

# 11. OWL Kulturkonferenz

»Kann Kultur Motor für ein neues  
Stadt-Land-Quartier sein?«

Tagungsprotokoll

Mittwoch, 07. Februar 2018 | IHK Lippe zu Detmold

Stand: 09. April 2018

Gefördert durch:

Kooperationspartner:

Ministerium für  
Kultur und Wissenschaft  
des Landes Nordrhein-Westfalen



**S** Sparkassen  
in OstWestfalenLippe

**Lippe**service 

**IHK** Industrie- und Handelskammer  
Lippe zu Detmold



# Vorwort

## 11. OWL Kulturkonferenz – »Kann Kultur Motor für ein neues Stadt-Land-Quartier sein?« 07. Februar 2018 | IHK Lippe zu Detmold

Unter dem Leitsatz „Wir gestalten das neue Urban-Land“ wird die Region OstWestfalenLippe 2022 die REGIONALE ausrichten. Mit dem Strukturförderprogramm ist eine große Chance verbunden, die regionale Zusammenarbeit in vielen Bereichen auszubauen und nachhaltig zu stärken. Dazu gehören Themen wie Stadtentwicklung, Digitalisierung und Mobilität. Die Verbindung von Wohnen, Arbeiten und Leben soll sowohl in der Stadt, als auch in kleineren Orten verbessert werden.

Im Rahmen der 11. Kulturkonferenz wurde das REGIONALE-Aktionsfeld „Das neue StadtLandQuartier“ in den Fokus genommen, das unter anderem die Entwicklung kreativer Quartiere und entsprechender Raumkonzepte beinhaltet. Gemeinsam mit den Teilnehmenden wurde diskutiert, inwieweit Kultur und Kreativwirtschaft die Regionalentwicklung positiv beeinflussen. Externe

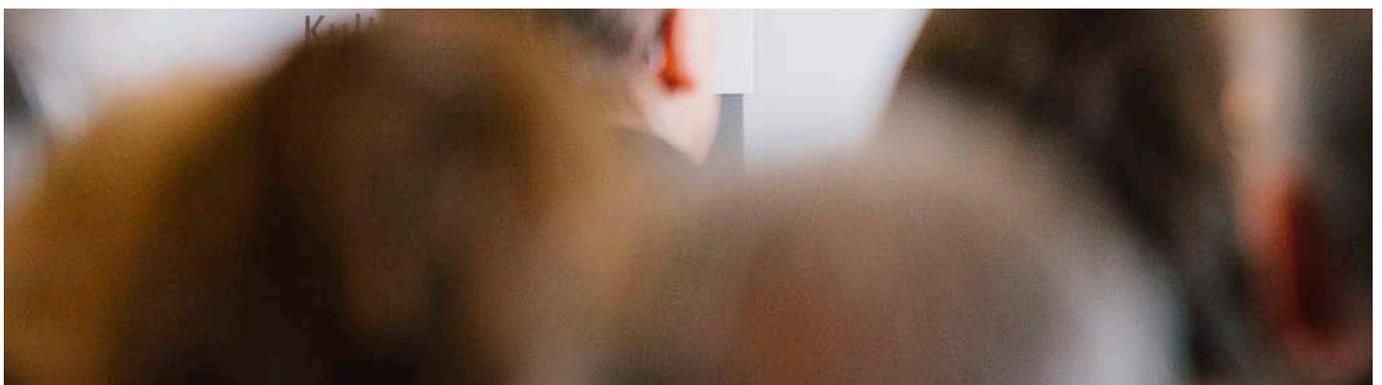
Beispiele für die Entwicklung von Kreativquartieren aus dem Bundesgebiet und den Niederlanden wurden in den Blick genommen und auf sinnvolle Übertragungsansätze auf die Region hin untersucht.

Im Mittelpunkt stand die Leitfrage, wie das große Potenzial der Kultur und der Kreativwirtschaft in OWL in die REGIONALE 2022 eingebracht werden kann, um den Menschen in ganz OWL kulturelle Teilhabe wohnortnah zu ermöglichen und die Qualität des öffentlichen Raums zu steigern.

Gemeinsam mit Fachexperten wurden verschiedene Modelle der Entwicklung von Kreativquartieren in der Stadt und in der Fläche ausgetauscht und Impulse regionaler Akteure für die Weiterentwicklung der Kulturregion OWL eingebracht. Darüber hinaus bot die Konferenz wieder die Gelegenheit zur aktiven Vernetzung und Diskussion.



# Grüßworte



Landrat Dr. Axel Lehmann

## Landrat Dr. Axel Lehmann

Vorsitzender des Fachbeirats Kultur  
der OstWestfalenLippe GmbH  
(Es gilt das gesprochene Wort)

**Der Landrat begrüßt die Kulturabteilungsleiterin Dr. Hildegard Kaluza, die Mitveranstalter Regierungspräsidentin Marianne Thomann-Stahl und den Regionalratsvorsitzenden Reinold Stücke, des Weiteren die Vorsteherin des Landesverbands Lippe Anke Peithmann, die stellvertretende Detmolder Bürgermeisterin Christ-Dore-Richter, die anwesenden Bürgermeister und heißt die Teilnehmer der 11. OWL Kulturkonferenz willkommen.**

**Dem Präsidenten der IHK Lippe zu Detmold, Ernst-Michael Hasse, spricht der Landrat einen besonderen Dank aus, da die Konferenz mit ihren über 250 Gästen und sieben Themenforen in den Räumen der IHK zu Gast sein darf.**

„In allen Kreisen und Bielefeld war die Kulturkonferenz inzwischen mindestens einmal zu Gast. Im Kreis Lippe hatte sie zuletzt in 2012 Station gemacht, im Hangar 21. Damals ging es bereits um das Thema „Digitalisierung und Kultur“, das wir heute im Kulturförderplan des Landes NRW finden. Wir dürfen also ganz unbescheiden sagen: In der Kulturregion OWL werden kulturpolitisch wichtige Themen und Entwicklungsaufgaben früh erkannt und auf die Agenda gesetzt.“

Mit der Unterstützung durch das Ministerium für Kultur und Wissenschaft ist es uns gelungen, an diesem Thema kontinuierlich weiterzuarbeiten und z.B. die Weichen für die Entwicklung eines digitalen OWL.Kultur-Portals zu stellen. Ein breit gefächertes Kulturangebot, wie wir es in der Region haben, ist eine hervorragende Sache. Aber es ist heute wichtiger denn je, damit auch online adäquat sichtbar und auffindbar zu sein. Daran arbeiten wir mit einer Initiative, die im Themenforum 2 näher vorgestellt wird.

Unsere heutige Kulturkonferenz steht aber auch und besonders im Zeichen der REGIONALE 2022 unter dem Titel „Wir gestalten das neue UrbanLand“. Wie können Kunst und Kultur zur Gestaltung dieses neuen UrbanLandes beitragen? Kann Kultur Motor für ein neues Stadt-Land-Quartier sein? Unter dieser Fragestellung möchten wir uns heute besonders mit kreativer Quartiersentwicklung befassen. Und meine Antwort steht fest: Ja, Kultur ist ein Motor für die Gestaltung des neuen UrbanLandes!

Herbert Weber, Geschäftsführer der OstWestfalenLippe

pe GmbH, wird uns heute Vormittag darlegen, was wir eigentlich unter dem Begriff „UrbanLand“ und unter einem „neuen Stadt-Land-Quartier“ zu verstehen haben. Er zeigt uns auch, wo Anknüpfungspunkte für den Kulturbereich zu sehen sind. Nachmittags haben wir Raum für „Best Practices“ aus Deutschland und den Niederlanden und suchen nach Übertragungsmöglichkeiten auf die Region OstWestfalenLippe, insbesondere auf eher ländlich geprägte Räume.

Es freut mich, dass in Kooperation mit der Detmolder Schule für Architektur und Innenarchitektur der Hochschule OstWestfalen-Lippe in Detmold Ergebnisse eines aktuellen Seminars zum Thema „Kreativquartiere“ in Form von Modellen und Plänen hier ausgestellt werden können. Prof. Oliver Hall wird uns in seinem Fachimpuls näher erläutern, was es damit auf sich hat.

Überlegungen und Ideen zum Thema „Das neue Stadt-Land-Quartier“ können im Rahmen der Konferenz heute von allen Teilnehmenden eingebracht werden. Diese Ideen werden sowohl in den weiteren Prozess der REGIONALE als auch in die strategische Arbeit des Kulturbüros einfließen.“

### **Landrat Dr. Lehmann bedankt sich bei allen, die diese Konferenz ermöglicht haben:**

- dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW für die kontinuierliche Unterstützung aus der Regionalen Kulturpolitik, die eine Stärkung der kulturellen Netzwerkstrukturen in der Region OWL erst möglich macht,
- dem Kreis Lippe, der die Umsetzung der Kulturkonferenz finanziell unterstützt,
- der IHK Lippe zu Detmold, die mit der Bereitstellung der Räumlichkeiten und der organisatorischen Unterstützung vor Ort einen wichtigen Beitrag zum heutigen Tag leistet,
- den Mitgliedern des Fachbeirats Kultur, der Bezirksregierung Detmold, dem Regionalrat, dem OWL Kulturbüro und allen Referenten, Mitwirkenden und nicht zuletzt der Künstlerin Angelika Höger, die dazu beigetragen hat, diesen Ort für die Konferenz auf unkonventionelle – künstlerische – Weise zu verwandeln.
- Einen besonderen Dank richtet Dr. Lehmann an die Sparkassen in OstWestfalen-Lippe, die durch ihr wichtiges und verlässliches Engagement die Arbeit des Kulturbüros für die Region OWL erst ermöglichen.

**Den Teilnehmenden der Konferenz wünscht Landrat Dr. Lehmann viele gute Anregungen und Impulse für die weitere Kulturarbeit in der Region und einen guten Austausch.**

## Dr. Hildegard Kaluza

Abteilungsleiterin Kultur im Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen

(Es gilt das gesprochene Wort)

Die Kulturabteilungsleiterin begrüßte alle Konferenzteilnehmenden und entschuldigte zunächst Herrn Parlamentarischen Staatssekretär Kaiser, der aus terminlichen Gründen nicht an der Konferenz teilnehmen konnte, im Namen der Landesregierung aber herzliche Grüße ausrichten ließ.

„Die OWL Kulturkonferenzen haben schon eine lange Tradition – heute findet die 11. Konferenz statt. Das beweist, wie wichtig solche Plattformen sind und dass es den Veranstaltern gelingt, die Bedarfe der Kunst- und Kulturszene konkret aufzugreifen. Neben den fachlichen Inputs ist vor allem der Austausch untereinander immer ein sehr wichtiges Kriterium für gutes Gelingen! Auch das Kulturfördergesetz NRW setzt im § 27 auf Dialogveranstaltungen, weshalb wir auch diese OWL Kulturkonferenz gern fördern.

Im Rahmen von Konferenzen werden aktuelle Themen aufgegriffen, Impulse und Anregungen zur Weiterentwicklung gegeben und Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben die Möglichkeit, direkt Einfluss auf bevorstehende Entwicklungen zu nehmen.

So haben sich die Veranstalter dieses Jahr dazu entschieden, die REGIONALE 2022 zum Thema zu machen! Das halte ich für richtig, denn die REGIONALE wird in den nächsten Jahren viele Diskussionen bestimmen, unzählige Chancen bieten und Entwicklungsmöglichkeiten eröffnen.

Welche Chancen sich für die Kultur in OWL dabei ergeben können, kann man sicher nicht früh genug erörtern – zumal zunächst eher Themen wie Stadtentwicklung, Digitalisierung und Mobilität im Vordergrund zu stehen scheinen. Aber eben nur vordergründig: Denn Kunst und Kultur sind mitentscheidend für die Lebensqualität einer Region und geben Impulse für eine zukunftsfähige Entwicklung.

Als Standortfaktor spielen Kunst und Kultur eine große Rolle. Hier stehen die Regionen immer im Wettstreit mit den Metropolen des Landes.

Dass sich die Region OWL nicht verstecken muss, zeigt sich an vielen herausragenden Kulturinstitutionen und Kulturereignissen wie z.B. an den Theatern in Bielefeld, Gütersloh und Paderborn, an Festivals wie „Wege durch das Land“ und an den Museen in Herford, Minden oder an dem besonders schön gelegenen Weserrenaissance-Museum Schloss Brake. Auch ein Weltkulturerbe ist mit Schloss Corvey hier vertreten und das alles sind nur Beispiele. Was die Region insgesamt ausmacht, hat z.B. Theresa Hahl eindrücklich in ihren Texten beschrieben.



### 1. Wer ist Theresa Hahl?

Sie war von Juli bis Oktober letzten Jahres die Regionsschreiberin hier in OWL. 2017 feierte das Förderprogramm „Regionale Kulturpolitik“ sein zwanzigjähriges Jubiläum und aus diesem Grund hat das Land gemeinsam mit den zehn Kulturregionen zehn Regionsschreiberinnen und -schreiber ausgesucht, die vier Monate lang jeweils eine Region bereist und darüber geschrieben haben.

Theresa Hahl hat diese Chance ergriffen, sie hat die Region wirklich intensiv bereist, Kontakt zu vielen – sehr unterschiedlichen – Menschen aufgenommen – und der Region dann eine Art „Liebeserklärung“ gemacht. Ich möchte hier nur einen kleinen Ausschnitt vorlesen – wer Theresa Hahl erlebt hat, weiß natürlich, mit wieviel Charme und Esprit sie ihre eigenen Texte vorträgt – was sie übrigens auch im Rahmen der Leipziger Buchmesse im März wieder tun wird!

*Alles was ich erlebte, alles was ich empfinde  
jeder Augenschmaus, jede Begegnung  
mit der ich diese Zeit hier verbinde,  
hat mir eine kleine Heimat erschaffen.  
Natürlich muss ich bald wieder packen,*

*doch das Geheimnis hinter all diesen Worten  
ist ein Stück Herzblut  
an eine bezaubernde Region zu verorten.  
In diesem Text ist ein Fehler:  
er enthält nicht  
alles, alles Erlebte, Gesehene, Angestrebte.  
Doch: Merci, Thank you, Takk fyrir, muchos gracias,  
für alle Monate, Tage, Stunden, Minuten, Sekunden  
ab jetzt fühle ich mich mit OWL  
in meinem Wesen verbunden!*

Soweit Theresa Hahl – eine gute Botschafterin für OWL! Sie spricht von Heimatgefühlen, von einer bezaubernden Region – und die REGIONALE 2022 tritt an, diese gut aufgestellte Region noch besser zu machen.

## 2. Nordrhein-Westfalen ist ein Land der vielfältigen Regionen.

Dabei gehören sowohl die Metropolregionen wie auch die eher ländlich geprägten Räume untrennbar zur Identität unseres Landes. Das hat auch das Projekt *stadt.land.text* immer wieder deutlich gemacht – die Texte der zehn Regionsschreiberinnen und -schreiber waren so unterschiedlich und vielfältig wie unsere Kulturlandschaft.

Diese regionale Vielfalt prägt NRW. Wir müssen dafür Sorge tragen, dass in allen Regionen Bedingungen erhalten bzw. geschaffen werden, in denen die Menschen gut und gerne leben und auch schöpferisch tätig sein können. Die REGIONALEN bieten dafür einen geeigneten Rahmen.

Ich hoffe sehr, dass die REGIONALE 2022 unter dem Leitsatz „Wir gestalten das neue UrbanLand“ den kulturellen Reichtum dieser Region aufgreift, in die Planungen integriert und auch Neues ermöglicht. Die Landesregierung und wir als Kulturabteilung werden uns dafür einsetzen, dass die Kultur einen angemessenen Stellenwert bekommt.

Besondere Chancen liegen hier sicher im Bereich der Kreativwirtschaft. Gute Beispiele für die Entwicklung von definierten Räumen als Kreativquartiere gibt es ja in NRW vor allem bereits im Ruhrgebiet. Aber auch andere (Bundes-)Länder können von guten Beispielen berichten. Sie werden gleich Gelegenheit haben, davon zu hören. Lassen Sie sich von diesen Beispielen inspirieren. Im Rahmen der REGIONALE 2022 können sich hier ganz sicher zukunftsweisende Entwicklungen ergeben.

