

Robin Höning
Ivana Rohr

Creative Places

DIE STADT ALS
EXPERIMENT

Essay zum Handlungs- und Innovationsfeld
„Creative Places“ aus Sicht des PLATZProjekts in Hannover.



Inhalt

| | Teil 1 - Creative Places | Teil 2 - Das Platzprojekt, seine Potentiale und Perspektiven | Teil 3 - Perspektiven |
|------------------|--|--|---|
| 07 Einleitung | 12 Was sind das für Räume? | 19 Entstehung | 32 Bedeutung von Parallelwelten für die Herausforderung in der Stadtentwicklung und Kreativ-Wirtschaftsförderung |
| | 13 Creative Places als künstlich geschaffenes Arbeitsumfeld? | 20 Entwicklungsprozess Phase 1: Besetzen & Beziehung Phase 2: Legitimation & Start Phase 3: Entwicklung & Verstetigung | 32 Welche Aufgaben könnte das PLATZprojekt dabei übernehmen? |
| | 14 Erwartungen an Creative Places aus Sicht von Akteur_innen. | 22 Dynamik / Eigendynamik / externe und interne Steuerung | 34 Welche Beiträge könnte das PLATZprojekt leisten, wie sollte/könnte es sich dazu weiterentwickeln? |
| | 14 Welche Visionen und Vorbilder gibt es? | 24 Spektrum der Nutzungen, Funktionen, Bedeutungen | 35 Ausstrahlung ins Quartier, andere Stadtquartiere oder Städte |
| | 17 Inwiefern ist das Platzprojekt ein Creative Place? | 26 Stand und Perspektiven im Hinblick auf unsere Rolle für: a) Aktivierende Stadtentwicklung b) Kultur c) Kreativwirtschaftsförderung d) Community Building | 36 Das PLATZprojekt als Bildungsraum |
| | | | 37 Unsere langfristige Vision für das Platzprojekt |
| | | | 38 Unsere Thesen zu Creative Places aus Sicht des Platzprojektes |

“Cities have the capability of providing something for everybody, only because, and only when, they are created by everybody.”

- Jane Jacobs

Einleitung

Was sind „Creative Places“? Was zeichnet sie aus?
 Wie entstehen sie? Wie werden sie zu Keimzellen und Motoren auf dem Weg zu einer aktivierenden Quartiers-, Stadt- und Regionalentwicklung?
 Wie sehen Entfaltungsräume für Kultur, Kreativwirtschaft und Stadtentwicklung aus?

Charles Landry definiert den Begriff des „Creative Place“ wie folgt:

„A creative place can be a room, a building, a street, a neighborhood [...] Their qualities are similar: A sense of comfort and similarity, a good blending of the old and the new, variety and choice and a balance between the calm and invigorating, or risk and caution.“

Im selben Text an anderer Stelle spricht er von kreativen Milieus als Orte:

„A „creative milieu“ is a place, that contains the necessary requirements in terms of „hard“ and „soft“ infrastructure to generate a flow of ideas and inventions.“

Ausgehend von dieser Definition, versuchen wir in diesem Essay den Begriff „Creative Place“ aus unserer eigenen Perspektive und am Beispiel des PLATZprojekts in Hannover zu hinterfragen. In Abgrenzung zur Definition von Landry und aus der gegebenen Struktur unseres Praxisbeispiels, beziehen sich unsere Überlegungen hauptsächlich auf ungenutzte Brachflächen, bzw. Leerstellen im Stadtgefüge. Wie prägen Kultur und Kreativwirtschaft die Städte und die Stadtentwicklung? Welchen Raumbedarf haben kultur- und kreativwirtschaftliche Nutzer? Welche Anknüpfungspunkte für eine städtische und regionale Politik für Kultur und Kreativwirtschaft gibt es? Wie entstehen kreative Räume, kreative Quartiere und kreative „Communities“? Und wie ist das planbar?

Charles Landry, The Origins & Future of the Creative City, S. 33; Comedia, UK 2012

Charles Landry, The Origins & Future of the Creative City, S. 20

linke Seite:
 Zitat von Jane Jacobs (1961)
 (* 4. Mai 1916 in Scranton, Pennsylvania als Jane Butzner;
 † 25. April 2006 in Toronto)
 war eine in den USA geborene kanadische Sachbuchautorin, Stadt- und Architekturkritikerin.

Viele Fragen zur Rolle von Kultur- und Kreativwirtschaft in der aktivierenden Stadt- und Regionalentwicklung sind noch offen. In politischen Steuerungsprozessen sowie in lokalen, regionalen und bundesweiten Förderstrategien werden diese Handlungsfelder noch zu oft getrennt betrachtet.

Dieses Essay versucht aus Sicht des **PLATZprojektes** in Hannover, Antworten auf einige dieser Fragen zu finden und konkrete Vorschläge und Handlungsempfehlungen auszusprechen.

PLATZprojekt

„Das PLATZprojekt ist ein selbstorganisiertes Gelände in Hannover, das auf der Nutzung einer verlassenen Industriebrache mit Schiffscontainern und anderen temporären Bauten basiert.

Das PLATZprojekt dient als Beteiligungsstruktur für junge Menschen, die in einem selbstorganisierten Raum über ihre Stadt diskutieren und sie vor allem aktiv mitgestalten möchten.

Übergeordnetes Ziel ist es, Raum für Projekte/ Ideen zur Verfügung zu stellen, die unter normalen Bedingungen nicht in der Stadt umsetzbar wären - und somit den Bedarf für solche Flächen aufzuzeigen.“

Vgl. platzprojekt.de

foto rechts: Nina Weymann



An aerial photograph of an urban area. In the center, there is a large, paved skate park with various ramps and bowls, surrounded by green trees. To the left and bottom of the skate park, there are several makeshift structures made from shipping containers and other materials, some with corrugated metal roofs. A road with cars is visible on the right side. The background shows more industrial or commercial buildings.

Teil 1 Creative Places

1.1

Was sind das für Räume?

Unter einem Creative Place stellen wir uns - mit den Erfahrungen und der Arbeit, die wir in den letzten Jahren mit dem Platzprojekt in Hannover gemacht haben - einen Ort der Transformation vor: einen Freiraum im besten Sinn. Also einen Ort, der es von seiner eigenen Begebenheit her zulässt, sich immer wieder über seine Ursprungsstruktur hinaus zu entwickeln und sich aktuellen Gegebenheiten und Bedürfnissen anzupassen. Ein Creative Place sollte sowohl räumliches, als auch kulturelles und soziales Wachstum ermöglichen und vereinen. Sowohl inhaltlich als auch flächenmäßig sollte dieses Wachstum im besten Fall **organisch** von statten gehen. Ein Creative Place soll ein Labor sein, ein Experimentierfeld und Fläche - Neuland für Ideen und Innovation, die auf allen Ebenen einer Gesellschaft relevant sind: sozial, kulturell, wirtschaftlich, räumlich und organisatorisch.

