg Niemeier



Dipl.-Ing. Thomas Keller



Christoph Kremers

#### 4.2 Design- und Medienstandort Alte Kliniken

- Jörg Niemeier, Wirtschaftsförderung Wiesbaden
  - Dipl.-Ing. Thomas Keller, Gemeinnützige Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH
  - Christoph Kremers, die Firma GmbH
- 
- Die Kulturwirtschaft in Wiesbaden ist sehr kleinteilig und es ist deshalb schwierig, spezielle Standortwünsche zu realisieren. Das wirtschaftliche Potenzial liegt vor allem im Bereich der Design- und Medienunternehmen; diesen Aspekt berücksichtigt auch die städtische Wohnbaugesellschaft. Ein Beispiel dafür könnte die Optimierung der Flächen der Schwalbacher Straße 72-76 unter Einbeziehung des Bereichs der Platter Straße darstellen. Momentan liegt, so Herr Niemeier, ein unbeplanter Innenbereich vor. Seit 2003 liegt eine Baugenehmigung vor, die nach dem Flächennutzungsplan Wohnen und Kultur in dem Areal vorsieht. Eventuelle Kombination durch bessere Nahversorgung sind auch kurzfristig realisierbar. Ziel ist, eine bedarfsgerechte Flächenoptimierung durch entsprechende Auslastung zu erreichen und ein erweitertes Angebot zu schaffen.
  - Herr Keller zeigt eine Bestandsaufnahme der „Alte Klinik“, die 2007 durchgeführt wurde. Die dort ansässigen Agenturen, Einrichtungen und Vereine wurden erfasst, um auf dieser Grundlage weitere Schritte zur Entwicklung der Liegenschaft zu unternehmen. Ziel ist es, die „Alten Kliniken“ aufzuwerten und eine Imageverbesserung zu bewirken. Es gibt derzeit zwei Visionen, wie dies umgesetzt werden könnte. Die erste Vision ist, die Mieterstruktur zu verändern. Dafür bietet sich ein Ausbau der Dachgeschosse an. Die zweite Vision beinhaltet, einen Glas-Anbau (ca. 500 m<sup>2</sup> pro Anbau) zu realisieren. Diese transparente Erweiterung hätte den Vorteil, dass der Bestand in seiner jetzigen Form erhalten bleibt und sich einen Gewinn an Fläche verzeichnen lässt.
  - Herr Kremers berichtet über sieben Jahre erfolgreiche Selbständigkeit. Die „Firma GmbH“ – eine Kommunikations- und Designagentur - musste bereits wegen Expansionsbedarf den Standort wechseln. Nun ist sie im Medienzentrum „Alte Kliniken“ angesiedelt. Herr Kremers sieht an diesem Standort viel Potenzial, sich weiterzuentwickeln, doch gestaltet sich die Lage für die Selbstständigen als problematisch. Die „Firma GmbH“ befindet sich inmitten von sozialem Wohnungsbau. Es wurde bereits des öfteren eingebrochen, und die Vermüllung der Einfahrt sei ein dauerhaftes Problem.



#### **4.3 Schlachthof Wiesbaden – das Kulturunternehmen Gerhard Schulz, KuK Schlachthof Wiesbaden e.V.**

- Die Nutzung des Schlachthofes Wiesbaden wird hauptsächlich durch drei Aspekte bestimmt: die Lage, die Zusammenarbeit mit der Stadt Wiesbaden und das vorhandene Gelände. Das Kunst- und Kulturzentrum Schlachthof nutzt ein ehemaliges Schlachthofgebäude und existiert seit nunmehr 13 Jahren in einer Industriebrache. Viele Probleme mussten gelöst und vieles in infrastruktureller Hinsicht verbessert werden. Der Betrieb beschränkt sich hauptsächlich auf die Kneipe, den Kulturbetrieb und die Musik. Herr Schulz definiert hierin auch die zukünftigen Ziele des Schlachthofs, der Status soll weiter ausgebaut werden. Im Laufe der Zeit ist ein Kollektiv gewachsen und aus einer Zwischennutzung ist sowohl ein Ausbildungs- als auch ein Meisterbetrieb geworden.
- Nach anfänglich fünf Veranstaltungen im Monat ist man mittlerweile bei ca. 265 Veranstaltungen im Jahr. Ein breites Publikum nutzt die Lokalität mit 2000 qm<sup>2</sup> Fläche. In den 18 Jahren des Bestehens konnten 30 Proberäume entstehen, die aber auch laufende Kosten mit sich ziehen. Die besondere Höhe der Unterhaltungskosten des Gebäudes begründet sich vornehmlich durch die schlechte Bausubstanz.
- Momentan ist zu verhandeln, zu welchen Konditionen der Verein die Immobilie erwerben kann, sprich wie es mit dem Erbpachtwert bezüglich der Dauer aussieht. Schließlich müsste das ganze Asbestdach ersetzt werden. Herr Schulz sieht auch das Amt für Liegenschaften in der Verantwortung stehen und äußert seinen Unmut, dass angrenzende Liegenschaften seitens der Stadt unterstützt werden, währenddessen der Schlachthof „ausgegrenzt“ werde.
- Die Kulturschaffenden, so Herr Schulz, sehen sich auch in der Pflicht, für die Gesellschaft tätig zu sein.
- Der Schlachthof finanziert sich zu 90 % aus eigenen Mitteln, doch sei dies für die Zukunft keine Perspektive. Da der Schlachthof ein wichtiger kultureller Faktor für Wiesbaden ist, erhofft sich Herr Schulz eine adäquate Zielvereinbarung mit der Kulturförderung der Stadt aushandeln zu können.

Zitat: „Wer nicht weiß wo er hin will, der braucht sich nicht zu wundern, wenn er *irgendwo* landet!“



**4.4 Projekt “Kulturzone“ – Erfahrungen und Perspektiven privatwirtschaftlich organisierten Leerstandsmanagements / Zwischennutzung  
Andreas Steinbauer, Steinbauer Immobilien KG**

- Die “Kulturzone“ ist ein Projekt zur Bespielung von Leerständen. Für solche Projekte sind viele Behördengänge zu erledigen, meist gibt es auch nur eine Interimgenehmigung , die dann auch noch Probleme in sich birgt (→ Brandschutz). Herr Steinbauer arbeitet an einer Lösung, die es erlaubt die Zwischennutzung in den Vordergrund zu stellen und einen Standort in vier Wochen benutzbar zu machen. Dieses Konzept werde in Kooperation mit der Bauaufsicht, der Feuerwehr und der Wirtschaftsförderung erstellt. Eine Checkliste solle die Planung von Zwischennutzungen erheblich vereinfachen, z.B. das eine Veranstaltungsgröße von 200 Personen nicht überschritten wird. Herr Steinbauer sieht eine klare Aufgabenverteilung: Er löst die behördliche Seite (Genehmigungen etc.) der Nutzung der Immobilie, die operative Seite der Zwischennutzung liegt beim Veranstalter oder Kulturschaffenden.
- Herr Steinbauer berichtet über die Erfahrungen, eine leerstehende Immobilie in der Wilhelmstrasse 10 in Form einer “Kulturzone“ zu bespielen. Die nächste “Kulturzone“ ist für den Zeitraum März-November 2008 einschließlich einer Sommerpause anberaumt. Dabei soll der Öffentlichkeit im Wechsel verschiedene Immobilien und Veranstaltungen präsentiert werden.
- Das Ziel ist auf längere Sicht, die jeweilige Immobilie zu vermarkten und hierfür erhofft man sich durch die “Kulturzone“ Interessenten zu generieren.