Ein für die Region ebenso interessanter Ansatz ist der der dritten Orte. Im Koalitionsvertrag steht dazu:

„Gerade in ländlichen Regionen, aber auch andernorts bietet sich an, neue oder bestehende Kultureinrichtungen zu bündeln. Dabei werden Synergieeffekte genutzt und die Einrichtungen, wie es in Bibliotheken nach dem Vorbild anderer europäischer Länder bereits geschieht,

zu sogenannten „dritten Orten“ ausgebaut. An ihnen können verschiedene kulturelle Aktivitäten der Umgebung ihre Angebote machen, ohne eine eigene Einrichtung unterhalten zu müssen.“

Bei allen Aktivitäten wird ein regionales Zusammenwirken der Kommunen in OWL entscheidend sein. Deshalb freut es mich, dass heute hier viele Personen vertreten sind, die als Brückenbauer und Multiplikatoren wirken können. Interkommunale Zusammenarbeit ist entscheidend für den Erfolg.

Gerade in ländlichen Regionen, aber auch andernorts bietet es sich an, Partnerschaftsmodelle zu initiieren, Kunst und Kultur mit anderen Aufgabenfeldern zu vernetzen, Synergieeffekte stärker zu nutzen. Die REGIONALE 2022 kann hier neue Maßstäbe setzen.

## 3. Kulturelle Profilbildung der Regionen

und die Unterstützung von regionaler Kulturentwicklung hat das Land, wie Sie wissen, schon seit vielen Jahren auf der Agenda. Mit dem Förderprogramm der Regionalen Kulturpolitik – kurz RKP – unterstützen wir die regional angelegte interkommunale Zusammenarbeit im Kulturbereich. Sie dient dem Erfahrungsaustausch, der Durchführung gemeinsamer Projekte und der kulturellen Profilierung der Regionen.

In OWL fördern wir in diesem Jahr wieder rund 35 Projekte im Rahmen der RKP. Das ist im Vergleich zu anderen Kulturregionen verhältnismäßig viel. Es liegt zum einen sicher an der besonders engagierten Kulturszene hier in OWL und zum anderen an der exzellenten Begleitung durch das OWL Kulturbüro und der Bezirksregierung. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle auch ganz herzlich bei den Akteuren bedanken. Das Programm RKP schafft Schnittstellen zwischen Akteuren aus dem Kunst- und Kulturbereich, der Stadtentwicklung, dem Tourismus und der Wirtschaft und stellt Synergien zwischen den verschiedenen Bereichen zur Aktivierung innovativer Kooperationsvorhaben her. Deshalb ist es auch sehr begrüßenswert, dass das OWL-Koordinierungsbüro der RKP mit Antje Nöhren so gut in die Planung und später sicher auch in die Durchführung der REGIONALE 2022 eingebunden ist. Es werden sich tolle Synergien ergeben – die ersten entstehen sicher heute schon.

Ich wünsche der Konferenz gutes Gelingen und freue mich auf die Ergebnisse. Die Entwicklung der REGIONALE 2022 werden wir intensiv beobachten und begleiten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!“



# Im Gespräch

## **Christ-Dore Richter**

*stellv. Bürgermeisterin Stadt Detmold (Mitte)*

## **Anke Peithmann**

*Verbandsvorsteherin Landesverband Lippe (rechts)*



**Ures:**

Im Rahmen der Kulturkonferenzen und auch mit Blick auf die REGIONALE sprechen wir oft über Vernetzung. Welchen Stellenwert hat das Thema Vernetzung für die Stadt Detmold?

**Richter:**

Kooperation und Netzwerke gehören bei uns in Detmold zu unserer täglichen Arbeit: Die Nordwestdeutsche Philharmonie ist durch einen starken Förderverbund in OWL verankert, in den auch der Kreis Lippe eingebunden ist. Das Landestheater Detmold ist mit seiner Wanderbühne mit 650 Vorstellungen im Jahr sowohl in Detmold, in der Region, als auch darüber hinaus präsent. Seit 21 Jahren findet in Detmold alle zwei Jahre das internationale Straßentheaterfestival statt, an dem viele Partner mitwirken. Diese und viele weitere Beispiele zeigen, dass wir hier in Detmold Kooperation seit Langem leben – sowohl mit dem Kultursekretariat als auch mit dem OWL Kulturbüro.

**Ures:**

Wir nehmen heute die REGIONALE 2022 unter dem Titel „Das neue UrbanLand“ in den Blick und setzen einen besonderen Fokus auf „das neue Stadt-Land-Quartier“. Welche Chancen bieten sich für die Region durch die REGIONALE aus Sicht des Landesverbandes?

**Peithmann:**

Aus Sicht des Landesverbandes Lippe bietet die REGIONALE 2022 eine erneute Chance für alle Beteiligten, über die eigenen Grenzen hinaus zu denken. Das Netzwerken wird im Kreis Lippe sehr gut gepflegt, manchmal habe ich den Eindruck, es könnte auch in Lippe erfunden worden sein. Darüber hinaus ist es wichtig,

dass wir uns als gesamte Region OWL präsentieren. Die Aktivitäten rund um das Hermannsdenkmal geben ein gutes Beispiel dafür: Unter Begleitung der Touristiker ist in Arbeitsgruppen mit sehr breiter Fachexpertise eine Projektskizze entstanden, um das Denkmalareal zukunftsfähig zu entwickeln – nicht nur für den Kreis Lippe, sondern für die ganze Region. Aus meiner Perspektive ist das eine wichtige Aufgabe: Wir müssen mehr regional denken.

**Ures:**

Wenn wir über „das neue Stadt-Land-Quartier“ sprechen, nehmen wir die Kreativwirtschaft in den Blick. Wie nehmen Sie die Kulturszene in der Stadt Detmold wahr?

**Richter:**

Es gibt in unserer Stadt noch ein ungeheuer unentdecktes Potenzial im Bereich der Kreativwirtschaft. Hier beziehe ich mich z.B. auf die Musikfirmen, die kleinen, unentdeckten Kreativinitiativen... Es gibt unheimlich viele Kunstschaffende, Malschulen und Ateliers, ebenso die vielen Chöre, die wir hier versammelt haben – diese Potenziale müssen wir mehr zusammenbringen. Nicht zuletzt gibt es ein enormes Potenzial in den Hochschulen. Sie haben das größte Potenzial, weil dort immer wieder neue Ideen von Studierenden eingebracht werden und auch Externe sich einbringen. Als Stadt versuchen wir, die Studierenden hier zu halten, zum Beispiel durch eine Prämie für den Erstwohnsitz. Bei Veranstaltungen der Stadt gehen wir oft auf Hochschulen zu und binden Kunstschaffende der Hochschulen mit ein. Wir schreiben bestimmte Projekte aus. Der Kreativcampus wird von der Stadt unterstützt. Wir achten darüber hinaus auch sehr darauf, mit kulturellen Bildungsprojekten die Jüngsten in die aktive Kulturarbeit einzubeziehen.

**Peithmann:**

Mein Wunsch für diese Konferenz ist, dass wir unseren Blick wieder stärker auf OWL als Region richten. Gibt es Projekte, die wir gesamtregional denken können, über die eigenen Kreisgrenzen hinaus? Neue Projekte können zu einer Attraktivierung der Kulturregion OWL insgesamt beitragen. Das Denken und Handeln für die Region hat wiederum einen positiven Effekt für jeden einzelnen Akteur.

**Richter:**

Ich wünsche mir, dass die Kulturkonferenz dazu beiträgt, die Netzwerke in der Region weiter zu stärken und sie da, wo es sinnvoll ist, noch auszubauen. Der Veranstaltung wünsche ich vor allem, dass die Gelegenheit genutzt wird, sich mit Ideen gegenseitig zu befruchten, dass sich die Kunstschaffenden einbringen und sich mit ihren Ideen nicht zurückhalten.



## Auf dem Podium:

### **Marianne Thomann-Stahl**

*Regierungspräsidentin Bezirksregierung Detmold*

### **Reinold Stücke**

*Regionalratsvorsitzender des Regierungsbezirks Detmold*

## Regionale Zusammenarbeit statt Konkurrenzdenken

**Ures:**

In Bezug auf die stärkere Vernetzung und bessere Sichtbarkeit der Kultur in OWL macht die Digitalisierung viel möglich und schafft neue Chancen. OWL ist Modellregion bei der Digitalisierungsstrategie des Landes. Was hat sich seither getan?

**Thomann-Stahl:**

Digitalisierung ist in allen Lebensbereichen immens wichtig. Sie bietet neue Chancen im privaten Bereich und ist unverzichtbar in der Wirtschaft. Auch da sind wir in OWL sehr weit vorne. Chancen bieten sich aber auch für Künstlerinnen und Künstler. Was unsere Rolle als Pilotregion angeht, so sind wir im Aufbruch. Wir müssen zunächst Strukturen schaffen, um die Mittel des Landes möglichst sinnvoll und effektiv einzusetzen. Hier sind wir im engen Austausch mit dem Kreis Paderborn und der Stadt Delbrück. In Paderborn werden wir demnächst ein Projektbüro einrichten. Wir werden dann sehen, in welchen Bereichen sich das überall niederschlägt. Zunächst handelt es sich dabei um ein Pilotprojekt für die öffentliche Verwaltung auf kommunaler wie auf staatlicher Ebene.

**Ures:**

Wie können die Kulturschaffenden eine stärkere Lobby für die Kultur schaffen, was die Digitalisierung und natürlich auch was Förderung anbetrifft?

**Thomann-Stahl:**

Da bietet die Digitalisierung beispielsweise Chancen, digitale Plattformen zu bilden. Die OWL GmbH ist ja gerade dabei, gemeinsam mit der Uni Paderborn und Partnern aus der Region eine Plattform für OWL zu kreieren und aufzubauen. Wer sich informieren will, kann über diese Plattform dann erfahren, welche Veranstaltungen stattfinden, wie man dort hinkommt, wie man Eintrittskarten bekommt und darüber hinaus auch, wie man Möglichkeiten findet, Partner für das eigene Projekt oder Zugang zu Fördermitteln zu finden. Hier ist die Digitalisierung die Grundvoraussetzung, um so einen Informationsaustausch auf breiter Ebene zu realisieren.

**Ures:**

Wenn wir über die Kulturregion OWL sprechen, wo sehen Sie heute die wichtigsten Entwicklungsaufgaben bis 2022?

**Stücke:**

Wir haben heute Morgen gehört und zur Kenntnis genommen, wie gut wir in OWL vernetzt sind. Diese Kulturkonferenz hat natürlich auch zur Aufgabe, Informationen auszutauschen und Best Practices bekannt zu machen, aber es ist mein Wunsch, auch neue Ideen zu kreieren und auf den Weg zu bringen. Wir haben in den letzten Monaten des letzten Jahres zwei Umfragen gehabt: Einmal gab es den Regionalkongress zusammen mit der OWL GmbH und der Bertelsmann-Stiftung und es gab eine Umfrage der IHKs und des OWL Kulturbüros zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft. Da gibt es vor allem zwei Ergebnisse: Zum einen seien wir hier in der Region mit der Vernetzung im Bereich Kultur zufrieden. Im Bereich Marketing, insbesondere bei der Außenwahrnehmung, sei aber noch etwas zu tun.

Wenn Marketing ein Defizit ist, müssen wir uns was Neues einfallen lassen. Ein Weg wird diese eben erwähnte OWL-weite digitale Plattform sein. Wenn wir – wie bei der in 2017 durchgeführten Image-Umfrage – feststellen, dass, bei aller Zufriedenheit intern, die Region von außen nicht unbedingt mit Kultur verbunden wird, dann stellt sich jetzt natürlich die Frage: Wollen wir denn bestimmte Highlights haben, damit man in München, Kiel, Aachen oder Berlin weiß, was hier bei uns passiert? Dann müssen wir auch entsprechende Leuchttürme haben. Denn sonst werden wir bei aller internen Zufriedenheit und Vernetzung, die wir hier haben, wahrscheinlich nicht wahrgenommen.

Und jetzt kommt die REGIONALE: Sie bietet uns genau diese Möglichkeit, jetzt hier mit solchen Dingen zu arbeiten. Es sind ja heute einige Bürgermeister hier. Es ist ja so, dass die REGIONALE ohne die Kommunen nicht läuft, weil wir Projekte brauchen. Mein Appell geht an die Kreise, Städte und Kommunen, auch dieser Frage mit offenen Augen und Ohren zu begegnen und die Restfinanzierung für neue Projekte sicherzustellen.

**Ures:**

Es wurde betont, dass die Kommunen einen wichtigen Stellenwert im REGIONALE-Prozess haben. Frau Thomann-Stahl, wie bewerten Sie den aktuellen Stand in den Kommunen der Region?



**Thomann-Stahl:**

Auf kommunaler und regionaler Ebene sind wir bereits recht gut vernetzt. Aber man sollte Frau Dr. Kaluza gut zuhören: In OWL läuft vieles sehr gut. Aber die Anderen schlafen auch nicht. Man sollte nicht meinen, dass das Ruhrgebiet in Staub und Dreck versinkt. Auch hier sind sehr gute Leute unterwegs, die den Vorteil eines viel größeren Einzugsgebiets und die Nähe zu großen Konzernen haben, die viel Geld investieren können. Das ist schon eine Konkurrenz, gegen die wir ankommen müssen. Und da hilft nur die regionale Verbundenheit und Zusammenarbeit. Das Förderkonzept für die Nordwestdeutsche Philharmonie ist dafür ein gutes Beispiel. Hier sind 18 Kommunen und Kreise aus ganz OWL Mitglieder. Die gute Vernetzung haben wir auch beim Projekt „Wege durch das Land“, an dem sich alle Kreise und Bielefeld als kreisfreie Stadt beteiligen. Sie haben ja auch darauf hingewiesen, Frau Dr. Kaluza, dass wir im Programm „Regionale Kulturpolitik“ recht erfolgreich sind. Auch hier gibt es viele Projekte, die kreis- und städteübergreifend stattfinden. Das muss auch so sein, weil die Kosten zu hoch wären, wenn jede kleine Kommune alles nur für sich alleine organisieren würde. Wir brauchen starke Verbände, um in der Region ein größeres Publikum und viele Schulen zu erreichen. Die Bezirksregierung unterstützt das auf jede nur mögliche Weise. Die Vorgaben des Landes sind ebenfalls darauf ausgerichtet. In allen Bereichen – ganz gleich, ob Sie den Bereich Technologie nehmen oder Städtebau, Umwelt oder auch Kultur – wird großer Wert auf interkommunale Zusammenarbeit gelegt. Das ist die Chance, sich gegenüber den Ballungsgebieten zu positionieren. Darüber hinaus bietet sich hier die Möglichkeit zu relativ günstigen Mietpreisen Wohnraum und Fläche zu

mieten. Denn wir haben diesen Wohnraum und diese Fläche noch. Es gibt Schulen und Universitäten, in denen junge Fachkräfte nachwachsen. Das müssen wir im Rahmen der REGIONALE unbedingt fördern. Untersuchungen beispielsweise der NRW-Bank zeigen, wie man Ballungsgebiete entlasten kann durch die verstärkte Nutzung ländlicher Räume, und in diese Richtung müssen wir uns in den nächsten Jahren bewegen.

**Ures:**

Es steht also fest, dass Vernetzung wichtig ist, dass man voneinander profitieren kann, Synergieeffekte schaffen, Best Practices austauschen... Das ist die Theorie. Der größte Konkurrent ist da doch wahrscheinlich die Konkurrenz - Angst vor Konkurrenz-Veranstaltungen, zum Beispiel, die mir meine Zuschauer abfischen. Inwieweit schätzen Sie es auch als Problem ein, dass Kommunen oder Anbieter sich auch als Konkurrenten verstehen und sich einer Kooperation aus diesem Grund eher verschließen?

**Thomann-Stahl:**

Das ist nicht von der Hand zu weisen. Das betrifft aber auch ein Beispiel aus einem ganz anderen Bereich, nämlich der Industrie: unser Spitzencluster „it's owl“. Hier sitzen ja auch Konkurrenten gemeinsam am Tisch und einigen sich über bestimmte technologische Projekte. Natürlich wird hier nicht alles geteilt, die Unternehmen sind ja immer noch Konkurrenten, aber trotzdem funktioniert die Vernetzung insgesamt hervorragend. Und das klappt auch im kulturellen Bereich, wenn man erkennt, dass die gegenseitige Unterstützung dazu führt, dass insgesamt mehr Leute angesprochen werden. Es ist ja nicht so, dass ein gutes Kulturprojekt aus

Paderborn nicht auch in Minden Interessenten finden könnte. Wenn man sich austauscht und das über die ganze Region hin entwickelt, dann kriegt man auch in der ganzen Region Zuschauer und Zuhörer. Das kann man schon so steuern, dass es sich keine große Konkurrenz macht.

**Ures:**

Herr Stücke, Sie haben eben gesagt: Wir müssen uns die Frage stellen, ob OWL überhaupt leuchten will. Kann sich eine Region wie OWL mit allem, was hier gut funktioniert und was an Attraktivität geboten wird, überhaupt leisten, diese Frage unter Umständen mit „Nein“ zu beantworten?

