

## Anlage 3

### Zwischennutzungen an ausgewählten Standorten

#### 1. Einleitung und Begriffsbestimmung

Der Themenkomplex Zwischennutzung ist in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Handlungsfeld in der Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung geworden. Auch in Nachbarländern der Bundesrepublik (z.B. Schweiz) und in verschiedenen Bundesländern und Städten, wurden Konzepte entwickelt, um Zwischennutzungen als Instrument der Stadtentwicklung und des Stadtumbaus zu nutzen.

Die wachsende Bedeutung des Themas Zwischennutzung führte dazu, dass das Thema eingehend wissenschaftlich untersucht wurde. Es gibt viele vergleichende Studien und eindeutige Begriffsbestimmungen.

„Zwischennutzungen sind zeitlich befristete neue Formen der Gestaltung und Nutzung auf Brachflächen“. (Zwischennutzungen Temporäre Nutzungen als Instrument der Stadtentwicklung, Bearbeiter: Dipl.-Ing. M. Eng. Frank Bornmann, Dipl.-Ing. Dominik Erbelding, Dipl.-Ing. David R. Froessler, Innovationsagentur Stadtumbau NRW)

„In Stadtquartieren im Umbruch“, die einen Überschuss an leer stehenden Arealen oder brach gefallen Immobilien und an preiswerten Räumen aufweisen, sind neue Entwicklungsmodelle gefragt. Dafür hat sich der Arbeitsbegriff „Zwischennutzung“ etabliert. Die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft fungieren dabei häufig als „Raumpioniere“ und es entwickeln sich temporäre Raumnutzungen von sehr unterschiedlicher Dauer und Frequenz mit einer großen Bandbreite an Nutzungsformen und Trägerschaften.

Bei einem **Vergleich** der Städte **Bremen**, **Leipzig** und **Nürnberg** wird deutlich, dass jede Stadt ihre eigenen Voraussetzungen hat und entsprechende Strategien und Instrumente entwickelt und einsetzt.

In Bremen liegt der Fokus auf Transformationsarealen unterschiedlicher Größe, die über die ganze Stadt verteilt sind.

In Leipzig entwickeln sich die Zwischennutzungen bei einem vergleichsweise noch entspannten Immobilienmarkt vor allem im gründerzeitlichen Gebäudebestand, in leer stehenden Objekten an den Magistralen oder auf brach gefallen Industriearalen unterschiedlicher Größen.

In Nürnberg unterliegen die großen Transformationsareale einem hohen Nutzungsdruck, der einer Zwischennutzung durch die Kultur- und Kreativwirtschaft nur wenige Spielräume lässt. Insgesamt besteht im Rahmen der „Koopstadt“ die Chance, eine facettenreiche und damit auch allgemeingültige Position zum Thema zu entwickeln.

Projekte mit beispielgebendem Charakter sind

- die ZwischenZeitZentrale Bremen (HB),
- das Leipziger FreiRAUMportal (L),
- die Zwischennutzung am Lindenauer Hafen (L)
- ZwischenRAUM (N)“.

(Koopstadt, **Herausgeber: Hansestadt Bremen**, Der Senator für Umwelt, Bau, Verkehr und Europa, **Stadt Leipzig**, Dezernat Stadtentwicklung und Bau, **Stadt Nürnberg**, Amt für Wohnen und Stadtentwicklung, **Verantwortliche Redaktion**, Stadt Leipzig, Dezernat Stadtentwicklung und Bau, Stadtplanungsamt, Abt. Stadtentwicklungsplanung, Stefan Heinig, Christina Kahl, Ruth Rabenberg  
Neues Rathaus, Martin Luther-Ring 4-6, 04109 Leipzig, Tel: 0341-123 4933  
email: [info@koopstadt.de](mailto:info@koopstadt.de)

Im Folgenden sollen anhand einer Schweizer Betrachtung und einer Betrachtung der Ergebnisse einer Befragung des create-cluster in NRW, die grundsätzlichen Fragestellungen zum Thema Zwischennutzungen dargestellt werden. Im Anschluss daran werden konkrete Beispiele aus Deutschland angeführt. Es überrascht dabei nicht, dass es sich bei den aufgeführten Beispielen im Wesentlichen um Beispiele aus der Kultur- und Kreativwirtschaft handelt.

