

KREATIV WIRTSCHAFT RUHR

Innovationsmotor für Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung

wirtschaftsförderung@m etropoleruhr

european centre for creative economy



Kommt alle!



VORWORT

Kreativität ist für den Fortschritt einer Region eine bedeutende Schlüsselkompetenz. Sie leistet für die Entwicklung und Gestaltung von Innovationen wichtige Beiträge, und zwar nicht nur innerhalb der eigenen Branche, sondern auch zum Vorteil anderer Wirtschafts-, Kultur- und Gesellschaftsbereiche.

Aus allen fünfzehn kreisfreien Städten und Kreisen der Metropole Ruhr werden in der vorliegenden Broschüre exemplarische Projekte vorgestellt, die genau dieses Bild zeichnen: Die Kreativwirtschaft Ruhr ist ein Innovationsmotor für Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung.

Wir wollen am konkreten Fall einen Einblick in die Funktionsweise der Kultur- und Kreativwirtschaft geben und zugleich daran das Beispielhafte aufzeigen, das möglicherweise andere motiviert, selbst aktiv zu werden und mitzugestalten: Diese Broschüre wendet sich daher an Immobilieneigentümer sowie an Künstler und Kreative, an Firmen – ob inner- oder außerhalb der Kreativwirtschaft – sowie an Politik und Verwaltung.

„Wir“ – das sind das european centre for creative economy (ecce) und die Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (wmr), die im Auftrag des Nachhaltigkeitsbeschlusses des Landes NRW und des Regionalverbandes Ruhr „Kulturmetropole Ruhr – Perspektiven nach der Kulturhauptstadt RUHR.2010“ seit Januar 2012 gemeinsam die Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet fördern. Dieser Auftrag sieht vor, dass ecce und die wmr in der Förderung von urbanen Entwicklungen, von Branchen sowie von Innovationen durch die Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv sind.

Die wmr ist die regionale Wirtschaftsförderung für das gesamte Ruhrgebiet. Sie bündelt die kommunalen Interessen und entwickelt gemeinsam mit den 53 Städten das ökonomische Profil der Region – dazu zählen deren nationale und internationale Vermarktung sowie die Entwicklung der Gesamtstrategie für den Wirtschaftsstandort Metropole Ruhr – inklusive der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mehr dazu unter www.business.metropol Ruhr.de.

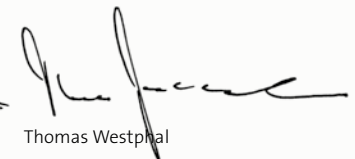
Das 2011 gegründete Institut ecce fördert Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet als „einen“ Bei-

trag zum Strukturwandel in der Region und verfolgt dabei vier Strategien: Integrative Stadtentwicklung mit und für Kreative und Künstler, Förderung von wirtschaftlich nachhaltigen Branchenstrukturen wie Messen oder Netzwerken, Kommunikation und Sichtbarmachung des Standorts Ruhr in Europa sowie Teilnahme an europäischen Netzwerken zur Akquise von Fördergeldern für die Städte im Ruhrgebiet. Mehr dazu unter: www.e-c-c-e.com.

Unser Dank für die Erstellung der Broschüre gilt vielen hoch motivierten Mitarbeitern der Städte und Kreise der Region sowie den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft vor Ort. Mit der Broschüre „Kreativwirtschaft Ruhr“ zeigen wir einen kleinen Ausschnitt aus der vielfältigen Landschaft der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr. Wir wünschen Ihnen viel Freude auf Ihrer Entdeckungsreise und hoffen, dass Ihnen neue Möglichkeiten, neue Kontakte oder Frei(e)Räume begegnen.



Prof. Dieter Gorny



Thomas Westphal

INHALTSVERZEICHNIS

Kreativwirtschaft Ruhr – Innovationsmotor für Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung	06
Exkurs: Kreativwirtschaft Ruhr – Zahlen und Fakten	14
Exkurs: Kreativwirtschaft in Öffentlichkeit und Politik – Rückblick und Ausblick	16
Kreativwirtschaft Ruhr – Beispiele vor Ort	18
Stadträume	22
Arbeitsräume	52
Gemeinschaftsräume	80
Schauräume	94
Kurzprofile wmr und ecce	114
Index	116
Impressum	118

KREATIVWIRTSCHAFT RUHR – INNOVATIONSMOTOR FÜR WIRTSCHAFT, KULTUR UND STADTENTWICKLUNG

→ Die Metropole Ruhr ist eines der größten Ballungszentren Europas. Einst die industrielle Schlagader des Kontinents, ist die Region heute ein technologisches, wirtschaftliches, wissenschaftliches und kulturelles Zentrum mit weltweit tätigen Konzernen und namhaften Mittelständlern, einer ausgeprägten Forschungslandschaft und einer Vielzahl von Kulturangeboten. Im Zusammenspiel von Unternehmen, leistungsfähigen Hochschulen und führenden wissenschaftlichen Forschungsinstituten entstehen in der Metropole Ruhr Ideen für die Zukunft.

Einen wichtigen Impulsgeber für innovative Ideen stellt die Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Kreativität ist ein Schlüssel, wenn es darum geht, innovative und interdisziplinäre Antworten auf die globalen und regionalen Herausforderungen zu finden – sei es aus wirtschaftlicher oder sozialer Sicht.

Auch wenn die ökonomische Bedeutung der Branche in der Metropole Ruhr anhand von wirtschaftlichen

Expertisen belegt ist, konnte sich die Region als erfolgreicher Standort für Kultur- und Kreativwirtschaft noch nicht vergleichbar national und international profilieren und positionieren. Das muss und das kann sich ändern – aufgrund der Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft für neue wirtschaftliche Prozesse sowie für die Attraktivität und Lebensqualität der Städte und aufgrund künstlerischer und kultureller Spitzenleistungen in Feldern wie Musik, Street Art, Design oder Games, die seit Jahrzehnten weit über die Region hinaus bekannt sind. Dabei findet Kultur- und Kreativwirtschaft in einem Umfeld voller Herausforderungen statt, die für die Städte im industriellen Strukturwandel in Europa absehbar nicht weniger oder leichter werden.

Kultur- und Kreativwirtschaft ist durch die Vielfalt ihrer Wirkungen auf Wirtschafts- und Stadtentwicklungen, aber auch auf den Fortschritt künstlerischer Trends selbst geprägt. Gleichzeitig muss man davor warnen, Kreativwirtschaft als Allheilmittel zu betrachten. Krea-

Zahlen und Fakten

In der Branche Kreativwirtschaft erwirtschafteten in der Metropole Ruhr im Jahr 2010 knapp 10.300 Unternehmen und mehrere tausend Freiberufler einen Umsatz von mehr als 6,1 Mrd. Euro. Dabei ist der Pressemarkt mit fast 3 Mrd. Euro der umsatzstärkste Markt in der Region, gefolgt von dem Werbemarkt und dem Designmarkt. Die Besonderheit der Branche ist die kleinteilige Struktur und die Vielzahl an Freiberuflern: Mehr als 51.000 Erwerbstätige waren 2010 in der Region in dieser noch jungen Branche tätig. Mehr dazu auf den Seiten → **14** und → **15**.

tivwirtschaft wird oftmals mit Erwartungen an Stadt-Tourismus, Stadt-Branding und Stadt-Ökonomien gleichgesetzt, die mit Überforderungen und Überstrapazierungen des Wortes „Creative“ einhergehen. Besonders in den sehr dienstleistungsorientierten Wirt-

schaftssystemen Amerikas und Großbritanniens sah man Kreativwirtschaft nicht nur als Impulsgeber, sondern als neuen zentralen Arbeitgeber – und verstand in den letzten Jahren Google, Apple und YouTube als die Krupps der neuen Kreativindustrien. Zweifelsohne eine Verkürzung, der Verlage, Musiker, Filmproduzenten und Autoren heftig widersprechen würden.

In der Metropole Ruhr ist Kultur- und Kreativwirtschaft seit Mitte 2000 auf der Agenda. Die Kulturhauptstadt RUHR.2010 hat dies mit ihrem Fokus „Stadt der Kreativität“ noch verstärkt. Heute, im Jahr 2012, gibt es nun eine fortgesetzte nachhaltige Förderung der Kreativwirtschaft. Dies ist eine in Europa einmalige Initiative nach einer Zeit als Kulturhauptstadt – aber auch eine einmalige institutionelle Form der Förderung von Kreativwirtschaft: eine Kooperation aus der Wirtschaftsförderung metropoleruhr (wmr) und dem european centre for creative economy (ecce), also einerseits aus der Wirtschaftsperspektive und andererseits aus der Kultur- und Kreativitätsperspektive. Doch gemeinsam verstehen ecce und die wmr die Kreativwirtschaft Ruhr als Innovationsmotor für die Metropole Ruhr in den Bereichen Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung, der die Positionierung der Region als Zukunftsstandort wesentlich mitbestimmt.

Kreativwirtschaft Ruhr – Zusammenspiel von Synergien und Netzwerkeffekten

Das Querschnittspotenzial Kreativwirtschaft kennt in der Praxis vor Ort jeder – nicht selten als einen

Dauerlauf zwischen Wirtschafts- und Kulturverwaltungen, zwischen Stadtplanung und Bauämtern und Bauaufsicht. Dennoch wirken heute bereits in vielen Städten Wirtschafts-, Kulturförderer und Stadtplaner institutionell zusammen. Früher wäre ein Projekt, das Wirtschaftsförderung erhält, automatisch als Gegenstand der Kulturförderung ausgeschieden. Heute hat sich dieses Paradoxon aufgelöst – schließlich kann geförderte künstlerische Topqualität als Sekundäreffekt auch die Entstehung von Arbeitsplätzen fördern.

Jan Delay drückt es in einem seiner Lieder so aus:

*„Da sollte man in ner Stadt leben
Weil hier die Zutaten sind, die einem
Geschmack geben [...]
Gib mir: Gutes Radio, gutes Fernsehen, gute Mode,
Gutes Essen, gute Clubs
Und ein paar fähige Idole
Gib mir das alles, Digger
Und wir könnten wetten:
In 20 Jahren mach ich dir aus Bielefeld Manhattan.“*

Quelle: Jan Delay, „Kartoffeln“

So wie Kultur- und Kreativwirtschaft ein Motor in mehrfacher Hinsicht für die Zukunft der Metropole Ruhr ist, so ergeben Innovation und Wohlstand, Kultur und Kreativität, Lebensqualität und städtische Attraktivität, Räume und Freiräume ein Zusammenspiel von Synergien und Netzwerkeffekten.

Kreativwirtschaftliche Projekte haben zwar jeweils ihre eigenen Ausgangspunkte und Zielrichtungen – doch lassen sich die Auswirkungen dieser kreativwirtschaftlichen Maßnahmen und Initiativen fast immer in den Bereichen Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung verorten: Initiativen für Gründerlabore im Design oder Games-Bereich haben sicherlich zunächst einen wirtschaftlichen Ausgangspunkt, können aber auch mit sekundären Wirkungen auf das Quartier ausstrahlen. Ebenso kann eine Stadtteilentwicklung durch Bunker-Sanierung mehr sein als Stadtentwicklung – wenn dort z. B. ein Filmlabel Mieter wird, das aus Überzeugung und Experimentierfreude eine Imagekampagne für das ganze Viertel entwickelt.

Eine besondere Stärke der Kultur- und Kreativwirtschaft ist demnach ihre Vielschichtigkeit der Auswirkungen. Zugleich kann dies aber auch ein Grund für Verwirrungen in Zuständigkeiten, Begründungen oder Strategien – zumindest für „Sprachverwirrungen“ – sein. Daher gilt es, sich zu vergegenwärtigen, dass die Kreativwirtschaft in einem Kontext zweier (Sprach-) Welten von Kultur einerseits und Wirtschaft andererseits steht, die sich bisher – durch die Tradition Deutschlands bedingt – als Gegensätze, wenn nicht sogar als Kontrahenten in der Deutungshoheit über zentrale gesellschaftliche Werte gegenüberstanden.

Sicherlich können und sollen die Verschiedenheiten von Kultur- und Wirtschaftskonzepten nicht aufgeho-

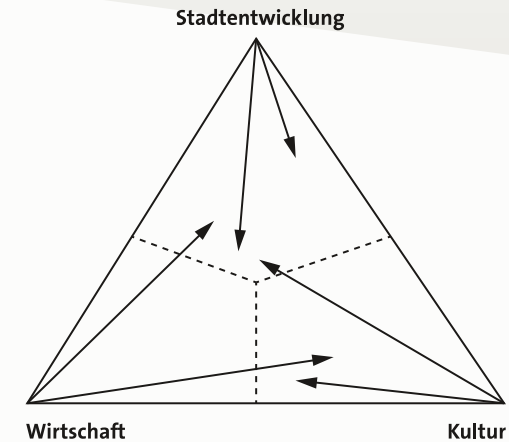
ben werden. Doch sollten solche Unterschiede nicht länger ein Grund sein, auf Synergien, Kooperationsmöglichkeiten und Zukunftschancen zu verzichten.

Gerade auch auf kommunaler Ebene bedarf es bei der verstärkten Kooperation zwischen Kultur- und Wirtschaftsverwaltungen untereinander, aber auch im Umgang mit Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Immobilienwirtschaft neuer Moderationen und Wege. Dies ist keine Erkenntnis im Ruhrgebiet alleine, aber eine besondere Herausforderung in einer polyzentrischen Region. Können im Ruhrgebiet hierin Fortschritte gemacht werden, wird dies viele Regionen im Strukturwandel in Europa interessieren.

Das „Dreieck Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung“ als Strategie einsetzen

ecce und die wmr möchten anhand von Projekten das Querschnittspotenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft aufzeigen, das in der folgenden Grafik verdeutlicht wird: Primärer Ausgangspunkt und sekundärer Wirkungskreis verschränken sich zu einer Synergie aus Wirtschafts-, Kultur- und Stadtentwicklungseffekten. So können Kulturprojekte Auswirkungen auf Wirtschaftsprozesse und Stadtentwicklung haben, ebenso wie kreativwirtschaftliche Initiativen mit einer wirtschaftlichen Ausrichtung, Auswirkungen auf städtischen Raum und Kulturwahrnehmung haben können.

In der Metropole Ruhr gibt es erfolgreiche und exemplarische Praxisbeispiele, die diese Auswirkungen auf



Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung aufzeigen. Jedes dieser Projekte hat somit seinen einzigartigen Platz in dem Dreieck, und jedes Projekt hat mehrere Dimensionen, in denen es wirkt und so das Querschnittspotenzial Kultur- und Kreativwirtschaft hebt: Die Games Factory Mülheim ist ein Beispiel für viele Projekte, deren Ausgangspunkt der Wirtschaftseffekt ist. Ausgehend von dem Ansatz, die Gamesbranche in der Metropole Ruhr durch einen Ort der Bündelung von Firmen zu fördern, hat die Wirtschaftsförderung Mülheim im Jahr 2008 begonnen, eine Branchen-Immobilie zu entwickeln – die heutige Games Factory Ruhr (→ S. 62/63). Der Aufbau dieser Immobilie wurde wesentlich mitgetragen durch den Aufbau eines ruhrweiten Netzwerks – zuerst als Games Commission Ruhr, heute mit Förderung des Landes als Game Development Initiative (GDI) Ruhr (der sogenannte „Software-Ansatz“), die heute zahlreiche Veranstaltungen und Angebote bereitstellt, die sich aktivierend auf die Entwicklung von Games als Produkt und

„Unsere Städte verfügen über einzigartige bauliche und kulturelle Qualitäten, große soziale Integrationskräfte und außergewöhnliche ökonomische Entwicklungschancen. Sie sind Wissenszentren und Quellen für Wachstum und Innovation.

Zugleich sind in unseren Städten aber auch demographische Probleme, soziale Ungleichheit, Ausgrenzung bestimmter Bevölkerungsgruppen, ein Bedarf an preisgünstigen und geeigneten Wohnungen und Umweltprobleme erkennbar.

Integrierte Stadtentwicklungspolitik ist eine zentrale Voraussetzung für die Umsetzung der europäischen Nachhaltigkeitsstrategie.“

Kulturgut, als Wirtschaftsinnovation wie auch Kunstwerk auswirkt. Die Games Factory Mülheim kann als Beispiel für eine primär branchenbezogene Wirtschaftsförderung mit sekundären positiven Effekten für Stadtteil- und Kulturentwicklung gelten.

Das Projekt „Junges Pottporus“ (→ S. 90/91) des Pottporus e. V. mit Sitz in Herne ist maßgeblich dem primären Ausgangspunkt Kultur zuzuordnen. Der Verein hat sich die künstlerische Förderung von Jugendlichen in den Bereichen der Street Art – Wort, Tanz, Bild, Klang – zur Aufgabe gemacht. Getragen durch Projektförderungen und Kooperationen setzt er sich für kulturelle Bildung, internationalen Austausch und künstlerische Förderung ein. Pottporus greift Impulse aus der Lebensrealität – geprägt von Interkulturalität und demografischem Wandel – auf und reflektiert diese in künstlerischen Formen. Am Ende steht ein immaterielles Gut, sei es eine Bühnenproduktion oder ein Graffiti, das den Stadtraum zwar tangiert, aber vorrangig kulturell impulsgebend wirkt. Sekundär ist die wirtschaftliche Dimension oder eine Inaussichtstellung der Professionalisierung im künstlerischen Bereich.

Der letzte Ausgangspunkt in dem Dreieck ist die Stadtentwicklung bzw. -planung. Dafür sei stellvertretend für alle Projekte dieser Art auf das Kreativ.Quartier Lohberg (KQL) (→ S. 36/37), Dinslaken, verwiesen. Ausgehend von der Schließung der Zeche Lohberg 2005 in Dinslaken, entschloss sich die Stadt Dinslaken in Zusammenarbeit mit der RAG Montan Immo-

bilien GmbH zu einer Neuentwicklung des Zecheengeländes – und damit des umliegenden, traditionellen Arbeiterquartiers Lohberg. Federführend hierbei war die Stadtplanung Dinslaken, die die ersten Initiativen von Künstlern und Kreativen unterstützte, die leer stehenden Verwaltungsgebäude auf der Zeche zu nutzen. Allerdings wurde die Kreativwirtschaft als Türöffner zu einer weiteren Wirtschaftsentwicklung

des Areals wahrgenommen, die auf Innovation und Kreativität in z. B. der Energiewirtschaft und Architektur abstellt. KQL kann damit als Beispiel für eine Aktivität primär der Stadtentwicklung mit sekundären positiven Effekten für zunächst temporäre, dann langfristige Wirtschaftsperspektiven sowie für Kultureffekte mit überregionaler Ausstrahlung gelten.



Kreativ.Quartiere Ruhr

Ein besonderes Entwicklungspotenzial in Quartieren liegt dort vor, wo es urbane Verdichtungen von Akteuren, Netzwerken und Aktivitäten sowie Leerstände bzw. physische Möglichkeitsräume gibt. Bereits 2009 hat die RUHR.2010 begonnen, diese Stadträume als „Kreativ.Quartiere“ auszuzeichnen und während des Kulturhauptstadtjahres exemplarisch zu fördern. In der Nachfolge der RUHR.2010 wurden diese Potenziale 2012 von ecce und der wmr in Kooperation mit den Städten erneut systematisch aufgegriffen. Ein von der NRW-Landesregierung 2012 aufgelegtes Förderprogramm „Kreativ.Quartiere Ruhr“ wird diese vor Ort gewachsenen Entwicklungen ab Herbst 2012 unterstützen.

Die Definition eines Kreativ.Quartiers beschreibt also nicht einen räumlich streng abgegrenzten Bereich, sondern einen gewachsenen Mix an Akteu-

ren, Gebäuden und Leerständen, Szene und Stadtpolitik – und deren Strategien. Die Qualifizierung als Kreativ.Quartier hängt vor allem auch davon ab, ob es eine von den Akteuren vor Ort erarbeitete und gemeinschaftlich getragene Strategie der Quartiersentwicklung gibt. Dies ist die Basis für eine integrierte, selbsttragende Stadtentwicklung – und dann einer möglichen anteiligen Förderung durch das Land NRW.

Quartiere werden kreativ durch ihre Macher. Kreativ.Quartiere werden nicht geplant oder entworfen, sondern entdeckt und unterstützt. Im Laufe ihrer wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung können sich ihre räumlichen Zuschnitte auch ändern.

Mehr unter:

www.kreativ-quartiere.de



Schließlich haben Projekte nicht zwangsläufig einen Eckpunkt als Ausgangspunkt. Exemplarisch ist hier das Projekt URBANATIX (→ S. 110/111), das sich von Anfang an als Querschnittprojekt im Zentrum des Dreiecks positionierte. 2010 realisierte die Bochumer Veranstaltungsagentur DACAPO nach Vorbild des Cirque du Soleil und der dortigen Street-Art-Akademie in Montreal Proben und Aufführungen von moderner Bewegungskunst mit Jugendlichen. Was in Turnhallen als unscheinbare Übung begann, wurde zu einem kommerziellen wie künstlerischen Erfolg – mit Proben in der leer stehenden Marienkirche im Kreativ.Quartier ViktoriaQuartierBochum und ausverkauften Aufführungen in der Jahrhunderthalle. Subkultur fand sich unversehens in Veranstaltungsorten der Hochkultur und nationaler TV-Berichterstattung wieder. Die Show arbeitet als innovatives Kulturprojekt kostendeckend, und für Jugendliche entstanden in nur zwei Jahren durch zahlreiche ausverkaufte Shows neue Berufswege und Zukunftsideen. Die Nutzung der Marienkirche in Bochum als temporärer Probenraum für URBANATIX war ein zentraler Impulsgeber und positiver Hoffnungsträger in dem Viertel.

Dieser Überschlag von Kulturimpuls zur Stadtentwicklung und Wirtschaftskraft ist nicht immer so spektakulär und medienwirksam wie bei dem Beispiel URBANATIX, damit aber nicht weniger wirkungsvoll – wie z. B. in den Projekten in Gelsenkirchen, Dortmund oder Duisburg. Die Sichtbarmachung von Querschnittseffekten ist eine wichtige Aufgabe im



Entwicklungsprozess eines Quartiers – ohne diese können auch weitere Akteure schwer motiviert werden. Zugleich ist schnelle Sichtbarkeit nicht mit hoher Wirksamkeit zu verwechseln – ganz im Gegenteil sind gerade stille Orte in der Entwicklung oft für Qualitäten und Überraschungen gut.

Kreativwirtschaft als Innovationsmotor weiter stärken

Gemeinsames Ziel von ecce und der wmr ist es, die bisherigen Entwicklungen in der Kreativwirtschaft

Ruhr weiter zu forcieren. Kreativwirtschaftliche Orte und Unternehmen sollen gestärkt, Innovationen befördert und die europäische Vernetzung soll erhöht werden. Dazu werden vor allem Handlungsfelder und Projekte an der Schnittstelle von Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung in den Blick genommen: Die Innovationsfähigkeit der Kreativen wird zu einer immer stärker nachgefragten Ressource in den Wertschöpfungsketten klassischer Wirtschaftsbranchen wie z. B. der Automobilindustrie oder der Textilindustrie. Designer etwa sind nicht nur als Gestalter von Objekten,

sondern auch als Gestalter von Prozessen in nicht kreativwirtschaftlichen Märkten gefragt, um den Transfer von technologischen Innovationen auf die Bedürfnisse der Verbraucher (und umgekehrt) zu designen.

Bei den Innovationen in der Kreativwirtschaft handelt es sich oft um „hidden innovations“: Anstatt sich in konkreten Patenten, Produkten oder Prozessen niederzuschlagen, sind diese sogenannten versteckten Innovationen von Patentanmeldungen nahezu ausgeschlossen und werden von Monitoring- und Evaluierungssystemen kaum erfasst. Häufig werden sie als Innovationen nicht wahrgenommen, bilden aber oftmals die Basis für andere Innovationen in Branchen außerhalb der Kreativwirtschaft und weisen somit einen großen Einfluss auf die Innovationsfähigkeit und damit den Aufstieg eines Standorts auf. Sie finden auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette statt, z. B. bei der Entwicklung neuer Produkte, bei der Kombination von existierenden Technologi-

en und Prozessen sowie bei der Generierung neuer Vertriebswege oder der Implementierung neuer Geschäftsmodelle.

Weiterhin kommt der Kreativwirtschaft durch ihre neuartigen Arbeits- und Produktionsmodelle eine besondere Innovations- und Vorbildfunktion für andere Wirtschaftsbereiche zu. Offene, digital vernetzte und kollaborative Arbeitsorte bilden häufig die Plattform für innovatives Arbeiten. Wertbildung und Wertschöpfung wird immer öfter nicht in klassischen Büros geschaffen, sondern findet an unterschiedlichen Orten und in wechselnden Teamkonstellationen statt. Hier kann die Kreativwirtschaft als eine Vorreiterin auf dem Weg in eine wissensbasierte Ökonomie gesehen werden, die modellhaft für zukünftige Arbeits- und Lebensformen steht.

Zudem tragen die Akteure der Kreativwirtschaft zu einer Stärkung des endogenen Potenzials der Region

bei, denn sie leisten als Standortbildner einen wichtigen Beitrag zum Image- und Attraktivitätsgewinn der Region und ziehen durch ihre Kreativität, Szenen und Milieus weitere Kreative sowie qualifizierte Arbeitskräfte wissensbasierter Branchen an.

ecce und die wmr wollen helfen, diese Aspekte der Kultur- und Kreativwirtschaft Ruhr weiter zu fördern und zu stärken. Dazu werden die wmr und ecce ihre jeweiligen Kernkompetenzen in die gemeinsame Arbeit integrieren. Durch die Zusammenarbeit von ecce und der wmr kommt es zu einer Ressourcenbündelung, um konkrete Projekte und Initiativen zur Förderung der Kreativwirtschaft in der Region mit der überregionalen und internationalen Positionierung der Metropole Ruhr zu vereinen.

Die Querschnittsdimension des Handlungsfeldes Kreativwirtschaft erfordert eine hohe Schnittstellenkompetenz und Kooperationsbereitschaft von den verschiedenen Akteuren. ecce und die wmr beabsichtigen eine enge Zusammenarbeit und Einbindung von Akteuren der Kreativwirtschaft sowie von Partnern aus Wirtschaft, Kultur, Stadtentwicklung, Wissenschaft und Politik.





Für wen ist diese Broschüre?

Diese Broschüre richtet sich an alle am Thema Kultur- und Kreativwirtschaft Interessierten.

Das sind Sie, wenn Sie ...

... das Ruhrgebiet (neu) kennenlernen möchten

Sie sind vor kurzem ins Ruhrgebiet gezogen – zum Studium, aus beruflichen oder anderen Gründen – und haben viel von Krupp, A40 und Zollverein gehört? Sie wissen auch schon, wo es die schönsten Radwege, die beste Currywurst und gute Einkaufsmöglichkeiten gibt? Sie interessieren sich für Kultur ohne Schlips und Kragen und sind neugierig auf Orte, an denen sich etwas bewegt und Ideen am Puls der Zeit entwickelt werden? Diese Broschüre ist zwar kein Reise-, Gastronomie- oder Shoppingführer, aber sie enthält Adressen, die dazu einladen, das Ruhrgebiet neu kennenzulernen.

... Talente suchen

Sie sind mittelständischer Unternehmer und möchten Ihren Webauftritt verbessern oder benötigen eine Lösung für ein innovatives Raumkonzept? Sie suchen nach Inspirationen im Bereich Unternehmenskommunikation oder Produktdesign oder halten Ausschau nach talentiertem Nachwuchs im Entwicklerbereich? Vielleicht brauchen Sie auch Inspiration für Ihre Betriebsräume oder möchten Ihre Mitarbeiter mit einem Kulturevent überraschen?

Diese Broschüre eröffnet Ihnen einen Einblick in Werkstätten, Messen, Netzwerke und Ausbildungsinstitute, über die Sie die Dienstleistungen und Produkte finden, die Sie benötigen.

... Raum für Kreativität haben

Sie sind Eigentümer einer Immobilie im Ruhrgebiet, die Sie alternativ vermarkten möchten? Ihr Objekt eignet sich zur kreativwirtschaftlichen Nutzung – als Atelier, Werkstatt, Theater, Coworking-Haus oder Ausstellungsfläche? Sie möchten in die Nutzung einer Industriebrache investieren oder suchen nach einem Investor? Egal ob alte Maschinenhalle, leer stehendes Ladenlokal, profanierte Kirche oder sonstige, auch ungewöhnliche Räumlichkeiten: In dieser Broschüre finden Sie Quartiere, in denen innovative Entwicklungskonzepte und spannende Modelle der Um- und Zwischennutzung bereits Realität sind und so als Beispiel dienen können.

... ein Teil der „Creative Class“ sind

Sie schließen gerade Ihre Ausbildung im künstlerischen, kulturellen, wissenschaftlichen oder technischen Bereich ab und sind gerüstet für eine Zukunft in einer der Kreativbranchen? Sie benötigen Starthilfe für Ihr neugegründetes Unternehmen und möchten sich einem Verband für Kreativberu-

fe anschließen? Oder Sie sind auf der Suche nach einer Bürogemeinschaft oder einem Atelier und möchten Synergien mit anderen Kreativbereichen nutzen? Diese Broschüre enthält Adressen und Ansprechpartner aus Netzwerken, Werkstätten, Coworking Spaces und Berufsverbänden.

... sich (weiter)bilden möchten

Sie sind im pädagogischen oder Bildungsbereich tätig und wissen, dass kulturelle Bildung sich nicht nur an der Vergangenheit orientiert? Sie möchten sich künstlerisch ausprobieren und von Profis lernen oder Ihre Neigungen und Talente professionalisieren? Oder Sie sind Kreativwirtschaftler und suchen nach Qualifizierungsangeboten im Bereich Marketing und Management? Diese Broschüre gibt Aufschluss über Bildungsangebote sowohl durch als auch für die Kreativwirtschaft.



EXKURS: KREATIVWIRTSCHAFT RUHR – ZAHLEN UND FAKTEN

→ Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt im öffentlichen Diskurs einen immer größeren Raum ein. So widmete sich der im Jahr 2010 von der Europäischen Kommission vorgelegte „Europäische Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit“ (*EU-Kommission (2011): Europäischer Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit 2010*) erstmals ausführlich dem Thema Kultur- und Kreativwirtschaft und räumte dieser eine wichtige Rolle für die zukünftige Wirtschaftsentwicklung ein.

In der Metropole Ruhr zeigen sowohl positive Entwicklungen im Bereich der Kultur-, Stadt-, Standort- und Immobilienentwicklung als auch ökonomische Kenndaten in Form von Umsatzgrößen, Unternehmens- und Erwerbstätigenzahlen die Bedeutung der Branche. Vielseitige Aktivitäten von Kulturinitiativen sowie beginnende Immobilien- und Quartieraufwertungsprozesse durch die teils gezielte Ansiedlung von Kreativen stellen nur einige Indikatoren der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr dar.

Dabei werden unter dem Begriff Kultur- und Kreativwirtschaft diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, „welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen“. Der wirtschaftlich verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist nach der Definition der sogenannte schöpferische Akt. Damit sind alle künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalte, Werke, Produkte, Produktionen oder Dienstleistungen gemeint, die als wirtschaftlich relevanter Ausgangskern zugrunde liegen (*BMWi (2012): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010*).

In der Metropole Ruhr konnten im Jahr 2010 knapp 10.300 Unternehmen zur Kultur- und Kreativwirtschaft



Zur Kultur- und Kreativwirtschaft werden elf Teilmärkte gezählt.

schaft gezählt werden. Zusammen erzielten sie ein Umsatzvolumen von insgesamt mehr als 6,1 Mrd. Euro und boten mehr als 30.500 abhängig Beschäftigten einen Voll- oder Teilzeitarbeitsplatz. Gemeinsam mit den Selbständigen arbeiteten im Jahr 2010 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr knapp 51.500 Erwerbstätige.

Die vier stärksten Teilbranchen nach Erwerbstätigen in der Metropole Ruhr sind der Pressemarkt (ca. 12.500 Erwerbstätige), die Software-/Gamesindustrie (ca. 11.900 Erwerbstätige), der Werbemarkt (ca.

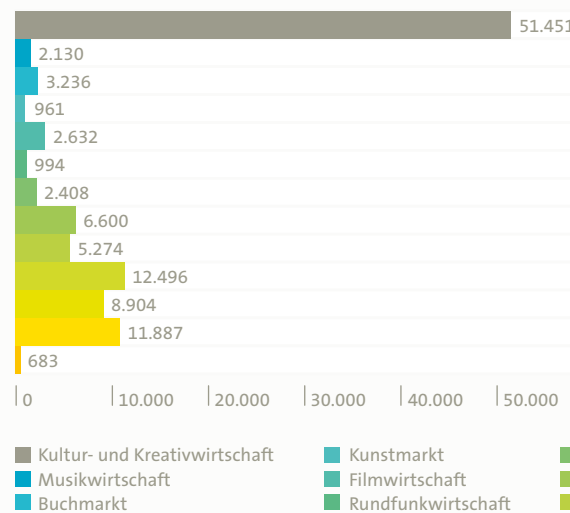
8.900 Erwerbstätige) und die Designwirtschaft (6.600 Erwerbstätige). In diesen vier Bereichen sind zwei Drittel der Erwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr tätig. Eine ähnliche Stärke der Teilbranchen lässt sich bei der genaueren Betrachtung der Unternehmensstruktur in der Kultur- und Kreativwirtschaft erkennen. In der Metropole Ruhr gibt es insgesamt rund 157.000 steuerpflichtige Unternehmen. Der Anteil der Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft an allen Unternehmen beträgt 6,6 Prozent bzw. 10.300 Unternehmen. Die höchsten Unternehmenszahlen haben die Bereiche Design (ca. 2.300 Unternehmen), Werbemarkt (ca. 2.200 Unternehmen), Architekturmarkt (ca. 1.600 Unternehmen) und Pressemarkt (ca. 1.300 Unternehmen). Im Teilbranchenvergleich schneidet wiederum der Pressemarkt als umsatzstärkste Branche ab. Mit 2,9 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2010 wurden in dieser Teilbranche fast 50 Prozent aller Umsätze generiert. Darüber hinaus sind der Werbemarkt (15 Prozent) und der Bereich Design (11 Prozent) umsatzstarke Branchen in der Region.

Insgesamt wurde in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2010 ein Umsatz von mehr als 6,1 Mrd. Euro erwirtschaftet. Dies entspricht 2 Prozent des Gesamtumsatzes der Region. Im Bundesdurchschnitt hat die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Anteil von 2,7 Prozent am Gesamtumsatz. In NRW beträgt der Anteil an der Gesamtwirtschaft insgesamt 2,6 Prozent. (Quelle: IT-NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2012)

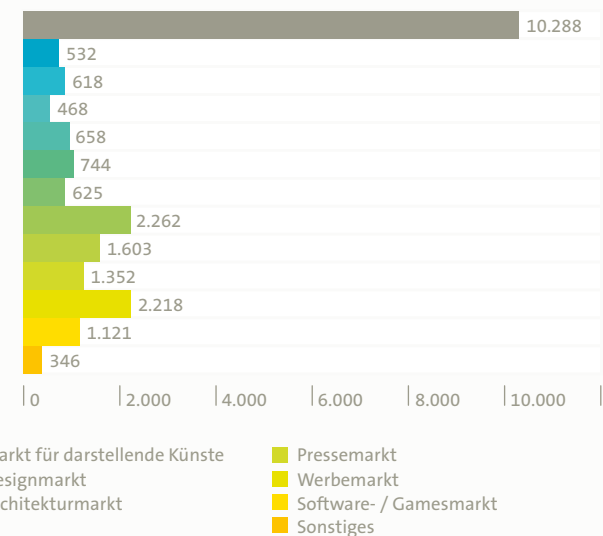
In einer tiefgreifenden Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr von der Wirtschaftsförderung metropoleruhr GmbH aus dem Jahr 2010 wurde insbesondere die steigende Bedeutung der Branche innerhalb der Gesamtwirtschaft in der Region hervorgehoben: Während der Gesamtumsatz der Wirtschaft von 2001 bis 2007 um 1,3 Prozent geschrumpft ist, verbuchte die Kultur- und Kreativwirtschaft ein Umsatzwachstum von 10 Prozent. Ebenfalls ist in dieser Phase die Zahl der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft stetig angestiegen, insgesamt um 15,2 Prozent (Wirtschaftsförderung metropoleruhr GmbH (2010): Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr. Ergebnisse einer Erhebung wirtschaftlicher Kennzahlen, S. 17).