**Stücke:**

Aus meiner Sicht kann sie sich das nicht leisten. Gehen wir noch einmal zum Beispiel „it's owl“. Dieses Cluster ist eine gemeinsame Geschichte der Unternehmen in der Region. Zu Beginn war die Überzeugung wichtig, dass das gemeinsame Vorhaben jedem, der daran beteiligt ist, auch etwas nützt. So wird es bei der Kultur auch sein. Wir können uns nicht leisten, uns auf unserer Zufriedenheit auszuruhen. Wir haben die Konkurrenz in Köln, in Düsseldorf... In OWL haben wir ganz andere

Stärken, ganz andere Gewichte, die wir einbringen können. Daher müssen wir uns die Frage stellen: Wollen wir das? Und wenn wir die Frage mit ‚Ja‘ beantworten (müssen), dann müssen wir alle gemeinsam etwas tun. Das muss die Region OWL gemeinsam anfassen.

Wichtig ist dabei aber auf Seiten der Förderer Folgendes: Wir geben Euch nicht vor, was Ihr machen sollt. Ihr müsst schon selbst wissen, was Ihr wollt und dann könnt Ihr mit Euren Ideen und Initiativen auf die Förderer zugehen. Kurz: Ich möchte diese Frage mit ‚Ja‘ beantworten und alle dazu ermuntern, daran zu arbeiten.

**Ures:**

Darauf aufbauend meine abschließende Frage: Was sind Ihre Wünsche für den Tag?

**Stücke:**

Eine ganz tolle Idee, wie wir OWL bundesweit nach vorne bringen.

**Thomann-Stahl:**

Dass alle, die hier sind, verstanden haben und schon überlegen, welche Chancen Ihnen die REGIONALE 2022 bietet.





# Fachimpuls 1

Herbert Weber: „Das neue UrbanLand“





## Herbert Weber

Geschäftsführer OstWestfalenLippe GmbH  
(Es gilt das gesprochene Wort)

Die spannende Frage des heutigen Tages ist vielleicht nicht ob Kultur Motor für ein neues Stadt-Land-Quartier OWL sein kann (das haben wir heute alle sicher schon mit „Ja!“ beantwortet), sondern wie. Wie kann Kultur ein Motor dafür sein?

In der Region ist seit der Bekanntgabe, dass die REGIONALE 2022 in OWL stattfindet, eine deutliche Unruhe wahrnehmbar. **Diese Unruhe ist gut**, weil sie zeigt, dass die Region bereit ist für die REGIONALE und sich in diesem Prozess stark machen will.

Eine Sorge kann ich Ihnen an dieser Stelle nehmen: Noch hat niemand etwas verpasst – es geht erst los!

### Zukunftsvision

Zum Einstieg möchte ich mit Ihnen einen Blick in das UrbanLand werfen, also in die Zukunft von OstWestfalenLippe - in das Jahr 2030, mit einer Zwischenstation in 2022.

Mit 2,1 Mio. Einwohnern leben 2030 etwas mehr Menschen hier als heute.

Sie leben gerne in den **quiriligen Großstädten** Bielefeld, Paderborn und Gütersloh und nutzen die großstädtischen Angebote und das Ambiente.

Andere genießen die **Vorzüge der Mittel- und Kleinstädte** und wiederum andere haben die Dörfer und die **ländlichen Räume** für sich wiederentdeckt, weil sie auch dort alles finden, was sie suchen: Interessante Jobs, Ausbildungsmöglichkeiten – vieles können sie auch von Zuhause aus erledigen bzw. an ausgewählten Co-Working Spaces – die **Digitalisierung macht es möglich**.

Das gilt auch für junge Leute, die sich in einem leerstehenden Ladengeschäft oder einer ehemaligen Schule treffen, um gemeinsam an sozialen und **kulturellen Projekten** zu arbeiten. Hinsichtlich der Freizeitgestaltung können die Bewohner in der wunderbaren Landschaft von OstWestfalenLippe aus dem Vollen eines **differenzierten und breiten Kulturangebots** schöpfen.

Es ist kein Problem, dass diese Region sehr weitläufig ist: Die **Mobilitätsangebote** in der Region sind so gut miteinander vernetzt, dass es ein Leichtes ist, diese Entfernungen auch ohne eigenes Auto zu überwinden. Das kommt Schülerinnen und Schülern zugute, die in Dörfern leben, Studierenden, die sich bewusst dafür entscheiden, in den umliegenden Städten und Gemeinden der Hochschulstandorte zu wohnen, und auch den Familien in den ländlichen Regionen, die beispielsweise ihre Einkäufe erledigen oder eine Kulturveranstaltung erleben wollen.

Das **eigene Auto** ist nicht mehr Standard, insbesondere junge Menschen setzen andere Prioritäten. **Sharing**, also teilen, ist das Prinzip. Busse – **teilweise autonom fahrend** – halten da, wo die Menschen leben.

**Gesundheitszentren** sorgen für eine flächendeckende Versorgung in den ländlichen Räumen und die Pflege **älterer und kranker Menschen** funktioniert in den Dörfern, wie in den modernen Quartieren der Städte.

Die Region ist wirtschaftlich stabil. Die Unternehmen und Betriebe kooperieren mit den Hochschulen oder

miteinander. Ihnen fällt es leicht, qualifiziertes Personal zu finden – in allen Bereichen.

Menschen aus anderen Teilen der Republik entscheiden sich bewusst für OstWestfalenLippe als Lebensmittelpunkt, weil sie hier Rahmenbedingungen finden, die ihnen ein gutes Leben möglich machen – von bezahlbarem Wohnraum bis hin zum sozialen Zusammenhalt.

Es gibt eine **ausgewogene Balance in der Region zwischen den städtischen Räumen und den ländlichen Räumen.**

### REGIONALE 2022

Die **REGIONALE 2022 ist das Instrument**, mit dem wir diese Zukunftsvision ein Stück weit Wirklichkeit werden lassen wollen.

Die Region hat bereits Erfahrungen in Sachen REGIONALE: Mit der sogenannten Expo Initiative OstWestfalenLippe haben wir im Jahr 2000 die erste REGIONALE des Landes Nordrhein-Westfalen präsentiert.

Herausragende Beispiele dieser ersten REGIONALE sind:

- der **„Haller Willem“** – die Reaktivierung der Zugverbindung zwischen Bielefeld und Osnabrück ist aus einer **Bürgerinitiative** hervorgegangen.
- das **Museum Marta** in Herford. Als Haus des Möbels im Zuge der REGIONALE gestartet und 2004 als Museum für zeitgenössische Kunst und Design eröffnet.
- **Dürkopp Tor 6**: In Bielefeld ist aus einer ehemaligen Industriebrache als REGIONALE-Projekt ein neues Quartier hervorgegangen mit dem Theaterlabor, dem Jugendgästehaus und einem Jugendausbildungszentrum.
- Weitere Beispiele sind die **Garten\_Landschaft Ost-WestfalenLippe**, die **Klosterregion Paderborn-Corvey** und auch das Literatur- und Musikfest **„Wege durch das Land“** hat seine Wurzeln in dieser Zeit.

Zu den Effekten dieser ersten REGIONALE gehört die **intensive Zusammenarbeit**, die wir heute haben: Es sind Netzwerke und Brancheninitiativen entstanden, darunter das **Zentrum für Innovation in der Gesundheitswirtschaft** und **Energie Impuls OWL** – und die **OWL GmbH** ist als regionale Plattform gewachsen. Ich bin außerdem überzeugt, dass es ohne die REGIONALE 2000 heute auch das Spitzencluster „it's OWL“ nicht gäbe.

REGIONALEN sind also **ganzheitliche Strukturprogramme**, mit denen das **Land Nordrhein-Westfalen**

**Regionen** die Chance gibt, sich auf **Herausforderungen der Zukunft einzustellen**. Das Land unterstützt mit Fördergeldern. Die letzte **REGIONALE im Münsterland beispielsweise hat insgesamt 150 Mio. € Fördergelder für 36 Projekte** erhalten. Es geht um die Vernetzung, die Kooperation und das Überschreiten kommunaler und fachlich-sektoraler Grenzen.

### Interkommunale Kooperation

Die **Kommunen stehen heute vor vielen Herausforderungen**, die nicht alleine bewältigt werden können. Die Zusammenarbeit mit seinem Umland ist an vielen Stellen in der Region bereits bewährt. Das gilt für Themen wie Müllentsorgung, Verkehr, für die soziale Versorgung, das gilt auch für Kulturprojekte.

Eine REGIONALE ist nun ein **„kommunales Kooperationsprogramm Deluxe“**, weil die Perspektive ein gesamter Wirtschafts- und Kulturräum ist – d. h. wir sprechen über 70 Städte und Gemeinden, über sechs Kreise und die kreisfreie Stadt Bielefeld, über 2 Mio. Menschen, 62 Mrd. € BIP, 6.500 km<sup>2</sup> Fläche, etc. – dahinter steckt nochmal viel mehr **Potenzial**, weil der Gestaltungsrahmen größer ist. REGIONALEN stärken auch die Rolle der Regionen als Handlungsplattform in einer zunehmend globalisierten Welt.

Aber REGIONALEN sind auch mit einem besonderen Anspruch verbunden. **„REGIONALE heißt nicht, das Land gibt einen aus“**, sagt ein Vertreter des Heimatministeriums, das die Federführung auf Landesseite hat – und macht so deutlich, dass das Land von REGIONALE-Projekten etwas Besonderes erwartet. Es geht nicht um Projekte aus der Schublade, die man immer schon mal machen wollte, es geht um Neues, Innovatives, Zukunftsorientiertes.

### Herausforderungen für OstWestfalenLippe

**OWL ist eine starke Region, uns geht es gut. Aber auch unsere Region steht vor enormen Herausforderungen:**

1. Die **unterschiedlichen Entwicklungsdynamiken** in OWL: Nicht alle Teile der Region entwickeln sich gleichermaßen gut. Entlang der Autobahnen oder um die Hochschulstandorte herum passiert viel, die ländlichen, dünn besiedelten Räume dahingegen haben teilweise enormen Problemdruck. Der **Kreis Höxter** beispielsweise hat eine Bevölkerungsprognose von -16 % bis zum Jahr 2040. Hinzu kommen **unterschiedliche Erreichbarkeiten, schlechte Breitbandversorgung**, etc. In diesen unterschiedlichen Entwicklungsdynamiken **schlummert die Gefahr**, dass sich in der Region eine Schere zwischen starken Bereichen und schwachen Bereichen auftut.

2. Ein großes Problem ist der **Fachkräftemangel**. Dies gilt für Industrie, Dienstleistung und Handwerk.
3. Auch hier sind allgemeine Trends wahrnehmbar, wie die **demografische Entwicklung** und der Sog, den Metropolen insbesondere auf junge Menschen ausüben. Das Thema Landflucht ist verbunden mit den entsprechenden Schrumpfungsschmerzen.

**Gleichzeitig** gibt es aber auch Entwicklungen, die uns durchaus entgegenkommen. Das sind zum Beispiel die **Schattenseiten, die Metropolen** wie München, Hamburg oder Köln erleben, man spricht von „**Wachstumsschmerzen**“ (**Mangel an bezahlbarem Wohnraum, Verkehrsdichte, ...**), die für Menschen nicht mehr attraktiv sind.

Und es ist auch eine neue **Lust auf individualisierte Lebensstile festzustellen**, beim Wohnen – der eine will mitten in der Stadt im quirligen Viertel wohnen, der andere in der ländlichen Idylle – bei der Art, wie wir uns fortbewegen, wie wir an Kultur teilhaben wollen, wie wir arbeiten wollen, etc. Die **Digitalisierung** sorgt auch für **mehr Flexibilität in der Lebens- und Arbeitsgestaltung**.

#### Das neue UrbanLand

Das **UrbanLand OstWestfalenLippe** ist unser **Lösungsansatz**: die **Vision** einer attraktiven Region mit hoher Lebensqualität in den Städten und auf dem Land. Unser Ziel ist es, mit der REGIONALE eine **befruchtende Wechselwirkung, eine Nähe** zwischen den prosperierenden Bereichen der Region und den strukturschwächeren Bereichen herzustellen: **Eine neue Balance von Stadt und Land!**

Wir wollen **ein Stück Urbanität aufs Land** bringen und umgekehrt **ländliche Gelassenheit**, ländlichen Charme **in die Städte** bringen, ohne die jeweilige Originalität in Frage zu stellen. Deshalb ist die REGIONALE auch ein **gesamregionales Projekt** mit der **Perspektive auf ganz OWL**.

Die Chancen dafür liegen in der **polyzentrischen Struktur** der Region: In **der Nähe** von den Großstädten Bielefeld und Paderborn, Mittelzentren wie Gütersloh, Detmold, Minden oder Herford zu den zahlreichen Kleinstädten, die eine **Ankerfunktion** für ihre Umgebungen übernehmen können und nicht zuletzt den Dörfern und der Landschaft, in der starken Wirtschaft und der wachsenden Hochschullandschaft.

**UrbanLand heißt**, diese Kräfte zu bündeln und miteinander zu vernetzen. **UrbanLand steht für eine neue Gestalt der Region und eine neue Regionskultur!** Die Menschen sollen überall ihren individuellen Wünschen

entsprechend leben und unterschiedliche Lebensentwürfe umsetzen können.

Wenn man die **aktuellen Diskussionen** aufmerksam verfolgt – etwa in den bundesweiten Medien – spürt man, dass es **neue Chancen** für ländliche Räume gibt, sogar von einem **Comeback des ländlichen Raums sprechen Experten**. Und dabei sind die Stichworte wie Digitalisierung, Homeoffice, Onlinehandel etc. sicherlich wichtige Faktoren, um so etwas möglich zu machen.

Einer der Experten, die sich mit diesen Fragestellungen beschäftigen, ist **Prof. Gerhard Matzig**, Journalist bei der **Süddeutschen Zeitung**.

In einem Beitrag aus Mitte Dezember, überschrieben **„Das Dorf von Morgen“**, beschäftigt er sich sogar ganz konkret mit einer Idee, die Studierende im Rahmen eines **Wettbewerbs der NRW Bank** für den Raum Bielefeld, Gütersloh, Herford entwickelt haben. Dabei geht es darum, dass der knappe Wohnraum in Bielefeld dadurch ausgeglichen wird, das entsprechender Wohnraum in Herford und in Gütersloh geschaffen wird.

**Der Begriff UrbanLand** hat vor diesem Hintergrund sehr viel Kraft, denn er spricht eine **neue Sehnsucht** bei den Menschen an nach **Überschaubarkeit und gleichzeitig einem modernen, kreativen Lebensgefühl**.

#### Themen und Projektfelder – der inhaltliche Ansatz

In der REGIONALE 2022 werden insgesamt **vier Handlungsfelder definiert**, in denen die **wirksamsten Ansatzpunkte für die Bewältigung der genannten Herausforderungen liegen, das Zusammenführen der Region und der Ausgleich von Entwicklungsdynamiken**:

1. Der neue Mittelstand
2. Die neue Mobilität
3. Die neuen Kommunen ohne Grenzen
4. Das neue Stadt-Land-Quartier

Hinzu kommen Querschnittsthemen wie die Digitalisierung und die internationale Zusammenarbeit.

#### Der Neue Mittelstand

Architektur, Kultur und gute Luft reichen nicht, um den ländlichen Raum aufzuwerten, **man muss auch Arbeit haben**. In diesem Sinne legen wir auch einen Schwerpunkt **auf wirtschafts- und innovationsfördernde Bereiche**: Darauf, Arbeit und Beschäftigung flächendeckend zu sichern.

**Mobilität wird sich enorm verändern**, das gilt für **unsere Ansprüche, dies gilt auch für neue technische Möglichkeiten**. Wir müssen Mobilität also neu denken, um

Erreichbarkeit in der Region zu verbessern. Beispielsweise indem **Mobilitätspläne** über Verwaltungsgrenzen hinweg gemeinsam entwickelt werden. Es geht um sogenannte **Mobilknoten**, wo ÖPNV und andere Mobilitätsangebote wie Car Sharing, Fahrräder, E-Bikes zusammenkommen und **mit einem reibungslosen Umstieg** – etwa vom Fahrrad auf das Sammeltaxi – eine schnelle Verbindung zwischen Stadt und Land herstellen. Oder denken Sie an eine App, die Information, Buchung und Bezahlung von Verkehrsmitteln in ganz OWL kombiniert. Grundlage dafür muss natürlich ein einheitliches Tarifsystem sein.