Im Prinzip kann ein Creative Place die Leerstelle in einer Stadt oder Community sein, die erkannt und aus Eigenantrieb heraus gefüllt wird. Im Idealfall entsteht ein Creative Place aus dem Nichts und ermöglicht so Raum für Ideen, die es vorher in einer Stadt noch nicht gab.



Organisches Wachstum von Städten:

(<https://www.zeit.de/1948/40/organischer-wieder-aufbau-der-staedte>)

Definition: Organisches Wachstum

Organisches Wachstum oder internes Wachstum ist ein Begriff aus der Wirtschaft und der Siedlungsgeographie. Er bezeichnet denjenigen Teil des Wachstums (z. B. eines Unternehmens, einer Stadt), der aus eigener Kraft erfolgt.

Mit anorganischem Wachstum oder externem Wachstum ist derjenige Teil des Wachstums gemeint, der durch andere Ursachen (z. B. Zukäufe, Eingemeindungen) entsteht.

(aus Wikipedia: Organisches Wachstum)

2er Sktaepark Hannover,
2016 ©
foto: 2er Skateboarding e.V.

1.2 Creative Places als künstlich geschaffenes Arbeitsumfeld?

Ein Creative Place ist nach unserer Definition ein Ort, der nicht "programmiert" ist - also in der bisherigen Stadtplanung, im Stadtgeschehen etc. noch keine Verwendung hat. Das sind die besten Voraussetzungen, um einen solchen Ort entstehen zu lassen. Wenn man mit einer "Brachfläche" agieren kann, ist man weder an bestehende Branchen gebunden, wie das beispielsweise bei vielen von großen Unternehmen geführten Inkubatoren oder Co-Working-Spaces der Fall ist, noch hat man von vorne herein Einschränkungen, die bestehende Immobilien oft mit sich bringen. Eine Brachfläche wäre also der ideale Ausgangspunkt, im Prinzip geht es aber mit jeder Fläche und mit jedem Ort, der ein "Neu-Besetzen" zulässt.



Denn dieses Neu-Besetzen und die Aneignung und individuelle und intuitive Nutzung sind das, was einen Creative Place für uns ausmachen. Der Creative Place kann also eigentlich gar kein festgeschriebenes und planbares Ergebnis sein, sondern ist vielmehr der Prozess, die stetige Transformation und der variable Ideenraum, der diesem Ort zu Grunde liegt.

Platzprojekt Sommerfest
2015 © Jamuna Putzke

1.3 Erwartungen an Creative Places aus Sicht von Akteur_innen:

Grundvoraussetzung für einen Creative Place ist der individuelle Vorstellungsraum und ein Anlass. Damit ein solcher Ort entsteht, muss es also an irgendeiner Stelle in der Stadtgesellschaft einen Bedarf geben, irgendetwas, das fehlt oder eine Dringlichkeit in einem Vorhaben, das sich aktuell vor Ort nicht umsetzen lässt. Damit eine größere Gruppe von Akteur_innen diesen Antrieb verspürt, muss klar sein, dass es so viel Gestaltungsspielraum wie möglich gibt, auf unterschiedlichen Ebenen an diesem "Place". Um Menschen dabei nachhaltig zu involvieren, muss es möglich sein, Verantwortung zu übernehmen und Gestaltungsspielräume dehnbar zu machen und auszuweiten.

Wenn man davon ausgeht, dass ein Creative Place auch ein Ort ist, der wirtschaftliche und gesellschaftliche Innovation befördert, müssen außerdem Rahmenbedingungen für potentielle Akteur_innen geschaffen werden, die unterstützend wirken in Sachen Planbarkeit und Sicherheit, vor allem finanziell. Wenn ich einen Ort in einer Stadt vorfinde, an dem ich mit geringer Investition und ohne hohe Mieten oder lange Pachtverträge eine Idee ausprobieren kann, erhöht das auch auf inhaltlicher Ebene die Risikobereitschaft und damit die Wahrscheinlichkeit, dass an diesen Orten tatsächlich etwas Neues entsteht.

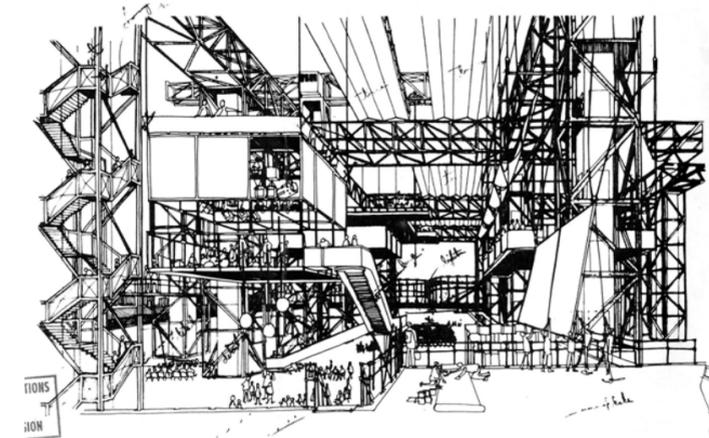
1.4 Welche Visionen und Vorbilder gibt es?

Im Prinzip gibt es viele verschiedene Vorbilder. Unsere Idee oder Vision war es, dass wir uns einfach unseren eigenen Stadtteil bauen, mit allem, was uns in Hannover fehlt. Vorbilder und Inspirationen waren dafür Projekte wie der Freistaat **Christiana** in Kopenhagen - ein Stadtteil, der vor vierzig Jahren illegal besetzt wurde und mittlerweile nach vielen Transformationen legaler Lebensraum für tausende Menschen und ein wertvoller Teil der Stadtgesellschaft ist.



Die Idee des **FunPalace** in London von Cedric Price mit dem Ansatz der interaktiven Nutzung und der sich immer wieder verändernde Raumstruktur ist eine große Inspiration auf der architektonischen Ebene und die **NDSM Werft** in Amsterdam vielleicht eine moderne Umsetzungsvariante dieser Vision.

Drop City in Colorado ist ein gutes Beispiel für eine Gruppe Menschen, die sich tatsächlich im Nichts - nämlich in der Wüste - eigene Räume gebaut und eine Stadt geschaffen haben. Die Philosophie und Grundgedanken von Jane Jacobs sind auch etwas, mit dem wir uns gut identifizieren können.



