

# Kultur ist der Schlüssel

FORSCHUNG. INTERAKTION. FORUM. INNOVATION

## HERAUSGEBER

european centre for creative economy  
ecce GmbH  
Emil-Moog-Platz 7  
44137 Dortmund

[www.e-c-c-e.com](http://www.e-c-c-e.com)

## TEAM ECCE GMBH

Projektleitung	Bernd Fesel
Projektmanagement	Claudia Jericho
Projektassistenz	Julia Knies
Projektassistenz	Annika Schmermbeck
Projektassistenz	Sandra Czerwonka
Praktikantin	Lea Hansjürgen
Praktikantin	Melek Nizamogullari

## TEXT

Pia Areblad  
Christian Caravante  
Swantje Diepenhorst  
Bernd Fesel  
Martin Keil  
Julia Knies  
Charles Landry  
Dr. Bastian Lange  
Henrik Mayer  
Janjaap Ruijsseanaars  
Peter Schreck

Übersetzung Nathalie Puttfarcken

## BEIRAT

Katja Aßmann  
Andreas Bomheuer  
Lukas Crepaz  
Jürgen Fischer  
Reinhard Krämer  
Jan-Peter Nissen  
Claudia Nussbauer  
Dr. Hans Stallmann  
Jörg Stüdemann

## DESIGN

tamioe – Visuelle Kommunikation,  
Dortmund  
[www.tamioe.de](http://www.tamioe.de)

## DRUCK

Druckhaus Dortmund  
[www.druckhausdortmund.de](http://www.druckhausdortmund.de)

## BILDNACHWEISE

BVMI/Markus Nass (Seite 5), Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW (Seite 7), Vladimir Wegener (Seiten 6, 8, 11, 72, 76, 79, 80/81, 83, 84, 88, 90, 93, 94, 95, 100/101, 102/103, 105, 106/107), Annika Schmermbeck (Seiten 12, 14/15, 28, 29, 41, 69), Peter Schreck (Seite 18), n.a.t.u.r.-Festival (Seite 22), Katarzyna Salamon (Seiten 24/25), Sven Sappelt (Seite 33), Stellwerk e.V. (Seite 34), Die Urbanisten e.V. (Seite 36), Waende Südost (Seiten 37, 64/65), Medienbunker (Seite 38), Heimatdesign (Seite 40), n.a.t.u.r.-Festival (Seite 43), Constellationen (Seite 44), Albert Hölzle (Seite 46), Hella Sinnhuber (Seite 49), Sevorgardens (Seite 51), Philipp Stierand (Seite 52), Dezentrale für forschende Stadterprobung (Seite 54), Marlen Mauer mann, Günfer Cölgecen (Seite 55), Kreativzentrum im Vest (Seite 57), Guido Meincke (Seite 58)



[www.forum-avignon-ruhr.org](http://www.forum-avignon-ruhr.org)

in Kooperation mit:

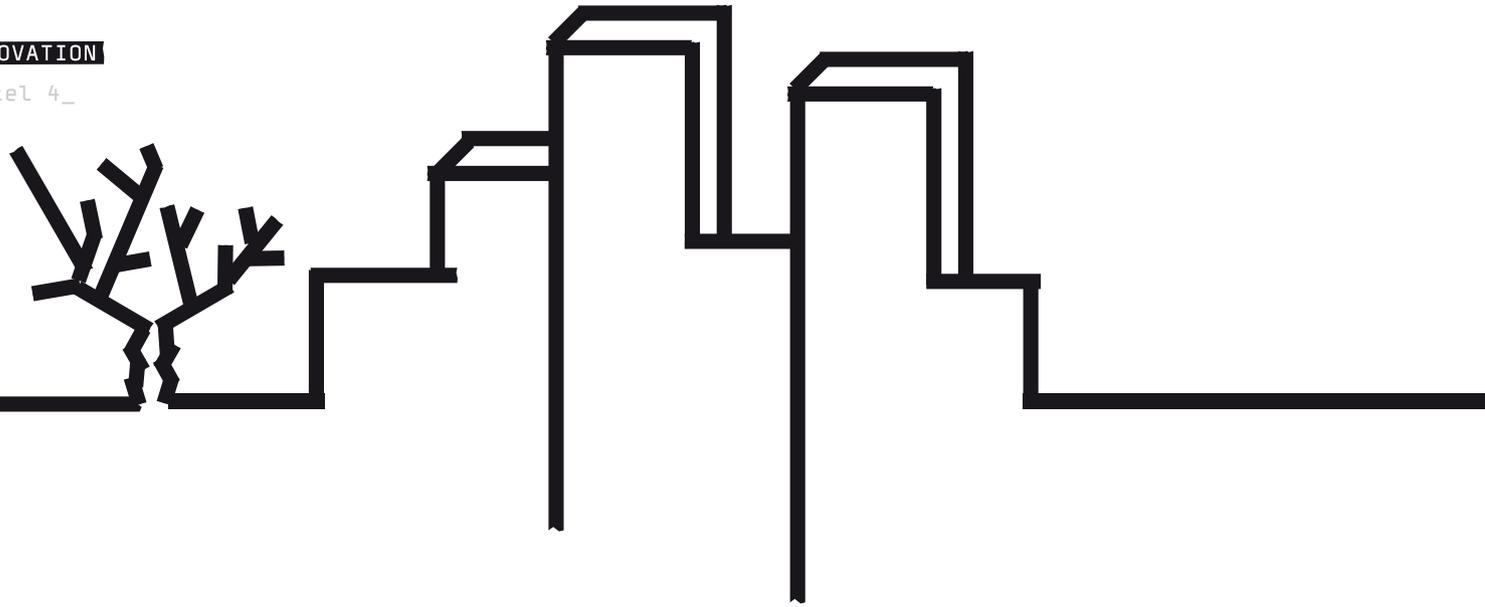


mit finanzieller Förderung von:

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



<b>1.</b>	<b>Europa 2020 – Kultur ist der Schlüssel: Vorworte</b>	
	Das Ruhrgebiet – Ein europäisches Labor für Innovationen Prof. Dieter Gorny	(5)
	Blicke über den Tellerrand Ministerin Ute Schäfer	(7)
<b>2.</b>	<b>Spillover-Effekte – Ein neues Thema in der Kulturpolitik</b>	
2.1	Die europäische Debatte	(10)
2.2	Wandel durch Kultur Reloaded – Bedeutung für das Ruhrgebiet	(14)
2.3	Das Forum d’Avignon Ruhr 2013 – Ein Prozess	(16)
<b>3.</b>	<b>Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet – Forschung und Interaktion</b>	
3.1	Stadtentwicklung · Wirtschaft/Neue Arbeit · Energie/Klima · Interkultur – Die Themenfelder	(20)
	3.1.1 Methodik	
	3.1.2 Online-Befragung	
3.2	Open Spaces – Die Veranstaltungen	(28)
3.3	Eine neue Macher-Generation im Ruhrgebiet – Die Ergebnisse	(30)
	3.3.1 AkteurInnen im Ruhrgebiet – Prototypen neuer Praxisformen	
	3.3.2 Die Debatte im internationalen Kontext	
	3.3.3 Ideensuche im Open Space	
	3.3.4 Schlussfolgerungen für die Politik	
<b>4.</b>	<b>Das Forum d’Avignon Ruhr 2013 – Forum und Innovation</b>	
4.1	Ein Prozess für spürbaren Wandel	(74)
	<b>Tag 1 – 27. Juni 2013</b>	
4.2	Workshops der Spillover-MacherInnen – Prolog	(75)
	4.2.1 Artistic Thinking Workshops	
	4.2.2 REINIGUNGSGESELLSCHAFT – Case Study	
	4.2.3 Universe Architecture – Case Study	
	4.2.4 TILLT – Case Study	
4.3	Europa zu Gast – Netzwerkabend auf Zollverein	(83)
	4.3.1 Ein gemeinsamer Lernraum entsteht	
	4.3.2 Im Zentrum steht der soziale Mehrwert von Kultur	
	4.3.3 Netzwerk für Innovationen in Kultur und Kreativität in Europa – N.I.C.E.	
	<b>Tag 2 – 28. Juni 2013</b>	
4.4	Das Forum d’Avignon Ruhr – ein temporäres Labor für Innovationen	(89)
	4.4.1 Die Reden Essen inspiriert Europa Kultur in der Krise Europas Die zukünftige Rolle der Kultur Impulse für den Wandel erlebbar machen Spillover-Potentiale der Kultur für Europas Zukunft Kunst aktivieren für soziale Gerechtigkeit	
	4.4.2 Die Debatten Spillover und Kultur – Politischer Wunschtraum oder neue kulturelle Identität? Wirtschaft und Kultur – Neue Wege für ein neues Wachstum? Kunst und Ökonomie – Mehr als Aktionismus? Künstlerische Beiträge – Lösungen in der Praxis?	
4.5.	<b>Innovation konkret – Impulse aus Nordrhein-Westfalen</b>	
	4.5.1 Innovation und Kultur in Nordrhein-Westfalen	(104)
	4.5.2 Der N.I.C.E. Award: Shaking Hans	



# 1. EUROPA 2020 – KULTUR IST DER SCHLÜSSEL: VORWORTE

# DAS RUHRGEBIET – EIN EUROPÄISCHES LABOR FÜR INNOVATIONEN

„Kultur für alle“ – die Philosophie Hilmar Hoffmanns, die von 1980 bis 1990 die Kulturpolitik und Stadtpolitik in Deutschland prägte. „Kultur durch Wandel“ – eine Haltung, die auf den Leitsatz von Karl Ernst Osthaus Anfang des 20. Jahrhunderts zurückgeht, und die zuletzt zum Motto der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ wurde. Eine Haltung mit großem Einfluss auf den Strukturwandel.

Doch wie sind diese Leitlinien im 21. Jahrhundert fortzuschreiben?

Kultur ist auch Wirtschaft – eine Erkenntnis, deren Bedeutung besonders für den Wandel des Ruhrgebiets um 1995 entdeckt wurde und ab 2000 in zahlreichen Staaten Europas zu einer eigenen Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik führte.

Kultur ist eine Brücke – eine gesellschaftliche Positionierung des Jahres 2012, die für die Künste nicht neu ist, die aber zu politischen Innovationen auf kommunaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene führt.

Ist diese Brückenfunktion von Kultur heute Realität? Oder erst Versprechen der von EU-Präsident Manuel Barroso ausgerufenen gesellschaftlichen Vision Europa 2020? Wenn Kultur Brücken in die verschiedensten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche schlägt – die EU-Kommission wählte hierfür 2012 in ihrer

EU-Mitteilung zur Kreativwirtschaft den Begriff „Spillover-Effekt“ –, bedeutet dies nicht auch „Kultur für alle“?

Wer die Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft heute zu einer Priorität auf der politischen Agenda erklärt, muss auch erklären, wo heute Kulturpolitik anfängt und wo sie aufhört. Kulturpolitik beschreitet mit der Agenda Europa 2020 neue Wege. Nicht wenige haben in den letzten Jahren die Europäische Kommission für ihren Ansatz kritisiert und den Verlust des Eigenwertes von Kultur befürchtet, doch es ist ein Irrtum zu glauben, dass Brüsseler Politik ein neues Verständnis von Kultur von oben implementieren will und kann.

Wer vom Eigenwert der Kultur spricht, muss auch davon sprechen, welche Werte und welche Kultur es in Zeiten der Krisen Europas zu schützen gilt. Dabei kommt man unweigerlich zu einer – vielleicht unbequemen – Erkenntnis: Kultur beschreitet ebenfalls neue Wege, Kultur ändert sich und ihr Selbstverständnis. Während „Kultur für alle“ noch meinte, dass der Staat Kulturschaffenden Möglichkeitsräume eröffnet, so schlägt Kultur ihre Brücken in die Gesellschaft selbst – immer weniger ohne politische Begleitung. Überdeutlich ist dies in Ländern, die von den Folgen der Finanzkrise besonders betroffen sind. Hier werden Kunst und Kultur gesellschaftlich

aktiv: Eine neue Form kultureller Werte entsteht. Auch in Deutschland bemächtigen sich Kunst und Kultur mit einem neuen Selbstverständnisses gesellschaftlicher Themen, die bisher Fachleuten oder der Politik vorbehalten waren. Im Ruhrgebiet gibt es eine neue Generation kultureller Akteure, wie die Studie „Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet“ im Kapitel 3 zeigt.

Diese Akteure erklären Themen wie Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Energie/Klima und Interkultur zu ihrem Anliegen. „Kultur für alle“ ist in der zeitgenössischen Form des Spillover zurückgekehrt.

„Kultur ist neue Praxis und neue Politik“ – so könnte man das Forum d’Avignon Ruhr 2013 resümieren. Zum Thema „Europa 2020 – Kultur ist der Schlüssel“ trafen sich im Juni 2013 rund 220 Teilnehmer aus 17 Staaten in Essen, um jene Chancen für und Herausforderungen an Kultur, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft herauszuarbeiten, die sich aus diesen Veränderungen von Kultur ergeben. Es wurden konkrete Antworten für Regionen und Städte gesucht, die im Kontext der Europäischen Programmatik „Europa 2020“ bestehen. Es wurden Antworten gegeben – aus Wirtschaft, Politik, aus Kunst und Kultur. Die auf dem Forum ausgezeichnete und in einem Artistic Thinking Workshop von Kreativen erarbei-



Prof. Dieter Gorny



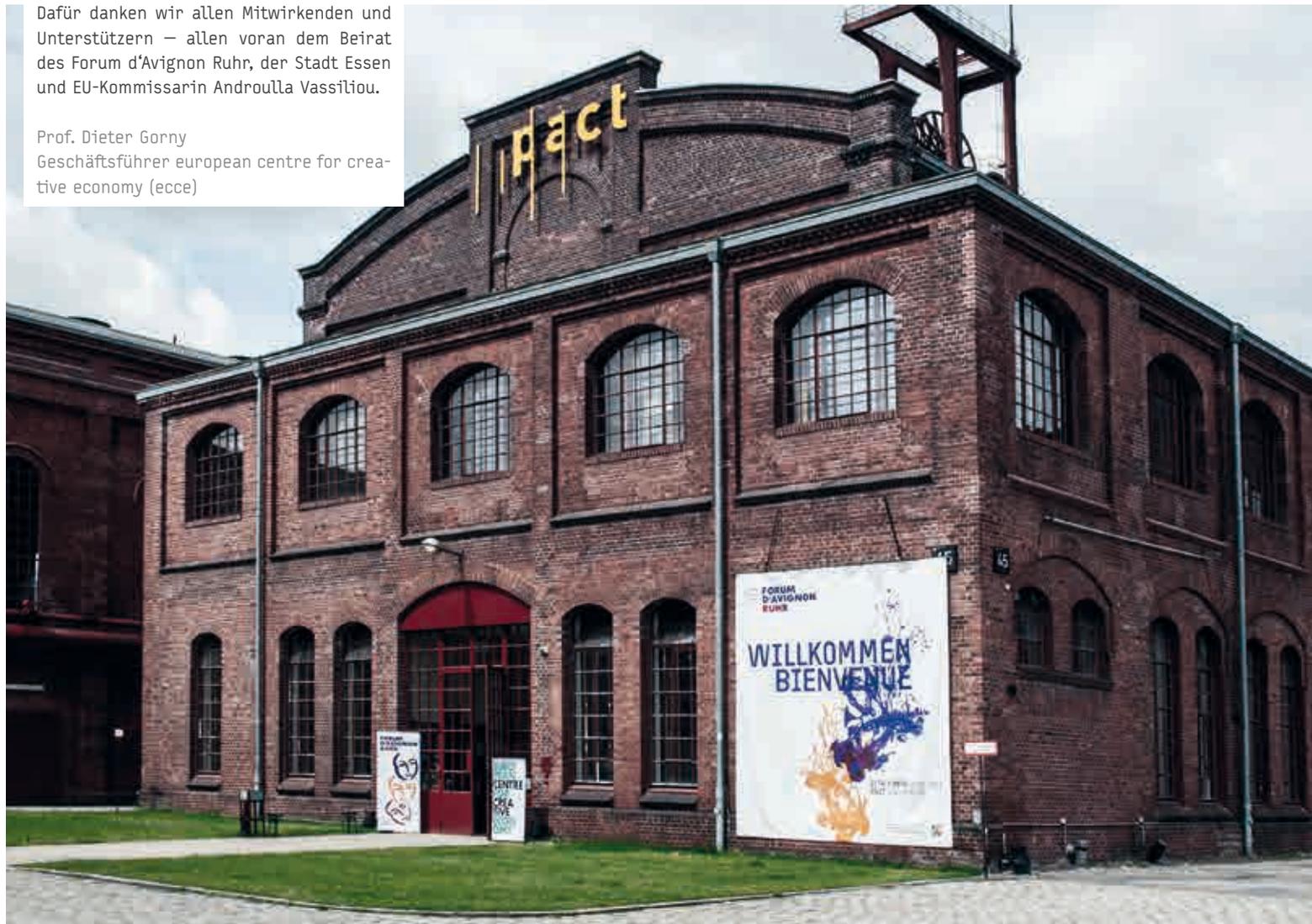
tete Projektidee „Shaking Hans“ ist ein Beitrag zur Gestaltung unserer Zukunft im Stadtraum. Doch Charles Landry, Städtetforscher und Mitentwickler von Shaking Hans stellte klar: Ohne kreative Verwaltung entsteht auch kein Wandel.

In diesem Sinne möchte ich NRW-Kulturministerin Ute Schäfer für die Unterstützung und Finanzierung des Forum d'Avignon Ruhr 2013 danken, besonders für ihre Bereitschaft, neue Wege zu beschreiten – sei es mit der erstmaligen Erforschung von konkreten Spillover-Effekten oder mit einem interaktiven Konferenzformat, das in seiner Umsetzung über die Grenzen einer gewöhnlichen Konferenz hinaus geht. Mein Dank gilt auch Minister Garrelt Duin, der die bemerkenswerten innovativ-ökonomischen Potentiale dieser kulturellen Entwicklungen verdeutlicht hat.

Das Forum d'Avignon Ruhr 2013 war ein sechsmonatiger Forschungs- und Erkenntnisprozess und zugleich ein Experimentier- und Handlungsfeld für neue Wege der Kultur, ob in der Wirtschaft, der Verwaltung oder der Kunst. Die vorliegende Dokumentation ist daher als ein Sammelwerk dieser sechs Monate entstanden – mit den verschiedenen Rednerinnen und Rednern des Forums, Stimmen der Studien- und Workshop-Teilnehmer, mit Studienergebnissen, journalistischen Berichten von der Tagung und Beiträgen von Experten.

Dafür danken wir allen Mitwirkenden und Unterstützern – allen voran dem Beirat des Forum d'Avignon Ruhr, der Stadt Essen und EU-Kommissarin Androulla Vassiliou.

Prof. Dieter Gorny  
Geschäftsführer european centre for creative economy (ecce)



# BLICKE ÜBER DEN TELLERRAND

Mit der Aufforderung: „Blick über den Tellerrand: Zukunftsideen für das Ruhrgebiet“ ist in diesem Jahr das Forum d’Avignon Ruhr erfolgreich in die zweite Runde gegangen. Über die engagierten Diskussionen und guten Ergebnisse während der zweitägigen Veranstaltung auf Zollverein habe ich mich sehr gefreut! Sie sind ein weiterer Schritt, die Nachhaltigkeit der Kulturhauptstadt 2010 zu sichern.

Nach dem Ablauf des Kulturhauptstadtjahrs haben wir gemeinsam mit dem Regionalverband Ruhr erörtert, wie wir das, was 2010 im Ruhrgebiet entstanden ist, bewahren und weiterentwickeln können. Die Kultur und Kreativwirtschaft spielte dabei eine bedeutende Rolle: 2010 war zum ersten Mal in einer Kulturhauptstadt Europas die Kultur und Kreativwirtschaft zu einem Schwerpunktthema erhoben worden.