Im Handlungsfeld **Die neuen Kommunen ohne Grenzen** geht es um neue intensive Formen der **Zusammenarbeit** von Städten und Gemeinden, die für Effektivität und bessere Angebote der Daseinsvorsorge für die Bürger sorgen. Das gilt insbesondere für Kommunen in den ländlichen Räumen. **Gezielte Partnerschaften von Kommunen** zielen darauf ab, Ressourcen möglichst effizient einzusetzen und die besten Lösungen zu entwickeln. Das gilt für **Pflichtaufgaben** wie z.B. einem zentralen **Back-Office für Bürgerbüros**, das gilt für die **flächendeckende Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs**. Es geht um zielgruppenorientierte **Freizeit- und Erholungsangebote**, um Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerung, es geht um die Auslastung von Infrastrukturen, etc. Hier liegt selbstverständlich auch ein Ansatz für die Kultur, für Kulturangebote bzw. eine Kulturinfrastruktur.

**Die zentrale Handlungsebene** ist das **neue Stadt-Land-Quartier**, also die Frage, wie wir Städte und ländliche Räume zukunftsorientiert gestalten, wie wir Stadtentwicklung, Wohnungsbau und Landschaftsentwicklung von den zukünftigen Ansprüchen der Menschen an ihr Lebensumfeld her – in all ihrer Vielfalt – denken.

Die Basis dafür wollen wir in einem **Bündnis für zukunftsorientierte Siedlungsgestaltung** legen. Politik und Verwaltung in den Kommunen der Region **verständigen sich auf gemeinsame Rahmendaten und Vereinbarungen für die Siedlungsentwicklung**.

Es geht um Themen wie die **Priorisierung der Verbindung von Wohnen und Arbeiten**, die Berücksichtigung von **Mehrgenerationenkonzepten**, die **Qualifizierung des Freiraums**, **Vorgaben zu Mobilitätsfragen bzw. ÖPNV-Anbindungen**, das Thema **Gesundheitsversorgung**, Möglichkeiten **neuer Räume für Kulturangebote** etc. Bündnis heißt aber auch, dass nicht jede Stadt alles anbieten muss.

**Kultur ist als Instrument für Integration und Identifikation** auch elementarer Bestandteil neuer Quartierentwicklungen. Es geht also um die Gestaltung **neuer Räume und neuer Netzwerke für die Kultur und die Kreativszene**, und **durch die Kultur und die Kreativszene**, um so insbesondere **jungen Menschen Entfaltungsmöglichkeiten zu geben**.

**Die Ergebnisse der Imageumfrage 2017** haben gezeigt, dass die Region noch zu wenig als Kulturregion wahrgenommen wird. Hier besteht Handlungsbedarf und wir können die REGIONALE nutzen, um hier mehr zu tun.

#### Instrumente und Regeln der REGIONALE

In den oben genannten Bereichen müssen **zielführende Projekte** umgesetzt werden. Dann können wir das Ziel UrbanLand erreichen. **Querschnittsbereiche wie Digitalisierung und die Zusammenarbeit über Verwaltungsgrenzen und inhaltliche Grenzen hinweg spielen dabei eine große Rolle**.

In der Tat haben wir **nicht viel Zeit**. Wir müssen in nur **fünf Jahren** dieses sehr komplexe Strukturprogramm auf den Weg bringen. Wir müssen viele Akteure motivieren und aktivieren, Städte und Gemeinden ins Boot holen und viele Interessen unter einen Hut bringen.

Deshalb haben wir gemeinsam mit der Bezirksregierung eine Gremienstruktur aufgebaut, die Transparenz- und Beteiligungsmöglichkeiten sichtet.

Es liegt in der Natur der Sache, dass bei den Akteuren zumindest in der Startphase das Interesse an der Entwicklung der eigenen Projektideen deutlich größer ist, als an der Auseinandersetzung mit der gesamten Region und ihren Zukunftsthemen, die auf den ersten Blick abstrakt sind.

Auch deswegen geht es jetzt, **in der Startphase** (bis Mitte des Jahres 2018) darum, eine Art **Navigations-system bzw. einen Kompass** für die REGIONALE 2022 zu erarbeiten. In den 70 Städten und Gemeinden, in Wirtschaft und Wissenschaft, im Kulturbereich, im Gesundheitsbereich etc. muss ein **gemeinsames Verständnis vom UrbanLand OstWestfalenLippe, von den Zielen und Leitplanken für Projekte** erzielt werden. Dazu veranstalten wir ab März **Workshops**, in denen wir das **Rüstzeug** erarbeiten, damit Sie in den Städten und Gemeinden, in Unternehmen und Organisationen **zielführende Projekte entwickeln können**.

Dazu werden wir im weiteren Prozess, also ab Frühjahr, Signale geben und offensiv aufrufen.

**An dieser Stelle soll noch einmal betont werden:** die Projektentwicklung und -auswahl sind **kein Windhundrennen**. Gute Projektideen werden ihren Weg finden, egal, ob sie im April 2018 oder im April 2019 oder im Sommer 2020 auf den Tisch kommen. Bei den Projektaufufen geht es **nicht darum**, innerhalb der Region **gegeneinander** um Fördermittel **zu konkurrieren**. Prioritäres Ziel sollte es immer sein, gemeinsam Konzepte, Lösungen und Projekte zu entwickeln, die unsere Region insgesamt attraktiver machen.

Dieses alles managt die **OWL GmbH** in Kooperation und enger Abstimmung mit der **Bezirksregierung Detmold**, die sich insbesondere um Fragen der Förderung kümmert.

Ziel ist es, dass wir im Jahr 2022 eine erkleckliche Zahl starker attraktiver Projekte präsentieren können, die im Sinne der Idee des UrbanLands OstWestfalenLippe unsere Region attraktiver, schöner und stärker machen. Die REGIONALE bietet die Chance, die **Region als Ganzes** in den Blick zu nehmen. Eine REGIONALE ist ein Impulsgeber, der Flügel verleihen kann. Eine REGIONALE ist ein großes Geschenk, auch weil eine REGIONALE Menschen zusammenführt und ein **regionales Gefühl** befördert.

Eine wichtige Voraussetzung ist aber, dass Sie verstehen, dass nicht wir, die OWL GmbH oder die Bezirksregierung, aus Ihren Ideen konkrete Projekte machen. Aus diesen Ideen müssen Sie etwas machen. Ihnen muss es gelingen, in Ihren Städten und Gemeinden, aus dem, was Sie sich heute überlegen, Projekte zu machen. Sie müssen sich auf die Suche nach Finanzierungsgebern machen, Sie müssen Kooperationspartner finden. Die Macher sind Sie in den Städten und Gemeinden! Und in diesem Sinne kann ich nur sagen, ich bin gespannt auf die Ergebnisse des heutigen Tages und lade Sie ein, an der Gestaltung des UrbanLands OstWestfalenLippe mitzuarbeiten.

Vielen Dank!



## Fachimpuls 2

**Prof. Dipl.-Ing. Oliver Hall:  
KreativQuartier und urbane Produktion**





## Prof. Dipl.-Ing. Oliver Hall

Hochschule Ostwestfalen-Lippe/urbanLab  
(Es gilt das gesprochene Wort)

Das „Stadt-Land-Quartier“ ist eine Begriffsschöpfung aus der REGIONALE-Bewerbung, die noch unscharf ist und die im weiteren Verfahren präzisiert werden muss. Der Begriff des **KreativQuartiers** ist dagegen nicht neu, im Gegenteil: der Begriff wird fast schon inflationär genutzt und liegt in der Bedeutungsspanne zwischen „flüchtigem Marketinggag“ einerseits und „strategischem Stadterneuerungskonzept“, also einer Methode der Stadterneuerung und des Strukturwandels. Hierfür stehen zahlreiche Beispiele insbesondere in den Großstädten Hamburg, Berlin und München. Das „Kreativ-Quartier“ ist kein geschützter Begriff, es gibt auch keine Definition von Größe und Zusammensetzung.

Im Zuge der mit der REGIONALE 2022 beabsichtigten Realisierung von KreativQuartieren stellen sich daher zahlreiche Fragen: Wie wirken sich Kreativquartiere auf die Kulturszene vor Ort aus? Inwieweit kommen sie Kunst und Kultur zu Gute? Angesichts der örtlichen Hochschulen für Musik und Architektur liegt es

nahe, insbesondere die Sparten Musik, Theater, Tanz, Bildende Kunst und Architektur näher in den Blick zu nehmen.

### Kann ein KreativQuartier in Detmold einen Anwendungsfall für das neue Stadt-Land-Quartier darstellen?

Zunächst eine Annäherung an Begrifflichkeiten, hier „Kreativität“: diese kann sich in verschiedenen Formen ausdrücken und manifestieren, und zwar: **KreativWissenschaft**, **KreativWirtschaft**, kreative **Milieus**, kreative **Gesellschaft**.

Der Bereich der **KreativWissenschaft** wird wesentlich von Hochschulen und (Berufs-)Schulen geprägt. Sie sind Motor, Katalysator und Nährboden zur Etablierung kreativer Milieus. Wissenschaft und Ausbildung dienen der Entwicklung des Nachwuchses kreativer Akteure. Insbesondere Hochschulen stellen Ressourcen und Räume zur Verfügung, die für Kreative attraktiv sind. Nicht wenige Start-ups haben Prototypen an der Hochschule entwickelt. FabLabs, also Produktions-Labore der digitalen Branche, werden gleichermaßen von Forschern und Unternehmen genutzt. Das ist auch in der Region OWL sichtbar.

Zum Bereich der **KreativWirtschaft** zählen eine Reihe von Berufsgruppen, darunter die Medienbranche mit Werbeagenturen, Druckereien, die gestaltenden Disziplinen wie Architekturbüros, Innenarchitekten, Designer, Modeunternehmen und die Kunst- und Musikbranchen mit Galerien, Studios, etc.

Diese Akteure agieren wirtschaftlich und wählen somit ihren Standort nach harten und weichen Standortfaktoren, wie z.B. Synergieeffekten, Mitnahmeeffekten, Sichtbarkeit, Frequentierung oder Image. Die Untersuchung der IHKs 2017 zeigt, dass die Kreativwirtschaft in der Region OWL überproportional vertreten ist.

Im Unterschied zu der **KreativWirtschaft** agieren kreative **Milieus** nicht wirtschaftlich.

Ehrenamtliche, Vereine und Organisationen ohne wirtschaftliche Absichten zählen zu dem „Non-Profit“-Bereich. Künstler, Musiker, Studierende, die kein oder wenig Geld haben, zwangsläufig aber wirtschaftlich arbeiten müssen um zu überleben, sind häufig diejenigen, die sich mit alten Lagerhallen und Leerstand „für kleine Miete“ begnügen, damit aber ein kreatives Milieu als „Pioniere“ entscheidend prägen. Standortfaktoren für diese Pioniere sind insbesondere niedrigschwellige Aneignungsräume, die dem Drang nach Selbstverwirklichung Raum geben und den geringen finanziellen Möglichkeiten dieser Gruppen entgegen kommen. Immobilien-Leerstände spielen hierbei die größte Rolle, wenn Eigentümer diese weit unter Marktpreisen für

Zwischennutzungen zur Verfügung stellen.

Die kreativen Milieus sind aufgrund ihrer niedrighschweligen Logik besonders geeignet, um eine Bezirkskultur, umgangssprachlich „Szene“, zu etablieren und als Nährboden für weitere Ansiedlungen zu dienen.

Diese sich in ehemaligen Fabrikanlagen etablierenden kreativen Milieus, teilweise gestartet durch Hausbesetzung, sind heute die von uns geliebten und besuchten Szeneviertel.

Häufig entwickeln sich aus der Pionierphase wirtschaftlich agierende Gemeinschaften: Der ehemalige Schrottkünstler baut die Lagerhalle zum Atelier aus, der Jazz-Gitarrist gründet einen Musikverlag, die Secondhand-Schneiderin etabliert ein Modelabel mit Internetverkauf.

Mit dem wirtschaftlichen Erfolg steigt der Wert der ehemals leerstehenden Immobilie und zieht Spekulanten und Immobilienentwickler an.

Eine Erkenntnis scheint sich immer wieder zu bestätigen: Ein kreatives Milieu ist nicht von Dauer. Sobald wir von einem Lifestyle-Viertel sprechen, ist die Phase der Gentrifizierung angebrochen. Die ursprünglichen Pioniere ziehen weiter, wenn sie sich die Preise nicht mehr leisten können.

Es sind also nicht nur Strategien zur Erstellung, sondern auch zum Erhalt dieser Milieus gefragt.

Die kreative **Gesellschaft** ist Teil der Stadtgesellschaft. Kreativität ist, ob wirtschaftlich betrieben oder nicht, stark nach außen wirksam in den öffentlichen Raum. Zahlreiche Querschnittsbranchen wie Catering, Bars, Restaurants, Hotels und Eventausrichter ergänzen kreative Standorte und wirken zusätzlich auf den öffentlichen Raum. Die Aufwertung des öffentlichen Raums steigert die Attraktivität des Wohnumfelds. Die Kombination aus lebendigem öffentlichen Raum und angebotenen kreativen Produkten und Dienstleistungen bereichert die Stadtgesellschaft und steigert das Image der Gesamtstadt.

Transferkonzepte sind also gefragt, um das Zusammenwirken der kreativen Akteure und ihre Vernetzung zu stimulieren. Um den kreativen Charakter eines Quartiers zu erhalten, kommt es darauf an, die Pioniere, Künstler und Kreativen mit geringen finanziellen Mitteln zu halten und neue Pioniere durch entsprechend günstige Angebote anzuziehen.

### Was ist unter einem QUARTIER zu verstehen?

Der Begriff des Quartiers steht als Synonym für ein Cluster aus kreativen Akteuren. Städtebaulich können diese Cluster unterschiedliche Dimensionen erreichen, vom Gebäude/Ensemble, über Nachbarschaft/Quartier bis zum Stadtteil/zur Stadt oder sogar zur Region.

Die Geschichte der Creative Factory in Rotterdam, einer leerstehenden Fabrik, begann, als der Zwischennutzer eines Partyclubs erkannte, dass eine große Zahl junger Kreativer in Rotterdam auf der Suche nach bezahlbaren Arbeitsräumen war, die sich aber nicht in Langzeitmietverträgen binden wollte, weil ihr Business noch nicht sicher war. Was diese Leute brauchten waren Kurzzeitmietverträge, Begegnungsräume mit anderen Kreativschaffenden und Unterstützung beim Aufbau ihres Unternehmens. Sie waren zwar gut im Filmemachen oder Webdesign, aber unerfahren in der Akquisition und Administration eines Jungunternehmens.

Auf der Liste waren schließlich 125 Interessierte, die nur deshalb bei Behörden und Wirtschaftsförderern nicht bekannt waren, weil sie selber dachten, sie wären zu klein für die Anmietung von Räumen.

Die Idee der Creative Factory ist also die Bündelung von Interessenten in einem Gebäude, das wegen der rauen Fabrikstruktur genügend Entfaltungsmöglichkeiten für die verschiedensten Gewerbe bot. Die Webseite [www.culturefighter.eu](http://www.culturefighter.eu) erzählt viele Geschichten dieser Art und zeigt, was wichtig ist bei der Etablierung eines kreativen Quartiers:

- Menschen mit Ideen, die nicht profitorientiert sind, sondern ihr kreatives Tun in den Mittelpunkt stellen.
- Initiatoren, die diese Menschen zusammenbringen an einem Ort der Aneignung und
- Entfaltungsräume, in denen Pioniere, Künstler und Kreative aktiv werden können.

Die „Nachbarschaft Samtweberei“ zeigt, wie ein einzelnes Gebäude in das umliegende Viertel ausstrahlt. Es handelt sich um ein Modellvorhaben aus dem Programm „Initialkapital für eine chancengerechte Stadtteilentwicklung“ der Montag Stiftung Urbane Räume gAG (Start 2013).

Es kombiniert die Revitalisierung einer großen, leerstehenden Immobilie mit der gezielten Förderung von Gemeinwesenarbeit und zivilgesellschaftlich getragener Quartiersentwicklung:

Es entstand ein Stadtbaustein aus Wohnen, kreativem Arbeiten und verschiedenen öffentlichen Nutzungen. Die Bewohner des Viertels sind eingebunden und entscheiden mit. Die Überschüsse aus der Bewirtschaftung der Samtweberei werden anschließend zur Förderung der Gemeinwesenarbeit im Viertel verwendet.

Das Neubauprojekt „U.F.O.“-Loft in Frankfurt war von Beginn an als Renditeprojekt von der Ardi Goldman Gruppe entwickelt worden. Die multifunktionale Nutzbarkeit zeigt sich in den loftartigen Etagen mit Rohbau-Charme. Durch die Möglichkeit des Selbstausbaus können günstigere Mieten für Start-Ups und kleinere

wirtschaftliche Einheiten angeboten werden, die sich normale Mieten oft nicht leisten können. Hier findet man den Werbegrafiker neben der 3D-Druckerei, also Klein-Produktion und Bürotätigkeit in einem Gebäude gestapelt<sup>1</sup>.