## **2. Bisherige Erfahrungen mit dem Thema Zwischennutzung**

### **2.1 Schweiz**

Der umfassende „Leitfaden Zwischennutzung“, herausgegeben vom eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation, Bundesamt für Umwelt, Bern (2011) betrachtet die Thematik aktuell und umfassend. Bedingungen, Wirkungen und Probleme von Zwischennutzung werden dort prägnant im Überblick dargestellt:

#### **2.1.1 Wirkungen von Zwischennutzung**

Zwischennutzung...

- wertet Standorte auf,
- löst Kommunikation aus (Aufmerksamkeit von Medien und Bevölkerung),
- wirkt imagebildend (Leuchtturm-Funktion),
- zieht neues Publikum an,
- lässt den Bodenpreis steigen,
- setzt Brachflächen in Wert (durch deren Nutzung),
- generiert (wenn auch geringe) Erträge für Eigentümer,
- dämpft den Handlungsdruck für den Eigentümer,
- hat Pflegefunktion (Gebäude und Räume werden unterhalten und gereinigt),
- beugt Vandalismus vor,
- beugt Altlasten vor (keine Verschlimmerung der Situation).

#### **Rahmenbedingung: Baurecht**

Die baurechtlichen Anforderungen und Standards sind für Zwischennutzungen dieselben wie bei jeder unbefristeten Nutzung. Es gibt kein spezielles, auf

Zwischennutzungen zugeschnittenes, Baurecht. Die Folge ist, dass Aufwand und Kosten zur Herstellung eines baurechtlich geforderten Zustandes in Relation zu der nur vorübergehenden Nutzungsdauer vielfach nicht verhältnismäßig erscheinen.

### **2.1.2 Bekannte Probleme von Zwischennutzung**

(...die gelöst werden können, wenn sie in Gesprächen und Verhandlungen zwischen Eigentümern und Nutzern ausgehandelt und fixiert werden).

- Furcht vieler Eigentümer, dass Zwischennutzungsakteure sich nicht an die Befristung der Mietverträge halten und das Objekt nicht mehr verlassen wollen.
- Furcht der Eigentümer vor eigenmächtigen „wildem Untervermietungen“ durch Zwischennutzer ohne Kenntnis und Einverständnis des Eigentümers.
- Probleme mit der Abrechnung von Nebenkosten (wegen fehlender Infrastruktur für Heizung, Strom, Wasser etc.).
- Unbefriedigende Ertragssituation (Mieterträge i. d. R. weit unterhalb des Marktniveaus).
- Fehlender Mehrwert (wenn die Zwischennutzung auf der Ebene des reinen Mietgeschäftes verharrt, anstatt mittels zielorientiert aktiver Planung über einen Mietermix latente Potenziale zu wecken).
- Verstetigung der Zwischennutzung (andere als die ursprünglich beabsichtigte Richtung der Entwicklung etablierten sich aus der Zwischennutzung heraus).
- Immissionen und sekundärer Vandalismus (i.d.R. Lärmemissionen z.B. von Veranstaltungsorten / Musiknutzungen).
- Mentale Barrieren (aufgrund stark divergierender Lebenspläne und Erfahrungen von Immobilienbesitzern und Zwischennutzungs-Interessenten wird eine innere Öffnung und dialogische Gesprächsbereitschaft gefordert).

### **2.1.3 Fazit:**

Es ist mit hohem Zeitaufwand und Engagement möglich, mit Immobilienbesitzern und Zwischennutzungs-Interessenten eine Gesprächsbasis herzustellen, die sich auf Dauer trägt und eine Entwicklung zum allseitigen Nutzen möglich macht.

## **2.2 Creative.NRW Studie „Räume für die Kreativwirtschaft“ (2011)**

### **2.2.1 Ergebnisse der Studie aus Sicht der Befragten der Kreativwirtschaft**

- Kreative aus den Teilbranchen Design und Werbung bilden die beiden größten Teilnehmergruppen. Die beiden Teilbranchen zählen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den beschäftigungsstärksten in NRW.
- Die Kreativen in NRW sind größtenteils als Freiberufler, Selbstständige oder Klein- und Kleinstunternehmer tätig. Lediglich 22 % von ihnen stehen in einem Angestelltenverhältnis.