Die Fortsetzung dieses Trends lässt sich aktuell nicht belegen, denn wie nahezu alle Volkswirtschaften war die Gesamtwirtschaft und auch die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region von einem Rückgang des Wirtschaftswachstums im Zuge der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise betroffen. Nach einem leichten Rückgang von Umsatz, Unternehmen und Erwerbstätigen in der Branche ist nach dem erfolgreichen Kulturhauptstadtjahr 2010 – in dem der Beitrag aller Akteure der verschiedenen Teilbranchen der Kreativwirtschaft zum Strukturwandel der Region verstärkt in den Fokus gerückt ist – mit einem erneuten Wachstum der Branche zu rechnen.

Anzahl Erwerbstätige der Kultur- und Kreativwirtschaft Ruhr 2010



Anzahl Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft Ruhr 2010



Quelle: IT-NRW; Berechnungen des IAT, Stand 2012

Die Auswertungen basieren auf der WZ 2008. Grundlage bildet die zurzeit gültige KKW-Abgrenzung der Wirtschaftsministerkonferenz vom Dezember 2011.

EXKURS: KREATIVWIRTSCHAFT IN ÖFFENTLICHKEIT UND POLITIK – RÜCKBLICK UND AUSBLICK

→ Die öffentliche Wahrnehmung von Kultur- und Kreativwirtschaft hat seit Mitte der 1990er Jahre mehrere Phasen durchlaufen. Dabei waren unter anderem amtliche Berichte aus Nordrhein-Westfalen in den 1990er Jahren, aus England Anfang 2000 sowie der Europäischen Kommission 2007 prägend: „The Economy of Culture“ von KEA – der erste Bericht der Europäischen Union. Publikationen freier Autoren und Forscher wie „The Creative City“ von Charles Landry 1995, „The Creative Economy“ von John Howkins 2001, „The Creative Class“ von Richard Florida 2002 und schließlich 2011 „After the Creative Class“ von Jonathan Vickery haben zudem öffentliche Debatten angestoßen und die Ausrichtung von Politik wesentlich beeinflusst – allen voran die Starautoren Landry und Florida. Und schließlich haben Erfolge in Städten wie Bilbao, Mailand, Manchester, Nantes, Rotterdam und vielen anderen einen weltweiten Trend befördert.

Die politische Befassung mit Kreativwirtschaft ist weltweit nicht einmal 20 Jahren alt, und es ist wich-

tig zu verstehen, dass dies in einem historischen und wirtschaftlichen Kontext von mindestens drei Eckpunkten stattfindet, nämlich der Globalisierung, Individualisierung und Digitalisierung. Viele Koordinaten unseres Alltags verschieben sich grundsätzlich: Nachrichten über die ägyptische Revolution erreichen uns per YouTube-Videos schneller als über amtliche Nachrichtenagenturen. Handys und Internet fusionieren zu neuen Welten, die plötzlich für Energieeffizienz oder Mobilität so selbstverständlich werden, dass Traditionsfirmen wie FALK für Karten oder Energieerzeuger vor neuen Konkurrenten stehen. Auch kulturelle Innovationen werden zu einer harten Währung – mehr als 30 Mio. verkaufte iPads weltweit oder „Das Auto“ von VW, dessen Individualität mehr aus Design als aus Motortechnik besteht.

Damit ist Kultur- und Kreativwirtschaft gegenwärtig ganz offensichtlich im Spannungsfeld von Kultur, Wirtschaft und Stadtentwicklung verortet. Das Verständnis als Querschnittsbranche scheint selbstver-

ständig – und der Bedarf an neuen Kooperationen zwischen bisher getrennten Verwaltungen von Kultur und Wirtschaft ebenfalls:

„Aufgrund des interdisziplinären Wesens der Kreativwirtschaft mit ihren vielen Überschneidungen kommt es entscheidend auf die Einbindung aller Beteiligten an, egal ob es sich um eine landesweite politische Agenda oder um ein individuelles Projekt handelt.“

Robert Punkenhofer, Kurator des österreichischen Pavillons auf der ExpoShanghai, 2010

Noch vor zehn Jahren war dies in vielen Metropolen von London bis Berlin nicht selbstverständlich – und in vielen Städten ist es das bis heute nicht. Noch im Juni 2012 gab man sich in Detroit überrascht und begeistert, dass der Einzug von Künstlern in leere Fabrikgebäude die Stadtentwicklung und Ökonomie anschoß. Ist eine Nerd-Garagenfirma wichtig für die

Wirtschaftsentwicklung einer Stadt, wenn man doch Vodafone oder Siemens am Standort mit 3.000 Mitarbeitern hat? Doch was ist das Silicon Valley anderes als die Förderung von Nachwuchsfirmen durch Großunternehmen aus der Industrie? Ist ein unbekannter Fashion-Designer für Turnschuhe oder ein Musikclub für die Attraktivität einer Stadt unverzichtbar? Ja – wenn man nicht nur Touristen anziehen will, sondern auch die eigene Jugend.

Es ist essentiell, neue Förderinstrumentarien an diesen Schnittstellen von Branchen und amtlichen Zuständigkeiten zu entwickeln, die für die Eigenheiten der jeweiligen Branche effektiv sind – eine Binsenweisheit für viele Wirtschaftsbranchen wie Gesundheit oder Logistik. In der Kultur- und Kreativwirtschaft ist dies ein junges Unterfangen. In Deutschland gibt es nur in einer Handvoll von Städten ständige Arbeitskreise von Kultur- und Wirtschaftsverwaltungen. Auf nationaler Ebene wurde in Deutschland 2007 eine Initiative für Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffen, die auf einer gemeinsamen Federführung von Kultur und Wirtschaft beruht. 2011 folgte die European Creative Industries Alliance, in der die DG Unternehmen und Industrie so wie DG Bildung und Kultur der Europäischen Union zusammenarbeiten. Ein Durchbruch für die Kreativwirtschaft in der Wahrnehmung als Querschnittsbranche war der Bericht „Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development – Evidence from the Structural Funds“: Die Ausgaben des Europäischen Kohäsionsfonds zwischen 2007

und 2013 für Kultur belaufen sich demnach auf 6 Mrd. Euro, 1,7 Prozent der Gesamtausgaben.

2012 formuliert dann die Europäische Union ihr neues Credo für die Förderpolitik 2014 – 2020 amtlich so:

„Die Städte sind der Motor der europäischen Wirtschaft. Es ist nicht übertrieben, sie als Triebkraft der Kreativität und Innovation in der EU anzusehen.“

Die verschiedenen – ökologischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen – Dimensionen des städtischen Lebens sind eng miteinander verknüpft und in der Stadtentwicklung können Erfolge nur mit einem integrierten Ansatz erzielt werden.“

EU-Veröffentlichung „Kohäsionspolitik 2014 – 2020“

Die Wachstumsstrategie der Europäischen Union – die sogenannte Agenda 2020 – zählt sieben Leitinitiativen, davon eine Innovation-Union: Ohne kreative Städte und ohne Innovationen in Design, Games, Film und Architektur werden auch Klimaschutz und Green Mobility nicht zu haben sein. Und kreative Städte werden ohne künstlerische Interventionen nicht entwicklungsfähig sein – Richard Florida hat dies einmal so formuliert:

„Künstler sind die Kanarienvögel im Bergwerk der Kreativwirtschaft: Sobald sie in einer Stadt landen,

ist das ein Zeichen für ein gesundes Umfeld. Investitionen fließen meist dorthin, wo sich Cluster von Kreativität, Wissen und Talent bilden.“

Richard Florida

Kreativwirtschaft als Querschnittsdisziplin mit viel Potenzial: Unsere Perspektive im Ruhrgebiet ist nicht nur heute eine aktuelle Agenda in Europa – gewachsen durch zwei Jahrzehnte Kreativwirtschaftsentwicklung. Sie ist auch zukunftsfähig im Hinblick auf die nationalen und europäischen Strategien bis 2020.

KREATIVWIRTSCHAFT RUHR – BEISPIELE VOR ORT

→ Mit dem Kulturhauptstadtjahr RUHR.2010 sind die Beiträge von Akteuren der Kreativwirtschaft zum Strukturwandel in der Region verstärkt in den Fokus gerückt. Die Schaffung von Arbeitsplätzen und Gründung von Unternehmen der Kreativwirtschaft sowie deren Dynamik im Vergleich zur Gesamtwirtschaft sind dabei wichtige Indikatoren. Kreativen Raum für ihre Entwicklung zu geben scheint daher sinnvoll, wenn die positiven Effekte der Gründungsdynamik sich auch auf die Region auswirken sollen.

Für den Wandel der Metropole Ruhr spielen Künstler und kreative Unternehmen seit langem eine besondere Rolle. Viele Gebäude und Orte wurden durch sie entdeckt, durch künstlerische Experimente und kreative Projekte zu neuem Leben erweckt. Es überrascht daher nicht, dass die Broschüre „Kreativwirtschaft Ruhr“ auf das Thema „Räume“ fokussiert. Die 42 von den Städten und Kreisen der Region eingereichten Projekte gliedern sich in vier verschiedene Räume: **Stadträume, Arbeitsräume, Gemeinschaftsräume und Schauräume.**

Im Kapitel Stadträume von → **S. 22** bis → **S. 51** finden Sie Projekte der Kreativwirtschaft, die sich nicht nur auf ein Gebäude, sondern auf ein Quartier beziehen. Kreative waren und sind in der Region wichtige Akteure für den Wandel. Sie greifen mit künstlerischen Experimenten, kreativen Zwischennutzungen und mutigen Geschäftsideen aktiv in die Gestaltung der Metropole Ruhr ein. Aber auch für die Kreativen selbst bietet die Region mit ihren dynamischen Veränderungsprozessen spannende Stadträume: Die Metropole Ruhr weist eine Vielzahl anziehender Möglichkeitsräume in Form von Immobilien und Arealen auf, die sich auf innerstädtische Szeneviertel, ästhetische Altbauquartiere mit einem hohen Lifestyle-Faktor oder auf umgenutzte Zechen-, Hafen- oder Gewerbestandorte mit ihren oftmals großen Platzangeboten verteilen.

Im Kapitel Arbeitsräume ab → **S. 52** präsentieren wir Projekte gebündelt in Einzelgebäuden oder auch Immobilienkomplexen – meist mit Strahlkraft in die

Stadträume, auf die wir Sie an entsprechenden Stellen verweisen. Doch was sind die optimalen Räume für Kreativität? Von der gamescom bis zu Software-Inkubatoren, von informellen Kunstateliers bis zu edelsten Messen, vom Home-Office bis zum Coworking. Die Arbeitsräume der Kreativen durchlaufen selbst einen Prozess, der die Veränderungen von Innovationen widerspiegelt. Arbeitsweise und Arbeitsraum wandeln sich – die Gründung von Software-Firmen in Garagen à la Bill Gates ist heute geradezu zum Symbol für diesen „fundamental shift“ geworden. Natürlich bildet sich diese Vielfalt auch in der Metropole Ruhr ab – und ist ein wesentlicher Teil neuer Angebote an die junge kreative Klasse im Ruhrgebiet, nach dem Hochschulstudium zu bleiben und Firmen zu gründen. Die Städte und Kreise des Ruhrgebiets haben für diese Publikation auch Gebäude benannt, die beispielhaft für diese neuen Arbeitswelten sind. Das Ruhrgebiet ist eine Region im Aufbruch für die Kultur- und Kreativwirtschaft – mit freiem Raum und Freiraum. Unter www.kreativ-quartiere.de erhalten

Sie Angebote in der ganzen Region – gerne können Sie als Eigentümer auch Ihre Räume dort kostenlos bewerben oder als Künstler und Kreativer Suchanfragen posten.

Im Kapitel Gemeinschaftsräume finden Sie Beispiele für gewachsene Netzwerke in der Metropole Ruhr, die gemeinsame Potenziale erkannt und gebündelt haben. Ob nur lokal oder überregional agierend, zeigen die Projekte auf den → **S. 80** bis → **S. 93**, wie vielfältig die Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft Symbiosen nutzen. Über Design, Bildende und Darstellende Kunst bis hin zu Software- und Games-Development stellt das Netzwerk die neue Form der Arbeitsteilung in einer Wissens- oder Ideenökonomie dar. In der digitalen Kreativwirtschaft verändern sich Netzwerke vom bekannten Stammtisch über Innovations-Labore außerhalb der Firmenräume, über Innovations-Blogs mit 20.000 Usern bis hin zu rein digitalen Skype-Meetings und Wikis. Das Netzwerk, ob virtuell oder real, wird zur unsichtbaren Werkbank. Vereinen sich Künstler, Designer, Schauspieler oder Autoren, steht am Ende ein Produkt, das sowohl immaterieller als auch materieller Art sein kann. Vom Theaterstück, das ohne Networking nicht zustande gekommen wäre, bis hin zu neuen Projektpartnerschaften – wo Menschen zusammenkommen und ihre Ideen und Erfahrungen austauschen, werden neue Impulse geschaffen. In der vorliegenden Broschüre möchten wir Ihnen daher auch Netzwerke in der Metropole Ruhr zeigen, die oftmals durch Krea-

tive selbst initiiert wurden und/oder durch Impulse von außen, seien es Wirtschaftsförderungen, Messen oder eine Kulturhauptstadt. In dieser Broschüre ist es leider nicht möglich, die Vielzahl an Netzwerker-Events im Ruhrgebiet zu listen – von den „Dortmund Stars“ bis zu stART Conference Duisburg, um nur noch zwei Beispiele zu nennen. Das Kapitel Gemeinschaftsräume nennt Beispiele neuer Netzwerke, die speziell den Kontext der Wettbewerbsfähigkeit in der digitalen Ökonomie und die Arbeitsweise in der Kultur- und Kreativwirtschaft adressieren.

Im Kapitel Schauräume von → **S. 94** bis → **S. 113** finden Sie exemplarisch Veranstaltungen aus der und für die Kultur- und Kreativwirtschaft Ruhr. Bundesweit gibt es zahlreiche neue Formate der guten alten „Bühne“ bzw. „Messe“ – besonders in der Tech- & Software-Branche. Dieser Wandel der realen Markträume, vor allem Messen und Kongresse, erscheint geradezu paradox angesichts der Digitalisierung der Wirtschaftsprozesse, die zusehends entortete Produktion und Wertschöpfung erlauben. Durch sehr verschiedene Veranstaltungen in den Städten der Metropole Ruhr, die kommerzielle, kulturelle oder kommunikative Aspekte verfolgen, wird die Vielfältigkeit und Kreativität der Branche deutlich. Es überrascht allerdings nicht, dass es einen Schwerpunkt in temporären und mobilen Präsentationsformaten gibt – dies ist der Vielfalt einer so großen Region angemessen: von innovativen Messen, die auf Nachhaltigkeit fokussieren, über neue Showformate, die

Street Art auf die Bühne holen, Kunstmärkte, die sich direkt an den Kunden wenden, bis hin zu Pitching-, Vernetzungs- und Workshop-Angeboten.

Jeder der 42 Beiträge ist nach einer durchlaufenden Systematik hinsichtlich seiner Auswirkungen auf Stadtentwicklung, Wirtschaft und Kultur beschrieben. In dem Kapitel „Kreativwirtschaft Ruhr – Innovationsmotor für Wirtschaft, Kultur und Stadtentwicklung“ (→ **S. 6** bis → **S. 11**) wird diese Systematik anhand der Grafik „Das Dreieck der Kultur- und Kreativwirtschaft“ eingehend erläutert. So wird der Einfluss eines jeden Projekts – sei es ein Quartier, ein Gebäude, ein Netzwerk oder eine Veranstaltung – konkret illustriert.

Wir wollen diese Entwicklungen verstärken, die sogenannten endogenen Potenziale bzw. externen Effekte, so würde der Wirtschaftsförderer es formulieren, oder die Synergien kultureller Vielfalt, so die Sprache der Kulturförderung. Wir wünschen uns, dass auch für Sie in dieser Momentaufnahme vor Ort das Momentum für Zukunftsentwicklungen der Region gehoben wird und zeigt, was noch werden könnte.

STADTRÄUME

1	Brückstraßenviertel („BrückViertel“)	Dortmund	S. 24
2	Elbershallen – Freizeit- und Kulturfabrik	Hagen	S. 26
3	Gelsenkirchen-Süd	Gelsenkirchen	S. 28
4	Herten-Süd: Urban Pop & Social Innovation	Herten	S. 30
5	Kreativ.Quartier.Am Kanal	Herne	S. 32
6	Kreativ.Quartier City Nord.Essen	Essen	S. 34
7	Kreativ.Quartier Lohberg (KQL)	Dinslaken	S. 36
8	Kreativ.Quartier Ruhrort	Duisburg	S. 38
9	Kreativ.Quartier Unionviertel	Dortmund	S. 40
10	Kreativ.Quartier ViktoriaQuartierBochum	Bochum	S. 42
11	Martin-Luther-Viertel	Hamm	S. 44
12	Rohrmeisterei – Zwischen Stadt und Fluss	Schwerte	S. 46
13	Viertelvor	Bochum	S. 48
14	Wiesenviertel	Witten	S. 50

GEMEINSCHAFTSRÄUME

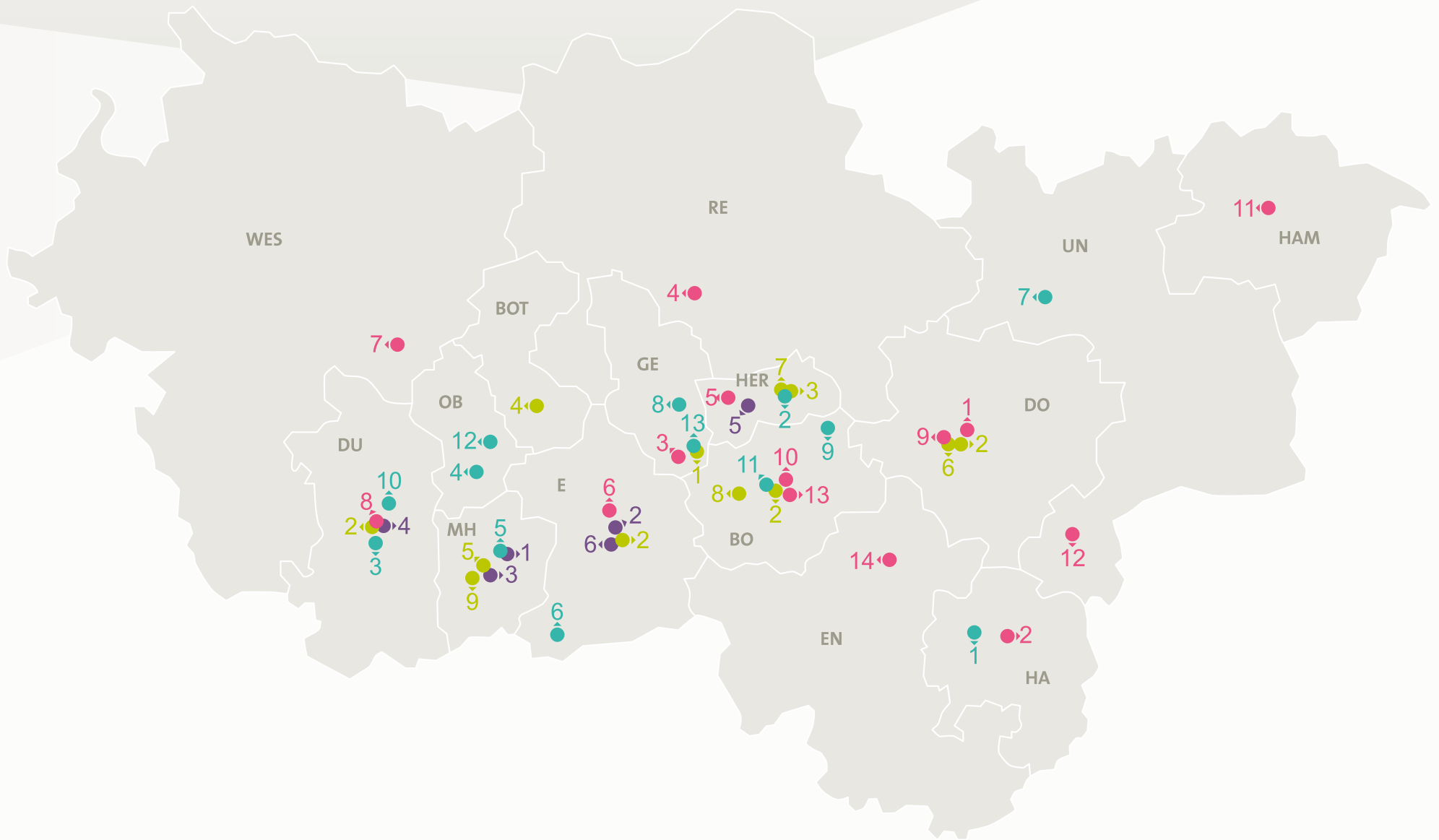
1	Game Development Initiative Ruhr	Mülheim a. d. Ruhr	S. 82
2	Kreative Klasse e. V.	Essen	S. 84
3	KreativKraft Mülheim	Mülheim a. d. Ruhr	S. 86
4	Kreativkreis Ruhrort	Duisburg	S. 88
5	Pottporus e. V.	Herne	S. 90
6	ruhrdesigner	Essen	S. 92

ARBEITSRÄUME

1	Coworking Space „co22“	Hagen	S. 54
2	Flottmann-Hallen	Herne	S. 56
3	hafenkult e. V.	Duisburg	S. 58
4	kitev – Kultur im Turm e. V.	Oberhausen	S. 60
5	Kreativ.Quartier Games Factory Ruhr	Mülheim a. d. Ruhr	S. 62
6	Kreativ.Quartier Scheidt'sche Hallen	Essen	S. 64
7	Kreativer Gewerbehof „Alte Kaffeerösterei“	Lünen	S. 66
8	Kulturgebiet Consol	Gelsenkirchen	S. 68
9	Kulturwerk Lothringen	Bochum	S. 70
10	MedienBunker Marxloh	Duisburg	S. 72
11	SAE Institute	Bochum	S. 74
12	Steigerhaus	Oberhausen	S. 76
13	Wissenschaftspark Gelsenkirchen	Gelsenkirchen	S. 78

SCHAURÄUME

1	bild.sprachen	Gelsenkirchen	S. 96
2	Creative Stage Ruhr	städteübergreifend	S. 98
3	KUBOSHOW	Herne	S. 100
4	Mitternachtsmarkt	Bottrop	S. 102
5	Mülheimer Schaufensterwettbewerb	Mülheim a. d. Ruhr	S. 104
6	popdesignfestival – pdf	Dortmund	S. 106
7	theaterkohlenpott	Herne	S. 108
8	URBANATIX	Bochum	S. 110
9	Wertstadt	Mülheim a. d. Ruhr	S. 112



städteübergreifende Initiativen in der Metropole Ruhr: ● 1, 2, 5, 6 ● 2

STADTRÄUME



→ Das Kapitel Stadträume stellt kreative Entwicklungsgebiete im urbanen Raum vor. Geprägt vom Strukturwandel und der Deindustrialisierung findet man in der Metropole Ruhr zahlreiche Stadtteile, die sich im Umbruch befinden. Nicht nur günstige Mieten locken Kreative hierher – Orte wie Innenhöfen, ehemalige Bahnhöfe, profanierte Kirchen, stillgelegte Zechen oder verlassene Maschinenhallen versprühen einen besonderen Charme. In solchen Stadtteilen und Quartieren finden sich – geplant oder ungeplant – Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammen. Die Aktivierung von Leerständen oder die Zwischen- und Umnutzung von Gebäuden sind neben der Ansiedlung von Kreativen meist auch Bausteine in der integrierten

Stadtentwicklung. Häufig unterstützt durch die Kommunen und deren Wirtschaftsförderungen bieten diese „Möglichkeitsräume“ spezielle Angebote von Professionalisierungs- und Weiterbildungs-Workshops bis hin zur Verdichtung und Sichtbarmachung durch gemeinsame Events. Neben gesteuerten Aktivitäten erobern sich die Akteure ihre Quartiere – sei es durch temporäre Interventionen wie Guerilla-Gardening oder -Knitting oder durch nachhaltige Einrichtungen, wie Coworking Spaces oder Kunstcafés. Dennoch: Ein Ort an sich ist nicht kreativ, und die Entwicklung eines Quartiers zu einem kreativen ist zweifelsohne ein langwieriger wie schwieriger, ein befruchtender wie beglückender Prozess.

Wir möchten Sie auf eine Entdeckungstour in die unterschiedlichsten Stadträume einladen:

- **Brückstraßenviertel („BrückViertel“)**
- **Elbershallen – Freizeit- und Kulturfabrik**
- **Gelsenkirchen-Süd**
- **Herten-Süd: Urban Pop & Social Innovation**
- **Kreativ.Quartier.Am Kanal**
- **Kreativ.Quartier City Nord**
- **Kreativ.Quartier Lohberg (KQL)**

- **Kreativ.Quartier Ruhrort**
- **Kreativ.Quartier Unionviertel**
- **Kreativ.Quartier ViktoriaQuartierBochum**
- **Martin-Luther-Viertel**
- **Rohrmeisterei – Zwischen Stadt und Fluss**
- **Viertelvor**
- **Wiesenviertel**

BRÜCKSTRASSENVIERTEL („BRÜCKVIERTEL“)

Dortmund

→ Das BrückViertel ist ein lebendiges Innenstadtquartier rund um die Brückstraße zwischen dem Konzerthaus, der Haupteinkaufsstraße und dem Dortmunder Hauptbahnhof. Aufbauend auf seiner hohen Dichte an Gastronomie und dem bunten Einzelhandel entwickelt sich das Viertel mit seiner ihm eigenen Vielschichtigkeit zum jungen, kreativen Szenequartier.

Über Mode, Gastronomie und Kultur finden hier verschiedene Zielgruppen, insbesondere junge Menschen, zueinander und bilden kreative Synergien. Mit Institutionen wie dem Konzerthaus und dem Orches-



terzentrum NRW und Initiativen wie der DJ-Schule VibrA, dem Verein BRÜCK AUF oder dem Jazzclub domicil liegt hier der Schwerpunkt auf Musik.

🔗 www.brueckstrasse.info

🔗 www.brueck-auf.de

Wirtschaftliche Effekte

Die Musikszene zieht Kaufkraft ins Quartier und stärkt neben der Lebendigkeit des Viertels den ansässigen Einzelhandel und die Kulturszene, unterstützt durch das Quartiersmanagement. Dabei zeichnet das BrückViertel nicht nur seine Beliebtheit als Einkaufsmeile für junge Menschen aus, hier fassen z. B. Jungunternehmer Mut und legen den Grundstein für eine eigene Existenz, wie der „Vegilicious Veggie Shop“, bundesweit der erste vegane Supermarkt. Auch die Neunutzung von Immobilien belegt die Attraktivität des BrückViertels. 2011 eröffnete im ehemaligen Gebäude der Commerzbank das „A&O Hotel/Hostel“. Seit 2011 bereichert der Club Odeon als neue Anlauf-

stelle für Dortmunds Partygänger und Event-Liebhaber die Nightlife-Szene und bestätigt das besondere Flair des Viertels: Hier trifft Lifestyle auf Gastronomie, populäre Kultur und Musikszene!

Kulturelle Impulse

Volkshochschule, Museum für Kunst und Kulturgeschichte, Konzerthaus Dortmund, Orchesterzentrum NRW, Jazzclub domicil, Nightlife-Clubs und „VibrA“, freischaffende Künstler und Atelieregemeinschaften verleihen dem BrückViertel ein unverwechselbares Profil und dokumentieren die kreative Vielfalt des Quartiers. 2011 gründete sich der Verein BRÜCK AUF und startete für das Quartier einen weiteren Dialog der Partner. Als Kultur- und Kreativverein leistet BRÜCK AUF nicht nur Netzwerkarbeit, sondern ist auch Veranstalter von eigenen Events wie dem „BRÜCK AUF Kulturtag“. Der inhaltliche Schwerpunkt auf der Musikbranche macht das Quartier zum Magneten für Kunst- und Kulturliebhaber ebenso wie für Anhänger des Nachtlebens und der Clubszene.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die Weiterentwicklung des BrückViertels hat positive Auswirkungen auf den Standort. Das Engagement der Akteure im Viertel und die Kooperation des Quartiersmanagements mit dem Einzelhandel, der Gastronomie und den Kulturinstitutionen führen zu einer Revitalisierung durch Um- und Neubaumaßnahmen, Neuansiedlungen und zu einer verstärkten Frequentierung.

Ausblick

Ziel des Handlungskonzeptes ist es, in den nächsten Jahren eine qualitative Revitalisierung des BrückViertels zu erreichen. Mit inhaltlichem Schwerpunkt auf der Musik sollen Unternehmen aus der Szene-Gastronomie, aus Nightlife, Popkultur und Lifestyle als Mieter und Betreiber für Leerstände gewonnen werden. Zur Sichtbarmachung der Attraktivität für Besucher und Bewohner ist der Aufbau eines Mobilportals „BrückWeb“ in Vorbereitung.

Ansprechpartnerin

Sabrina Haane
 BRÜCK AUF e.V.
 c/o Orchesterzentrum|NRW
 Brückstraße 47
 44135 Dortmund
 Tel.: 0231 72516812
 Fax: 0231 72516820
 Mail: haane@orchesterzentrum.de

Ansprechpartnerin

Meline Ebbinghaus
 Street Management
 Brückstraße 15 (1. OG)
 44135 Dortmund
 Tel.: 0172 2746783
 Mail: ebbinghaus@brueckstr.de

Ansprechpartner

Rolf Kuttig
 Quartiersmanager/
 Kulturhauptstadtbeauftragter
 Stadt Dortmund
 Burgwall 14
 44122 Dortmund
 Tel.: 0231 5023200
 Mail: rolfkuttig@stadtdo.de



ELBERSHALLEN – FREIZEIT- UND KULTURFABRIK

Hagen

→ Die Elbershallen sind ein Komplex von 4,5 ha Größe am Rande der Hager Innenstadt mit den denkmalgeschützten Gebäuden (ca. 1850 bis 1960) der Hager Textilfabrik Gebrüder Elbers (Färberei, Stoffdruck, Tuchherstellung). Der private Besitzer/Investor, die HAGENPEG Projektentwicklungsgesellschaft, hat die Gebäude nach und nach saniert und an eine Vielzahl von Betrieben der Freizeit- und Kreativwirtschaft vermietet. Zu den jüngsten Aktivitäten gehören die Ansiedlung eines privaten Theaters, das Zirkusprojekt „Quamboni“ der evangelischen Jugend für Kinder und Jugendliche sowie die geplante „Halle 3“, die als große Indoor-Eventhalle entwickelt werden soll.

Im Rahmen des EU-Projekts CURE („Creative Urban Renewal“-Programm INTERREG IVB), das sich mit der Entwicklung städtischer Kreativwirtschaftsräume befasst, wird im Zeitraum 2011 bis 2013 bewusst ein neuer Schwerpunkt durch kulturelle Events (z. B. „Tanzräume“) gesetzt bzw. die bereits vorhandenen Nutzungen werden durch Veranstaltungen aus der

Kreativwirtschaft (z. B. „Designermarkt“) verstärkt. Parallel wird die Geschichte der Textilfabrik und ihrer Gebäude durch detaillierte Informationen in Art eines Rundwegs sowie durch Führungen als Ergänzung zur „Route der Industriekultur“ herausgearbeitet. Die einzigartige historische Gebäudestruktur des Areals soll auch für Tagungen weiterentwickelt bzw. angeboten werden.

🔗 www.elbershallen.de

Wirtschaftliche Effekte

Die Angebote auf dem Areal der Elbershallen von Gastronomie über Kultur bis hin zum Funsport werden gut angenommen. Durch die kulturellen und kreativwirtschaftlichen Nutzungen soll neben den bisher vorherrschenden Freizeitangeboten ein zweites wirtschaftliches Standbein aufgebaut werden. Durch dieses wird eine neue, zusätzliche Nutzer-/Kundenschicht angesprochen, was auch die Ansiedlung von Unternehmen fördert.



Kulturelle Impulse

Durch die Kulturangebote entwickelt und verstetigt sich ein neuer, unverwechselbarer Spielort in Hagen, der aufgrund der Qualität auch verstärkt Besucher aus der Region anziehen wird. Der neue Ort „spielt“ indoor und outdoor mit der historischen Industriekulisse, die sich insbesondere für moderne Inszenierungsformen (z. B. Tanz-/Straßentheater, Happenings) eignet. Wichtige Impulse gehen auch von der evangelischen Kirche aus, die unter dem prägnanten



Namen „Himmel @ Erde“ gleich mit mehreren Einrichtungen (Kirchenamt, Evangelische Jugend, Bethel vor Ort, Ausbildung und Qualifizierung) in umgebauten ehemaligen Werkshallen tätig ist.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Direkt an die Innenstadt und Fußgängerzone angrenzend ist die Entwicklung der Elbershallen eine Ergänzung zu nahe gelegenen Einrichtungen wie der Stadtbücherei, dem Multiplexkino und dem Markt-/Veranstaltungsplatz und wertet den Stadtteil auf. Die Nachbarschaft des Kreativquartiers ist ein dicht besiedeltes Mischgebiet mit mehrstöckiger Bebauung, in dem der Leerstand deutlich sichtbar ist. Die Sanierung der denkmalgeschützten Gebäude und die

Kombination von kulturellen, gastronomischen und anderen Freizeitangeboten zieht Publikum ins Viertel und macht eine langfristige Ansiedlung von (Kreativ-)Gewerbe möglich.

Ausblick

Mit angestoßen und begleitet durch das EU-Projekt CURE erfolgt eine Umwandlung der Nutzung durch die Kultur- und Kreativwirtschaft. Ein Quantensprung für das Areal wird dabei die eingeleitete Entwicklung der Eventhalle „Halle 3“.

Insgesamt wird diese Entwicklung die Struktur des Areals bis 2013 und darüber hinaus auf eine breitere, auch wirtschaftlich belastbarere Basis stellen.

Ansprechpartner

Elbershallen:
Christian Isenbeck
HAGENPEG
Projektentwicklungsgesellschaft
Mallnitzer Straße 2a
58093 Hagen
Mail: c.isenbeck@elbershallen.de

Ansprechpartner

CURE:
Bernd Roß
Stadt Hagen – FB Stadtplanung,
Stadtentwicklung und Bauordnung
Rathausstraße 1
58095 Hagen
Tel.: 02331 2074624
Mail: Bernd.Ross@stadt-hagen.de

Adresse Elbershallen:
Dödtstraße 20, 58095 Hagen

GELSENKIRCHEN-SÜD

Gelsenkirchen

→ Das Quartier Gelsenkirchen-Süd hat zwei konzeptionelle Zugänge, zwei Raumstrukturen, zwei Geschichten, dazwischen liegt der Wissenschaftspark (→ **S. 78/79**) mit prämierter Architektur auf altem Stahlwerk- und Zechenboden und als besondere Herausforderung eine expressionistische Kirche, die durch die Ideen der Kreativwirtschaft erhalten werden soll.