Köln-Ehrenfeld ist geprägt von ehemaligen Fabriken wie Helios und Vulkan Werke, die als Leerstand den Nährboden für eine wachsende Szene von Künstlern, kreativen Unternehmen, Vereinigungen und Initiativen bilden. In der Selbstbeschreibung heißt es: Das Kreativquartier Ehrenfeld ist keine behauptete Kopfgeburt, kein Marketinggag, sondern ein inzwischen bereits gut etabliertes Netzwerk in der internationalen Szene. Dies hat es ermöglicht, im Kreativquartier Ehrenfeld eine Plattform für den Dialog innerhalb der Kreativwirtschaft und mit vielen anderen Bereichen aufzubauen, die für die Gestaltung der Lebensbedingungen wichtig sind. 2012 wurde die Kulturinitiative Helios, also ein Unterstützerverein, gegründet.

In der Studie „Räume kreativer Nutzungen. Potenziale für Wien“ schreibt Klaus Overmeyer vom Büro urban catalyst: „Die quervernetzten Kompetenzen der Kreativen sind also eine wichtige immaterielle Ressource der Stadt, die zukunftssträchtige Lösungen weit über die kreativen Branchen hinausgehend produziert. Räumliche Ballungen kreativer Unternehmen können unter den richtigen Voraussetzungen wie Niederschwelligkeit, lokale Vernetzung und Einbettung, wesentliche positive Auswirkungen auf den Stadtraum mit sich bringen, also Steigerung von Einkommen, Beschäftigung, Attraktivierung, Image, soziale und ökonomische Aufwertung. Aufgrund ihrer ökonomischen Logik kann mit solchen Prozessen aber auch die Gefahr der Ver-

drängung (Gentrifizierung) verbunden sein, daher ein Thema, das eines sensiblen und bewussten Umgangs bedarf.“

Verschiedene räumliche Betrachtungsebenen sind zwar sinnvoll, letztlich aber ist der Begriff des „Kreativ-Quartiers“ raumunabhängig, daher sprechen wir eher vom KreativCluster, also der Konzentration einer kritischen Masse kreativer Akteure in räumlicher Nähe, mit face-to-face-Kontakten und „Ko-Location“, also einem direktem räumlichen Miteinander.

### Welche Bedeutung hat URBANE PRODUKTION für KreativQuartiere?

Nach langer Phase der Funktionstrennung zwischen Industrie und Wohnen gemäß der Charta von Athen geht es bei dem Begriff um nicht weniger als die Wiederherstellung der funktionsgemischten Stadt. Konkret soll die Herstellung von Produkten innerhalb der Stadt ermöglicht werden. 3D-Druck, Lasercutter, CNC-Fräsen sind Kleinmaschinen, die digital gesteuert werden und geräuscharm auch im wohnungsnahen Umfeld betrieben werden können.

Designer, Künstler und Produktentwickler können als Start-Up oder 1-Personen-Firma mittels digitaler Vernetzung und Kleinmaschinen im urbanen Umfeld tätig werden, in privaten Räumen (eigene Wohnung/Werkstatt/Garage), in sogenannten Makerspaces oder Co-Working-Spaces, in Stockwerfabriken und in Leerständen.

Ein erfolgreiches Beispiel ist der Wanderstab „Gemse“ (Made in OWL), der mittlerweile im Onlineshop der Outdoor-Marke „Globetrotter“ vermarktet wird. Ursprüng-



<sup>1</sup> U.F.O.-Loft und Gewerbehau, Arch. Dietz und Joppien, Carl-Benz-Straße 21, Frankfurt a.M.

lich als Design-Objekt an der Detmolder Schule für Architektur und Innenarchitektur als Semesterprojekt entworfen, hat es über den Gewinn des „red-dot-Design Preises“ Bekanntheit erlangt, da es eine Geschichte erzählt von der klugen Kombination aus Design, Kunst, digitaler Produktion und Lifestyle-Produkt, das der Hand schmeichelt. Letztlich steht dieses Produkt auch für die erfolgreiche Verbindung von Wissenschaft und Wirtschaft in der Region OWL.

Weitere Produkte dieser Art, die als Studien- oder Forschungsprojekt an der Detmolder Schule für Architektur und Innenarchitektur gestartet wurden, sind Lampenschirme, die aus einer Zuckerlösung gedruckt werden, oder die Designer-Holzbrille „eastwood“ aus der CNC-Fräse, die mittlerweile auch im Internethandel vertrieben wird. Das in Kooperation mit der Lebenshilfe Detmold hergestellte Produkt erhielt 2013 den „Exzellenz“-Preis der Bundesarbeitsgemeinschaft Werkstätten für behinderte Menschen.

Aktuell wird für die digitale Produktion das sogenannte FABLAB der Hochschule OWL etabliert. Es bietet Ressourcen und Räume für die urbane Produktion. Im Rahmen der Rapid-Prototyping-Konferenz der Hochschule OWL am 10.11.2017 wurde die Verbindung aus bildender Kunst, Design und Produktion präsentiert: „digital design as it's best“.

### Welche Chancen bieten sich Detmold und der Region mit der Entwicklung von Stadt-Land-Quartieren?

Zukunftsszenarien von Klein- und Mittelstädten waren bislang eher von Schrumpfungängsten geprägt und der Sorge, bei dem spürbaren Metropolenwachstum nicht dabei zu sein.

Aktuell ist eine neue Sicht auf ländliche Räume wahrzunehmen. Damit ist nicht das in auflagenstarken Magazinen wie „LandLust“ propagierte Idyll gemeint, sondern die Erkenntnis:

Das unaufhaltsame Wachstum der Großstädte und Ballungsräume ist ohne die Klein- und Mittelstädte wie in der polyzentrischen Region OWL nicht mehr denkbar.

„Wachstum in Kooperation“ war daher die Überschrift des vor kurzem abgeschlossenen NRW.BANK-Wettbewerbs, den das urbanLab organisiert hat. Kleinere Umlandgemeinden von Bielefeld stellen eine Entlastungsfunktion für die wachsende Regiopol dar.

Bundesweite Aufmerksamkeit erhielten die studentischen Ergebnisse durch den lesenswerten Artikel „Das Dorf von morgen“ von Gerhard Matzig im Feuilleton der SZ vom 14.12.2017:

„Verrückte Welt: während arrivierte Stadtplaner die

Städte provinzieller machen, erfinden Studenten eine neue Urbanität auf dem Land (...) Die Studierenden nehmen also jene Nutzungsgemischten Strukturen, die bislang die Stadt zur Großstadt gemacht haben und implantieren sie dem Land oder den Rändern kleinerer Städte. So frech, simpel, naiv. Und: möglich.“ (Gemeint sind hierbei Städte wie Herford, Detmold, Gütersloh u.a. dieser Größe.) Besser kann man das Stadt-Land-Quartier nicht auf den Punkt bringen.

Kann also das KreativQuartier in der mittelgroßen Stadt Detmold als Modellprojekt für das Stadt-Land-Quartier dienen? Wenn es zum Zusammenwirken der vier Faktoren kommt: Ja! Die Kreativ**Wissenschaft** ist durch die Hochschulen und Schulen in der Region sehr stark vertreten. Die Kreativ**Wirtschaft** ist überproportional vertreten, wie die Umfrage der IHKs gezeigt hat. Kreative **Milieus** sind teilweise vorhanden, v.a. durch Studierende, Künstler und sonstige kreative Akteure. Die kreative **Gesellschaft** und deren kulturelle Teilhabe ist teilweise sichtbar, d.h. das, was die Region an vorhandenem Potenzial bietet, müsste intensiviert und zusammengeführt werden.

Erfolgsgeschichten von Start-Up-Unternehmern zeugen von der Innovationskraft, die in der Region steckt. Beispiel ist das sog. Cliphut, das als Semesterprojekt gestartet wurde und mittlerweile als Prototyp gebaut ist. Es zeigt, dass in der Verknüpfung von Design, Architektur und digitalen Medien eine Produktion in der Stadt möglich ist. Das Cliphut wird aus vorgefertigten Holzmodulen zusammengesteckt und erzeugt kostengünstige Mikrobehäusungen. Die Produktion ist darauf angelegt, die historisch bedingte lange Tradition der Holzwirtschaft und Möbelherstellung fortzuschreiben im Sinne einer innovativen Transformation zur Industrie 4.0 mit Lokalkolorit. Passend dazu der Vortrag von Richard Sennett, Soziologe, mit dem Titel „Craftsmanship in the Digital Age“. Das, was leerstehende Fabrikhallen in Berlin und Amsterdam bieten, könnten hier in Detmold Cliphuts aus der CNC-Fräse sein, Kleinräume für Kreative, die sich städtebaulich integrieren lassen.

### Kreative Region

Geeignete Entwicklungsräume für KreativQuartiere, insbesondere in Form von Leerständen, Brachen sowie vorhandener kreativer Akteure sind in der Region OWL vorhanden, müssen aber zum Teil noch entdeckt werden. Das zeigen die Recherchen und Projekte verschiedener Semesterprojekte an der Hochschule OWL. Die Studierenden sind ausgeschwärmt, haben Leerstände und Brachen in Form von szenarischen Entwürfen geprüft und sind neben dem Brachgrundstück



an der Bielefelder Straße 66 z.B. auf das ehemalige Omnia-Gelände nördlich der Bahngleise, das leerstehende Sinalco-Fabrikgebäude oder den Hangar 21 in Hohenloh gestoßen.

Generell lässt sich feststellen: Es gibt kein raumplanerisches Rezept, weder für das KreativQuartier noch für das Wachstum einer Region. Kreativität ist per se nicht planbar.

Es kommt vielmehr darauf an, den lokalen Nährboden, auf dem sich Kreative niederlassen können, zu erkennen, diesen zu stimulieren, zu kommunizieren und zu erhalten.

Dabei kann die bedeutende Rolle einer aktiven Mitwirkung der Wirtschaftsverbände und Wirtschaftsbetriebe beim Fördern von Kreativ-Clustern und dem Gelingen

einer urbanen Produktion nicht genügend herausgestellt werden. Die Hochschule OWL und die IHK als zusammen agierende Initiatoren können dabei aufgrund ihrer unterschiedlichen Kompetenzen gemeinsame Pilotprojekte von Hochschule und Unternehmen stimulieren.

Neben den wirtschaftlich agierenden Unternehmen sind dabei vor allem die nicht-wirtschaftlich agierenden Kreativen zu berücksichtigen, die ganz wesentlich ein kreatives Milieu prägen.

Kurzum: Ein renditeorientiertes KreativQuartier in OWL wird ohne kostengünstige Entfaltungsräume für Studierende, Künstler und Musiker, also „Pioniere mit kreativen Ideen, aber wenig Geld“ eine Kopfgeburt bleiben.

**Eine Kultur des Ermöglichens ist notwendig!**



# Forum I

Kreativquartier im ländlich geprägten Raum





### BAD ORB Kreativquartier im Überblick

In der kleinen Stadt Bad Orb, die knapp 10.000 Einwohner hat und in der Nähe von Offenbach am Main in Hessen liegt, entwickelte sich durch Initiative des privatwirtschaftlichen Investors Thomas Kypta 2013 ein Kreativquartier. Thomas Kypta hat mit der etage3 design+digital gmbh eine eigene Werbeagentur und betrieb zehn Jahre lang die Heyne Kunstfabrik in Offenbach, bevor er sich dem BAD ORB Kreativquartier widmete.

Im Jahr 2013 hat der Investor im Herzen von Bad Orb ein Gebäude gekauft, ein Jahr später folgte der Kauf von zwei weiteren Gebäuden an der gleichen Ecke. Diese drei Gebäude stehen in einem unmittelbaren Zusammenhang zueinander. Nach dem Erwerb der Räumlichkeiten hat Thomas Kypta ein Konzept entwickelt, das die drei Aspekte Wohnen, Gastronomie und Kultur miteinander verbindet. Dieses Konzept macht es möglich das BAD ORB Kreativquartier zu beleben, es aber gleichzeitig auch wirtschaftlich tragbar zu machen. 2016 erfolgte die Namensgebung für das Kreativquartier, dementsprechend wurde eine Webseite designt und programmiert und Werbematerial erstellt.

Nachdem Thomas Kypta nach Kreativen in der Umgebung von Bad Orb suchte, siedelten sich in den Gebäuden Künstlerateliers und Galerien an. Außerdem befinden sich dort auch Wohnungen. Die Ladenflächen in den Erdgeschossen beinhalten alle entweder eine kreative Nutzung oder Gastronomie. Hier befinden sich ein Designerladen mit Möbeln aus den 50er- bis 80er-Jahren, zwei Galerien und ein Schmuck- und Keramikatelier, in dem man Keramikrohlinge selbst bemalen kann. Aus dem Gastronomiebereich haben sich ein kleines Café und ein indisches Restaurant in den Gebäuden angesiedelt.

Da die verschiedenen Akteure innerhalb eines Kreativquartiers zusammenarbeiten müssen, um es tragbar zu machen und die Öffentlichkeit darauf aufmerksam zu machen, gibt es im BAD ORB Kreativquartier auch gemeinsame Aktionen mit allen Akteurinnen und Akteuren. Zum Beispiel findet ein bis zwei Mal im Jahr der Tag der offenen Läden und Ateliers, das „Open House“, statt.

### Aspekte der Diskussionsrunden

Die Erwartungen der Teilnehmer von dem Nutzen eines Kreativquartiers für die Region OstWestfalenLippe lassen sich in folgende Punkte gliedern:

- Eine Ballung von vielen verschiedenen Kreativen an einem Ort.
- Die privatwirtschaftlich finanzielle Tragfähigkeit eines Kreativquartiers.
- Die Region attraktiver werden lassen.
- Ein Kreativquartier soll eine dauerhafte Perspektive darstellen.

Es wurde über Möglichkeiten zur Initiierung eines Kreativquartiers im ländlichen Raum, wie in kleineren Städten in OstWestfalenLippe, gesprochen.

- Eine Möglichkeit, um ein Kreativquartier aufzubauen, ist es das Kreativquartier als Businessmodell für Privatinvestoren zu sehen, wie beispielsweise in Bad Orb.
- Einen Initiator für das Kreativquartier zu finden, der sich auch organisatorisch für die kreative Nutzung und die Künstlerinnen und Künstler des Kreativquartiers einsetzt und dadurch Netzwerke schafft, ist eine wichtige Aufgabe beim Aufbau eines Kreativquartiers.
- Es kam die Frage auf, ob Co-Working Spaces im BAD ORB Kreativquartier vorhanden sind oder ob sie eine mögliche Perspektive für Bad Orb und andere Kreativquartiere sind.
- Co-Working Spaces gibt es bisher nicht im BAD ORB Kreativquartier, sie wären aber eine Option, wenn sich das Kreativquartier weiter vergrößert. Auch in seiner Werbeagentur hat Thomas Kypta einen Co-Working Bereich eingerichtet.
- Allgemein würden Co-Working Spaces den Kreativen die Möglichkeit zur Vernetzung untereinander und eine Form der Finanzierung innerhalb des Kreativquartiers bieten.

Die folgenden Aspekte stellen die Probleme und Bedarfe dar, die bei der Entwicklung eines Kreativquartiers auftreten können und berücksichtigt werden sollten:

Auf die Frage zur kommunalen Interaktion des Kreativquartiers in Bad Orb beschreibt Herr Kypta, dass es bisher keine wirtschaftliche oder organisatorische Unterstützung von der Stadt oder vom Land gab. Das BAD ORB Kreativquartier wurde von der Stadt zwar zur Kenntnis genommen, aber es erfolgte keine Unterstützung. Möglich wäre zum Beispiel die Aufnahme des BAD ORB Kreativquartiers in den Reiseführer, um die Frequentierung des Quartiers zu erhöhen. Auf die Frage zur Zusammenarbeit mit Unternehmen vor Ort stellt sich heraus, dass teilweise mit Technikern und Handwerkern aus der Umgebung zusammengearbeitet wird, somit die örtliche Wirtschaft auch belebt wird.

- Um die Reichweite eines Kreativquartiers zu erhöhen, ist organisatorische Unterstützung und Engagement von Seiten der Stadt und des Landes erstrebenswert.
- Um in einem Ort ein Kreativquartier entstehen zu lassen, braucht dieser eine bestimmte Größe von mindestens 10.000 Einwohnern, wie in Bad Orb. Die Größe des Ortes ist entscheidend, da für ein Kreativquartier mehrere Kreative aus der Umgebung gebraucht werden. Eine ausreichende Anzahl von Künstlerinnen und Künstlern zu finden, war schon in Bad Orb schwierig. Außerdem ist es wichtig, dass die Mieten für Wohn- und Ladenflächen innerhalb des Kreativquartiers gering sind.