- Eine entscheidende Rolle bei der erfolgreichen Immobiliensuche spielt ein intaktes Netzwerk aus Freunden, Bekannten und beruflichen Kontakten. Immobilienmakler werden von Kreativen nur selten beauftragt.
- Knapp 60 % der Kreativen in NRW arbeiten zumindest teilweise von zu Hause aus, trennen also die „Wohnimmobilie“ nicht immer von der „Arbeitsimmobilie“.
- Obwohl es einen Trend zur kurzfristigen Anmietung von Immobilien gibt, zeigt sich gleichzeitig, dass die Mehrheit der Kreativen in NRW einen festen Arbeitsort, der auf unbefristete Zeit angemietet werden kann, bevorzugt.
- Faktoren, die einen idealen Arbeitsort kennzeichnen, sind für die Umfrageteilnehmer: gute Erreichbarkeit, gefolgt von günstigen Mietkosten und vorhandenen infrastrukturellen Angeboten. Die räumliche Nähe sowohl zu Kunden als auch zu vor- und nachgelagerten Unternehmen erscheint hingegen weniger wichtig.
- Über 60 % der Befragten aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sind unzufrieden mit ihrem derzeitigen Arbeitsort.
- Besonders gut an ihrem derzeitigen Arbeitsort finden die Befragten die Erreichbarkeit, die vorhandene Infrastruktur, die technische Ausstattung und das Ambiente. Schlechter beurteilen sie die Nähe zu anderen Kreativen und die Offenheit der Vermieter.
- Die generelle Unzufriedenheit mit dem derzeitigen Arbeitsort im Gegensatz zur weitestgehend positiven Bewertung der aktuellen eigenen Arbeitsräume lässt sich durch die hohe Zahl der Homeoffice-Nutzer erklären: Sie sind zu Hause technisch gut ausgestattet, arbeiten in einem wohnlichen Ambiente und haben durch das Zusammenlegen von Wohnen und Arbeiten keine zusätzlichen Mietkosten. Womöglich löst aber gerade diese nicht vorhandene räumliche Trennung von Wohnen und Arbeiten Unzufriedenheit aus – trotz aller räumlichen und infrastrukturellen Vorteile.
- Der urbane Raum gilt der Mehrheit der Befragten als optimaler Arbeitsort. Im ländlichen Raum möchten nur 7 % der Umfrageteilnehmer arbeiten.
- Über die Hälfte der Befragten würde gerne in einem Kreativquartier arbeiten. Die Nutzung von Leerständen entspricht dagegen mehrheitlich nicht den Vorstellungen der Kreativen. Der Coworking Space kann noch nicht als etablierter Arbeitsort gesehen werden. Knapp ein Viertel der Befragten kennt diese Form der Raumnutzung nicht.

## **2.2.2 Ergebnisse der Studie aus Sicht der Befragten der Immobilienwirtschaft**

- Der größte Teil der Umfrageteilnehmer (62 %) arbeitet für eine Hausverwaltung. Dort werden vornehmlich Häuser und Wohnungen (zusammen 63 %) vermietet. Größere Objekte wie beispielsweise Fabrikhallen werden selten, Ateliers oder Studios gar nicht angeboten. Für 55 % der Befragten ist das Modell „Kreativquartier“ nicht im eigenen Angebot denkbar. Das Künstlerhaus lehnen 61 %, den Coworking Space 66 % ab.
- Grundsätzlich bestehen wenige Geschäftsbeziehungen zu den elf Teilbranchen der Kreativwirtschaft. Der Branchenvergleich zeigt allerdings

eine differenzierte Bewertung: Als potentielle Kunden gelten den Umfrageteilnehmern Unternehmen der Games- und Softwarebranche, Architekturbüros und Unternehmen aus der Werbungsbranche. Von den Vermietern weniger gern gesehen sind Kunden aus Bildender und Darstellender Kunst.

- Die Befragten aus der Immobilienwirtschaft versprechen sich von Geschäftsbeziehungen mit der Kreativwirtschaft keinen nachhaltigen Erfolg. Die Auswirkungen einer Ansiedelung von Kreativen schätzen sie dagegen positiv ein. Am auffälligsten ist der Wert bei der Zunahme der Attraktivität des Standortes: 88 % der Befragten halten diesen Effekt für wahrscheinlich.
- Als einen Grund für das Ausbleiben von Geschäftsbeziehungen mit der Kreativwirtschaft gaben die Umfrageteilnehmer mangelnde Informations- und Kontaktmöglichkeiten an. Positiven Einfluss könnten hier der Bekanntheitsgrad des Kunden, der Kontaktaustausch über Branchenverbände oder auch eine persönliche Kontaktaufnahme bei Events haben.
- Als hilfreich erachten die Befragten auch Unterstützungsmaßnahmen Dritter. Förderprogramme des Landes, von Kommunen und Banken werden gleich nach der Errichtung ausgewiesener Kreativquartiere als effektivste Maßnahmen zum Aufbau von Geschäftskontakten gesehen.