#### **4.5 Kunstwege in die Selbständigkeit**

##### **Birgid Helmy, Bildhauerin aus dem Stadtteil Biebrich**

- Frau Helmy ist eine Künstlerin, die ihre Ideen bzw. ihre Skulpturen im Raum platziert (→ Rauminszenierung). Sie sucht sich für ihre Aktionen dichtbefahren Straßen aus und befestigt ihre Skulpturen an Säulen. Sie erfährt Unterstützung von Seiten des Kulturamts.
- Wie man an ihrem Projekt der Stelzengänger sieht, die auf einem privaten Firmengelände untergebracht sind, versucht sie den aktuellen Zeitgeist einzufangen. Die „Froschkönigin“ ein weiteres erfolgreiches Projekt, wurde im öffentlichen Raum installiert und erfreute sich großer Beliebtheit.
- Frau Helmy ist mit Biebrich stark verbunden und fordert mehr regionale Kunst im öffentlichen Raum mit Anspruch (→ Kritik an Skulptur „Knoblauch“)
- Weiterhin kritisiert sie, dass die Künstler nicht an der Planung von Kunstwerken im öffentlichen Raum beteiligt werden. Meist werden sie erst ganz am Schluss mit einbezogen und können ihre Kreativität nicht mit einfließen lassen.



#### **4.6 Kunstraum Westend**

##### **Rita Marsmann, Kunstkuratorin Soziale Stadt Westend**

- Frau Marsmann ist freischaffende Künstlerin und Kommunikations-Designerin, die seit 15 Jahren im Wiesbadener Stadtteil Westend lebt. Sie ist seit 2006 Quartierskuratorin Kunst und Kultur im Rahmen des Programms Soziale Stadt – Inneres Westend tätig. Neben Quartiersmanagement und architektonischer Beratung sind "Kunst und Kultur" zur dritten Säule der Sozialen Stadt im Westend geworden. Beauftragt wird sie vom "Kunstraum Westend e.V.", der u.a. im Straßenraum die sog. Westendgalerie betreibt.
  
- Der Künstler Titus Grab, einer der Aktiven des Vereins Kunstraum Westend, initiierte die "Offenen Ateliers". Bei dieser Aktion öffnen Künstler ihre Türen und geben Einblick in ihre Ateliers und ihre Arbeit. Anfangs, im Jahr 2001, war dies noch ein eher privater Rundgang durch sieben Künstlerateliers im Quartier. Nur mit Überredungskunst konnten die Künstler damals zum Mitmachen bewegt werden, weil sie die gegenseitige Konkurrenz fürchteten.
  
- Frau Marsmann nahm als Künstlerin erstmals 2004 an den offenen Ateliers teil und begann aus Begeisterung für das Projekt spontan mit Öffentlichkeitsarbeit für die Initiative. Die Öffentlichkeitsarbeit wurde in den Folgejahren stark ausgeweitet (v.a. Flyer, Website, Pressearbeit), ebenso nahm das Publikumsinteresse stark zu. 2006 wurden z.B. 100 Besucher pro Tag und Atelier gezählt, eine Verdopplung gegenüber dem Vorjahr.
  
- Die Aktion "Offene Ateliers" wird nun in Zusammenarbeit mit Kultur- und Wohnungsamt der Stadt Wiesbaden, Verdi, ESWE und einer Druckerei durchgeführt. Etwa 20 Künstler und Gewerbetreibende aus dem Quartier beteiligen sich. Die Künstler zahlen einen Unkostenbeitrag von 100 Euro, was sich jedoch nicht alle leisten können. Die Gewerbetreibenden, wie z.B. das türkische Restaurant Harput bieten erweiterte Ausstellungsflächen.

- Ihre Aufgabe als Quartierskuratorin ist es, die Kunst im Westend nach außen sichtbar zu machen. Dies tut sie nach dem Motto ist "Künstler für Räume – Räume für Künstler". Es gebe genügend Leerstand im Quartier, und es gebe genügend Künstler, die dringend Räume benötigen.
- Frau Marsmann organisiert dazu Werkstattgespräche, zumeist mit Künstlern aus dem Quartier selbst, jedoch stets mit Bezug zum Quartier. Die Werkstattgespräche sind öffentliche Darbietungen aus den unterschiedlichsten Bereichen (Fotografie, Tanz, freie Komposition, Performance, Design, Schriftstellerei...) verbunden mit einem Bericht des Künstlers über seine Arbeit. Diese Veranstaltungen kommen gut an: Es gibt eine beständige Nachfrage seitens der Künstler, obwohl diese kein Honorar erhalten, sondern nur öffentliche Aufmerksamkeit. Der Publikumszuspruch ist mit bis zu 70 Zuschauern gut.
- Weiterhin organisiert Frau Marsmann das Bespielen leerstehender Läden mit Ausstellungen und KunstSchau!Fenstern. Sie erstellt eine Kunst-Seite in der Stadtteilzeitung des Westends.
- Sie beschreibt sich selber als "Anlaufstelle für alle künstlerische Belange im Quartier". Großen Wert legt sie darauf, Kontakte zwischen Kunstschaffenden und Gewerbetreibenden zu stiften, was im Alltag auf der Straße und zu jeder Gelegenheit passiere. Gerne würde sie auch die Vermittlung von Räumen übernehmen, da sie wöchentliche Anfragen nach Ateliers erhalte. Es sei jedoch schwierig, Räume für Künstler zu erschließen.
- Ihrer Erfahrung nach haben die Immobilieneigentümer mit Kunst nichts am Hut. Da sie teilweise auch nicht in Wiesbaden ansässig sind, fehle ihnen auch der Bezug zur Situation im Quartier. Die Eigentümer verlangten hohe Mieten, und würden ihre Läden lieber leerstehen lassen als eine künstlerische Nutzung zuzulassen.
- Der leerstehende Waschsalon in der Wellritzstraße, ein "Schandfleck" im Quartier, konnte nur durch die persönliche Ansprache der Eigentümerin gewonnen werden. Erst nachdem diese ein KunstSchau!Fenster und persönliche Kontakte zu Künstlern erlebt hatte, bei denen die Chemie stimmte, kam die Nutzungserlaubnis zustande.
- Zu diesen Kulturaktivitäten ist das Quartiersereignis "Kulturtag Westend" hinzugekommen, an dem sich neben den Künstlern auch Kirchen, Schulen, Gewerbetreibende, soziale Einrichtungen und Vereine beteiligten. Die Kulturtag finden seit 2006 mit rund 40 Einzelveranstaltungen statt.
- Die Organisation der Kulturtag hängt jedoch nahezu gänzlich vom Engagement von Frau Marsmann ab. Die gesamten Aktivitäten im Quartier würden von einer kleinen Handvoll Aktiver organisiert, so Frau Marsmann. Die Künstler hätten sich durch die Aktivitäten zwar für das Quartierge-schehen geöffnet, würden aber selbst nur wenig Engagement entfalten, da sie sehr auf ihre eigene Arbeit konzentriert seien.
- Die Resonanz auf die Kunstaktivitäten im Quartier ist ungebrochen, die Nachfrage weiterhin hoch. Es gibt bereits Anmeldungen fürs kommende Jahr. Es fehlt jedoch an Räumen für Ateliers und

Veranstaltungen.

- Als ein sehr wichtiges Thema habe sich die Existenzsicherung der Künstler herausgestellt. Im Rahmen der Soziale-Stadt-Förderung (Lokales Kapital für soziale Zwecke, LOS) wurde daher zB ein mehrtägiger Workshop über Marketing für Künstler organisiert. In einem "Quartierstisch" informieren Gastreferenten über Verdienstmöglichkeiten und Gepflogenheiten in verschiedenen Wirtschaftsbereichen.
- Die Kunstaktivitäten im Quartier haben bereits Auswirkungen auf den Immobilienmarkt. In Anzeigen werde die Lage im Künstlerquartier angepriesen, die Mietpreise hätten dem Vernehmen nach in letzter Zeit angezogen.
- Das Prinzip "Räume für Künstler – Künstler für Räume" müsse hochgehalten werden. Es sei wichtig, Nischen zu lassen und ein Angebot an Atelierräumen zu schaffen. In der Stadt mit den fünfthöchsten Mieten in Deutschland gebe es sonst keine Möglichkeiten für Künstler, sich anzusiedeln oder zu überleben.