Die Freistaat Christiania (dänisch Fristad Christiania, auch Freies Christiania oder kurz Christiania) ist eine alternative Wohnsiedlung in der dänischen Hauptstadt Kopenhagen, die seit 1971 besteht. Aus Sicht der dänischen Behörden handelt es sich um eine staatlich geduldete autonome Gemeinde.
Vgl. Christiania: Ein soziales Experiment, Catpoh und Torben Voigt 1981

Bild:

Visit Copenhagen
<https://www.visitcopenhagen.com/copenhagen/christiana-gdk957761>

FunPalace

Vgl. *The City and the Architecture of Change: The Work and Radical Visions of Cedric Price*, Tany Herd 2017

Drop City

Vgl. *Memories of Drop City, The First Hippie Commune of the 1960s and the Summer of Love*, Curl, John 2007

Fun Palace Konzept Skizze - Schwebende Rolltreppen und bewegliche Wandpaneele würden endlose Variation und Flexibilität erlauben.

Bild unten:
Cedric Price, Fun Palace, section, c. 1964. Cedric Price Archives, Canadian Centre for Architecture, Montreal.



1.5 Inwiefern ist das Platzprojekt ein Creative Place?

Das PLATZprojekt ist vor vier Jahren auf einer Brachfläche entstanden. Ein Parkplatz in Privatbesitz (Eigentümerin war und ist die Metro Gruppe) auf dem es nichts gab, keine Infrastruktur, keinen Strom usw. - weil dieser Platz schlicht nicht gebraucht wurde - auch nicht von seinem Besitzer. Wir haben uns diesen Platz angeeignet und für andere Leute und Ideen zugänglich gemacht, mit der Prämisse und der Idee, dass das ein Platz ist, für Ideen, die sonst in der Stadt keinen Platz haben. Voraussetzung ist, man muss seinen Platz selbst gestalten und aktiv auch an der Gestaltung der Platz-Gemeinschaft mitwirken.

Am Anfang waren wir zu viert und wussten nicht genau, ob es diesen Bedarf auch außerhalb unseres Freundeskreises gibt - heute sind beim PLATZprojekt 150 Leute involviert und aktuell gibt es 40 Projekte und Unternehmungen auf dem Platz. Unser Narrativ und die Geschichte die wir erzählt haben, war und ist es auch immer noch: Wir bauen uns einen eigenen Stadtteil, nach unseren eigenen Vorstellungen. Mittlerweile strahlt das Projekt auf verschiedenen kulturellen und sozialen Ebenen in die Stadt und sogar über die Stadtgrenzen hinaus. Menschen aus verschiedenen Branchen und Bereichen lassen sich von der Dynamik des PLATZprojekts inspirieren und bringen umgekehrt auch neue Inspiration ins Projekt. Nach und nach ist aus der Freifläche ein urbaner Dialograum geworden.



NDSM WERFT

„Kunststad
The colossal shipbuilding shed was transformed into 'Kunststad' (Art City'), an architectural monument housing some four hundred artists, designers, architects and set designers: one of the biggest artistic incubators in 'Neerland', as the locals call Holland. Numerous initiatives followed: Over het IJ Festival, New Dakota, music festivals such as DGTL and other cultural events.

Ambition

The area's pronounced, open and spatial character makes the wharf attractive for creative experimentation, innovative ambitions and entrepreneurship. It's a place that appeals to the imagination and encourages to create things that wouldn't be possible anywhere else. For example, the largest Street Art museum in the world will be located in the Lasloods on wharf (2018). Companies like Hema and Red Bull have also found a unique home base in NDSM. The industrial heritage combined with new creative activity creates an interesting dynamic.“

-<http://www.ndsm.nl/en/practical-information/>

Bild linke Seite:
<https://www.yvonderweg.nl/amsterdam-ndsm-werf/>

Bild diese Seite: <http://www.ndsm.nl/en/practical-information/>



Teil 2 Entstehung

2.2

Phase 1:
Besetzen & Beziehung

Die Metro AG ist ein börsennotierter Konzern von Großhandels- und Einzelhandelsunternehmen. Der Konzern mit Hauptsitz in Düsseldorf beschäftigt rund 150.000 Mitarbeiter_innen.

Titelbild zum Kapitel 2:
2er Skatepark Hannover,
2013 ©
Robin Höning

Auf dieser Seite:
2er Skatepark, 2013 ©
Robin Höning

Entwicklungsprozess

Der Gewinn der Ausschreibung „Jugend.Stadt.Labor“ des Bundesbauministeriums war nicht nur ein finanzieller Katalysator für das Projekt, sondern hat unser Vorhaben auch auf gewisse Weise legitimiert und für einen großen Vertrauensvorschuss des Besitzers des Geländes - der **Metro AG** - gesorgt. Wir hatten schon ein gutes Verhältnis mit der Metro AG, weil sie auch Eigentümer des Nachbargeländes ist, auf dem wir ein paar Jahre vorher - zunächst illegal - den größten DIY-Skatepark in Europa gebaut hatten. (Das übrigens auch aus dem selben Anlass: weil es keinen Skatepark in Hannover gab.) Durch unseren respekt- und verantwortungsvollen Umgang mit dem Gelände konnten wir die Metro AG überzeugen den Skatepark durch den Abschluss eines Pachtvertrages nachträglich zu genehmigen und dulden.



Mit dem neuen Vertrauen und der Legitimation durch das Forschungsprojekt „Jugend.Stadt.Labor“, des BBSR konnten wir nun das Gelände im nächsten Schritt dann offiziell von der Metro pachten und so mit etwas mehr Planungssicherheit für alle Beteiligten ins Projekt starten.

Der Pachtvertrag läuft seitdem immer über sechs Monate und wird immer wieder um diese Zeit verlängert. Um die Bauweise so einfach wie möglich zu gestalten und auch um den temporären transformativen Charakter unseres Projekts am besten zu treffen, entschlossen wir uns mit Übersee-Containern zu arbeiten.