Bei allem Interesse steht im Zentrum der Aktivitäten der Immobilienwirtschaft immer die Aussicht auf Rendite. Um den Kontakt mit potentiellen Neukunden der Kreativwirtschaft herzustellen, gibt die Mehrheit der Befragten an, in erster Instanz Bankauskünfte und Businesspläne zu benötigen.

- Kreativquartiere sind in der Lage, einem Stadtquartier neue Impulse zu verleihen.
- Die kreative Nutzung einer Immobilie kann zu einem Bezugspunkt für Neuentwicklungen im gesamten Quartier werden und neben einer gewerblichen Neuentfaltung die Aufwertung von Wohnimmobilien bewirken.
- Die Immobilienbranche tut sich bei der Vermietung von Immobilien an Kreative schwer, weil sie große Schwierigkeiten hat, kreative Berufe als abgegrenztes Nachfragesegment zu definieren.
- Die Immobilienbranche mit der Kreativwirtschaft in Kontakt zu bringen gelingt nur dann, wenn ein positiver wirtschaftlicher Nutzen für Investoren und Vermieter zu erkennen ist.
- Ein Eigentümer gibt seine Immobilien nur dann günstiger ab, wenn ein kompletter Standort umfunktioniert werden soll und die Mindereinnahmen auf absehbare Zeit durch Mehreinnahmen kompensiert werden können.
- Das Kreativunternehmen sollte bereit sein, mit dem Standort zu wachsen: Kreative müssen sich darauf einstellen, dass sie auf lange Sicht steigende Mieten mittragen müssen, wenn das Quartier um sie herum wächst.
- Förderprogramme von Politik, Banken oder Wirtschaftsförderung mindern das Ausfallrisiko des Vermieters, geben dem Kreativunternehmen Rückhalt und schaffen somit Sicherheit auf beiden Seiten.

- Der Businessplan eines Kreativunternehmens, der eine klare Einschätzung dazu abgibt, wann das Unternehmen wirtschaftlich tragfähig wird, ist für den Vermieter und seine Entscheidungen elementar wichtig.

### **2.2.3. Fazit**

Es ist nur mit hohem Zeitaufwand möglich, mit Immobilienbesitzern und Zwischennutzungs-Interessenten eine Gesprächsbasis herzustellen, die auf Dauer trägt und eine Entwicklung zum beiderseitigen Nutzen möglich macht.

*(Quelle: Studie „Räume für die Kreativwirtschaft“, Create.NRW 2011, siehe Anlage 7 Handlungskonzept Räume für Kreative)*

## **2.3 Verfahrensweisen in anderen Städten zum Thema Zwischennutzung**

### **2.3.1 Vorbemerkung**

Die Verwaltung hat eine Reihe von Möglichkeiten geprüft, um zu einer konstruktiven und möglichst preisgünstigen Etablierung eines „Modells Zwischennutzung“ zu kommen.

So hat sie sich intensiv mit Modellen in anderen Städten der Bundesrepublik auseinandergesetzt, um aus deren Erfahrungen Konsequenzen für eine Realisierung in Köln zu ziehen.

Nachstehend sind einige Modelle dargestellt und skizziert.

### **2.3.2 Beispiel aus deutschen Städten**

#### **2.3.3 Wuppertal**

**Externe Zwischennutzungsagentur, jährlich 400 Arbeitsstunden,  
(4 Personen, Projektzeitraum 2007 – 2012 )**

Vor dem Hintergrund des wirtschaftlichen und demografischen Strukturwandels wurden in einigen Stadtteilen ab 2007 Maßnahmen im Rahmen der Städtebauförderungsprogramme „Die soziale Stadt“ oder „Stadtumbau West“ gefördert.

Im Rahmen der Regionale 2006 wurden bereits erste Maßnahmen zum Umgang mit leer stehenden Ladenlokalen erprobt. Im Frühjahr 2007 wurde die „Zwischennutzungsagentur Wuppertal“ ins Leben gerufen und bis Mitte 2010 aus „Stadtumbau West-Mitteln“ und „Soziale Stadt-Mitteln“ gefördert. Ziel des Projektes war die Verringerung der Zahl leer stehender Ladenlokale und die Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen, um damit die Quartiere wieder aufzuwerten. Das Projekt wurde aus finanziellen Gründen 2012 eingestellt.