In der fast ländlichen Hofstruktur des Halfmannshofes oder in dem quirligen gründerzeitlichen, multikulturellen Quartier in Innenstadtnähe finden Kreative nicht nur Unterkunft, sie werden künftig auch professionell in bestehende Netzwerke des Ruhrgebiets eingeführt. Vor Ort bestehen schon Galerien, Ausstellungsflächen, Messen, Künstlerateliers und eine Künstlersiedlung – dazwischen überregional wirkende Kraftfelder wie das Museum für Architektur und Ingenieurkunst, die Kultur Ruhr GmbH, die Fortbildungsakademie Lichthof u. a. Ein besonderer Fokus wird aktuell auf die Fotokunst gelegt – vermittelt bei-



spielsweise durch die GALERIE HUNDERT, das Pixelprojekt Ruhrgebiet und die Messe bild.sprachen (→ **S. 96/97**). Leer stehende Ladenlokale und ungenutzte Häuser fordern zu kreativen Überlegungen für eine dauerhafte Nutzung heraus.

🔗 stadt.gelsenkirchen.de/de/Kultur

🔗 www.kuenstlersiedlung.de

🔗 www.galeriemeile-gelsenkirchen.de

Wirtschaftliche Effekte

Durch die Aktivierung von Leerständen im Bereich der „Galeriemeile Gelsenkirchen“ und in der Künstlersiedlung Halfmannshof werden vielfältige wirtschaftliche Effekte freigesetzt: immobilienwirtschaftliche,

bauwirtschaftliche, durch die Schaffung von Arbeitsplätzen wie durch den Verkauf von Kunstwerken und anderen Produkten/Dienstleistungen der Kreativwirtschaft. Zudem werden durch das Büro für lokale Wirtschaftsentwicklung Gelsenkirchen-Südost Mikrokredite an Kreative im Quartier vergeben, um Selbständigkeit zu fördern und Projekte zu ermöglichen.

Kulturelle Impulse

Die Künstlersiedlung Halfmannshof ist eine der ältesten Künstlersiedlungen Deutschlands – wenn sie auch in den letzten Jahrzehnten ihre überregionale Bedeutung verloren hat. Mit dem Projekt wird an vergangene Ziele angeknüpft und der Umstrukturierungsprozess hin zu einem überregional bedeutenden Ort für Kunst und Kreativität beschleunigt.

Der Wissenschaftspark Gelsenkirchen bietet seit vielen Jahren einen wichtigen Ort der Präsentation und hält zudem Räume für Design, angewandte Kunst und interkulturelle Projekte vor. Die „Galeriemeile



Gelsenkirchen“ hat schon jetzt eine sehr hohe Atelierrichte und wird durch Vernetzung und Neugründungen diesen Prozess noch weiter intensivieren.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Das Quartier wirkt östlich des Wissenschaftsparks als ein zentraler Entwicklungsimpuls im Stadterneuerungsgebiet Bochumer Straße, und westlich davon ist es der konzeptionelle Leitfaden für die notwendige Umstrukturierung der „Künstlersiedlung Halfmannshof“. In beiden Räumen bildet die Kreativwirtschaft den „content“ für städtebauliche, soziale und ökonomische Aufwertungsprozesse als Teil einer zusammenhängenden Entwicklungsstrategie zur Revitalisierung des Stadtteils. Dazu gehören auch die Heilig-Kreuz-Kirche und die immobilienwirtschaftliche Aufwertung durch eine Stadtentwicklungsgesellschaft.

Ausblick

Die Entwicklung der „Galeriemeile Gelsenkirchen“ an Bergmannstraße und Bochumer Straße wird sich

verstetigen. Hinzukommen werden mittelfristig zielgruppenspezifische gastronomische Angebote sowie kostengünstige Wohn- und Arbeitsräume. Geplant sind dauerhafte Orte der kulturellen (Jugend-)Bildung.

Der Wissenschaftspark und das Gründerzentrum, mittelfristig auch die Heilig-Kreuz-Kirche, werden ihre infrastrukturellen Angebote weiter qualifizieren.

Ansprechpartnerin

Susanne Becker
 Stadt Gelsenkirchen
 Büro für lokale Wirtschaftsentwicklung
 Gelsenkirchen-Südost
 Munscheidstraße 14 (Wissenschaftspark)
 45886 Gelsenkirchen
 Tel.: 0209 1693797
 Mail: susanne.becker2@gelsenkirchen.de

Ansprechpartnerin

Christiana Henke
 Stadt Gelsenkirchen
 Referat Kultur
 Florastraße 28
 45879 Gelsenkirchen
 Tel.: 0209 1699166
 Mail: christiana.henke@gelsenkirchen.de

Ansprechpartnerin

Astrid Laux
 Stadt Gelsenkirchen
 Stadtteilbüro Südost
 Referat Stadtplanung
 Bochumer Straße 109
 45886 Gelsenkirchen
 Tel.: 0209 3190811
 Mail: astrid.laux@gelsenkirchen.de

HERTEN-SÜD: URBAN POP & SOCIAL INNOVATION

Herten

→ Die Ewaldstraße ist die historisch gewachsene Nord-Süd-Achse der Stadt Herten. Sie verbindet die Hertener Innenstadt mit dem Stadtteil Süd und dem ehemaligen Zechengelände und heutigen Zukunftsstandort Ewald. Dementsprechend prägend sind die Entwicklungen entlang dieser Straße auch für die Gesamtstadt.

Der Zukunftsstandort Ewald hat sich in den letzten zehn Jahren zum Gewerbestandort mit kulturellen Angeboten (Revuepalast, Kochschule u. a.) entwickelt. Seit 2005 wird in Herten-Süd im Rahmen eines Stadtumbauprojekts ein Nutzungsmanagement u. a. für leer stehende Ladenlokale durchgeführt.

Die Alltagskultur urbaner Räume, kurz „Urban Pop“, steht heute im Mittelpunkt dieser Entwicklung. Im Zuge mehrerer Gründungswettbewerbe haben sich in Herten-Süd kreative Unternehmen (Trash-Künstler, Grafikateliers u. Ä.) angesiedelt. Diese Unternehmen wurden mit NGOs, Künstlern, Religionsgemeinschaf-

ten und vielen mehr vernetzt und treiben gemeinsam die Entwicklung des Standorts voran. Unter dem Titel „Urban Pop & Social Innovation“ verknüpfen sie Aspekte der Bildung und Sozialarbeit mit Kreativleistungen aus den Feldern Musik, Malerei, Theater und Literatur zu neuen Produkten und Dienstleistungen.

Wirtschaftliche Effekte

Die loftartigen Räume der einstigen Werkstätten in den Höfen und aufgelassene Bauwerke auf dem ehemaligen Zechengelände Ewald bieten optimale Voraussetzungen für Unternehmen der Kreativwirtschaft und zur Weiterentwicklung eines Kreativquartiers. Die enge Verzahnung mit dem durch verschiedene Milieus und Kulturen geprägten Siedlungsraum und die Nähe zu Freiräumen mit bedeutenden historischen Hintergründen und hohem Erlebnis- und Erholungswert tragen zu der besonderen Attraktivität des Arbeits- und Wohnstandorts bei. Mit der Qualifizierung als Kreativquartier könnte die regionale Aufmerksamkeit geweckt und eine über das Lokale

hinausgehende Vernetzung der Akteure erzielt werden. Dadurch kann die weitere Ansiedlung und Neugründung kreativwirtschaftlicher Unternehmen gefördert und gesichert werden, und es entstehen neue Erwerbsmöglichkeiten im Stadtteil.

Kulturelle Impulse

Das Konzept Herten-Süd: Urban Pop & Social Innovation basiert auf den populären Kulturszenen der Region. Pop hat immer etwas mit der Gegenwart und dem Zustand der Gesellschaft zu tun. Insbesondere in der ehemaligen Industriezone des Ruhrgebiets findet sich eine vom Wandel von Einbrüchen geprägte Gesellschaft. Die verschiedenen Ausdrucksformen des Pops wie die Malerei, Musik oder Literatur beschreiben über kulturelle Grenzen hinweg das aktuelle Lebensgefühl der Menschen in ihrem Alltag. So haben sich in Herten neue, auf Urban Pop Art fußende Ansätze etabliert. Motoren der Entwicklung sind momentan ein Sozialverband, eine kleine Gruppe von Künstlern, Erlebnispädagogen, Geschichtenerzähler,

kreative Einzelhändler und die CreativWerkstatt im Bürgerhaus Süd.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

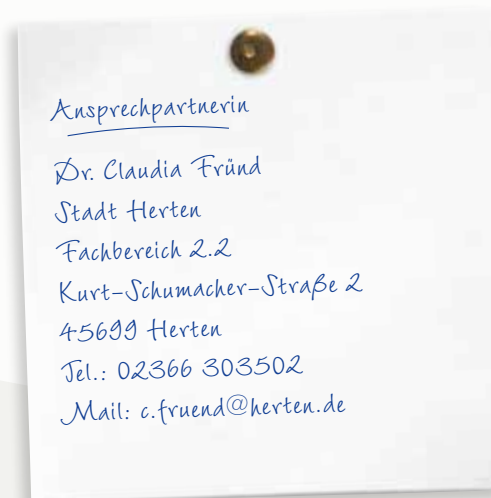
Ausgehend vom Rückzug des Bergbaus und verstärkt durch demografische Effekte befindet Herten sich seit vielen Jahren im Strukturwandel. Der Stadtteil Herten-Süd und insbesondere die Ewaldstraße waren von den Folgen durch Leerstand und Trading Down in erheblichem Maße betroffen.

Das Stadtumbau-Projekt „Süd erblüht“, das neben der ökonomischen auch städtebauliche und soziale Projekte beinhaltet, endet 2013. Da aber alle Aktivitäten im Rahmen des Förderprojekts auf Nachhaltigkeit

ausgerichtet sind, wurden begleitend Netzwerke und Trägerstrukturen geschaffen, die eine Weiterentwicklung zum Kreativ.Quartier Herten unterstützen.

Ausblick

Die im Rahmen des Stadtentwicklungsprozesses begonnene Etablierung von Künstlern im Stadtteil Herten-Süd wird fortgesetzt. Gemeinsam mit den Akteuren soll ein Marketingkonzept erarbeitet und umgesetzt werden. Ein weiterer Schritt dazu ist die in Vorbereitung befindliche Ausweisung des Kreativ-Quartiers Herten – Urban Pop & Social Innovation. Die Gründung eines Fördervereins, der möglichst viele Akteure des Quartiers zusammenführen soll, wird noch 2012 stattfinden.





Kansprechpartnerin

Dr. Evelyn Stober
 Wirtschaftsförderungsgesellschaft
 Herne mbH
 im IGZ Innovationszentrum
 Westring 303
 44629 Herne
 Tel.: 02323 925114
 Mail: stober@wfg-herne.de
www.wfg-herne.de

KREATIV.QUARTIER.AM KANAL

Herne



→ Auf einer Länge von zehn Kilometern bildet der Rhein-Herne-Kanal die nördliche Grenze der Stadt Herne. Von Anfang an war der Kanal nicht nur Güterschiffahrtsweg, sondern auch eine Freiraumachse in einer dicht besiedelten Industrielandschaft. Hier gibt es Wohnsiedlungen, Grünanlagen, industrielle und gewerbliche Produktionsstätten, Kreativunternehmen, aber auch leer stehende Immobilien und Freiflächen, die darauf warten, kreativ „erobert“ zu werden. Keimzelle ist das Areal um die Künstlerzeche Unser Fritz, kulturell genutzter Industriestandort direkt am Kanal mit Künstlerateliers und Kulturbetrieb. Nach der Modernisierung und Sanierung ist die ehemalige Maschinenhalle im Neo-Renaissance-Stil inzwischen gefragter Veranstaltungsort. Außengastronomie, Schiffsanleger und der neue Kulturpark mit dem Kohlenweg sind weitere Entwicklungsschritte.

www.wfg-herne.de

→ Immobilien → Kreativ.Quartier.Am Kanal

www.kulturkanal.net

Wirtschaftliche Effekte

Entlang des Wassers, aber auch Richtung Innenstadt gibt es für die Kreativwirtschaft geeignete Immobilien und Areale. Am Kanal sind dies beispielsweise der in Entwicklung befindliche Dienstleistungspark Schloss Strünkede oder das Gewerbegebiet Friedrich der Große. Eine Fläche im Gewerbegebiet Baukau, direkt am Rhein-Herne-Kanal gelegen, wurde bereits durch ein Kreativunternehmen erworben und ergänzt weitere Unternehmen aus der Kreativwirtschaft, die bereits im Gewerbegebiet und im IGZ Innovationszentrum ansässig sind.

Kulturelle Impulse

Als Teil des „KulturKanals“ und der Emscherinsel wird das Areal zurzeit in vielfältigen interkommunalen Initiativen zu einer Kulturachse ausgebaut und erhält ein spannendes und maritimes Ambiente.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Eine Vernetzung von Kreativen, Gewerbe und Indus-

trie und ein Aufeinandertreffen von Kunst, Kultur und Ökonomie haben positive Auswirkungen auf Stadtentwicklungsprozesse. Das Kreativquartier beflügelt z. B. Infrastrukturmaßnahmen wie Gastronomie oder Radwege entlang des Kanals, ermutigt Wohnprojekte wie Wohnen und Arbeiten am Wasser und verstärkt die bereits intensive interkommunale Zusammenarbeit. Das Quartier eröffnet die Möglichkeit, dass neue und bereits auf dem Weg befindliche Entwicklungsmaßnahmen koordiniert, ergänzt und positiv gelenkt werden.

Ausblick

Das Kreativ.Quartier.Am Kanal entlang des Rhein-Herne-Kanals im Norden der Stadt soll durch Ansiedlung von Kreativunternehmen wirtschaftliche Impulse für bereits ansässige Unternehmen geben, kulturelle Entwicklungen verstärken und Stadtentwicklungspläne unterstützen.

KREATIV.QUARTIER CITY NORD.ESSEN

Essen



→ Die Essener Nordstadt entwickelt sich zu einem Ort des kreativen Schaffens nahe der Haupteinkaufsstraße und dem Shoppingcenter Limbecker Platz. Betroffen von Leerstand durch Abwanderung des Einzelhandels haben bereits etliche Akteure aus der Kunst und der Kreativwirtschaft die City Nord.Essen für sich entdeckt, zum Beispiel das Forum Kunst & Architektur, das Unperfekthaus mit dem neuen GenerationenKult-Haus, das Kleine Theater Essen, das GOP Varieté-Theater, das Atelier 1 und und die Galerie K29 Ricarda Fox. Weitere Impulse strahlen in das Viertel: In der Rottstraße entsteht ein neuer Büro-, Hotel- und Gewerbekomplex, in der Heck-Passage stehen Coworking Spaces zur Verfügung, die Kreuzeskirche dient als Kultur- und Veranstaltungsstätte, leere Ladenlokale werden temporär als Ausstellungsräume genutzt.

Das Kulturbüro der Stadt fördert gemeinsam mit dem Kunsthaus Essen e. V., der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft und ecce die nachhaltige Ansiedlung von Künstlern in der Nordstadt. Teil der Strategie

ist die Zwischen- und Umnutzung von Leerständen. Den Auftakt macht seit Februar 2012 das Atelierhaus Schützenbahn 19/21 (getragen vom Kunsthaus Essen e. V. in Kooperation mit dem Kulturbüro der Stadt Essen). Musiker und Performer finden hier ebenso gute Probe- bzw. Arbeitsbedingungen wie Maler, Fotografen, Bildhauer, Schmuck-, Objekt- und Printdesigner.

Das Ziel der 2011 aufgenommenen Entwicklungsstränge zum Aufbau und zur weiterführenden Gestaltung des Kreativ.Quartiers City Nord.Essen besteht in der Verdichtung und Sichtbarmachung der im Viertel vorhandenen kreativen Potenziale und Ressourcen. Darüber hinaus sollen für Kreative vielfältiger Branchen möglichst optimale Arbeits- und Präsentationsbedingungen geschaffen werden.

🔗 www.essen-city-nord.de



Wirtschaftliche Effekte

Ziel des Entwicklungskonzeptes ist es, die individuelle künstlerische Existenz der einzelnen Künstlerinnen und Künstler durch das Angebot von Arbeitsräumen einerseits und andererseits durch begleitende Beratungs-, Qualifizierungs- und Qualitätssicherungsangebote zu ermöglichen. Die Maßnahmen zielen auf die Förderung künstlerischer Produktionen und insbesondere auf die Gründung von Existenzen im Bereich Kunst und Kultur ab.

Kulturelle Impulse

Die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen und die Unterstützung bei der Existenzgründung geben dem Projekt wichtige Impulse. Darüber hinaus werden die im Quartier ansässigen Kulturinstitutionen und kreativen Initiativen mit temporären Kulturveranstaltungen wie dem Art Walk zusammengeführt und die Akteure miteinander dialogisch vernetzt. Damit soll auf Dauer ein reger Kulturdiskurs entstehen, der sowohl soziale und kulturpolitische Akzente setzt als auch kulturell relevante Themen zum Inhalt hat.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Das Atelierhaus Schützenbahn 19/21 ist im Netzwerk mit dem Kulturbüro der Stadt Essen, dem Kunsthaus Essen, der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (EWG), der Essen Marketing GmbH (EMG), ecce und vielen Akteuren im Nordviertel Motor für die zukünftige Entwicklung des Quartiers. Weitere Räumlichkeiten/Leerstände im Stadtteil City Nord werden für die kreativwirtschaftliche Nutzung gesucht und entsprechend vermietet. Der Bereich der nördlichen Innenstadt erhält durch die Zusammenführung ver-

schiedener Akteure und Interessen ein nachhaltiges Profil, das sich aus kulturellen wie wirtschaftlichen Kanälen speist und im Stadtraum sichtbar wird. Die Belebung des Viertels generiert Zuzug, der zu einer Aufwertung führt.

Ausblick

Das Kreativ.Quartier City Nord.Essen entwickelt sich im regionalen, nationalen und internationalen Verbund zu einem wegweisenden Modell für eine effektive Künstlerförderung und Existenzgründung.



Ansprechpartner

Alfons Wafner
Kulturbüro der Stadt Essen
Gildehof-Center
Hollestraße 3
45121 Essen
Tel.: 0201 8841203
Mail: alfons.wafner@
kulturbuero.essen.de

Ansprechpartner

Dr. Uwe Schramm
Kunsthaus Essen e.V.
Tel.: 0201 443313
Mail: khe@kunsthaus-essen.de

KREATIV.QUARTIER LOHBERG (KQL)

Dinslaken



→ Seit 2005 wird die ehemalige Zeche Lohberg reaktiviert. Unter dem Motto des Rahmenplans „Lohberg und die Halde werden EINS“ werden auf ca. 40 ha ein neues Stadtquartier zum Arbeiten, Wohnen und Erholen und gemeinsam mit der gewachsenen Zechensiedlung eine neue Identität für den Stadtteil Lohberg geschaffen. Gemäß dem mit internationalen Experten erarbeiteten Leitbild werden die Entwicklungsschwerpunkte auf Kreativität, Landschaft und Energie gesetzt. Das Kreativ.Quartier Lohberg bildet dabei das Zentrum der Standortentwicklung. Ziel ist, mit dem KQL ein weitläufiges Dienstleistungszentrum mit Nutzungen im Bereich Gestalten, Wissen und Herstellen zu schaffen. Besonders in den denkmalgeschützten Bestandsgebäuden werden Unternehmen der Kreativwirtschaft und des kreativen/innovativen Handwerks angesiedelt. Ein städtebauliches hochwertiges Ambiente wird durch Gastronomie, kulturelle Angebote, den Lohberg Corso und den Bergpark geschaffen, wodurch das KQL auch zur touristischen Destination wird. Dadurch, dass auf der Zeche Lohberg Abbruch von ab-

gängigen Gebäuden, Flächenherrichtung und neue Nutzungen parallel laufen, bietet das KQL schon heute viele temporäre Räume zum Experimentieren und Kooperieren an. Die Fertigstellung ist für 2020 geplant.

Eigentümerin der (meisten) Flächen auf der Zeche Lohberg ist die RAG Montan Immobilien GmbH, die in Projektgemeinschaft zusammen mit der Stadt Dinslaken die Standortentwicklung steuert und umsetzt.

🔗 www.kreativ.quartier-lohberg.de

Wirtschaftliche Effekte

Den Einstieg in die langfristige Reaktivierung der Zeche Lohberg bildeten günstig zu mietende Räume in den denkmalgeschützten Gebäuden für Unternehmerinnen und Unternehmer mit einer guten Geschäftsidee, aber wenig Startkapital. Damit konnte das Image des Standorts geprägt werden, und bis heute sind bereits ca. 20 zumeist kleinere Unternehmen angesiedelt. Mit der anstehenden Herrichtung



der Bestandsgebäude und den Planungen für Neubauten mit hohen architektonischen und energetischen Ansprüchen werden zunehmend auch etablierte Unternehmen das Gelände besiedeln.

Ein zweiter wirtschaftlicher Schwerpunkt ist die Umsetzung eines innovativen und experimentellen Energiekonzeptes. Das KQL wird demnach (mindestens) ein CO₂-neutraler Plusenergiestandort. Dazu werden unterschiedliche regenerative Energieformen für Strom und Wärme sorgen. Zur Umsetzung des Energiekonzeptes wurde eine Rahmenkooperation zwischen Stadt, Stadtwerken Dinslaken und RAG MI

geschlossen, um alle Bausteine des Energiekonzeptes gemeinsam umzusetzen.

Das KQL wird mit dem Bergpark, der angeschlossenen Haldenlandschaft, dem neuen Wohngebiet im Norden und dem innovativen Energiekonzept sowie dem Kreativ.Quartier zu einem vielseitigen und dichten Wirtschaftscluster, das einen wirtschaftlichen Impuls für die Stadt Dinslaken beiträgt.

Kulturelle Impulse

Im KQL werden seit 2007 regelmäßige Führungen, Diskussionsforen, Events wie die Extraschicht und vielfältige gemeinsame Veranstaltungen der Unternehmen – wie die regelmäßigen Open Houses und die ZechenSession zum jährlichen Festival „extraklasse!“ der Kreativen Klasse Ruhr (→ S. 86/87) angeboten. Damit wird das kulturelle Angebot der Stadt auf vielfältige Weise erweitert. Mit der künstlerischen Gestaltung des Bergparks durch internationale Künstler wird ein weiterer Akzent gesetzt. Ein besonders spannendes Format eines neuen gesellschaftlichen Diskurses in der Stadt sind seit 2011 die Debatten, zu denen internationale Experten und Künstler eingeladen werden und über die Entwicklung von spannenden und inspirierenden Kunstprojekten debattieren.

Auswirkung auf Stadtentwicklung

Das KQL bietet der Stadt eine einmalige Chance einer Aufwertung und einer neuen Imagebildung eines sozial benachteiligten Stadtteils. Mit dem in-

tegrativen Ansatz des Zusammenwachsens von gewachsener Struktur und neuen Entwicklungsflächen werden vielfältige Synergieeffekte erschlossen. Der Charme der Zechensiedlung bietet ein interessantes Umfeld und neue Wohnmöglichkeiten für die Unternehmen. Sowohl für den Stadtteil als auch für die Stadt werden mit neuen Arbeitsplätzen und neuer Wirtschaftskraft zahlreiche wirtschaftliche Entwicklungsimpulse generiert. Dadurch wird der Stadtteil Lohberg als alte Arbeitersiedlung einen Wandel in der Wahrnehmung erfahren und von der Entwicklung des Standorts profitieren.

Das KQL ist auch Teil des CURE-Projekts (Creative Urban Renewal in Europe). Das Projekt wird durch die EU gefördert (INTERREG IVB NWE) mit dem Ziel, die Entwicklung von mittelstädtischen Stadtquartieren durch ein gesteuertes Wachstum der Kreativwirtschaft zu fördern.

Ausblick

Mit dem Baubeginn des Bergparks und der zentralen Verbindungsachse durch das KQL, dem Corso, wird sich das Gelände ab 2013 erstmals seit 100 Jahren wieder dauerhaft öffnen und die Phase des Abbruchs beendet sein. Mit der Schaffung der städtebaulichen Qualitäten wird die Besiedlung des KQLs an Fahrt aufnehmen. Bergpark, Corso und der zentrale Windmühlenplatz unter dem Förderturm bieten Erholung und geben den Menschen den ehemals verbotenen Raum zurück.



Ansprechpartnerin

Dipl.-Ing. Ruth Reuter
 Projektleitung
 Fachdienst Stadtentwicklung und
 Bauleitplanung
 Stadt Dinslaken
 Hünxer Str. 81
 46537 Dinslaken
 Tel.: 02064 66696
 Mail: ruth.reuter@dinslaken.de

Ansprechpartner

Dipl.-Geogr. Bernd Lohse
 Projektleitung
 RAG Montan Immobilien GmbH
 Im Welterbe 1-8
 45141 Essen
 Tel.: 0201 3781841
 Mail: bernd.lohse@
 rag-montan-immobilien.de

KREATIV.QUARTIER RUHRORT

Duisburg



→ Ruhrort liegt mit seinem kompakten, unverwechselbaren Grundriss als Halbinsel am Zusammenfluss von Rhein und Ruhr: Begrenzt durch Flusslandschaften und Vinckekanal, historisch geprägt von Stahlproduktion und Hafengewirtschaft, überrascht es mit denkmalgeschützter Bausubstanz und Altstadtflair. Ruhrort hat heute einen Dienstleistungsschwerpunkt. Seit 1998 hat sich die Dienstleistungsfläche durch den Strukturwandel und hohen Leerstand mehr als verdoppelt. Kultur- und Kreativschaffende bevorzugen seit einigen Jahren das Quartier zum Leben und zunehmend auch zum Arbeiten. Ansässig sind Agenturen für Werbung, PR und Design sowie weitere Unternehmen aus den Bereichen Film, Mode und Kunst.

Auf der Basis des „Masterplans Ruhrort“ (2009) soll der Stadtteil zum Standort für Dienstleistungen insbesondere der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie – damit korrespondierend – der Gesundheitswirtschaft aus- und aufgebaut werden. Die Attraktivität Ruhrorts als Wohnstandort für Künstler und Kreative



soll weiter verstärkt werden. Die vielen Wasserlagen legen kulturtouristische sowie Event-Angebote nahe, deren Förderung zur fortschreitenden Belebung des Stadtteils beitragen kann. Leerstands-Immobilien sollen zunächst temporär im Hinblick auf die Nachfrage aus der Kultur- und Kreativwirtschaft erschlossen und langfristig neu genutzt werden.

Dieser Aufwertungsprozesses beruht auf einer Public Private Partnership von Haniel, der Stadt Duisburg und der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Duisburg mbH sowie auf einem seit 2010 bestehenden Netzwerk aus ansässigen Kulturschaffenden, Einzelhandel, Gastronomiebetrieben und Immobilieneigentümern, dem Kreativkreis Ruhrort (→ S. 90/91).

Perspektivisch muss von einem Entwicklungszeitraum von 3 bis 5 Jahren ausgegangen werden.

🔗 www.facebook.com/kreativquartier

Wirtschaftliche Effekte

Temporäre Nutzungen von Leerstands-Immobilien sowie öffentlicher Räume und Plätze haben in Ruhrort zu einer Orientierung und Motivation der lokalen Akteure – vom Eigentümer bis zum Kulturakteur – geführt. Durch verschiedenste Kulturveranstaltungen wie der HOFkultur, Wirtschaftsevents wie stART11 oder der Creative Stage Ruhr (→ S. 98/99) und erste kulturtouristische Angebote wie die Stadteinführung „Schimmeltour“ konnte ein externes Publikum interessiert werden. Das Projekt „Kunst in Zwischenzeit“ verwandelte Schaufenster leer stehender Ladenlokale in Präsentationsräume. Durch Neuerwerb von Altimmobilen siedelte sich eine Musikerinitiative an, ein Atelierhaus ist derzeit im Entstehen. Kleinunternehmen wie Galerien, Modeateliers und Agenturen haben sich angesiedelt.

Die Nutzung einer ehemaligen Trinkhalle als „Kultiosk“ mit Außengastronomie hilft, das Zentrum des Stadtteils, den Neumarkt, ebenso zu stärken wie die Etablierung eines Kultur- und Szenetreffs (Café Kaldi).

Kulturelle Impulse

Ruhrort trug 2010 im Rahmen der Duisburger Akzente den Titel „Hafen der Kulturhauptstadt“. Leer stehende Ladenlokale wurden zu Veranstaltungslocations für Darstellende und Bildende Kunst. Durch die Installation des „Kreativkreis Ruhrort“ 2010 konnte die kulturelle Belebung des Stadtteils fortgeführt werden.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Der „Masterplan Ruhrort“ beschreibt Entwicklungsziele und verweist auf einen „kulturellen Treibsatz“ und die kreative Szene als potentielle Entwicklungsmotoren.

Der vorhandene Bestand an Kreativunternehmen und Einzelakteuren, die in Ruhrort wirtschaften und wohnen, sowie die Leerstandssituation von Gewerbe- und Wohnimmobilien sowie Ladenlokalen in Ruhrort eröffnen zahlreiche Chancen für die zeitnahe Umsetzung von Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Kreativ.Quartiers Ruhrort. Die bestehenden Partnerschaften privater und städtischer Akteure und das vielfältige lokale Engagement der Firma Haniel bilden zusammen mit dem funktionierenden Kreativnetzwerk vor Ort eine gute Voraussetzung, den Stadtteil zu beleben und aufzuwerten.

Ausblick

Ziel ist es, das Potenzial Ruhrorts zu entfalten und das Quartier anziehender zu machen: Neue und „andere“ Freizeit- und Kulturangebote können dazu einen wichtigen Beitrag leisten. Die Mercatorinsel kann ebenso wie der Werfthafen in Zukunft neue Aufenthaltsqualität anbieten, der Stadtteil insgesamt mehr als Eventlocation auch für ein (jüngeres) Szenepublikum erschlossen werden. Auch die gastronomische Wiederbelebung des außergewöhnlichen Baubestandes der Hafenpromenade und rund um den Neumarkt kann ein weiterer Baustein sein.



Ausprechpartnerin

Susanne Kirches
 Gesellschaft für Wirtschaftsförderung
 Duisburg mbH
 Dr.-Hammacher-Straße 40
 47119 Duisburg
 Tel.: 0203 3639351
 Mail: kirches@gfw-duisburg.de
 www.gfw-duisburg.de

KREATIV.QUARTIER UNIONVIERTEL

Dortmund



→ Mit dem Union-Gewerbehof im Westen und Heimatdesign/Ständige Vertretung im Osten bietet das Unionviertel insbesondere für Start-ups und etablierte kreativwirtschaftliche Unternehmen attraktive Räumlichkeiten. Neben diesen beiden größeren Standorten haben sich im Stadtteil seit 2009 ca. 20 Ateliers, Galerien und Büros gegründet, die kultur- und kreativwirtschaftliche Schwerpunkte haben.

Zusätzlich zu dem Raumangebot für unternehmerische und künstlerische Nutzungen liegt mit dem 2010 eröffneten Dortmunder U eine überregional bedeutsame Einrichtung im Quartier, die neben ihrer Symbolkraft den Brückenschlag ins Viertel bereitet, u. a. durch Ausstellungs- und Präsentationsflächen für Akteure aus dem Stadtteil. Inhaltlich liegt mit dem Hartware MedienKunstVerein (HMKV), Adolf Winkelmanns Fliegenden Bildern und der Fachhochschule Dortmund der Fokus auf Medienkunst. Gemeinsam mit ecce, das ebenfalls im Quartier sitzt, hat das Dortmunder U das Potenzial für die

Vernetzung der örtlichen Kreativszene mit überregionalen Akteuren.

Um die Ansiedlung von kreativwirtschaftlichen Nutzern im Unionviertel zu beschleunigen bzw. zu verstetigen, sind verschiedene Maßnahmen geplant: An erster Stelle stehen die Kreativen und ihre (Geschäfts-)Ideen. Vorrangiges Ziel ist es, den Eintritt in den Markt und das Bestehen am Markt zu unterstützen. Hier greift z. B. der Baustein „Gründungsunterstützung und Qualifizierung“ durch die Wirtschaftsförderung Dortmund mit einem räumlichen Schwerpunkt im Unionviertel.

Der zweite Baustein zielt darauf ab, den Kreativen auf unkompliziertem Wege und zu bezahlbaren Konditionen geeignete Räume bereitzustellen. Der dritte Baustein umfasst die Entwicklung und Förderung attraktiver künstlerisch-kreativwirtschaftlicher Tätigkeiten und Freiräume der Akteure am Standort sowie deren Vermarktung und Vernetzung – innerhalb und

vor allem auch außerhalb der Kreativwirtschaft. Hierzu ist es zentral, die bestehenden Ansätze innerhalb des Stadtteils (NeueKolonieWest e. V., Ständige Vertretung, Bohème Précaire etc.) zu verstetigen.

📄 www.facebook.com/Unionviertel

Wirtschaftliche Effekte

Das Unionviertel bietet gute Voraussetzungen für die Etablierung eines kreativwirtschaftlichen Standorts. In der ersten Phase wird auf eine möglichst langfristige Anmietung und Ansiedlung Wert gelegt. Es wird die Entwicklung attraktiver Inhalte und kreativwirtschaftlicher Veranstaltungen/Formate vorangetrieben. Ziel ist, durch die Schaffung von Arbeitsplätzen eine sich wirtschaftlich selbst tragende Struktur zu etablieren.

Kulturelle Impulse

Neben der sichtbaren Belegung des Viertels (Neunutzung von Leerständen) trägt eine Vielzahl von kulturellen Aktivitäten mit Schwerpunkt auf Medienkunst,

Design und Bildender Kunst zum Leben im Stadtteil bei. Regelmäßige kulturelle Rundgänge und Ausstellungen z. B. der Neuen Kolonie West gehören ebenso dazu wie Lesungen, Theaterprojekte, Projekte für Kinder und Jugendliche sowie Aktionen, die einen lebendigen Austausch zwischen Anwohnern und der kreativen Szene fördern.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Seit der Schließung der zwei wichtigsten Arbeitgeber – der Unionbrauerei 1994 und der Hoesch AG 1999 – ist das Viertel im Wandel zum Kreativzentrum. Mit dem Modell Unionviertel plant die Stadt, die Lebensqualität im Stadtteil durch Verbesserungen des interkulturellen Miteinanders und der Wohn- und Arbeitssituation zu erhöhen. Dazu tragen u. a. die Einrichtung eines Quartiersmanagements, Freiflächengestaltung und die Leerstandsbelegung bei. Im Laufe der Zeit haben sich immer mehr Kreative in den Leerständen auf

und um die Rheinische Straße mit Ateliers, Galerien, Ausstellungsräumen und Büros niedergelassen. Die Effekte sind vielfältig: Der Einzelhandel und die Gastronomie ziehen nach und machen das Viertel bunter und lebendiger.

Ausblick

Zur Stabilisierung des Stadtumbaugebiets werden bauliche, soziale, infrastrukturelle, kulturelle, verkehrliche, ökologische und ökonomische Maßnahmen in Zusammenarbeit mit allen Beteiligten kombiniert. Der durch das integrative Handlungskonzept initiierte Wandel soll sich nach der Aufbauphase ab Juni 2017 verstetigen und zum Selbstläufer werden. Die hohe Bereitschaft der Bewohner und Akteure macht einen Brückenschlag vom U-Turm als Impulsgeber ins Quartier möglich, das sich zu einem zukunftsfähigen, lebendigen Stadtraum entwickeln soll.