Phase 2:
Legitimation & Start

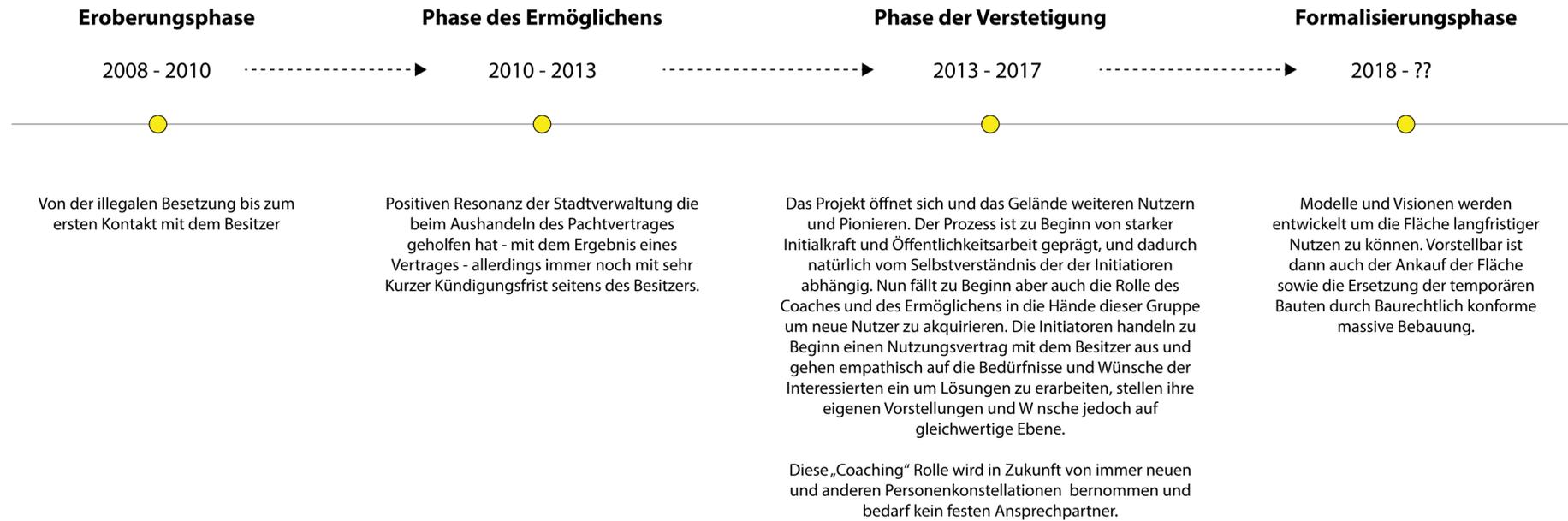
Diese Container sind zum einen sehr günstig gebraucht zu kaufen und lassen sich leicht ausbauen, außerdem kann man sie stapeln um eine Dichte von Projekten auf der Fläche zu ermöglichen und die räumliche Struktur und Anordnung kann auf einfachem Weg immer wieder verändert werden. Zuerst bauten wir auf der Mitte des Platzes eine Container-Bar, als Herzstück und Treff- und Ausgangspunkt für alles, was noch kommen sollte.

Als die Bar fertig war, luden wir zu einem Kickoff-Event ein, zu dem ca. 250 interessierte Leute kamen. Auf diesem Event stellten wir dann unsere Idee nochmal vor und die ersten zwei Container in einem Ideenwettbewerb wurden verlost. Die ersten Projekte waren ein Näh-Atelier und ein Coworking-Tattoo-Studio. Beide Projekte gibt es bis heute auf dem Platz. Mit dem Fördergeld des Bundes haben wir dann nach und nach für eine Infrastruktur auf dem Platz gesorgt - Wasser, Strom und Internet - und mit der Zeit haben sich immer mehr Projekte auf dem Platz angesiedelt.

Mittlerweile gibt es auf dem PLATZprojekt 40 verschiedene Unternehmungen, Initiativen und Projekte und insgesamt sind 150 Leute in das Projekt aktiv involviert. Auch auf der Organisationsebene hat das Projekt sich weiterentwickelt. Mit dem Wachstum des Projekts haben wir immer wieder neue Gruppen- und Entscheidungsfindungsprozesse ausprobiert. Seit den Anfängen sind wir ein eingetragener Verein und durch Fluktuation und Verantwortungsübergabe ist der Vorstand mittlerweile in der dritten Generation besetzt. Projekte sollten sich inhaltlich mit den von uns selbst gesteckten Forschungsfeldern des PLATZprojekt decken: Wohnen, Bildung, Wirtschaft, Modelle von Gemeinschaft und Teilhabe und Zukunft der Stadt.

Es gibt kein Auswahlgremium für die Projekte, sondern einen Leitfaden, an dem jemand mit einer neuen Idee selbst sehen und entscheiden kann, ob er auf dem PLATZprojekt gut aufgehoben ist. Wenn ein Projektidee noch Weiterentwicklung braucht, bieten wir dabei unsere Unterstützung an, genau wie bei der Auswahl des richtigen Ortes, Raums/Container und der Umsetzung beim Ausbau. Mit dem PLATZprojekt ist es uns wichtig Pioniergeist zu befördern, und zwar auf allen Ebenen.

Phase 3: Entwicklung & Verstetigung



2.3 Dynamik / Eigendynamik / externe und interne Steuerung

Effectuation-Methode:

Effectuation ist eine unternehmerische Entscheidungslogik, die in Situationen der Ungewissheit eingesetzt werden kann. Sie basiert nicht auf vergangenheitsbezogenen Daten und darauf gründenden Vorhersagen der Zukunft.

Vgl. Effectuation: Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln (Systemisches Management) - Michael Faaschingbauer 2010

Obiges versuchen wir auch auf der organisatorischen Ebene umzusetzen und experimentieren immer weiter an Modellen zur Entscheidungsfindung, Partizipation und Teilhabe, die auf klassische Hierarchien verzichten. Wir verstehen darunter die Teilung von Verantwortung und versuchen auch in der Organisations- und Managementform des PLATZprojekts den permanenten Willen zum Wandel und Transformation widerzuspiegeln. Die **Effectuation-Methode** z.B. ist hierbei ein Modell, dass sowohl für den gesamten Platz, als auch in den einzelnen Projekten immer wieder zum Tragen kommt.

Dass sich der Platz so entwickelt hat, wie er aktuell ist, war nicht vorauszusehen und nicht planbar, und auch der jetzige Stand ist kein feststehendes Ergebnis, sondern wird sich immer weiterentwickeln mit den neuen Menschen und Impulsen, die zum Projekt dazustoßen.

Vielleicht lässt sich das, was da passiert und generell bei großen selbst-organisierten DIY-Projekten mit der Theorie der **emergenten Ordnung** am besten fassen. Das macht ein nachträgliches Erklären und Analysieren zwar nahezu unmöglich, beschreibt aber den sich verändernden Aggregatzustand, die Atmosphäre und den Geist, des PLATZprojekt und unserer Vision ganz gut.