Mit der extern beauftragten Zwischennutzungsagentur Wuppertal wurde eine zentrale Anlaufstelle eingerichtet, deren Arbeit sich aus verschiedenen Schwerpunkten zusammensetzte: Zunächst mussten die Gebäudebestände ermittelt, Eigentümer

identifiziert und angesprochen sowie potentielle Zwischennutzer gesucht werden. Parallel begann die Zwischennutzungsagentur mit ihrer Haupttätigkeit, der Beratung und Unterstützung von Eigentümern und Zwischennutzern und der sich anschließenden Vermittlung von Räumlichkeiten.

Die Kontaktaufnahme und Ansprache der Eigentümer erwies sich als sehr aufwändig, da die Eigentümerstruktur sehr kleinteilig und heterogen war.

Zudem stellte mangelndes Interesse, insbesondere bei außerhalb der Stadt lebenden Eigentümern, eine große Hürde bei der Kontaktaufnahme dar. Daher beschränkte sich die Zwischennutzungsagentur auf die Eigentümer, an deren Immobilie tatsächlich bereits ein konkretes Nutzungsinteresse bestand. Von diesen konnte immerhin die Hälfte nach Eigentumsverhältnissen, Daten zur Immobilie, Gründen für den Leerstand, Bedarf an Hilfestellungen und nach dem Interesse an einer Zwischennutzung befragt werden.

Die größten Hindernisse für das Zustandekommen von Zwischennutzungen waren unrealistische Mietpreisvorstellungen, eine mangelnde Investitionsbereitschaft und baurechtliche Hürden, da vor Nutzungsänderungen oft Bauanträge gestellt werden mussten, für die Gebühren anfallen konnten und Unterlagen beizubringen waren.

Die Nachfrage nach geeigneten Räumlichkeiten für Zwischennutzungen ging hauptsächlich von Künstlern und Kulturschaffenden aus. Bei Dienstleistern handelte es sich in erster Linie um soziale Träger, aber auch um gewerblich Tätige wie Architektur- oder Grafikbüros sowie Existenzgründer.

Aus den Erhebungen der Zwischennutzungsagentur Wuppertal entstanden u.a. eine „Leerstands-Datenbank“ und eine Interessentenliste. Öffentlichkeits- und Vernetzungsarbeit waren wesentliche Bausteine der Zwischennutzungsagentur. Dies geschah mittels Pressearbeit, über ein Corporate Design, über Auftritte der Zwischennutzungsagentur bei Stadteilkonferenzen, Bürgervereinen und in der Kulturszene. So gründete sich ein Netzwerk unterschiedlicher Akteure aus Verwaltung, Bürgern, potenziellen Zwischennutzern und Eigentümern, das u.a. über Informationen aus Newslettern und einer Internetseite zusammengehalten wurde.

Beratungsbedarf gab es auf Seiten der Eigentümer hinsichtlich der realistischen Einschätzung der immobilienwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Wuppertal, hinsichtlich des Mehrwertes von Zwischennutzung für Eigentümer, zu möglichen Förderungen von Investitionen und insbesondere bezüglich rechtlicher Fragestellungen.

Die Zwischennutzungsagentur Wuppertal wurde durch eine Projektleitung der Stadt Wuppertal gesteuert und von einem Projektbeirat begleitet.

Die Städtische Projektleitung hatte das Ressort Stadtentwicklung und Städtebau. Der eingesetzte Projektbeirat setzte sich aus folgenden Akteuren zusammen:

- Makler Netzwerk Wuppertal
- Wirtschaftsförderung Wuppertal
- Wuppertaler Quartierentwicklungsgesellschaft mbH

Das Team der „Zwischennutzungsagentur Wuppertal“ bestand aus:

- ORG.BERATUNG Schulten & Weyland
- Thomas Weyland, Projektteamleitung
- Gaby Schulten, Ko-Projektteamleitung

Das Programm wurde gefördert vom Land NRW im Rahmen der Programme Stadtbau West und Soziale Stadt NRW.

#### Fazit:

Über einen Zeitraum von 5 Jahren wurde die externe Agentur Schulten und Weyland mit jährlich ca. 400 Arbeitsstunden (ca. 40.000 € per anno) beauftragt.

Ein Jahr wurde der Auftrag ausgesetzt, da Wuppertal die städtischen Eigenmittel (20%) wegen des Nothaushaltes nicht mehr aufbringen konnte.

Wuppertal hat 350.000 Einwohner. Der Auftrag bezog sich hauptsächlich auf Leerstandmanagement von Ladenlokalen. Brachflächen und Büroimmobilien blieben unbearbeitet.