Im Oktober 2011 haben wir gemeinsam mit dem Regionalverband Ruhr im Rahmen einer „Vereinbarung zur Sicherung der Nachhaltigkeit der Kulturhauptstadt 2010“ entschieden, ecce zu fördern, um europäische Netzwerke aufzubauen und regionale kulturwirtschaftliche Cluster zu unterstützen. Ziel war es unter anderem, einen europäischen Dialog zur aktuellen Lage und zur Positionierung der Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft in Europa anzustoßen. Eine

große Chance boten hier die Kontakte zum französischen Forum d’Avignon aus dem Kulturhauptstadtjahr. Daraus wurde die Idee zum Forum d’Avignon Ruhr entwickelt, das ecce 2012 zum ersten Mal veranstaltet hat. Die Metropolregion Ruhr konnte so als europäischer Diskussionsort weiter deutlich an Profil gewinnen.

Seit der Auftaktveranstaltung wurde die europäische Vernetzung in der Region weiter ausgebaut und hat mit dem zweiten Forum d’Avignon Ruhr jetzt weitere wichtige Impulse erhalten: Unter der Überschrift Europa 2020 – Kultur ist der Schlüssel haben sich rund 220 Vertreterinnen und Vertreter aus Kultur und Kreativwirtschaft, Wirtschaft und Politik auf Zollverein getroffen.

Es ging vor allem um die sogenannten Spillover-Effekte von Kunst und Kultur, die gerade mit Blick auf die Europa-2020-Strategie interessante neue Möglichkeiten für wirtschaftliches Wachstum und gesellschaftliche Weiterentwicklung eröffnen. Die EU-Kommissarin Androulla Vassiliou hat in diesem Zusammenhang das Forum d’Avignon Ruhr als „eines der wichtigsten europäischen Laboratorien für Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft“ bezeichnet. Ich freue mich, dass die vorliegende Dokumentation zum 2. Forum d’Avignon Ruhr

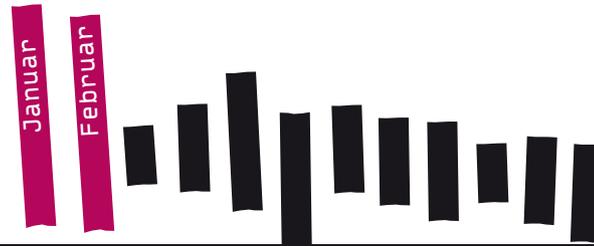
einen guten Einblick in die engagierten Debatten, Reden und Workshops gibt, die den Bogen von der Vorstellung konkreter Projektideen bis zur europäischen Kultur-Debatte geschlagen haben. Ich danke ecce für den großen Einsatz und wünsche den Leserinnen und Lesern eine anregende Lektüre sowie sparten- und bereichsübergreifend einen spannenden „Blick über den Tellerrand“!

Ute Schäfer  
Ministerin für Familie, Kinder, Jugend,  
Kultur und Sport  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Ministerin Ute Schäfer







## 2. SPILLOVER-EFFEKTE – EIN NEUES THEMA IN DER KULTURPOLITIK

Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft sind im Jahr 2012 zu einer neuen Priorität der europäischen Kulturpolitik geworden. Dieses Kapitel zeichnet die europäische Debatte und ihre Wegmarken (Kapitel 2.1) nach, stellt deren Bedeutung für das Ruhrgebiet vor (Kapitel 2.2) und erklärt, warum und wie diese europäische Debatte um Spillover-Effekte zum Ausgangspunkt des Forum d'Avignon Ruhr 2013 wurde.

## 2.1 DIE EUROPÄISCHE DEBATTE



{Bernd Fesel} Die Initiativen der dänischen Regierung im Mai 2012 und die Mitteilung der EU-Kommission zur Kreativwirtschaft im September 2012 waren die beiden wesentlichen Impulse, um die Rolle und Aufgabe von Kulturpolitik in Europa neu, zumindest mit neuen Prioritäten zu positionieren.

*„Kulturerbe, bildende und darstellende Kunst, Kino, Musik, Verlagswesen, Mode und Design prägen zwar stark unseren Alltag, doch der Beitrag, den die Kultur und Kreativwirtschaft zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung in der EU leisten kann, wird noch immer nicht in vollem Umfang anerkannt“, heißt es 2012 in einer Mitteilung der EU Kommission. Sie geht so weit zu formulieren, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft als bisher „weitgehend ungenutzte Ressource“ in der Lage sei, „zur Entwicklung der richtigen Mischung aus Kompetenzen und Fertigkeiten[...] beizutragen, die die EU in der Wissensgesellschaft benötigt, um wettbewerbsfähig zu sein.“<sup>1</sup>*

Diese Feststellung der EU-Kommission ist gleichermaßen eine Aufforderung, die Rolle von Kultur und Kreativität in ihrem Potential zur Grenzüberschreitung in einem erweiterten Gesellschaftskontext zu betrachten wie auch in ihrer transnationa-

len Aufgabe als „Innovationskatalysator“ für Europa zu verstehen und zu nutzen: „Durch ihre Schnittstellenposition zwischen Kunst, Wirtschaft und Technologie ist die Kultur- und Kreativwirtschaft dafür prädestiniert, **Spillover-Effekte** in andere Branchen anzustoßen.“<sup>2</sup>

Die Kultur und die Kreativwirtschaft haben sich bereits seit 2010 zu einem **mehrdimensionalen Impulsmotor** entwickelt und sind dann Teil zahlreicher **Initiativen der europäischen Förderperiode 2014 - 2020 geworden, von der Regional- über die Wirtschafts- bis hin zur Bildungspolitik.**

Dieses erweiterte Bild von Kulturpolitik beherrscht 2012 viele Debatten in Europa – es erfährt Zustimmung, aber auch Widerspruch. EU-Kommissarin Androulla Vassiliou bereist zahlreiche Mitgliedsstaaten und wirbt für die Erweiterung und Stärkung der Kulturpolitik; zugleich schlägt sie dem Europäischen Parlament einen stark vergrößerten Haushalt für Kultur und Bildung vor – vor allem in Gestalt eines Garantie- und Finanzfonds für Kreativwirtschaft. Das neue Förderprogramm im Rahmen der Agenda Europa 2020 mit dem Titel „Creative Europe“ will die Kulturförderung mit Förderung von Kreativwirtschaft verbinden und selbst den Brückenschlag und Spillover zwischen dem

öffentlichen und privaten Sektor fördern, den es von den Mitgliedsstaaten in der EU-Mitteilung zur Kreativwirtschaft vermehrt einfordert. Dieses Konzept berührt in vielerlei Hinsicht Debatten über die Prioritäten von Kulturförderung, wenn nicht Tabus. In vielen Nationalstaaten Europas werden diese Debatten bereits geführt – sei es aufgrund laufender Kürzungen der nationalen Kulturhaushalte in den Niederlanden oder Großbritannien, sei es aufgrund kommunaler Haushaltsprobleme wie in Deutschland. Das 2012 in Deutschland viel diskutierte Buch „Der Kulturinfarkt“ ist ein Ausdruck dieser Debatten und des Wandels von Kultur wie Kulturpolitik auch in Deutschland. Nicht ohne Grund haben der Regionalverband Ruhr und das Land Nordrhein-Westfalen einen der Autoren des „Kulturinfarkt“, Pius Knüsel, im September 2012 als Eröffnungsdredner zur 1. Kulturkonferenz Ruhr eingeladen. Das Jahr 2012 muss schon jetzt als ein Jahr der zentralen Debatten um die Orientierung der Kulturpolitik der nächsten Jahre gewertet werden.

Ausgangspunkt dieser europäischen Debatten um Kulturpolitik im Herbst 2012 war die Initiative des damaligen dänischen Kulturministers Uffe Elbæk während der dänischen EU-Ratspräsidentschaft im ersten Halbjahr 2012. Seine Initiative Team Culture positionierte Kulturpolitik nicht

als Sahnehäubchen einer erfolgreichen Gesellschaft, sondern als ein Grundmittel zur Lösung der gesellschaftlichen Umbrüche und Krisen, in denen sich Europa 2012 in der Nachfolge der Finanzkrise befindet. Damals hat das Team Culture der dänischen Regierung – mit Persönlichkeiten wie Peter Schneider, James Marsh, Moukhtar Kocache oder Josephine Green – in einem Manifest pointiert die neue, durchaus schwierige Rolle von Kultur, Kreativität und Innovation so dargelegt:

*“At its deepest level, the crisis is a crisis of values. This means that a deeper cultural exploration of the causes of the crisis – and the possibilities arising from the crisis – is also the key to finding a way out. If we’re running out of ideas and creative ways to counter the crisis, then we should go to the place most concerned with visionary, new ideas: the cultural field and the arts. We should turn to culture to examine and reflect on the crisis, and to ponder that most important question: What now?”<sup>3</sup>*

Die Frage „Was muss Kultur anders machen?“ schlägt den Bogen zur Kreativität und Innovation von Künstlern, die natürlich auch schon immer über die Kunst hinaus wirkte und wirken wollte. Gerade das Land Nordrhein-Westfalen kann hier auf eine lange Tradition schauen – von Joseph

<sup>1</sup> Mitteilung der EU Kommission: 537 vom 26. Sept. 2012 „Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen“

<sup>2</sup> Ebd.

<sup>3</sup> Manifesto of „Team Culture 2012“, a group of experts, called into existence this year by the Danish Minister of Culture, Uffe Elbæk, under Danish EU Council Presidency.

Beuys über Hilla und Bernd Becher bis zu Jochen Gerz, aber auch bis zur Internationale Bauausstellung Emscher Park und zur Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010. Deren Motto „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ erhält drei Jahre nach der Kulturhauptstadt, nach einem Einsatz für den städtischen und wirtschaftlichen Strukturwandel durch kulturelle Vielfalt, eine ungeahnte, für Fachleute aber nicht überraschende Aktualität im europäischen Kontext. Im Jahr 2013 werden die Wirkungen von Kultur in die Gesellschaft – über ihre bekannten institutionellen Bereiche hinaus – noch breiter und vielfältiger betrachtet und diskutiert, von Interkultur bis hin zu Klima- und Energieeffizienz, wie dies auch Prof. Claus Leggewie vom Kulturwissenschaftlichen Institut Essen tut. Die Europäische Union nennt dieses gesellschaftliche Potential seit 2012 nun Spillover-Effekte.

Seit die Europäische Kommission 2007 das Gutachten „The Economy of Culture“ veröffentlicht hat, hat die Kulturpolitik in Europa und in den Nationalstaaten neue Wege beschritten, um jene Kulturschaffenden zu fördern, die außerhalb institutioneller öffentlicher Förderung einen kulturellen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft leisten. Nach EU-Berechnungen sind dies mehr als sechs Millionen Erwerbstätige; in Deutschland nimmt das Land

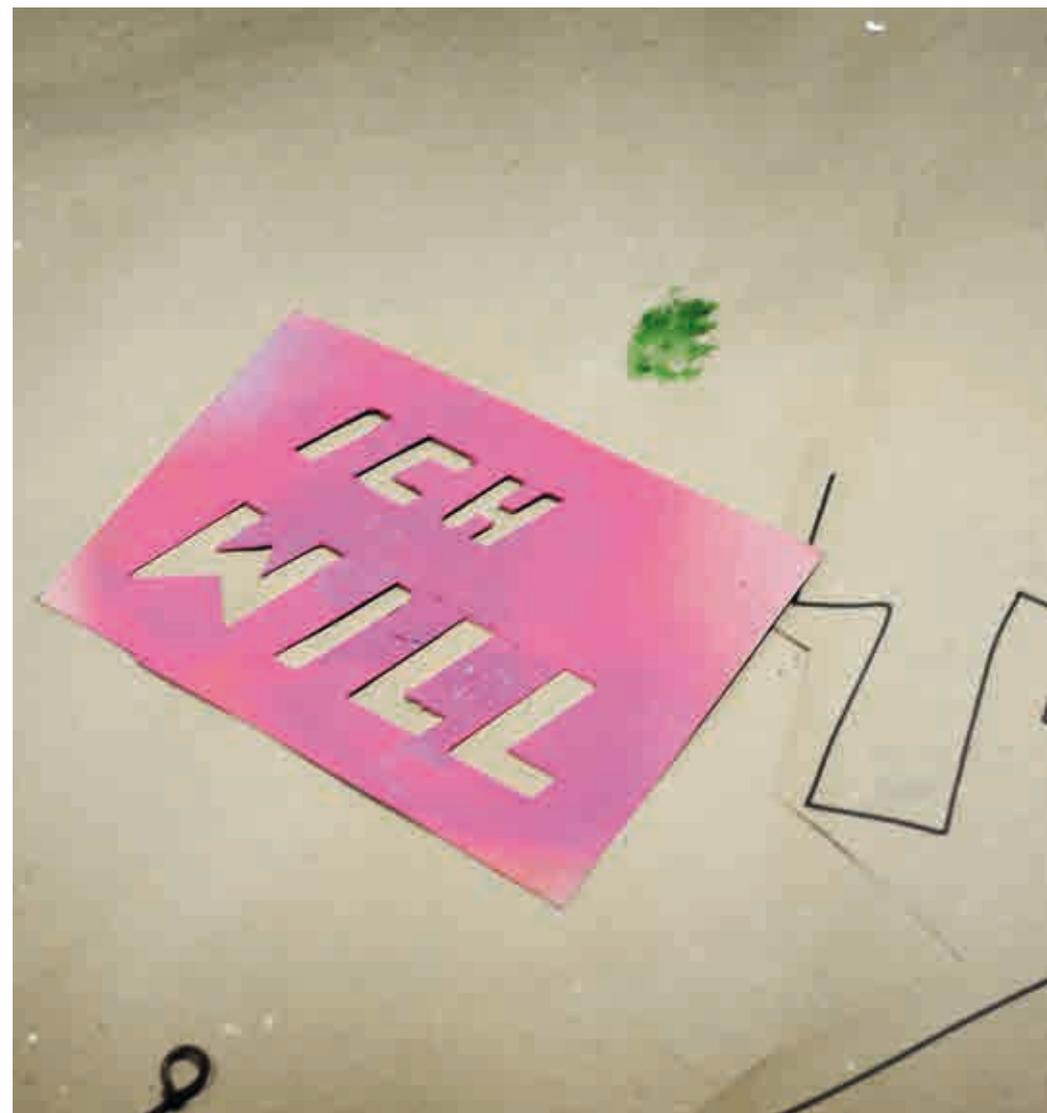
Nordrhein-Westfalen mit circa 245.000 Erwerbstätigen eine Führungsrolle ein. Nach dem Grünbuch „Unlocking the potential of cultural and creative industries“ (2010) und dem Handbuch „Policy Handbook“ (2012) hat die EU-Kommission im September 2012 in der „Mitteilung zur Kultur- und Kreativwirtschaft, COM(2012)537“ folgende Analyse veröffentlicht:

*„Die bereits entwickelten Strategien konzentrieren sich jedoch vor allem auf die Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft, jedoch noch nicht auf die Förderung von Partnerschaften und die Nutzung von Spillover-Effekten mit anderen Branchen.“<sup>4</sup>*

Die EU-Kommission versucht daher die Mitgliedstaaten, „auf allen territorialen Ebenen und gegebenenfalls unter Einbindung aller relevanten öffentlichen und privaten Stakeholder“ Maßnahmen zu ergreifen, zum Beispiel die „Unterstützung der Einrichtung von Plattformen, Netzen und Clustern, in denen sämtliche für die KK [Anm. d. Red.: Kultur und Kreativwirtschaft] relevanten öffentlichen und privaten Stakeholder mitwirken können.“<sup>5</sup> Zugleich fordert die EU-Kommission, die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Industrie, Bildung, Tourismus, Innovation, Stadt- und Regionalentwicklung und Raum-

<sup>4</sup> Mitteilung der EU Kommission: 537 vom 26. Sept. 2012 „Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen“

<sup>5</sup> Ebd.



planung zu verstärken.

Die Debatte um die Aufgaben von Kulturpolitik wird jedoch nicht nur angetrieben durch Initiativen aus der Kulturpolitik selbst, wie „Team Culture“ oder die EU-Mitteilung zur Kreativwirtschaft es zeigen, sondern auch durch die nur auf den ersten Blick kulturferne Innovationspolitik der EU. Die neue Gesamtpolitik der Europäischen Union, die Agenda Europa 2020, subsumiert Kultur ab 2014 unter „Innovation“, sozusagen als deren Impulsgeber. Kulturpolitik wird nun Teil der „Innovation Union“. Ob diese Einordnung die Kulturpolitik Europas stärkt, wird von einigen bezweifelt, andere sehen darin eine Möglichkeit zur Stärkung der Kultur – gerade im Sinne einer Übertragung und positiver Einmischung von Kultur in andere Sektoren.

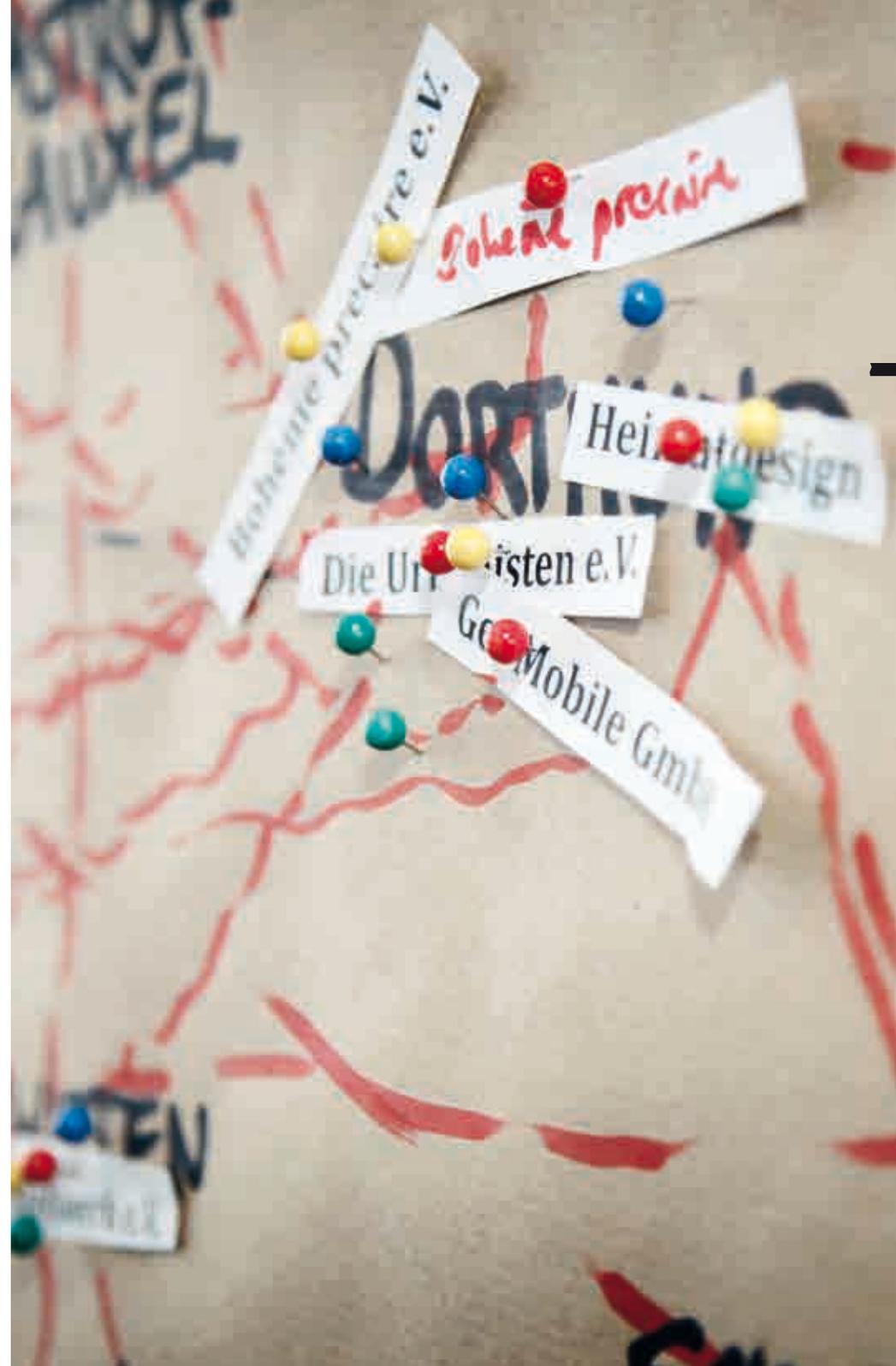
*“It aims to improve conditions and access to finance for research and innovation in Europe, to ensure that innovative ideas can be turned into products and services that create growth and jobs.*

*The Innovation Union focuses on major areas of concern for citizens such as climate change, energy efficiency and healthy living. It pursues a broad, balanced concept of innovation, both technological innovation leading to efficiency gains in production processes and improved performance of products and innovation in*

*business models, design, branding and services that add value for users. It includes public sector and social innovation as well as commercial innovation. It aims to involve all actors and all regions in the innovation cycle.*

*The policies in the Innovation Union Plan aim to do three things: make Europe into a world-class science performer; revolutionize the way public and private sectors work together, notably through Innovation Partnerships; and remove bottlenecks – like expensive patenting, market fragmentation, slow standard setting and skill shortages - that currently prevent ideas getting quickly to market.”<sup>6</sup>*

Die Europäische Union formuliert weniger Sektorpolitik – sei es in der Wirtschaft oder im Bildungsbereich – sondern setzt Ziele, die im Zusammenspiel mehrerer Sektoren oder Disziplinen erreicht werden sollen. Die künftige Rolle von Kultur wie auch Kreativwirtschaft bemisst sich daher wesentlich auch an der Frage, welchen Beitrag sie zu Innovation leisten kann. Damit ist zunächst die schlichte wie schwierige Frage aufgeworfen: Was ist mit Innovation im Kontext der Europäischen Agenda Europa 2020 gemeint?