**5. Identifikation mit Wiesbaden - Bewerbung zum Weltkulturerbe**  
**Dr. Thomas Weichel, Leiter der Stabsstelle Weltkulturerbe Wiesbaden**

- Die Stadt Wiesbaden will seit 2 Jahren Weltkulturerbe werden und versucht dem Anforderungsprofil der UNESCO gerecht zu werden. Was ist das besondere an Wiesbaden? Warum soll Wiesbaden Weltkulturerbestadt werden?
- Dies ist in den historischen Wurzeln der Stadt verankert. Wiesbaden wurde von den Römern „Aquaе Mattiacorum“ genannt. Siedlungsspuren sind allerdings im Stadtgebiet bereits für die Jungsteinzeit nachgewiesen (um 3000 v.d.Z.). In die spätaugusteische Zeit (um 6–15 n.d.Z.) ist ein erster Militärposten (Erdkastell) auf dem Heidenberg zu datieren; wenig später begann mit dem Ausbau der Thermen die Entwicklung einer zivilen römischen Siedlung. Diese wurde um 370 mit einer Mauer befestigt – Reste dieser so genannten Heidenmauer sind bis heute erhalten. Ab 1690 wurde die Stadt, die damals nur rund 730 Einwohner zählte, erweitert und neu befestigt. 1744 verlegte Fürst Karl von Nassau-Usingen seine Residenz in das Biebricher Schloss; Wiesbaden wurde Sitz der Regierung des Fürstentums, später des Herzogtums Nassau (1806–1866).
- Im 19. Jahrhundert entwickelte sich die Stadt zu einem internationalen Kurort. Dem Aufschwung Wiesbadens tat die Annexion Nassaus durch Preußen 1866 keinen Abbruch. Wiesbaden wurde Hauptstadt eines Regierungsbezirks und beliebter Ruhesitz von Offizieren, höheren Beamten und Rentiers, die von ihren Pensionen beziehungsweise den Zinsen ihrer Vermögen lebten. Das Stadtbild wurde geprägt von repräsentativen Wohnhäusern, Hotelpalästen und vornehmen Villen, die nun zum Teil eine Grundlage für die Bewerbung als Weltkulturerbe darstellen.
- Die Bevölkerungszahl insgesamt wuchs im 19. Jahrhundert rapide und überschritt 1905 die Grenze von 100.000 Einwohnern. Wiesbaden ist insofern eine „Zuwandererstadt“. Der Erste Weltkrieg, die nachfolgende französische und englische Besatzung sowie die Weltwirtschaftskrise schwächten die Finanzkraft der Stadt erheblich; auch die Eingemeindungen von Vororten in den Jahren 1926 und 1928 änderten daran nur wenig. Seine einstige Bedeutung als „Weltkurstadt“ hatte Wiesbaden verloren.

## 5. Kulturwirtschaft als Impulsgeber für Stadt- und Regionalentwicklung

---

- Im Zweiten Weltkrieg vergleichsweise wenig zerstört, wurde Wiesbaden 1945 Hauptstadt des Landes Hessen, in der sich neben Behörden unter anderem zahlreiche Verlage, Versicherungen sowie Betriebe der Filmindustrie ansiedelten. Wiesbaden ist einer der bevorzugten Wohnorte der Rhein-Main-Region. Diese Besonderheit Wiesbaden muss durch spezielle Strategien der Öffentlichkeitsarbeit hervorgehoben werden.
- Die Entwicklung der letzten 100 Jahre haben das historische Fünfeck in der heutigen Innenstadt ergeben.
- Von der baulichen Entwicklung her ist Wiesbaden vom Historismus bis zum Klassizismus einzuordnen. Wiesbaden ist ganz Stadt des 19. Jahrhunderts. Diese einmalige Entwicklung beruht auf der Tatsache, dass sich die heutige hessische Landeshauptstadt im Laufe dieses 19. Jahrhunderts von einer bescheidenen Kleinstadt mit 2.500 Einwohnern im Jahr 1800 zu einer Großstadt mit 100.000 Einwohnern im Jahr 1905 gemausert hat. Dieses ungewöhnliche Wachstum war konsequenterweise mit einer stürmischen Bautätigkeit verbunden. Es ist dem erstaunlichen Formenwandel und der Stilvielfalt des Historismus zu verdanken, dass diese Entwicklung nicht in einer monotonen Massenbauweise mündete, was bei schnell benötigtem Wohnraum rasch die Folge sein kann. Wiesbaden hat sich natürlich im Laufe der letzten 100 Jahre weiterentwickelt und zeigt heute in der Stadt auch die architektonische Formensprache des 20. Jahrhunderts.
- Aufgrund der relativ geringen Beschädigungen während des Zweiten Weltkriegs präsentiert sich die Stadt heute als bedeutendstes "StadtDenkmal des Historismus in Deutschland" (Professor Gottfried Kiesow). Dies hat die Stadtverordnetenversammlung und den Magistrat bewogen, sich um eine Eintragung in die Unesco-Liste des kulturellen Welterbes zu bemühen. Ein "Jahr des Historismus" als Auftaktveranstaltung zur Bewerbung um die Aufnahme in die Unesco-Weltkulturliste soll mit zahlreichen Veranstaltungen auf die architektonische Bedeutung der Stadt hinweisen und ihre Einwohner und Gäste dafür gleichermaßen sensibilisieren.
- Die Identifikation der Einwohner mit der Stadt Wiesbaden ist, im Vergleich zu umliegenden Städten, relativ gering. Hintergrund hierfür ist, dass Wiesbaden eine „Zuwandererstadt“ ist und war. Damit fehlen lang verwurzelte Generationen innerhalb der Stadt. Fehlende Identifikationspole verstärken diesen Effekt in gewissen Bereichen. Wiesbadens Bewerbung als Weltkulturerbe soll auch die Identifikation der Bürger mit der Stadt zu stärken.
- Herr Weichel stellt das Projekt „Bilderstadt“ vor, das der Stärkung der Identifikation mit der Stadt sowohl für „ältere“ als auch „jüngere“ Einwohner dienen soll. Bei dieser erfolgreichen Aktion, wurden die Bürger aufgerufen, historische Fotos von Wiesbaden zur Verfügung zu stellen. Zahlreiche Bilder werden eine Woche lang im Foyer des Rathaus ausgestellt, wo die Aktion im Dezember 2007 mit einer Finissage endet. Zusätzlich wurden die Bilder in öffentlichen Großprojek-

tionen (Leinwand von 6 x 8 m )auf dem Mauritiusplatz, auf dem Kranplatz und auf dem Bahnhof gezeigt. Daneben wurden historische Filmfragmente bis zum 24.11.007 vorgeführt.

- Durch dieses Projekt sind viele historische Aufnahmen neu aufgetaucht. Für das Projekt wurden Beratungszentren und Scanstationen eingerichtet, an denen die Bilder der Bürger digital erfasst wurden. Dort hat man die Erfahrung gemacht, dass ein immenses Gesprächsbedürfnis über das Thema Wiesbaden bei der Bevölkerung besteht. Mittlerweile wurden ca. 800-1.000 Aufnahmen gescannt. Der Zugang über den historischen Kontext sei notwendig für die Identifikation der Einwohner mit ihrer Stadt, so Herr Weichel.



**6. Kommunale Maßnahmen zur Stärkung der Kreativität - Ergebnisse des Offenbacher Kreativwirtschaftsgutachtens**  
**Dipl. Geogr. Dominik Papenheim, Universität Trier, FB Kultur- und Regionalgeographie**