#### 2.3.4 Bremen

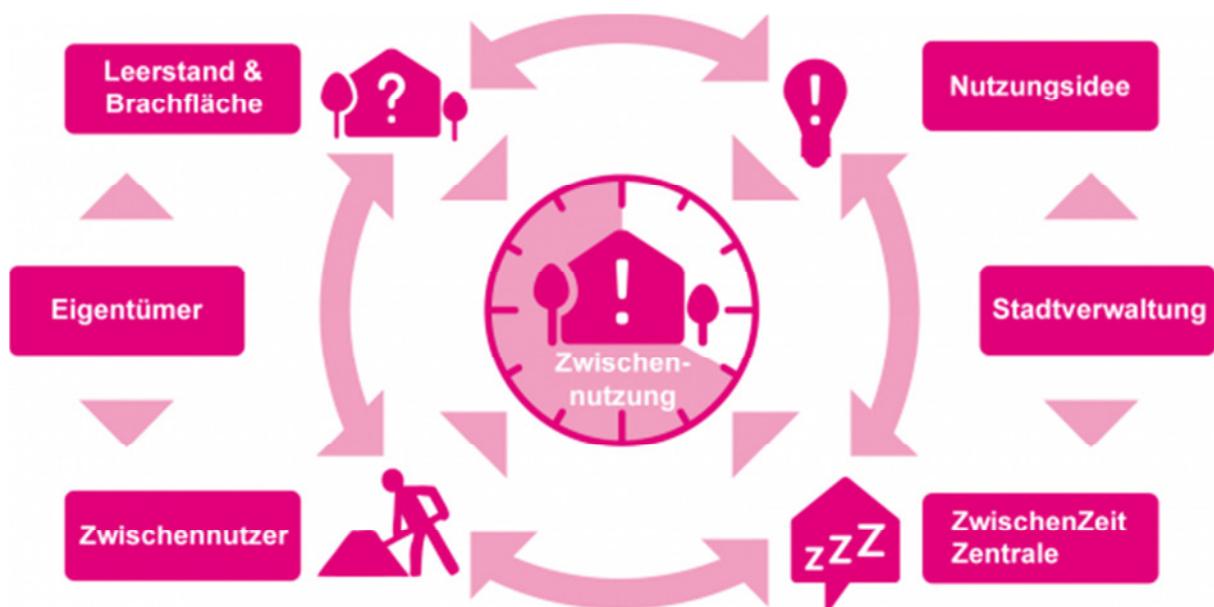
**ZwischenZeitZentrale Bremen und das Projekt „Schlafende Häuser wecken“**

**(4 Personen, Projektzeitraum 2009 bis mindestens 2016)**

ZZZ, ZwischenZeitZentrale, erhält Zuschüsse für 1,5 Stellen und 125.000 € für Projektmittel.

Zu Beginn wurde ZZZ vom Bund zu 50% bezuschusst, jetzt wird ZZZ komplett vom Bremer Senat finanziert.

- Publikation: Second hand spaces - [www.secondhandspaces.de](http://www.secondhandspaces.de)



Zwischennutzungen aktivieren Leerstände und Brachflächen nach dem Prinzip einer Zwischenzeitformel:

Leerstand, Brache + Idee - geringe Miete = Instandhaltung der Immobilie + Berufschance + Belebung

Der Projektzeitraum der ZZZ "Schlafende Häuser wecken" war ursprünglich für drei Jahre, von 2009-2012, vorgesehen und wurde zwischenzeitlich bis 2016 verlängert.

Träger des Projekts ist der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen in Kooperation mit dem Senator für Umwelt, Bau und Verkehr, dem Senator für Kultur (ab 2012) und der Senatorin für Finanzen, sowie der Immobilien Bremen und der Wirtschaftsförderung Bremen.

Von 2009 bis 2012 wurde die ZZZ als Pilotprojekt der Nationalen Stadtentwicklungspolitik des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) gefördert.

Von 2012 bis 2016 wird die Arbeit der ZZZ von 6 städtischen Ressorts und Institutionen weiter unterstützt. Die Stadtgemeinde Bremen fördert die Arbeit der ZZZ mit einem weiteren Ressort um weitere 4 Jahre.

Von Dezember 2013 bis März 2015 teilt die ZZZ ihr Wissen im Projekt TUTUR mit dem Stadtplanungsamt Rom (Italien) und der Stadtverwaltung Alba Iulia (Rumänien) mit Unterstützung der WFB, um in den beiden europäischen Städten nach Vorbild der ZZZ jeweils eine Zwischennutzungsagentur zu etablieren.