Ansprechpartner

Christian Weyers
Wirtschaftsförderung Dortmund |
DORTMUND.KREATIV.
Töllnerstraße 9-11
44122 Dortmund
Tel.: 0231 5029214
Mail: christian.weyers@stadtdo.de
www.dortmund-kreativ.de

Ansprechpartnerin

Gisela Bartholomä
Stadtplanungs- und Bauordnungsamt
Stadt Dortmund
Brückstraße 45
44122 Dortmund
Tel.: 0231 5025604
Mail: gbarthol@stadtdo.de
www.dortmund.de



KREATIV.QUARTIER VIKTORIAQUARTIERBOCHUM



Bochum

→ Das ViktoriaQuartierBochum als zentrales Kreativ.Quartier der Innenstadt Bochums entwickelt sich rund um die Viktoriastraße. Hier sollen zwischen den heutigen Ankerpunkten Schauspielhaus am südlichen Ende des Quartiers sowie dem Gastronomie- und Ausgehviertel Bermuda3Eck weitere Theater, Wissenschafts- und Ausbildungsinstitute wie die Zukunftsakademie der Stiftung Mercator und Kultureinrichtungen angesiedelt werden. Zentrale Bausteine sind die Entwicklung des bereits kreativwirtschaftlich genutzten Areals City-Tor Süd mit dem Veranstaltungsort Rotunde und das Musikzentrum, das im Sommer 2015 eröffnet werden soll.

Das Musikzentrum soll ein für alle offenes Haus sein, das eine neu zu errichtende konzertante Spiel- und Probenstätte der Bochumer Symphoniker mit einem Multifunktionssaal in der umzunutzenden Marienkirche zu einer künstlerischen Einheit verbindet. Bereits seit 2009 wird die profanierte Marienkirche als Trainings- und Übungsstätte durch die Artistengrup-

pe URBANATIX (→ S. 110/111) zwischengenutzt. Die künftige Spielstätte der Bochumer Symphoniker wird dazu beitragen, den regionalen Treffpunktcharakter des Quartiers noch zu stärken. Ziel ist es, das Viertel durch eine attraktive Mischung aus privatwirtschaftlichen und öffentlichen Kulturangeboten, durch die Ansiedlung von Unternehmen aus der Kreativwirtschaft, durch lebendige Gastronomie sowie nicht zuletzt durch neue attraktive Wohnangebote aufzuwerten und überregional zu positionieren.

🔗 www.bochum.de → ViktoriaQuartierBochum

Wirtschaftliche Effekte

Mit dem Musikzentrum ergibt sich die Chance, eine symphonische Spielstätte als Motor für kulturelle Bildung, kreative Innovationen, Wirtschaft und Stadtentwicklung für das ViktoriaQuartierBochum zu nutzen. Dieses große Investment wird in den kommenden Jahren viele kleine und große Investitionen im Quartier nach sich ziehen. Hauptmieter sind die



Bochumer Symphoniker sowie die Musikschule Bochum. Darüber hinaus ist das Vorhaben beispielhaft für das private Engagement der Stadt und ihrer Bewohner: Stiftungsgelder in Höhe von ca. 14 Mio. Euro durch private Spenden machen die Förderung durch das Land NRW sowie die Europäische Union überhaupt erst möglich.

Hierbei wird das ehemalige Hauptbahnhofsgelände City-Tor Süd als zentrale Entwicklungsfläche für private Unternehmen der Kreativwirtschaftsbranche her-



vorgehen. Rund um die kulturell genutzte Rotunde des ehemaligen „Katholikentagsbahnhofs“ entsteht ein gemischt genutztes Innenstadtquartier. Einige Unternehmen, die schon jetzt im Bermuda3Eck ansässig sind, sind hier Entwicklungsmotor, wie etwa die als Kultur- und Eventort etablierte riff-Halle im Besitz des „Kneipenkönigs“ Leo Bauer. Die verbleibenden Flächen des Geländes werden entsprechend privatwirtschaftlich vermarktet, und das Viertel wird durch die Aufwertung Zuzug generieren.

Kulturelle Impulse

Die Vision eines musikalischen Präsentations- und Bildungshauses und einer hochkarätigen Spiel- und Probenstätte ist der Antrieb für die Entwicklung dieses Konzeptes mit einem Spektrum von kultureller Basisarbeit bis hin zur künstlerischen Spitzenleistung. Das kulturelle Konzept des Musikzentrums und des Quartiers mit seinen weiteren kulturellen

Einrichtungen – z. B. dem zu einer Veranstaltungstätte umgenutzten, denkmalgeschützten Katholikentagsbahnhof auf der City-Tor-Süd-Fläche – öffnet sich für breite Bevölkerungsschichten. Mit dem ViktoriaQuartierBochum wird ein urbanes Zentrum der Kultur geschaffen, das neben etablierten Großveranstaltungen wie Bochum Total auch Raum für Subkultur und Urban Art bietet, z. B. mit dem Festival n.a.t.u.r. oder dem Kunstraum C60.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Das Viertel war ehemals durch viele leer stehende oder suboptimal genutzte Gebäude gekennzeichnet. Die Kultur hat hier den Wandel in die Stadtentwicklung gebracht. Mit Blick auf die Umnutzung der Marienkirche oder des Luftschutzbunkers am Springerplatz durch SAE (→ S. 74/75) sowie den Bau des Musikzentrums haben einige Immobilieneigentümer die Chance erkannt, ihre Immobilie an dieser Stel-

le für kreativwirtschaftliche Nutzung neu auf dem Markt zu positionieren. Voraussetzung für die künftige Entwicklung bleibt, dass weiterhin junge kreative Köpfe im ViktoriaQuartierBochum die Mieten bezahlen können und sogenannte schwierige Immobilien über Zwischennutzungen in ihrer Entwicklung angestoßen werden.

Ausblick

Das ViktoriaQuartierBochum entwickelt sich stetig vom einstmaligen Wohn- und Verwaltungsstandort in der südlichen Innenstadt zum urbanen Zentrum der Kultur für private Initiativen und Unternehmen sowie für öffentliche Kultureinrichtungen. Die Entwicklungen sind auf das städtebauliche Entwicklungskonzept zum ViktoriaQuartierBochum der Stadt Bochum aus dem Jahr 2008, welches die zahlreichen privaten Anstöße aufgenommen und gebündelt hat, zurückzuführen.

Ausprechpartnerin

Dagmar Stallmann

Stadtplanungs- und Bauordnungsamt
Stadt Bochum

Technisches Rathaus

Hans-Böckler-Straße 17-19

44777 Bochum

Tel.: 0234 9104199

Mail: dstallmann@bochum.de

MARTIN-LUTHER-VIERTEL

Hamm

→ Vom innerstädtischen heterogenen Wohn- und Geschäftsviertel zum Kunst- und Künstlerviertel: Das Martin-Luther-Viertel – dominiert durch die Martin-Luther-Kirche und im Umfeld gelegenen Wohn- und Geschäftshäuser sowie ehemalige kleinere Kinos und Kleingewerbe treibende Unternehmen – stand vor Jahren vor dem Problem der Verödung, zunehmender Leerstände und wirtschaftlichen Niedergangs. Insbesondere durch die Initiative einzelner ortsansässiger Geschäftsleute und Anlieger hat das Viertel darauf gesetzt, sich dieser Entwicklung zu entziehen und sich profilscharf in Richtung eines lebendigen Kunst- und Künstlerviertels zu entwickeln. In der Folge wurde ein Förderverein gegründet, dessen Hauptanliegen es ist, für die Verschönerung des Viertels dauerhaft einzutreten und neue Veranstaltungsformate zur Attraktivitätssteigerung des Viertels zu entwickeln. Heute glänzt dieses in Nachbarschaft zur zentralen Fußgängerzone gelegene Viertel durch eigenständige vielfältige Veranstaltungen, wobei mit „La Fête“ eine Großveranstaltung entwickelt wurde, die zigtausend

de Besucher in die Innenstadt lockt. Das Viertel hat eine ständige Aufwertung durch das Aufstellen einer Vielzahl von Kunstwerken und Skulpturen im öffentlichen Raum erfahren. Außer diesen wurden bestehende monotone Wandflächen künstlerisch gestaltet. Mit Unterstützung der Stadt wurde eine Bühne installiert, die heute zum Treffpunkt lokaler Künstler geworden ist, die hier ein eigenständiges Musikprogramm während der Sommermonate etablieren. Das Viertel strahlt durch mehrere hier angesiedelte gastronomische Betriebe Lebendigkeit aus und ist zum Anziehungspunkt für Besucher und Gäste geworden. Zudem wurden bestehende Leerstände von Künstlern bezogen. Ateliers in

den Hinterhöfen sind so entstanden, und das Viertel avanciert mehr und mehr zum Treffpunkt der lokalen Künstlerszene, die sich hier begegnet und austauscht.

🔗 www.martin-luther-viertel-hamm.de



Wirtschaftliche Effekte des Projekts

Der wirtschaftliche Effekt liegt vor allem in der Stabilisierung des Viertels als Wohn-, Geschäfts- und Dienstleistungsstandort in der Innenstadt, und als Besuchermagnet kommt ihm eine städtetouristische Bedeutung zu. Das Martin-Luther-Viertel bietet heute eine Existenzgrundlage für Künstler und stabilisiert die Situation der dort ansässigen Gastronomie.

Kulturelle Impulse durch das Projekt

Die kulturellen Impulse des Projekts liegen vor allem in den neuen Veranstaltungsformaten, die in diesem Viertel entstanden sind und die Entwicklung der Stadt Hamm zu einer Kulturstadt unterstützen. Die Ansiedlung von Künstlern und Künstlergruppen in diesem Viertel unterstützt auch die öffentliche Wahrnehmung Kulturschaffender innerhalb der Stadt Hamm. Zudem sind viele der dortigen Künstler nicht nur eigenständig schöpferisch tätig, sondern bieten auch Kunstkurse an, die Teil des kulturellen Bildungsangebots in der Stadt Hamm sind.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Dank des stark bürgerschaftlich ausgerichteten Engagements dieses Projekts sind die Auswirkungen auf die Stadtentwicklungsprozesse vielfältig. Eigentümer werden sensibilisiert, ihre Immobilien aufzuwerten und den Prozess des strukturellen Wandels dieses Viertels zu unterstützen. Dies bezieht sich nicht nur auf Verschönerungsmaßnahmen, sondern auch darauf, Künstlerinnen und Künstler durch günstige



Wohn- und Geschäftsräume zu unterstützen. Diese und über die Veranstaltungen initiierten Maßnahmen stabilisieren die Innenstadt als attraktiven Einkaufsstandort, erhöhen die Aufenthaltsqualität für Bürger und Besucher im innerstädtischen Raum und stehen für eine nachhaltige und zukunftsweisende Form der Lebensqualität.

Ausblick

Das Projekt ist stark prozessorientiert und steht exemplarisch für einen positiven Strukturwandel innerstädtischer Lagen, initiiert durch starkes bürgerschaftliches Engagement mit öffentlich-rechtlicher Begleitung. Der Wunsch ist, dass dieser Prozess ausstrahlt auf andere innerstädtische Viertel und somit die gesamte Innenstadt in einen langfristigen kreativen Entwicklungsprozess einbindet.



Ansprechpartner

Werner Reumke, „Mersch & Röper“
Verein zur Förderung des
Martin-Luther-Viertels e.V.
Nassauerstr. 28-32
59065 Hamm
Telefon: 02381 24989
Mail: werner_reumke@t-online.de

ROHRMEISTEREI – ZWISCHEN STADT UND FLUSS

Schwerte

→ Mit der neuen Nutzung der Rohrmeisterei konnte sich seit 2003 ein gemeinnütziger mittelständischer Kultur- und Gastronomiebetrieb in Trägerschaft einer gemeinnützigen Bürgerstiftung entwickeln. Am gleichen Standort befinden sich eine Kanu-Agentur, eine Grafikdesign-Agentur, die historische Schwerter Senfmühle, mehrere Künstlerateliers, ein Skulpturenpark, eine Skateranlage und ein Jugendtheaterzentrum. In der zweiten Projektetappe wurde 2010 der Landschaftspark Rohrmeisterei-Plateau eröffnet, der die Rohrmeisterei als Standort für Naherholung und Tourismus stärkt: Skulpturenpark, Anbindung an den Ruhrtalradweg, Biotopgarten und Open-Air-Eventfläche sind seine Bestandteile.

🔗 www.rohrmeisterei-schwerte.de

Wirtschaftliche Effekte

Seit der Sanierung und Umnutzung der seinerzeitigen Ruine Rohrmeisterei wurden zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen – bei der Bürgerstiftung selbst

(rund 40 sozialversicherungspflichtige Vollzeitstellen plus 18 Ausbildungsplätze) und in den weiteren vier Betrieben auf dem Gelände (ca. zehn Arbeitsplätze). Mit Brauerei, Gästehaus, Theater am Fluss sowie der geplanten Gastronomie-Dependance neben der St.-Viktor-Kirche ist mit der Schaffung von ca. 20 weiteren Arbeitsplätzen zu rechnen. Durch die zahlreichen,



meist überregionalen Besucher (120.000 Besucher jährlich) wurden zusätzliche Kaufkraft und Umsätze für Schwerte generiert, ebenso durch die Anbindung an den Ruhrtalradweg, der mit den geplanten Maß-

nahmen bis in die Innenstadt geführt wird. Hier profitieren Einzelhandel und Hotellerie.

Kulturelle Impulse

Mit der Rohrmeisterei erhielt Schwerte endlich den seit der kommunalen Neuordnung angestrebten kulturellen Veranstaltungssaal, der den Formaten, Reihen und Einzelveranstaltungen des Kulturbüros (Kleinkunstwochen), der Konzertgesellschaft, des Ruhrstadtorchesters und des Jugendtheaters verbesserte Rahmenbedingungen und größere Publikumskapazitäten bietet und insofern eine Sicherung und Weiterentwicklung dieser Angebote ermöglicht. Durch Projekte und Veranstaltungen der Bürgerstiftung Rohrmeisterei (Tanztheater, Jugendtheater, integratives Theater, Westfalen Gourmetfestival) sowie die Ansiedlung der Künstlerateliers wurden weitere Impulse gesetzt. Das neugestaltete Außengelände ist gleichzeitig eine Spielstätte für Open-Air-Konzerte, Kinder- und Jugendangebote, neue Veranstaltungsformate (Lichtpicknick, Dinner auf den Ruhrbalkonen)



und das Festival Welttheater der Straße. Mit der geplanten Übergabe der Halle 4 nördlich der Rohrmeisterei an das Theater am Fluss erhält dieses eine feste Spielstätte.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die denkmalgeschützte Pumpstation Rohrmeisterei, heute Kulturzentrum mit Gastronomie in Trägerschaft einer Bürgerstiftung, bildet in der Schwerter Stadtentwicklung die Verbindung zwischen dem Naturbereich der Ruhr und dem historischem Stadtkern. Durch die

Entwicklung der Brachflächen nördlich und südlich der Rohrmeisterei soll diese Verbindung belebt und gestärkt werden. Für den südlichen Bereich ist dies mit dem neuen Landschaftspark und der Anbindung an den Ruhrtalradweg bereits gelungen.

Ausblick

Die dritte Projektphase (2011 bis 2016) entwickelt das nördliche Umfeld durch die Errichtung eines Gästehauses und einer Bio-Hausbrauerei, einen Wasser-Erlebnisbereich und ein Freizeitareal für Jugendliche.

Ausprechpartner

Tobias Bäcker M.A.
Geschäftsführender Vorstand
Bürgerstiftung Rohrmeisterei Schwerte
Ruhrstr. 20
58239 Schwerte
Tel.: 02304 2013001
Mail: tobias.baecker@
rohrmeisterei-schwerte.de

Adresse Rohrmeisterei:
Ruhrstraße 20, 58239 Schwerte

VIERTELVOR

Bochum

→ Das Viertelvor – das Viertel vor dem Schauspielhaus, vor dem Bermuda3Eck, vor dem Stadtkern – ist ein Areal mit besonderer Ausstrahlung innerhalb des ViktoriaQuartierBochum (→ S. 42/43). Hier hat sich eine Gemeinschaft von Gastronomen, Einzelhändlern, Künstlern und klein- und mittelständischen Unternehmen gebildet, die durch Kreativität und Innovation das ehemals unbeachtete, durch Leerstände gekennzeichnete Viertel belebt. Erste Aktionen



der Interessengemeinschaft Viertelvor gab es im Juli 2006. Seitdem hat es eine Reihe von Neuansiedlungen gegeben: Kreative, individuelle Einzelhandelsunternehmen, Gastronomie, Agenturen, Galerien und Künstler jenseits der Masse zeichnen dieses mittlerweile beliebte Viertel aus. Organisiert werden junge, innovative Veranstaltungskonzepte, deren Charakter sich von kommerziellen Veranstaltungen deutlich abhebt. Das Viertelvor bietet mit seinem Angebot eine

spannende Ergänzung zum bereits etablierten Bermuda3Eck.

Die bisher nicht institutionalisierte Gemeinschaft der Akteure im Viertelvor wird von der Wirtschaftsförderung im Rahmen der Branchenentwicklung Kreativwirtschaft unterstützt und beraten. Hierzu gehören insbesondere die Unterstützung bei Genehmigungen für Ansiedlungen und Veranstaltungen, die Vermitt-

lung von Mietinteressenten sowie die Bekanntmachung und Einbindung in überregionale Netzwerke der Kreativwirtschaft.

🔗 www.viertelvor.com

Wirtschaftliche Effekte

Mehr als 40 Unternehmen (Einzelhandel, Gastronomie, Agenturen, Verlage, Galerien) haben ihren Standort im Viertelvor gefunden. Das Viertel ist zu einer beliebten Adresse bei jungen Kreativunternehmen geworden, und es sind nur noch wenige Immobilienleerstände zu verzeichnen. Der Kiez, wie sich das Viertelvor gerne nennt, wird auch überregional bei Besuchern und der Presse als gelungenes Beispiel für eine Quartiersentwicklung wahrgenommen.

Kulturelle Impulse

Die Unternehmen des Viertelvor haben bereits im Jahr 2006 mit Aktionen, wie z. B. dem Kulturadventskalender oder Open-Air-Frühstücksaktionen, auf ihren

Kiez aufmerksam gemacht. Regelmäßig einbezogen in diese Aktivitäten werden Künstler, die den Veranstaltungen einen besonderen Stellenwert geben. Der erstmalig im März 2010 von einer Agentur des Viertelvor organisierte kulturelle Nachtflohmart „Vom Dachboden nach unter Tage“ in der U-Bahn-Station Schauspielhaus hat sich zwischenzeitlich zu einer beliebten Veranstaltungsreihe entwickelt, zu der auch ein Late-Night-Shopping im Viertelvor gehört. Die Aktivitäten des Viertelvor sind auch einbezogen in das überregionale Festival extraklasse! (→ S. 84/85).

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Das zentral gelegene, ehemals durch Leerstand gekennzeichnete Quartier hat sich zum neuen Kreativstandort mit alternativen Ausgelmöglichkeiten in

Bochum entwickelt. Einige Immobilieneigentümer erkennen erstmals die Chance der Vermietung ihrer Leerstände an kreativwirtschaftliche Nutzer und sind teilweise zu notwendigen baulichen Maßnahmen bereit. Bezahlbare Mieten bleiben aber die Voraussetzung bei der Standortentscheidung von jungen Unternehmen der Kreativwirtschaft.

Ausblick

Das Viertelvor wird sich weiterhin zu einem Standort für individuelles Shopping, Ausgehen, Arbeiten und Wohnen in der Metropole Ruhr etablieren. Die Entwicklungen beruhen auf privatem Engagement, das von der Stadt Bochum auch zukünftig nicht gesteuert, aber begleitet und unterstützt wird.



Ansprechpartnerin

Marion Behn
 Wirtschaftsförderung Bochum
 Viktoriastraße 10
 44787 Bochum
 Tel.: 0234 9102450
 Fax: 0234 9102434
 Mail: mbehn@bochum.de



WIESENVIERTEL

Witten

→ Das Wittener Wiesenviertel ist in der Entwicklung zu einem Kreativ-Quartier. Die bisherigen in diese Richtung zielenden Aktivitäten im Viertel sollen verbreitert und verstetigt werden. Ziel ist die strukturelle Stabilisierung dieses Innenstadtquartiers durch die Förderung seiner urbanen Potenziale. Dabei wird auf ein noch laufendes Projekt „Jugend belebt Leerstand“ aufgesetzt. Hierbei wurden bereits mit verschiedensten künstlerischen und sonstigen kulturellen Aktionen Ladenleerstände temporär oder – wie im Falle des Kulturcafés „Knut’s“ – sogar auf Dauer angelegt genutzt.

Der Kulturverein STELLWERK e. V. war maßgeblicher Initiator des Projekts, das sich neben der Initiierung von kulturellen Aktivitäten vor Ort auch die Förderung der Kreativwirtschaft zum Ziel gesetzt hat. So sollen etwa jungen Start-up-Unternehmen und anderen Freiberuflern aus der Kreativbranche Räumlichkeiten zum Arbeiten und Präsentieren kurzzeitig zur Verfügung gestellt werden. Auch dauerhafte Nutzungen

für Akteure aus der Kreativwirtschaft sind geplant, insbesondere aus den Bereichen Grafik-, Foto- und Modedesign sowie dem Musikfachhandel. STELLWERK setzt als Keimzelle neuer Ideen auf Partizipation und entwickelt Kultur- und Veranstaltungsformate – oftmals originelle Bespielungen des öffentlichen Raums. Zum Beispiel verwandelt das „Nachtasyl“ die Wittener Innenstadt zu einem improvisierten Schauspielhaus, in dem Zuschauer und Akteure nach Belieben von Ladenlokal zu Ladenlokal – von Theaterstück zu Theaterstück – bummeln können. Die „KulturNische!“ bündelt unterhaltsam drei Tage lang Musik, Theater, Kunst und Design aus dem Revier. Der Wettbewerb „Colour Your City“ sammelt Ideen rund um die Bestückung von leer stehenden Ladenlokalen mit Kunst und Kultur.

Der STELLWERK e. V. hat sich im Laufe seiner Arbeit bereits intensiv im Wiesenviertel vernetzt und verstetigt dies durch einen regelmäßigen Viertelstammtisch. Wie weit dies bereits gelungen ist, wurde deut-



lich beim ersten Wiesenviertelfest im Juni 2012, an dem sich 28 ansässige Unternehmen aus dem Viertel äußerst engagiert beteiligten.

🔗 www.studiostellwerk.de

🔗 www.knuts-witten.de

Wirtschaftliche Effekte

Hier sind im Wesentlichen zwei Effekte zu unterscheiden: Zum einen soll verhindert werden, dass das Quartier durch weitere Leerstände und minderwertige Nutzungen über die Maßen an Attraktivität verliert – mit der Konsequenz von Desinvestitionen im Quartier. Zum anderen führt die urbane und kulturelle Belebung zu stärkerer Frequentierung des Quartiers und somit auch der dortigen Läden mit den daraus resultierenden Umsatzsteigerungen. Dass Akteure aus der Kreativbranche im Quartier ihre Erwerbstätigkeit

ausüben und dort eventuell Synergien entstehen, sind weitere Effekte für die lokale Ökonomie.

Kulturelle Impulse

Seit 2011 wurden Kunst- und Designausstellungen, Konzerte, Lesungen und Theateraufführungen an verschiedensten Orten im Quartier (sowohl in leer stehenden Ladenlokalen oder im „Knut’s“ als auch im öffentlichen Raum) organisiert und sollen weiterhin durchgeführt werden. Beim genannten Wiesenviertelfest wurde eine große Bühne von Kulturakteuren aus dem Viertel und dem Umfeld bespielt. Kooperationen mit Kulturschaffenden aus der Großregion bringen zusätzliche Impulse von außen in das Viertel.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die Cityentwicklung Wittens mit der Bahnhofstraße als seiner zentralen Einkaufsachse wird perspektivisch flankiert durch andere spannende urbane Nutzungen in seiner direkten Nachbarschaft. Diese stammen vor allem aus den Bereichen Kultur, Kultur-

wirtschaft sowie weiteren interessanten Start-ups. Der Abwärtstrend des Viertels wurde bereits teilweise gestoppt, signifikante Ankerpunkte für eine weitere positive Entwicklung wurden implantiert. Das Wiesenviertel ist dabei, sich zu einer jungen, hippen „Adresse“ zu entwickeln.

Ausblick

Für die konsequente und nachhaltige Weiterentwicklung des Quartiers soll das Quartiersmanagement verstetigt und weiter professionalisiert werden.

Im Aufbau ist eine Internetplattform für das Wiesenviertel und den geplanten Open-Working-Space. Geeignete Nutzer für die dem Projekt zugänglichen Räumlichkeiten werden gesucht, Netzwerke ausgebaut und der Kontakt zur Universität Witten/Herdecke wird intensiviert. Gestärkt wird das kulturelle Profil des Viertels durch die Gewinnung weiterer Akteure und die Etablierung der regelmäßigen Veranstaltungen.



Ansprechpartner

Philip Asshauer
 STELLWERK e. V.
 Ruhrstraße 39
 58452 Witten
 Mobil: 0176 66866 756
 Mail: info@studiostellwerk.de

ARBEITSRÄUME



→ Das Kapitel Arbeitsräume stellt spannende Gebäude und Immobilien vor, die sich die verschiedensten Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft zu ihrer Stätte des Schaffens gemacht haben. Designen, filmen, schreiben, komponieren, drehen, malen, veranstalten und nicht zuletzt programmieren – das skizziert die Bandbreite des Arbeitens in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Vielfalt, die auch durchaus gegensätzliche Formen des Arbeitens umfasst – einerseits die fast schon immaterielle Produktion von

Ideen in der Kunst oder Literatur, andererseits den handwerklichen Bau von Designobjekten, die für wenige Stunden lebendig sind respektive eine lange Lebensdauer haben. So verschieden das Arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist, so vielgestaltig und zum Teil gegensätzlich sind auch die Arbeitsräume. Mal finden sich unter einem Dach Unternehmer einer Teilbranche zusammen, mal zeichnet sich ein Ort durch Diversität aus.

Vom Wasserturm über Bunker bis hin zu Zechengebäuden finden Sie „Work in Progress“ hier:

- [Coworking Space „co22“](#)
- [Flottmann-Hallen](#)
- [hafenkult e. V.](#)
- [kitev – Kultur im Turm e. V.](#)
- [Kreativ.Quartier Games Factory Ruhr](#)
- [Kreativ.Quartier Scheidt'sche Hallen](#)
- [Kreativer Gewerbehof „Alte Kaffeerösterei“](#)
- [Kulturgebiet Consol](#)
- [Kulturwerk Lothringen](#)
- [MedienBunker Marxloh](#)
- [SAE Institute](#)
- [Steigerhaus](#)
- [Wissenschaftspark Gelsenkirchen](#)

COWORKING SPACE „CO22“

Hagen

→ Im Oktober 2011 wurde im Hagener Stadtteil Wehringhausen ein Ladenleerstand mit ca. 95 qm Grundfläche in zentraler Lage angemietet und das Projekt „Coworking Space co22“ gestartet. co22 ist Teil des EU-Projekts CURE („Creative Urban Renewal“), das sich mit der Entwicklung innerstädtischer Kreativwirtschaftsräume befasst. Über Pressearbeit, Workshops, Veranstaltungen etc. wurden erste Coworker angesprochen. Zwischenzeitlich hat sich eine Gruppe von ca. zehn Kreativen zusammengefunden, die nach freier Einteilung im co22 arbeiten. Diese haben den „Space“ gemeinsam eingerichtet und die Außendarstellung sowie die Webseite gestaltet. Die Gruppe ist sehr dynamisch und plant eigene Projekte für Interne und Externe wie z. B. eine Vortrags- und Weiterbildungsreihe, Ausstellungen und Workshops sowie einen „Kreativ-Stammtisch“.

Der Space kann für Veranstaltungen mit bis zu 25 Besuchern genutzt werden – für größere Veranstaltungen können Räumlichkeiten in einem nahe

gelegenen städtischen Kulturzentrum angemietet werden.

🔗 www.co22.net

Wirtschaftliche Effekte

Durch den Coworking Space versucht die Stadt Hagen, Berufsstartern aus dem Bereich Kreativwirtschaft den Einstieg zu erleichtern. Angesprochen sind Studenten sowie selbständige Kreative in der Startphase („Start-ups“).

Kulturelle Impulse

Übergreifendes Ziel ist es, mit co22 ein neues Element im Stadtteil zu etablieren, das speziell die jungen Bewohner anspricht und die Neuen Medien thematisiert. In diesem Zusammenhang ist bereits festzustellen, dass die Projekte einen starken positiven Stadtteilbezug aufweisen und sich jugendgerecht mit der neuen Arbeits- und Kulturwelt beschäftigen. Außerdem ist co22 neben der Hauptnutzung



als Coworking Space auch Treffpunkt und Anlaufstelle für verschiedene aktive Interessensgruppen und Initiativen aus dem Stadtteil.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

co22 befindet sich in einem sozial und wirtschaftlich problematischen Stadtteil mit starken Einwohnerverlusten, hohem Leerstand an Wohnungen und Ladenlokalen sowie mit einem sehr hohen Bevölkerungsanteil mit Migrationshintergrund. Der Stadtteil



befindet sich in einem negativen Veränderungsprozess, dem seitens der Stadt entgegengesteuert werden muss.

Mit co22 wird von der Stadt erfolgreich der Versuch unternommen, den Ladenleerständen und der allgemeinen Negativtendenz im Stadtteil eine neue Nutzung gegenüberzustellen, mittelfristig verbunden mit neuen Arbeitsplätzen im kreativ- und kulturwirtschaftlichen Bereich. co22 ist somit ein (kleiner) Baustein zur Wiederbelebung des Stadtteils.

Ausblick

Die Stadt erhofft sich, dass co22 nach Auslaufen des EU-Projekts ab 2014 als privatwirtschaftliche, professionelle Agentur mit einigen Arbeitsplätzen bestehen bleibt, dass das prägnante Ladenlokal parallel weiterhin Treffpunkt für engagierte Bürgergruppen ist und dass von dieser Adresse aus auch künftig positive Impulse in den Stadtteil ausgehen.



Kontakt

CO22 - Coworking Hagen
Wehringhausen
Lange Straße 22
58089 Hagen
Mail: mail@co22.net

Ansprechpartner

Bernd Roß
Stadt Hagen - FB Stadtplanung,
Stadtentwicklung u. Bauordnung
Rathausstraße 1
58095 Hagen
Tel.: 02331 2074624
Mail: Bernd.Ross@stadt-hagen.de

FLOTTMANN-HALLEN

Herne

→ 70 Jahre lang wurden in dem Jugendstilbau von 1909 Bohrhämmer und Kompressoren für den Bergbau in der ganzen Welt gebaut, bevor 1986 Kunst, Kultur und Sport Einzug hielten und die Flottmann-Hallen Szenetreff für Kunst, Kultur, Tanz und Theater wurden. Vor der Stilllegung arbeiteten bis zu 1.000 Menschen für die Flottmann-Werke. Danach wurden die Fabrikgebäude zum Großteil abgerissen, nur die Ausstellungs- und Versandhalle, Schmiede und Schlosserei blieben unter Denkmalschutz gestellt erhalten. Auch der Außenbereich wurde von 2008 bis 2010 umgestaltet und beherbergt u. a. einen Skulpturenpark. Heute ist das Kultur- und Veranstaltungszentrum Teil der Route der Industriekultur, Spielstätte z. B. der Ruhrtriennale und des ansässigen theaterkohlenpott (→ **S. 108/109**) oder auch Austragungsort der Kunstmesse KUBOSHOW (→ **S. 100/101**).

🔗 www.flottmann-hallen.de

Wirtschaftliche Effekte

Die Flottmann-Hallen sind hervorragend betreuter Möglichkeitsraum für kreativwirtschaftliche Ansätze in Herne.

Kulturelle Impulse

Kabarett und Kleinkunst, Schauspiel, Tanztheater, Avantgarde-Musik, Ausstellungen zeitgenössischer Kunst, ferner Judo und Aikido, dazu eine außergewöhnliche Szenekneipe und ein interessanter Skulpturenpark: Das alles verbirgt sich seit nunmehr über 25 Jahren in und vor den denkmalgeschützten Flottmann-Hallen.

Darüber hinaus finden über das Format „RoomService“ als Plattform für die Jugendkultur regelmäßig u. a. Poetry-Slams, Kurzfilmfestivals und Konzerte statt. Das im Hause seit Jahren ansässige freie theaterkohlenpott vervollständigt das umfangreiche

Kulturangebot mit professionellen Inszenierungen, Projektangeboten und Jugendclubs für junge Menschen. International bringen die Flottmann-Hallen jährlich im Rahmen der KUBOSHOW mehr als 100 junge Künstler und deren Markt direkt zusammen.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Vor allem im Bereich alternativer Kultur gehen von den Flottmann-Hallen Impulse für Stadtentwicklungsprozesse aus. Als Veranstaltungsort unterschiedlicher Kulturformate ist die Strahlkraft ruhrgebietsweit. Anziehungskraft haben darüber hinaus der Skulpturenpark und die Szenekneipe.

Ausblick

Durch das besondere Veranstaltungsangebot und den industriellen Charme des denkmalgeschützten Gebäudes bietet sich ein Ausbau der Flottmann-Hallen als Ankerpunkt der Kreativwirtschaft in Herne an.



Kontaktpartner

Thomas Witt
Verwaltung der Flottmann-Hallen
Straße des Bohrhammers 5
44625 Herne
Tel.: 02323 162951
Fax: 02323 162292
Mail: thomas.witt@herne.de



HAFENKULT E. V.

Duisburg

→ hafenkult ist ein im Frühjahr 2010 in Privatinitiative gegründetes und getragenes Atelier- und Ausstellungshaus im Duisburger Parallelhafen. Der Standort ist ein außergewöhnlicher Ort mitten in Duisburgs Hafengebiet. Auf rund 500 qm arbeitet eine vielseitige Mischung kreativer Köpfe. Insgesamt 11 Künstler haben im hafenkult Ateliers bezogen und arbeiten in unterschiedlichsten Sparten: Malerei, Bildhauerei, Zeichnung, Skulptur, Objektkunst, Fotografie, Grafik, Illustration, Textildesign, Schmuck, Mode und Bühnenbild. hafenkult veranstaltet regelmäßig offene Ateliers und wechselnde Ausstellungen zeitgenössischer Kunst, für die sich regionale und überregionale Künstler bewerben. Gelegentliche kleine kulturelle Veranstaltungen runden das Programm ab. hafenkult ist keine Zweckgemeinschaft, sondern profiliert sich durch ein organisatorisches und programmatisches Zentrum – initiiert und umgesetzt durch die Gründerin. So arbeitet hafenkult trotz seiner Vielseitigkeit wie ein Organismus, der facettenreich ist und zugleich konzentriert auf breit

angelegte Projekte und Aktivitäten hinarbeitet.

🔗 www.hafenkult.de

Wirtschaftliche Effekte

Ein langjähriger Leerstand in einer ehemaligen Büroimmobilie wurde in ein Atelier- und Ausstellungshaus umfunktioniert, wodurch wieder Mieteinnahmen erzielt wurden. Das Projekt bietet den vor Ort in Ateliers arbeitenden Künstlern kreativen Raum für Existenzgründungen. Ein neu eingerichteter Onlineshop vertreibt Werke der Künstler, unterstützt damit die Finanzierung des Projekts und stellt eine zusätzliche Einnahmequelle für die Künstler dar.