- Herr Papenheim und seine Kollegen definieren "Kreativwirtschaft" anders als das Land Hessen und der Bund "Kulturwirtschaft". Der grundlegende Unterschied liegt in der unterschiedlichen Einbeziehung der Wertschöpfungskette. Papenheims Definition stellt die kreativ-schöpferische Tätigkeit selbst in den Vordergrund, die typischerweise am Anfang der Wertschöpfungskette steht. Der Kulturwirtschaftsbegriff umfasst dagegen die Gesamtheit der mit Erstellung, Produktion und Distribution von kulturellen Gütern befassten Wirtschaftsakteure, also auch solche, die nicht im eigentlichen Sinne "kreative" Arbeiten durchführen.
- Offenbach ist die erste Kommune, die eine solche Primärdatenerhebung im deutschen Raum in Auftrag gegeben hat. Auftraggeber war hierfür die Wirtschaftsförderung der Stadt Offenbach.
- Hauptaugenmerk der Untersuchung lag auf privatwirtschaftlichen Akteuren, d.h. Betriebe und Freiberufler in den Bereichen Unternehmensberatung/Werbung, IT-Wirtschaft, Architektur, Design, Audiovisuelle Medien, Buch-Pressemarkt, Kunst und Kultur sowie Forschung und Entwicklung. In Offenbach fanden sich 900 Betriebe mit 4.100 Beschäftigten in der Kreativwirtschaft. Die Betriebe sind kleinteilig strukturiert und sind vor allem die Branchen IT-Wirtschaft, Design und Unternehmensberatung tätig. Viele der Unternehmensgründungen in Offenbach lassen sich mit der guten Lage in Hessen erklären (→ zurückzuführen auf den „Rhein-Main-Effekt“).
- Ein großer Teil der Gründer ist Absolvent der Offenbacher Hochschule für Gestaltung oder einer der Hochschulen der Region. Die vorteilhaften harten Standortfaktoren (Lage, günstige Mieten), erklären den Zuzug Kreativer nach Offenbach und die festgestellte geringe Abwanderungsneigung. Trotz des verbreiteten projektbasierten Arbeitens, das das Entstehen von Netzwerken eigentlich fördern sollte, ist die interne Vernetzung der Offenbacher Kreativwirtschaft gering, ebenso die Identifikation mit der Stadt, wohl auch wegen des negativen Images von Offenbach. Ein großer Nachteil sei, dass Konzepte zur Betreuung und Stärkung der Kreativwirtschaft von Seitens der Kommune nicht vorhanden sind.

- Herr Papenheim und seine Kollegen haben für die Kommune Handlungsempfehlungen entwickelt: Diese zielen auf eine bessere innere Vernetzung der Offenbacher Kreativwirtschaft, Maßnahmen zur Imageverbesserung von Offenbach als Standort für Kreativwirtschaft sowie eine Institutionalisierung der Zusammenarbeit der Akteure.
- Zur besseren Vernetzung sollen Aktionstage stattfinden, sowie eine Website „Kreatives Offenbach“ entstehen, über die Kontakte recherchiert werden können. Räumlich-baulich könnte die Nutzung des Hafens als Öffnung der Stadt zum Wasser hin zu kreativer Folgenutzung und der Bildung von Hot-Spots der Kreativwirtschaft beitragen.
- Überdies soll die Dachmarke „Kreatives Offenbach“ geschaffen werden, unter anderem durch Design und Kunst im öffentlichen Raum. Durch das Marketing der Offenbacher Hochschule für Gestaltung soll die Kulturwirtschaft gefördert werden. Institutionell soll die Kreativwirtschaft feste Ansprechpartner bei der Kommune (Wirtschaftsförderung) erhalten. Zur Unterstützung von Starterunternehmen wäre auch ein Mentorennetzwerk hilfreich.
- Für Offenbach zieht Herr Papenheim das Fazit, dass eine kritische Masse und ein kreatives Potenzial vorhanden sei, es jedoch Probleme bei Vernetzung, Image und Zusammenarbeit gebe.
- Hinweis auf den Download des Gutachtens für Offenbach unter:  
[http://www.uni-trier.de/uploads/media/TASW\\_Kreativwirtschaft\\_Offenbach.pdf](http://www.uni-trier.de/uploads/media/TASW_Kreativwirtschaft_Offenbach.pdf)

## 7. Identifikation mit Wiesbaden – Perspektiven für die Kulturwirtschaft

### Gesprächsrunden zu den Themen



#### 7.1 Kultur & Identität

- Durch Projekte wie Bilderstadt soll die bisher gering ausgeprägte Identifikation mit der Stadt Wiesbaden erhöht werden, ein Weg, der Herrn Weichel zufolge erst begonnen wurde. Es kommt die Frage auf, wer sich den mit der Bewerbung Wiesbadens zum Weltkulturerbe identifiziere. Ist die Bewerbung zum Weltkulturerbe ein geeigneter Weg zur Erhöhung der städtischen Identifikation? Zuerst sei die Schaffung einer Quartiersidentität wichtig, da das Wohnquartier das unmittelbare Umfeld darstelle.
- Quartiersidentität entsteht nach Ansicht von Herrn Weichel allein aus persönlichen Interessen. Wer sich nicht für das Quartier einbringt, werde sich damit auch nicht richtig identifizieren. Da sich aber nicht jeder zwingend im Viertel einbringen müsse, stelle sich die Frage, wie man es schafft, Bürger zu mobilisieren.
- Herr Bayer fragt danach, wer im allgemeinen die aktiven Akteure seien. Laut Herrn Weichel sind es die Bürger, die Kenntnisse über die Historie der Stadt besitzen. Der historische Kontext schaffe Identität. Dem widerspricht Frau Rox: Die Geschichte mache nur einen Teil der Identität einer Stadt aus, die Gegenwart sei von primärer Bedeutung. Geschichte sei jedoch kein kleiner Baustein, sondern wichtig für die Entwicklung der kulturellen Tradition. Und Kultur und Identität gehörten zusammen. Identifikation sei immer auch eine „Abgrenzung“.

- Frau Rox stellt als Außenstehende die Frage, worin denn die Identität der Stadt Wiesbaden besteht? Herr Weichel antwortet, dass die vielen Identitäten der Stadt Wiesbaden vielleicht ihr Problem sein könnten. Umso wichtiger sei es, das Weltkulturerbe als eine bedeutende Identität zu etablieren.
- Der Gruppe wird die Aufgabe gestellt, die Stadt Wiesbaden anhand von drei Schlagwörtern zu definieren. Mit Wiesbaden wird eine Vielzahl an Begriffen assoziiert (Dienstleistung, Wohnstadt, Verwaltungstadt, Residenzstadt, Fassade, Villenviertel etc.).
- Es stelle sich heraus, dass nicht die Villenbesitzer die Identifikation mit der Stadt suchen, sondern eher die „unteren“ Schichten.
- Wiesbaden hat auch eine verkehrsgünstige Lage. Man liegt zwar in unmittelbarer Nähe zum Flughafen Frankfurt, jedoch gebe es keinen nennenswerten Fluglärm. Dieser Aspekt und die verkehrsgünstige Erschließung (BAB des Rhein-Main-Gebiets) schaffen eine hohe Wohnqualität.
- Gutes Wohnen war in Wiesbaden schon immer ein Argument für die Anwohner, kann aber auch als negativ angesehen werden (→ „nur“ wohnen in Wiesbaden).
- Positive Aspekte, die man mit der Stadt Wiesbaden verknüpfen könne, wäre z.B. Wiesbaden als Stadt der kurzen Wege.
- Ein Problem Wiesbadens sei, dass man sich nicht untereinander kennt, sondern nur nebeneinander wohnt.
- Die Gesamtatmosphäre Wiesbadens werde von manchen auch als negativ empfunden, z.B. wenn diese als „Bräsigkeit“ bezeichnet werde. Der Stadt hängen teilweise negative behaftete Begriffe wie Rentnerstadt, Neureichenstadt, Beamtenstadt, reine Wohnstadt an.



## 7.2 Vernetzung & Zusammenarbeit

- Für die Kommune bietet die Kulturwirtschaft eine Mehrwertchance – z.B. für die Entwicklung in Quartieren, des kulturellen Lebens und der Wirtschaft. Die Kulturwirtschaft solle daher stärker in den Fokus der Kommunalverwaltung rücken, was jedoch nach einem abgestimmten Handeln der unterschiedlichen Ressorts verlangt. Dazu sei es notwendig, innerhalb der Stadtverwaltung Stelle(n) zu schaffen, die die Vernetzung der Ressorts in diesem Querschnittsthema sicherstellen. Die Struktur der internen politischen Willensbildung sei wichtig, entsprechende Impulse sollten deswegen von „oben“ kommen.
- Als zentraler Ansprechpartner der Stadt für Unternehmen wurde bei der Wiesbadener Wirtschaftsförderung eine sog. "One-Stop-Agency" eingerichtet. Diese kann auf die individuelle Bedürfnisse von Unternehmen eingehen.
- Diskutiert wird, wie eine eventuelle Koordinationsstelle für Kulturwirtschaftsfragen zu besetzen sei und mit welchem Einsatz von „Manpower“ und Ressourcen eine entsprechende Ordnung der Zusammenarbeit in Wiesbaden erreicht werden könnte. Weiterhin wird erörtert, wie bei sektorübergreifenden Entscheidungen die üblicherweise langwierigen politischen Abstimmungsprozesse vereinfacht oder beschleunigt werden könnten.
- Herr Schulz kritisiert in Wiesbaden, dass der KuK seit 13 Jahren keinen finanziellen Zuschuss bekommen hat oder anderweitig unterstützt wird, obwohl der Schlachthof ein wichtiger weicher Standortfaktor sei. Diesbezüglich sollte es eine Neuorientierung geben.