Die ZZZ wurde im Februar 2014 im bundesweiten Wettbewerb als ein "Ausgezeichneter Ort im Land der Ideen 2013/14" für ihre wegweisenden Impulse für die Städte und Gemeinden der Zukunft prämiert. Die ZZZ wird von der „Autonomes Architektur Atelier GbR“ in Zusammenarbeit mit Sarah Oswald und Michael Ziehl umgesetzt.

In einer dreijährigen Pilotphase hat die ZZZ dreißig Zwischennutzungsprojekte auf den Weg gebracht. Die Projektspanne ist breit. Sie reicht von temporären Ausstellungen in Ladenleerständen über die Bespielung großer Brachflächen bis zur langfristigen Nutzung eines Gewerbeleerstandes. Die Nachfrage nach günstigem Raum ist so groß, dass sie das verfügbare Angebot an Leerständen um ein Vielfaches übersteigt. Als typische Orte für Zwischennutzungen definiert die ZZZ *„Orte, für die es noch kein Konzept oder für die es zu herkömmlichen Konditionen keine Nachfrage gibt. Temporäre Nutzungen können sich in den unterschiedlichsten Räumen und Flächen befinden: auf Baulücken, ehemaligen Industriestandorten, aufgegebenen Infrastruktureinrichtungen, in leerstehenden Ladenlokalen, Gewerbe- und Büroflächen, im Wohnungsleerstand oder Ähnlichem.“*

Insbesondere sozialen Initiativen, Sport- und Freizeitgruppen, Künstlern und Existenzgründern bieten Zwischennutzungen in Bremen Räume und Plattformen, um neue Ideen auszuprobieren und die Stadt mitzugestalten.

### **2.3.5 Hamburg (Kreativagentur, 7 Stellen und 300.000 € jährlich für Zwischennutzungen)**

Um den Kreativstandort Hamburg zu stärken wurde im Jahr 2009 vom Hamburger Senat die Gründung einer Kreativagentur, der Aufbau einer systematischen Vermittlung von Immobilien für die Kreativbranche und die Weiterentwicklung von in Hamburg starken Teilmärkten, wie zum Beispiel der digitalen Musikwirtschaft beschlossen.

Entscheidender Standortfaktor für die Kreativwirtschaft ist ein Immobilienangebot, das den teils sehr unterschiedlichen Bedürfnissen der Branche entspricht. Für eine Analyse der räumlichen Entstehungs- und Standortbedingungen kreativer Milieus, ihrer Verortung und der potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten in Hamburg wurde von der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt eine Studie in Auftrag gegeben.

Darüber hinaus sollen von der Kreativagentur laufend Flächen und Räume erfasst werden, die für eine Zwischennutzung durch Kreative in Frage kommen. In einem zunächst dreijährigen Pilotversuch wurde zudem der „Fonds Zwischennutzungen städtischer Flächen und Räume“ mit einem Volumen von jährlich 300.000 Euro eingerichtet, über den der kreative Nachwuchs mit Mietzuschüssen bei der Zwischennutzung unterstützt werden kann.

Die Kreativgesellschaft tritt meist als Mieter auf um die Hemmnisse und Bedenken der jeweiligen Vermieter zu beseitigen und geht damit auch in die finanzielle Verantwortung für die jeweiligen Untermieter.

### **2.3.6 Frankfurt am Main (Verein „basis 1“ und „RADAR“9)**

Ein 2006 gegründeter privatrechtlicher Verein richtet von der Stadt Frankfurt kostenfrei bereitgestellte, leerstehende Gebäude für Zwischennutzung durch Kreative her und vermittelt diese an geeignete Nutzer. Darüber hinaus versteht sich der Verein als Plattform für die Kreativwirtschaft.

Derzeit stehen 2 ehemalige Bürogebäude mit insgesamt 120 Arbeitsplätzen (Ateliers, Büroarbeitsplätze) zur Vermittlung zur Verfügung. Der Verein organisiert die Nutzung und den Zuschnitt des Mieter-Mix auch mit dem Ziel, Netzwerke zu schaffen und die Produktionsbedingungen gerade für junge Kreative in der Stadt zu verbessern. Er versteht sich insoweit als dynamische Plattform für aktuelle kreative Prozesse, der neben der Vergabe von günstigen Arbeitsräumen für Berufseinsteiger auch mit einem Ausstellungs- und Veranstaltungsprogramm den Diskurs über kreative Inhalte befördern will.