Kulturelle Impulse

In Zeiten rückläufiger Kulturförderung der öffentlichen Hand kommt dem Stellenwert und Engage-



ment der freien Szene immer mehr Bedeutung zu. hafenkult zeigt durch seine Gründung und seinen Ausbau beispielhaft, wie eine Privatinitiative im Kleinen dazu beitragen kann, das Kulturangebot und somit die Attraktivität der Stadt Duisburg zu erweitern. Gerade Off-Space-Orte mit Ruhrgebietscharakter dienen über die Stadtgrenze hinaus – nicht nur in der Szene – als Anziehungspunkte. hafenkult punktet durch seine außergewöhnliche Lage mitten im Duisburger Hafengebiet, eine attraktive Mischung der Kreativen vor Ort sowie ein abwechslungsreiches Ausstellungsprogramm.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die Leerstandssituation weitet sich aus und wird zunehmend zum Problemfall für Immobilieneigentümer und das städtische Gesamterscheinungsbild. Gefragt sind deshalb innovative Ansätze zur Umfunktionalisierung leer stehender Immobilien, um (Innen-) Städte wieder attraktiver und belebter zu machen. Außergewöhnliche Ideen setzen notwendige Impulse zur Aufwertung von Wohn- und Arbeitsumfeld. hafenkult zeigt beispielhaft, wie Leerstand durch Vermietung nicht nur wiederbelebt werden kann, sondern durch Gründung und Ausbau eines Kreativquartiers auch zur Erweiterung des kulturellen Angebots der Stadt Duisburg beiträgt.

Ausblick

hafenkult arbeitet mit den ansässigen Kreativen und anderen Anbietern am Aufbau eines Workshop- und Seminarprogramms, um den Ort weiter zu beleben

und bekannter zu machen. Mittelfristig interessiert sich hafenkult für eine Ladenlokalität im erweiterten Innenstadtbereich, um dort Kunst und Design aus dem Hause hafenkult zu verkaufen. Vor dem Hintergrund der Wirtschaftlichkeit wird für dieses Projekt ein passender Kooperationspartner aus dem Einzelhandel oder aus dem Dienstleistungsbereich gesucht.



Ausprechpartnerin

Katja Zappe
hafenkult e.V.
Am Parallelhafen 12
47059 Duisburg
Mobil: 0174 2411779
Mail: info@hafenkult.de

KITEV – KULTUR IM TURM E. V.

Oberhausen

→ kitev entstand 2006 während der Realisierung des mehrfach ausgezeichneten Projekts „Museumsbahnsteig“ durch Ateliers Stark im Hauptbahnhof Oberhausen, bei dem Architekten und Künstler aus Berlin auf Künstler aus dem Ruhrgebiet trafen. Im Jahr 2010 wurde in Kooperation mit den Niederlanden ein künstlerisches „Zuhause auf Zeit“ betrieben,



es erfolgte die Einrichtung einer weithin sichtbaren Videoinstallation unter dem Dach des Turms und die jahrelang defekten Bahnhofsuhrn wurden repariert und künstlerisch gestaltet. Über die leuchtenden Uh-

ren und Videoprojektionen hinaus ist kitev eine Initiative, die lokal bis international vernetzt aktiv in künstlerischen, kulturellen und sozialen Projekten arbeitet. Parallel zu diesen Arbeiten erfolgen im Jahr 2012 die Sanierung und der Umbau des denkmalgeschützten Bahnhofsturms für seine dauerhafte Nutzung als Labor und Künstlerresidenz. Der von kitev initiierte Umbau wurde möglich durch eine außergewöhnlich konstruktive Kooperation zwischen kitev, der Deutschen Bahn, der Stadt Oberhausen und dem NRW-Landesprojekt „Initiative ergreifen“.

🔗 www.kitev.de

Wirtschaftliche Effekte

Die ökonomische Basis des Projekts kitev-Bahnhofsturm ist beispielgebend: Für das Engagement von kitev im Bahnhofsturm und die Sanierung dieses Denkmals mit Mitteln des Landes, der Stadt und von kitev stellt die Deutsche Bahn AG die umgebauten Etagen für 20 Jahre mietkostenfrei zur Verfügung.

Dieses Modell ermöglicht die günstige Vermietung von Räumen an kreativwirtschaftliche Unternehmen und Start-ups, die ihr Potenzial noch entwickeln und erproben und projektbezogen auch an den Arbeiten von kitev mitwirken. Zugleich wird durch regelmäßige Mietzahlungen eine verlässliche Einnahmenbasis sowohl für die konzeptionelle Leitung des Bahnhofsturms als auch für künstlerische Projekte geschaffen.

Kulturelle Impulse

Bereits seit mehreren Jahren entstehen durch die Arbeiten von kitev kulturelle Impulse in und für Oberhausen und das Ruhrgebiet: architektonische Interventionen im öffentlichen Raum, eine für eigene künstlerische Anwendungen nutzbare Audio-Installation im Internet, kreative Arbeiten mit sozial benachteiligten Jugendlichen in den Stadtteilen Oberhausen-Mitte und -Lirich, Performances und Theateraufführungen in leer stehenden Ladenlokalen, konzeptionelle und skulpturale Beiträge für lokale und regionale Kunstausstellungen, Engagements

in lokalen und regionalen kulturpolitischen Zusammenschlüssen und Netzwerken.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Der Oberhausener Bahnhof verbindet die beiden Stadtteile Oberhausen-Mitte und -Lirich. Die von Ateliers Stark und kitev bereits realisierten Interventionen haben den Bahnhof und seine Umgebung deutlich aufgewertet. Insbesondere zur weiteren Entwicklung der „Alten“ Mitte Oberhausens wird der ab 2013 dauerhaft bespielte Bahnhofsturm wesentliche Impulse generieren. kitev kooperiert eng mit den Stadtverantwortlichen für das Ziel, die Innenstadt Oberhausens zu beleben und attraktiver zu machen. Vom kitev-Bahnhofsturm entsteht eine Achse über die von FROK e. V. (Freie Oberhausener Kreativwirt-

schaft) neu belebte Alte Post zum jüngst erschaffenen Bert-Brecht-Quartier mit u. a. Stadtbibliothek und VHS als kulturellen Akteuren.

Ausblick

Der kitev-Turm soll Anlaufstelle und Laboratorium für die Planung und Umsetzung von künstlerischen Projekten aller Sparten und von Interventionen im Stadt-raum werden: Hier sollen Impulse für die Zukunft unserer Städte und im Besonderen des Ruhrgebiets generiert werden, die sich als Werke und Ereignisse im öffentlichen Raum manifestieren. Dementsprechend wird kitev mit und nach der Eröffnung des renovierten Turms ab 2013 sowohl seine lokale und regionale als auch seine internationale Arbeit verstärken.

Ausprechpartner

Agnieszka Wnuczak: 0173 9790313

Christoph Stark: 0172 3072431

Stefan Schroer: 0176 42024001

kitev

Willy-Brandt-Platz 1

46045 Oberhausen

Vorstand Kultur im Turm e.V.

Mail: kitust@kitev.de, info@kitev.de



KREATIV.QUARTIER GAMES FACTORY RUHR

Mülheim an der Ruhr



→ Die Games Factory Ruhr (GFR) in Mülheim an der Ruhr ist ein einzigartiger und zukunftsweisender Standort sowie ein Treffpunkt für Spiele-Entwickler und Zulieferer der Spieleproduktion. Die frühere Maschinenfabrik, die in den 1980er Jahren komplett kernsaniert wurde, bietet ein unvergleichliches Arbeitsumfeld in direkter Innenstadtlage.

Die GFR startete im Frühjahr 2009 mit vier Unternehmen der Gamesbranche und in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Mülheim & Business GmbH, der Sparkassentochter FDL sowie dem Immobilieneigentümer Alphons Grave. Die Vermietung konnte seit dem Einzug der ersten Entwicklerstudios kontinuierlich gesteigert werden. Die GFR hat sich mittlerweile als Kompetenzzentrum der Gamesbranche sowohl im Ruhrgebiet als auch überregional profiliert, da sie auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten ist.

🔗 www.gamesfactory-ruhr.com

Wirtschaftliche Effekte

Die Gamesbranche ist die am schnellsten wachsende Medienbranche weltweit. Neue Technologien, Plattformen und Spielkonzepte treiben die Entwicklung der jungen Branche voran. Für Mülheim ergeben sich zunächst einmal Arbeits- und Ausbildungsplätze im IT-Bereich für hoch qualifizierte junge Menschen.

Zwischen 2009 und 2011 wurden 17 Firmen und Freelancer angesiedelt – vom Entwicklerstudio über einen Illustrator bis hin zum Character Artist. Diese Unternehmen beschäftigen vor Ort rund 75 kreative Mitarbeiter. 1.400 qm stehen insgesamt als Bürofläche zur Verfügung.

Mehrere Firmen bilden im Bereich des Fachinformatikers und in der Mediengestaltung aus. Zum anderen arbeitet die Gamesbranche mit leistungsstarken Technologien und Spielprinzipien/-methoden, die zukünftig verstärkt in klassischen Industrien eingesetzt werden können.

Das Ziel, unter einem Dach bei kurzen Wegen Synergien und Kooperation und damit gegenseitige Geschäfts- und Stabilisierungseffekte zu bewirken, geht inzwischen voll auf. Eine Reihe von gemeinsamen Projekten wurde bereits umgesetzt, z. B. auch im Rahmen der Prototypenförderung der Film- und Medienstiftung des Landes NRW.

Kulturelle Impulse

Games sind als Kulturgut anerkannt und stehen für die Jugendkultur des 21. Jahrhunderts. Die Games Factory Ruhr präsentierte sich auf dem Living Games Festival und arbeitet seit 2012 mit einem Museum an der multimedialen Neugestaltung des Ausstellungskonzeptes sowie mit kulturellen Einrichtungen zur Attraktivitätssteigerung der Angebote zusammen. Die Games Factory Ruhr ist der einzige Anlaufpunkt dieser Art für die Kultur der Jugend im Ruhrgebiet: So werden immer wieder neue Impulse entstehen.



Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die Games Factory Ruhr bildet seit 2010 den Nukleus für die Weiterentwicklung des Stadtteils Mülheim-Eppinghofen, der ein benachteiligter Stadtteil mit besonderem Erneuerungsbedarf ist, zu einem Kreativ.Quartier. Die angestoßene Strategie der Stadtteilentwicklung soll mit weiteren Bausteinen vorangetrieben werden.

Ausblick

Die Games Factory soll sich langfristig als Kompetenzzentrum für Serious Games – das heißt für „ernsthafte“ Anwendungsentwicklung in klassische Branchen, die auf Spielmethoden und -technologien basieren – etablieren. Dabei reichen mögliche Anwendungen von Simulationen über Mitarbeiterqua-

lifizierung bis hin zur Rekrutierung von Fachkräften. Dieser Bereich bietet interessante Wachstumsperspektiven für die Mülheimer Unternehmen und darüber hinaus.

Stadtentwicklerisch gesehen stößt die Immobilienkapazität durch die hohe Nachfrage an ihre Grenzen. Damit den ansässigen Unternehmen Wachstumsmöglichkeiten am Standort geboten werden können, wird ein ganzheitlicher Ansatz mit der Entwicklung einer „Creative Factory Ruhr“ verfolgt. Auch über Bestandsaufnahmen/Kartierungen von Leerständen im Stadtteil sollen neue Potenziale mittel- bis langfristig ausgelotet werden. Dies wird dem Strukturwandel im Stadtteil Mülheim-Eppinghofen weitere positive Impulse geben.



Kontaktpartner

Thomas Müller
Mülheim & Business GmbH
Wiesenstraße 35
45473 Mülheim an der Ruhr
Tel.: 0208 484859
Mail: t.mueller@muehlheim-business.de

Adresse Games Factory Ruhr:
Kreuzstraße 1-3,
45468 Mülheim an der Ruhr

KREATIV.QUARTIER SCHEIDT'SCHE HALLEN

Essen



→ Auf dem Gelände der ehemaligen Kammgarnspinnerei der J. W. Scheidt AG entsteht das Kreativ-Quartier Scheidt'sche Hallen (Ringstraße/Bachstraße in 45219 Essen-Kettwig). Auf dem vormals industriell genutzten und heute in Teilen unter Denkmalschutz stehenden Areal entwickelt die Grundstücksgesellschaft Kettwig ein außergewöhnliches Arbeitsumfeld für ausgewählte Segmente der Kultur- und Kreativwirtschaft wie Werbung, Kommunikation und Design, Architektur und Planung, Mode und Kunst, ergänzt durch Ausstellungs- und Veranstaltungsräume und ein attraktives Gastronomiekonzept. Zugeschnitten auf die vielfältigen Bedürfnisse der Kultur- und Kreativschaffenden reichen die Raumangebote über Coworking Spaces für Solounternehmer bis hin zu Büro- und Studioflächen für etablierte Unternehmen.

Während des Umbaus werden Teile der alten Hallen bereits als Veranstaltungs- und Ausstellungsort sowie als Foto- und Filmlocation zwischengenutzt. Die Scheidt'schen Hallen sind eingebunden in regionale



und europäische Netzwerke, beispielsweise als Partner des EU-Projekts CURE (Creative Urban Renewal in Europe), welches europäische Akteure fördert, die (altindustriellen) Brachflächen mit und für die Kreativwirtschaft zu lebendigen Quartieren entwickeln.

Im November 2011 wurde der Bebauungsplan durch den Rat der Stadt Essen genehmigt. Seitdem haben Umbau- und Abrissarbeiten auf dem Gelände begonnen. Die ersten Räumlichkeiten und damit die 1.000 qm der „Alten Direction“ können ab Herbst 2013 angemietet werden.

🔗 www.scheidtsche-hallen.de

🔗 www.facebook.com/scheidtsche.hallen

Wirtschaftliche Effekte

Für die Entwicklung zu einem Kreativ-Quartier spielt neben dem Umbau der Scheidt'schen Hallen der Aufbau von Kommunikations- und Netzwerkstrukturen eine große Rolle für die Kreativwirtschaft. Die Räumlichkeiten stehen für Veranstaltungen zur Verfügung, und es werden bereits im Rahmen des Vermarktungsprozesses eine Reihe von kreativen Solounternehmen und Agenturen eingebunden. Die Scheidt'schen Hallen werden entsprechend der Vielfalt der Räumlichkeiten eine heterogene Nutzerstruktur beherbergen. Das Quartier wird zu einer Dachmarke für die hier ansässigen Mieter und zu einer Plattform für die Kreativwirtschaft im Essener Süden entwickelt. Die Ansiedlung neuer Arbeitsplätze und das Veranstaltungsangebot werden positive Auswirkungen für den Stadtteil Kettwig mit sich bringen. Zudem wird mit dem Neubau des angrenzenden Wohnquartiers mit Wohnungen und Häusern für 160 Familien ein Wachstumsimpuls für den Wohnungsmarkt ausgehen.

Kulturelle Impulse

Im Kunstraum der Scheidt'schen Hallen finden bereits seit Jahren in Kooperation mit Künstlern und Galerien aus der Region regelmäßige Ausstellungen statt. So hat beispielsweise im Rahmen des Kulturhauptstadtprojekts „Starke Orte“ eine Ausstellung in den Hallen stattgefunden. Norbert Bauer, der Entwickler des Kulturhauptstadtprojekts „Ruhr Atolle“ hat mit der alten Lisseuse einen dauerhaften Ausstellungsort für seine „Grundsteinkisten“ gefunden. Weiterhin finden regelmäßig Diskussionsrunden und Kulturveranstaltungen in den Räumen statt und bieten neue kulturelle Impulse für den Essener Süden. Im Jahr 2012 hat die Eröffnungsveranstaltung des Festivals extraklasse! (→ S. 84/85) und die Creative Stage Ruhr (→ S. 98/99) in den Scheidt'schen Hallen stattgefunden.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die Grundstücksgesellschaft Kettwig ist die Nachfolgesellschaft der Johann Wilhelm Scheidt AG, deren unternehmerische Wurzeln in Kettwig bis ins 17. Jahrhundert zurückreichen. Das Unternehmen ist in dieser Zeit einer der größten Arbeitgeber in Kettwig, so dass sich die industriegeschichtliche Entwicklung des Unternehmens und die Stadtentwicklung von Kettwig vielfältig beeinflusst haben. Das Gelände der Kammgarn- und Streichgarnspinnerei mit seinen Produktionshallen, seinen Verwaltungs- und Lagergebäuden steht nun abermals vor einem tiefgreifenden Wandel. Aus der ehemals industriell geprägten Fläche wird ein Standort für anspruchsvolles, urbanes Wohnen und wissensbasierte, unternehmensorientierte Dienstleistungen. Die Verbindung von Tradition und Moderne im Zusammenspiel mit der einzigartigen

Lage unmittelbar am Ruhrstausee und in fußläufiger Entfernung zur malerischen Altstadt Kettwigs wird dieses neue Quartier zu einer anspruchsvollen Adresse für Wohnen und Arbeiten werden lassen.

Ausblick

Die zukünftige Projektentwicklung umfasst zum einen den weiteren Umbau der Scheidt'schen Hallen. Als ein erster Baustein wird die „Alte Direction“ saniert. Hier entstehen flexible Arbeitseinheiten von 35 qm bis 260 qm für Kreative, die voraussichtlich ab Herbst 2013 zu mieten sein werden. Zum anderen stehen die Hallen für weitere Zwischennutzungen wie Meetings, Ausstellungen, Diskussionsforen und Firmenevents zur Verfügung. Unterschiedliche Formate sind dabei in der Entwicklung, wobei ein Schwerpunkt auf Vernetzungsveranstaltungen insbesondere für die Zielgruppe der Kreativdienstleister und deren Kunden liegt.



Ansprechpartner

Heinz Schnetger
Grundstücksgesellschaft Kettwig mbH
Ringstraße 51
45219 Essen
Tel.: 02054 7774
Mail: info@scheidtsche-hallen.de

Adresse Scheidt'sche Hallen:
Ringstraße/Bachstraße
45219 Essen

KREATIVER GEWERBEHOF „ALTE KAFFEERÖSTEREI“

Lünen

→ Die „Alte Kaffeerösterei“ ist ein kreativer Gewerbehof, der eine Symbiose zwischen verschiedenen Kreativberufen, Freiberuflern und der Gastronomie bietet und als zentrale Anlaufstelle für regionale- und überregionale Kunst, Kultur, Architektur sowie freies Schaffen, Denken und Erleben fungiert. Nach der Sanierung der Alten Kaffeerösterei zog 2011 das gleichnamige Café ein, um das sich verschiedene handwerkliche und künstlerische Berufszweige in den Räumlichkeiten des Altbaus mit besonderem industriellem Charme in der Innenstadt Lünens niedergelassen haben. Treibende Kraft hinter der Weiterentwicklung der Immobilie in Privatbesitz ist die kreative Gemeinschaft mit mehr als zehn Unternehmen (u. a. Künstler, Architekten, Fotografen, Mediengestalter, Raumausstatter, ein Verlag) gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung und der Stadt.

Wirtschaftliche Effekte

Das junge Projekt soll Synergieeffekte in Präsenz, Marketing und Kundengewinnung durch eine ge-

meinsame Darstellung und die Nähe der artgleichen Berufszweige erzeugen. Bei turnusmäßigen Veranstaltungen wie z. B. Hof-Festen wird auch Unternehmen der näheren Umgebung die Möglichkeit gegeben, sich zu präsentieren.

Kulturelle Impulse

Regelmäßige Kunstausstellungen, Lesungen und Konzerte sind ein wichtiges Kommunikationsmittel und dienen der Identitätsstiftung. So werden vorhandene Potenziale verankert und neue Kooperationen geschaffen. Die Alte Kaffeerösterei ist ein neues Forum für Kreative in Lünen und bietet Projektionsflächen im öffentlichen Raum.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Im direkten Umfeld des Standorts in Randlage der Innenstadt ist der kreative Gewerbehof zu einer zentralen Anlaufstelle für Kunst, Gewerbe, Kultur und Gastronomie in einer ehemals brachliegenden Immobilie geworden. Neben den Räumen für Kreative wurden



nach der Versteigerung des Komplexes im Jahr 2010 mit zehn Grundstücken und mehreren Gebäuden z. B. auch altengerechte Wohnungen im Obergeschoss der Rösterei geschaffen. Der Besitzer Dr. Eckhard Ahlert ist einer der Gründer des Sozialwerks St. Georg mit Sitz in Gelsenkirchen und engagiert sich seit der Ersteigerung für die Menschen in seiner Heimatstadt Lünen.

Ausblick

Die räumlichen Reserven des Gewerbehofes sind noch nicht völlig ausgeschöpft, und durch die Ansiedlung von weiteren Firmen und Akteuren aus der Kreativwirtschaft wird eine nachhaltige Imageaufwertung angestrebt. Der geplante Ausbau weiterer Gewerbeflächen soll auch für andere innerstädtische Projekte ein Beispiel für eine funktionierende Symbiose kreativen Denkens sein und Lünen als Kreativstandort attraktiver machen.



Ausprechpartner

Peter Gatzka
Wirtschaftsförderungszentrum
Lünen GmbH
Am Brambusch 24
44536 Lünen
Tel.: 0231 98 60354
Fax: 0231 98 60355
Mail: gatzka@wzl.de

Adresse Alte Kaffeerösterei:
Cappenberger Straße 51,
44534 Lünen



KULTURGEBIET CONSOL

Gelsenkirchen

→ Das Kulturgebiet Consol umfasst die 27 ha große Fläche der ehemaligen Zeche Consolidation 3/4/9. Bildprägend ist das Schachtgerüst über Schacht 9 mit dem Kunstwerk „Consol Gelb“ von Günter Dohr (2000). Das Consol Theater mit dem Schwerpunkt auf Kinder- und Jugendtheater ist die älteste Kultureinrichtung auf dem Gelände (seit 2001). 38 Probenräume hält das Musikprobenzentrum Consol4 in Selbstverwaltung vor. Eine große Freifläche und eine Open-Air-Bühne bieten Raum für verschiedene Veranstaltungen.

🔗 www.kulturgebiet-consol.de

🔗 www.consoltheater.de

Wirtschaftliche Effekte

Das preisgekrönte Consol Theater ist ein mittelständischer Kulturbetrieb, der mehr als ein Dutzend Arbeitsplätze geschaffen hat. Weitere Teilzeitarbeitsplätze sind in der Sammlung Thiel und im Musikprobenzentrum Consol4 entstanden. Hinzu kom-

men die Umsätze der mehr als 50 Musikgruppen im Probenzentrum. Arbeitsökonomisch relevant ist zudem das Projekt „Stage“ des Consol Theaters, welches jungen Menschen nach dem Schulabschluss Wege aufzeigt, sich auf dem Arbeitsmarkt selbstbestimmt zu positionieren.

Kulturelle Impulse

Das Consol Theater ist nicht nur ein mit vielfachen (internationalen) Auszeichnungen prämiertes professionelles Kinder- und Jugendtheater, sondern auch ein Ort für klassische Musik, Jazzkonzerte und Kunstpräsentationen. Das Probenzentrum Consol4 stellt 54 Gruppen sehr unterschiedlicher Musikstile Probenraum zur Verfügung und ermöglicht zudem die gegenseitige Beratung und Qualifizierung in der Praxis.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Das Kulturgebiet Consol ist das Herzstück eines Stadteilerneuerungsprozesses in Bismarck/Schalke-Nord. Nach der Schließung einer der größten Zechen



Gelsenkirchens im Zentrum dieses Stadtteils wurde die Fläche von 1996 bis 2006 nicht nur rekultiviert, sondern die Verbindungen zwischen den Siedlungskernen wurden neu geknüpft und die neue Mitte erhielt eine neue Funktion: Kunst und Kultur in Verbindung mit Freizeit und Sport. Insbesondere die jungen Menschen des Stadtteils und der umliegenden Schulen haben davon profitiert.

Ausblick

Die bestehenden Institutionen werden sich weiterentwickeln und qualifizieren. Dies gilt auch besonders für die Nutzung der Freiflächen und Platzanlagen. Weitere Baugebiete (Montan-Grund) auf dem 27 ha großen Areal bieten Potenzial zur Vermarktung im Freizeit- und Kultursektor und zur Nutzung durch Gastronomie.



Ansprechpartner

Dr. Volker Bandelow
Stadt Gelsenkirchen
Referat Kultur
Florastraße 28
45879 Gelsenkirchen
Tel.: 0209 1699100
Mail: volker.bandelow@gelsenkirchen.de
www.gelsenkirchen.de

Ansprechpartner

Georg Kentrup
Consol Theater
Bismarckstraße 240
45889 Gelsenkirchen
Tel.: 0209 9882282
Mail: info@consoltheater.de
Adresse Kulturgebiet Consol:
Bismarckstraße 240, 45889 Gelsenkirchen



KULTURWERK LOTHRINGEN

Bochum

→ Auf dem ehemaligen Zechengelände Lothringen I/II in Bochum-Gerthe sind die frühere Fördermaschinerhalle und das Maschinenhaus saniert und in architektonisch anspruchsvolle Büro-, Atelier- und Werkstattflächen für Existenzgründer und junge Unternehmen der Kreativwirtschaft umgewandelt worden. Auf einer Gesamtfläche von rund 3.000 qm stehen in historischem Ambiente Nutzungseinheiten in einer Größe zwischen 40 und 120 qm zur Verfügung.



Das Kulturwerk Lothringen liegt im Gewerbepark Lothringen am Rande des Stadtteilzentrums Bochum-Gerthe mit guten Anbindungen an den öffentlichen Nahverkehr und das überörtliche Straßennetz. Eröffnet wurde das Kulturwerk Lothringen am 1. September 2006. Vorausgegangen war ein vom Ministerium für Wirtschaft und Arbeit und dem Kultusministerium damals ausgeschriebener Wettbewerb, aus dem das Bochumer Gründungszentrum als einer der Sieger hervorging.

🔗 www.tgr-kwl.de

Wirtschaftliche Effekte

Der hohe Auslastungsgrad spricht für den Erfolg des Kulturwerks Lothringen: Derzeit arbeiten hier mehr als 30 Unternehmen der Kreativwirtschaft mit ca. 70 Beschäftigten. Die Mieterstruktur setzt sich aus den Bereichen Marketing, Webdesign, Kunstwirtschaft, Architektur, Foto-, Film-, Video- und TV-Branche, Musikwirtschaft sowie Kulturmanagement zusammen.

Ergänzt wird das Raumangebot durch Beratungsangebote der Wirtschaftsförderung für Gründer sowie Jungunternehmen der Kreativwirtschaft. Darüber hinaus bietet der Branchentreff „Kultur und Kreativ“ monatlich im Bochumer Kulturrat e. V. Fachvorträge und ein Netzwerk für innovativen Austausch.

Kulturelle Impulse

In unmittelbarer Nachbarschaft zum Kulturwerk Lothringen ist der Bochumer Kulturrat e. V. als soziokulturelles Zentrum Mittelpunkt des kulturellen Lebens. Er ist Förderer der Kunstschaffenden, bietet ein breites Angebotsspektrum für Kulturinteressierte und ist mit seinen Akteuren Keimzelle für die Entstehung des Kulturwerks Lothringen.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die hochwertige architektonische Gestaltung der historischen Zechengebäude ist ein wichtiges Element für die Steigerung der Attraktivität dieses sowohl durch Industrie als auch durch Landwirtschaft ge-



prägten Stadtteils im Bochumer Norden. Die Ansiedlung von innovativen Jungunternehmen verschafft dem Image dieses Stadtteils eine Aufwertung und ist gleichzeitig Impulsgeber für Ansiedlungen im angrenzenden Gewerbepark Lothringen.

Ausblick

Die Vision einer Immobilie für Gründer aus der Kreativwirtschaft ist in Bochum frühzeitig Realität geworden. Viele Start-ups der Kreativwirtschaft haben seitdem den attraktiven Standort des Kulturwerks Lothringen für erste unternehmerische Schritte genutzt – das Kulturwerk Lothringen hat sich damit weit über die Stadtgrenzen hinaus etabliert und bildet auch zukünftig eine wichtige Grundlage für die Kreativwirtschaft in Bochum und der Region.

Für das angrenzende Verwaltungsgebäude Lothringen liegen Pläne für einen Umbau und die Revitalisierung des Gebäudes vor. Hier können attraktive Räume für etablierte Kreativunternehmen entstehen.



Ansprechpartnerin

Christof Weiser
Wirtschaftsförderung Bochum
Viktoriastraße 10
44787 Bochum
Tel.: 0234 9102450
Fax: 0234 9102434
Mail: info@kwl-bochum.de

Ansprechpartner

Zentrumsleiter
KWL - Kulturwerk Lothringen
Wilfried Heß
Lothringer Straße 36
44805 Bochum
Tel.: 0234 9761990
Fax: 0234 97619910
Mail: info@tgr-kwl.de

MEDIENBUNKER MARXLOH

Duisburg

→ In den 1950er und 1960er Jahren war die Weselerstraße in Duisburg-Marxloh durch die wachsende Stahlindustrie eine populäre Flaniermeile. Doch das Bild hat sich drastisch verändert: Mit dem Strukturwandel zogen immer mehr Alteingesessene weg, der Einzelhandel brach zusammen. In den leer stehenden Häusern ließen sich meist türkische Migranten nieder und eröffneten die ersten Brautmodengeschäfte. Heute hat mehr als die Hälfte der Bewohner einen Migrationshintergrund. 25 Prozent der Jugendlichen



sind ohne Schulabschluss und nur knapp die Hälfte hat die Hauptschule absolviert.

Mit dem Ziel, dem Stadtteil mit kreativen Konzepten ein neues, positives Image zu geben und Vorurteile abzubauen, hat der Marxloher Filmemacher Halil Özet 2005 die Kreativwerkstatt „MedienBunker Marxloh“ im umgebauten Schutzbunker am Johannismarkt gegründet und die Kampagne „Made in Marxloh“ ins Leben gerufen.

Kernelement und Key Visual der Kampagne sind Ortschafterschilder mit dem Aufdruck „Made in Marxloh“ und „Willkommen in Marxloh“. Die Identifikation mit dem Stadtteil soll das Selbstwertgefühl der Bewohner stärken und nach außen ein offenes und freundliches Bild transportieren.

Besondere Aufmerksamkeit erhielt die Kampagne mit der Aktion „100 Bräute für Marxloh“ beim A40-Stilleben von RUHR.2010. Jugendliche und junge Bräute



mit den Marxloh-Schildern gaben dem Stadtteil ein Gesicht und wurden zu den Lieblingsobjekten der anwesenden Fotografen. Die Bilder fanden sich nicht nur in nationalen, sondern auch in internationalen Presse- und TV-Berichten wieder und führten zu einer 13-teiligen WDR-Doku mit Geschichten aus Marxloh, die ebenfalls vom MedienBunker produziert wurden.

Durch eine eigene Produktlinie mit Aufklebern, Tassen und einer Postkartenserie mit Marxloher Motiven macht der MedienBunker das neue Image für die Bewohner erlebbar und stärkt das Wir-Gefühl.

🔗 www.medien-bunker.de

🔗 www.madeinmarxloh.com

Wirtschaftliche Effekte

Die A40-Aktion und die damit einhergehende Medienaufmerksamkeit haben einen Beitrag für den wirtschaftlichen Aufschwung in dem Stadtteil geleistet. Das 2010 auf Initiative des MedienBunkers

gegründete Marxloher Einzelhandelsbündnis MEB e. V. soll die Wirtschaftskraft der „Brautmodenmeile“ nachhaltig stabilisieren und den Austausch der Händler untereinander fördern.

Steigende Besucherzahlen und ein stetiger Ausbau der Brautmodenmeile auf der Weselerstraße sind zu beobachten: Während in Marxloh 2008 lediglich 20 Geschäfte angesiedelt waren, zählte man 2011 über 70 Ladenlokale, die zu diesem Brautmoden-Cluster gehören. Wirtschaftlich profitieren von dem Aufschwung neben dem Einzelhandel auch die zahlreichen Restaurants und Imbissbuden und der lokale Arbeitsmarkt.

Die hohe mediale Aufmerksamkeit und das Engagement der Bürger hat in den vergangenen Jahren zu zahlreichen öffentlichen und privaten Investitionen geführt, von denen Einwohner und Handel profitieren.

Kulturelle Impulse

Kulturveranstaltungen und zahlreiche weitere Aktionen des MedienBunkers sowie ein Internetblog fördern darüber hinaus das kulturelle Angebot im Stadtteil und locken weitere Besucher von außerhalb nach Marxloh. Enorme Kraft entfaltet die Made-in-Marxloh-Kampagne in Bezug auf ihre Innenwirkung, die Marxloher Bürgerinnen und Bürger. Sie schafft Identifikation und stärkt das Selbstwertgefühl. Von Jugendlichen wird das Label mit großer Emotionalität gefeiert. Aufkleber und Taschen mit dem Made-

in-Marxloh-Logo sind für all diejenigen, die ihrer Zugehörigkeit zum neuen Marxloh Ausdruck verleihen möchten, ein Statussymbol.

Darüber hinaus hat die Kampagne in Marxloh bürgerschaftliches Engagement entfacht. Die Marxloher, gleich welcher ethnischer oder religiöser Abstammung, suchen gemeinsam Lösungen für Problemlagen im Stadtteil und engagieren sich für die Erhöhung der Lebens- und Wohnqualität. Der MedienBunker fungiert auch hierbei häufig als Impulsgeber, Berater, Mediator und Realisator.

Mit der Party- und Konzertreihe „Beat im Bunker“ lockt der MedienBunker regelmäßig junge Leute aus dem ganzen Ruhrgebiet nach Marxloh, die ihr positives Marxlohgefühl nach außen tragen und sich nicht selten im Anschluss sogar selbst für den MedienBunker und Marxloh engagieren.

Ansprechpartner

Halil Özet

MedienBunker

P.J.P. Film & Fernsehproduktion GmbH

Johannismarkt 18

47169 Duisburg

Tel.: 0203 5008804

Fax: 0203 5008827

Mail: ho@medien-bunker.de

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Der Wandel des Stadtteils vom stigmatisierten Migrantenviertel zum selbstbewussten Stadtteil mit einem attraktiven Einzelhandelsangebot geht mit dem Erfolg der Made-in-Marxloh-Kampagne einher, die neben Journalisten und hochrangigen politischen Vertretern vor allem heiratswillige junge Paare nach Marxloh lockt.

Ausblick

Zu den langfristigen Projekten des MedienBunkers zählt ein Stadtteilcafé, das sowohl die Identität des Stadtteils und seiner Einwohner widerspiegelt als auch Raum für Dialog und neue Ideen bietet. Ein Marktplatz, ein Ort zum Wohlfühlen für Einwohner und Besucher, von denen es aktuell leider noch viel zu wenige in Marxloh gibt.



SAE INSTITUTE

Bochum

→ Ende 2011 eröffnete in Bochum der deutschlandweit achte Standort des SAE Institute den Studienbetrieb. Angeboten werden Studiengänge in den Bereichen Audio Engineering, Digital Film & Animation, Webdesign & Development, Digital Journalism & Crossmedia Publishing sowie Game Design & Development. 250 Studenten stehen auf drei Etagen mit modernstem technischem Equipment ausgestattete Ton- und Filmstudios, ein Greenscreen-Raum, eine umfangreiche Bibliothek, ein Atrium und offene Übungsräume zur Verfügung.

Standort von SAE ist ein zum modernen Studiogebäude umgebauter ehemaliger Hochbunker am Springerplatz, das sogenannte „Zentralmassiv“. Die attraktive Architektur des „Zentralmassivs“ bietet außer für SAE Platz für ein Szenecafé; Loft-Wohnungen sind als Aufbau geplant.

SAE Institute ist die weltweit führende Ausbildungsstätte für Tontechnik, Film, 3D-Animation und Multi-



media. Mit 52 Niederlassungen in 26 Ländern hat SAE nun neben Standorten in Frankfurt, Hamburg, Köln, Berlin, Leipzig, München und Stuttgart mit Bochum einen neuen Standort mitten in der Metropole Ruhr gefunden.

🔗 www.bochum.sae.edu

Wirtschaftliche Effekte

Die Eröffnung der ersten SAE-Niederlassung in der Metropole Ruhr steht für das anhaltende Wachstum der Medienbranche und trägt einen wichtigen Teil dazu bei, den hohen Bedarf an Fachkräften mit entsprechender Ausbildung in der Region zu decken. Das

Aufgabenspektrum der Berufe im Medienbereich hat sich aufgrund aktueller Entwicklungen, wie sie u. a. im digitalen Bereich stattfinden, stark erweitert. Jobprofile in der Medienindustrie sind interdisziplinär. Unternehmen der Region profitieren von praxisorientiert ausgebildeten SAE-Studenten, die durch die breite Vielfalt der angebotenen Studiengänge Synergien beim Studium nutzen können.