- Es wird eingeworfen, dass Denkmäler nichts mit aktueller regionaler Kunst zu tun haben. Des Weiteren wird kritisiert, dass die freischaffenden Künstler, die in Wiesbaden zahlreich vertreten sind nicht in die Stadtplanung eingebunden werden, sondern lediglich dann gefragt seien, wenn es um eine zu bauende Skulptur für die Fußgängerzone geht.
- Nach einer neuen Studie (von Michael Söndermann<sup>1</sup>) sind in Hessen am wenigsten freischaffende Künstler angesiedelt.
- Der Fokus der Aktivitäten in Wiesbaden liegt nach wie vor auf den Bereichen bildende Kunst, Film- und Medienlandschaft. Diese Stärken sollten mit Hilfe eines Branchen-Arbeitskreises ausgebaut werden.
- Trotz der kleinteiligen Struktur der Kulturwirtschaft sei es sinnvoll, sich geschlossen als Rhein-Main-Raum zu vermarkten. Auf der Grundlage interkommunaler Absprachen könnte eine Koordinationsstelle tätig werden. Frau Schiffner führt als erfolgreiche Beispiele die Städte Hamburg und Berlin an. Frau Schiffner fordert, dass die Medienpolitik auf Landesebene mehr Beachtung finden sollte.
- Zusammenfassend wird festgehalten, dass für den Bereich der Stadt Wiesbaden die Kommunalpolitik eine offener Haltung gegenüber einer Vernetzung einnehmen sollte - sowohl verwaltungsinterner Vernetzung als auch einer Vernetzung mit externen Partnern. Weiterhin sollte für die Kulturwirtschaft die One-Stop-Agency der Wirtschaftsförderung nur eine Übergangslösung sein. Für die Region Rhein-Main sollte der Aufbau einer Koordinationsstelle Priorität haben, damit Rhein-Main eine bessere Position im Wettbewerb mit anderen Standorten erzielen kann. Für das Land Hessen sollte es von größter Relevanz sein, sich als Medienstandort besser zu positionieren und Hessen als Lebensort für freischaffende Künstler attraktiver zu machen. Als Vorbilder werden die Städte Hamburg und Berlin angeführt.

---

<sup>1</sup> <http://www.kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2007/11/kw-frankfurt071101.pdf>

## 8. ... und zum Schluss: Ein Blick zurück nach vorn

Was bei uns seit dem Workshop geschah – und was noch kommt: Berichte aus den Workshopstädten



### 8.1 Eschwege

**Dipl.-Verwaltungswirt (FH) Wolfgang Conrad, Kreisstadt Eschwege, Leiter der Stabsstelle Wirtschaftsförderung**

- In Eschwege, das war eine wichtige Erkenntnis, hat nicht die endogenen Potentiale an Kulturwirtschaft wie die anderen teilnehmenden Städte. Grund ist offensichtlich die periphere Lage der Stadt Eschwege. Kulturwirtschaftliche Impulse für die Stadtentwicklung müssen also von außen kommen, d.h. die entsprechenden Maßnahmen auf exogene Potentiale setzen.
- Eschwege hat nach dem Workshop im Mai 2007 die Projekte Kulturfabrik und Kulturakademie in die Wege geleitet. Ein geplantes Kulturfest wurde auf 2008 verschoben. In Eschwege befindet man sich erst am Anfang, was die Entwicklung der lokalen Kulturwirtschaft angeht. Der Veranstaltungsort Kulturfabrik ist erst ganz neu geschaffen worden. Die Kulturakademie, die kulturinteressiertes Publikum nach Eschwege bringen soll, steht ebenfalls erst am Anfang. Auch im Hinblick auf eine mögliche Kunsthalle sind erst kleine Schritte gemacht worden. Andere Projekte müssten dem Bund als Adressaten haben, was die finanzielle Unterstützung anbelangt.
- Herr Conrad lobt die Veranstaltungsreihe, da sie eine gute Möglichkeit bot, Ideen und Erfahrungen zum Thema Kulturwirtschaft für die Praxis zu erlangen. Seiner Einschätzung nach sollte Kulturwirtschaft in Städten unter 100 000 Einwohnern ein Feld der Wirtschaftsförderung sein.
- Um die gemachten Erfahrungen zu vertiefen, wünscht er sich eine stärkere Vernetzung der verantwortlichen Akteure. Eschwege braucht Ideen, um für seine Problem Lösungen zu finden - und eine Anschubfinanzierung für die geplanten Kulturprojekte.



## 8.2 Frankfurt a.M.

### Dipl.-Manuela Schiffner, Wirtschaftsförderung Frankfurt a.M. GmbH

- Frau Schiffner betont, dass man in Frankfurt a.M. bei einer Definition von Creative Industries geblieben ist, die folgende Sektoren umfasst: Werbeagenturen, Film/TV, Architektur, Musik, Kunst, Games, Software.
- Ein Gesamtüberblick über die Situation der Creative Industries soll von der IHK Frankfurt erarbeitet werden. Anfang Dezember wird eine Online-Befragung durchgeführt, deren Ergebnis Februar 2008 veröffentlicht werden sollen.
- Der Workshop in Frankfurt habe einen positiven Bewusstseinschub in der Frankfurter Politik bewirkt.
- Zusatzstatement per Mail von Jakob Sturm, basis e.V. (Zitat):

*„Für die Zwischennutzung von Leerständen gibt es immer noch erhebliche Hürden, die die Initiative von Zwischennutzern sehr erschweren:*

*Helfen würde ein von den Kommunen angebotenes, den geltenden Bestimmungen gemäßes, aber auf die spezifische Situation von Zwischennutzungen zugeschnittenes Verfahren, um den behördlichen und finanziellen Aufwand angemessen zu gestalten.*

*Es fehlen öffentliche Förderprogramme, die bedarfsgerecht, kurzfristig und flexibel auf die Notwendigkeiten im Bereich von Zwischennutzung reagieren, beispielsweise im Zusammenhang mit erforderlichen baulichen Maßnahmen.*

*Private Eigentümer sind weithin noch nicht bereit, sich im eigenen Interesse auf entwicklungsfähige Modelle mit Zwischennutzern einzulassen. Dabei können sie bei schwer zu vermittelnden Immobilien nur profitieren. Zwischennutzungen lenken Aufmerksamkeit auf Gebäude. Zwischennutzer können auch perspektivisch ganz normale Mieter werden, wenn man ihnen beispielsweise mit der Zwischennutzung eine Gelegenheit zur Existenzgründung gibt.*

*Es fehlt auch bei öffentlichen Stellen noch weitgehend das Bewusstsein, dass Zwischennutzer ein wichtiges wirtschaftliches Potenzial darstellen und keine Bittsteller sind, dass sie oft neue Wege beschreiten, neue Standorte entwickeln und ein wichtiger aktiver, kreativer Faktor für die Stadtentwicklung und noch weitreichender für die Entwicklung einer mit Leerstandsproblemen konfrontierten Gesellschaft sind.*

*Die Gründe hierfür sind letztlich wirtschaftliche.*

*Strategien:*

*Für den Umgang mit Leerständen lässt sich sicher kein einheitliches und auf unterschiedliche Kommunen übertragbar es Modell oder Management entwickeln. Hier entstünden nur wieder kostenintensive bürokratische Wasserköpfe, die von oben übergestülpt wären.*

*Es gibt bereits Konzepte und Strategien und die entsprechenden kompetenten Akteure, die von öffentlicher Seite nur gefördert oder beauftragt werden müssten. Meist organisieren sich solche Initiativen selbst sehr Bedarfsgerecht und orientieren sich an der konkreten Situation und dem Umfeld.*