Im weiteren Verlauf der Diskussion wurde auf Zukunftsperspektiven für das BAD ORB Kreativquartier eingegangen.

- Als nächster Schritt ist der Erwerb eines weiteren Gebäudes in Bad Orb in der unmittelbaren Nähe der anderen drei Gebäude geplant, dessen Erdgeschoss man als Ausstellungsfläche umbauen könnte, um Auto-Kunst zu zeigen. Momentan laufen jedoch noch die Verhandlungen und die Planung der Finanzierung.
- Eine Kulturroute ist in Planung, die durch Vernetzung mit den umliegenden Orten und Sehenswürdigkeiten zur Erweiterung des Kreativquartiers beitragen würde.
- Ebenso ist die Erstellung (durch Umbau/Renovierung) von modernen Ferienwohnungen angedacht, um Leute aus größeren Städten nach Bad Orb zu locken. Durch das ansprechende Ambiente des Kreativquartiers werden Anreize geschaffen, um in dem Kreativquartier zu verweilen. In den bereits vorhandenen Ferienwohnungen (Altsubstanz aus den 70er bis 90er Jahren) ist das nicht der Fall.



#### Kontakt

**BAD ORB Kreativquartier**  
**Thomas Kypta (etage3 design + digital gmbh)**

Telefon: 06985.70 84-0

E-Mail: [kypta@etage3.com](mailto:kypta@etage3.com)

Internet: [www.badorb-kreativquartier.de](http://www.badorb-kreativquartier.de)



# Forum II

Kultur 4.0? »OWL•Kultur«-Portal





### Forum II – Kultur 4.0? »OWL•Kultur«-Portal

Das »OWL•Kultur«-Portal ist eine zentrale, integrative und interaktive digitale Plattform für ganz OstWestfalenLippe. Sie soll das kulturelle Angebot und Potenzial der Region bündeln und künftig wesentlich besser sicht- und nutzbar machen. Sie soll zentral dazu beitragen, OWL als Kulturmarke zu etablieren. Die Plattform unterstützt systematisch, sukzessiv und kontinuierlich die Digitalisierung von kulturellen und künstlerischen Angeboten aus der Region und verknüpft diese intelligent miteinander. Ein individualisiertes Nutzerprofil und/oder Filtermöglichkeiten helfen dabei dem Nutzer, aus der Informationsflut mit einer Vielzahl von Angeboten die für ihn interessanten schnell, aktuell und effizient zu finden und sie systematisch und übersichtlich darzustellen. Ziel ist es, die Plattform zu einem modernen, intelligenten, zielgruppenspezifischen und nutzerorientierten Assistenzsystem mit ansprechendem, attraktivem Design auszubauen, das intuitiv und effizient bedient werden kann und interaktiv ist. Eine Kooperation aus Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur ist dabei zentral, damit die Plattform technisch und inhaltlich stets innovativ bleiben kann.

Im Verlauf der Diskussionsrunden wurden viele verschiedene Bedarfe und Wünsche der unterschiedlichen Nutzergruppen angesprochen.

Als ein wesentlicher Punkt wurde die Etablierung des Kultur-Portals genannt. Das Problem bei ähnlichen Projekten war in der Vergangenheit, dass häufig kleine Portale mit begrenzter Reichweite entstanden sind. Die Verknüpfungen mit anderen Angeboten wie z.B. Ticketportalen und die kontinuierliche Pflege der Plattformen haben nicht stattgefunden. Zur dauerhaften Etablierung eines solchen Angebots müsse OWL als Oberbegriff ähnlich wie Google oder Facebook geprägt werden, da einige Nutzer andernfalls die Plattform nicht nutzen werden. Trotzdem sei es wichtig, eine Balance zwischen OWL als Marke und der Eigenständigkeit des »OWL•Kultur«-Portals zu finden.

Ein weiteres Problem bei der Umsetzung eines regionalen Projektes wird in der nötigen Kooperation der vielen Städte und Gemeinden gesehen. Hier müsse gut überlegt werden, wie alle Kooperationspartner zusammen gebracht werden können. Das Problem bestehe nicht nur beim geplanten »OWL•Kultur«-Portal, sondern allgemein bei Projekten mit regionaler Ausrichtung. Hier kann, wo möglich, auf wichtige Erfahrungen aus anderen regionalen Projekten zurückgegriffen werden.

Außerdem wird zu bedenken gegeben, dass die Planungsprozesse auf sechs bis neun Monate begrenzt werden sollten, da sonst die Gefahr besteht, die Beteiligten zu verlieren. Durch kleinere Etappen-Erfolge könnten die Mitwirkenden aktiviert und auch über einen längeren Zeitraum hinweg begeistert werden. Wichtig sei hier auch, dass die Kulturveranstalter für das Gelingen des »OWL•Kultur«-Portals absolut notwendig seien. Die Kulturschaffenden müssen daher frühzeitig in das Projekt eingebunden werden und dabei dort abgeholt werden, wo die einzelnen Beteiligten sich gerade befinden. Möglicherweise muss auch daran gearbeitet werden, das Konkurrenzdenken zwischen den verschiedenen Akteuren zu durchbrechen, damit die Plattform gemeinsam aufgebaut werden kann.

In Bezug auf die Veröffentlichung der Daten legen die potenziellen Nutzer Wert darauf, dass es keine Probleme mit verschiedenen Datenformaten und Schnittstellen geben dürfe. Zusätzlich sollten alle Daten nicht nur als Link zu einem Angebot dienen, sondern auch zum Download verfügbar sein, z.B. für die Nutzung auf eigenen Webseiten usw. Hier sollte auch bedacht werden, wie die rechtlichen Grundlagen für die Weitergabe und Verarbeitung der Daten aussehen. Neben den technischen Aspekten wünschen sich die Kulturschaffenden natürlich auch, dass ihre Angebote optisch ansprechend präsentiert werden. Es wird vorgeschlagen, eine einfache Stilistik zu suchen, die sich vielseitig und unkompliziert nutzen lässt.

Eine zentrale Frage beim Aufbau der Plattform sollte die Orientierung am Nutzer sein. Wenn das Portal nur Daten bereitstellt, aber keine geeigneten Filterfunktionen bietet, ist das Angebot für den Nutzer viel zu unübersichtlich. Konkrete Auswahlmöglichkeiten sollen angeboten werden und den Nutzern die Inhalte zur Verfügung stellen, die für den konkreten Nutzer tatsächlich interessant sind.

Es wurde angeregt, die Plattform in möglichst vielfältiger Weise zu nutzen. Zusätzliche Funktionen könnten zum Beispiel „digitale Abos“ sein, die es ermöglichen, kulturelle Veranstaltungen aus OWL auch an anderen Orten über das Internet ansehen zu können. Auch verpasste Veranstaltungen könnte man sich so später noch anschauen. Eine weitere Idee sei es, das »OWL•Kultur«-Portal auch zur Mitbestimmung der Zuschauer zu nutzen. Als Beispiel wurde genannt, dass mehrere Leute einen Film sehen möchten, der im Kino nicht mehr läuft. Über die Plattform könnte ein Kinobetreiber auf das Interesse an einem bestimmten Film aufmerksam werden und den Film nochmals zeigen.

Auch Crowdsourcing oder Crowdfunding könnten als Bestandteile der Plattform genutzt werden.

### Kontakt

**Universität Paderborn**

**Dr. Simon Oberthür**

Telefon: 05251.60-3844

E-Mail: [simon.oberthuer@uni-paderborn.de](mailto:simon.oberthuer@uni-paderborn.de)





# Forum III

Kreativquartier „Warnow Valley“





### Forum III – Kreativquartier „Warnow Valley“

2014 entwickelte sich aus einem Co-Working Space in Rostock das Kreativquartier »Warnow Valley«. Das Kreativquartier ist eine Bottom-up-Initiative, die von dem gemeinnützigen Verein Kreativsaison e.V. getragen wird und von der fint – Agentur für Innovation, Netzwerke und Transformation unterstützt wird. Durch eine Crowdfunding-Aktion konnten drei Baracken auf dem ehemaligen Gelände der Staatssicherheit am Warnowufer renoviert werden, in denen sich die Kreativen ansiedeln konnten. Durch die Teilnahme an der Langen Nacht der Kreativwirtschaft entwickelte sich eine erste Sichtbarkeit des „Warnow Valley“ und es entwickelte sich zu einem jährlichen Format, dem Warnow Valley Open Air.

Im »Warnow Valley« ist eine Vielzahl von Angeboten, Veranstaltungen und Sparten vertreten. Durch die unmittelbare Nähe der verschiedenen Sparten entstehen immer mehr Kooperationen, der dabei entstehende Erfahrungsaustausch führt zu einer gewissen Professionalisierung. Außerdem ist eine koordinierende Anlaufstelle wichtig für die Kundinnen und Kunden, um das gesamte Angebot aufgezeigt zu bekommen und dann daraus auszuwählen.

Die Finanz- und Raumbedarfe haben im „Warnow Valley“ einen hohen Bedarf an Individualabsprachen.

- Zum einen wird ein Großteil durch Ehrenamt abgedeckt. Außerdem haben sich die Akteure im Warnow Valley gemeinsam dazu entschieden, den Managementaufwand mit einem jährlichen Sockelbetrag finanziell zu unterstützen.
- Durch Fördermittel gibt es mittlerweile zwei auf ein Jahr befristete Vollzeitstellen, die sich mit der Professionalisierung des Netzwerkmanagements, der Sichtbarkeit des Standortes, der branchenübergreifenden Vernetzung und Lobbyarbeit sowie der Standortanalyse widmen. Dabei ist es sehr wichtig, diesen Prozess gemeinsam mit den Akteuren zu denken und zu gestalten.

Welche Stärken, Schwächen, Chancen und Herausforderungen entstehen durch ein Kreativquartier?

- Eine moderne Arbeitskultur kann entstehen.
- Die wichtigsten Aspekte, die für die Akteure berücksichtigt werden müssen, sind die Vermarktung nach außen, die Kommunikation untereinander und faire Mietpreise. Für das Marketing kann es hilfreich sein, das Quartier als Marke eintragen zu lassen.
- Es gibt durchaus auch Chancen für den ländlichen Raum, wegen der überfüllten Metropolen suchen Kreative nach bezahlbaren Arbeitsräumen. Die Akteure sind durch die Digitalisierung nicht ausschließlich abhängig von der Kundschaft, deshalb ist die Nähe der Kundschaft als Standortfaktor nicht so wichtig. Dennoch sollte ein Kreativquartier zentral gelegen sein und nicht an den Stadtrand verfrachtet werden.
- In den vergangenen Jahren fand im Rahmen des Netzwerkes Kreative MV viel Lobbyarbeit zur Stärkung der Kreativwirtschaft auf Landesebene statt – mit den geförderten Stellen ist es nun möglich, Lobbyarbeit in der Stadt anzugehen, was sehr wichtig ist.

### Diskussionsrunden

In der Diskussion wurde die Frage gestellt, wie Fördermittel akquiriert werden konnten. Erfahrungsgemäß ist die Akquise von Fördermitteln eine besondere Herausforderung für kleine Betriebe. Durch mehrjährige Lobbyarbeit des Vereins für den Standort und die Branche konnte die Förderung für das Warnow Valley gesichert werden. Die Finanzierung der Räumlichkeiten trägt sich über die Miete der einzelnen unternehmerisch tätigen, aber auch gemeinnützigen Parteien.

Im weiteren Verlauf der Diskussion ging es um Eigentums- und Finanzstrukturen. Die 53 Akteure erwirtschaften die Miete für die Räumlichkeiten selbst. Es gibt eine Bedarfsabfrage des Vereins, bei der gefragt wird, was die Akteure an einem neuen Standort brauchen. Bald soll es eine Potenzialanalyse geben: Welche anderen Akteure können sich ebenfalls hier ansiedeln?

Außerdem entstanden im Weiteren Fragestellungen zu den Vereinsstrukturen und deren Finanzierungsmöglichkeiten. Es ist ein gemeinnütziger Arbeitsverein, der aus zehn Mitgliedern besteht. Der Verein hat eine der drei Baracken direkt angemietet, die Frage einer Anmietung der anderen Baracken steht im Raum, um besser auf Raumanfragen eingehen zu können und einen Interessensausgleich zu gewährleisten.

Ein weiterer Aspekt, der zur Sprache kam war wie groß so ein Projekt sein kann, damit es in Bezug auf den individuellen Austausch und die Organisation funktioniert. Auch größere Dimensionen, mit beispielsweise mehr als 50 Akteuren sind denkbar, wenn die Infrastruktur einheitlich ist und der Vernetzungsgedanke präsent bleibt.

Eine spannende Frage war, bis zu welcher Größe der gemeinschaftliche Charme, den das Warnow Valley aktuell hat, möglich ist?

- Im „Warnow Valley“ ist das Wachstumspotenzial mittlerweile gering, weil es räumlich ausgelastet ist.

Die Mieten können nur in einem relativ kleinen Rahmen an die Unternehmen und den Umsatz angepasst werden. Es wird Geld durch die Vermietung von Workshop-Räumen an Externe eingenommen. In der einen Baracke organisiert der Verein feste und flexible Arbeitsplätze und in den anderen beiden Baracken gibt es feste Büros, Ateliers und Studios. Im Co-Work projekt:raum (vom Verein angemietet) schließt der Manager nach persönlichen Gesprächen Mietverträge ab – dies funktionierte bis dato gut mit einer guten Menschenkenntnis. Bei der Auswahl ist Diversität wichtig, aber es wird generell eigentlich nicht nach Sparte ausgewählt. Es wird stets auf die Bedarfe reagiert.

Weiterhin wurde nach Projekten und Veranstaltungen gefragt, die im Warnow Valley angeboten werden.

- Es gibt Qualifizierungsworkshops bezogen auf die Bedarfe der Akteure, die von der IHK mitfinanziert werden. Die Workshops sind nicht branchenspezifisch, Themen sind beispielsweise Patentrecht, Vermarktung, Preisfindung oder Akquise.
- Klassische Schulprojekte haben bisher nicht stattgefunden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass es auch Gemeinschaftsräume und nicht nur Einzelarbeitsplätze gibt. Diese sind im Warnow Valley mit einem Gemeinschaftsraum im Co-Work projekt:raum gegeben, sowie durch Küchen in allen Baracken. Der im projekt:raum vorhandene Seminarraum kann von allen eingemieteten Parteien mit einem monatlichen Kontingent von 12 Stunden genutzt werden.

- Über die Miete werden die Kosten für die Räume, die von allen genutzt werden, wie Küche usw. und die Verwaltungskraft abgedeckt.

Ende Januar hat die Rostocker Stadtverwaltung den Verein angefragt, Projektideen für ein künftiges Kreativzentrum einzureichen. Im Zuge dessen soll Ende März ein runder Tisch mit verschiedenen Rostocker Vertretern und der Landesregierung stattfinden, um über ein mögliches Kreativzentrum in Rostock zu diskutieren.

- Es ist aufgefallen, dass eine Schnittstelle zwischen Stadt und Kreativen benötigt wird. Die zwei Vollzeitstellen sind der erste Versuch dafür. Diese beiden Stellen werden vom europäischen Sozialfonds durch die Übernahme der Personalkosten gefördert.
- Da im Warnow Valley keine Eigentumsverhältnisse vorliegen, sondern der Verein und die Unternehmen bei einem privaten Eigentümer eingemietet sind, bietet der Standort keine langfristige Sicherheit für die Unternehmen. Diese ist für sie und ihre unternehmerische Entwicklung aber sehr wichtig. Im Rahmen der geförderten Stellen werden neben dem aktuellen Standort vier weitere als möglicher neuer Standort mit mehr Wachstumspotenzial geprüft.



Abschließend stehen die drei Kooperationsfelder Erfahrungs-, Wissens- und Kontaktaus-tausch im Mittelpunkt eines funktionierenden Kreativquartiers.