Kulturelle Impulse

Das SAE Institute öffnet sich dem Stadtteil und seinen Akteuren und bietet Räumlichkeiten für Veranstaltungen sowie regelmäßige „Tage der offenen Tür“ an.

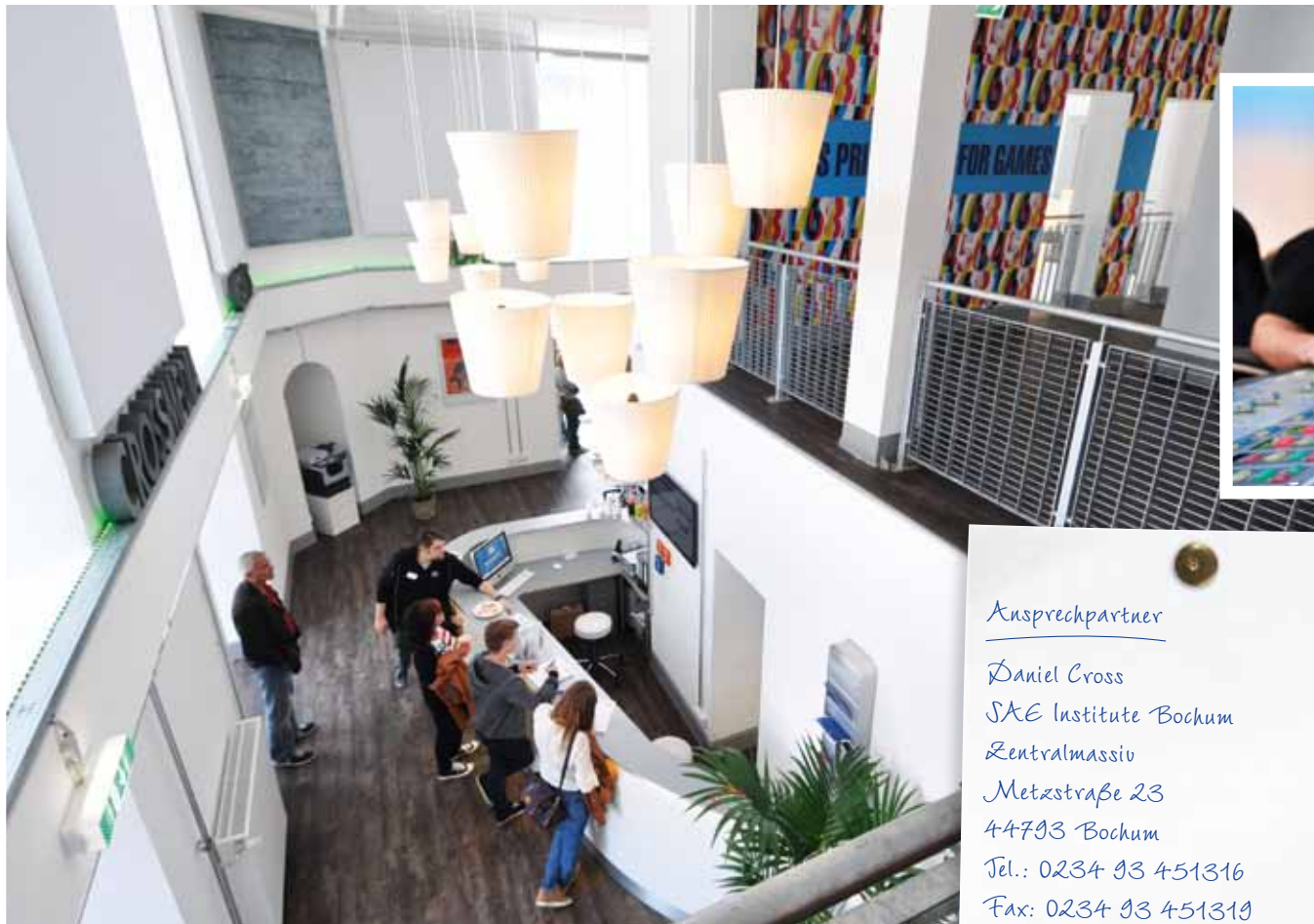
Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die neue SAE-Niederlassung in Bochum liegt am Springerplatz mitten im aufstrebenden Stadtumbaugebiet West, das sich als Teil des ViktoriaQuartierBochum (→ S. 42/43) bereits jetzt durch innovative private Kultureinrichtungen wie das ROTTSTR 5 Theater, Galerien, Agenturen und kulturell geprägte Gastrono-

mie auszeichnet. Mit der Eröffnung der neuen SAE-Niederlassung gewinnt das ViktoriaQuartierBochum an zusätzlicher Attraktivität: 250 Studenten und ein Szenecafé beleben das Viertel nachhaltig. Hierzu trägt nicht zuletzt die aktuelle Neugestaltung des Springerplatzes bei.

Ausblick

Durch die Bündelung kreativwirtschaftlicher Unternehmen, Ausbildungseinrichtungen sowie öffentlicher und privater Kultureinrichtungen entsteht im ViktoriaQuartierBochum ein innovatives Cluster, das zum Alleinstellungsmerkmal für Bochum wird.



Ausprechpartner

Daniel Cross
SAE Institute Bochum
Zentralmassiv
Metzstraße 23
44793 Bochum
Tel.: 0234 93 451316
Fax: 0234 93 451319
Mail: d.cross@sae.edu

Ausprechpartnerin

Marion Behn
Wirtschaftsförderung Bochum
Viktoriastraße 10
44787 Bochum
Tel.: 0234 9102450
Fax: 0234 9102434
Mail: mbehn@bochum.de



Ausprechpartner

Simone Pacholczak
Projektmanagement
WFO - Wirtschaftsförderung
Oberhausen GmbH
Essener Straße 51
46047 Oberhausen
Tel.: 0208 8503611
Mail: pacholczak@wfo-gmbh.de
www.wfo-gmbh.de

Adresse Steigerhaus:
Zum Steigerhaus, 46117 Oberhausen

STEIGERHAUS

Oberhausen

→ Als Zeugen der Bergbauergangenheit stehen im Oberhausener Stadtteil Osterfeld noch zwei Pfortnerhäuser, ein Förderturm und das ehemalige Steigerhaus der Zeche Osterfeld. 1912 erbaut, wurde das Steigerhaus 1997 umgebaut und saniert und steht seit 1998 unter Denkmalschutz.

Mit dem Einzug einer Kommunikations- und Marketingagentur wurde der Grundstein für die heutige Nutzung des Steigerhauses als Kreativquartier gelegt. Es folgten ein Architekturbüro, ein Unternehmen aus dem Bereich Informationssysteme, eine PR-Agentur, ein Event- und Messedienstleister sowie ein Projektentwickler, wodurch das Netzwerk „Steigerhaus-Gemeinschaft“ komplettiert wurde.

Wirtschaftliche Effekte

Die Dienstleistungen der umsatzstarken im Steigerhaus ansässigen Unternehmen sind sowohl regional als auch international gefragt. Für Kunden aus Deutschland und der ganzen Welt werden Werbe-

kampagnen entwickelt, Messen geplant und Gebäude errichtet. Eine besonders wichtige Rolle spielt im Steigerhaus der Netzwerkgedanke. Kontakte werden hergestellt und Synergien genutzt, um Wirtschaft, Medien und Kreativität zu verbinden und gemeinsam Projekte zu verwirklichen.

Kulturelle Impulse

Die international tätigen Firmen sind wiederum durch die Betreuung lokaler Akteure kulturell stark mit der Region verwurzelt und strahlen Impulse in die Stadt aus – sei es mit dem Marketing für Rot-Weiß Oberhausen das „Kulturgut Fußball“, die Unterstützung des Kunstvereins Oberhausen oder die Betreuung der international renommierten Oberhausener Kurzfilmtage.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Als Folgenutzung der ehemaligen Kokerei und Zeche Osterfeld sind große Teile ihrer Gesamtfläche zu Erholungs- und Freizeitwecken (OLGA Park) umgestal-

tet worden. In Ergänzung dazu erfolgt die weitere Flächenentwicklung unter dem Leitmotiv „Wohnen und Arbeiten am OLGA Park“ mit dem Ziel, einen attraktiven und zukunftsweisenden Standort zu schaffen, von dem positive Impulse ausgehen und der den Stadtteil Osterfeld stärkt. Das Kreativquartier Steigerhaus übernimmt dabei die Funktion des Nukleus, der richtungsweisende Effekte auf die künftigen Nutzungsstrukturen hat.

Ausblick

Kreative Unternehmen – mit über hundert Leuten – erobern Industriekultur – ein Haus mit Geschichte – und formen Zukunft mit besten Aussichten.

WISSENSCHAFTSPARK GELSENKIRCHEN

Gelsenkirchen

→ Der Wissenschaftspark wurde 1995 auf dem Gelände eines ehemaligen Gussstahlwerks eröffnet. Seine Architektur ist vielfach ausgezeichnet (u. a. Deutscher Architekturpreis 1995) und bietet hochwertigen Raum für Büros und Labortätigkeit auf über 8.000 qm sowie Veranstaltungsfläche in der Glaskade auf 3.500 qm.

Der Wissenschaftspark ist dabei nicht nur Wirkungsstätte für zahlreiche Firmen der Kreativwirtschaft, insbesondere Design und Grafik/Marketing. Er bietet auch Raum für regelmäßige Ausstellungen (überwiegend im Bereich Fotografie), für Messen und Kulturvents und strahlt aktiv in das umliegende Stadtquartier Gelsenkirchen-Süd (→ **S. 28/29**). Auch physisch strahlt bei Nacht ein Kunstwerk des berühmten amerikanischen Lichtkünstlers Dan Flavin sein grün-blaues Licht auf die umliegende Parklandschaft.

Kreativwirtschaftlich aktiv sind verschiedene Grafikdesign-Büros, Marketing- und PR-Firmen, eine Exis-

tenzgründungsberatung sowie Produktdesign-Büros.

Schließlich ist der Wissenschaftspark ein wichtiger Standortfaktor in Gelsenkirchen. Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen mit kulturwissenschaftlichen Fragestellungen (Institut Arbeit und Technik, Institut für Stadtgeschichte, FIAP (Forschungsinstitut für innovative Arbeitsgestaltung und Prävention)) runden das Arbeitsfeld ab.

🔗 www.wipage.de

Wirtschaftliche Effekte

Das Erzielen von wirtschaftlichen Effekten ist Gründungsauftrag des Wissenschaftsparks. Dabei spielen Synergieeffekte innerhalb des Hauses und zu anderen mehr oder weniger wirtschaftlich orientierten Akteuren der Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle. Z. B.



die Firma WILDDESIGN GmbH & Co. KG, ein international agierendes Fachbüro – auch mit einem Standort in Shanghai –, das zahlreiche preisgekrönte Produkte entwickelt hat, wirkt mit seiner internationalen Praktikantengemeinschaft auch aktiv in den Stadtteil. Die Firma „EKIP IntegraM GmbH“ hat speziell die international agierenden Unternehmen im Blick. Sie ist eine international aufgestellte Agentur für Marketing, Media, Event, Promotion und Vertrieb, die sich neben „Ethno-Marketing“ auch mit speziellen kulturellen Events positioniert.



Kulturelle Impulse

Neben den Impulsen, die fachbezogen von den ansässigen Firmen ausgehen, ist der Wissenschaftspark mit seiner großen Ausstellungsfläche und Flächen für Messen wie z. B. bild.sprachen (→ S. 96/97) und andere Veranstaltungen vor allem ein Ort der Begegnung, des Austauschs und der Belebung für Künstler und Kreative.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Der Wissenschaftspark entstand als Teil des Stadterneuerungsprozesses in Gelsenkirchen-Ückendorf.

Er war die erste große neue Investition in diesem Bereich und die Keimzelle für einige Projekte, die dann in den Stadtteil mitgezogen sind.

Ausblick

Als räumliche Mitte des Kreativquartiers Gelsenkirchen-Süd wird der Wissenschaftspark sich weiterhin intensiv in diesen dynamischen Prozess einbringen.

Ansprechpartner

Dr. Heinz-Peter Schmitz-Borchert
 Wissenschaftspark Gelsenkirchen GmbH
 Munscheidstraße 14
 45886 Gelsenkirchen
 Tel.: 0209 1671000
 Fax: 0209 1671001
 Mail: info@wipage.de

GEMEINSCHAFTSRÄUME



→ Das Kapitel Gemeinschaftsräume stellt gewachsene Netzwerke der unterschiedlichen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft vor. So immateriell wie die Produkte der heutigen Informationsgesellschaft sind, so unsichtbar ist auch deren Werkbank, das Netzwerk, geworden. In der Tat sind Kollaborationen und Beziehungen oft das A und O der Kreativwirtschaft. Die Beziehungen auszuweiten und über die Grenzen der eigenen Branche hinaus Impulse zu sammeln ist überlebenswichtig in den kreativen Branchen. Sie sind nicht nur die Basis für die Auftragsakquise, sondern vor allem für die Auftragsabwicklung und die „Produktion“. Die aus diesen Netz-

werken entstehenden Ideen und Impulse bilden ein großes Innovationspotenzial, das zum Aufbau neuer Geschäftsbeziehungen, zur Entwicklung neuer Kunstformen und zur Schaffung von Identität und Wohnwertsteigerung führen.

Oft wird die Branche als eine mit eigenen Gesetzen bezeichnet. In der Tat gelten für Kreativ- und Kulturgüter zum Teil andere Regeln der Preisbildung und Kostenentwicklung als für Konsum- oder gar Industriegüter. Dennoch kennt auch die Kreativwirtschaft so etwas wie Produktionsbänder und Arbeitsteilung – es ist die Rede von Symbiosen und vom Networking.

Hier laufen die Fäden zusammen:

- **Game Development Initiative Ruhr**
- **Kreative Klasse e. V.**
- **KreativKraft Mülheim**

- **Kreativkreis Ruhrort**
- **Pottporus e. V.**
- **ruhrdesigner**

GAME DEVELOPMENT INITIATIVE RUHR

Mülheim an der Ruhr und Metropole Ruhr

→ Das Ziel der 2010 gegründeten Game Development Initiative Ruhr (GDI.Ruhr) ist, die Spielebranche des gesamten Ruhrgebiets intensiv zu unterstützen. Durch Vernetzung und Kooperationen sollen sich neue Wachstumspotenziale erschließen, und die Sichtbarkeit der Branche in der Region und nach außen soll deutlich erhöht werden. Das Projekt der Universität Duisburg-Essen (UDE) und der Wirtschaftsförderung Mülheim & Business GmbH ist auf drei



Jahre angelegt und hat seinen Sitz in Mülheim. Die GDI.Ruhr konzentriert ihre Arbeit insbesondere auf diese vier Schwerpunkte:

Start-up-Unterstützung:

Für Existenzgründer gibt es für eine projektbezogene Laufzeit mietkostenfrei in der Games Factory Ruhr drei sogenannte Gründerlabore mit je zwei voll ausgestatteten Arbeitsplätzen, in denen sich die Teams auf ihren Markteintritt vorbereiten. Bis zum kommerziellen Einsatz erhalten sie notwendige Software und Middleware.

Ausbildung und Forschung:

Die UDE befasst sich seit Jahren in den Studiengängen „Angewandte Informatik“ und „Angewandte Kognitions- und Medienwissenschaft“ mit der Ausbildung qualifizierter Fachkräfte in der Branche.

Wachstum und Weiterbildung:

Neben Neugründungen will die GDI.Ruhr auch bestehenden Firmen und Akteuren durch die Entwicklung neuer Finanzierungskonzepte und die Fortbildung von Fachkräften helfen.

Netzwerke und Veranstaltungen:

Als Plattform zur Vernetzung der Spielebranche bietet die GDI.Ruhr diverse Events und Publikationen an, z. B. porträtiert der Games Atlas Ruhr (2012/2013) 56 Firmen und Freelancer aus dem Ruhrgebiet und die Partner der Game Development Initiative Ruhr.

🔗 www.games-ruhr.com

Wirtschaftliche Effekte

Insbesondere durch die Unterstützung im Bereich Betriebswirtschaft und Vernetzung mit klassischen Industrien im Bereich Serious Games ergeben sich neue Potenziale. Auch durch die Ansiedlung und Unterstützung von Start-ups, wie beispielsweise er-

folgreich mit den Gründerlaboren begonnen, soll der Wirtschaftszweig in NRW weiter ausgebaut und gestärkt werden.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Durch die Anmietung von Räumlichkeiten in der Games Factory Ruhr (→ S. 62/63) und die dortige Durchführung der GDI-Seminare wachsen die Aufmerksamkeit und das Interesse an dem Gebäude. Ein Ausbau der positiven Effekte auf den Stadtteil ist durch die Planung einer „Creative Factory“ angedacht.

Ausblick

Es sollen weiterhin Start-ups unterstützt und Schulungen angeboten werden. Auch die Aktivitäten im Bereich Ausbildung und Forschung an der UDE sollen weiter fortgeführt werden. Wichtiges Ziel der GDI.Ruhr ist die vertriebliche Unterstützung im Bereich Serious Games. Das Ruhrgebiet soll sich zu einem Kompetenzzentrum für Serious Games entwickeln, das als solches bundesweit und international bekannt ist.

Ansprechpartnerin

Stefanie Waschk
 Game Development Initiative Ruhr
 Kreuzstr. 1-3
 45468 Mülheim an der Ruhr
 Tel.: 0208 69801520
 Mail: stefanie.waschk@games-ruhr.com



KREATIVE KLASSE E. V.

Essen und Metropole Ruhr

→ Der Kreative Klasse e. V. ist ein Berufsverband und eine Initiative von Kultur- und Kreativschaffenden aus Essen und der Metropole Ruhr. Zu den branchenübergreifenden Gründungsmitgliedern zählen regional ansässige Freischaffende, Firmen und Institutionen aus den Bereichen Architektur, Design, Kommunikation, Kunst und Kultur sowie weitere Kreativ-Akteure. Sie arbeiten eng mit Institutionen und der regionalen Wirtschaftsförderung zusammen.

Keimzelle der Vernetzung und Plattformbildung war das Festival „Essens Kreative Klasse“, das seit 2007



vier Mal von der Stiftung Zollverein veranstaltet wurde. Während des Kulturhauptstadtjahres wurde die Kreative Klasse Ruhr auf regionaler Ebene durch die RUHR.2010 ausgebaut. Danach setzten sich Kreativschaffende der Metropole Ruhr dafür ein, das Netzwerk fortzuführen, und gründeten im Mai 2011 den Verein Kreative Klasse e. V. Ergänzt werden die Aktivitäten des Vereins durch Veranstaltungen wie Workshops, monatliche offene Netzwerktreffen oder das Festival „extraklasse!“.

Die Region Ruhr als lebendige, pulsierende und innovative Region mit extrem viel kreativem Potenzial hat einen Nachteil: Sie gilt gemeinhin nicht als Kreativ-Hotspot. Das will der Verein Kreative Klasse in Kooperation mit Kulturschaffenden, Kreativunternehmen, Institutionen und Förderern ändern. Ziele der Initiative sind die engere Vernetzung der Kreativschaffenden untereinander sowie die Stärkung der Standortfaktoren der Metropole Ruhr. Qualifizierung durch kostenlose Seminare, Unterstützung im Branding der Kre-



ativunternehmen und Generierung neuer Aufträge sind Zielsetzungen des Berufsverbandes. Talentierte Kreative sollen in der Region gehalten und neue angezogen werden!

🔗 www.kreativeklasse.org

Wirtschaftliche Effekte

Die Initiative will die Imagebildung und Positionierung der regionalen Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr positiv vorantreiben und die Nachfrage nach Kreativleistungen steigern. Neue Arbeitsplätze sollen geschaffen und der Umsatz sowie die Wertschöpfung vor Ort gestärkt werden. Der Kreative Klasse e. V. fördert den Austausch innerhalb der Kreativwirtschaft sowie zu externen Wirtschaftsteilnehmern. Er erzeugt dazu die nötige Öffentlichkeit und macht Unternehmen auf unverwechselbare Ideen und kreative Dienstleistungen aus der Region aufmerksam.



Kulturelle Impulse

Der Kreative Klasse e. V. bündelt alle unternehmerisch Tätigen in der Kreativwirtschaft. Dazu zählen auch freie Künstler, darstellende Künstler, Musiker etc. Neben Ausstellungen, Events und Wettbewerben ist das jährlich stattfindende Festival „extraklasse!“ Schaufenster der Kreativen und bietet allen Akteuren Bühne und Aufmerksamkeit gleichermaßen. Besucher des Festivals profitieren vom künstlerisch-kulturellen Mehrwert der vielfältigen Angebote.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Öffentlichkeit erzeugen bedeutet auch, Kreativität sichtbar und erlebbar zu machen und ein positives Gefühl von Ruhridentität zu entwickeln. Understate-

ment war gestern. In der neuen Identität der Ruhrkreativität finden sich nicht nur kreative Akteure, sondern auch Bürger wieder. Sichtbare und lebendige Kultur- und Kreativwirtschaft hat einen positiven Einfluss auf Quartiers- und Stadtentwicklung. Shops, Cafés, Kreativbüros, Aktionen sowie bunte und innovative Experimentierfelder beleben Quartiere und machen sie attraktiv, werten sie auf und stärken sie für die Zukunft.

Ausblick

Der Verein Kreative Klasse ist Plattform der Kreativen in der gesamten Metropole Ruhr. Bis 2014 – so das Ziel – sollte sich die Zahl der Mitglieder auf rund 500 Firmen erhöhen, um so als starker Verband auf Augenhöhe mit weiteren Wirtschaftszweigen der Re-

gion kooperieren zu können. Sichtbarmachung, Professionalisierung, Stärkung der Strukturen und Einbindung vieler weiterer kreativer Akteure und deren Ideen sind Ziele für die kommenden Jahre.

Ansprechpartnerin

Judith Haselroth
Kreative Klasse e.V.
Vorstandsvorsitzende
Witteringstraße 26
45130 Essen
Tel.: 0201 43939356
Mail: info@kreativeklasse.org

KREATIVKRAFT MÜLHEIM

Mülheim an der Ruhr

→ KreativKraft Mülheim (KKM) ist eine Arbeitsgemeinschaft selbständiger Mülheimer Kreativschaffender. Die Arbeitsgruppe engagiert sich für ein modernes Verständnis der Stadt, deren Wertschätzung, Identität und Bewusstsein. Konzipiert werden darüber hinaus Ideen, Utopien und Visionen innovativer Stadterlebnisse. Die zwölf Mitglieder unterstützen Maßnahmen und Projekte in Kultur, Bildung und Jugendförderung. Sie haben ihren Sitz in Mülheim – und arbeiten für Kunden weltweit. Der Zusammenschluss erfolgte 2011. Zu der Gruppe gehören Kommunikationsdesigner, Fotografen, ein Filmemacher, kreativschaffende Einzelhändler, ein Produktdesigner und eine Werbeagentur.

Die Arbeitsgemeinschaft arbeitet z. B. im Projekt „Schule macht Werbung“ mit Schülern zusammen und wird im Jahr 2013 erstmals einen eigenen Preis vergeben, den KreativKraft-Preis. Bei „Schule macht Werbung“ kreieren Schüler gemeinsam mit KKM ein Werbekonzept für einen Mülheimer Existenzgrün-

der – vom ersten Kundenkontakt über Konzeption, Text und Gestaltung bis hin zum Fotoshooting und zur Projektdokumentation.

🔗 www.kreativkraft-muelheim.de

Wirtschaftliche Effekte

Insbesondere durch die Vernetzung untereinander können teilbranchenübergreifend Aufträge gemeinsam bearbeitet werden. Durch die diversen Projekte und Aktionen konnte die Bekanntheit der Mitglieder gesteigert werden, wodurch neue Wachstumspotenziale erschlossen wurden.

Kulturelle Impulse

Durch die Zusammenarbeit mit diversen Institutionen sowie mit lokalen und regionalen Akteuren trägt die Arbeitsgemeinschaft ihre Ideen und Visionen in die Stadt. So wird die erste Verleihung des KreativKraft-Preises 2013 in Zusammenarbeit mit dem Mülheimer Ringlokschuppen durchgeführt. Die

Arbeitsgemeinschaft stellt Projektergebnisse – oft im öffentlich einsehbaren Raum – aus. Dazu zählen inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte oder Leerstände in der Innenstadt.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Durch die Aktionen und Projekte der Gruppe ergeben sich positive Effekte für die Stadt. Sie rücken die städtischen Besonderheiten ins öffentliche Bewusstsein, beleben Leerstände und die Bürger werden angeregt, sich unter neuen Gesichtspunkten mit der Identität ihrer Heimatstadt auseinanderzusetzen.

Ausblick

Die Gruppe KreativKraft Mülheim will durch den KreativKraft-Preis hervorragende Innovationen in Mülheim und in allen Städten der Metropole Ruhr aufspüren, publizieren und ins Stadtbewusstsein befördern. Anlehnend an den wirtschaftsfördernden Erfolg von Designauszeichnungen soll diese bewusst überregionale gewerbe-, gesellschafts- und zielgrup-

KREATIVKRAFT MÜLHEIM > POTENZ DER SINNE



penübergreifende Auszeichnung neuen Anreiz für Qualität und Lebenswert sowie neue Orientierung für Wertschöpfung quer durch alle Gesellschaftsschichten schaffen und im Ruhrgebiet zusammenführen. Auch die Aktivitäten in der Zusammenarbeit mit Schulen sollen fortgeführt werden.

Ansprechpartnerin

Sabine Mann
DIE MANNSCHAFT
Büro für Kommunikationsdesign
Tel.: 0208 4447452
Mail: s.mann@die-mannschaft.de
www.die-mannschaft.de

Ansprechpartner

Hermann Rokitta
ROKITJA
Produkt & Markenästhetik
Tel.: 0208 8992770
Mail: info@rokitta.de
www.rokitta.de

KREATIVKREIS RUHRORT

Duisburg

→ „Wir in Ruhrort – Gemeinsam nach vorn“. Unter diesem Motto hat der Kreativkreis Ruhrort im Oktober 2010 im Café Kaldi – inzwischen die Kultadresse in Ruhrort – eine Initiative ins Leben gerufen, die von Künstlern, Kulturschaffenden, Kreativwirtschaftlern, Intellektuellen und anderen in Ruhrort kreativ Tätigen getragen wird. Auch Ruhrorter Bürger, Geschäftsleute und Unternehmen, allen voran die Firma Haniel, engagieren sich mit dieser Kampagne zugunsten ihres Hafentadtteils. Gemeinsames Ziel ist es, ein liebens- und lebenswertes Ruhrort zu schaffen und mit Hilfe von Kunst und Kultur Ruhrort zu mehr Glanz und Ausstrahlung zu verhelfen. Waren es zu Gründungsbeginn etwas mehr als 60 Interessierte, sind es inzwischen gut 300 Adressaten, die über die Entwicklung des Kreativ.Quartiers Ruhrort (→ S. 38/39) informiert werden, am Geschehen teilhaben sowie sich im Stadtteil engagieren wollen. Seit April 2012 hat der Kreativkreis Ruhrort mit dem ehemaligen evangelischen Gemeindehaus auf der Dr.-Hammacher-Straße, dessen Eigentümer seit einigen Jahren Haniel ist,



eine (Post-)Adresse und das Kreativ.Quartier Ruhrort eine Anlaufstelle.

🔗 www.facebook.com/kreativquartier

Wirtschaftliche Effekte

Im Zusammenspiel der Kräfte von Wirtschaft, Kultur und Zivilgesellschaft versucht der Kreativkreis, den Hafentadtteil Ruhrort mit seiner geografischen In-sellage als attraktiven Wohn- und Lebensraum sowie Arbeits- und Firmenstandort zu etablieren. Dazu gehören die Schaffung von Identität und Wohnwertsteigerung, Familien- und Kinderfreundlichkeit sowie Kultur- und Tourismusimpulsen zur Stärkung der Kaufkraft. Von daher spielen Veranstaltungsangebote der gehobenen Freizeitgestaltung wie auch die Stei-

gerung des Ausgewertes für die Gewerbeansiedelung in Ruhrort eine bedeutende Rolle.

Kulturelle Impulse

Das erste gemeinsame Projekt war der „Lebendige Adventskalender 2010“. Vom 1. bis 24. Dezember wurde ruhrortweit eine Tür, ein Fenster geöffnet, aus der oder dem dann ein künstlerischer Beitrag dargeboten wurde, sei es Musik, Literatur, Theater, Tanz oder Gesang. Um die 60 Menschen täglich nahmen an dem Schauspiel teil. 2011 wurde der „Lebendige Adventskalender“ weitergeführt mit dem Ergebnis, dass nun sogar bis zu 100 Menschen täglich kamen. Des Weiteren wurden im Jahr 2011 die Veranstaltungsreihe „HOFkultur“ und die Konzertreihe „MAXI-Musik“ geboren. Und das traditionelle Ruhrorter Hafenfest wurde 2011 erstmals kulturell bereichert: Mit dem Ruhrorter Lichtermeer, einem Kunst- und Kulturmarkt, einem kreativ gestalteten verkaufsoffenen Sonntag und der Idee einer neuen Partymeile für überwiegend junges Publikum direkt am Hafen.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Schon während des Kulturhauptstadtjahres 2010 mit dem Kulturfestival „33. Duisburger Akzente“ und dem „Hafen der Kulturhauptstadt“ wollte man in Ruhrort über Nachhaltigkeit nicht nur reden, sondern sie vor allem erlebbar machen. Die Auszeichnung Kreativ-Quartier durch die RUHR.2010/ecce wurde auch nicht als eine Art „Meisterbrief“ verstanden, der Wändert. So versteht sich der Kreativkreis Ruhrort gewissermaßen als Dach verschiedener Ruhrorter Vereine, Verbände und Initiativen, der für die Verschönerung des Stadtteilbildes, die Verbesserung der Lebensqualität und die Ermutigung zum wirtschaftlichen, kul-

turellen und sozialen Wandel dieses Hafenstadtteils, mitunter in Richtung eines „Szenebezirks“, eintritt.

Ausblick

Seitdem der Kreativkreis Ruhrort im Gemeindehaus sitzt, hat er sich eine Arbeitsstruktur geschaffen und vier Arbeitsgruppen zu folgenden Themen gegründet: Leerstand, Geschäftswelt, Kommunikation und kulturelle Bildung. Die „AG Leerstand“ beschäftigt sich auch unter Zuhilfenahme einer Zwischennutzungsagentur mit der Beseitigung des gewerblichen Leerstands. Die „AG Geschäftswelt“ entwickelt Pläne, nach denen neben den Kunst- und Kulturschaffenden künftig die Ge-

schaftsleute und Gewerbetreibenden zur zweiten zukunftstragenden Säule von Ruhrort werden sollen. In der „AG Kommunikation“ werden Konzepte der internen und externen Öffentlichkeitsarbeit verfolgt, die zum Ziel haben, Ruhrort in seiner Außendarstellung besser zu vermarkten und seinen Naherholungswert zu steigern. In der „AG Kulturelle Bildung“ arbeiten die Beteiligten derzeit an einem generationsübergreifenden Projekt, das zum Prototyp einer besonderen Stadtteilbewegung avancieren kann.

Ansprechpartner

Olaf Reifegerste
Moderator Kreativkreis Ruhrort
Dr.-Hammacher-Straße 6
47119 Duisburg
Tel.: 0203 806-271
Mail: oreifegerste@haniel.de



POTTPORUS E. V.

Herne und Metropole Ruhr

→ Pottporus ist seit 2007 eingetragener Verein mit Sitz in Herne. Neben den Tanzproduktionen von „Renegade“, dem jährlich stattfindenden Pottporus Festival und der Pottporus Dance School wurde mit der Gründung des Jungen Pottporus im Rahmen der RUHR.2010 ein weiterer Baustein zur künstlerischen Förderung von Jugendlichen in den vier Bereichen – Wort, Tanz, Bild, Klang – der Street Art definiert. In einem weiteren Schritt ermöglicht der Verein Jugendlichen, sich in ihrer jeweiligen Kunstform zu professionalisieren. Das Arbeitsfeld erstreckt sich über die drei Bausteine kulturelle Bildung, internationaler Austausch und künstlerische Förderung. Neben der festen Pottporus Dance School mit Tanzkursen werden vor allem Projekte, Workshops und Tanztheaterproduktionen mit und in Schulen, weiteren kulturellen Einrichtungen und Theaterhäusern realisiert. Zudem führen Zusammenarbeiten und Partnerschaften zu internationalen Austauschprogrammen mit Workshop-Wochen oder gemeinsamen Bühnenproduktionen.

🔗 www.pottporus.de

Wirtschaftliche Effekte

Die Aktivitäten des Vereins werden ausschließlich durch Projektförderungen und Kooperationen ermöglicht. Somit finanziert sich die Arbeit mit Jugendlichen bislang ausschließlich projektbezogen mit unterschiedlichen Kooperationspartnern.

Durch die jahrelange Förderung und Begleitung der jungen Tänzer steigt der Nachwuchs an professionellen Künstlern. So können einige Jugendliche „von damals“ nun ihren Lebensunterhalt mit ihrem Talent verdienen und sind sowohl als Künstler international unterwegs oder unterrichten in verschiedenen Tanzschulen oder Projekten (über Pottporus hinaus).

Kulturelle Impulse

Pottporus e. V. hat den Anspruch, junge Kreative, egal welcher (künstlerischen) Herkunft und ob mit oder ohne (künstlerische) Ausbildung, nachhaltig zu för-



dern und ihnen eine Perspektive zu eröffnen. Durch die eigene Projektentwicklung und durch die vier Bereiche von Pottporus e. V. haben junge Menschen die Möglichkeit, an künstlerischen Prozessen teilzuhaben und sich mit professioneller Unterstützung zu entwickeln. Pottporus e. V. nimmt aus den Bereichen der Street Art Strömungen und Entwicklungen auf und verbindet sie mit etablierten Kunstformen bzw. als Kooperationspartner mit etablierten Kulturinstitutionen.

Pottporus e. V. reflektiert eine Gesellschaft, die durch einen interkulturellen und demografischen Wandel geprägt ist. Um die Tendenzen und Auswirkungen dieser Prozesse in die künstlerische Arbeit zu integrieren, setzt sich Pottporus e. V. mit der Lebensrealität der Menschen des Ruhrgebiets auseinander – immer in der Erwartung, die eigene Arbeitsweise und die künstlerischen Ausdrucksformen zu hinterfragen und neu zu definieren.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Der Verein, der im Ruhrgebiet beheimatet ist und sich mit der Lebenswelt der Jugendlichen auseinandersetzt, fördert durch seine Arbeit den interkulturellen Dialog in der Region. Gleichzeitig übernimmt der Verein zusammen mit den Jugendlichen Verantwortung im Kontext urbaner Entwicklungsprozesse. So ist zum Beispiel das Junge Pottporus erster Ansprechpartner der Stadt Herne für die Jugendkulturszene der urbanen Künste. Mit „Renegade“, der professionellen Tanzcompagnie von Pottporus, entwickeln sich die urbanen Tanzformen zur Hochkultur mit dem Residenz-Programm am Schauspielhaus Bochum oder Gastspielen u. a. in Monte Carlo, Paris und London.

Ausblick

2013 soll der Schwerpunkt auf den Aufbau eines Zentrums für urbane junge Kultur gesetzt werden. Geplant ist ein regelmäßiger Spielbetrieb in der Aula der Realschule Crange. Um das künstlerische Profil der Spielstätte zu schärfen, werden Gastspiele aus der regionalen urbanen Kulturszene integriert. Des Weiteren soll die zweite Choreografen-Residenz fortgeführt und weitere Produktionen sollen realisiert werden.