*Ein öffentlicher Auftrag beispielsweise an die Initiative »raumpool« in Frankfurt mit einer entsprechenden finanziellen Ausstattung, die auf der Grundlage der Arbeitsstrukturen sehr effizient eingesetzt werden könnte, würde ein bereits bestehendes, erfahrenes und kompetentes Umfeld von Leuten aktivieren.*

*Modelle und Strategien für Zwischennutzungen lassen sich auch deshalb nur teilweise übertragen, da es immer darauf ankommt, dass die Akteure mit den Strategien ihre eigene inhaltliche Motivation verbinden. Mit konkreten Ansätzen und Strategien für Zwischennutzungen sind auch immer konkrete inhaltlich Ideen verbunden.*

*Daher ist es wichtig, bestehende Initiativen und ihre Akteure ausfindig zu machen und diese zu fördern. Ähnliche Initiativen in diesem Bereich gibt es zur Genüge.“*



### **8.3 Gießen**

#### **Reinhard Bayer, Stadtplanungsamt Gießen**

- In Gießen ist das Projekt „Kümmerei“ entstanden, gedacht als Schnittstelle zwischen Kreativszene, Kommunalverwaltung und Immobilienwirtschaft. Ein entsprechendes Netzwerk existiert jedoch noch nicht. Im Moment sind die zuständigen Bereiche Wirtschaftsförderung, Kultur, Stadtplanung personell zu schwach besetzt. Mittelfristig ist an eine Fördermaßnahme und den Aufbau eines Netzwerkes gedacht.
- Gießen wünscht sich, dass das Land Hessen Startfinanzierung fundiert auswählt, um spezielle Programme zu fördern. Die Laufzeit sollte auf kommunaler Ebene 2 Jahre sein.

- Herr Bayer merkt an, dass es in Gießen an für kreativwirtschaftliche Ansiedlungen offensichtlich interessanten Baulichkeiten fehle, insofern fehle es an einem baulichen Anreiz, sich mit dem Thema zu befassen.
- Gießen habe das Problem der dezentralen Räumlichkeiten der Kreativszene. Die Kulturszene in Gießen sei sehr differenziert (→ Vergleich mit einer Perlenkette), und müsse erst zusammengeführt werden.
- Es bedürfe einer gut durchdachten Vorphase, um sinnvolle Projekte auf den Weg bringen zu können. Die Aktive müssten dabei zu Agitatoren der Kulturwirtschaft werden.
- Die Kümmererei kann für Gießen ein zentrales Kulturelement (-werkzeug) werden.

- Zusatz Statement Herr Dettling, Amtsleiter Stadtplanungsamt (Zitat):

*„Nach umfassender Darstellung und Einschätzung der unterschiedlichen Status quo-Ansätze in den sechs teilnehmenden Städten bleibt aus Gießener Sicht festzuhalten, dass es zu einer dauerhaften Etablierung der Kulturwirtschaft in bestehende Arbeits- und Programmstrukturen im kommunalen Arbeitsbereich (dies betrifft nicht nur das städtebaulich/bauliche Planungswesen) ein strukturierter Förderungskatalog aus den Erkenntnissen des Projektes aufgestellt werden müsste. Ohne Starthilfen können weder die Koordinierungen für eine Vernetzung der Kulturschaffenden untereinander geleistet werden, noch besteht eine große Chance, gezielte stadtentwicklungspolitische und bauliche Programmangebote den einzelnen Kulturzweigen fundiert unterbreiten zu können.*

*Zielführend ist nach unserer Ansicht für jede teilnehmende Stadt aus der jeweiligen Leitphilosophie ein spezifisches Aufbauprogramm zu erarbeiten, das in einer 1. Stufe konkrete (wenige) Projektbausteine enthält.*

*Mit der Grundlage einer spezifischen Programmstruktur und einer inhaltlichen wie finanziellen Förderung von Landesseite kann davon ausgegangen werden, dass bei einer Laufzeit von ca. 2 Jahren über einen Anfangsprozess hinausgehende Realisierungschancen für Projektimplementierungen und Projektumsetzungen aus den „kommunalen Tatorten“ wahrgenommen werden.“*



**8.4 Hanau**  
**Jürgen Scharle, Stadtplanungsamt Hanau**

- Für die Hanauer Altstadt, die räumlicher Schwerpunkt des Workshops in Hanau war, wird jetzt ein Rahmenplan erstellt. Ende 2007 soll ein Beirat eingerichtet werden, der auch die Ansiedlung von Kulturwirtschaft in der Altstadt zum Thema haben wird.
- In der ehemaligen Bibliothek nahe der Altstadt soll nach Vorschlag der IHK ein kulturwirtschaftliches Gründerzentrum entstehen.
- Wenn entschieden werden sollte, dass das Brüder-Grimm-Zentrum in der Altstadt entstehen soll, könnte es als erfolgreicher Frequenzbringer fungieren.
- In punkto Goldschmiedehaus / Stadtgoldschmied sind noch keinen näheren Entscheidungen getroffen worden, was demnächst noch kommen soll.



### 8.5 Kassel

**Dipl.-Ing. Petra Schütz-Iller, Stadtplanung u. Bauaufsicht Kassel**

**Dipl.-Ing. Marie-Ann Rox, Stadtplanungsamt Kassel**

- Der Kulturwirtschaftsworkshop in Kassel bewirkte, dass die Politik in Kassel dem Thema (endlich) näher gekommen ist. So wurde der städtische Haushalt in Bezug auf die Kulturwirtschaft erhöht und es existieren Ideen zu einem kulturwirtschaftlichen Gründerzentrum.
- Die Kulturwirtschaft in Kassel braucht aber noch einen konzeptionellen Entwicklungsansatz. Die mögliche Rolle der Kasseler Kulturproduzenten wird dazu jetzt neu definiert.
- Das Kulturcoaching, d.h. die unternehmerische Beratung von Kulturproduzenten, soll ausgebaut und gefördert werden, besonders im Hinblick auf niedrighschwellige Beratungsangebote.
- Ein weiteres Ergebnis des Workshops war, dass die Zusammenarbeit in der Kommune intensiviert wurde.
- Auch in Kassel wird eine Erhebung über die Situation der lokalen Kulturwirtschaft in Auftrag gegeben.
- Die Stadt Kassel wünscht sich von Seiten des Landes Hessen neue Instrumente (á la Urban II) zur Förderung der Kulturwirtschaft.

- In Kassel wird es eine Vortragsreihe über Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung geben. Hierfür wird die schon gute Zusammenarbeit von Kulturamt, Stadtplanung und Wirtschaftsförderung nochmals vertieft. Für Kassel sollen die Akteure der Kulturwirtschaft im Vordergrund stehen.
- Erste Überlagerungen der Sektoren gab es bei der Konzeption von einem Gründerzentrum. Die Fraktionen beraten derzeit, wie Maßnahmen mit dem Haushalt zu vereinbaren sind. Das Potenzial sei seitens des Finanzausschusses vorhanden. Ein Programm wird daher wohl noch Ende 2007 verabschiedet werden. Eckpunkte eines konzeptionellen Entwicklungsansatzes sind:
- Kleine Projekte sollten wie in Urban II gefördert werden. Die Beratungskompetenz muss aber verstärkt werden und die Fördermittel müssen neu erarbeitet werden.
- Ein Rahmenkonzept muss die ganze Stadt umfassen ähnlich dem Beispiel der „Kümmerei“ in Gießen.
- Das Amt für Leerstandsmanagement sollte eine Schwerpunktbildung für die Stadtteile erarbeiten.
- Medien und zeitgenössische Kunst sollten den inhaltlichen Schwerpunkt für Kassel bilden.
- Eine Steigerung muss in der Gründerberatung und Marketingbetreuung erzielt werden.