In der Mitteilung zur Innovationsunion heißt es dazu:

*„Verfolgung eines umfassenden Innovationskonzeptes, das sowohl Innovationen aus der Forschung als auch Innovationen von Geschäftsmodellen, Gestaltung, Markenpolitik und Dienstleistungen einbezieht, sofern sich daraus Vorteile für die Nutzer ergeben und besondere Begabungen in Europa vorhanden sind. Die Kreativität und Vielfalt unserer Bevölkerung sowie die Stärke der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft bieten ein enormes Potenzial für neues Wachstum und neue Beschäftigung durch Innovation, insbesondere im Hinblick auf kleine und mittelständische Unternehmen.*

*Einbeziehung aller Akteure und aller Regionen in den Innovationszyklus:*

*Nicht nur Großunternehmen, sondern auch kleine und mittelständische Unternehmen aus allen Wirtschaftszweigen einschließlich des öffentlichen Sektors sowie die Solidarwirtschaft und die Bürger selbst sollten einbezogen werden („soziale Innovation“), und zwar nicht nur in einigen wenigen Hochtechnologieeregionen, sondern in allen Regionen Europas und in jedem Mitgliedstaat, wobei sich jeder auf seine eigenen Stärken konzentrieren sollte („intelligente Spezialisierung“). Dabei sollten Europa, die Mitgliedstaaten und die Regionen partnerschaftlich zusammenarbeiten.“*

Explizit formuliert die Innovationsunion selbst ein Spillover-Konzept, wenn es heißt: „Politische Maßnahmen müssen deshalb so konzipiert werden, dass alle Formen der Innovation, nicht nur die technologische Innovation gefördert werden.“

Spillover bedeutet wörtlich „Überschwappen“ oder „Übertragen“. Dieser Gedanke ist getragen durch Innovationsunion, durch das Programm Creative Europe sowie die EU-Mitteilung zur Kreativwirtschaft und wird ein beherrschendes Thema der Agenda Europa 2020 sein, das sozusagen auch in die Europäische Kulturpolitik überschwappt. Zugleich ist es eine Herausforderung in den Mitgliedsstaaten, im besten Fall sogar eine Innovation für nationale und städtische Kulturpolitik selbst.

In Deutschland hat Kulturstaatsminister Bernd Neumann im Bericht „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung – Status und Handlungsfelder“, August 2012, einen Schritt in diese Richtung angedeutet:

*„Kulturpolitik hat zu allererst den öffentlichen Auftrag, den Künsten gute Rahmenbedingungen und die nötigen Freiräume zu verschaffen sowie für Vielfalt und Qualität, für Vermittlung an bzw. Zugang für möglichst viele Bürger zu sorgen. Dieser Auftrag endet aber nicht an den Grenzen des*

*bisher geförderten Kultursektors. Was und wie die Kulturpolitik fördert, hat immer auch Nebenwirkungen für die freiberufliche Kulturszene und die kleinen Kulturbetriebe. Sie sind oftmals Auftragnehmer dieser geförderten Kulturinstitutionen. Dabei soll die Kulturpolitik den Kulturschaffenden zunächst den künstlerischen Freiraum erhalten, den sie brauchen, um ihre künstlerischen Projekte zu realisieren und so Kultur zu schaffen. Diese können dann später auch Basis wirtschaftlicher Verwertung sein. Insoweit gehört es ebenfalls zur Aufgabe der Kulturpolitik, die Vermittlungs- und Vermarktungskompetenzen der Kunstproduzenten zu stärken. Dabei geht es nicht um die Kommerzialisierung allen kulturellen Schaffens, sondern – als bislang vernachlässigte Aufgabe – um eine stärkere Unterstützung all jener, die mit künstlerischen Erzeugnissen Geld verdienen wollen bzw. müssen. Der Eigenwert von Kultur wird hierdurch nicht in Frage gestellt: Er ist unabhängig von den Möglichkeiten der wirtschaftlichen Verwertung. Insgesamt bildet also die Behandlung wirtschaftlicher Fragestellungen der Kulturproduktion eine wichtige Ergänzung zu den bisherigen Kernaufgaben der Kulturpolitik im Bereich der öffentlich geförderten Kultur und der kulturellen Bildung.“*

Für die Bundesländer in Deutschland steht ab 2014 die Umsetzung der neuen Agenda der europäischen Kulturpolitik – Spillover-Effekte, Innovationsunion, Creative Europe – an. Dabei ist das Thema Spillover-Effekte auf lokaler und regionaler Ebene noch weitgehend unerforscht, zum Teil noch nicht empirisch erfasst. Die Bedeutung von Spillover-Effekten der Kultur im Ruhrgebiet wird im nächsten Kapitel thematisiert.

Schlussfolgerungen und Konsequenzen für die Kulturpolitik in Städten, Regionen oder Bundesländern konnten daher bisher nicht oder nicht auf ausreichender Faktenbasis diskutiert werden. Aus dieser Erkenntnis folgte die Erstellung der Studie „Spillover-Effekte der Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet“ sowie die Durchführung des Forum d’Avignon Ruhr 2013, deren Konzept und Entstehungsgeschichte im Kapitel 2.3 dargelegt werden.

6 Vgl. EU Press releases database: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/10/473&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en> abgerufen am 15.8.2013

7 Mitteilung der EU-Kommission: 546 vom 6.10.2010: „Leitinitiative der Strategie Europa 2020 Innovationsunion“

## 2.2 WANDEL DURCH KULTUR RELOADED – BEDEUTUNG FÜR DAS RUHRGEBIET

{Dr. Bastian Lange} Die gegenwärtige Krise in Europa führt auch dazu, dass Kultur und Kreativwirtschaft in Zukunft sowohl von Politik und Gesellschaft als auch von Markt und Zivilgesellschaft immer stärker daran bemessen werden, welchen Einfluss sie auf die Lösungen von fundamentalen Problemen und globalen Herausforderungen innerhalb einer Region nehmen können. Im EU-Sprachgebrauch richtet sich der Diskurs daher immer eindringlicher auf sogenannte Spillover-Prozesse, kulturinduzierte „Überschwappeffekte“ in andere Branchen und gesellschaftliche Handlungsfelder. Die Erwartungen richten sich dann stark auf Fähigkeiten, quer zu Branchenlogiken Innovationen gerade lokal-regional anzustoßen. Die Suchbewegungen gehen mit der Frage einher, welche Spillover-Innovationen sich sodann in Handlungsfeldern wie Energie/Klima, Interkultur, Stadtentwicklung und Wirtschaft/Neue Arbeit identifizieren lassen. Denn gerade im Ruhrgebiet trifft Raumbedarf von KulturproduzentenInnen auf Leerstände zum Beispiel in Form alter Industrieareale. Durch intelligente Umnutzungen können KulturproduzentInnen in solchen Strukturen neue Formen des Arbeitens und Produzierens eröffnen. Dies können nachbarschaftsorientierte Werkstätten ebenso wie neue interregionale Netzwerke sein. Die Kreativwirtschaft und Kulturszene des

Ruhrgebiets ist von Kleinteiligkeit<sup>9</sup> geprägt – viel mehr als zum Beispiel das Rheinland, in dem eine höhere Anzahl nationaler oder internationaler Player vorhanden ist. Das Ruhrgebiet ist bezeichnenderweise feiner strukturiert, trägt aber ebenso zum kreativwirtschaftlichen Potential in Nordrhein-Westfalen bei. Womöglich ist das ein genuines Alleinstellungsmerkmal und gleichzeitig modellhaft, denn in der Zukunft könnte eine neue Wirtschaftsstruktur insgesamt kleinteiliger sein als dies bisher der Fall ist. Dabei können Freelancer und Soloselbständige eine größere Rolle spielen. KulturproduzentInnen initiieren zunächst Wertschöpfungen. Sie liefern einerseits symbolische Produkte. Andererseits zeigt sich, dass Soloselbständige Innovationsprozesse entfachen. Es entstehen Milieus für Innovationen – am Anfang oft ohne ökonomische Bezüge oder Ziele. Abseits suburbaner Silos, in denen isoliert geforscht wird, zeigen sich dann kollaborative Lösungsprozesse, die sich in einer nächsten Phase zu neuen Arbeitsformen und Arbeitsorganisationen, zu Ökonomie entwickeln können. Arbeitsprozesse öffnen sich in die städtische Gesellschaft hinein und generieren wiederum selbst neue städtische Orte – dies fällt leichter, wenn Player bereits in einer Stadt verortet sind wie in Köln und Düsseldorf in den Film-, Werbe- und Mode-

branchen. Hier zeigt sich ein Strukturunterschied zwischen Rhein- und Ruhrgebiet, der wohl auch noch Jahre andauern wird. Könnte aber gar in der scheinbaren Schwäche des Ruhrgebiets eine Stärke aufgrund eines im Ruhrgebiet wachsenden Trends liegen, der bisher noch nicht hinlänglich erkannt, versprachlicht und vermittelt wurde? Zu fragen wäre dann, an welchen Orten und durch welche Akteure sich neue Identitäten einstellen.

Das Ruhrgebiet ist im Grunde genommen seit der Internationalen Bauausstellung Emscher Park in den 1980 und -90er Jahren in einem Such- und Wandelprozess, der sich bis zur Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 fortsetzt: Mit großen kulturellen Projekten sollte der Strukturwandel initiiert, forciert und gelenkt werden.

Zu fragen ist allerdings, wer an der Ausgestaltung und der Programmierung derartiger Wandlungsanleitungen und Zukunftswege beteiligt war. Exemplarisch steht das Ruhrgebiet mit seiner durch den Bergbau geprägten Einwanderungsgeschichte und seiner gelebten Vielfalt von mehr als 80 zugewanderten Nationalitäten für eine Interkultur, die eine wesentliche Herausforderung darstellt, aber auch eine Ressource, um kulturelle und identifikatorische Angebotsstrukturen neu zu denken. In diesen Milieus existierende transnationale Netzwerke sind Ausdruck neuer

Heimaten und neuer Öffentlichkeiten, in denen es längst nicht mehr nur um Fragen der Integration oder die Auseinandersetzung um geographische Herkunft oder ethnische Zugehörigkeit geht – vielmehr wird die Heterogenität des Ruhrgebiets als Phänomen wahrgenommen, das Identität schafft und neue Lebensstile zu Tage fördern kann. Zukünftig wird es in einem in der Krise befindlichen Europa, das durch eine wachsende Süd-Nord-Spaltung sowie sozioökonomische Fragmentierung gekennzeichnet sein wird, darum gehen, regionale Laboratorien in den Vordergrund zu rücken. Die Frage ist dann nicht mehr, wie ökonomisch „erfolgreich“ eine Region ist, sondern wie sehr sie in der Lage ist, sich zu den großen Herausforderungen des Zusammenlebens heterogener Gruppen, Milieus und Generationen innerhalb eines zerklüfteten Europas zu positionieren. Wie kann durch zeitgemäße Bildungs-, Lern- und Kompetenzangebote gesellschaftliche Teilhabe in einer transnationalen Region gesichert werden?

Ideen, Lösungsansätze und Beiträge zur grenzüberschreitenden Vernetzung werden wichtiger denn je, wenn gerade Südeuropäer ihre Krisenregionen verlassen (müssen) und in den prosperierenden Regionen Europas Jobs suchen. Generell werden BarCamps, Unkonferenzen, Ad-hoc-Konferenzen, spezielle Messen, temporäre



Festivals und kulturelle Events wichtiger, sind sie doch Fenster in den Außenraum sowie temporäre Räume, in denen Menschen zum Experimentieren zusammenkommen. Derartige Keimzellen sind Laboratorien, aus denen neue Wertschöpfungsprozesse erwachsen, die **durch** die Menschen getragen, **mit** ihnen entwickelt und nicht **über sie** gestülpt werden.

Das ist die eigentliche Chance, regional passende Pfade zu betreten und diese mit zeitgemäßen Antworten auf aktuelle gesellschaftliche Probleme zu besetzen. Das Ruhrgebiet macht es vor: Als große Metropolenregion hat das Ruhrgebiet die Chance, Europa neu und zugleich kreativ zu erfinden. Weniger unter dem Aspekt der Wachstums- und Skalenerträge als unter den Gesichtspunkten der Anpassungsfähigkeit an neue Herausforderungen – wie ressourcensparende Mobilität, gesellschaftliche Teilhabe und neue Raumnutzungsformen. Dazu braucht es Innovationsregionen, die ihrem Namen gerecht werden – das Ruhrgebiet war und ist seit jeher eine innovative Region: Bergbau, Stahl, Innovationstechnik und Energie. Das Kulturhauptstadtjahr kann als Innovationsfestival für Kultur verstanden werden, doch was kommt danach? Welchen Innovationstrend setzt das Ruhrgebiet als nächstes?

Denn mit dem Wandel von der Indust-

rie- zur Wissensgesellschaft ändern sich nicht nur Arbeitsformen, es kommt auch zu einem fundamentalen Umbau der vorhandenen städtischen Räume. In jüngster Zeit zeigt sich, dass neue Räume für WissensarbeiterInnen selbstorganisiert in städtischen Nischen und Leerständen entstehen. Dies liegt ganz wesentlich an den Möglichkeiten, die digital gehobene Produktionsweisen eröffnen. Der Kultur und in einem zweiten Schritt der Kreativwirtschaft kommt darin eine Impulsfunktion zu: indem sie unerforschtes Terrain erkundet, urbane Leerstellen aufspürt, mit Möglichkeitsräumen operiert und utopisches Material in verfahrenere Situationen einschleust. Sie hilft, unorthodoxe Lösungsansätze zu entwickeln.

Die existierende Krise in Europa zwingt dazu, neben den exklusiven Forschungen in suburbanen Silos ebenso städtisch eingebettete Innovationsprozesse in den Mittelpunkt zu rücken. Ausgangspunkte sind Initiativgruppen, die sich durch ein hohes Maß an Selbstorganisationsprozessen und Bottom-Up-Planungen zu erkennen geben. Sie ringen darum, zwischengenutzte Orte, nachbarschaftsorientierte Werkstätten, integrative Fablabs, Coworking Spaces, performatives Stadttheater, Urban Gardening, um Nachbarschaftsgärten zu etablieren. Sie erzählen von der ortsspezifischen Suche nach neuen sozialräumlichen Kon-

texten und konkreten Orten, um sich auszutauschen, zu erproben und abseits der vorgegebenen Routinen und wirtschaftlichen Zwänge Orte zum Experimentieren sowie zum Gestalten aufzufinden.

8 Vgl. hierzu „Die Entdeckung der Kleinteiligkeit“ in: Baunetzwoche 325 Das Querformat für Architekten vom 12. Juli 2013

## 2.3 DAS FORUM D'AVIGNON RUHR 2013 — EIN PROZESS

{Bernd Fesel} Das Forum d'Avignon Ruhr wurde gegründet mit dem Vorsatz „not just another conference“. Ganz im Geiste der Gründung des Forum d'Avignon im Jahr 2008 will das Forum d'Avignon Ruhr einen konkreten Beitrag für die Kultur und die Kulturpolitik vor Ort leisten – mit Hilfe der Potentiale.

Ausgehend von dem kulturellen Wandel, den die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 verstärkt hat und angesichts intensiver Debatten über Spillover-Effekte von Kultur im Rahmen der Agenda Europa 2020 wurde basierend auf neuen Initiativen und MacherInnen von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet das diesjährige Thema des Forum d'Avignon Ruhr Schritt für Schritt deutlich:

### EUROPA 2020 — KULTUR IST DER SCHÜSSEL

Das Forum d'Avignon Ruhr 2013 wollte diese Spillover- bzw. Übertragungs-Effekte von Kultur auf verschiedene Bereiche untersuchen und diskutieren: Was tragen Kultur und Kreativwirtschaft zu den Bereichen Wirtschaft/Neue Arbeit, Stadtentwicklung, Energie/Klima und Interkultur bei? Wo liegen die Potentiale der Kultur für die Bewältigung der europäischen Krise? Welche Rahmenbedingungen kann Europa dafür schaffen? Und was kann eine Veranstal-

tung wie das Forum d'Avignon Ruhr selbst zum nachhaltigen Nutzen beitragen? Dies sind die Fragen, die das Forum d'Avignon Ruhr 2013 zur Grundlage hat und die an zweiten Tagen in Arbeitsgruppen, hochkarätig besetzten Debattenrunden und in interaktiven Formaten diskutiert wurden.

Die Studie über Spillover Projekte im Ruhrgebiet (Kapitel 3) – und damit den Aufruf der EU-Kommission in ihrer Mitteilung „Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen“ von September 2012 umzusetzen. Mit der Studie sollte eine erste Bestandsaufnahme in Hinblick auf die neue Kulturpolitik der Europäischen Union auf regionaler Ebene geschaffen werden. Zugleich sollte so eine möglichst breite Erkenntnisbasis die Debatten auf dem Forum d'Avignon Ruhr 2013 untermauern. Dabei wurde die im Januar 2013 gestartete Studie nicht als Desk-Research angelegt, sondern als ein Forschungsprozess mit den Akteuren. Die MacherInnen von Spillover-Projekten wurden einbezogen und brachten ihre Meinungen ein – in einem Online-Fragebogen wie auch in persönlichen Gesprächen in Open-Space-Veranstaltungen im April und Mai 2013. Mehr als 100 Akteure wurden befragt; mehr als 40 Macher sind der Einladung zu den Open-Space-Veranstaltungen gefolgt.

Die Ergebnisse dieser Forschungen wurden in das Forum d'Avignon Ruhr 2013 (Kapitel 4) eingebracht – zum einen in einer Präsentation des Studienleiters Dr. Bastian Lange, zum anderen in Form kreativer

Beiträge, die in vier Workshops am Vortag der Konferenz stattfanden.

### EXKURS — DAS FORUM D'AVIGNON

Seit 2008 treffen sich alljährlich in Avignon Menschen aus aller Welt, um über Wechselwirkungen zwischen Kultur und Wirtschaft zu diskutieren: Wissenschaftler, Studenten, Künstler, Philosophen, Politiker, Unternehmer und Manager. Das während der französischen EU-Ratspräsidentschaft ins Leben gerufene Forum d'Avignon hat sich zu einer führenden Forschungs- und Dialogplattform in Europa entwickelt. Wie die europäische Institution Kulturhauptstadt versteht sich auch das Forum d'Avignon als Ideenschmiede für die gesellschaftliche, kulturelle und ökonomische Entwicklung.