Emergente Ordnung

Als Emergente Ordnung (engl. „Emerging Order“, auch „Emergent Order“) wird ganzheitlich die Gesamtheit von Ordnung in Sozialen Systemen (von Zweierbeziehungen bis hin zu gesamtstaatlichen Ordnungssystemen) bezeichnet, die sich von Traditionen, Kulturen, antiquierten moralischen Werten usw. löst und von den Beteiligten ständig verändert wird.

Vgl. Niklas Luhmann: Soziale Systeme 1984

sowie Vgl. Gesa Lindemann: Das Soziale von seinen Grenzen her denken.

2.4 Spektrum der Nutzungen, Funktionen, Bedeutungen

Third place

In community building, the third place is the social surroundings separate from the two usual social environments of home („first place“) and the workplace („second place“). Examples of third places would be environments such as churches, cafes, clubs, public libraries, or parks. In his influential book *The Great Good Place*, Ray Oldenburg (1989, 1991) argues that third places are important for civil society, democracy, civic engagement, and establishing feelings of a sense of place.

Vgl. *The Great Good Place*, Ray Oldenburg (1989, 1991)

Oldenburg calls one's „first place“ the home and those that one lives with. The „second place“ is the workplace — where people may actually spend most of their time. Third places, then, are „anchors“ of community life and facilitate and foster broader, more creative interaction.[1] Oldenburg suggests the following hallmarks of a true „third place“:

Vgl. White, Rebekah „A third place“.

Foto rechts: Frühlingsfest 2018, Jamuna Putzke

Von Urban Gardening und einer Stadtimkerei, über ein Bestattungsunternehmen und einen Kindergarten bis hin zum Bierbrauer, einer Fahrradmanufaktur, ein Surfbretthersteller, einem Hotel, einem Windkraftanlagenentwickler, Designer, Architekten, einem Room-Escape-Game, veganem Catering, einem Massage-Container, einem Kleiderkabinett, einem Projekt das Patenschaften für Geflüchtete organisiert, die neu in der Stadt sind, reicht das Spektrum der Projekte auf dem Platz mittlerweile.

Entstanden ist eine soziale Umgebung, die sich vielleicht unter dem Begriff „Third Place“ zusammenfassen lässt und nicht nur für die Akteur_innen auf dem Platz sondern auch für die Bürger_innen aus dem Stadtteil zu einem Freizeitorientiert geworden ist. Dabei ist wahrscheinlich das niedrigschwellige Angebot entscheidend und dass das Gelände immer offen ist und es verschiedene Dialogangebote in Form von Veranstaltungen, Plenen oder einfach nur Kaffee und Kuchen gibt. Nicht nur das PLATZprojekt als Gesamtes, sondern auch die einzelnen Akteur_innen mit ihren eigenen Projekten schaffen immer wieder kleine Angebote für die Öffentlichkeit oder richten sich mit ihren Dienstleistungen direkt an die Bevölkerung und sorgen so für eine interessante Atmosphäre, regen Durchlauf und Austausch. Das Gelände wird regelmäßig für Veranstaltungen genutzt, zum Beispiel von Unicef, Greenpeace und dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, der Stadt Hannover und der Leibniz-Universität oder dem Civilia-Netzwerk und der nationalen Städtenwicklungskonferenz.

Es gibt Medienberichterstattungen über das Projekt, nicht nur auf lokaler, sondern auch auf nationaler Ebene. Zahlreiche Preise und Auszeichnungen wurden vom PLATZprojekt und den einzelnen ansässigen Projekten gewonnen. Dazu gehören der Innovationsfond der Stadt Hannover für die innovativste Projektidee 2016 und 2017 sowie die Auszeichnung als „Kultur- und Kreativpiloten“ für gleich zwei Unternehmen sowie eine Auszeichnung als „Kreativpioniere“ des Landes Niedersachsen, die somit als Aushängeschild der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung für innovative Unternehmensführung und kreative Geschäftsideen fungieren.



Hannovers Kulturdezernent Harald Härke hat das PLATZprojekt als das wichtigste Kulturprojekt dieser Zeit in Hannover bezeichnet und auch die Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries ist 2017 im Rahmen ihrer Sommerreise zu uns gekommen, um sich über die Erkenntnisse dieses Projekts persönlich zu informieren. Mit der Vielfalt und der Schnelllebigkeit und der besonderen Atmosphäre der ständigen Veränderung und des Sich-Neu-Erfindens ist das PLATZprojekt innerhalb von vier Jahren zu einem Ort in Hannover geworden, der ein Zusatzangebot darstellt, dass von städtischer Seite oder aus rein konsumorientierten Unternehmungen heraus nicht zu leisten oder herzustellen wäre.

2.5 Stand und Perspektiven im Hinblick auf unsere Rolle für:

a) Aktivierende Stadtentwicklung

Kulturcamp Blaue Zone
„wohnen und leben im Alter“ siehe: www.die-blaue-zone.de/

Green City Camp Frankfurt siehe: <https://www.frankfurt-greencity.de/>

Platzwerk 2018,
William Vedder

Seit Beginn des PLATZprojekts sind wir auch in vielen anderen Teilen und Projekten der Stadt aktiv. 2017 haben wir dem „Kulturzentrum Pavillon“ dabei geholfen ein temporäres Kulturcamp zum Thema **„Wohnen und Leben im Alter“** zu bauen, und auch inhaltlich mit thematischen Workshops unterstützt. Dazu haben wir zum einen mit unserer Bau-Expertise vom PLATZprojekt unterstützt und zum anderen Container und Projekte vom Platz für den Zeitraum des Camps in die Innenstadt gebracht.

Ebenfalls in 2017 haben wir für das **Greencity Projekt** in Frankfurt am Main eine temporäre Ausstellungsarchitektur entwickelt. Außerdem wurden in einem partizipativen Workshop mit den Gründer_innen von **„Wert der Dinge“** - die auch auf dem PLATZprojekt ansässig sind - gemeinsam mit Bürger_innen Stadtmöbel gebaut, die danach an unterschiedlichen Orten im Stadtraum aufgestellt wurden.