Ausprechpartner

Tanja Engel, Renegade Company Managerin
Mail: t.engel@pottporus.de

Kama Frankl, Leitung Junges Pottporus
Mail: k.frankl@pottporus.de

Zekai Fenerci, Geschäftsführer Pottporus e.V.
Mail: z.fenerci@pottporus.de





Ansprechpartnerin
Nunzia Galati
Tel.: 0201 4903600
Mail: info@ruhrdesigner.de
www.nunziagalati.de
www.ruhrdesigner.de

RUHRDESIGNER

Essen und Metropole Ruhr

→ Die Initiative „ruhrdesigner“ bündelt Designer aus dem gesamten Ruhrgebiet, um alle Gestalter der Region über die Reviergrenzen erkennbar zu machen. Ins Leben gerufen wurde die Initiative von Nunzia Galati und Michael Gehlert 2008. Einmal im Monat gibt es die städteübergreifende Informationsrunde „ruhrdesigner“. Hier wird informiert, diskutiert, beraten, Kontakt geknüpft und weiterempfohlen. Außerdem werden gemeinsame Veranstaltungen wie Messeteilnahmen, Verkaufs- und Präsentationsveranstaltungen (Markttag in der planbar4) unter dem Dach der ruhrdesigner organisiert und durchgeführt. Die Runde ist offen für Designinteressierte und Designer aller Sparten.

www.ruhrdesigner.de

Wirtschaftliche Effekte

Ziel des Netzwerks ist es, durch Kontakt geschäftliche Beziehungen und Kooperationen untereinander und mit anderen Unternehmen zu initiieren sowie die

Aufmerksamkeit auf das Potenzial der Designer und deren Angebote zu erhöhen. Dies erfolgt durch gemeinschaftliche Auftritte wie z. B. auf dem Gemeinschaftsstand der ruhrdesigner auf der Messe SHK oder dem „Markttag der ruhrdesigner“ in der planbar4, auf dem Designer ihre Produkte und Dienstleistungen über 1.000 Besuchern vorstellten.

Kulturelle Impulse

Die ruhrdesigner versuchen, die industrielle Vergangenheit des Ruhrgebiets mit in ihre Arbeit einfließen zu lassen und sie positiv zu interpretieren und somit auch den Wandel in der Kultur des Ruhrgebiets zu dokumentieren und damit kulturelle Impulse zu setzen.

Ausblick

Das Netzwerk „ruhrdesigner“ entwickelt sich zur Plattform der Designer aller Sparten im Bereich der Metropole Ruhr. Die ruhrdesigner wollen sich als Ansprechpartner/Anlaufstelle für Unternehmen, die mit Designern aus dem Ruhrgebiet arbeiten wollen, eta-

blieren und hier eine Vermittlerposition zwischen Designern und Unternehmen einnehmen.

Ansprechpartner

Michael Gehlert
EWG - Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Lindenallee 55
45127 Essen
Tel.: 0201 8202413
Fax: 0201 8202495
Mail: michael.gehlert@ewg.de
www.essenskreative.de

SCHAURÄUME



→ Das Kapitel Schauräume stellt Veranstaltungen aus und für die Kultur- und Kreativwirtschaft Ruhr vor, denn nichts ist besser als live! Der Trend zum realen Hören, haptischen Einkaufen und erlebbaren Auführungen ist ungebrochen, in manchen Branchen feiert er dank der hohen Reichweite digitaler Medien auch Rekorde. Kreativwirtschaft bleibt daher in hohem Maße angewiesen auf Sichtbarkeit – nicht im Internet, sondern in Ausstellungsräumen, in Museen oder Messen: in realen Schauräumen! In der Region sind viele Veränderungen und neue Trends zu beob-

achten, daher ist die folgende Liste keine Auswahl der wichtigsten Events im Ruhrgebiet – dazu genügt ein Blick in die bekannten Veranstaltungskalender. Vielmehr können Sie hier über die Entwicklung neuer Ausstellungs- und Veranstaltungsformate im Ruhrgebiet lesen. Experimente tun not, damit die Städte für Unternehmen, ihre Werbung und Geschäfte attraktiv bleiben – sie sind damit für die künftige Attraktivität der Region und die überregionale Ausstrahlung der Kreativwirtschaft Ruhr von hoher Bedeutung.

Schauen Sie doch mal rein bei:

→ [bild.sprachen](#)

→ [Creative Stage Ruhr](#)

→ [KUBOSHOW](#)

→ [Mitternachtmarkt](#)

→ [Mülheimer Schaufensterwettbewerb](#)

→ [popdesignfestival – pdf](#)

→ [theaterkohlenpott](#)

→ [URBANATIX](#)

→ [Wertstadt](#)

BILD.SPRACHEN

Gelsenkirchen

→ Das Projekt bild.sprachen entwickelt seit 2008 Projekte zum Thema Fotografie, die in und mit dem Stadtteil Gelsenkirchen entstehen. Verortet im Stadtquartier Gelsenkirchen-Süd (→ **S. 28/29**) oder im Stadterneuerungsgebiet Gelsenkirchen-Südost arbeitet bild.sprachen in und mit dem Stadtteil und richtet seinen Blick gleichzeitig auf regionale, nationale und internationale Akteure und Projekte.

Mit nationaler bis internationaler Ausrichtung findet jährlich die bild.sprachen-Messe statt, deren Schwer-



punkt auf Fotografie an der Schnittstelle zwischen Werbung/Kommunikation und Kunst liegt. Darüber hinaus realisiert bild.sprachen Fotografieausstellungen mit Kooperationspartnern und Akteuren aus dem Ruhrgebiet, aus ganz Deutschland und teilweise internationalen Partnern, unterhält eine Stadtteilgalerie, gibt die fotografische „Digitale Stadtteil-Zeitung“ heraus, bietet Fotoworkshops an und ist maßgeblich an der Entwicklung der „Galeriemeile Gelsenkirchen“ beteiligt.

🔗 www.bildsprachen.de

Wirtschaftliche Effekte

Die unter dem Label bild.sprachen im Wissenschaftspark Gelsenkirchen (→ **S. 78/79**) stattfindende Messe schafft einen Überblick über Fotografietrends an der Schnittstelle zwischen Kommerz, öffentlicher Information und Werbung. Sie ist Marktplatz und Branchentreffpunkt zugleich für Anbieter und Nachfrager von Fotografearbeiten.



Die Messe versteht sich als Kontaktbörse für Produzenten und Nutzer. (Junge) Fotografen präsentieren ihre Arbeit vor einem breiten potentiellen Markt. bild.sprachen will dazu beitragen, dass die in der Region exzellent ausgebildeten Fotografinnen und Fotografen hier, im wirtschaftlichen Zentrum Europas, auch beste Entfaltungsmöglichkeiten finden.

Kulturelle Impulse

Das fotografierte Bild ist Informations-, Kommunikations- und Emotionsträger Nummer eins und für die Werbe- sowie Journalismusbranche von entscheidender Bedeutung.

Für diese Art der Kommunikation kann man insbesondere im Ruhrgebiet auf eine lange und gewachsene künstlerische Tradition zurückgreifen. Hochschulen, Ausbildungsbetriebe und Unternehmen bilden seit Jahrzehnten in der Fotografie auf höchstem Niveau aus und haben Fotografen mit internationaler Anerkennung hervorgebracht.

Als Fotografiestandort wird die Region jedoch nach wie vor nur unzureichend wahrgenommen, und immer noch wandern viele Fotografinnen und Fotografen nach der Ausbildung ab in andere Metropolen wie München, Hamburg und Berlin, die ihnen scheinbar bessere Entfaltungsmöglichkeiten bieten. Die Messe unterstützt die internationale und nationale Wahrnehmung des regionalen Profils der Ruhrgebietsfotografie.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Das Projekt spielt eine zentrale Rolle bei der Zusammenführung der lokalen Kreativen unter dem Label „Galeriemeile Gelsenkirchen“: Entlang der Bergmannstraße mit der höchsten Galeriedichte im Ruhrgebiet,

zwischen dem Baudenkmal Heilig-Kreuz-Kirche, der preisgekrönten Glasarkade des Wissenschaftsparks, dem Skulpturenwald Rheinelbe bis hin zur Künstlersiedlung Halfmannshof, bilden Ateliers und Studios im Quartier die „Galeriemeile Gelsenkirchen“. Zweimal im Jahr werden für ein ganzes Wochenende die Ateliers und Galerien geöffnet, Künstler und andere Kreative laden bei „Tür auf“ und „Licht an“ gemeinsam ein zum Entdecken, zu Vernissagen, Lesungen, klassischen Konzerten, zur Begegnung und zum kreativen Talk. Andere Projekte wie „Die digitale Stadtteilzeitung“ arbeiten mit und für die Bürger aus dem international geprägten Stadtgebiet Südost. Die Stadtteilzeitung berichtet in digitalen Bilderrahmen über das, was im Stadtteil und in der Nachbarschaft passiert.

Das Projekt bild.sprachen ist gemeinsam mit dem Büro für lokale Wirtschaftsentwicklung Gelsenkirchen-Südost Ansprechpartner für Ansiedlungen von Kreativen vor Ort.

Ausblick

Weiterhin möchte bild.sprachen mit dem Medium Fotografie kulturelle und wirtschaftliche Impulse für die Region setzen und dafür verschiedene Fotografie- und Ausstellungsprojekte weiterentwickeln und neu initiieren. Insbesondere die „Messe für Fotografie, visuelle Kommunikation und Marketing“ mit ihrem Angebot für Produzenten und Nutzer setzt immer wieder neue Schwerpunkte und Trends.



Ansprechpartner

Melanie Kemner und Peter Liedtke
 bild.sprachen
 Bergmannstraße 37
 45886 Gelsenkirchen
 Tel.: 0209 40858994
 Fax: 0209 40244568
 Mail: info@bildsprachen.de

CREATIVE STAGE RUHR

Metropole Ruhr

→ CREATIVE STAGE Ruhr bietet den Unternehmen der Kreativwirtschaft der Metropole Ruhr eine Bühne, um sich, ihre Geschäftsideen und Projekte auf eine multimediale und unterhaltsame Art zu präsentieren, miteinander zu diskutieren und mit anderen Kreativen ins Gespräch zu kommen. Das neue Netzwerkformat wurde von den Wirtschaftsförderungen Bochum, Dortmund und Duisburg in Kooperation mit der Agentur Heimatdesign im Jahr 2009 als gemeinsame Veranstaltungsreihe entwickelt.

Jeweils zehn kreative Köpfe präsentieren frische Ideen und unkonventionelle Projekte aus dem kreativwirtschaftlichen Bereich. Multimedial, unkompliziert und unterhaltsam, so zeigen sich Talente, Unternehmer und Köpfe der Region. Man erfährt in einer Mischung aus Vortrag und Film, Konzert und Lesung, Modenschau und Vorführung alles über aktuelle Projekte aus der Metropole Ruhr. Jeder Programmteil ist auf maximal acht Minuten begrenzt. Dadurch erleben die Besucher einen kurzweiligen und abwechslungsrei-

chen Abend, der in den Pausen und zum Abschluss genügend Zeit bietet, um ins Gespräch zu kommen. So füllt sich die Netzwerkidee für Kreative mit Leben.

CREATIVE STAGE Ruhr ist von Beginn an als sich ausweitende Reihe in der Metropole Ruhr angelegt worden. Zwischenzeitlich sind auch die Wirtschaftsförderungen Essen, Herne und des Kreises Wesel als Kooperationspartner dabei, und von der wmr wurde CREATIVE STAGE in Mülheim an der Ruhr und Oberhausen veranstaltet. Unterstützt wird die Netzwerkveranstaltung vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes.

Bis Juli 2012 haben 17 Netzwerktreffen an verschiedenen Orten der beteiligten Städte stattgefunden. Eindrücke, Fotos und die Akteure der bisherigen Netzwerktreffen finden Sie dokumentiert auf der Website der CREATIVE STAGE.



🔗 www.creativestageruhr.de

Wirtschaftliche Effekte

Das Netzwerktreffen findet regelmäßig in allen beteiligten Städten der Metropole Ruhr statt und fördert damit die Zusammenarbeit und den Austausch der Kreativunternehmen über die Stadtgrenzen hinaus. CREATIVE STAGE Ruhr dient dem gegenseitigen Kennenlernen, dem Ideenaustausch sowie der Anbahnung von Kooperationen und Geschäftsbeziehungen. Bei der CREATIVE STAGE Ruhr präsentieren sich Unternehmen aus nahezu allen elf Teilbranchen der

Kreativwirtschaft. Damit ergeben sich Kooperationsmöglichkeiten über die eigene Teilbranche und Stadtgrenze hinaus.

Kulturelle Impulse

CREATIVE STAGE Ruhr trägt dazu bei, die Bedeutung der Metropole Ruhr als Standort für freischaffende Künstler und für kreativwirtschaftliche Betriebe zu verstärken.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

CREATIVE STAGE Ruhr findet in den jeweiligen Städten in unterschiedlichen Örtlichkeiten statt: Von der Szene-Veranstaltungshalle, dem Jazz-Club über einen Leerstand im Kreativquartier bis hin zum soziokulturellen Zentrum werden spannende Orte in den Fokus der Veranstaltung gestellt und Stadtentwicklungs-

prozesse in den Kreativquartieren und andernorts in der Metropole Ruhr unterstützt.

Ausblick

CREATIVE STAGE Ruhr hat sich als Veranstaltungsreihe in der Metropole Ruhr etabliert. Das erfolgreiche Format wird in den kommenden Jahren fortgeführt, und weitere Städte werden eingebunden.



Ansprechpartnerin

Marion Behn
Wirtschaftsförderung Bochum
Viktoriastraße 10
44787 Bochum
Tel.: 0234 9102450
Fax: 0234 9102434
Mail: mbehn@bochum.de

Ansprechpartner

Christian Weyers
Wirtschaftsförderung Dortmund |
DORTMUND.KREATIV.
Töllnerstraße 9-11
44122 Dortmund
Tel.: 0231 5029214
Fax: 0231 5024112
Mail: christian.weyers@stadtdo.de

Ansprechpartnerin

Susanne Kirches
Gesellschaft für Wirtschaftsförderung
Duisburg mbH
Dr.-Hammacher-Straße 49
47119 Duisburg
Tel.: 0203 3639351
Fax 0203 3639333
Mail: kirches@gfw-duisburg.de

Ansprechpartner

Michael Gehlert
EWG - Essener
Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Lindenallee 55
45127 Essen
Tel.: 0201 8202413
Fax: 0201 8202495
Mail: michael.gehlert@ewg.de

KUBOSHOW

Herne

→ Der direkte Kontakt zwischen dem Künstler und dem Endkunden ist die Besonderheit bei der jährlich im Oktober stattfindenden KUBOSHOW Kunstmesse. Es sind keine Galeristen zwischengeschaltet, die jungen Künstler verkaufen direkt an den Endkunden. Die Messe will die wichtige Arbeit der Galerien nicht stören, sondern vorbereiten. Ziel ist es, das Ruhrgebiet als Handelsstand-

ort, als „Erstmarkt“ für junge Kunst zu etablieren. Im Industriedenkmal Flottmann-Hallen (→ S. 56/57) in Herne findet die Messe seit 16 Jahren statt.

Dieser sogenannte erste Markt wird in Deutschland derzeit kein weiteres Mal in diesem Umfang besetzt. Die Künstler sind Kunststudenten (internationale Künstler, die per Stipendium nach Deutschland kommen und an nationalen Akademien studieren) und junge Profis ohne feste Galerieanbindung. Die Klientel ist für die stark wachsende Gruppe der jungen



Sammler, aber auch für Kunstvereine, Galeristen und Museen sehr attraktiv. Das Programm der Messe wird durch die gegenständliche Darstellung bestimmt. Den größten Raum nimmt die Malerei ein.

🔗 www.kuboshow.de

Wirtschaftliche Effekte

Zuvorderst erhalten junge Künstler im Ruhrgebiet eine besondere und leistungsstarke Verkaufsmöglichkeit. Der Umsatz der Messe ermutigt Galeristen,

auf junge Kunst zu setzen. Medien und somit Sammler werden auf den Kunsthandelsraum Ruhr aufmerksam, fragen ihn stärker nach und sorgen so für ein Umsatzwachstum in dieser Branche. Auf diese Weise haben sich auch andere Kunsthandelsstandorte erfolgreich entwickelt.

Kulturelle Impulse

Funktioniert der Kunsthandel, dann kommen die Künstler, die Sammler und die Medien. Ein Mehr an Touristen bedeutet wiederum eine höhere Nachfrage permanenter Kulturangebote wie Museen und Theater.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Ein wichtiger Indikator für Metropolen sowie für einen kulturell relevanten Großraum ist der Kunstmarkt und eine Kunstmesse im Speziellen.

Mit der erfolgreichen Ausrichtung von Kunstmesen gehen Glamour, Optimismus und ein intellektuel-



les Image einher. Das Volumen des Kunsthandels ist zudem ein wichtiger Gradmesser für das kulturelle Standing der ausrichtenden Region/der Stadt.

Auch die Metropole Ruhr könnte mit einer national bekannten Kunstmesse punkten. In einer Region, in der die Galeriendichte unterdurchschnittlich ist, kann eine Kunstmesse wie die KUBOSHOW dazu beitragen, die Region als ernstzunehmenden Kunsthandelsraum im Erleben der Fachpresse, der Sammler und der Künstler in den Blickpunkt zu rücken. Die Außenwahrnehmung wird gestärkt. Die gesteigerte Beachtung wiederum führt zu zunehmender Qualität und Vermeidung von Abwanderung. Dies hat auch

Auswirkungen auf das Selbstverständnis der Region als kulturreiche Metropole.

Ausblick

Die KUBOSHOW Kunstmesse muss weiter wachsen, um ihre Strahlkraft zu erhöhen. Hierzu wäre die Austragung an einem weiteren Ort im Ruhrgebiet nötig. Und zwar an einem besonderen Ort, der ruhrgebietstypische Architektur und Aufmerksamkeit bietet, um so die Messe in der Region zu verwurzeln und sie unverwechselbar zu machen. Ziel sollte es sein, jährlich zwei Nachwuchsmessen durchzuführen, die zusammen mindestens 150 junge internationale Künstler vorstellen.

Ausprechpartner

Holger Wennrich
 Der Ku UG
 Veilchenweg 16
 44651 Herne
 Tel.: 02325 797972
 Mobil: 0178 7979720
 Mail: wennrich@kuboshow.de

MITTERNACHTSMARKT

Bottrop

→ Bereits seit 2002 findet in Bottrop der Mitternachtsmarkt statt, zunächst alle zwei Jahre, seit der Kulturhauptstadt 2010 sogar jährlich. Der Kunst- und Designmarkt wurde von 2002 bis 2008 von der Tischlerei und dem Möbeldesignbüro machArt initiiert. Simone Hillebrand, selbständige Innenarchitektin, und Olaf Bensmann, Firmengründer des Unternehmens machArt, waren Hauptorganisatoren des Marktes.

Von 2002 bis 2008 fand der Designmarkt in den Werkstätten des Unternehmens machArt statt und bot somit zahlreichen Künstlern für die Präsentation ihrer Produkte eine besondere Atmosphäre. Da die Nachfrage größer wurde, suchte sich das Künstlernetzwerk eigenständig eine neue besondere Location, um die Atmosphäre des Marktes beizubehalten: In den Jahren 2010 und 2011 fand der Mitternachtsmarkt in der alten Lohnhalle und dem Malakoffturm der ehemaligen Zeche Prosper II statt, im Jahr 2012 wird er in der Heilig-Kreuz-Kirche stattfinden.

Ziel des Mitternachtsmarktes ist es, die in Bottrop und Umgebung ansässigen Künstler, Kommunikations- und Grafikdesigner in Szene zu setzen. An jeweils drei Tagen im Dezember wird ihnen mit dem Event ein Raum geboten, in dem sie jeweils bis mitternachts ihre Produkte bewerben können. Für die Aussteller ist der Markt ein wiederkehrendes Netzwerktreffen, das den Austausch untereinander verstärkt. Der Markt beeindruckt die Besucher durch qualitativ hochwertige Produkte, wie z. B. bis zu drei Tonnen schwere Steinskulpturen, exklusives Kunsthandwerk, Malerei, Mode-, Möbel und Schmuckdesign und vieles mehr.

Wirtschaftliche Effekte

Der Mitternachtsmarkt bildet in Bottrop eine wichtige Keimzelle für die Kreativwirtschaft, da er einen Versammlungsort für Kreative u. a. aus Bottrop, Gelsenkirchen und Mülheim darstellt. Dabei entstehen nicht nur monetäre Effekte durch die direkten Einnahmen der verkauften Produkte, sondern auch Sy-



nergien für Unternehmen aus den Bereichen Kunstmarkt, Darstellende Künste, Designwirtschaft und Werbemarkt.

Gleichzeitig zieht der Mitternachtsmarkt viele Tagestouristen an, die bei ihrem Besuch die gesamte Innenstadt einbeziehen, und Einzelhändler und Gastronomen verzeichnen Umsatzsteigerungen.

Kulturelle Impulse

Der Mitternachtsmarkt wurde durch die Initiative einiger Kreativunternehmer etabliert und wird nun erfolgreich von einem Netzwerk von Künstlern fortgesetzt, in dem die Veranstaltungen in Kooperation mit der Bottroper Künstlerszene geplant und organisiert werden.

Durch die gemeinsame Gestaltung des Marktes wird daher die Netzwerkarbeit innerhalb der kreativen Klasse in der Stadt Bottrop und darüber hinaus gefördert. Während einerseits bei den Ausstellern neue Ge-

schäftsideen entstehen, werden andererseits die Besucher des Marktes zu kreativem Handeln ermuntert.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Durch die Nutzung des ehemaligen Zechengeländes Prosper II für den Mitternachtsmarkt in den Jahren 2010 und 2011 wurden neue Besucher auf den spannenden Standort aufmerksam. Andere Veranstaltungen wie die Extraschicht tragen zur Etablierung als Kulturort bei.

Ähnliche Effekte sind für die Bespielung der Heilig-Kreuz-Kirche im Jahr 2012 zu erwarten. Die Überle-

gungen zur Nachnutzung der seit 2007 profanierten Heilig-Kreuz-Kirche, die im Rahmen des Kulturhauptstadtjahres zur Projektfamilie „Kulturtankstelle“ gezählt wurde, sind noch nicht abgeschlossen. Aufgrund der besonderen architektonischen, künstlerischen und liturgiegeschichtlichen Qualität der Kirche sollten allerdings künftige Nutzungen Bau und Ausstattung möglichst geringfügig oder gar nicht verändern. Die Zwischennutzung der Kirche als Raum für den Mitternachtsmarkt kann neue Impulse für eine Nachnutzung setzen und die in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt gelegene Kirche wiederbeleben.

Ausblick

Der Mitternachtsmarkt soll weiterhin jährlich stattfinden und sich zu einer Kulturmarke für Bottrop entwickeln. Dazu soll er in Zukunft noch zielgerichteter vermarktet werden, und es sollen weitere Designer als Aussteller gewonnen werden.

Möglich und angedacht ist weiterhin die Ausweitung auf andere Standorte. Neue Kultursparten und Kunstgewerke sollen ständig eingebunden werden, um die Besonderheit des Mitternachtsmarktes und seine Einzigartigkeit weiter auszubauen.



Ansprechpartnerin

Gabriele Spicker
 Stadt Bottrop
 Wirtschaftsförderung
 Kirchhellener Straße 12
 46236 Bottrop
 Tel.: 02041 703742
 Mail: gabriele.spicker@bottrop.de
 www.bottrop.de

MÜLHEIMER SCHAUFENSTERWETTBEWERB

Mülheim an der Ruhr

→ Der Schaufensterwettbewerb bringt Kreativschaffende mit dem inhabergeführten Einzelhandel der Mülheimer Innenstadt zusammen. Gemeinsam überlegen jeweils ein Kreativschaffender und ein Einzelhändler, wie sich unter einem bestimmten Motto ein Fenster gestalten lässt. Der Wettbewerb wurde im Jahr 2011 von der Mülheim & Business GmbH Wirtschaftsförderung ins Leben gerufen und war der Mülheimer Beitrag zum ruhrgebietsweiten Festival „extraklasse!“ (→ S. 84/85). Schon bei der Premiere wurde der Wettbewerb gut angenommen, die Medien berichteten ausführlich und es entstanden viele bunte, fröhliche, spannende und überraschende Schaufenster. 2012 nahmen auf Seiten der Kreativschaffenden vor allem Fotografen, Kommunikations-, Mode- und Schmuckdesigner, Agenturen und Künstler an dem Wettbewerb in mehr als 40 Einzelhandelsgeschäften teil. Ziel ist, die Kreativschaffenden durch begleitende Aktionen und Veranstaltungen untereinander zu vernetzen, ihnen eine öffentliche Plattform zu bieten, die Kreativwirtschaft in den Medienfokus zu rücken und die kreativen

Talente mit den Einzelhändlern und damit mit potentiellen neuen Auftraggebern zu vernetzen.

Wirtschaftliche Effekte

Der Wettbewerb führt zu Aufträgen und zu weiterführenden Ausstellungsangeboten für die teilnehmenden Kreativen. Er stößt in Mülheim auf großes mediales Interesse, so dass sich für die Kreativschaffenden insgesamt ein Mehrwert im Bereich PR und Marketing sowie in der Vernetzung mit potenziellen Auftraggebern ergibt. Die Dokumentation des Schaufensterwettbewerbs kann auf Anfrage bestellt werden.

Kulturelle Impulse

Zu über 90 Prozent handelt es sich bei den Teilnehmern des Schaufensterwettbewerbs um individuelle, inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte. Durch den Wettbewerb entsteht ein neues Stadtbewusstsein, das kreative Ressourcen aufzeigt, auf Identität und Individualität abzielt und einen Schaufenster-Rundgang zum Erlebnis macht.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Der Schaufensterwettbewerb bildet einen Baustein in der Bespielung und der Belebung der Innenstadt und setzt damit einen Impuls zum kreativen Umdenken. Regelmäßig werden in Kooperation mit der Mülheimer Stadtmarketing- und Tourismus GmbH während des Wettbewerbs Schaufenster-Führungen angeboten. Durch die Einbindung möglichst vieler Menschen in den Vorbereitungsprozess, wie z. B. Schulklassen, beginnen Bürgerinnen und Bürger, sich verstärkt und aus einem anderen Blickwinkel mit ihrer Innenstadt auseinanderzusetzen.

Ausblick

Der Wettbewerb wurde auf die gesamte Innenstadt ausgeweitet und findet seit 2012 in über 40 Einzelhandelsgeschäften statt. Insbesondere der inhabergeführte Einzelhandel wird ungezwungen mit professionellen Kreativschaffenden aus Mülheim und der Umgebung zusammengebracht.



Ansprechpartnerin

Daniela Städter M.A.
PR & Marketing, Kreativwirtschaft
Mülheim & Business GmbH
Wirtschaftsförderung
Wiesenstraße 35
45473 Mülheim an der Ruhr
Tel.: 0208 484854
Mail: d.staedter@muelheim-business.de
www.kreativwirtschaft-muelheim.de

POPDESIGNFESTIVAL – PDF

Dortmund

→ Das popdesignfestival (pdf) ist das Festival im Crossover von Musik, Design und Urbanismus. 2010 entstand das Projekt im Design-Quartier Ehrenfeld in Köln als eine Mischung aus Konzerten, Workshops, Ausstellungen, Rundgängen und Parties an mehr als 20 Orten in Ehrenfeld. 2012 wurde das erfolgreiche Format durch Heimatdesign auch nach Dortmund gebracht. Im und rund um das Dortmunder U bis ins Unionviertel (→ **S. 40/41**) bietet das pdf innovative Veranstaltungsformate mit Impulsen aus dem und für das Viertel wie die Fahrradtour „Green City“ zum Strukturwandel oder den Workshop „Urban Agriculture“ auf einer Brachfläche.

🔗 www.popdesignfestival.de

Wirtschaftliche Effekte

Mit dem pdf als temporärer Bündelung der kreativen Orte und Akteure im Quartier soll die Aufmerksamkeit für das Unionviertel und seine dort ansässigen Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

gesteigert werden, um es langfristig als Wirtschaftsstandort für Kreative in Dortmund und der Region zu etablieren. Die Formate wie der Designmarkt oder der Coworking-Outbreak bieten neue Absatzmöglichkeiten bzw. eröffnen Einblicke in die Arbeitswelt von morgen.

Kulturelle Impulse

Im direkten Umfeld des Us entlang der Rheinischen Straße hat sich seit der Schließung entscheidender Arbeitgeber wie der Unionbrauerei und der Hoesch AG eine ganze Reihe Kreativer in den Leerständen niedergelassen. Dort haben sich neue Galerien und Ausstellungsräume angesiedelt, die sich unter dem Namen „Neue Kolonie West“ zu einem Netzwerk zusammengeschlossen haben und vierteljährlich zu einem kleinen Festival unter Beteiligung der Akteure einladen.

Dazu kommen zunehmend Projekte mit interregionalen und internationalen Partnern. Mit dem Format



pdf gelingt ein weiterer Schritt auf die interkommunale, interregionale Bühne.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Durch die Entwicklung des U-Turms und der umliegenden Unionbrache zu einem Standort für Kreativität, Innovation und Bildung mit überregionaler Ausstrahlungskraft sowie durch die Umsetzung der im Rahmen des Stadtumbaus entwickelten Projekte ist das Quartier in Bewegung geraten. Das Unionviertel definiert sich neu. Es werden Entwicklungsimpulse ausgehend vom U aufgegriffen und nutzbar gemacht. Dies geschieht im Wesentlichen durch Mar-

pop design festival

BIG PICTURE
FOTOEDITIONSVERKAUF
RHEINISCHE STR. 1
←←←←



ketingkampagnen, die stadtweit und überregional wirken und die symbiotische Verbindung zwischen U-Turm und Quartier sichtbar machen.

Ausblick

Das popdesignfestival Dortmund wird zukünftig jährlich im Unionviertel in Dortmund stattfinden. Die langfristige Kooperation mit dem Design-Quartier Ehrenfeld (Köln) ist geplant.

Ausprechpartnerin

Reinkild Kuhn
HEIMATDESIGN
Hoher Wall 15
44137 Dortmund
Tel.: 0231 9500328
Mail: info@heimatdesign.de
www.heimatdesign.de

Ausprechpartner

Christian Weyers
DORTMUND.KREATIV.
Wirtschaftsförderung Dortmund
Föllnerstr. 9-11
44122 Dortmund
Tel.: 0231 5029214
Mail: christian.weyers@stadtdo.de
www.dortmund-kreativ.de



Ausprechpartner

Frank Hörner
theaterkohlenpott Herne
Bruchstraße 30
44799 Bochum
Tel.: 02325 940430
Mail: info@theaterkohlenpott.de



THEATER KOHLENPOTT

Herne

→ Das theaterkohlenpott ist ein von der Stadt Herne und vom Land NRW unterstütztes freies Theater und produziert Kinder- und Jugendtheater mit dem Ziel, kulturelle Bildung zu fördern. Es nutzt die Flottmann-Hallen (→ S. 56/57) als Proben- und vor allem Spielstätte mit jährlich zwei Neuproduktionen und einem ständig wachsenden Repertoire. Spartenübergreifend werden in und vor den Flottmann-Hallen immer wieder Projekte und Performances durchgeführt. Stückentwicklungen mit Schulklassen und Jugendlichen, Schulprojekte, Fortbildungen und Workshops ergänzen das Angebot ebenso wie drei „Jungensembles“ für Jugendliche zwischen 12 und 23 Jahren und ein freiesensemble für junge Akteure ab 20 Jahren.

🔗 www.theaterkohlenpott.de

Wirtschaftliche Effekte

Das Theater ist mit seinen Produktionen, Projekten und seinem Engagement ein wichtiger Teil der kulturellen Bildung. Das Theater arbeitet mit Künstlern und

Dozenten aus Herne und NRW zusammen und versucht, Mitarbeiter aus der Region zu beschäftigen.

Kulturelle Impulse

Seit 2007 ist das theaterkohlenpott ein reines Kinder- und Jugendtheater und hat sich weit über die Landesgrenzen hinaus einen Namen erarbeitet. Ein Schwerpunkt ist die Stückentwicklung mit Kindern und Jugendlichen. Autoren- und Stückförderungen, Festivalnominierungen, Abspielförderungen und Gastspiele bestätigen die Arbeit. Kooperationen mit freien und städtischen Theatern über die Landesgrenzen hinaus sowie Projekte wie pottfiction (während der RUHR.2010) sind weitere Beispiele für Projektentwicklungen und Vernetzungen in der künstlerischen Landschaft NRWs.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Die Akteure des Theaters geben vielfältige Impulse für die kulturelle Entwicklung in der Stadt. Gemeinsam mit anderen kulturellen Anbietern wurden in

den letzten Jahren neue Konzepte entwickelt und umgesetzt (u. a. „Starte Stark“, Herner Jugendkulturpreis HERBERT), sowie bei der Umsetzung von Landesprojekten (Kulturstrolche, Kulturrucksack) wurde beratend und praktisch unterstützt.

Ausblick

Die künstlerische Weiterentwicklung, die Förderung von Nachwuchskünstlern und der kulturellen Bildung von Kindern und Jugendlichen sowie die Auswertung des Kulturangebots zu stärken sind auch zukünftig Ziele des Theaters. Besonders die Zusammenarbeit mit Schulen, Jugendverbänden etc. und die Vernetzung mit weiteren Kulturanbietern soll forciert werden.

URBANATIX

Bochum

→ URBANATIX beschreitet im Bereich der innovativen Ästhetik neue Wege und fördert junge Menschen in NRW mit dem Ziel, neue Impulse im kreativwirtschaftlichen Bereich zu setzen. Mit einem innovativen Projektansatz verlässt URBANATIX dabei „eingefahrene Gleise“ und verbindet moderne professionelle Artistik mit dem Bewegungspotenzial der urbanen Jugendkulturszene.

Die stark urbanen Strukturen im Ruhrgebiet sind der Humus, auf dem junge Menschen mit einem völlig unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergrund im Bereich urbaner Bewegungskünste ein ungeheures ästhetisches und kreatives Potenzial entfalten: Parkour, Freerunning, Tricking, Biken und Breakdance sind die verschiedenen Spielarten einer urbanen Jugendkultur, die es weiterzuentwickeln gilt. Denn die szenespezifischen Bewegungsformen, die von den Jugendlichen perfektioniert und erweitert werden, sind mehr als nur Sport: Sie sind künstlerischer Ausdruck der eigenen Individualität und werden dadurch in den

Städten immer mehr zu einem kreativen Sprachrohr der Jugend, das gehört werden sollte.

Nachdem im Jahr 2007 in der Bochumer Veranstaltungsagentur DACAPO die Idee entstand, junge Street-Art-Talente der Region mit Ausnahmekünstlern der modernen, internationalen Artistenszene zusammenzubringen, fanden im Frühjahr 2009 die ersten Castings statt. Ein Showteam aus ca. 45 jungen Street-Artisten im Alter von 16 bis 25 Jahren wurde zusammengestellt und die profanierte Marienkirche im ViktoriaQuartierBochum (→ S. 42/43) zur Trainingslocation. Der Projektansatz und das aufsehenerregende Training überstiegen alle Erwartungen, so dass URBANATIX noch vor den ersten Shows in der Bochumer Jahrhunderthalle im Mai 2010 zum offiziellen RUHR.2010-Projekt nachnominiert wurde.

🔗 www.urbanatix.de



Wirtschaftliche Effekte

URBANATIX gilt nicht nur als Keimzelle einer Schule für moderne Bewegungskunst, sondern auch als ein weltweit einmaliges Showformat, das kreativwirtschaftliche Wertschöpfungsprozesse sowie Alleinstellungsmerkmale generiert.