Das European Centre for Creative Economy wurde im Rahmen der Kulturhauptstadt RUHR.2010 gegründet. Deren Motto „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ blieb für die Neugründung verpflichtend: ecce betreibt offensiv die strategische Zusammenführung der Bereiche Kultur, Wirtschaft, Medien und Politik. Im Jahr der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 führte José Manuel Barroso als Präsident der Europäischen Kommission die EU-Agenda Europa 2020 ein. Sie beruht auf dem Konzept des intelligenten Wachstums, das durch integrative Strategien neue Zukunftsperspektiven für die verschiedenen Wirtschaftszweige, aber auch den Kulturbereich eröffnen soll; Städte und Metropolen stehen dabei mehr denn je im Fokus. Aus Anlass dieser Agenda sind das Forum d'Avignon, die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 und ecce eine deutsch-französische Partnerschaft eingegangen, um künftig auch an der Ruhr regelmäßig europäische Führungskräfte und Gestalter verschiedener Arbeitsfelder zusammenführen. Das erste Forum d'Avignon Ruhr tagte im März 2012 auf Zollverein in Essen, das zweite im Juni 2013 erneut auf Zollverein zur Frage, wie Kultur, Kreativität und Bildung als ergiebige Ressourcen bei der Gestaltung eines wirklich einigen, prosperierenden und global wettbewerbsfähigen Europa stärker genutzt werden können.

## FORUM D'AVIGNON RUHR

### – TAG 1:

#### FORSCHUNG MIT LOKALEN UND EUROPÄISCHEN SPILLOVER-PROJEKTEN

Am ersten Tag des Forum d'Avignon Ruhr 2013 fanden vier Workshops unter Leitung eines international besetzten Expertenkreises zu den ausgewählten Bereichen Energie/Klima, Interkultur, Wirtschaft/Neue Arbeit und Stadtentwicklung statt, an denen Initiatoren verschiedener Kulturprojekte im Ruhrgebiet und europäische AkteurInnen teilnahmen. Die Ergebnisse dieser Workshops waren zentraler Bestandteil des interaktiven Programms am Nachmittag des zweiten Tages. Es entstanden künstlerisch-kreative Beiträge für die Forumdebatte auf Augenhöhe mit Statements der Politik und Wirtschaft.

Am Abend des ersten Tages wurde die Initiative des Network for Innovations in Culture and Creativity in Europe (N.I.C.E.) bekannt gegeben. Vertreter der Universität Birmingham, Universität Mailand, Foundation Tallinn 2011, Comedia London, BOP Consulting London, creativ wirtschaft austria Wien, Dutch Design Desk Europe Maastricht, Stadt Rotterdam, Kulturhauptstadt Europas Košice 2013, Bilbao Bizkaia Design and Creativity Council (BiDC), Stadt Bochum, Stadt Gelsenkirchen, Stadt Essen, Stadt Dortmund und ecce stellten die neue Initiative N.I.C.E. erstmals der Öffentlichkeit vor.

N.I.C.E. soll als offenes Netzwerk von Akteuren der Kultur und Kreativwirtschaft aus ganz Europa aufgebaut und als Netzwerk der nächsten kulturpolitischen Dekade gegründet werden: Denn strategische Kooperationen und die integrative Entwicklung von Städten, Regionen, Bildungseinrichtungen und nicht staatlichen Institutionen nehmen in der Europäischen Agenda für Wachstum und Beschäftigung 2014-2020 (Europa 2020) eine Schlüsselposition ein.

## FORUM D'AVIGNON RUHR

### – TAG 2:

#### EIN FORUM EUROPÄISCHER POLITIK UND INTERAKTION

Das Forum eröffnete am zweiten Tag die Debatte zum Thema Europa 2020 – Kultur ist der Schlüssel. Im Laufe des Vormittags wurden aus politischer, wirtschaftlicher und kultureller Sicht die vier Spillover-Themen behandelt und eingehend diskutiert. Vorträge, Präsentationen und Diskussionsrunden widmeten sich der künftigen Rolle von Kultur in Europa.

Der Nachmittag diente der Interaktion: Vier innovative Spillover-Ideen aus den vier Workshops vom Vortag wurden präsentiert und in interaktiven Formaten mit allen Konferenzteilnehmern diskutiert. Um die Positionen und Innovationen der Kulturakteure und die Bedeutung für den Diskurs um die Zukunft Europas herauszuheben, erhielt eine der vier Projektideen zum Abschluss des Forum d'Avignon Ruhr am zweiten Tag den ersten N.I.C.E. Award, der von NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin verliehen wurde.

Es gewann die Idee der von dem international renommierten Städteforscher Charles Landry gecoachten Projektgruppe mit dem Arbeitstitel Shaking Hans, die Bürger zu mehr Beteiligung an städtischen Entwicklungsprojekten ermutigt und aktiviert. Die Visionäre heißen: Danijel (Gigo) Brekalo (Waende Südost/Essen), Jan Bunse und Vilim Brezina (Die Urbanisten e.V./

Dortmund), Anne Kleiner (dezentrale für forschende Stadterprobung/Ringlokschuppen/Mülheim an der Ruhr), Susa Pop (Public Art Lab/Berlin), Janjaap Ruijsenaars (Universe Architecture/Amsterdam), Andrius Ciplijauskas (Beepart/Vilnius) und Philipp Olsmeyer (Trädgård på Spåret: Ideell förening/Stockholm).

Shaking Hans baut darauf auf, Bürgerinnen und Bürger als kreative Mitgestalter des urbanen Raums zu verstehen. Charles Landry formuliert dies wie folgt: „Anstatt ein skeptischer Städter zu sein ist das Ziel, als aktiver Bürger dazu beizutragen, dass öffentlicher Raum lebenswerter wird.“

Das Forum setzte gezielt auf eine experimentelle Mischung zwischen Vorträgen, Diskussionen und Work in Progress. Vertreter von Unternehmen wie Sony Music und Google trafen auf Leónidas Martín, der durch künstlerische Interventionen Kritik am spanischen Finanzsystem übte. So suchte das Forum d'Avignon Ruhr nach neuen Formen und Debattenstrukturen, um den Herausforderungen eines neuen Kulturverständnisses begegnen zu können.

Das Forum d'Avignon Ruhr 2013 war ein sechsmonatiger Think-Tank, der Forschung – Interaktion – Forum – Innovation vereint.





## 3. SPILLOVER-EFFEKTE VON KULTUR UND KREATIVWIRTSCHAFT IM RUHRGEBIET – FORSCHUNG UND INTERAKTION

Das folgende Kapitel stellt den Forschungsprozess zur Studie „Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet“ von Januar bis Juni 2013 unter der Leitung von Dr. Bastian Lange dar – und dokumentiert deren Bedeutung und Funktion für das Forum d’Avignon Ruhr 2013: Der Forschungsprozess selbst war innovativ durch Open-Space-Formate und Artistic Thinking Workshops gestaltet und brachte Spillover-Ideen der Akteure auf Augenhöhe in den politischen Dialog des Forum d’Avignon Ruhr ein. Im Folgenden stellt Bastian Lange ausführlich die Methodik und den Forschungsprozess vor, legt die Meinungen der Akteure sowie mögliche Schlussfolgerungen für die Politik in Europa dar, die er aus den Studienergebnissen ableitet. Zuerst jedoch stellt er die vier ausgewählten Handlungsfelder vor, die im Auftrag des Landes Nordrhein-Westfalen in Bezug auf Spillover-Effekte untersucht wurden.

Kernstück dieses Kapitels sind 18 Beispiele aus der Praxis, die ein neues Selbstverständnis von Kultur beschreiben – wenn nicht sogar neue Berufe und Berufungen: Das Hauptergebnis aus dem dialogischen Forschungsprozess der Studie ist, dass eine neue Generation von KulturmacherInnen entstanden ist, die neue Bezeichnungen benötigen. Bastian Lange hat neun exemplarische Typen von Kulturakteuren entworfen, die unsere Sicht auf Kultur und auf ihre Effekte in die Gesellschaft verändern könnten.

## 3.1 STADTENTWICKLUNG·WIRTSCHAFT/NEUE ARBEIT·ENERGIE/KLIMA·INTERKULTUR – DIE THEMENFELDER



### STADTENTWICKLUNG ODER: WO TREFFEN WIR UNS MORGEN?

{Dr. Bastian Lange} Städte sind das Ergebnis von sozialem Spillover. Im Laufe der Zeit und der Geschichte entstand die Stadt als Ergebnis und Organisationsprinzip, um den Überschuss an sozialer Dichte, Heterogenität und Differenz räumlich, sozial, politisch und funktional zu ordnen.

Orte sind dabei aber auch zu Börsen avanciert, an denen Neues erworben und verhandelt werden musste und konnte. Dafür entstand der mittelalterliche Marktplatz. Ebenso lässt sich begründen, warum weltweit seit mehreren Dekaden ein kontinuierlicher Strom von Menschen in die Ballungsgebiete zieht: Man erwartet positive Übertragungs- und Mitnahmeeffekte hinsichtlich Arbeit, Wissensgenerierung und neuer sozialer Einbettung. Mit dem Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft ändern sich nicht nur Arbeits- und Produktionsformen, es kommt auch zu einem fundamentalen Umbau städtischer Räume. Neue Raumbedarfe treffen auf große Leerstände in Form alter Industrieareale. Mitunter entstehen durch intelligente Umnutzungen in solchen Strukturen neue Formen des Arbeitens und Produzierens.

Das muss nicht immer durch kapital- und planungsintensive Science Parks, Innovationscampi oder Business Districts erfolgen. In jüngster Zeit zeigt sich, dass neue Räume für Wissensarbeiter selbstorganisiert in städtischen Nischen und Leerständen entstehen. Dies liegt ganz wesentlich an den Möglichkeiten, die digitale Produktionsweisen eröffnen. Der Kultur und Kreativwirtschaft kommt darin gewissermaßen eine Impulsfunktion zu: indem sie unerforschtes Terrain erkundet, urbane Leerstellen aufspürt, mit Möglichkeitsräumen operiert und utopisches Material in verfahrenere Situationen einschleust. Sie hilft, alternative Lösungsansätze zu entwickeln. Im Kern lässt sich die gestiegene Aufmerksamkeit für den Standortfaktor Kreativität, kreative Akteure und kreative Stadtentwicklungspolitik nach demselben Schema erklären. Zum einen suchen bestimmte Akteure in sozialen und räumlichen Kontexten symbolischen Überschuss, zum anderen versuchen Städte, Administration und Länder eben diesen zu planen und zu erzielen, ohne in Gänze zu wissen, wie und wo dieser erfolgreich zu realisieren ist. Seit einigen Jahren lässt sich aber trefflich demonstrieren, dass zum einen in etablierten, raumrelevanten Institutionen größere Durchlässigkeit und mehr Optionen entstanden sind. Dies sind unter anderem zwischengenutzte Orte der

Hochschulen sowie neue Orte des Austausches zwischen Laien und Experten.

Zum anderen haben sich auf einer kleinteilmaßstäblichen Stadtteilebene nachbarschaftsorientierte Werkstätten und Fab-labs gegründet und ebenso neue Formate wie Un-Konferenzen, Coworking Spaces, Bar-Camps u.a. erschließen neue sozial-räumliche Kontexte, an denen sich besser ausgetauscht werden kann, wo das Erprobte unfertiger Produkte und Ideen möglich ist und abseits der vorgegebenen Routinen soziale Orte zum Experimentieren aufzufinden sind.

Diese Mikro-Orte zeichnen sich dadurch aus, dass an ihnen eine grundsätzlich neue und notwendige Technik zur Zukunftsgestaltung erlernt werden kann. An diesen Orten sind Improvisationen nicht nur möglich, sie können wiederum erspürt, erkannt, erarbeitet und erstmals erprobt werden.

### WIRTSCHAFT/NEUE ARBEIT ODER: WIE WOLLEN UND KÖNNEN WIR MORGEN ARBEITEN?

{Dr. Bastian Lange} Die Frage, wo man aus der Sicht der Kultur und Kreativwirtschaft nach adäquaten Spillover-Effekten für die Wirtschaft sucht, muss zunächst berücksichtigen, dass innerhalb dessen, was als „Wirtschaft“ bezeichnet wird, ein nachhaltiger Umdenkprozess stattfindet. Immer eindrücklicher wird dabei versucht, Innovationsprozesse per se neu zu denken, indem man sich von der klassischen Containererlösung entfernt und Prozesse der Forschung und Entwicklung nicht mehr in sozial, räumlich abgeschotteten Insellösungen denkt, sondern Lösungsprozesse in die Gesellschaft hinein öffnet und versucht, in kollaborativen Multi-Stakeholder-Prozessen Lösungen zu generieren. Dies darf man aber nicht als eine frühe Einbeziehung von Kunden missverstehen. Vielmehr steht im Kern die Frage, wie andere Branchen und Wissensdisziplinen in einem Lösungsprozess zur Geltung kommen und an diesem Prozess beteiligt sind. Fachlich bezieht sich dieser paradigmatis-

sche Wandel unter anderem auf eine Vorgabe des 2008er Reports „The New Nature of Innovation“ der Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), der einen erweiterten Innovationsbegriff vorschlägt, wonach Innovationen auch außerhalb von High-Tech-Firmen und Abteilungen der Forschung und Entwicklung stattfinden und Bereiche wie Service oder die Organisation selbst mit einschließt. Zudem listet der Report etliche Beispiele auf, wie auf offenen Entwicklungsplattformen unter Einbeziehung von Kunden, Zulieferern und Wettbewerbern „Open Innovation“ praktiziert und das berüchtigte „Not invented here“-Syndrom überwunden wird. So lädt zum Beispiel der Philips-Konzern kleine High-Tech-Firmen ein, sich auf seinen Open-Innovation-Campi in Eindhoven und Shanghai anzusiedeln und sich an der partnerschaftlichen Entwicklung von Innovationen zu beteiligen. Bei aller Euphorie und Begeisterung um die Effekte der Open Innovation zeigt sich aber, dass mitunter die Autorität und Kontrolle über Lösungsprozesse, die sich zwischen verschiedenen Partnern und Zulieferern vollziehen, den klassischen Domains der Forschung und Entwicklung entgleiten. Wenn hybride Allianzen an gemeinsamen Entwicklungen in einen Prozess der Co-Evolution arbeiten, geht das damit einher, dass im Sinne von Crowdsourcing und Wi-

kinomics derartige Lösungs- und Beteiligungsprozesse sich über die Welt und das Internet zunehmend verstreuen und translokales Expertenwissen für die Lösung lokaler Probleme eingebaut wird. Web-Plattformen wie [www.innocentive.com](http://www.innocentive.com) erlauben es, wissenschaftlich-technische Probleme öffentlich auszuschreiben und einen Preis für deren Lösung auszusetzen. Auf [www.jovoto.com](http://www.jovoto.com) werden klassische Aufgaben von Design- und Kreativagenturen als Wettbewerbe ausgeschrieben, an denen sich Kreative aus aller Welt beteiligen können. Dies bedeutet, dass in den Organisationen der Wirtschaft ein schleichender Umbau stattfindet. Die im Industriezeitalter dominierenden Einheiten des Wirtschaftslebens, Unternehmen und Konzerne, beginnen sich aufzulösen, weil sie immer seltener die beste Antwort auf die Anforderungen volatiler Marktumfelder und kommunikationsbasierter Wertschöpfung liefern. In den hochproduktiven Segmenten nehmen Routinetätigkeiten immer weiter ab, werden outgesourct oder automatisiert. „Projektivierung“ lautet das Schlagwort, das bedeutet, dass das Management des Ausnahmefalls immer mehr zur Regel wird. Die Arbeits- und Organisationsweise von Filmteams, Theaterensembles oder Bergsteiger-Expeditionen wird zum Vorbild für immer größere Teile der Wirtschaft. In der Folge werden die Unternehmensgren-

zen durchlässiger, und es bilden sich neue Wertschöpfungsnetzwerke.

## ENERGIE/KLIMA ODER: WELCHE GLOBALEN GEFAHREN DROHEN – UND WARUM BETREFFEN SIE UNS?

{Dr. Bastian Lange} Klima als Planungsfaktor spielt seit Jahren beim Regionalverband Ruhr eine wichtige Rolle. Auch sonst hat sich die Region klar und eindeutig dem Thema Klima und Energie verschrieben. Klima als Planungsfaktor ist als Leitthema seit der Internationalen Bauausstellung Emscher Park prominent besetzt. Aber auch im Forschungs- und Entwicklungsbereich für Materialforschung, Design, Architektur sowie Software-Entwicklung zeigt sich, dass die Region Ruhr ein standortpolitisches sowie vor allem wirtschaftspolitisches Zukunftsfeld erschließt. Der vom Menschen verursachte Klimawandel wird seit einigen Jahren in der Ruhr-Region als eine große Herausforderung betrachtet. Ende 2012 legte das Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK) ein wahrscheinliches Szenario bis 2020 vor, das die regionalen Lebensbedingungen in mehrererlei Hinsicht stark be-



einflussen wird. An Rhein und Ruhr wird es demnach deutlich wärmer werden. Die mittlere Temperatur soll von 9,6 Grad in diesem Jahrzehnt zum Jahrhundertwechsel auf 13,1 Grad steigen. Die durchschnittlichen Höchstwerte liegen dann bei 17,8 statt bei 13,7 Grad. Zugleich wird die Niederschlagsmenge von 913 auf 871 Millimeter im Jahr sinken. Dies klingt nicht dramatisch, doch wird es prinzipiell weniger Niederschlag im Frühjahr geben. Das wäre schädlich für das Getreidewachstum und sollte die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen warnen. Steigende Temperaturen bereiten der Emschergenossenschaft weniger Sorgen, dafür aber heftige Niederschläge. „Wir befürchten, dass es vermehrt zu plötzlichen massiven Regenfällen kommt“, erläutert Sprecher Ilias Abawi. „Damit steigt die Gefahr von Überflutungen.“ Die Situation könnte sich vor allem in den ehemaligen Bergbaugebieten verschärfen, weil dort der Boden abgesunken ist und das Grundwasser ohnehin schon bis fast an die Oberfläche kommt. Des Weiteren stellt die Feinstaubbelastung durch die hohe Verdichtung der Region ein Problem des Ruhrgebiets dar. Gleichzeitig ist die Region, als große europäische Agglomeration, selbst ein maßgeblicher Emittent von Treibhaus- und anderen Gasen und Luftverschmutzungen. Vor diesem Hintergrund hat sich die Regi-

on zum Ziel gesetzt, ihre energiebedingten Kohlendioxid-Emissionen bis 2020 zu verringern.

Kampagnen sollen den BürgerInnen, besonders die Jugend, an dieses schwer greifbare Thema heranführen, sind aber noch sehr abstrakt. Mitmachprojekte wie „Klima-Macher!“ oder „Klimzug“ des Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) haben zum Ziel, das negative Image des Themas Klimawandel abzustreifen, indem Wissen und Handlungskompetenz zum Gegenstand von Schulen in Nordrhein-Westfalen gemacht oder, wie zum Beispiel bei der Initiative „dynaklim“, AnwohnerInnen an der Entwicklung eines zukunftsfähigen Ballungsraums Emscher-Lippe beteiligt werden. Bislang unbeachtet, wird in dieser Studie der Fokus zudem auf neue Initiativnetzwerke gelegt, die in Eigenregie neue Ideen und Praxisformen zu Tage fördern, um in Gestalt von sozialen und performativen Prozessen das Technologieaffine Thema handhabbar zu machen.

## INTERKULTUR ODER: WARUM SUCHEN WIR GEMEINSCHAFTEN UND BAUEN UNS NEUE AUF?

{Dr. Bastian Lange} Neue Verständnisse von Migration definieren diese als System und Prozess. Dabei steht im Vordergrund zu verstehen, wie der Austausch von Informationen, Waren, Dienstleistungen, Kapital, Ideen und Personen zwischen den einzelnen Ländern erfolgt. Migration wird als ein variables soziales, formelles oder informelles Arrangement verstanden, das Personen und Institutionen zweier Länder umfasst und einbezieht. Dieser Ansatz stellt nicht die räumliche Anordnung und Ausdrucksformen von zum Beispiel migrantisches Viertel in Frage. Er weist darauf hin, dass die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen entscheidend für Fragen der sich aus Migration erschließenden Integration oder Inklusion sind. Wenn sich politische oder wirtschaftliche Bedingungen ändern, entstehen auch neue Migrationssysteme. Somit konzentrieren sich jüngere Migrationstheorien auf die möglichen Übertragungseffekte (Spillover) von wirtschaftlichen, politischen, sozia-

len, demographischen und historischen Kontexten und benennen Auswirkungen, die Unterschiede und Wechselwirkungen von Migration. Als Ergebnis von Migrationsbewegungen steht das Phänomen der interkulturellen Gesellschaft.