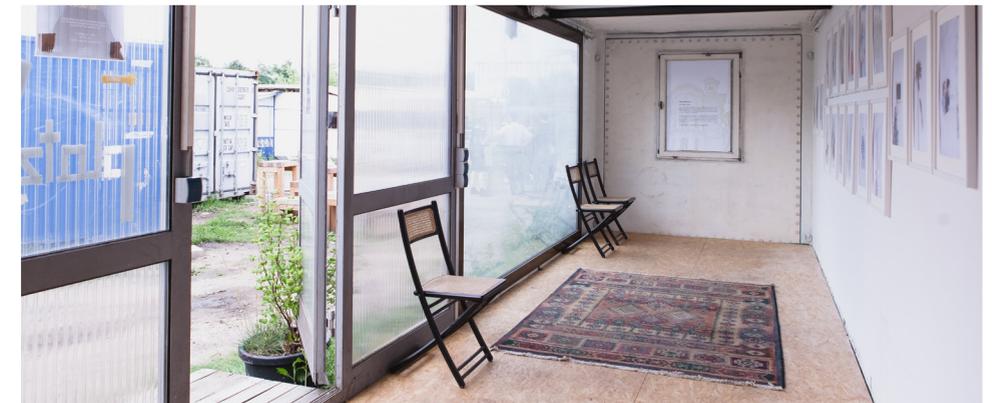


Neben regelmäßigen öffentlichen Kulturveranstaltungen wie Konzerten, Lesungen oder Podiumsdiskussionen gibt es seit 2017 eine Artist Residency auf dem PLATZprojekt, an der bereits 15 Künstler_innen aus Braunschweig, Belgien, Frankreich, Südafrika und Israel teilgenommen haben. Die Idee ist es, den Platz so auch mit und durch die Perspektive der bildenden Kunst zu bereichern. Dieses Residency Programm soll auch in 2018 fortgeführt und eventuell noch um ein PLATZschreiber-Stipendium ergänzt werden. Das neueste Projekt auf dem Platz ist der **Open Space** - ein selbstkuratierter Veranstaltungsort. Das bedeutet, dass der Raum offen steht für die künstlerische Szene Hannovers und nicht von einer bestimmten Gruppe nach bestimmten ästhetischen Vorstellungen kuratiert wird. Dazu wurde von den Initiator_innen in 3 Jahre Vorarbeit ein Buchungssystem entwickelt und erarbeitet, dass ohne Kuration funktioniert, Crowdfunding-Kampagnen gestartet und eng mit der Stadt Hannover zusammengearbeitet. Mit dem Innovationsfond 2017 der Stadt konnte das Projekt schließlich umgesetzt werden und seit Anfang des Jahres haben dort bereits internationale Bands gespielt und zahlreiche Workshops und Theater Produktionen konnten umgesetzt werden.

b) Kultur

Open Space Projekt
www.openspace-hannover.de/

Kreativpilotentour 2017
foto: William Vedder



Das PLATZprojekt, mit seinem offenen Rahmen und den niedrighschwelligigen Einstiegsangeboten, bietet ein optimales Umfeld für Akteur_innen und Gründer_innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit ihren oft außergewöhnlichen Geschäftsideen finden sie bei uns nicht nur einen Arbeitsplatz mit vergleichsweise niedrigen Investitionen, für den man

c) Kreativwirtschaftsförderung

Teilmärkte der Kultur und Kreativwirtschaft:

Musikwirtschaft
 Buchmarkt
 Kunstmarkt
 Filmwirtschaft
 Rundfunkwirtschaft
 Darstellende Künste
 Architekturmarkt
 Designwirtschaft
 Pressemarkt
 Werbemarkt
 Software/Spiele-Industrie
 Vgl. Bundesministerium für
 Wirtschaft und Energie //
www.bmwi.de/

d) Community Building

Holocacy

...ist eine Systemik, die Entscheidungsfindungen „mit durch alle Ebenen hindurch gewünschter Transparenz und partizipativen Beteiligungsmöglichkeiten“ in großen Netzwerken und vielschichtigen Unternehmen eine günstige Struktur gibt.

Vgl. Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, Frederic Laloux

„Hafven“ ist ein Coworking Space und Maker Space in Hannover
 Vgl. <https://hafven.de/>

Bild rechts: Wirtschaftsministerin Brigitte Zypres und Kulturdezernent Harald Härke zu Besuch. 2017.
 Foto: Johnatan Hempel

weniger Startkapital braucht als im Rest der Stadt, sondern auch ein besonderes Arbeitsumfeld, das schnelle und unkomplizierte Partnerschaften und Zusammenarbeit ermöglicht. Durch die Durchmischung der verschiedensten Branchen auf dem Platz - auch jenseits der definierten **Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft** - finden häufig Dienstleistungen und Produkte zusammen und ergänzen sich, die sich in der Stadt nicht gefunden hätten. Durch den regelmäßigen Austausch mit Besucher_innen und Bürger_innen können außerdem neue Ideen und Prototypen schnell getestet und Bedürfnisse überprüft und angepasst werden. Wie bereits erwähnt, wurden verschiedene Projekte und das PLATZprojekt selbst mit zahlreichen Auszeichnungen auf kommunaler, Landes- und Bundesebene als Best-Practice-Beispiele für innovatives Handeln und Unternehmertum in der Kreativwirtschaft ausgezeichnet.

Das PLATZprojekt und die einzelnen Projekte der Akteur_innen sind ein Angebot, das versucht alle Bevölkerungsschichten und Altersgruppen einzuschließen. Dazu gibt es regelmäßige Öffnungszeiten im Café und kostenlose Workshops und Bildungsangebote in verschiedenen Bereichen, wie z.B. Urban Gardening, Möbelbau, zu Organisationsformen wie **Holocacy**, u.s.w.

Auch ohne Teil des PLATZprojekts zu sein kann man die Räumlichkeiten und Infrastruktur für eigene Angebote und Treffen nutzen.

Immer wieder haben wir auch Kooperationen mit der Hochschule und dem **Hafven Hannover**, die wir versuchen beizubehalten und auszubauen, um uns noch besser in der Stadt zu verankern und Synergien zu nutzen.





Teil 3 Perspektiven

3.1 Bedeutung von Parallelwelten für die Herausforderung in der Stadtentwicklung und Kreativ-Wirtschaftsförderung

Wenn man davon ausgeht, dass Creative Places Parallelwelten sind, die sich auf unprogrammierten Flächen und Orten formieren, dann kann man sagen, dass genau dieser Entstehungsprozess und diese Transformationsorte und Möglichkeitsräume eine Stadt lebenswerter machen und Zugang schaffen für alle Bevölkerungsschichten. Durch die inhaltlichen Angebote und die Nutzungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten, tragen sie außerdem zur Attraktivität eines Standortes und einer Stadt bei und wirken sich zum Beispiel positiv darauf aus, Universitätsabsolventen und Nachwuchskräfte an eine Stadt zu binden und überregional Fachkräfte kreativer Disziplinen anzuziehen. Diese Parallelwelten können verschiedene städtische und kommunale Aufgaben übernehmen oder ergänzen, indem sie als informelle Wirtschafts- und Kulturförderzentren fungieren und zusätzliche urbane Bildungsangebote in den einzelnen Quartieren und darüber hinaus schaffen. Creative Places als urbane Parallelwelten können den sozialen und kreativen Impact und vorhandenes Innovationspotenzial sichtbar machen und steigern und auch die Bereitschaft für bürgerliches Engagement und städtische Teilhabe erhöhen.