#### Kontakt

**fint – Gemeinsam Wandel gestalten / Kreativsaison e.V.**

**Teresa Trabert**

Telefon: 0171.315 7238

E-Mail: [teresa.trabert@fint.team](mailto:teresa.trabert@fint.team)

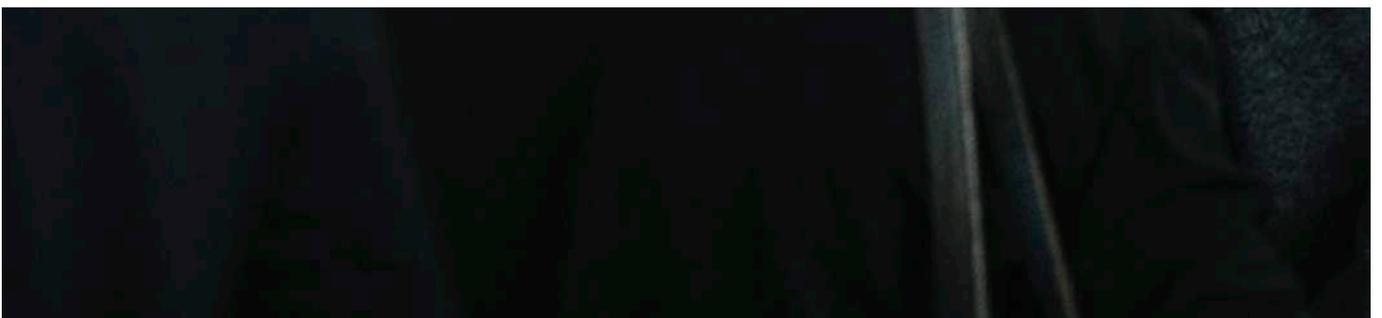
Internet: [www.fint.team](http://www.fint.team)

[www.warnowvalley.de](http://www.warnowvalley.de)



# Forum IV

Kreativ.Quartiere OWL?





#### Forum IV – Kreativ.Quartiere OWL?

Der einleitende Vortrag von Bernd Fesel über das Förderprogramm Kreativ.Quartiere Ruhr begann mit einer kurzen Vorstellung der Arbeit des european centre for creative economy (ecce). Ihren Ursprung hat ecce in der Europäischen Kulturhauptstadt RUHR.2010 – die erste Kulturhauptstadt, die Kreativwirtschaft als eine von mehreren Programmsäulen verstand und in den Fokus rückte. Entfaltungs- und Experimentierräume für freiberufliche Künstler, Kreative und Kulturschaffende anzubieten bzw. zu stärken, war eines der Ziele der RUHR.2010. Daher hat ecce bereits Ende 2009 angefangen, Projekte in sogenannten Kreativ.Quartieren in mehreren Städten im Ruhrgebiet durchzuführen. Aus diesem Prozess heraus entstand 2012 schließlich das Förderprogramm Kreativ.Quartiere Ruhr, das das Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW (ehemals MFKJKS) von Anfang an gefördert hat.

Ein weiteres Ziel der Kulturhauptstadt war die Initiierung von überregionalen Netzwerken, vor allem auch mit europäischen Partnern. Auf diese Weise gelinge es, europäische Potenziale gezielt ins Ruhrgebiet zu holen, betonte Fesel. Diese Ansätze werden von ecce weiterhin verfolgt. Mit Blick auf eine konkrete Förderung von Künstlern, Kulturschaffenden und Kreativen sei für ecce ein offener Kunstbegriff maßgebend; Kultur- und Kreativwirtschaft würden als Begriffe verstanden, um Akteuren in einem Dialog auf Augenhöhe zu begegnen und auf die Gegebenheiten vor Ort eingehen zu können. Dabei verstehe sich ecce als Vermittler für Akteure, die sich für künstlerische Aktivitäten in ihrem Stadtteil stark machen. Besonders hervorgehoben wurde an dieser Stelle auch die Bedeutung kultureller und kreativer Milieus als Basis für Stadt- und Wirtschaftsentwicklung: Es gelte, die Impulse und Innovationen von Kunst, Kultur und Kreativität, die über die Kunstwelt hinaus wirken und die in Städten weltweit (z.B. UNESCO Creative Cities Network) zu beobachten sind, besser verstehen, belegen und fördern zu können.

Im Ruhrgebiet, so Bernd Fesel, lassen sich diese Effekte von Kunst, Kultur und Kreativität ebenfalls beobachten. Daher setzt das Förderprogramm Kreativ.Quartiere Ruhr bei der Förderung von eben diesen kulturellen und künstlerischen Effekten an. Die Förderung des Kulturministeriums fokussiere die Unterstützung künstlerischer, kultureller und kreativer Milieus ganz bewusst. Das Programm verstehe sich aber nicht nur als Förderung kultureller Projekte in den Kreativ.Quartieren – entscheidender für den Erfolg sei der Entwicklungsprozess zu einer gemeinschaftlichen Strategie, die integrativ alle beteiligten Akteure einbezieht, seien es Kreative selbst, die Verantwortlichen in der Politik, wie den Verwaltungen, seien es Kultur- oder Wirtschaftsförderung. Auf einer Ruhrgebietskarte gab Fesel einen Überblick über die inzwischen 16 Kreativ.Quartiere, die seit 2012 am Förderprogramm teilnehmen. Bislang wurden in diesen Quartieren 67 kulturelle Projekte mit insgesamt mehr als 2,6 Millionen Euro gefördert. Herr Fesel betonte, dass durch die Kreativ.Quartiere auch private Investitionen von Bürgern in einigen Quartieren ausgelöst worden seien, die mittlerweile die Investitionen der öffentlichen Hand übersteigen.

Für die Teilnahme am Programm Kreativ.Quartier Ruhr seien vor allem die im Viertel aktiven kreativ-künstlerischen Personen oder Gruppen relevant, die mit einer Projektidee auf ecce und die Stadtverwaltung zukommen. Voraussetzung sei, dass das Projekt einen Impuls für eine bestehende oder gemeinsam zu entwickelnde Quartiersstrategie gebe. Fesel erläuterte, dass am Anfang des Förderverfahrens immer die Projektidee und der Einsatzwille der Initiatoren stünden und der Prozess der Entwicklung und Ausarbeitung der Idee eine starke Kooperation von allen Seiten erfordere. „Das erste Jahr eines Moderationsprozesses dient oft der Beseitigung von Vorurteilen zwischen den verschiedenen Bereichen von Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Kunst und Kultur. In dieser Moderation entsteht ein Lern- als auch Experimentierraum, eine Gemeinschaft, die nach Auslaufen der Landesförderung oft als Förder- und Unterstützerkreis weiter wirken kann“, so Fesel. Weitergehend wurde kurz auf die unterschiedlichen förderfähigen Maßnahmen eingegangen. Zum Abschluss des Vortrags wurden Impressionen aus bereits bestehenden Kreativ.Quartieren und geförderten Maßnahmen dargestellt und der Raum für Diskussion und Fragen eröffnet.

### Diskussion

Eine Frage, die in beiden Runden diskutiert wurde, war die der Verortung der Kreativ.Quartiere. Im Vortrag bliebe offen, wo ein Kreativ.Quartier Raum finden könne. Darauf betonte Herr Fesel, dass die Hauptleistung für die Entstehung der Kreativ.Quartiere das Zusammenbringen der Akteure und nicht die Suche nach einem einzelnen Gebäude darstelle. Um die Projektförderungen am Ende zu erhalten, sollten sich die Projektmacher mit dem Stadtraum auseinandersetzen. Aus der Erfahrung berichtet Herr Fesel, dass Kreativ.Quartiere oftmals Orte im Umbruch seien, die vor allem durch Leerstände, günstige Mieten und die Anwesenheit von Künstlern und Kreativen geprägt seien. Es gäbe keinen standardisierten Ausgangspunkt für ein Kreativ.Quartier: Das sei wie ein Rohstoff - das könnte eine Immobilie sein, aber auch ein öffentlicher Raum oder ein Event, ein Festival - entscheidend sei, dass im Rahmen der Entwicklung einer gemeinsamen Quartiersstrategie das gemeinsame Projekt wachsen könne und dabei die Interessen aller berücksichtigt würden.

Ein weiterer Wortbeitrag fragt nach Rückschlägen und Problemen, die in den Kreativ.Quartieren aufgetreten seien. Bernd Fesel erklärt, dass erfahrungsgemäß zwei Problematiken vermehrt auftreten: einerseits könne der Erfolg der Akteure zur Abwanderung in größere Städte führen und die entstehende Lücke würde erst eine Weile später von neuen engagierten Akteuren gefüllt. Andererseits führen Personalwechsel, speziell bei städtischen Ansprechpartnern, oder der Wechsel von Zuständigkeiten zu einer Pause bzw. gefährlichen Lücke in der Quartiersentwicklung.

Gegen Ende der Forumrunde kam die Frage auf, ob sich das Programm Kreativ.Quartiere Ruhr in OstWestfalenLippe umsetzen ließe. Bernd Fesel hält fest, dass ecce vor allem für das Ruhrgebiet tätig sei und durch die anderen strukturellen Gegebenheiten in OWL eigene Prozesse aufgesetzt werden müssten. Dabei könne ecce durchaus konzeptionell und strukturell beratend unterstützen. Die Empfehlung sei hier, Dialogprozesse zu forcieren, um der Frage nachzugehen, welche Ressourcen benötigt werden und welche Potenziale die einzelnen Städte bieten. Herr Fesel fragte in diesem Zusammenhang nach der Zahl der freiberuflichen Künstler und Kreativen in OWL - es wurde festgestellt, dass diese bisher nicht amtlich erhoben wurde. Herr Fesel schlug vor, genau bei dieser Frage anzusetzen.

Die Diskussion zu dem Thema wurde für alle geöffnet und es wurde angemerkt, dass ein Kreativquartier für Detmold beispielsweise auf der alten Militärfläche spannend sei. Bedacht werden müsse jedoch auch, dass die Erwartungen an die Entwicklungen zunächst nicht zu hoch gehängt werden dürfen. Es gab Zweifel der Diskutierenden, ob solch ein Kreativquartier auch mit einem sehr kleinen Kreis von Künstlern umgesetzt werden könne. Andere verwiesen auf Erfahrungen, demnach seien der Einsatzwille der Akteure und der Beitrag, den die Stadtverwaltung leisten wolle relevant. „Nicht nur Masse macht es“, bestätigte auch Bernd Fesel. Auch ein weiteres Problem wurde angesprochen: Wie könne eine große Anzahl von Künstlern und Kreativen, die Interesse an der Entwicklung eines Quartiers, aber möglicherweise sehr unterschiedliche Vorstellungen von der Entwicklung haben, zusammengebracht und organisiert werden? Hier wurde das Stichwort „Management of Diversity“ vorgebracht und auf den kontinuierlichen Prozess verwiesen, bei dem sich auch eine Art Kerngruppe bilden könne, die ein ähnlich hohes Maß an Interesse für das Projekt zeige. In Bezug auf die Umsetzung in OstWestfalenLippe solle vor allem ein gemeinsamer, regionaler Weg gefunden werden, sich für die Unterstützung der Bedarfe von Künstlern und Kreativen aufzustellen und schnell mit geeigneten, kleineren Pilotprojekten zu beginnen.



### Kontakt

**ecce GmbH**

**Bernd Fesel**

Telefon: 0231 22227572

E-Mail: fesel@e-c-c-e.com

Internet: www.e-c-c-e.com



# Forum V

Kreativquartiere in den Niederlanden





### Forum V – Kreativquartiere in den Niederlanden

Viele Fragen, die die Stadt- und Regionalentwicklung heute beschäftigen, wurden in den Niederlanden bereits vor einigen Jahren gestellt. Die daraus abgeleiteten Initiativen reichen von kleineren Kreativquartieren im ländlichen Gebiet bis zu großen Kreativquartieren im großstädtischen Bereich. Neben der räumlichen Differenzierung sind außerdem Unterschiede in der kreativen Aktivität zu sehen: während einige Kreativquartiere eher kommerzielle Ziele im Blick haben, sind andere Kreativquartiere stark auf künstlerische und gesellschaftliche Aufgaben fokussiert. Im Rahmen der Kulturkonferenz stellte Herr Wijgers Beispiele aus den verschiedenen Bereichen vor.

#### Beispiele aus dem großstädtischen Bereich:

- Van-Nelle-Fabrik, Rotterdam: Eine ehemalige Kaffee-, Tee- und Tabakfabrik die heute als Event-Location genutzt wird. Seit 2014 ist die Fabrik außerdem UNESCO-Weltkulturerbe. Eine Investorengruppe übernahm den Umbau. Die Räumlichkeiten werden rein kommerziell, aber sehr häufig für Veranstaltungen aus dem Bereich Kultur genutzt.
- Westergasfabrik, Amsterdam: Das ehemalige Industriegelände ist Eigentum der Stadt Amsterdam. Die vielen verschiedenen Gebäude des Areals wurden zu Veranstaltungsräumen für Ausstellungen, Messen, Empfänge; aber auch Büroräume und Ladenlokale sind entstanden. Viele Unternehmen der Kreativwirtschaft haben sich hier angesiedelt und es finden regelmäßig kulturelle Events statt. Konsum vor einem kulturellen Hintergrund steht hier im Zentrum.
- Ehemalige Niederländische Dock- und Schiffbau-Werft, Amsterdam: Die NDSM-Werft bietet auf dem Areal der ehemaligen Werft unzählige Möglichkeiten. Die verschiedenen Gebäude und das Gelände bieten nicht nur Platz für Büros und Ateliers im kreativen Bereich, sondern lassen sich auch als Festivalgelände nutzen. Für andere kulturelle Aktivitäten ist die NDSM-Werft ebenfalls bestens geeignet. Allein in der ehemaligen Schweißerhalle, in der mit Containern einzelne Arbeitsräume geschaffen wurden, sind 400 unterschiedliche Künstler tätig. Daneben gibt es Ateliers, Theaterwerkstätten und Säle, Cafés, Ausstellungsräume sowie Skaterpark, Kletterfelsen, Musikstudios und eine Hiphop-School. Bei den vielfältigen Aktivitäten werden künstlerische und gesellschaftliche Aufgaben verknüpft.
- Ehemaliges Hauptpostamt Utrecht: Da ein Neubau für die Stadtbibliothek Utrecht von der Gemeinde abgelehnt wurde, wird das ehemalige Hauptpostamt der Stadt umgewandelt. Die interessante Architektur des Gebäudes bleibt erhalten. Entstehen soll eine Kombination aus kommerziellen Geschäften und non-profit-Angeboten.

### Beispiele aus dem ländlichen Gebiet:

- DRU Kulturfabrik, Ulf: Als Bestandteil eines größeren Projekts der Stadt wurde das Gelände der ehemaligen Eisenwarenfabrik in ein „Multifunktionszentrum“ umgewandelt. Die Stadt hat versucht, auf dem weitläufigen Areal verschiedene Bereiche zu kombinieren. So gibt es neben Miet- und Eigentumswohnungen eine Veranstaltungshalle, ein Innovationszentrum, ein multifunktionelles Theater für ca. 350 Zuschauer, eine Popbühne für ca. 1000 Zuschauer, eine Bibliothek, eine Kunstgalerie, eine Musikschule, ein Heimatmuseum, Sitzungssäle und Tagungsräume für die Stadt und noch mehr. Zum Teil handelt es sich um kommerzielle Einrichtungen, zum Teil um non-profit-Einrichtungen. Die Kulturfabrik ist nach und nach entstanden, es gab keinen „Masterplan“ für das Kreativquartier.
- CHV-Noordkade, Veghel: Das Gelände der ehemaligen Viehfutterfabrik stand leer, die Stadt wollte die Gebäude abreißen, aber ein Großunternehmer kaufte der Stadt das Areal für den symbolischen Preis von 1€ ab. Mit verschiedenen Parteien wurden Pläne für den Umbau erarbeitet. Mittlerweile gibt es auf dem Gelände einen kommerziell geprägten Bereich („Proeffabrik“) und einen kulturell geprägten Bereich („Culturfabrik“). Ende dieses Jahres zieht auch das örtliche Theater in die CHV-Noordkade ein.

Die bisher hierher vorgestellten Beispiele sind sowohl im Hinblick auf die Organisation als auch auf die Finanzierung gut gelaufen und haben sich bewährt. Allerdings gibt es auch Beispiele, bei denen die Umsetzung der Kreativquartiere nicht besonders geglückt ist, darunter die ECI Kulturfabrik in Roermond, das Energiehaus Dordrecht und „Rozet“ in Arnhem. Als problematisch erwiesen sich bei diesen Projekten die schlechte Finanzplanung, eine unrealistische Einschätzung der Kosten und des Publikumsinteresses, unzureichende Vereinbarungen über die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure oder die schlechte Erreichbarkeit.