Des Weiteren steht zur Erklärung der Ausprägung von Interkultur das Konzept Netzwerk sowie das des sozialen Kapitals im Vordergrund. Persönliche Kontakte zu Freunden, Verwandten und Landsleuten erleichtern das Ankommen, etwa um in diesem Zuge Arbeitsplätze und Wohnungen zu finden. Gleichwohl gehen mit Unterstützungen auch Einschränkungen einher wie Konformitätsdruck, die Verpflichtung zu teilen und Begrenzung des Kontakts mit anderen. Das Konzept des sozialen Kapitals kann als eine Antwort auf das Problem des Verhältnisses von Makro- und Mikro-Ebene verstanden werden. Es verbindet bauliche Gegebenheiten mit individuellen Entscheidungen.

### 3.1.1 METHODIK

{Dr. Bastian Lange} Forschungsmethoden sind Risikovermeider und Sicherheitsgaranten. Sie gewähren Kontrolle und Ziel-führung bei dem Versuch, gesellschaftliche Komplexitäten zu erkennen und auf Modelle zu reduzieren. Mit der Begriffsdefinition von vier Spillover-Handlungsfeldern (Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Interkultur, Energie/Klima) sowie der Darstellung des aktuellen Forschungsstands wurden Thesen gebildet und an deren Überprüfung gearbeitet.

Darauf aufbauend hat das Forschungsteam bewusst mehr als den bekannten Desk-Research-Ansatz praktiziert: Die hier vorliegende Auftragsstudie war qualitativ und interaktiv-dialogisch auf eine sehr heterogene Zielgruppe – die der Kultur- und Kreativproduzenten im Ruhrgebiet – ausgerichtet. Im Kern entspricht dies in der vorliegenden Studie dem klassischen Agieren einer Auftragsstudie. Gerade da, wo mit der klassischen Adlerperspektive nur bekannte oberflächliche Erhebungsmethoden (Kreativ-Branchenbetrachtungen) und räumlich grobmaschige Betrachtungen (Ruhrgebiet) angewendet werden und oftmals kaum neue Erkenntnisse geliefert werden, haben wir gewissermaßen einen Gang heruntergeschaltet und mit einem verfeinerten Blick kleinere Prozesse, neue Wertbildungen und Raumnutzungsstrukturen in Betracht gezogen.

Dazu war eine dialogische, partizipative, beobachtende und lernende Forschungsheuristik vonnöten. Das Forschungsteam war zunächst neugierig und hat mit dem Partizipationsinstrument von vier thematischen Open-Space-Veranstaltungen die Einschätzung der TeilnehmerInnen kennengelernt, deren Kenntnisstand über das Ruhrgebiet und deren Tätigkeiten erfahren, was bis dato qualitativ nicht betrachtet wurde. Somit konnten die drei unten genannten Forschungsfragen beantwortet und qualifiziert werden. Die Heuristik war somit eine dem Gegen- und seinem Forschungsstand angemessene.

Das qualitative Erkenntnisinteresse der Studie lässt sich in folgenden fünf Fragen auf den Punkt bringen: Wie vollziehen sich neue Spillover-Effekte im Ruhrgebiet, wer sind ihre Auslöser und welche Typen sind dies im sozialstrukturellen Sinne? Welche Praxisformen zeichnet sie aus, welche Werte repräsentieren sie?

Die dazu notwendige Methodik nahm Anleihen bei sogenannten ethnographisch-biographischen Rekonstruktionsverfahren. Akteure, die sich zum Beispiel in den Open Spaces mit einer thematisch interessanten Praxis zu erkennen gaben, wurden von dem Forschungsteam wiederum im Rahmen eines kurzen Interviews nach ihrer praxeologischen Genese und ihrer Projektgeschichte befragt. Mit Hilfe dieser Infor-

mation zur thematischen Ausgestaltung eines Projekts waren wir wiederum in der Lage, Typmerkmale am Einzelfall zu rekonstruieren und zu destillieren. In Kapitel 3 werden Typologien und Beispiele vorgestellt, anhand derer erkenntlich wird, in welchen Handlungsfeldern sich neue Bottom-Up-Prozesse und Spillover-Aktivitäten vollziehen.

Aufgrund der Nähe zu den Akteuren bestand die Möglichkeit, während der Open Spaces und während der Interviews Empfehlungen aufzunehmen, wie Politik, Verwaltung und andere Institutionen einen besseren und adäquateren Kontext schaffen könnten, der etwaige Hürden bei der Entstehung von Spillover-Effekten im Ruhrgebiet senkt. Kurzum, wie es den hier im Vordergrund stehenden Akteuren im Ruhrgebiet gelingt, entlang ihrer Werte und Ideen erfolgreicher zu agieren. Dies entsprach auch einem Teilauftrag der Studie, Handlungsempfehlungen für die Politik des Landes Nordrhein-Westfalen zu formulieren – sie wurden im Rahmen dieser Studie auch dialogisch und bottom-up, nicht nur mit, sondern direkt von der Zielgruppe entwickelt. Im Kapitel 3 sind daher Diskussionselemente der TeilnehmerInnen für den Leser nachvollziehbar abgedruckt.

Diese Forschungsheuristik ist insofern besonders (aber nicht unüblich, siehe die Art und Weise, wie der britische Think

Tank Nesta<sup>9</sup> Themen setzt), als dass sie sich darauf kapriziert, konkrete Projekte, Orte und Personen (Projects-Places-People) in den Vordergrund zu stellen. Die Ergebnisse der Studie sind insofern Ausdruck eines sechsmonatigen kollaborativen Prozesses mit Akteuren der freien Kulturszene, Kulturwirtschaft und intermediären Kulturinstitutionen, die ihrerseits Grundlage und Ausgangsbasis für das Forum d'Avignon Ruhr 2013 waren: Zum einen wurden die Forschungsergebnisse dem Plenum präsentiert: Es gibt eine Generation neuer Macher (Maker) im Ruhrgebiet, die ihre kulturellen Werte in neuen (Veranstaltungs-) Formen mit einem neuen Selbstbewusstsein realisiert – und dabei nicht auf das Handeln der Politik wartet. Die ForschungsteilnehmerInnen, die Spillover-Akteure aus dem Ruhrgebiet, wurden zum anderen in vier kollaborativen Workshops – einer je Spillover-Thema – eingeladen, um zusammen mit europäischen Projektinitiatoren innovative Spillover-Ideen zu entwickeln: Diese wurden dann von den Workshop-Teams in der Debatte auf dem Forum d'Avignon Ruhr vorgestellt. Mit Hilfe dieser situativen Methodik, nämlich Forschung über Spillover-Effekte und neue Spillover-Praxis mit der Formulierung von politisch relevanten Handlungsempfehlungen in schneller und experimenteller Abfolge zu verbinden, zeigt sich,



### 3.1.2 ONLINE- BEFRAGUNG

dass Erkenntnisse über regionale Entwicklungsprozesse nicht andauernd in exklusiven Forschungszirkeln und Expertensilos generiert werden müssen, sondern interaktiv ausgerichtete Forschungsheuristiken neue Impulse für die notwendige Qualifizierung des Schnittstellenfeldes Politik/Verwaltung – Kreativszene – Raum herzustellen im Stande sein kann.

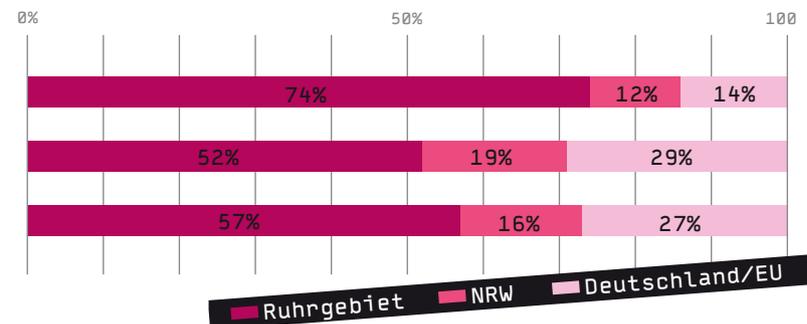
{Dr. Bastian Lange} Die Studie zu Spillover-Effekten von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet hat ihren Schwerpunkt in der qualitativen Methodik. Angesichts der damit verbundenen intensiven Interaktionen und Dialoge der Zielgruppe von Spillover-Akteuren bot dies auch die Gelegenheit, parallel zu der interaktiven Praxis die bestehende Lücke an quantitativen Daten über Spillover-Akteure im Ruhrgebiet mit Hilfe eines Online-Fragebogens zumindest zu verkleinern. Dieses Vorgehen erwies sich als erfolgreich: 101 Akteure beteiligten sich und gaben zum Teil sehr detailliert Auskunft, so dass in diesem Kapitel erstmals Zahlen über unter anderem Umfang, Reichweite, Arbeitsplätze, Gründungsjahre der Akteure vorgestellt werden können. Darüber hinaus haben die TeilnehmerInnen an der Online-Befragung auch eine Bewertung der Rahmenbedingungen im Ruhrgebiet vorgenommen.

Die zentrale These der hier vorliegenden Studie zur Bedeutung von Spillover-Effekten von Kultur- und Kreativwirtschaft ist, dass die Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen dieser Querschnittsbranche externe Effekte mit sich bringen, beispielsweise neue Werte, die sich in Innovationen bei Firmen aus anderen Branchen niederschlagen und dort positive wirtschaftliche Entwicklungen hervorbringen. Hinsichtlich der Designwirtschaft und der Werbebranche, zweier Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, ist die Bedeutung für die Innovationsfähigkeit anderer Branchen in Fachkreisen unbestritten und durch Untersuchungen belegt, zuletzt im Fachgutachten für das Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi) von Prognos/Fraunhofer, Dezember 2012. Allerdings wurde auch festgestellt, dass sich die Wirtschaft als Abnehmer solcher Leistungen dieser Spillover-Effekte mehrheitlich

nicht bewusst ist. Die externen Effekte dieser beiden Teilmärkte wirken auf unterschiedliche Innovationsfelder: Von der Designwirtschaft aus sowohl auf den Bereich der Produkt- als auch die Prozessinnovation, in der Werbewirtschaft vor allem auf den Bereich des Marketings. Beide Teilmärkte sind natürlich auch Bestandteil regionaler Innovationssysteme und Ökonomie, dennoch gibt es bislang genauso wenig Informationen zu Spillover-Effekten von Werbung und Design im Ruhrgebiet wie zu denen der Kultur und Kreativwirtschaft insgesamt. Hinweise dazu vermittelt eine erste empirische Untersuchung, Kreativwirtschaftsscout, zur Vernetzung der Unternehmen der Kultur und Kreativwirtschaft im IHK-Bezirk zu Dortmund mit Kunden beziehungsweise Auftraggebern die Ralf Ebert, STADTart, im Februar 2013 im Auftrag der IHK zu Dortmund erarbeitet hat. Danach haben von den an einer

#### Regionale ökonomische Verteilung

Veranstaltungen/Aufführungen/  
Dienstleistungen/Produkte  
bezogene Dienstleistungen  
bezogene Produktionsmittel



9 Vgl. <http://www.nesta.org.uk>

Online-Befragung teilnehmenden Unternehmen (bei der Möglichkeit von Mehrfachnennungen) rund zwölf Prozent geschäftliche Beziehungen zum produzierenden Sektor und etwa sechs Prozent Kunden in anderen Wirtschaftsbranchen. Ob dies in ähnlichem Ausmaß auch auf die anderen Teilgebiete des Ruhrgebiets zutrifft, ist nicht bekannt und ist eine Frage, die ohne weitere Forschungen nicht zu beantworten ist. Die Online-Befragung im Rahmen dieser Studie erfolgte ruhrgebietsweit und darüber hinaus und erreichte 101 Unternehmen und Institutionen (31 Einzelunternehmen/Selbständige, 28 Vereine, 19 Unternehmen, 18 öffentliche Träger, 6 sonstige), 86% davon im Ruhrgebiet ansässig, 8% außerhalb des Ruhrgebiets, aber in Nordrhein-Westfalen. Der Vernetzungsgrad der Befragten ist hoch. 73% geben an, in mindestens ein Netzwerk eingebunden zu sein. Besonders hoch ist die Einbindung ins Ruhrgebiet. Dabei finden mit über der Hälfte (51%) die meisten Aktivitäten mit Netzwerken aus dem Ruhrgebiet statt. Die Auswertung der Online-Befragung gibt zudem erste Hinweise auf die Struktur der regionalen Ökonomie (siehe Grafik Regionale ökonomische Verteilung).

Rund die Hälfte der bezogenen Dienstleistungen (52%) und Produktionsmittel (57%) kommen aus dem Ruhrgebiet. Noch deutlicher fällt die regionale Bindung der

Kreativwirtschaft bei der Lieferung von Produkten, Dienstleistungen oder Veranstaltungen aus. Drei Viertel (74%) von allen Erzeugnissen finden ihre Abnehmer im Ruhrgebiet. Nur 14% verlassen Nordrhein-Westfalen. Netzwerke wie Einkaufsstrukturen sind zuerst auf das Ruhrgebiet fokussiert – dies könnte bedeuten, dass der Ballungsraum Ruhr mit fünf Millionen EinwohnerInnen ein attraktiver Markt von ausreichender Größe für die Bedarfe der Spillover-Akteure ist.

Die ersten Ergebnisse zeigen, dass die kulturellen und kreativwirtschaftlichen Akteure zum einen eine hohe, regional ausgerichtete Spillover-Tätigkeit aufweisen, die mit wachsender geographischer Distanz rapide abnimmt. Zum anderen nimmt die Spillover-Tätigkeit wie erwar-

tet mit der Zunahme an höherwertigen Spillover-Effekten entlang größer werdender geographischer Distanz ab. Branchen- und thematische Zugehörigkeiten führen zudem dazu, dass von vereinheitlichenden Spillover-Aussagen der Kreativwirtschaft nicht gesprochen werden kann. Differenziert man nach den abgefragten Themenschwerpunkten (Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Energie/Klima und Interkultur), dann zeigen sich Unterschiede in der Bindung an das Ruhrgebiet. Bei Akteuren mit Aktivitäten im Bereich Stadtentwicklung (70%) und Interkultur (72%) ist der regionale Bezug erwartungsgemäß deutlich höher als bei denen, die sich um Energie/Klima (51%) und Wirtschaft (59%) bemühen (siehe Grafik Regionale Verteilung der Aktivitäten).

Abschließend wurde auch die Qualität des Standorts (1=sehr gut, 2=gut, 3=mittelmäßig, 4=eher schlecht, 5=sehr schlecht) bewertet. Gut wurden Faktoren wie „Gesellschaftliche Akzeptanz der Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet“ bewertet, ebenso „Kundenresonanz“ und „Standortbedingungen der letzten fünf Jahre“. Im Mittelfeld wurden die Themen „Unterstützung durch regionale Netzwerke“, „Unterstützung durch Zugänge zu günstigen Arbeitsräumen“, „Unterstützung durch die Stadt/Kommune“ und „Standortvorteil durch das Image des Ruhrgebiets“ sowie „Zugang zu Fördermitteln“ mit befriedigend bewertet. Eher schlecht wurde der Faktor „Unterstützung durch internationale Netzwerke“ bewertet (siehe Grafik Regionale Verteilung der Aktivitäten).

Als Fazit kann gesagt werden, dass die hohe Zahl regional ausgerichteter Aktivitäten der Befragten zum einen auf das hohe Maß an regionalen Kundenbeziehungen hinweist, zum anderen aber die geringere Zahl an überregionalen oder sogar internationalen ausgerichteten Aktivitäten auf einen eher geringen Anteil an gerade komplexeren und somit höher zu bewertenden Spillover-Tätigkeiten hinweist. Sinnfällig wird dies zudem durch die als tendenziell eher unbefriedigend bewertete Unterstützung von überregionalen Vernetzungsaktivitäten durch (staatlich

### Regionale Verteilung der Aktivitäten

	Durchschnitt				
	Alle	Stadtentwicklung	Interkultur	Energie/Klima	Wirtschaft/Neue Arbeit
<b>■ Ruhrgebiet</b>	63%	70%	72%	51%	59%
<b>■ NRW</b>	14%	12%	10%	27%	17%
<b>■ Deutschland/EU</b>	23%	18%	18%	22%	24%

geförderte) internationale Netzwerke. Die zweifelsohne kleine Fallzahl der Befragten gibt aber zumindest erste Hinweise, dass Akteure der Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet anscheinend an der höherwertigen Wertschöpfung von Spillover-Tätigkeiten nicht ausgeprägt teilnehmen. Durch weitere vergleichende

Analysen müsste dies jedoch eingehender untersucht werden. Es bleibt zudem eine offene Frage, ob die starke Ausrichtung auf einen großen regionalen Markt als eine Schwäche zu bewerten ist, also ein eher zu weiches Bett, ein Hindernis, um ein Mehr an internationalen höherwertigen Wertschöpfungsprozessen und Trends

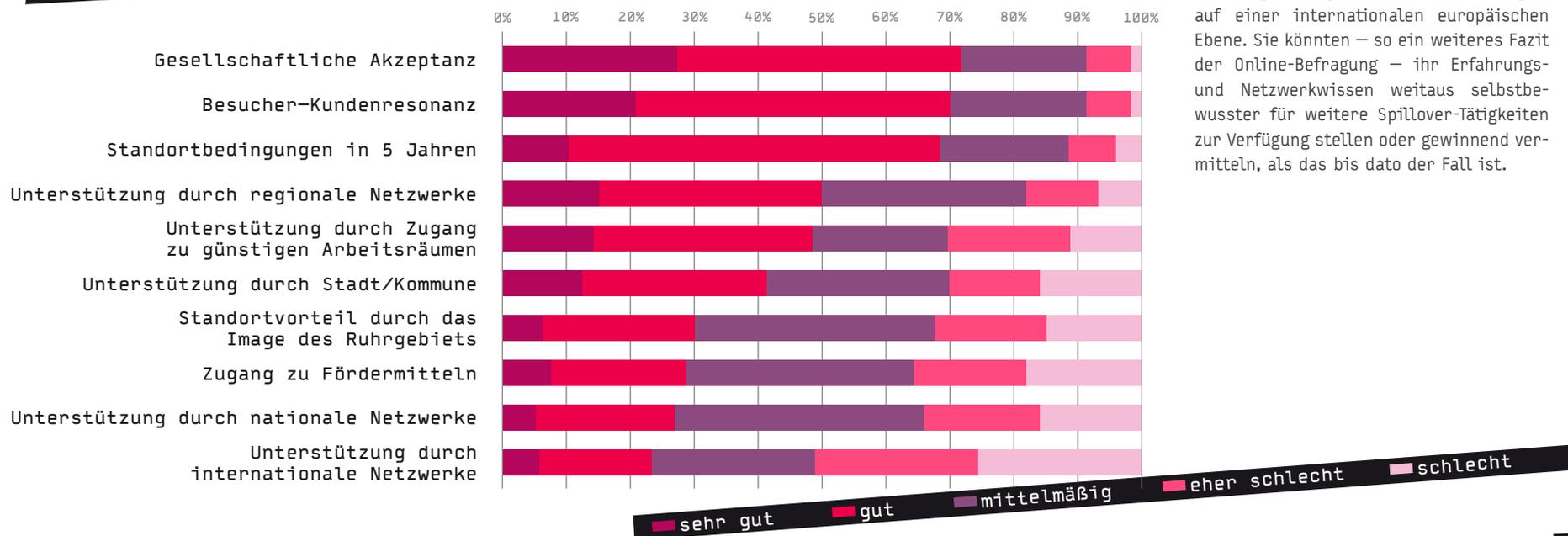
zu generieren. Oder als eine Stärke, die für eine ausgewiesene regionale Heterogenität an Kundenbeziehungen und regionale Varianz steht.

Legt man jedoch eine dezidiert europäische Betrachtungsebene an, dann verhindert die geringe Vernetzung außerhalb des Ruhrgebiets tendenziell, dass sich

Initiativen, die von außerhalb kommen, das Ruhrgebiet erschließen. So werden dann internationale Innovationspools, die sich gerade mindestens auf einer europäischen Ebene und in Open-Innovation-Szenen zu erkennen geben, weniger genutzt als in anderen Städten, die sich aufgrund ihres fehlenden Hinterlands oder regionalen Marktes viel stärker international orientieren müssen.