3.2 Welche Aufgaben könnte das PLATZprojekt dabei übernehmen?

Das PLATZprojekt versteht sich selbst als Keimzelle für Stadterneuerung und sozialen und kulturellen Wandel. Innerhalb der PLATZgemeinschaft haben sich, um das zu befördern, verschiedene Angebote und Strukturen etabliert, die wir gerne auch noch vermehrt nach Außen tragen würden. Dazu würden wir gerne, zusammen mit anderen Akteur_innen und Institutionen in der Stadt, vielleicht im Rahmen von Workshopreihen und Werkstattgesprächen, gemeinsam herausarbeiten, wie wir die Erfahrungen die wir im Projekt gesammelt haben am besten aufarbeiten und zur Verfügung stellen können. Außerdem haben wir ein paar Szenarien ausgearbeitet, die wir gerne kurz-, mittel- und langfristig ausgehend vom Platzprojekt umsetzen wollen.

Titelbild Kapitel 3
foto: Nina Weymann

gegenüberliegende Seite:
Fahrrad Manufaktur Gebrüder Hoeing 2018 © foto:
Nina Weymann





Surfbrett Manufaktur
BUFO 2018 © foto: Nina
Weymann

3.3 Welche Beiträge könnte das PLATZprojekt leisten, wie sollte/ könnte es sich dazu entwickeln?

Entwicklung von Werkstattgesprächen und Workshop-Reihe mit dem Oberthema “Grauzonen” unter Einbindung von Akteuren aus der Stadtverwaltung, der Wirtschaftsförderung, aus der Forschung und lokalen Unternehmen zu Themen wie zum Beispiel:

- Welche offiziellen Wege gibt es für informelle Lösungen?
- Neue Geschäftsmodelle vs. klassische Wirtschaftsförderung
- Dynamische Organisationsstrukturen entwickeln und die Entstehung von emergenten Prozessen erkennen und fördern
- Neue Wohnkonzepte und Lebensformen, Wohnen und Arbeiten
- Neue Ökonomien, wie man sich im 21. Jahrhundert Räume und Gegenstände teilt

Außerdem würden wir gerne einen Container auf dem PLATZ einrichten, der offen steht als temporärer Arbeitsplatz für Mitarbeiter der Stadtverwaltung, der

Wirtschaftsförderung und Universitäten, weil wir glauben, dass man vor Ort und im täglichen Austausch am meisten voneinander lernen kann.



Werkstatt 2018,
foto: Nina Weymann

3.3.1 Ausstrahlung ins Quartier, andere Stadtquartiere oder Städte

Aktuell planen wir, einen mobilen PLATZcontainer einzurichten, der zusammen mit einer “Task-Force” von PLATZaktivist_innen auf Reisen gehen kann, in andere Stadtteile oder Städte. So könnten wir temporär anderen Projekten direkt vor Ort helfen, ähnliche Projekte anzustoßen und bei der Entwicklung assistieren. Das kann sowohl im Hannoveraner Stadtraum passieren, aber natürlich auch in anderen Städten oder im ländlichen Raum. Mit diesem Werkzeug und dem regen und physischen Austausch von Akteur_innen könnten in diesem Kontext auch Stadt-Land-Kooperationen sowie neuartige Prototypen für Lebens- und Arbeitsmodelle als Zielsetzung entwickelt werden. Dieser Container soll gleichzeitig Ausstellungscontainer und PLATZprojekt-Archiv und mobiles Projektbüro sein. Umgekehrt können wir uns ebenfalls vorstellen, Bildungsreisen und Exkursionen zum PLATZprojekt aus anderen Städten und Regionen zu anbieten und zu organisieren. Dazu wäre ein Werkstattgespräch sinnvoll um Handlungsspielräume zu identifizieren.

Darüberhinaus möchten wir gerne in Kooperation mit anderen Communities in Hannover, beispielsweise dem “Havfen”, an der Entwicklung neuer Kreativquartiere mitwirken.

3.3.2 Das PLATZprojekt als Bildungsraum

Mittelfristig würden wir außerdem gerne eine Bürgerakademie gründen und einen “Hörsaal für Alle” auf dem PLATZprojekt bauen, der sowohl Universitäten, als auch Bürger_innen und anderen externen Organisationen für besondere Veranstaltungen und Vorträgen zur Verfügung steht.

Open Space Eröffnung 2018,
foto: OSCO



3.4

Unsere langfristige Vision

Langfristig würden wir das PLATZprojekt gerne auf der nebenan liegenden Fläche um eine neue Ebene erweitern. Während das PLATZprojekt aktuell darauf fokussiert ist ein Netzwerk und Biotop für viele einzelne neue Unternehmungen und Organisationen zu sein, die sich dort optimal entfalten und ergänzen können, haben wir eine Idee für eine Weiterentwicklung dieses Möglichkeits- und Denkraums, eine “Next-Level-Vision”, quasi ein PLATZprojekt 2.0: Auf der noch freien Fläche würden wir unser Handlungs- und Forschungsfeld gerne ausdehnen und einen aktiven Zukunftssimulator entstehen lassen. Dazu würden wir gerne den Radius der verschiedenen Player und Stakeholder ausdehnen und ein intelligentes Rahmenkonzept entwickeln, in dem öffentliche Hand, Bildungseinrichtungen, Politik, Wirtschaft, Wohnungsbaugenossenschaften und Verbänden gemeinsam und auf Augenhöhe mit der Zivilgesellschaft über die nächsten 100 Jahre unseres Zusammenlebens und Zusammenwirkens nachdenken, ausprobieren, Prototypen entwickeln und probeweise umsetzen.

Aus unserer Ursprungsidee, mit Containern einen temporären, wandelbaren Stadtteil zu schaffen, soll als nächstes ein intelligenter Container - im übertragenen Sinne eines Behälters - für gesellschaftlichen Wandel werden. Nachdem wir mit dem bestehenden PLATZprojekt den Ist-Zustand unserer Stadt verändert und erweitert haben, wollen wir uns in seiner Erweiterung der Zukunft widmen. Unter dem Arbeitstitel “Containing Urban Futures” arbeiten wir dazu gerade ein Konzept aus und sind auf der Suche nach starken Partnern und Verbündeten.

Um diesen nächsten Schritt auf ein sicheres Fundament zu stellen und auch, um die notwendige Fläche für ein solches Vorhaben zu sichern, suchen wir außerdem nach Wegen, um das gesamte Gelände zu kaufen.