- Zusatz von Frank Eckert, Wirtschaftsförderung Kassel GmbH (Zitat):

*"Die Kulturwirtschaft hat in der Region Kassel traditionell einen hohen Stellenwert. Neben den zahlreichen kulturellen Schätzen Kassels sind es vor allem die Schlagworte "documenta", "Kunsthochschule Kassel" und "Oscar-Preisträger", die das Thema überregional, ja sogar weltweit, besetzen. Darüber hinaus haben die Universität Kassel und die Fach-Akademien in den vergangenen Jahren zahlreiche Neugründungen von Unternehmen hervorgebracht, die im weitesten Sinne der Kulturwirtschaft zugeordnet werden können.*

*Aufgabe der Region wäre es, zunächst noch exakter zu ermitteln, welchen speziellen Unterstützungsbedarf die kulturwirtschaftlichen Unternehmen über die bereits vorhandenen Angebote hinaus noch haben. Mit den Ergebnissen dieser Untersuchungen könnten dann möglicherweise die schon existierenden Pläne zur Gründung eines "House of Communication" an einem zentralen Standort reaktiviert werden.*

*Aufgabe des Landes wäre es nun, diese Akzente mit einem neuen Förderprogramm zu unterstützen. Die finanzielle Förderung sollte praxisorientiert gestaltet und nach dem Bedarf der kulturwirtschaftlichen Betriebe ausgerichtet werden, die ja eher "weiche" Investitionen tätigen müssen, z.B. Werbung für Veranstaltungen oder Markteintrittsaufwendungen. Hier greift der bestehende Förderansatz der "Gemeinschaftsaufgabe", die ja grundsätzlich nur Investitionen im Sachanlagevermögen fördert, bisher viel zu kurz. Ein Förderprogramm mit den Richtlinien analog der in Kassel bereits erprobten Urban-Förderung könnte hingegen ein hilfreicher Ansatz sein."*



### **8.6 Wiesbaden**

**Maria Franck, komm. Leiterin des Amts für Wirtschaft und Liegenschaften, Wiesbaden**

- Wiesbaden kann als letzter Austragungsort naturgemäß noch keine Ergebnisse vorweisen. Jedoch betont Frau Franck, dass der Workshop das Potential der Kulturwirtschaft verdeutlicht hat und man sich in Wiesbaden dem Thema weiter nähern möchte.
- Wiesbaden möchte sich terminologisch an die Vorgabe des Landes halten und dessen Definition „Kulturwirtschaft“ verwenden. Man werde nicht, wie zum Beispiel Offenbach den Begriff „Creative Industries“ benutzen. Erstrebenswert wäre es, wenn die lokalen und regionale Studien und Untersuchungen am Ende zu einer vergleichbaren Einheit zusammengeführt werden können.

## 9. Programm des Workshops

# Workshop in Wiesbaden am 29./30. November 2007

Ort: Walhalla-Theater, Mauritiusstr. 3a, 65145 Wiesbaden

### Donnerstag, 29. November 2007

ab 13.00 Uhr Eintreffen der Teilnehmer

Workshopmoderation: Dr. Tobias Robischon, Schader-Stiftung

13.30 Uhr

#### **Begrüßung**

Stadtrat Detlev Bendel, Wirtschaftsdezernent der Landeshauptstadt Wiesbaden

#### **Einführung**

#### **Das Projekt "Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen"**

Dr. Tobias Robischon, Schader-Stiftung, Darmstadt

#### **Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Hessen – zum Stand der Diskussion**

Werner Müller, Hess. Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung,  
AbtL Landesplanung, Regionalentwicklung, Bodenmanagement

14.30 Uhr

#### **Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung in Wiesbaden**

#### **Creative Industries – eine Entwicklungschance für Wiesbaden?**

Maria Franck, komm. Leiterin des Amts für Wirtschaft und Liegenschaften, Wiesbaden

#### **Entwicklungsräume der Kulturwirtschaft in Wiesbaden**

Gabriele Kotzke, Stadtplanungsamt Wiesbaden, Abteilung Städtebau

#### **Die Kulturförderung der Stadt Wiesbaden –**

#### **Verbindungen zu Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung**

Arno Fischer, Leiter des Kulturamts, Wiesbaden

#### **Kulturwirtschaftsförderung vor Ort:**

#### **Projekte und Erfahrungen aus der Stadterneuerung**

Hans Vollmar, Leiter des Wohnungsamts - Stadterneuerung

16.00 Uhr

Pause

16.30 Uhr

#### **Akteure, Projekte, Erfahrungen - Kulturwirtschaft in Wiesbaden**

#### **- Das Walhalla und die Kleine Schwalbacher Straße im Kontext der Stadtentwicklung**

Andreas Guntrum, Geschäftsführer SEG Stadtentwicklungsgesellschaft Wiesbaden

#### **- Design- und Medienstandort Alte Kliniken**

Jörg Niemeier, Wirtschaftsförderung Wiesbaden;

Dipl.-Ing. Thomas Keller, Gemeinnützige Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH;

Christoph Kremers, die Firma GmbH

- **Schlachthof Wiesbaden - das Kulturunternehmen**  
Gerhard Schulz, KuK Schlachthof Wiesbaden e.V.

Fragen und Diskussion

- **Projekt "Kulturzone" – Erfahrungen und Perspektiven privatwirtschaftlich organisierten Leerstandsmanagements / Zwischennutzung**  
Andreas Steinbauer, Steinbauer Immobilien KG;

- **Kunstwege in die Selbständigkeit**  
Birgid Helmy, Bildhauerin aus dem Stadtteil Biebrich

- **Kunstraum Westend**  
Rita Marsmann, Kunstkuratorin Soziale Stadt Westend

Fragen und Diskussion

Im Anschluss für Interessierte:

**Geführter Rundgang zur Veranschaulichung der Wiesbadener Projekte**

20.00 Uhr **Gemeinsames Abendessen**  
Kochsalon – Michael Balzer

### **Freitag, 30. November 2007**

09.00 Uhr **Identifikation mit Wiesbaden – Bewerbung zum Weltkulturerbe**  
Dr. Thomas Weichel, Leiter der Stabsstelle Weltkulturerbe Wiesbaden

09.30 Uhr **Kommunale Maßnahmen zur Stärkung der Kreativwirtschaft - Ergebnisse des Offenbacher Kreativwirtschaftsgutachtens**  
Dipl. Geogr. Dominik Papenheim, Universität Trier, FB Kultur- und Regionalgeographie

10.00 Uhr **Identifikation mit Wiesbaden - Perspektiven für die Kulturwirtschaft**  
Gesprächsrunden zu den Themen  
- Kultur & Identität (Fischer/Dr. Weichel)  
- Vernetzung & Zusammenarbeit (Vollmar/Franck)  
- Feedback & Ideen für Wiesbadener Projekte (Dr. Robischon)

11.00 Uhr Pause

11:30 Uhr **... und zum Schluss: Ein Blick zurück nach vorn**

- Was bei uns seit dem Workshop geschah - und was noch kommt:  
Berichte aus den Workshopstädten
- Kulturwirtschaft als Impulsgeber der Stadtentwicklung - was noch zu tun ist  
Statements, Diskussion und – vielleicht – ein gemeinsames Resümee zum Abschluss der Workshopreihe