Die Freie Szene, junge Unternehmen, freie Kulturinstitutionen und viele Freelancer im Ruhrgebiet agieren bereits seit Langem auf einer internationalen europäischen Ebene. Sie könnten – so ein weiteres Fazit der Online-Befragung – ihr Erfahrungs- und Netzwerkwissen weitaus selbstbewusster für weitere Spillover-Tätigkeiten zur Verfügung stellen oder gewinnend vermitteln, als das bis dato der Fall ist.

## Bewertung der Rahmenbedingungen



## 3.2 OPEN SPACES – DIE VERANSTALTUNGEN

### OPEN SPACE STADTENTWICKLUNG

23. April 2013  
Ständige Vertretung, Dortmund

Jan Bunse – Die Urbanisten e.V., Dortmund

Anne Kleiner – dezentrale für forschende  
Stadterprobung/Ringlokschuppen,  
Mülheim an der Ruhr

Gregor Betz – Stadtverwalter e.V.  
Verein für Zwischennutzungskultur,  
Bochum

Tim Ontrup – GeoMobile GmbH, Dortmund

Fabian Saavedra Lara, Johanna Knott –  
Bohème précaire e.V., Dortmund

Reinhild Kuhn – Ständige Vertretung,  
Dortmund

Hermann Rokitta – ROKITTA Design,  
Mülheim an der Ruhr

Florian van Rheinberg – Storp9 – Haus  
für Bildung und Kultur, Essen

Annika Schmermbeck – Neue Kolonie West  
e.V., Dortmund

Philipp Asshauer – Stellwerk e.V., Witten

### OPEN SPACE ENERGIE/KLIMA

13. Mai 2013  
n.a.t.u.r.-Festival und Butterbrotpar,  
Bochum

Anja Bardey – sevengardens, Essen

Vera Dwors – Metropole machen, Essen

Lukasz Lendzinski, Peter Weigand –  
Studio umschichten, Stuttgart

Lukas Stolz – BlumenPOTT, Witten

Michael Dawid – Urban Solar Audio Plant,  
Mülheim an der Ruhr

Corinna Huegging, Kolja Klar, Anke Merkel  
– Ruhrstadt Gartenmiliz, Bochum

Andreas Grande – Maarbrücke e.V.,  
Bochum

Rolf Meinecke, Jan Bunse – Die Urbanisten  
e.V., Dortmund

Julia-Lena Reineremann – VeloCityRuhr,  
Essen

Nadin Deventer – n.a.t.u.r.-Festival,  
Bochum

Peter Schreck – Idea Republic, Köln



## OPEN SPACE INTERKULTUR

06. Mai 2013  
Ständige Vertretung, Dortmund

Yvonne Johannsen, Jan Bunse – Die  
Urbanisten e.V., Dortmund

Guido Meincke, André Körnig – Machbar-  
schaft Borsig11 e.V., Dortmund

Danijel (Gigo) Brekalo – Waende Südost,  
Essen

Zekai Fenerci – Pottporus e.V., Herne

Axel Störzner – Globalibre, Dortmund

Lis Marie Diehl – DOMO/Crashtest Nord-  
stadt, Dortmund

Nadja Wallraff – Teach first Deutschland,  
Dortmund

Denis Y. Dougban – Kreativzentrum für  
Rhythmus und Bewegung im Vest,  
Recklinghausen

Daniel Deimel – Schalke macht Schule,  
Gelsenkirchen

Inge Mathes – Theater Oberhausen,  
Schwarzbank: Kohle für alle!, Oberhausen

Freia Lukat – Caritas Herten – Constella-  
tionen, Herten

Günfer Cölgecen – Theater Freie Radikale,  
Bochum

## OPEN SPACE WIRTSCHAFT/NEUE ARBEIT

24. April 2013  
Ständige Vertretung, Dortmund

Jan Schoch – Farbwandel.com, Essen

Svenja Noltemeyer – Büro für Möglich-  
keitsräume/Zeche Lohberg, Dinslaken

Jürgen Bertling – Fraunhofer UMSICHT/  
DEZENTRALE Dortmund

Hans G. Nottenbohm – Union Gewerbehof,  
Dortmund

Brigitte Hitschler – [ID] factory, Dort-  
mund

Peter Marx – Nordis Kommunikationsagen-  
tur/Scheidt'sche Hallen, Essen

Reinhild Kuhn – Heimatdesign, Dortmund

Völker Pohlücke, Guido Meincke – Machbar-  
schaft Borsig11 e.V., Dortmund

Daniel Nolle – DASA DiY-Ausstellung,  
Dortmund

Ralf Ebert – STADTart, Dortmund

Henning Mohr – TU Berlin, Berlin

Christiana Henke – Künstlersiedlung  
Halfmannshof, Gelsenkirchen

Hella Sinnhuber – Crossmedia caddys,  
Schermbek

Jan Bunse - Die Urbanisten e.V., Dortmund

## 3.3 EINE NEUE MACHER-GENERATION IM RUHRGEBIET – DIE ERGEBNISSE

{Dr Bastian Lange} Dem Neuen auf der Spur – Raum für Spillover-Effekte der Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet. Abseits der großen Kulturereignisse und Wirtschaftskluster zeigen neue eigensinnige Praktikergemeinschaften, wie sich das Ruhrgebiet anders entwickelt – kleinteilig, partizipativ und vernetzt. Eine Macher-Generation tritt an, um abseits der Branchenlogiken eine jetzt-Behauptung zu demonstrieren. Sie agiert nicht zukunftsorientiert, sondern Jetzt-orientiert, sie ist nicht utopisch, sondern praxisgetrieben, sie wartet nicht auf große Pläne und Politiken, sie beschreitet einen für sie passenden Weg in die Moderne. Derartige Bewegungen vollziehen sich global, als Reaktion auf vielschichtige Krisenphänomene. Sie zu erfassen, setzt eine andere Haltung und Sichtweise von Forschung und Vermittlung voraus. Mit klassischen Analysen im Forschungssilo der Wissenschaft ist diesen Keimzellen nicht beizukommen. ecce hat sich daher in Anerkennung dieser wachsenden Bewegung für einen reflektierten sowie vor allem interaktiven Such- und Dialogprozess entschieden, um derartige Effekte erstmals für das Ruhrgebiet vorzubereiten: für Szene, Verwaltung, Kreativwirtschaft und Politik sowie für Wissenschaft und Zivilgesellschaft. Die folgenden Kapitel stellen diese Ergebnisse exemplarisch vor.

Wie sind qualitative Erkenntnisse in einem dialogischen Prozess zu formulieren, der offensichtlich nur ein momentanes Abbild für ein grundsätzlich längerfristig laufendes Phänomen ist? Diese Fragen sind für Forscher bereits bekannt und werden dennoch in Gutachten oft umschifft. Kann man punktuellen Beobachtungen Glauben schenken, gar einzelnen Personen oder Typen, wie wir sie im Folgenden vorstellen? Süffisant fragen wir dagegen: Glauben Sie einzig und allein den Bankern, den Weltwirtschaftskern den zig-fachen Global Reports? Na also, wir zeigen dagegen konkret und praktisch MacherInnen, Praktiken und Menschen in ihren Räumen, die bereits im Ruhrgebiet unterwegs sind, aber noch nicht die Beachtung erfahren haben, die sie, als Vertreter eines globalen Prozesses, verdienen. Wir stellen mit neuen Begriffen diese Praktikertypen vor und laden zur Diskussion ein. Wir sind überzeugt, dass die beobachteten Aktivitäten und ihre Akteure ob ihrer Innovationsleistungen neuer Bezeichnungen bedürfen, neuer Worte und Zuschreibungen, wenn man will: neuer Berufs- oder zumindest Tätigkeitsbeschreibungen.

In der Physik ist es nicht ungewöhnlich, dass nach einem Experiment der neu entdeckte Zustand mit einem neuen Namen belegt beziehungsweise erkannt wird. In der Kulturforschung ist dies eher selten

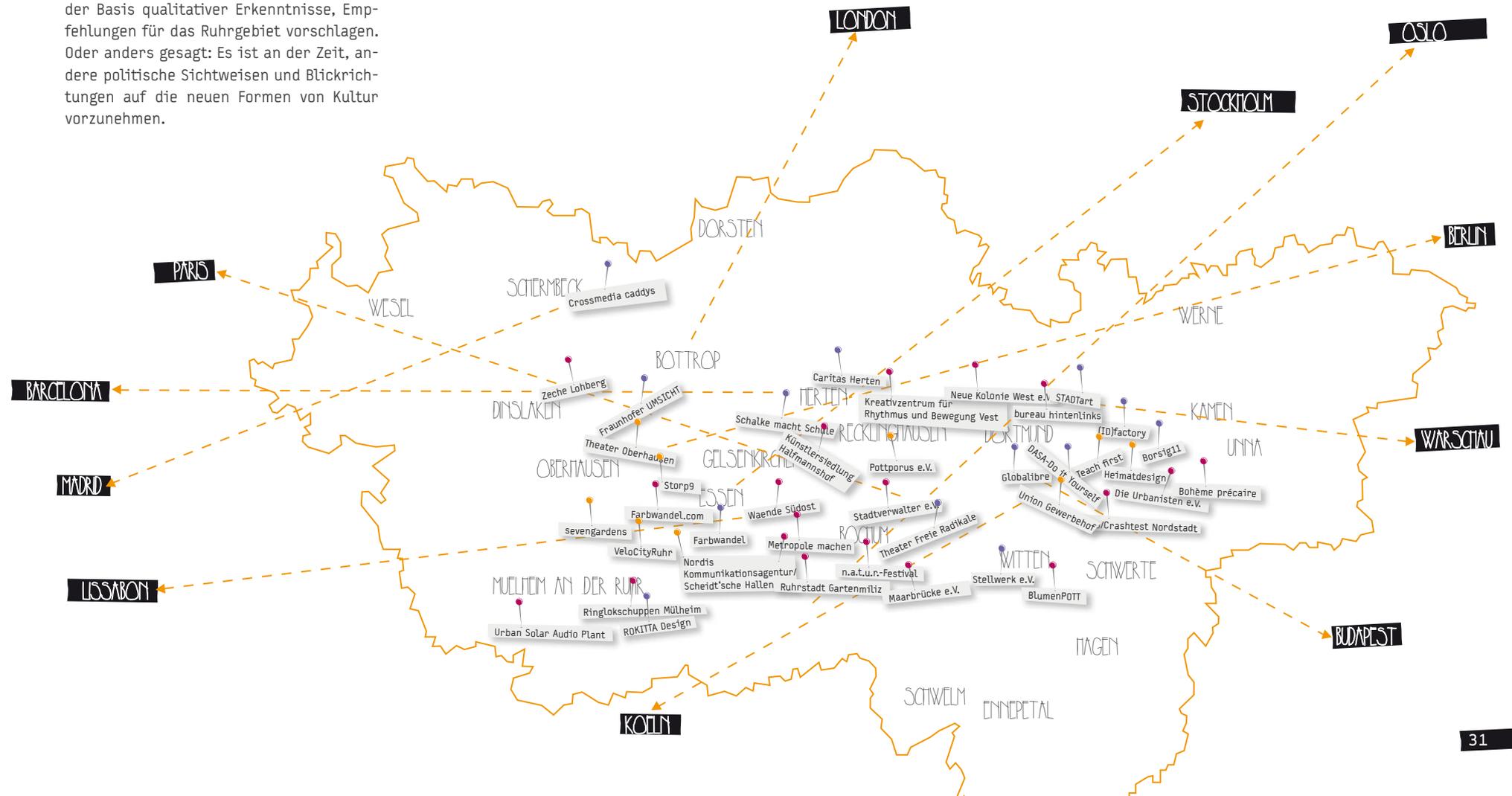
– ab wann ist etwas so innovativ, dass es neuer Begriffe bedarf? Nicht jede neue Aufführung eines Regietheaters formt einen neuen Theaterbegriff. Nicht jedes Gebäude erfindet Architektur neu, manche aber sehr wohl. Spillover-Effekte von Kultur sind an sich keine neue Erscheinung in der Kultur, dennoch hat sich in der Forschung gezeigt, dass eine neue Generation von Akteuren mit einem neuen Selbstverständnis und anders als große Institutionen oder Vorläuferbewegungen agiert. Die Akteure erkennen sich selbst nicht in den üblichen Begriffen von Kultur- und Wirtschaftspolitik wieder, sie prägen selten neue Begriffe, da sie ja praktisch tätig sind und nicht utopisch wirken. Spätestens mit dieser Einsicht ist die Zeit gekommen, neue Begriffe für diese Phänomene zu suchen – genauer: Es ist höchste Zeit, die Begriffe zu finden und anzuwenden, wenn Politik sich mit neuen Kultur-Realitäten auseinandersetzen will. In Open-Space-Veranstaltungen haben wir Mitglieder verschiedener Netzwerke eingeladen und von den Machern gelernt und gleichsam weitere Vernetzungen angeregt. Wir legen den Schwerpunkt auf qualitative Aussagen von Initiatoren und Machern von Spillover-Projekten und fügen von fachwissenschaftlicher Seite einen thematischen Kontext dazu.

Dies gilt bei weitem nicht nur für das

Ruhrgebiet – vielmehr muss man sagen: Diese Begriffsfindung gilt auch für das Ruhrgebiet und scheint Teil eines globalen Trends, der seit 2012 an Fahrt und Wucht gewinnt. Während Chris Anderson 2012 mit seinem Buchtitel „Maker“ eine neue industrielle Revolution aufkommen sieht, weist Harald Welzer mit seiner Streit- und Denkschrift „Selbst Denken - Eine Anleitung zum Widerstand“ Praxiswege in eine neue reduktive Moderne, die ökologischer, selbstbestimmter und transformativer als die bisher auf zweifelhaften Konsum ausgerichtete Wirtschaftsweise ist. Es wird um Alternativen für die Welt von morgen gerungen, um neue Worte und neue Wege, bei der viele Akteure in Kultur und Kreativwirtschaft mitbestimmen. Wir erachten dies nicht als Ausdruck von Verunsicherung, sondern als einen expliziten Zugewinn, in Zeiten von systemrelevanten Banken und Wirtschaften neue Wege und Alternativen aufzuzeigen. Gesellschaftlicher Wandel kann und muss stärker als bisher mit Kultur und ihren sozialen Innovationen gedacht werden, um zu mindestens Wege aus der Krise Europas aufzuzeigen. Nur so kann es produktive Strategien von Politik für die Zukunft geben. Der Auftrag der Spillover-Studie war ebenso, Handlungsempfehlungen an die Politik zu geben. Dabei sind neue Begriffe entstanden, passendere für die realen Pro-

# Internationale Netzwerke im Ruhrgebiet – Beispiele aus vier Open Spaces

zesse im Ruhrgebiet, mit denen wir, auf der Basis qualitativer Erkenntnisse, Empfehlungen für das Ruhrgebiet vorschlagen. Oder anders gesagt: Es ist an der Zeit, andere politische Sichtweisen und Blickrichtungen auf die neuen Formen von Kultur vorzunehmen.



### 3.3.1 AKTEUR/INNEN IM RUHRGEBIET – PROTOTYPEN NEUER PRAXISFORMEN

{Dr. Bastian Lange} Im Folgenden zeigt die Nutzertypologie anhand von einzelnen Fällen, wer die Spillover-MacherInnen und wer die neuen, von unten kommenden MacherInnen des zukünftigen Ruhrgebiets sind. Im Typus vereinen sich übergeordnete Werte, Haltungen und Praxisformen. Sie werden von mehreren Menschen geteilt und angewandt und repräsentieren nicht eine Person. Mit Beispielen aus dem Ruhrgebiet geben wir den Typen ein Gesicht. Basismaterial sind Interviews mit VertreterInnen einer neuen Machergeneration, die an den Open-Space-Veranstaltungen teilgenommen oder während des Forschungsprozesses Aufmerksamkeit erzielt haben und somit in den Fokus geraten sind. Im Kern stehen die Typen für Transformationszellen in eine reduktive Moderne (Welzer, 2013), die nicht utopisch ist, im Sinne einer großen theoretischen Erzählung einer besseren, ökologischeren und sozialeren Welt. Sie ist vielmehr praxisgetrieben und operiert in Nischen, Hinterhöfen und Brachflächen, sie ist jetzt-orientiert und nicht zukunfts-orientiert, sie wartet nicht auf die große Politik, vielmehr macht sie und erschafft sie ihre eigene Welt.

#### TYP 1 RAUMERFINDER

Eigentlich sollte man davon ausgehen, dass Räume im Ruhrgebiet ausreichend vorhanden sind: für Kultur, Soziales und Gemeinschaft. Doch immer wieder ist zu beobachten, dass trotz gefühlter Angebotsvielfalt neue Räume benötigt, erfunden und von neuen Autoren in Eigenregie geschaffen werden. Kreativakteure avancieren zu Raumerfindern, in dem sie die für sie passenden Raumangebote selbst herstellen.

Der Raumerfinder bezeichnet die Fähigkeit, in einer Stadt einen ungenutzten Raum – im Sinne von sozialer Akzeptanz – mit Leben zu erfüllen. Galerien in ehemaligen Bordellen, Universitäten in ehemaligen Bahnhöfen, Guerilla Gardening auf Beton-Bahnhofs-Vorplätzen, Konzerte in Asylunterkünften – sie alle leisten einen Beitrag zu einer mentalen Reparatur von vergessenen Orten in Städten. Diese Tätigkeit und ihre positiven externen Effekte auf Städte sind nicht neu. Neu ist, wenn Kulturakteure sich auf diese externen Effekte konzentrieren und sie zu ihrer Haupttätigkeit machen – statt wie bisher diese als Nebeneffekt der „eigentlichen“ künstlerischen Tätigkeit „mitzunehmen“.

Der Raumerfinder erschafft urbanen Lebensraum aus Nichtraum, indem er zum Produzenten externer Effekte von Kultur wird. Historisch war der Raumerfinder

Architekt oder Bauherr – zuerst entstand der physische Raum. In wachsenden Märkten und Bevölkerungen oder die Gentrifizierung von Stadtteilen füllte sich der neue Raum sozial und mental von alleine. Heute, in schrumpfenden Städten und Märkten, ist die Lage eine andere. Oft steht die mentale Schaffung von sozialen Räumen – zum Beispiel soziale Netzwerke – am Anfang, nicht mehr das Bauen. Zum Schluss jedoch gilt, dass beide Dimension des Raumes – die mentale Lebendigkeit und die physische Qualität – auf Dauer nicht ohne einander erfolgreich sein werden. Doch mit dem Raumerfinder betritt ein neuer Typ von Architekt, ein mentaler Bauherr, die Bühne der Stadtplanung.

Es entstehen dabei neue Gravitationskerne in Gestalt von temporär kuratierten Kulturorten, die in der Folge soziale Milieus und internationale Netzwerke anziehen und somit nicht nur Quartiere neu erfinden, sondern sie innerhalb eines europäischen Kontextes integrieren. Gefunden wird also nicht nur der physische Ort, erfunden wird dazu die Programmatik, die einen Ort zu einem sozialen, lebendigen Gebilde avancieren lässt. Erstaunlicherweise erwachsen derartige Raumfindungsprozesse auch aus den größten Raumstrukturen, die das Ruhrgebiet aufweist: Universitäten.

Beide Räume/Raumerfindungen der folgenden Beispiele funktionieren, weil es zuerst eine direkte Autorität gibt, die Programm und Ausrichtung vorgibt. Zur Erzeugung neuer Gravitation und Anziehung dieser Orte tragen auch Partizipation und Mitbestimmung bei. Egal ob Gäste, AnwohnerInnen, ImmobilienbesitzerInnen, GeschäftsinhaberInnen, Initiativen oder externe Akteure – alle werden auf unterschiedliche Weise projektbezogen eingebunden. Somit wird allen der Zugang zur Gestaltung ihrer eigenen Stadt ermöglicht, was wiederum eine gesteigerte Identifikation zur Folge hat. Durch die enge Zusammenarbeit mit studentischen Initiativen integrieren beide Projekte auf ihre spezifische Art die sonst sehr autark wahrgenommene Universität Witten/Herdecke sowie die Ruhr-Universität Bochum und arbeiten sie in die Stadtgesellschaft ein.