3.5

Unsere Thesen zu Creative Places

*

Jede lebenswerte Stadt braucht offene unprogrammierte Orte - Creative Places - als Ergänzung zu privaten oder öffentlichen Angeboten.

*

Unser Projekt hat enorm von der Offenheit und dem Dialog auf Augenhöhe mit der Stadt und dem Kulturbeauftragten profitiert. Auch eine Auszeichnung und damit Legitimation eines Bundesministeriums waren für unser Vorhaben und dessen Entwicklung wirklich hilfreich.

*

Für die Entstehung und nachhaltige Entwicklung eines Creative Place ist es hilfreich, ein gemeinsames Narrativ zu haben (z.B. wir bauen einen neuen Stadtteil, eine Insel, ein Raumschiff, ...)

*

Creative Places zeichnen sich dadurch aus, dass sich nicht nur wirtschaftliche Interessen fördern, sondern übergeordnet eine gesellschaftliche Aufgabe erfüllen indem sie einen Bedarf der Stadtgesellschaft an Möglichkeitsraum, hybriden Orten und Nutzungen mit einem Angebot abdecken.

*

Erfüllen Creative Places auf diese Weise also einen öffentlichen Auftrag, sollten sie auch finanziell unterstützt werden um Planungssicherheit erhalten. Das solche relevanten gesellschaftlichen Aufgaben und die Übernahme städtischer Verantwortung häufig im Ehrenamt erledigt werden ist falsch.

*

Ausgangspunkt und Antrieb für einen Creative Place müssen Eigenverantwortung und Bedarf von Akteur_innen sein.

*

Wirkliche Verantwortungsübernahme und wachsende Gestaltungsspielräume wirken identifikationsstiftend.

*

Ein Creative Place ist kein erwartbares Ergebnis sondern stetiger Prozess.

*

Wenn Creative Places Keimzellen für Erneuerung sein sollen, bringt es nichts Baumschulen zu errichten...



Besprechung 2018,
foto: Nina Weymann



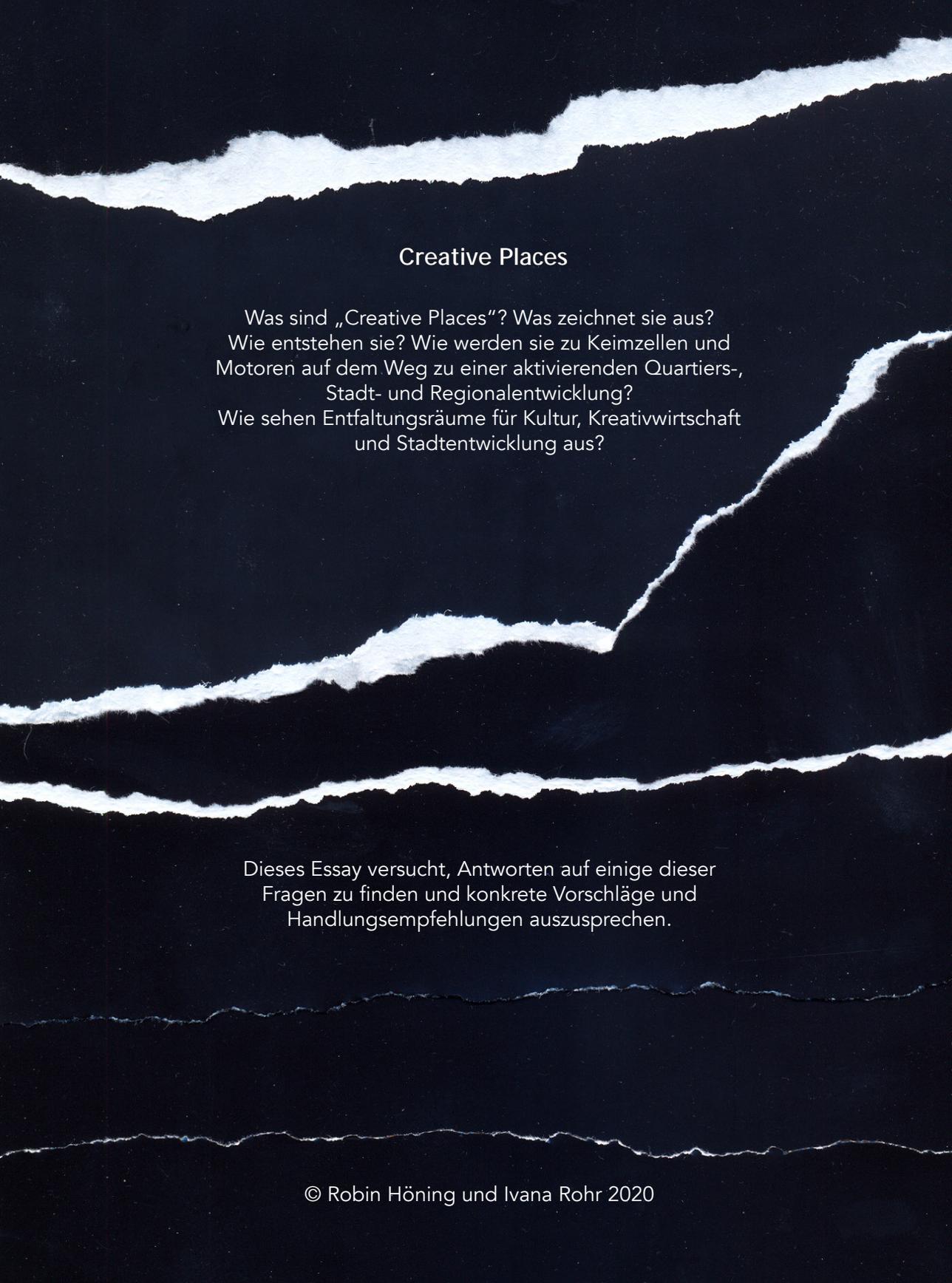
Projekt Aquaponik 2018,
foto: Nina Weymann



Projekt Fahrradmanufaktur 2018,
foto: Nina Weymann



Frühlingsfest 2018,
foto: Jamuna Putzke



Creative Places

Was sind „Creative Places“? Was zeichnet sie aus?
Wie entstehen sie? Wie werden sie zu Keimzellen und
Motoren auf dem Weg zu einer aktivierenden Quartiers-,
Stadt- und Regionalentwicklung?
Wie sehen Entfaltungsräume für Kultur, Kreativwirtschaft
und Stadtentwicklung aus?

Dieses Essay versucht, Antworten auf einige dieser
Fragen zu finden und konkrete Vorschläge und
Handlungsempfehlungen auszusprechen.