Als innovatives Kulturprojekt arbeitet URBANATIX kostendeckend und gibt Veranstaltern, kreativwirtschaftlich arbeitenden Unternehmen, Künstlern und Dienstleistern der Region wirtschaftliche Impulse. Davon profitierten 2010/2011 regionale Unternehmen wie zum Beispiel die Bochumer Veranstaltungsgesellschaft (BoVG), Unternehmen aus den Bereichen Veranstaltungstechnik und Visuelle Medien, Sound-, Video- und Filmproduktion, Requisitenbau, Transport

und Logistik, Catering, Hotelwesen sowie die Tourismusbranche, PR-, Werbe- und Marketing-Agenturen, Druckereien, Graphikdesigner, Fotografen, Social-Media-Marketingspezialisten, Artisten, Street-Artisten, Musiker, Regisseure, Choreographen, Kostümbildner und Trainer und Fachpersonal im Bereich Stagemanagement/Projektsteuerung/Projektassistenz/Inspeizienz. Durch URBANATIX als Vernetzungsplattform konnten diese regional angesiedelten Unternehmen wichtige Kontakte zu überregional agierenden Wirtschaftsunternehmen knüpfen und wichtige Folgeaufträge akquirieren.

Kulturelle Impulse

URBANATIX verbindet Kreativität und Wirtschaftlichkeit mit der szenen-, sozial- und kulturübergreifenden Förderung jugendkultureller Kreativpotenziale. Bei diesem Prozess nimmt URBANATIX Menschen aus den unterschiedlichsten Bereichen mit und vernetzt diese regional und international: die Jugendlichen – als den kreativen Nachwuchs der Region, kreativ-



schöpferisch arbeitende Jungunternehmer, Künstler und Kulturschaffende mit innovativen Ideen und Projekten sowie Unternehmen der Kreativwirtschaft, die bereits fest im Markt etabliert sind. Sie alle nutzen URBANATIX als Plattform, bringen innovative Ideen und Konzepte ein und vernetzen sich untereinander. Wirtschaftlich messbare Effekte, die aus diesem langfristig angelegten Prozess des kulturellen Wandels resultieren, werden sich in den nächsten Jahren verifizieren lassen.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Dass moderne Metropolen mit „kreativen Milieus“ im Bereich moderner Bewegungskunst und Artistik sowie innovativen Konzepten und Ausbildungsmodellen entscheidende Standortvorteile im Kultur-, Bildungs- und Wirtschaftsbereich nutzen können, lässt sich am Beispiel der National Circus School in Montreal zeigen. Denn hier werden nicht nur die regionalen kreativen Ressourcen genutzt, sondern mit innovativen Ausbildungskonzepten kreativ arbeitende und denkende Menschen aus aller Welt angelockt. Kreativität wird so zu einem Standortfaktor, der die Bevölkerung in den Genuss eines unglaublich vielfältigen Kulturangebots bringt, im Umfeld der Schulen aber auch eine ganz wesentliche Rolle bei der Erstellung von Produkten und Dienstleistungen spielt.

Nach den erfolgreichen Show-Inszenierungen 2010 und 2011 mit 29 nahezu ausverkauften Vorstellungen und weit über 30.000 Zuschauern geht das Er-

folgsformat in der Bochumer Jahrhunderthalle 2012 in die dritte Runde. Die Show sowie die Akademie für Bewegungskunst werden zu einem kreativwirtschaftlichen Nukleus Bochums und der Region.

Ausblick

Im November 2012 präsentiert sich URBANATIX erneut in der Jahrhunderthalle Bochum. Mit „URBANATIX CloseUp!“ werden neue internationale Weltklasse-Akrobaten, ein neu entwickeltes Bühnenbild und ein innovatives Visualisierungskonzept gezeigt, die es so bisher noch nicht gab. „CloseUp!“ macht die Kunst der Bewegung zum Thema der Show, nimmt Moves und Bewegungsabläufe in den Fokus und setzt diese in neue Bezüge.

Langfristig verfolgt URBANATIX das Ziel, im Ruhrgebiet eine Schule für moderne Bewegungskunst zu etablieren.

Ansprechpartner

Christian Eggert
 DAKAPO Kultur Offensiv!
 Halfmannswiese 53 B
 44879 Bochum
 Tel.: 0234 810 257-51

WERTSTADT

Mülheim an der Ruhr

→ Mülheim an der Ruhr ist Teil des Forschungsprojekts Experimenteller Städte- und Wohnungsbau (Ex-WoSt) „Innovationen für Innenstädte“. Aufgabe des Projekts ist es, innovative Konzepte im Rahmen des Forschungsauftrags zu entwickeln. Ein Teilbereich umfasst die Arbeit an Konzeptionen zur Zwischennutzung von Ladenlokalen. Die Stadt Mülheim an der Ruhr mietete 2012 für diesen Zweck ein leer stehendes Ladenlokal in der Innenstadt, das als Forum für den Prozess der Zukunftsgestaltung der Mülheimer Innenstadt zur Verfügung gestellt wurde. In enger Zusammenarbeit mit der Mülheim & Business GmbH



Wirtschaftsförderung und der Kreativwirtschaft wurde das Konzept „Wertstadt“ entwickelt, das die Innenstadt mit ihren sozialen, kulturellen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fragen zum Mittelpunkt eines Diskussions- und Aktionsforums macht. Der Prozess begann im März 2012 und ist zunächst bis Dezember 2012 terminiert. Das Veranstaltungsformat einer temporären Ladengemeinschaft „Wertsachen. Made in Mülheim“ vom 14. bis zum 17. Juni 2012 zog über 1.000 Interessierte an: 22 Kreativschaffende zeigten dort ihre Produkte.

🔗 www.wertstadt.info

Wirtschaftliche Effekte

Gruppen und Akteure, die sich bei und in der „Wertstadt“ beteiligen, erfahren durch die Präsentation eine Bewerbung ihrer Produkte im ganz neuen Rahmen und erzielen hohe Aufmerksamkeit. Durch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Internet, im Radio und in den Printmedien konnten neue Kunden-

kreise erschlossen werden und Netzwerke entstehen. Das Projekt „Wertstadt“ im Herzen der Innenstadt hat zu einer Belebung der City beigetragen und auch gezeigt, dass neue Kaufkraft generiert werden kann. Die „Wertstadt“ hat somit Vorbildfunktion für ähnliche Projekte, so zum Beispiel für die Zwischennutzung von Ladenlokalen in der Innenstadt.

Kulturelle Impulse

Die Angebote und Programme der „Wertstadt“ beschäftigen sich neben gesellschaftlichen, sozialen und wirtschaftlichen Themen vor allem mit kulturellen Themen. Es wird deutlich, dass sich viele Bürger ein offenes Beteiligungsforum wünschen und eigene Programme und Konzepte ausprobieren wollen, die ihnen die traditionellen Kultureinrichtungen mit einem oft homogenen Publikum nicht bieten. In der „Wertstadt“ kommen Menschen aus unterschiedlichen Alters- und Bildungsschichten zusammen und können dadurch auch ein Verständnis von Kultur neu definieren und so zu innovativen Ergebnissen kom-





men. Zudem haben sich neue Netzwerke von Kreativschaffenden gebildet, die bisher noch nicht zusammengearbeitet haben. Die Formate der Programme, die von Musik, Tanz, Bildender Kunst, Theater, Film, Performance und Literatur bis hin zu Workshops und Vorträgen reichen, sind in der „Wertstadt“ oft fließend und haben durch ihre Akteure auch zu neuen Ausdrucksformen gefunden.

Auswirkungen auf Stadtentwicklung

Eine Belebung des Standorts mit neuen Aktivitäten hat zu einer Vitalisierung der Innenstadt geführt und

ein positives und offenes Klima für neue Planungsvorhaben geschaffen. Die Vielfalt der Themen und Programme wird von der Bevölkerung sehr gut angenommen und hat ein „Wir-Gefühl“ entstehen lassen, das genutzt werden kann.

Ausblick

Die „Wertstadt“ soll bis Ende des Jahres 2012 in der jetzigen Form bestehen bleiben, und es soll evaluiert werden, ob der Veranstaltungsraum mit großer Bürgerbeteiligung auch weiterhin bespielt werden kann oder ob neue Beteiligungsformen gefunden werden können.

Ausprechpartnerin

Cornelia Schwabe

Referat VI

Hans-Böckler-Platz 5

45468 Mülheim an der Ruhr

Tel.: 0208 4556041

Mail: cornelia.schwabe@muehlheim-ruhr.de

KURZPROFILE WMR UND ECCE

Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH

Gemeinsam stark für die Region

Die Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH (wmr) ist die regionale Wirtschaftsförderung für das gesamte Ruhrgebiet. Hier werden die kommunalen Interessen gebündelt, und es wird gemeinsam mit den 53 Städten das ökonomische Profil der Region entwickelt.

Aufgaben der wmr sind:

- Entwickeln und Umsetzen einer Gesamtstrategie für den Wirtschaftsstandort Metropole Ruhr
- Projektdesign und -realisierung
- Erstellen von Trendreports und Entwickeln neuer Themen
- Nationale und internationale Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Metropole Ruhr
- Akquisition und Beratung von Unternehmen in allen Fragen der Standortsuche
- Initiierung und Begleitung regionaler Netzwerke und Kompetenzzentren

- Bereitstellung wirtschaftsrelevanter Informationen über die Region
- Vermittlung von Netzwerken, Kontakten und Ansprechpartnern vor Ort

Wir suchen und bieten den ständigen Dialog, um die konkreten Bedarfe der Unternehmer und Unternehmerinnen vor Ort zu kennen und darauf aufbauend gemeinsam Projekte zu entwickeln, die unseren Wirtschaftsstandort stärken und Arbeitsplätze schaffen.

Als Serviceunternehmen ist die wmr, gemeinsam mit den kommunalen Wirtschaftsförderern, der zentrale Dienstleister und Ansprechpartner für alle wirtschaftsrelevanten Fragen in der Metropole Ruhr. Die wmr ist eine Gesellschaft des Regionalverbandes Ruhr (RVR).

Kreatives Potenzial der Region stärken

Für den Wandel der Metropole Ruhr spielen Kreativunternehmer aus wirtschaftlicher und Stadtentwick-

lungsperspektive seit langem eine besondere Rolle. Viele Gebäude und Orte wurden durch sie entdeckt und zu neuem Leben erweckt. Gleichzeitig wird die Innovationsfähigkeit der Kreativen zu einer immer stärker nachgefragten Ressource in den Wertschöpfungsketten klassischer Wirtschaftsbranchen wie z. B. der Automobilindustrie oder der Textilindustrie. Designer sind z. B. nicht nur als Gestalter von Objekten, sondern auch als Gestalter von Prozessen in nicht kreativwirtschaftlichen Märkten gefragt, um den Transfer von technologischen Innovationen auf die Bedarfe der Verbraucher (und umgekehrt) zu designen.

Die Wirtschaftsförderungen der Metropole Ruhr arbeiten seit dem Jahr 2007 gemeinsam an der Aufgabe, die Kreativwirtschaft Ruhr zu stärken und darüber zusätzliche Einkommens- und Beschäftigungseffekte für die Region zu erschließen. Die wirtschaftliche Bedeutung und Entwicklungspotenziale der Branche sind durch Analysen belegt. Es ist ein gemeinsames Anliegen der Wirtschaftsförderungen, die Zukunfts-

branche Kreativwirtschaft weiter auszubauen und neben den direkten ökonomischen Effekten auch neue Impulse für die Standort-, die Stadtentwicklung und das Image der Region zu ermöglichen.

Nicht zuletzt geht es darum, Hochqualifizierte und kreative Unternehmen aktiv an den Standort zu binden und zusätzlich Unternehmen und Talente von außerhalb für die Metropole Ruhr zu gewinnen.

european centre for creative economy GmbH

Das european centre for creative economy (ecce) hat seinen Ursprung in der Kulturhauptstadt RUHR.2010 – die erste Kulturhauptstadt Europas, welche die Kultur- und Kreativwirtschaft als tragende Säule ihres Programms begriffen und als Bestandteil der kulturellen Vielfalt anerkannt hat. Kultur- und Kreativwirtschaft ist der gemeinsame Nenner von elf kreativen und künstlerischen Branchen: von Kunst über Musik, Literatur, Film, Medien, Design und Architektur bis zur Games-Entwicklung. Im Ruhrgebiet steht die Kreativwirtschaft für ca. 51.000 Erwerbstätige und über 10.000 Unternehmen – trotzdem ist sie nicht nur Wirtschafts-, sondern auch inhaltlicher Querschnittsfaktor. Sie berührt die Kultur, Stadtentwicklung und Bildung gleichermaßen.

Kulturelle Impulse stärken

Als Institut der RUHR.2010 engagierte sich ecce für die konkrete Unterstützung der Akteure aus kreativwirtschaftlichen Bereichen sowie die Entwicklung

von Orten und Räumen für Kreativität und trieb die Kommunikation des Ruhrgebiets als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft voran. Weiterhin arbeitet ecce für das Strukturprojekt Kreativ.Quartiere Ruhr nach dem Konzept der integrativen Stadtentwicklung mit städtischen Behörden, Planungsämtern, Kulturbüros und Wirtschaftsförderungen zusammen. In enger Kooperation mit Initiativen der freien Szene, Künstlern, Kreativschaffenden sowie Unternehmen und Eigentümern moderiert ecce Prozesse, die in erfolgreiche Ergebnisse münden: Beispiele dafür sind das Atelierhaus in der Essener City Nord, das Kreativ.Quartier Lohberg in Dinslaken, die Games Factory Ruhr in Mülheim und das Musikzentrum im ViktoriaQuartierBochum.

Europäischen Austausch aktivieren

Mit dem Kulturmagazin 2010LAB.TV, heute LABKULTUR.TV, brachte ecce zu Beginn des Kulturhauptstadtjahres ein Medium an den Start, das mit kulturell und kreativwirtschaftlich ausgerichteten Film- und Blogbeiträgen den Austausch zwischen Ruhrgebiet und Europa aktiviert. Mittlerweile berichtet LABKULTUR.TV mit mehr als 20 Autoren regelmäßig aus dem Ruhrgebiet sowie fünf europäischen Partnerstädten und kooperiert z. B. mit dem Dortmunder U, der Ruhrtriennale, der Frankfurter Buchmesse, re:publica, und Arte Creative. Die Qualifizierung der Zugriffe belegt, dass LABKULTUR.TV aktuell das stärkste öffentlich geförderte Portal für Kultur und Kreativität in Europa ist.

Wandel gestalten

Im Oktober 2011 wurden ecce und die Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH (wmr) durch den Nachhaltigkeitsbeschluss des Landes NRW und des Regionalverbandes Ruhr damit beauftragt, in enger Abstimmung den weiteren Prozess der Entwicklung der Kreativ.Quartiere Ruhr zu profilierten Adressen der Kreativwirtschaft und Kulturorten in der Region zu begleiten. So wurde Ende 2011 die ecce GmbH mit Sitz am Dortmunder U gegründet. Neben der Weiterentwicklung kreativer Zentren durch die Initiierung und Moderation von städte- und ressortübergreifenden Arbeitskreisen sowie der Kommunikation und Promotion des Kreativstandorts Ruhr setzt ecce weiterhin Akzente in Europa, vermittelt, coacht, informiert und betreibt Networking an der Schnittstelle von Wirtschaft, Stadtentwicklung und Kultur.

Für ecce ist das Ruhrgebiet eine junge Region, die den Wandel ebenso bereits hinter als auch noch vor sich hat. Wir bringen Akteure und Institutionen mit dem Ziel zusammen, den Wandel zum Kreativ- und Zukunftsstandort Ruhr voranzutreiben und diesen überregional wie europaweit sichtbar zu machen.

Index	Seitenzahlen		
A			
Am Kanal, Herne	21, 23, 32/33		
Architekturmarkt	9, 14/15, 17, 28, 34, 64, 66, 70, 77, 78, 84		
Atelierhaus Schützenbahn, Essen	34/35		
B			
bild.sprachen, Gelsenkirchen	21, 28, 79, 95, 96/97		
Bochum	10, 21, 42/43, 48/49, 70/71, 74/75, 98/99, 110/111		
Bottrop	21, 102/103		
Brückstraßenviertel, Dortmund	21, 23, 24/25		
Buchmarkt	14/15, 30, 48, 88		
C			
City Nord, Essen	21, 23, 34/35		
Coworking Space co22, Hagen	21, 53, 54/55		
CREATIVE STAGE Ruhr	21, 38, 65, 95, 98/99		
CURE – Creative Urban Renewal	26, 27, 37, 54, 55, 64		
D			
Designwirtschaft	6, 7, 11, 14/15, 16, 17, 19, 28, 34, 39, 40, 46, 50, 51, 58, 59, 64, 70, 78, 84, 86, 93/94, 102, 104, 106, 111		
Dinslaken	8, 21, 36/37		
Dortmund	10, 19, 21, 24/25, 40/41, 98/99, 106/107, 115		
Duisburg	10, 19, 21, 38/39, 58/59, 72/73, 88/89, 98/99		
E			
ecce	4, 7, 8, 9, 10, 11, 34, 35, 40, 89, 114/115		
Elbershallen – Freizeit- und Kulturfabrik, Hagen	26/27		
Ennepe-Ruhr-Kreis	21, 50/51		
Essen	21, 34/35, 64/65, 86/87, 93/94, 99/100		
european centre for creative economy	4, 7, 8, 9, 10, 11, 34, 35, 40, 89, 114/115		
F			
Filmwirtschaft	14/15, 17, 38, 56, 62, 64, 70, 72, 74, 77, 86, 110, 113		
Florida, Richard	16, 17		
		Flottmann-Hallen, Herne	21, 53, 56/57, 100, 109
G			
		Game Development Initiative Ruhr, Mülheim	8, 21, 81, 82/83
		Games Factory Ruhr, Mülheim	8, 9, 21, 53, 62/63, 82/83
		Gelsenkirchen	10, 21, 28/29, 68/69, 78/79, 98/97
		Gelsenkirchen-Süd, Gelsenkirchen	21, 23, 28/29, 78, 79, 97
H			
		hafenkult e. V., Duisburg	21, 53, 58/59
		Hagen	21, 26/27, 54/55
		Hamm	21, 44/45
		Herne	9, 21, 32/33, 56/57, 90/91, 98/99, 100/101, 109/110
		Herten	21, 30/31
		Herten-Süd: Urban Pop & Social Innovation,	21, 23, 30/31
		Herten	
		Junges Pottporus, Herne	9, 21, 81, 90/91
K			
		kitev – Kultur im Turm e. V., Oberhausen	21, 53, 60/61
		Kreativer Gewerbehof „Alte Kaffeerösterei“, Lünen	21, 53, 66/67
		Kreative Klasse e. V.	21, 49, 65, 81, 86/87, 104/105
		KreativKraft Mülheim	21, 81, 86/87
		Kreativkreis Ruhrort, Duisburg	21, 38/39, 81, 88/89
		KreativQuartier.Am Kanal, Herne	21, 23, 32/33
		KreativQuartier City Nord, Essen	21, 23, 34/35
		KreativQuartiere Ruhr	9, 33/33, 34/35, 36/37, 38/39, 40/41, 42/42, 62/63, 64/65, 115
		KreativQuartier Games Factory Ruhr, Mülheim	8, 9, 21, 53, 62/63, 82, 83
		KreativQuartier Lohberg (KQL), Dinslaken	9, 21, 23, 36/37
		KreativQuartier Ruhrort, Duisburg	21, 23, 38/39, 88
		KreativQuartier Scheidt'sche Hallen, Essen	21, 53, 64/65
		KreativQuartier ViktoriaQuartierBochum, Bochum	10, 21, 23, 42/43, 48, 74, 75, 110

KreativQuartier Unionviertel, Dortmund	21, 23, 40/41, 106	Rohrmeisterei – Zwischen Stadt und Fluss,	21, 23, 46/47
Kreis Recklinghausen	21, 30/31	Schwerte	
Kreis Unna	21, 46/47, 66/67	ruhrdesigner	21, 81, 92/93
Kreis Wesel	21, 36/37	Ruhrort, Duisburg	21, 23, 38/39, 81, 88/89
KUBOSHOW, Herne	21, 56, 95, 100/101	Ruhr.2010	4, 7, 9, 18, 84, 89, 90, 109, 110, 115
Kunstmarkt	14/15, 18, 24, 28, 33, 34, 37, 39, 41, 44, 46, 48, 50, 56, 58, 60, 64, 66, 70, 96/97, 100/101 102/103, 113	Rundfunkwirtschaft	14/15, 72/73, 74/75
Kulturgebiet Consol, Gelsenkirchen	21, 53, 68/69	S	
Kulturwerk Lothringen, Bochum	21, 53, 70/71	SAE Institute, Bochum	21, 43, 53, 74/75
L		Scheidt'sche Hallen, Essen	21, 53, 64/65
Leipzig Charta	8	Schwerte	21, 46/47
Lohberg	9, 21, 23, 36/37	Software-/Gamesmarkt	6, 7, 8, 9, 14/15, 17, 18, 19, 62/63, 82/83
Lünen	21, 66/67	Steigerhaus, Oberhausen	21, 53, 76/77
M		T	
Markt für Darstellende Kunst	9, 10, 12, 14/15, 16, 19, 56, 68, 85, 90, 108/109, 110/111	theaterkohlenpott, Herne	21, 56, 95, 109/110
Martin-Luther-Viertel, Hamm	21, 23, 44/45	U	
MedienBunker Marxloh, Duisburg	21, 53, 72/73	URBANATIX, Bochum	10, 21, 42, 95, 110/111
Messe bild.sprachen, Gelsenkirchen	21, 28, 79, 95, 96/97	Unionviertel, Dortmund	21, 23, 40/41, 106
Mitternachtsmarkt, Bottrop	21, 95, 102/103	V	
Mülheim an der Ruhr	8, 9, 21, 62/63, 82/83, 86/87, 98/99, 104/105, 112/113	Viertelvor, Bochum	21, 23, 48/49
Mülheimer Schaufensterwettbewerb, Mülheim	21, 95, 104/105	ViktoriaQuartierBochum, Bochum	10, 42/43, 48, 74, 75, 11, 115
Musikwirtschaft	6, 14/15, 24, 30, 34, 38, 42, 43, 50, 56, 68, 70, 106	W	
O		Werbemarkt	14/15, 38, 64, 96, 102
Oberhausen	21, 60/61, 70/71, 98/99	Wertstadt, Mülheim	21, 95, 112/113
P		wmr	4, 7, 8, 9, 10, 11, 98/99, 114, 115
popdesignfestival – pdf, Dortmund	21, 95, 106/107	Wiesenviertel, Witten	21, 23, 50/51
Pottporus e. V., Herne	9, 21, 81, 90/91	Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH	4, 7, 8, 9, 10, 11, 98/99, 114, 115
Pressemarkt	6, 14/15	Wissenschaftspark, Gelsenkirchen	21, 28, 53, 78/79, 96, 97
R		Witten	21, 50/51
Rheinische Straße, Dortmund	40/41		

Herausgeber:**wirtschaftsförderung** 

Wirtschaftsförderung metropoleruhr GmbH
Ruhrstraße 1
45468 Mülheim an der Ruhr
Tel.: 0208 3055290
www.business.metropoleruhr.de



european center for creative economy GmbH
Emil-Moog-Platz 7
44137 Dortmund
Tel.: 0231 22227500
www.e-c-c-e.com

Bildnachweis:

Seite	Titel
Titelseite	Chrom Galerie im Viertelvor, Bochum
S. 3	Chrom Galerie im Viertelvor, Bochum
S. 10	Lohnhalle local heroes, Dinslaken
S. 11 li.	Creative Stage 2011, Oberhausen
S. 11 re.	1. Designermarkt Elbershallen, Hagen
S. 13	URBANATIX in der Jahrhunderthalle, Bochum
S. 24	Brückviertel, Dortmund
S. 25	Brückviertel, Dortmund
S. 26	Bühne Elbershallen, Hagen
S. 27 li.	Fassadentanz Elbershallen, Hagen
S. 27 re.	Front Elbershallen, Hagen
S. 28	Galeriemeile, Gelsenkirchen
S. 29 li.	Bochumer Straße, Gelsenkirchen
S. 29 re.	Künstlersiedlung Schmiede, Gelsenkirchen
S. 31 li.	Constellation, Herten
S. 31 mi.	Im Reich des Katzenkönigs, Herten
S. 31 re.	Der besondere Laden, Herten
S. 32 li.oben	Unser Fritz, Herne
S. 32 re. oben	Künstlerzeche, Herne
S. 32 unten	Illumination Unser Fritz, Herne
S. 34	Atelierhaus Schützenbahn 19/21, Essen
S. 35 li.	Unperfekthaus, Essen

Unterstützt durch:

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen

**Gestaltung:**

FREIWILD Kommunikation
www.freiwild-kommunikation.de

Druck:

WOESTE DRUCK + VERLAG GmbH & Co KG

Stand: November 2012

Autor

Stadt Bochum, Presseamt
Stadt Bochum, Presseamt
RAG Montan Immobilien GmbH
Daniel Sadrowski
Christian Köhler
Stadt Bochum, Presseamt
domicil Dortmund
Ekkehard Reinsch
Christian Isenbeck
Michael Kleinrensing
Christian Isenbeck
Andreas Weiss
Christiana Hemke
Christoph Schwarte
Stadt Herten
Second Unit Image, A. Chrost
Second Unit Image, A. Chrost
Stadt Herne, Thomas Schmidt
Stadt Herne, Thomas Schmidt
Stadt Herne, Thomas Schmidt
Emily Jeuckens
Reinhard Wiesemann

S. 35 re.	Fassaden-Galerie, Essen	Reinhard Wiesemann
S. 36	KQL Hof, Dinslaken	RAG Montan Immobilien GmbH
S. 37	Zentralmaschinenhaus, Dinslaken	RAG Montan Immobilien GmbH
S. 38	Location Gemeindehaus, Duisburg	GFW Duisburg
S. 39 oben	Schimmi-Tour 2012, Duisburg	Dagmar Dahlen
S. 39 unten	Fabrikstraße, Duisburg	GFW Duisburg
S. 41 li.	Unionviertel, Dortmund	Haiko Hebig
S. 41 re.	Unionviertel, Dortmund	Haiko Hebig
S. 42	Urbanatix Marienkirche, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 42	Konzerthaus Schnitt, Bochum	Bez + Kock Generalplaner GmbH, Stuttgart
S. 43 li.	Planung Nutzung Katholikentags- bahnhof, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 43 re.	Stadttor – Kunstlichttor Viktoriastr., Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 44	La Fête, Hamm	Thorsten Hübner
S. 45 li.	Künstler, Hamm	Thorsten Hübner
S. 45 re.	Martin-Luther-Viertel, Hamm	Thorsten Hübner
S. 46	Lichtskulptur „Less sauvage than others 2007-2010“	Ralpg Bodemer
S. 47	Bürgerstiftung Rohrmeisterei, Schwerte	Tobias Bäcker
S. 48	Café Bochum Ehrenfeld, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 49 li.	Chrom Galerie im Viertelvor, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 49 re.	Thomas Zehnter in Ehrenfeld, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 49 re.	Edda Minck, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 50	Knuts Bistro, Witten	Waldemar Riedel
S. 51 li.	Nachtasyl II – Theater in leer stehenden Ladenlokalen, Witten	Waldemar Riedel
S. 51 re.	Knuts Terrasse, Witten	Waldemar Riedel
S. 51 re.	Wiesenviertelfest 2012, Witten	Thorben Meybauer
S. 54	Eingang co22 in Fischoptik, Hagen	Murat Karaca
S. 55 li.	co22 Innenraum, Hagen	Murat Karaca
S. 55 re.	Arbeitssitzung co22, Hagen	Westphalische Rundschau, Theo Schmettkamp
S. 57 oben li.	Flottmann-Hallen Rückansicht mit Skulptur, Herne	Christian Strueder
S. 57 oben re.	Flottmann-Hallen Frontansicht, Herne	Stadt Herne
S. 57 unten	Flottmann-Hallen Innenansicht, Herne	Flottmann-Hallen
S. 58	hafenkult – Ausstellung, Duisburg	Ralf Grosseck
S. 59 oben	hafenkult – Atelier, Duisburg	Ralf Grosseck
S. 59 mitte	hafenkult – Eingang, Duisburg	Ralf Grosseck
S. 59 unten	hafenkult – Hallen, Duisburg	Ralf Grosseck
S. 61 li.	Entschleuniger, Oberhausen	kitev – Ateliers Stark
S. 61 re.	Museumsbahnsteig, Oberhausen	kitev – Ateliers Stark
S. 63 li.	Games Factory Außenansicht, Mülheim	Mülheim & Business GmbH, Tobias Vollmer
S. 63 mi.	Büro Crenetic GmbH, Mülheim	wmr, Christian Luhn

S. 63 re.	Games Factory Ruhr, Mülheim	wmr, Christian Luhn	S. 87 li.	Logo KreativKraft Mülheim	KreativKraft Mülheim
S. 64	Wollboden, Essen	Carola Engels	S. 87 re.	Gruppenfoto KreativKraft Mülheim	Andreas Köhring
S. 65 li.	Kunstraum, Essen	Grundstücksgesellschaft Kettwig	S. 88	Ruhort – Brückentürme, Duisburg	GFW Duisburg
S. 65 re.	Yoga, Essen	chun+derksen	S. 89 li.	Gemeindehaus Ruhrort, Duisburg	Rolf Köppen
S. 66	Kunstaustellung, Lünen	Studio Bildnis	S. 89 mitte	Neumarkt, Duisburg	GFW Duisburg
S. 67 oben	Alter Charme in neuem Licht, Lünen	Studio Bildnis	S. 89 re.	Rita Gomez – Hüte	Thomas Weiss
S. 67 unten li.	Alter Charme in neuem Licht, Lünen	Studio Bildnis	S. 90 li.	Pottporus, Herne	Pottporus e.V.
S. 67 unten mi.	Alter Charme in neuem Licht, Lünen	Studio Bildnis	S. 90 re.	Pottporus, Herne	Pottporus e.V.
S. 67 unten mre.	Alter Charme in neuem Licht, Lünen	Studio Bildnis	S. 91 li.	Pottporus, Herne	Pottporus e.V.
S. 68	Kulturgebiet Consol Luftansicht, Gelsenkirchen	Stadt Gelsenkirchen, Hubert Harst	S. 91 re.	Pottporus, Herne	Pottporus e.V.
S. 69 oben	Förderturm Consol, Gelsenkirchen	Thomas Robbin	S. 92 li oben	ruhrdesigner-Treff	Katrin Krall
S. 69 unten li.	Drachenfest 2012, Gelsenkirchen	Michaele Czymczik	S. 92 li. unten	Markttag 2012	Katrin Krall
S. 69 unten re.	Drachenfest 2012, Gelsenkirchen	Michaele Czymczik	S. 92 re. oben	ruhrdesigner auf Composites	
S. 70	Kulturwerk Lothringen, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt		Europe 2010-Messe	Nunzia Galati
S. 71 oben li.	Kulturwerk Lothringen, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 92 re. unten	Gruppenfoto ruhrdesigner	Katrin Krall
S. 71 oben re.	Lothringer Kreativmesse, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 96 li.	bild.sprachen-Messe	Stefan Bayer
S. 71 unten	Kulturwerk Lothringen Innenansicht, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 96 re.	Ausstellung „Im guten Glauben“	Melanie Kemner
S. 72 li.	A 40-Bräute 2010, Duisburg	Rainer Kzonsek, MedienBunker	S. 97 li.	bild.sprachen-Messe	Stefan Bayer
S. 72 re.	Made-in-Marxloh-Kampagne, Duisburg	Rainer Kzonsek, MedienBunker	S. 97 re.	bild.sprachen-Messe	Melanie Kemner
S. 73	Made-in-Marxloh-Kampagne, Duisburg	Rainer Kzonsek, MedienBunker	S. 98	Creative Stage Ruhr in Oberhausen 2011	Daniel Sadrowski
S. 74	SAE-Gebäude Außenansicht, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 99 li.	Creative Stage Ruhr in Dortmund	Daniel Sadrowski
S. 75 li.	SAE-Gebäude Innenansicht, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 99 re. unten	Creative Stage Ruhr in Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 75 re.	SAE-Gebäude Mischpult, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 99 re. oben	Creative Stage Ruhr in Dortmund	Daniel Sadrowski
S. 75 re. oben	SAE-Gebäude Computer, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt	S. 100	KUBOSHOW 2011, Herne	Holger Wennrich
S. 76 oben	Steigerhaus, Oberhausen	Contact GmbH	S. 101 li.	KUBOSHOW 2011, Herne	Holger Wennrich
S. 76 unten li.	Steigerhaus Eingang, Oberhausen	Contact GmbH	S. 101 re.	KUBOSHOW 2011, Herne	Holger Wennrich
S. 76 unten mi.	Madako Plassmeier	Contact GmbH	S. 102	Verkaufsstand mit Pub, Bottrop	Peter Beckhoff
S. 76 unten re.	Contact GmbH, Oberhausen	Contact GmbH	S. 103 li.	Der ganze Markt ohne Pub, Bottrop	Peter Beckhoff
S. 78	Büro Wilddesign, Gelsenkirchen	WILDDDESIGN	S. 103 re.	Einzelstand Klee, Bottrop	Peter Beckhoff
S. 79 li.	Wissenschaftspark, Gelsenkirchen	Stadt Gelsenkirchen	S. 105 oben	Käse-Meister, 2011, Mülheim	Mülheim & Business GmbH
S. 79 mi. oben	Scribbles	WILDDDESIGN	S. 105 unten li.	Oppermann, 2012, Mülheim	Mülheim & Business GmbH
S. 79 mi. unten	Luftbild Wissenschaftspark, Gelsenkirchen	Stadt Gelsenkirchen	S. 105 unten re.	Optic Schulte, 2012, Mülheim	Mülheim & Business GmbH
S. 79 re.	Wilddesign-WG	WILDDDESIGN	S. 106	popdesignfestival – pdf, Dortmund	Hannes Woidich
S. 82	Gründerlabor, Mülheim	Andreas Köhring	S. 107 oben	popdesignfestival – pdf, Dortmund	Kay Berthold
S. 83 li.	Gründerlabor, Mülheim	Andreas Köhring	S. 107 unten	popdesignfestival – pdf, Dortmund	Haiko Hebig
S. 83 re.	Veranstaltung GDI.Ruhr, Mülheim	Mülheim & Business GmbH, Daniela Städter	S. 108 oben li.	Produktion Nimm mich mit, Alter, Herne	Marie Köhler
S. 84 li.	Kreative Klasse e.V. Vorstand	Phil Mandeau	S. 108 oben re.	Produktion Kanalhelden, Herne	Marie Köhler
S. 84 re.	Kreative Klasse – extraklasse-RÜUNION, Essen	Iris Heinrich	S. 108 unten	freiesensemble, Herne	Heide Prange
S. 85 li.	Kreative Klasse – extraklasse-RÜUNION, Essen	Iris Heinrich	S. 110	URBANATIX, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 85 mitte	Kreative Klasse – Flyer extraklasse	Michael Göke	S. 111	URBANATIX – Probe in der Marienkirche, Bochum	Stadt Bochum, Presseamt
S. 85 re.	Kreative Klasse – extraklasse-RÜUNION, Essen	Iris Heinrich	S. 112 li.	Wertstadt – Arbeitstisch, Mülheim	Walter Schernstein
			S. 112 re.	Wertstadt – Ladenlokal	Walter Schernstein
			S. 113 li.	Wertstadt – Arbeitstisch, Mülheim	Walter Schernstein
			S. 113 re. oben	Wertstadt – Ideenwand, Mülheim	Walter Schernstein
			S. 113 re. unten	Wertstadt – Arbeitstisch, Mülheim	Walter Schernstein