Beispiel 1: C60/Collaboratorium für kulturelle Praxis, Bochum

Beispiel 2: Stellwerk e.V., Witten

# C60/COLLABORATORIUM FÜR KULTURELLE PRAXIS

Die Randlage des Standorts Ruhr-Universität Bochum ist hinlänglich bekannt. Sie ist Zeitzeugin monumentaler Bestrebungen der 1960er und 1970er Jahre, den Strukturwandel mit Wissen und Forschung zu bewältigen, blieb aber stets ohne räumliche Verbindung zur Stadt. Seit 2010 unternimmt das C60/Collaboratorium für kulturelle Praxis in den denkmalgeschützten Räumlichkeiten des Alten Bochumer Hauptbahnhofs (Katholikentagsbahnhof), eines Provisoriums der frühen Nachkriegszeit, den Versuch, Universität neu zu erfinden. Getragen wird dieses Unternehmen durch WissenschaftlerInnen und KünstlerInnen aus der Region. Mit diesem Veranstaltungsort in direkter Zentrumslage der Stadt soll der Bochumer Hochschulverbund UniverCity den Austausch zwischen den Hochschulen und der Stadt neu denken. Die Universität betreibt also Stadt- und Regionalentwicklung und produziert damit positive externe Effekte über die Universität hinaus.

Dr. Sven Sappelt, Initiator von C60/Collaboratorium: „C60 versteht sich als Plattform, sie steht regelmäßig studentischen Initiativen offen, die sich in Form von Theater- oder Videofestivals, Ausstellungen, Podiums-Diskussionen oder Semesterabschluss-Präsentationen auf einer öffentlichen Bühne erproben können. Auf diese Art werden sie frühzeitig in das kulturelle

Leben der Stadt einbezogen, so dass sich gerade besonders engagierte und erfolgreiche Absolventen der Region verbunden fühlen und hier ihre berufliche Zukunft sehen“. Verdichtet werden diese Aktivitäten durch Kontakte zur lokalen Szene vor Ort. Erkannt, gedanklich verfeinert und programmiert wurde diese sich im Aufbau befindende strukturelle Leerstelle zwischen Universität und Stadt von Sven Sappelt, Kulturwissenschaftler und Vordenker, getragen durch die für das Ruhrgebiet starken regionalen und privatwirtschaftlichen Institutionen. Die Suche nach einer zu thematisierenden Leerstelle im Zentrum der Stadt und eben nicht in den vertrauten Räumlichkeiten der Universitätssilos weist C60/Collaboratorium aus. In diesen freien Leerstellen wirkt die Gravitation neuer Ideen weitaus besser als in den hermetischen Räumen der bekannten Wissensproduktion. Universität kann Stadt überraschen.

Interview mit Dr. Sven Sappelt, C60/Collaboratorium für kulturelle Praxis im Juni 2013, Bochum  
Weitere Informationen:  
[www.c60collaboratorium.de](http://www.c60collaboratorium.de)



TYP 1 RAUMERFINDER



Ähnlich ist der Fall des Stellwerk e.V. in Witten gelagert. Philipp Asshauer ist einer der Gründer von Stellwerk e.V.: „Das Stellwerk ist ein Zusammenschluss von neun hauptaktiven Freiberuflern der Kreativwirtschaft. Wir haben uns 2009 zum Ziel gesetzt, Räume an der Schnittstelle zwischen Kultur, Wirtschaft und Stadtentwicklung zu schaffen. Wir veranstalten Events im öffentlichen Raum, koordinieren das Kreativ.Quartier Wiesenviertel Witten, betreiben das Kulturcafé Knut's, diverse Gastromodule, eine Off-Bühne und ein Fotostudio. Ein Coworking-Café befindet sich seit 2013 im Aufbau. Im Stellwerk laufen im Prinzip alle Fäden zusammen. Es ist Ideenschmiede, Koordinationsbüro, Anlauf- und Vermittlungsstelle und arbeitet eng mit lokalen, wie regionalen Kultur- und Bildungsinstitutionen, kommunaler Verwaltung und der Freien Szene

zusammen.“

Die Basismotivation der neun Initiatoren war „der Wunsch und die Notwendigkeit, Kultur zu den Menschen in Witten zu bringen und dafür die geeigneten Räume zu finden: Erste Veranstaltungen fanden im öffentlichen Raum statt; in leerstehenden Ladenlokalen, auf Parkhausdächern, in Parks, Tiefgaragen und Hinterhöfen oder auf Schiffen wurden über zwei Jahre gemeinsam mit Künstlern sämtlicher Genres Events veranstaltet. Durch diese Veranstaltungen an „Un-Orten“ konnte das Stellwerk e.V. ein Netzwerk zu Kulturschaffenden und der kommunalen Verwaltung aufbauen, das noch heute die Grundlage ihrer Arbeit ist.“

Interview mit Philipp Asshauer, Stellwerk e.V. im Juni 2013, Witten  
Weitere Informationen:  
[www.studiostellwerk.de](http://www.studiostellwerk.de)

# STELLWERK E.V.

TYP 1 RAUMERFINDER

## TYP 2 STADTENTDECKER

Was ist das Ruhrgebiet für ein Stadttypus? Metropolregion, verstädterte Region, regionalisierte Stadt? Die Transformation zwingt die Region seit Jahrzehnten zur Suche nach einer möglichst passenden Zukunftsvision. Metropole Ruhr ist das Label, auf das man sich jüngst verständigte. Die Vision soll Gemeinsinn und Identität zwischen ganz unterschiedlichen, auf ihren Eigensinn bedachten Akteuren schaffen. Sie übertüncht dabei womöglich aber Eigenheiten des ruhrgebietlichen Jetzt-Seins, verstellt den Blick auf das Besondere der Metropole, richtet den Blick mehr auf die Zukunft als auf das Jetzt, verdeckt unter Umständen mehr, als dass der Begriff freilegt.

Inwiefern das ein passender Weg für die Städte des Ruhrgebiets ist, liegt entscheidend daran, wie man das Besondere der Urbanität im Ruhrgebiet anspricht. Was braucht es an Urbanität, um kritische Massen herzustellen, um ein spezifisches und nicht ein austauschbares Gefühl von Raum in der Stadt herzustellen? Wie viel H&M, wie viel Zechenhistorie und wie viel „Ruhrbanität“ braucht es? Der Stadtplaner Dirk E. Haas plädierte mit seinem Leitmotiv „Ruhrbanität“<sup>10</sup> ganz entschieden für ein „So-Sein des Ruhrgebiets“ als Region, als Stadt- und Möglichkeitsraum, weniger für standardisierte Ästhetisierungen, Verhübschung nach global-austauschba-

ren Vorbildern und Hochglanzgebäuden. Gesucht werden muss eine Lesart, was das eigentlich Besondere der Städte des Ruhrgebiets ausmacht, jenseits von Förderturn-Romantik und Stahlbau-Historie. Haas wirbt für einen Blick auf die „intensive Verzahnung von Siedlung und Freiraum“, also den Umstand, dass das Ruhrgebiet voll mit inneren Rändern ist, als eine räumliche Besonderheit des Ruhrgebiets und damit auch einem wichtigen Merkmal von „Ruhrbanität“.

Um neue, zumindest immer wieder wechselnde Sichtweisen auf das Ruhrgebiet und seine urbanen Schichten zu entfalten, sozusagen Stadt zu entdecken, sind neue professionelle Netzwerke entstanden, wie sie zum einen LEGENDA, Gesellschaft für explorative Landeskunde e.V., Dirk E. Haas darstellt, aber auch Die Urbanisten e.V. in Dortmund, einem Netzwerk von institutionell freien StadtforscherInnen, die sich mit dem Ziel gegründet haben, das städtische Zusammenleben der Menschen vor Ort zu verbessern und neue Perspektiven für urbane Lebensräume zu schaffen. Diese Initiativen seien hier stellvertretend für jene genannt, die die Identitäten im Ruhrgebiet stets neu entdecken, sie stehen für die „Stadtentdecker“ im Ruhrgebiet, sind Ermöglicher auf dem Weg zur Stadt der Gegenwart, nicht zur Stadt der Zukunft.

Entscheidend bei diesen Vorhaben und Netzwerken ist die Strategie, abseits der dominanten Entwicklungsräume die eigentlichen zentralen Probleme des Ruhrgebiets anzugehen. Mit den Menschen benachteiligter Stadtquartiere Lösungen anzudenken, die mit ihnen entfaltet werden, die ihre alltäglichen Nöte und Sorgen in den Kern der urbanistischen Entwicklung legen und die am Ende den Menschen in den Quartieren zur Entdeckung ihrer eigenen Stadt verhelfen. Stadtentdecker wie LEGENDA, Die Urbanisten und Storp9 e.V., um nur einige Beispiele im Ruhrgebiet zu nennen, sind Ermöglicher auf dem Weg zur Stadt der Gegenwart, nicht zur Stadt der Zukunft.

Beispiel 1: Die Urbanisten e.V., Dortmund

Beispiel 2: Waende Südost, Essen

Beispiel 3: MedienBunker, Duisburg

<sup>10</sup> Vgl. hierzu „Sankt Ruhrgebiet“ statt Metropole Ruhr - Dirk E. Haas, Stadtplaner über Urbanität & Abriss im Ruhrgebiet / Interview mit Christian Canavente vom 9.7.2013. Erschienen bei labkultur.tv

# DIE URBANISTEN E.V.



Jan Bunse, angehender Raumplaner und Mitglied von Die Urbanisten e.V. in Dortmund: „In den fünf Handlungsfeldern Stadtentwicklung, kreative Bildung, Kunst und Kultur, Social Media sowie Wissenschaft und Forschung führen wir viele interdisziplinäre Projekte durch. So haben wir zwei urbane Gemeinschaftsgärten entwickelt, in denen quer durch alle Alters- und Einkommensklassen gemeinsam Gemüse gesät, gepflegt und geerntet wurde. Wir haben Workshops geplant, betreut und moderiert, in denen Kinder Vogelhäuschen und Insektenhotels gebaut haben, Studenten Details über das Imkern erfahren konnten, Mittvierziger den Umgang mit der Spraydose gelernt haben, Senioren Strategien für den Umgang mit leerstehenden Straßenzügen entwickeln sollten. Das Projekt Energieverteiler vernetzt lokale Künstler, Energieunternehmen und Anwohner, um an den Strom- und Verteilerkästen im Quartier kleine Kunstwerke entstehen zu lassen. Wir entwickeln moderne Websites für gemeinnützige Vereine und Initiativen, Apps für Quartiere, mit denen man Ideen und Verbesserungsvorschläge auf interaktiven Karten verorten kann, formulieren Blogartikel, Presse-, Flyer- und Plakattexte für Veranstaltungen im Viertel, denen wir nötigenfalls noch das Equipment organisieren. Momentan forschen wir an der Entwicklung eines Aqua-

ponik-Systems, mit dem effiziente urbane Nahrungsmittelproduktion auf industriellen Brachflächen möglich wird. Das alles können wir tun, weil wir ein interdisziplinäres Team aus Pädagogen, Planerinnen, Chemikern, Informatikerinnen, Grafikern, Sozialwissenschaftlerinnen, Elektronikern und Designerinnen sind und uns die Konzeption neuer, vernetzter Lösungswege für bekannte Herausforderungen am Herzen liegt. Das alles hätten wir nicht tun können, wenn wir viel Wert auf angemessene Entlohnung und breite institutionelle Unterstützung gelegt hätten. Unser Projekterfolg basiert auf der Beteiligung von lokalen Migrant\*innenorganisationen, überregionalen Kunstvereinen, Eigentümern, engagierten Bewohnerinnen, internationalen Technologieunternehmen und auf nervenzehrenden Antragsverfahren für Fördertöpfe. Wir sind davon überzeugt, dass nachhaltig lebenswerte Quartiere nur durch eine kooperative Verhandlungskultur auf Augenhöhe herstellbar ist.“

Interview mit Jan Bunse, Die Urbanisten e.V. im Juli 2013, Dortmund  
Weitere Informationen:  
[www.dieurbanisten.de](http://www.dieurbanisten.de)

TYP 2 STADTENTDECKER

# WAENDE SÜDOST

Derartig urbanistische Praxisformen verzahnen den stark fragmentierten (Sozial-) Raum des Ruhrgebiets von unten. So verfahren auch die MacherInnen von Storp9 – Haus für Bildung und Kultur mit ihrem Projekt Waende Südost in Essen. Florian van Rheinberg, Projektleiter von Storp9: „Wir verbinden Kunst im öffentlichen Raum mit sozialer Arbeit im Stadtteil. Wir gestalten mit freien Künstlern freie und vergessene Flächen. Soweit es geht, nehmen wir auch Kindergärten, Schulen und Initiativen mit in die Gestaltung auf. Bei dem Projekt Waende Südost haben wir das Bewohnerinteresse aufgegriffen, die verschmutzten und angsterfüllten Schallschutzwände im Quartier mit 21 internationalen Künstlern zu gestalten. Rundherum haben wir mit den Anwohnern und Institutionen ein soziokulturelles Festival im öffentlichen Raum unter dem Titel Positive Störungen des öffentlichen Raums durchgeführt.“ Dabei zielen die ProjektmacherInnen auf eine gewinnende Verbindung von Kunst und Soziokultur, um somit dem Stadtteil einen positiven und sich zugewandten Blick ermöglichen. „Die Idee, die Schallschutzwand zu gestalten, wurde zur Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 zum ersten Mal von dem Projektbeteiligten Nils Andersch verschriftlicht, und so haben Storp9 diese Idee aufgegriffen und ein ehrenamtliches Kern-

team von acht bis zehn Leuten einberufen, die diese Idee weiter ausgearbeitet und beeinflusst haben. Das Kernteam führte mit dem Bürgerbegegnungszentrum Storp9 die Idee dann über die Konzeptionierung und das Antragswesen hin zur Realisierung. Das ehrenamtliche Team traf sich über anderthalb Jahre einmal die Woche und war bei der Durchführung tagtäglich an der Strecke“, so Florian van Rheinberg. Die entscheidende Bedingung, dass es das

Projekt soweit geschafft habe, sei die intensive Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichsten Professionen gewesen: Marketing, freie Kunst, Grafikdesign, eine Dramaturgin, Sozialarbeiter und eine Ärztin unterstützten dieses Vorhaben. „Alle haben ihre privaten Ressourcen und Netzwerke mit eingebracht, so wurden viele weitere Dienstleistungen (Fotografie, Webseite, Entwürfe, Ausstellungen, Projektberatung, Fundraising-Beratung etc.)

kostenlos aufgebracht und die gemeinsame Idee weiter gestärkt. Das Bürgerbegegnungszentrum Storp9 und die vorhandene Netzwerkarbeit im Stadtteil waren enorm wichtig, die Glaubwürdigkeit des Projektes im Stadtteil und bei den Geldgebern zu erzielen.“

Interview mit Florian van Rheinberg, Waende Südost/Storp9 im Juni 2013, Essen  
Weitere Informationen:  
[www.waende-suedost.de](http://www.waende-suedost.de)





# MEDIENBUNKER

Halil Özet, Mitbegründer des MedienBunkers und Herausgeber von *madeinmarxloh.com*: „Mit Sitz in einem alten Hochbunker in Duisburg-Marxloh und unterstützt von Freunden und Familie, verkörpert der MedienBunker eine Neuauflage des traditionellen Familienunternehmens, in dem Bodenhaftung, Zusammenhalt und gemeinsame Entwicklung im Vordergrund stehen. Hervorgegangen aus einem Künstlerkollektiv, steht er für eine interdisziplinäre und interkulturelle Denkweise, für rebellische Kommunikationskonzepte und professionelle Filmproduktionen. Sie bezeichnen sich selbst gern als „Propagandaspezialisten“. Denn im Kampf um Aufmerksamkeit lautet ihr Rezept: überraschen, faszinieren und polarisieren. Dank unkonventio-

nelles Ideen und mit einem Pool an freiberuflichen Experten gelingt es ihnen, mit wenigen Mitteln große Wirkung zu erzielen. Bekannt geworden sind sie durch die *Made-in-Marxloh*-Kampagne, die darauf abzielt, das Image des Stadtteils positiv zu beeinflussen und den Einwohnern, insbesondere den Jugendlichen, neues Selbstbewusstsein zu verschaffen. Neben einer eigenen Produktlinie (u.a. Postkarten, Jutebeutel, Bälle mit dem *Made-in-Marxloh*-Siegel) und einem Stadteitblog sind sie Mitinitiator des Marxloher Einzelhandelsbündnis. Der Verein zielt darauf ab, die Akteure der Brautmodenmeile, die heute und auch Dank der Kampagne als positives Aushängeschild für das „neue Marxloh“ steht, an einen Tisch zu holen und gemein-

sam Projekte zu initiieren, die den Stadtteil als Wirtschaftsstandort stärken und als Wohnumfeld attraktiver machen. Die Gründe und Ursachen sind ebenso komplex wie die Entstehungsgeschichte selbst. Das Projekt entstand letztlich aus einer Wut über die einseitig negative Berichterstattung über den Stadtteil und aus dem Willen, in Marxloh etwas zu bewegen. Zu zeigen, dass der Stadtteil und die Bewohner ebenso großes Potential haben wie Berlin, Hamburg oder Köln. Ein ebenso großer Motor war jedoch der Wunsch, sich nach jahrelangem Schuffen im Filmproduktionsbereich zurückzuziehen und sich auf seine Wurzeln zu besinnen. Die Gelegenheit zu ergreifen, sich eine eigene Spielwiese zu schaffen und, anstatt ausschließlich vorgegebene Aufgaben zu erfüllen, selbst zu entscheiden, welchen Aufgaben man sich widmen möchte und Themen mitzugestalten. Der MedienBunker setzt sich heute aus einem Kernteam von vier Personen und ca. 15 weiteren Personen mit sehr unterschiedlichen Hintergründen und Kompetenzen zusammen. Zum überwiegenden Teil handelt es sich um Filmemacher. Das Kollektiv gibt es seit nunmehr sieben Jahren. Das Bild des Stadtteils hat sich den letzten Jahren extrem verändert. Heute steht Marxloh in der Öffentlichkeit nicht mehr ausschließlich für Armut und Gewalt, sondern vor allen Dingen auch für die „Roman-

tischste Straße Europas“. Marxloh ist angesagt! Ein Fernseheteam nach dem anderen meldet sich beim MedienBunker, um über die positive Entwicklung des Stadtteils und das „origina(elle) türkische Flair“ mitten im Ruhrgebiet zu berichten. Marxloh hat Kultstatus erreicht. Durch die vielen Besucher von außerhalb werden auch neue Impulse in den Stadtteil getragen. Sie versuchen darüber hinaus, in Form von verschiedenen Projekten Jugendlichen die Möglichkeit zu bieten, Erfahrungen in der Medienproduktion zu sammeln. Ihr Traum wäre es noch, einen Marktplatz in Form eines Cafés zu schaffen, das nicht nur den Freizeitwert Marxlohs aufwertet, sondern die Marxloher auch mit Künstlern und Studenten zusammenbringt, zum Austausch, Feiern und gemeinsamen „Rumspinnen“. Gleichzeitig merken sie jedoch auch, dass es nach der jahrelangen Konzentration auf Marxloh und das Ruhrgebiet wichtig ist, selbst noch mal über den Tellerrand zu schauen und neue Impulse zu tanken. Ihre guten Kontakte nach Istanbul, Ibiza, Berlin, Hamburg und Köln sind vielversprechend.“

Interview mit Halil Özet, MedienBunker im Juni 2013, Duisburg-Marxloh  
Weitere Informationen:  
[www.madeinmarxloh.com](http://www.madeinmarxloh.com)

TYP 2 STADTENTDECKER

## TYP 3 MULTIPLIKATOREN

Kulturproduktion kann einsam sein, gewinnt aber an Qualität, Reputation und Aufmerksamkeit – gleichsam die Währungen der Wissensökonomie im 21. Jahrhundert – nicht nur, wenn andere davon erfahren, sondern, wenn Gleichgesinnte oder Andersdenkende Hand anlegen, mitmachen, mitdenken: kommentieren, Hinweise geben, Kritik üben, neue Sichtweisen aussprechen, so dass ein rohes symbolisches Gut – ein Text, ein Design, ein Song, ein Konzept – an Qualität gewinnen kann. Kreative Milieus sind derartige soziale Kontexte und der unverhohlene Wunsch fast aller Stadtregionen, solche intensiven Austauscharenen vorzuweisen und mit sich ihnen „brüsten“ zu können. Versprechen sie doch Innovation, Attraktivität und überregionale Sichtbarkeit gerade von kreativen Prozessen in Wissenschaft, Design, Kunst und Kultur. Sie sind Aushängeschild, mit der Stadtpolitik

anderen Zielgruppen das Ankommen in der Stadt schmackhaft machen kann. Historisch betrachtet, sind kreative Milieus eine Kombination von emigrierenden neuen Ökonomien, Wissenschaft und freier Kunst- oder Avantgarde-Szene, eine Verbindung, die das Ruhrgebiet historisch nur schwer vorweisen kann und daher seit einigen Jahren umso mehr zu fördern versucht. Top-Down lässt sich dies nur schwer erzeugen, bedarf es doch Eigensinns, Willens und Ideenreichtums der lokalen Akteure, um überraschend etwas Neues zu reklamieren, das wiederum andere anzieht, neugierig macht und animiert, es auch hier, und nicht woanders (Berlin, Leipzig, Hamburg...) zu versuchen.