ca. 13.00 Uhr **Ende der Veranstaltung**

**10. Teilnehmerübersicht**

<b>Name</b>	<b>Institution</b>	<b>Ort</b>	<b>Telefon / Email</b>
Walter Barth	Stadtteilbüro Bauhof	Wiesbaden	Tel.: 0611/411-5832 biebrich-suedost@t-online.de
Reinhard Bayer	Stadt Gießen Stadtplanungsamt	Gießen	Tel.: 0641/306-2187 RBayer@Giessen.de
Stadtrat Detlev Bendel	Landeshauptstadt Wiesbaden Dezernat für Wirtschaft, Personal und Kliniken	Wiesbaden	Tel.: 0611/31-5010 dezernat.III@wiesbaden.de
Hartmut Bohrer	Stadtverordnetenfraktion Kulturpolitischer Sprecher	Wiesbaden	Tel.: 0611/3145426 www.hartmutbohrer.de
Dipl.-Verwaltungswirt (FH) Wolfgang Conrad M.A.	Kreisstadt Eschwege Leiter der Stabsstelle Wirtschaftsförderung	Eschwege	Tel.: 05651/30 43 37 wolfgang.conrad@eschwege-rathaus.de
Dr. Hans-Jörg Czech	Landeshauptstadt Wiesbaden Kulturamt / Projektbüro Stadtmuseum	Wiesbaden	Tel.: 0611/36 08 263 hans-joerg.czeck@wiesbaden.de
Hans Dettling	Stadt Gießen Leiter des Stadtplanungsamts	Gießen	Tel.: 0641/3 06-1350 stadtplanungsamt@giessen.de
Annette Eidmann	Stadt Gießen Kulturamt	Gießen	Tel.: 0641/306-2018 aeidmann@giessen.de
Monika Fiala	Landeshauptstadt Wiesbaden Wohnungsamt - Stadterneuerung	Wiesbaden	Tel.: 0611/31 27 11 u. 31 38 80 monika.fiala@wiesbaden.de
Arno Fischer	Landeshauptstadt Wiesbaden Leiter des Kulturamtes	Wiesbaden	Tel.: 0611/31-2201 kultur@wiesbaden.de
Maria Franck	Landeshauptstadt Wiesbaden Leiterin des Amtes für Wirtschaft und Liegen- schaften	Wiesbaden	Tel.: 0611/31-2601 maria.franck@wiesbaden.de
Dipl.-Geogr. Stefan Frenzl	Hanau Marketing GmbH Projektmanagement	Hanau	Tel.: 06181/295-263 stefan.frenzl@hanau-marketing- gmbh.de
Dr. Andreas Freundt	Industrie- und Handelskammer / Hanau- Gelnhausen-Schlüchtern Leiter des Referats Verkehr, Handel und Tou- rismus	Hanau	Tel.: 06181/92 90-60 a.freundt@hanau.ihk.de
Margarete Goldmann	VHS-Wiesbaden	Wiesbaden	Tel.: 0611/597-151 kontakt@vhs-wiesbaden.de
Andreas Guntrum	SEG Wiesbaden Geschäftsführer	Wiesbaden	Tel.: 0611/77 808-21 andreas.guntrum@seg-wiesbaden.de
Birgid Helmy	freischaffende Künstlerin	Wiesbaden	Tel.: 0611/60 76 84 kunst@birgidhelmy.de
Merja Herzog-Hellstén	Künstlerin	Hanau	Tel.: 06181/189563 herzog-hellsten@t-online.de
Dr. Helga Jäger	Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, RefL Finanzkontrolle, Kul- turwirtschaft u.a.	Wiesbaden	Tel.: 0611/8 15-2349 helga.jaeger@hmwvl.hessen.de

## 9. Programm

Dipl.-Ing. Thomas Keller	GWW Wiesbaden	Wiesbaden	Tel.: 0611/170038 t.keller@gww-wiesbaden.de
Michael Kern M.A.	Schader-Stiftung	Darmstadt	Tel.: 06151/175921 Team@schader-stiftung.de
Gabriele Kotzke	Stadtplanungsamt Wiesbaden Abteilung Städtebau	Wiesbaden	Tel.: 0611/31 64 80 Gabriele.Kotzke@wiesbaden.de
Christoph Kremers	die Firma GmbH Geschäftsführer	Wiesbaden	Tel.: 0611/2 38 50 10 kontakt@diefirma.de
Markus Lepper	Neuer Kunstverein Gießen e.V. Vorsitzender	Gießen	Tel.: 0641/250 94 44 Info@kunstverein-giessen.de
Rita Marsmann	Fotographie und Design	Wiesbaden	Tel.: 0177/67 42 795 kontakt@ritamarsmann.de
Thomas Metz	Landeshauptstadt Wiesbaden Leiter des Stadtplanungsamtes	Wiesbaden	Tel.: 0611/31-6470 thomas.metz@wiesbaden.de
Ulrich Meyer-Husmann	Verein zur Förderung künstlerischer Projekte mit gesellschaftlicher Relevanz e.V.	Mainz	Tel.: 06131/891335 ulrich.meyer-husmann@web.de
MDirig. Werner Müller	Hess. Ministerium für Wirtschaft, Verkehr u. Landesentwicklung AbtL. Infrastruktur, Landesplanung, Regional- entwicklung	Wiesbaden	Tel.: 0611/815-2900 werner.mueller@hmwvl.hessen.de
Reinhold Nagel	Berufsfeuerwehr Wiesbaden Stv. Abteilungsleiter vorbeugender Brandschutz	Wiesbaden	Tel.: 0611/49 90 Feuerwehr@Wiesbaden.de
Jörg Niemeier	Landeshauptstadt Wiesbaden Amt für Wirtschaft und Liegenschaften/ Wirt- schaftsförderung	Wiesbaden	Tel.: 0611/31 28 95 joerg.niemeier@wiesbaden.de
Dipl.-Geogr. Dominik Papenheim	Universität Trier - Fachbereich VI Kultur- und Regionalgeographie	Trier	Tel.: 0651/201-4536 papenheim@uni-trier.de
Renate Reifert	BBK - Berufsverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e.V. 2. Vorsitzende	Wiesbaden	Tel.: 0611/4689228 renate.reifert@gmx.de
Ute Reinhardt	SEG Stadtentwicklungsgesellschaft mbH	Wiesbaden	Tel.: 0611/7780828 ute.reinhardt@seg-wiesbaden.de
Dr. Tobias Robischon	Schader-Stiftung Wiss. Referent	Darmstadt	Tel.: 06151/17 59-12 robischon@schader-stiftung.de
Dipl.-Ing. Marie-Ann Rox	Stadt Kassel Dezernat VI-Verkehr, Umwelt, Stadtentwickl. u. Bauen	Kassel	Tel.: 0561/787-6014 marie-ann.rox@stadt-kassel.de
Prof. Dr. Ulrike Sailer	Universität Trier - Fachbereich VI Kultur- und Regionalgeographie	Trier	Tel.: 0651/201-4537 sailer@uni-trier.de
Jürgen Scharle	Stadt Hanau Stadtplanungsamt	Hanau	Tel.: 06181/295-998 juergen.scharle@hanau.de
Dipl.-Ing. Manuela Schiffner	Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH Leiterin Medien, IT & Telekommunikation	Frankfurt am Main	Tel.: 069/212-36213 ms@frankfurt-business.de
Dr. Isolde Schmidt	Landeshauptstadt Wiesbaden Kulturamt	Wiesbaden	Tel.: 0611/31 37 71 isolde.schmidt@wiesbaden.de
Gerhard Schulz	KuK Kulturzentrum Schlachthof e.V.	Wiesbaden	Tel.: 0611/97 44 526 gerhard.schulz@schlachthof- wiesbaden.de

## 9. Programm

---

Dipl.-Ing. Petra Schütz-Iller	Stadt Kassel Stadtplanung und Bauaufsicht	Kassel	Tel.: 0561/787-6158 petra.schuetz-iller@stadt-kassel.de
Andreas Steinbauer	Steinbauer Immobilien KG	Wiesbaden	Tel.: 0611/989 51-0 info@steinbauer.de
Dr. Marie-Theres Suermann	Hess. Ministerium für Wissenschaft und Kunst Leiterin des Referats Grundsatzangelegenheiten und Sonderprojekte	Wiesbaden	Tel.: 0611/32 32 87 marie-theres.suermann@hmwk.hessen.de
Sabine Süß	Schader-Stiftung Geschäftsführender Vorstand	Darmstadt	Tel.: 06151/17 59-0 suess@schader-stiftung.de
Dipl.-Ing. Hans Vollmar	Landeshauptstadt Wiesbaden Wohnungsamt, Abteilungsleiter	Wiesbaden	Tel.: 0611/31 27 08 hans.vollmar@wiesbaden.de
Jörg Wagner	AKKU - Arbeiten mit Alltag	Gießen	Tel.: 0641/972 37 26 akku@akku-netz.de, wagner@extraktnetz.net
Meike Weber		Ober-Ramstadt	Tel.: ./. meike-stefanie-weber@web.de
Dr. Thomas Weichel	Landeshauptstadt Wiesbaden Leiter der Stabsstelle Weltkulturerbe	Wiesbaden	Tel.: 0611/31-3420 ./.
Marcus Wenig	die Firma GmbH	Wiesbaden	Tel.: 0611/238-5010 M.Wenig@DIEFIRMA.de
Wulf Winckelmann	Künstlerverein Walkmühle e.V.	Wiesbaden	Tel.: 0171/49 00 882 mail@walkmuehle.net