Aus den verschiedenen Kreativquartieren lassen sich verschiedene Bedingungen für den Erfolg und auch die Herausforderungen ableiten, die der Aufbau und Betrieb eines Kreativquartiers mit sich bringen:

### Bedingungen für Erfolg:

- Das Ziel beim Aufbau eines Kreativquartiers sollte nicht finanzielle Einsparung durch Zusammenlegung und räumliche Zentrierung von Institutionen/Organisationen sein.
- Das Ziel sollte auch nicht ausschließlich Immobilien-orientiert sein, man sollte sich überlegen, welche (Teil-)Projekte für die konkrete Situation und das Umfeld sinnvoll und machbar sind. Da private und öffentliche Investoren kooperieren sollen, ist es vorteilhaft, für beide Parteien Anreize zur Mitarbeit zu schaffen.
- Die langfristige Unterstützung der örtlichen Verwaltung ist hilfreich, um eine langfristige Planung und den Bestand eines Kreativquartiers zu ermöglichen.
- Die Bereitschaft der inhaltlichen Partner zur Mitwirkung sollte vorhanden und von vorneherein geplant sein. Die Verteilung der Verantwortlichkeiten und die Managementstruktur sollten frühzeitig festgelegt werden.
- Nicht nur sollte das Vertrauen und die Beteiligung der Bevölkerung gewonnen werden, man sollte auch das Marktpotential realistisch einschätzen. Ein Kreativquartier ohne Künstler oder Besucher wird nicht lange bestehen bleiben.

### Herausforderungen:

- Der (industrielle) Denkmalschutz beschränkt die Möglichkeiten, eine Immobilie umzubauen.
- Der örtliche Bebauungsplan sieht eine andere Nutzung vor.
- Lokale Behörden haben andere Ambitionen.
- Bodenverunreinigungen oder Asbest verhindern die Nutzung einer Immobilie.
- Die zu optimistische Einschätzung von Baukosten, Einnahmen, Zielgruppen oder Besucherzahlen kann zu finanziellen Problemen führen.
- Mangelnde Anbindung an den öffentlichen Verkehr senkt die Attraktivität des Standorts.

Aus der Runde kommt die Anmerkung, dass geeignete Immobilien und Leerstände in OWL durchaus vorhanden seien. Zu einer tatsächlichen Nutzung der Räume komme es aber in der Regel nicht, da juristische Rahmenbedingungen wie z.B. Brandschutzvorschriften die Umsetzung von kreativen Projekten verhindern. Auch Nutzungsänderungen oder Bedingungen zur Zwischennutzung durchzusetzen gestalte sich schwierig. Gerade eine Vereinfachung der Zwischennutzung von Immobilien wird vom Plenum als große Chance für kreative Potenziale gesehen.

Eine weitere Hürde sei außerdem die Finanzierung. Es ist sinnvoll, Strukturen zu schaffen, in denen private und öffentliche Investoren kooperieren können. Allerdings ist auch nicht jedes Projekt für öffentliche und private Geldgeber interessant, also sollte je nach Projekt und Schwerpunkt der passende Kooperationspartner gesucht werden. Mit den vorhandenen Möglichkeiten soll kreativ umgegangen werden, um auch unkonventionellere Lösungen zu suchen. Überhaupt braucht die Zusammenarbeit von Kultur und Verwaltung Vertrauen in langfristige Partnerschaften.

Es wird diskutiert, ob es Unterschiede sowie Vor- und Nachteile von unterschiedlichen Entwicklungsszenarien gibt. Sowohl ein „Masterplan“ für den Aufbau eines Kreativquartiers wie auch der inkrementelle Aufbau können funktionieren. Bei den vorgestellten Beispielen aus den Niederlanden fällt auf, dass nur zwei der zehn Kreativquartiere aus persönlichen Initiativen von Künstlern oder Privatpersonen entstanden sind. Der Aufbau eines Kreativquartiers durch eine übergeordnete Stelle wie einen Investor oder eine Stadt überwiegt.

Ein weiterer Hinweis zum Aufbau von Kreativquartieren war, das Marktpotential zu beachten. Jedes potenzielle Kreativquartier soll sich nach seiner Umgebung richten: sind in einem Ort/ einer Region überhaupt genügend qualifizierte Künstler ansässig, um ein Kreativquartier zu beleben? Gibt es ausreichend Interessenten für die angebotenen künstlerischen Leistungen? Weiterhin wurde angeregt, dass es eine Fluktuation bei geförderten Künstlern geben sollte: Ein Atelier in einem Kreativquartier zu günstigen Konditionen kann als Starthilfe für Berufsanfänger dienen, längerfristig sollen die Künstler sich aber selber finanzieren können und so wieder Platz zur Förderung von Nachwuchskünstlern schaffen.



#### Kontakt

##### **EMC Kultur und Marketing**

##### **Willem Wijgers**

Telefon: 0176.65625188

E-Mail: [info@kulturundmarketing.de](mailto:info@kulturundmarketing.de)

Internet: [www.kulturundmarketing.de](http://www.kulturundmarketing.de)



## Forum VI

**Freiraum: Leerstand – ein kulturelles Projekt  
an der Schnittstelle von Kunst und Dorfentwicklung**





### Überblick Projekt Freiraum: Leerstand

Das Projekt Freiraum: Leerstand ist ein kulturelles Projekt an der Schnittstelle von Kunst und Dorfentwicklung, das vom Verein zur Erhaltung und kulturellen Nutzung des Wasserschlosses Reelkirchen entwickelt wurde. Das Projekt setzt sich mit leerstehenden Immobilien in den ländlichen Teilen der Region OstWestfalenLippe auseinander, diese Leerstände sollen nicht nur als Problem, sondern auch als Chance gesehen und für einen begrenzten Zeitraum mit künstlerischen Mitteln umgenutzt werden.

Ideen hierzu wurden über die „Ideenmaschine“ generiert. Hier sind 10.000 Künstlerinnen und Künstler zentral erreichbar. Auf die Fragestellung „Wie kann man Leerstand nutzen?“ kamen ca. 60 verschiedene Antworten zurück, zum Beispiel können Leerstände als temporäre Ausstellungsfläche, für künstlerische Aufführungen, für kulturelle Bildungsangebote oder als persönliche Erfahrungsräume genutzt werden. Beispiele sind die Digital Church in Aachen, die als Co-Working Space genutzt wird, oder das Projekt „Fehlkauf“ der Flensburger Künstlerin Christiane Limper, die in temporären Tausch-Läden dazu anregt, das eigene Konsum-Verhalten zu überdenken.

Für die Projektentwicklung soll die bereits bestehende gute regionale und überregionale Vernetzung weiterentwickelt werden. Vorhandene Netzwerke sind außer dem Kulturbüro OWL z.B. das Kultursekretariat NRW Gütersloh oder das Netzwerk der Creative Spaces-Preisträger, zu denen 2018 auch das Wasserschloss Reelkirchen zählt. Gearbeitet werden sollte an der Vernetzung bestehender regionaler Institutionen und kleinerer Initiativen, an der überregionalen Anbindung auf verkehrstechnischer, digitaler und personeller Ebene.

Drei zentrale Stichworte, die sich für die REGIONALE 2022 aus diesem Konzept ergeben sind erstens die künstlerische Qualität, zweitens der Austausch und drittens Kooperationen. Es muss durch Ideen und nicht durch Behauptungen überzeugt werden.

#### Diskussion

Auf die Frage, wie man Zugriff auf die Leerstände bekommt wird erläutert, dass das in diesem Fall durch das Marketing der Städte unterstützt wird. Finanziert wird das Projekt Freiraum: Leerstand durch das Strukturförderprogramm Regionale Kulturpolitik und es stehen voraussichtlich finanzielle Mittel des Kultursekretariats NRW Gütersloh sowie aus der Individuellen Künstlerförderung NRW zur Verfügung.

Im weiteren Verlauf der Diskussion entstand die Frage, wie die Beteiligten bei einem derartigen Projekt zusammenkommen.

- In dem konkreten Projekt liegt die Koordination bei dem Verein zur Erhaltung und kulturellen Nutzung des Wasserschlosses Reelkirchen.
- Es ist angestrebt, dass sich eine dezentrale Struktur der Kulturakteure entwickelt, die jeweils ihr eigenes Profil entwickeln, aber in engem Austausch sowohl untereinander als auch mit überregionalen Partnern stehen.

Anregungen betrafen die Vernetzung der Künstler untereinander:

- Eine Plattform oder ein Newsletter an die Künstlerinnen und Künstler mit Informationen darüber, wer gerade an was arbeitet, wäre hilfreich um mögliche Kooperationen entstehen zu lassen.
- Im Kreis Höxter gibt es beispielsweise das Angebot einer Mitfahrbörse, das jedoch nie genutzt wird.
- Die Kultur in ländlichen Räumen kann sich nur durch Ideen und Inhalte profilieren.
- Da zumeist kein kulturelles Überangebot herrscht, treten kulturelle Angebote weniger in Konkurrenz zueinander und werden im Vergleich mit Metropolen leichter wahrgenommen.
- Kunst- und Kulturangebote in ländlichen Räumen profitieren nach Erfahrung der Referenten davon, wenn Bekanntes mit Unbekanntem kombiniert wird. So können z.B. bekannte Veranstaltungsformate (Stadt-, Dorf-, Schützenfeste) oder bestehende Vereinsstrukturen (Schützen-, Gesangs-, Feuerwehrvereine) für künstlerische Interventionen so genutzt werden, dass für beide Seiten ein Gewinn entsteht.

Für die REGIONALE 2022 ist es wichtig, dass ein Highlight-Projekt entwickelt wird, das in die gesamte Region getragen wird.

Möglich wäre eine dezentrale Kette von Kulturinstitutionen mit jeweils eigenem Profil aber engem Verbund, nach außen dargestellt durch gemeinsame Veranstaltungen nach dem Vorbild z.B. des Festivals der Regionen, gemeinsame (digitale) Veröffentlichungen und ein funktionierendes Mobilitätskonzept (Kulturbus oder ähnliches).



### Kontakt

**Stiftung Künstlerdorf Schöppingen / Wasserschloss Reelkirchen**

**Dr. Josef Spiegel**

Telefon: 02555.93811

E-Mail: [spiegel@stiftung-kuenstlerdorf.de](mailto:spiegel@stiftung-kuenstlerdorf.de)

**Stiftung Künstlerdorf Schöppingen / Wasserschloss Reelkirchen**

**Dr. Sigrun Brunsiek**

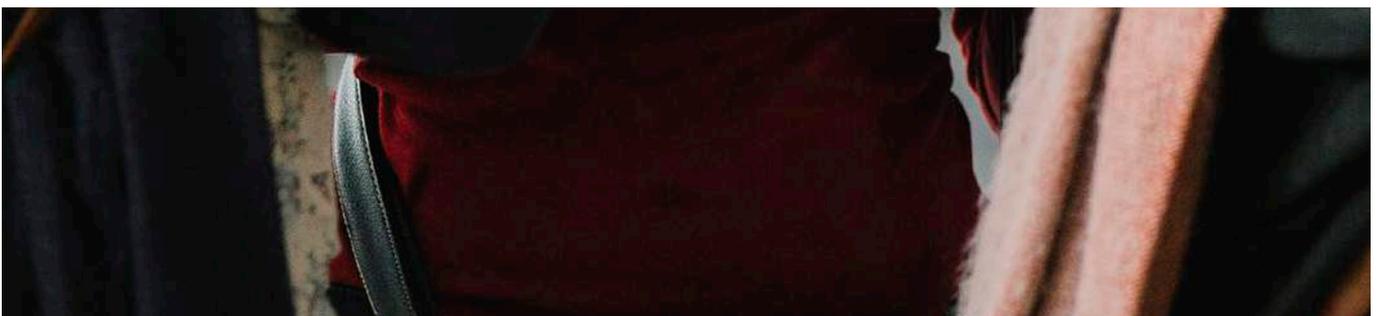
Telefon: 02555.938112

E-Mail: [brunsiek@stiftung-kuenstlerdorf.de](mailto:brunsiek@stiftung-kuenstlerdorf.de)



# Forum VII

Schlaglichter auf Kulturprojekte  
der REGIONALE 2016 im westlichen Münsterland





### REGIONALE 2016

Im Rahmen der REGIONALE 2016 haben zahlreiche Partner aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Bildung und Kultur sowie Bürgerinnen und Bürger der Region zusammengearbeitet, um das Strukturförderprogramm zwischen 2010 und 2017 im westlichen Münsterland umsetzen zu können. Aus dem Prozess der REGIONALE 2016 sind 36 Projekte entstanden.

Als wichtiger und zukunftsweisender Baustein der kulturellen Infrastruktur der Region wurde im Rahmen der REGIONALE 2016 ein Projekt um das Hamaland-Museum in Vreden umgesetzt. Die Einrichtung wurde deutlich erweitert und mit drei weiteren Institutionen zu einem neuartigen Kultur- und Bildungsort für die Region, dem kult Westmünsterland, entwickelt.

Ein weiteres Projekt der REGIONALE 2016 ist das Pankok Museum Haus Esselt in Hünxe, das den letzten Lebens- und Schaffensort des bedeutenden Künstlers Otto Pankok in Wert setzt. Durch die Ertüchtigung der Gebäude und die Anpassung der organisatorischen Strukturen wird die wertvolle Einrichtung für die Zukunft gesichert und einem breiten Publikum zugänglich gemacht.

Kulturelle Formate, die im Zusammenhang mit der REGIONALE 2016 entstehen konnten, waren zum Beispiel das dezentrale Theaterfestival „HEIMspiel“ mit sieben Stücken an sieben verschiedenen Orten und eine Open-Air-Kinoreihe an Projektorten der REGIONALE 2016 in Kooperation mit der Filmstiftung NRW.

### Diskussion

Innerhalb der Diskussionsrunden kamen Fragen zum Projekt Pankok Museum Haus Esselt auf.

- Wie passt das Projekt zu den Kriterien für Projekte der REGIONALE 2016?
- Wirkung der REGIONALE 2016?

Alle Kulturprojekte in der REGIONALE 2016 wurden anhand eines Bewertungsrahmens beurteilt und ausgewählt, der den allgemeinen Kriterienkatalog für REGIONALE 2016-Projekte ergänzte. Das Projekt Pankok Museum Haus Esselt bot die einmalige Chance, diesen besonderen Kulturort für die Zukunft zu sichern, da er sonst eventuell zerstreut worden wäre. Das Projekt Pankok Museum Haus Esselt erlangte durch die REGIONALE 2016 einen Grad an Bekanntheit, der dabei half, viele Partner und Unterstützer für die Realisierung zu gewinnen.

Im Prozess der REGIONALE 2016 konnten zahlreiche Erfahrungen mit der Umsetzung von den verschiedenen Projekten gewonnen werden, die für Projekte der REGIONALE 2022 auch von Relevanz sein könnten.

- Viele REGIONALE 2016-Projekte wurden je nach inhaltlichem Zuschnitt, Art und zeitlicher Abfolge der Projektbausteine, räumlicher Lage etc. aus mehreren Fördertöpfen unterstützt. Dabei kamen nicht nur Fördertöpfe des Landes NRW zum Einsatz, sondern auch Mittel aus Programmen der EU und des Bundes sowie von Stiftungen und privaten Unterstützern. Grundsätzlich gilt aber, dass immer auch ein Eigenanteil zu erbringen ist, dessen Höhe sich nach den Richtlinien der jeweiligen Programme richtet.
- Ein zentraler Aspekt und Voraussetzung für viele Förderprogramme ist die Frage, wie ein Projekt langfristig getragen wird. Die Entwicklung dauerhafter und stabiler Trägerstrukturen ist deshalb ein zentraler Bestandteil der Projektqualifizierung.

Die Teilnehmenden stellten die Frage, ob im Rahmen der REGIONALE 2016 neben größeren baulichen Kulturprojekten auch kleinere Kulturprojekte ohne bauliche Komponente entstanden sind. Solche Aktivitäten in Kooperation mit Kulturpartnern – wie z. B. das Theaterfestival „HEIMspiel“ – liefen im Rahmen der REGIONALE 2016 neben dem klassischen dreistufigen Projekt-Qualifizierungsverfahren. Diese kulturellen Formate sind deshalb bei den 36 REGIONALE-Projekten nicht mitgezählt. Sie spielten im Gesamtkanon der REGIONALE 2016 vor allem im Hinblick auf die Wahrnehmbarkeit der REGIONALE 2016 in der Bevölkerung eine wichtige Rolle – und das nicht erst im Präsentationsjahr.



#### **Kontakt**

**Büro Frauns (ehem. REGIONALE 2016 Agentur)**

**Michael Führs**

Telefon: 0251.53487-0

E-Mail: [fuehrs@buerofrauns.de](mailto:fuehrs@buerofrauns.de)

Internet: [www.regionale2016.de](http://www.regionale2016.de)



## Kontakt

**OWL Kulturbüro**

[info@owl-kulturbuero.de](mailto:info@owl-kulturbuero.de)

[www.owl-kulturbuero.de](http://www.owl-kulturbuero.de)