Die Gebäude werden dem Verein zu dem genannten Zweck kostenfrei (symbolischer Mietvertrag) zur Verfügung gestellt. Instandhaltungs- / und Sanierungskosten der Gebäude werden aus den Mieteinnahmen finanziert, die dem Verein zufließen oder durch die Mieter in Eigenregie durchgeführt. In geringem Umfang erfolgt daneben die projektweise Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel.

Der Verein R A D A R ist Bindeglied zwischen raumsuchenden Kreativen und Eigentümern, die daran mitwirken möchten, das kulturelle und innovative Klima Frankfurts durch Kreativräume für Frankfurt zu unterstützen. R A D A R sucht Eigentümer, die interessiert sind, ihre Flächen für die Nutzung durch Kreative zu

günstigen Konditionen anzubieten. Um die Nutzung leerstehender Räume durch Angehörige der Kultur- und Kreativwirtschaft zu fördern, hat der Magistrat der Stadt Frankfurt R A D A R beauftragt und zur Unterstützung der Stadtentwicklung ein Umbauförderprogramm für Eigentümer von Gebäuden und kreative Nutzer aufgelegt.

Einen Antrag auf Förderung von Umbaumaßnahmen kann vom Eigentümer als auch vom Mieter gestellt werden. Die Umbaumaßnahmen sollen der Nutzbarmachung für Kreative dienen. Voraussetzung sind ein abgeschlossener Mietvertrag zwischen Eigentümer und Mieter und eine zugesicherte Kreativnutzung für mindestens 5 Jahre. Die Förderung wird vornehmlich gewährt bei Nutzung durch Berufsanfänger, sowie junge Klein- bzw. Kleinstunternehmer aus den Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

### **2.3.7 Stuttgart und Mönchengladbach**

In Stuttgart und in Mönchengladbach wurde die raumaufzeit GmbH beauftragt das Thema Zwischennutzung erfolgreich zu realisieren.

Diese GmbH entwickelt Konzepte zur gewerblichen Zwischennutzung von Immobilien. Hauptgeschäftsfeld ist die Projektierung und der Betrieb von kreativen Gründer- und Veranstaltungszentren. Dazu nutzt die raumaufzeit GmbH Gewerbeobjekte in zentralen Lagen, die aus städtebaulichen oder nutzungsbedingten Gründen mittelfristig leer stehen. In ihren Gründerzentren bietet die raumaufzeit GmbH jungen Kreativen, Büroräume zu günstigen Konditionen an.

Seit August 2006 betreibt das Unternehmen Kreativzentren in Stuttgart („H7“ und „4 Sterne“) und seit 2009 auch in Mönchengladbach („V16“). Ein weiteres Objekt wurde im Januar 2010 in Stuttgart realisiert.

Soweit recherchierbar, ist die öffentliche Hand weder Anteilseigner der Firma noch werden öffentliche Zuschüsse gewährt (Auswertung Internet und Presseveröffentlichungen zur Gründung und Aktivitäten der Firma ergab hierzu keinerlei Hinweise).

### **2.3.8 Kreatives Leipzig**

Der Verein Kreatives Leipzig e. V. wurde im Sommer 2010 von Selbständigen und Kleinunternehmen der Leipziger Kreativwirtschaft gegründet, um die Vielzahl von Akteuren zu vernetzen, ihnen ein gemeinsames Sprachrohr zu geben und mit gemeinsamen Kräften an der Stärkung des Kreativstandorts Leipzig zu arbeiten. Er versteht sich als Interessenverband. Der Verein möchte Vernetzung und Austausch fördern, um Synergien zu erzeugen und Kooperation zu vereinfachen und anzuregen. Der Verein fungiert ehrenamtlich und unabhängig. Kreatives Leipzig e. V. sieht es als seine Aufgabe, die Kreativwirtschaft der Stadtregion Leipzig in der Öffentlichkeit zu vertreten, an den Veränderungen der gesellschaftlichen Strukturen und des Arbeitsmarktes aktiv teilzunehmen und diese nachhaltig mitzugestalten. Alle Unternehmen und Personen, die ihren Lebensunterhalt mit kreativen Leistungen erarbeiten oder den Verein durch ihre Mitgliedschaft unterstützen möchten, sind als Mitglieder gern willkommen. Der Jahresmitgliedsbeitrag beträgt 25 Euro für nebenberuflich Tätige, 50 Euro für Firmen und Einzelunternehmen und mindestens

500 Euro für Fördermitglieder. Alternativ können auch einzelne Projekte des Vereins durch Crowdfunding unterstützt werden.