Benötigt werden daher neue Initiatoren, die frei, institutionell ungebunden im Stande sind, derartige kritische Massen herzustellen. Sie sind Schaltstellen und

regionale Kenner, die unverbundene Netzwerke weiter verknüpfen, soziale Beziehungen zwischen Menschen weiter kuratieren und zugleich einen Ort herstellen, an dem diese losen sozialen Enden sich miteinander verkoppeln können, miteinander ins Gespräch kommen, andere treffen und somit ihre eigenen Werte mit anderen teilen und so multiplizieren können. Diese Tätigkeiten zeichnen Multiplikatoren aus und heben sie ab von Kommunikationsagenturen oder bloßen Netzwerkkern.

Multiplikatoren machen aber zudem vor, was für die Zukunftstauglichkeit von Stadt immer wichtiger wird: Sie teilen ihr Wissen, ohne im Gegenzug eine monetäre Leistung zu erwarten. In noch nicht institutionalisierten Wissenskontexten ist es einer jungen Generation in technik- und kreativaffinen Milieus vorbehalten, zu zeigen, dass Teilen nicht nur das Gute und Schöne

bedient, ehrenwert ist und moralisch erhebend, sondern dass es monetär Sinn macht, sozialen Mehrwert bietet und darüber hinaus auch noch gesellschaftlich en vogue ist. Kollaboration und Teilen avancieren zu einer Grundbedingung sozialer Innovationen. Teilen als Ausdruck selbstbestimmter gesellschaftlicher Praxis bedroht nicht das erworbene Wissen, Informationsgüter und deren Infrastrukturen, es optimiert sie vielmehr und schafft soziale Mehrwerte zwischen Menschen mit ähnlichen Zielen und Einstellungen. In diesen Communities wird weniger ideologisch als praxisnah nach alternativen Formen der Wissensproduktion gesucht.

Beispiel 1: Heimatdesign, Dortmund

Beispiel 2: Neue Kolonie West e.V., Dortmund



# HEIMATDESIGN

Ein derartiges Beispiel ist Heimatdesign in Dortmund. Reinhild Kuhn, Inhaberin von Heimatdesign: „2004 von Marc Röbbecke initiiert, war es der Wunsch, hier ansässige Positionen aus Design, Fotografie, Mode etc. sichtbar zu machen und das Ruhrgebiet als Ansiedlungsort für kreative Projekte zu etablieren. Der erste Schritt auf dem Weg war eine Modenschau, bei der Nachwuchsdesigner ihre Entwürfe gemeinsam mit etablierten Modepositionen auf den Laufsteg brachten. Nach erfolgreicher Umsetzung dachte man an Fortsetzung und Erweiterung, um Nachhaltigkeit zu erzeugen. Als Resultat erschien das erste Heimatdesignmagazin, das über regionale Tendenzen und Projekte nicht nur aus dem Designbereich berichtete. Mit dem Konzept zur Veranstaltung Heimatdesign 2006 gewann Marc Röbbecke den Zukunftswettbewerb Designkonzepte Ruhrgebiet und konnte durch EU-Kaffinanzierung eine Mischung der verschiedenen Designdisziplinen in einer großen Fach- und Publikumsveranstaltung auf der Zeche Zollverein in Essen während der Entry-Messe verwirklichen. Danach war Heimatdesign endgültig gesetzt.

Wir suchen immer wieder neue Wege, die zur Verbesserung der Kommunikation, der Präsentation und der Erweiterung der kreativen Netzwerke im Ruhrgebiet beitragen. Dazu gehört ein vielfältiges Betätigungs-

feld wie ein kontinuierliches Ausstellungsprogramm, ein Laden für Designprodukte, eine Messe für junges Interiordesign, ein Coworking Space, Vortragsveranstaltungen und die Motivation, spannende Projekte zu ihrem derzeitigen Standort nach Dortmund einzuladen. Dabei ist auch eine überregionale Zusammenarbeit mit anderen Projekten wichtig. Es gibt einen Initiator, einen zweiten verantwortlichen Mitstreiter und zwischen einem und drei Mitarbeiter, die im Tagesgeschäft helfen.“

Im Verlauf der Zeit ist Heimatdesign im Ruhrgebiet durch die nun schon langjährige Arbeit im kreativwirtschaftlichen Bereich und Kooperationen mit verschiedenen PartnerInnen in den zurückliegenden Jahren zu einem Ansprechpartner für viele auch überregionale Projekte geworden. Sie kommunizieren im Rahmen ihrer Möglichkeiten die vorhandene Vielfalt kreativer Projekte und haben neben Ausstellungsraum und Laden mit dem Coworking Space Ständige Vertretung Dortmund einen Ort der Kommunikation vielfältiger loser Netzwerke und Einzelinteressen geschaffen. In Kooperation entwickelte Veranstaltungsformate haben die Vernetzung in der Region und darüber hinaus verbessert. Das Magazin bleibt ein wichtiges Medium, um Inhalte aus dem Ruhrgebiet auch in andere Regionen zu transportieren. Natürlich ist der Austausch in den Metropolen wie Lon-

don, Berlin oder Hamburg für junge Designer bestimmt intensiver, vor allem „durch das Mehr an Internationalität, die dort angesiedelten großen Agenturen und Produktionshäuser, aber lukrative Jobs gibt es auch hier am Standort Ruhrgebiet.“

Interview mit Reinhild Kuhn, Heimatdesign, im Juni 2013, Dortmund  
Weitere Informationen:  
[www.heimatdesign.de](http://www.heimatdesign.de)

TYP 3 MULTIPLIKATOREN

# NEUE KOLONIE WEST

## Rundgang



# NEUE KOLONIE WEST E.V.

Ein anderes Beispiel ist die Neue Kolonie West e.V. Das Projekt wird programmatisch und konzeptionell seit der Gründung 2010 von Simone Czech (galerie143), Marc Röbbbecke (Heimatdesign), Stephanie Brysch (Künstlerin) Annika Schmermbeck (Designerin) und Daniel Sadrowski (Projektraum Fotografie) geleitet. „Der räumliche Mittelpunkt unserer Arbeit ist das Unionviertel in Dortmund, der thematische Fokus ist die Vernetzung der Kreativen vor Ort und die Schaffung von Wahrnehmung der Akteure nach Außen, Sichtbarkeit von ur-

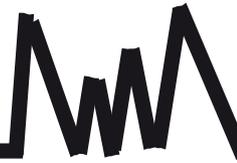
banen Räumen, die sonst einer Öffentlichkeit verborgen bleiben. Die Attraktivität des Stadtteils wird durch die mittlerweile quartalsweise stattfindenden Rundgänge gesteigert; Besucher kommen nicht nur aus ganz Dortmund, sondern auch von außerhalb der Stadt und des Ruhrgebiets“, beschreibt Annika Schmermbeck das Projekt. Das Ziel der Neue Kolonie West ist es, „etwas zu bewegen, Sichtbarkeit zu schaffen, um auch Besucher und Interessierte an die Orte hinter dem Dortmunder U zu locken,

um zu zeigen: Auch abseits der großen Kreativleuchttürme sind kreative Menschen unterwegs und haben etwas zu sagen und zu zeigen. Um das Dortmunder U herum gab es noch vor drei Jahren eine Menge Leerstand, der heute gar nicht mehr in dem Maße existiert, in dem die Neue Kolonie West temporäre Ausstellungen an einem Abend präsentieren konnten. Das war das Konzept – ein Abend, drei Orte, und am nächsten Tag war alles wieder vorbei. Jeden Monat, komplett selbst finanziert und organisiert.

Spontan entstanden, kontinuierlich organisiert, engagiert geführt, sozial vernetzt. Von diesen drei Standorten aus, mit denen die Gründungsmitglieder der galerie143, Projektraum Fotografie und das Atelier Halb12, erfolgte der Startschuss, aus dem sich bis heute rund 25 weitere Standorte im Jahr 2013 dazugesellten, die die Neue Kolonie West entlang der Rheinischen Straße als Netzwerk verortet. In jüngster Zeit steigt die Nachfrage nach Raum im Quartier an. Neue Kooperationen sind durch die gute Vernetzung im Quartier entstanden, durch den ungezwungenen und informellen Austausch, durch das große Interesse an dem Quartier, sowie durch den Vorteil, dass einige Akteure und Kreative selbst in dem Viertel wohnen.“

TYP 3 MULTIPLIKATOREN

Interview mit Annika Schmermbeck, Neue Kolonie West e.V. im Juli 2013, Dortmund  
Weitere Informationen: [www.neuekoloniewest.de](http://www.neuekoloniewest.de)



## TYP 4 FESTIVALMACHER

Böse Zungen behaupten, dass in der Metropolregion Ruhr nach der Ära der industriellen Massenproduktion nur kulturelle Massenveranstaltungen durchgeführt wurden: Industriekultur. Getreu dem regional vertrauten Muster „Big is beautiful“ hat man seit den 1980er Jahren statt Stahl in großen Quantitäten Kultur in großen Stückzahlen produziert: Massenkompabile Open-Air-Veranstaltungen, mit Star-DJs, große Inszenierungen mit Star-Dirigenten. Das war planbar, kalkulierbar, somit eine sichere Sache und wurde mitunter durch global agierende VeranstalterInnen im Ruhrgebiet lanciert.

Jedoch ist schon früh der Wunsch nach einem verfeinerten Geschmacksangebot, nach genrespezifischen Variationen kultureller Veranstaltungen groß geworden. Nicht Masse sollte im Vordergrund stehen, sondern Klasse, das Besondere, das Unerwartete aus dem Ruhrgebiet und aus Europa. Derartige Veranstaltungen brauchen eigentlich immer zwei zentrale Akteure. Zum einen MacherInnen, die Musik, Kunst, Design und so weiter verstehen, die einzelnen AutorInnen kennen und daraus in der Lage sind, ein Profil, ein Format wiederum für andere zu entwickeln. Zum anderen braucht es das Publikum, das auf ein derartiges Angebot reagiert, eine Bindung zum Festival entwickelt und immer wieder gerne kommt.

Festivalmacher in diesem Sinne sind mehr Scouts von kulturellem Kapital als Veranstaltungsorganisatoren: Sie knüpfen Beziehungen zu KünstlerInnen und versprechen ihnen ein besonderes und einzigartiges Event, bei dem ihr spezifisches Profil zur Geltung kommt. Gleichwohl müssen Festivalmacher sofort ihr Beziehungskapital in einer Stadt und einer Region makeln, sie müssen für ihr besonderes Gut Finanzierungen, Presse und – nicht weniger wichtig – ideelle Unterstützung generieren. Festivalmacher sind somit die zentralen Beziehungsmakler von sozialem und kulturellem Kapital, die Neues entdecken, globale Beziehungen und Netzwerke temporär und kurzweilig für ein paar Tage an einer Stadt zusammenzurren und im Rahmen eines Formats und Events zur Geltung bringen.

Was bleibt ist der emotionale Überschuss, es für einige Tage geschafft zu haben: besondere Kultur sicht- und hörbar zu machen. Was wären wir ohne diese MacherInnen? Hier zeigt sich, dass KulturveranstalterInnen und Festivalmacher zu Innovationstreibern werden. Bottom-Up aus einem Spaß- und Freizeitzusammenhang gegründet, haben derartige Festivals eine hohe regionale Identität sowie Affinität zum Standort. Die MacherInnen dieser Formate stehen für Identität, in dem

sie weniger auf Skalenerträge setzen und sich ihre gute Idee nicht schnell in bare Münze auszahlen lassen wollen oder gar in größere Festivals zu integrieren gedenken. Sie sind sich ihrer gesellschaftspolitischen Verantwortung bewusst und können gerade aufgrund der Kleinteiligkeit der Festivals, der persönlichen Beziehungen und der Überschaubarkeit neue Formate ausprobieren, neue Ideen testen und neue Beziehungen zwischen kultureller Praxis und zum Beispiel Fragen der Energieeffizienz spielerisch und zugleich innovativ erproben.

Beispiel 1: n.a.t.u.r.-Festival, Bochum

Beispiel 2: Constellationen, Caritasverband Herten e.V.

Ein besonderes Beispiel, das seit wenigen Jahren das Ruhrgebiet und Europa zu überraschen versteht, ist das n.a.t.u.r.-Festival in Bochum: Junge VeranstalterInnen im Musikbereich begannen vor drei Jahren, regelmäßig in der Rotunde, dem ehemaligen Bochumer Bahnhof, die Jahrzehnte lang von der Deutschen Bahn nicht mehr genutzt wurde, Konzerte und Partys zu veranstalten. Zusammen mit der ebenfalls sehr jungen Ruhrstadt Gartenmiliz kamen Kevin Kuhn und Janwillem Huda auf die Idee, das grüne Thema, also Fragen der Energieeffizienz, der Ressourceneinsparung, alternativer Mobilitätsformen mit in diesen Musik- und Party-Veranstaltungen zusammenzuführen, um mehr Aufmerksamkeit unter einer jungen Zielgruppe für ein gesellschaftliches und politisches Thema zu generieren. Das habe sich dann, so Nadin Deventer, die das Festival seit 2013 mit leitet, Anfang 2010 in Bochum so schnell herumgesprochen, dass sich relativ spontan weitere lokale Initiativen und Macher angeschlossen haben. Bereits im ersten Jahr habe sich dadurch rund um die Rotunde herum ein buntes, anarchisches Festival entwickeln können, von, durch und für alle. Anarchisch, weil das Festival als solches zur Disposition gestellt wurde: Es wurde mit Teilnehmungsformaten experimentiert, es wurde der Stadtraum Bochums mit einbezogen, es wurden Interventionen

geplant und durchgeführt, kurzum, die BesucherInnen avancierten zu MitmacherrInnen, anstatt, dass sie in der bekannten Rolle des Kulturkonsumenten verharren. n.a.t.u.r.-Festival: natürliche Ästhetik trifft urbanen Raum.

Ein Festival mit einem so offenen und interdisziplinären, experimentellen Ansatz gab es bis dato nicht in Bochum und im Ruhrgebiet und ist selbst in Deutschland und Europa als innovatives Projekt selten anzutreffen. Der große Zulauf seitens der Akteure, MacherInnen und Initiativen belegt seit drei Jahren die Relevanz des Festivals, sich auch außerhalb des eng gefassten Kulturbereichs und seiner Präsentationsformate zu bewegen und somit gesellschaftlich aktuelle Themen und Fragestellungen auch künstlerisch aufzugreifen und zu reflektieren. Im dritten Jahr seines Bestehens ist es zudem gelungen, wichtige öffentliche Institutionen und Förderer als Unterstützer (insbesondere auf Landesebene) und Sponsoren zu gewinnen. Dieser Professionalisierungsprozess spiegelt sich auch in der Organisationsstruktur wider: Seit 2013 arbeitet ein vierköpfiges Team aus selbstständigen KulturmanagerInnen an der Planung und Etablierung des Festivals, das an zwölf Tagen über 170 Programmpunkte in die Stadt und auf die Bühnen gebracht und über 10.000 ZuschauerInnen begeistert hat. Die rasante Ent-

wicklung zeigt sich auch an nationalen und internationalen Beiträgen und einer dramaturgisch klugen Programmierung der dritten Edition, wofür sich insbesondere Nadin Deventer verantwortlich zeichnen kann. Das n.a.t.u.r.-Festival ist ein roher Diamant, es muss dauerhaft mit viel Fingerspitzengefühl gehegt und gepflegt werden.

Zweifelsohne ist ein partizipatives und auf das Mitmachen ausgerichtete Festival durch eben die sogenannte Crowd bestimmt, die Gemeinschaft der MitmacherrInnen, GestalterInnen und TeilnehmerInnen. Ganz wesentlich verstand Deventer es aber, dem Festival mit dramatisch geringen finanziellen Mitteln und trotz geringer Vorlaufzeit ein zugespitztes Profil zu verleihen sowie die notwendige Professionalisierung auch und gerade in einem basisdemokratisch ehrenamtlich ausgerichteten Organisationsumfeld einzupflegen. Denn eines scheint der Erfolg zu belegen: Bietet man im Ruhrgebiet gute Experimente an, kommen auch die Menschen, gleichwohl muss sodann ein derartig experimenteller Rahmen auch professionell und nicht nur spontan gerahmt sein.

Interview mit Nadin Deventer, n.a.t.u.r.-Festival im Mai 2013, Bochum  
Mehr Informationen:  
[www.2013.festival-natur.de](http://www.2013.festival-natur.de)

# N.A.T.U.R.-FESTIVAL

TYP 4 FESTIVALMACHER





## CONSTELLATIONEN

Weiteres Beispiel einer Beziehungsmaklerin von sozialem und kulturellem Kapital ist Freia Lukat vom Caritasverband Herten e.V.: „Constellationen ist ein Projekt zur Förderung der interkulturellen Stadtidentität und entgegengesetzt der meist defizitären Sicht auf Bevölkerungsgruppen in Kommunen setzt dieses Projekt bei den Fähigkeiten und Talenten der Bürger ein. Erstmals startete Constellationen im Jahr 2010. Entstanden im Kulturhauptstadtjahr 2010, wurde Constellationen – Ein Festival zur Förderung der interkulturellen Stadt-

identität das erste Mal im Rahmen eines zweitägigen Festivals im Juli 2011 durchgeführt. Initiiert wurde es durch den Caritasverband Herten. Im Vordergrund stehen die Gemeinsamkeiten der Menschen und nicht das Trennende, somit werden Kunst und Kultur als Träger für soziale Kompetenzen benutzt. Mitwirkend an Constellationen sind in den letzten drei Jahren 60 ProjektleiterInnen, die eigenverantwortlich und ehrenamtlich teilnehmen sowie an die 600 BürgerInnen, die gemeinsam die Ideen zur Wirklichkeit werden lassen.

Während der Erarbeitungsphasen entstehen somit neue Bekanntschaften, und aus vorher fremden Individuen entwickelt sich eine tragende Gemeinschaft. Durch die Möglichkeit des Austausches, des Kennenlernens und der gemeinsamen Erfahrung werden Annahmen und Vorurteile durch gemeinsame Erfahrungen ersetzt. Im Vordergrund stand das gemeinsame Engagement der Menschen und der Wunsch nach einem Inklusionskonzept, bei dem sich die Menschen mit ihren Ideen, Talenten und Ressourcen einbringen können. Das Zu-

sammenleben von über 100 Nationen und einer eher institutionalisierten Integration war mit ein tragender Faktor zur Entstehung des Projekts. Durch die städtischen Herausforderungen des Strukturwandels, der hohen Arbeitslosigkeit, der schrumpfenden und älter werdenden Bevölkerung wurde deutlich, dass ein generations- und kulturübergreifendes Projekt zur Entwicklung einer soziokulturellen Stadtidentität sinnvoll und wichtig ist, um durch das gemeinsame Handeln in neuen Kontexten die in der künstlerischen Auseinandersetzung gewonnenen Erfahrungen in den Lebensalltag hineinwirken zu lassen, um gemeinsam für die Zukunft zu lernen. Constellationen ist bewusst nicht institutionalisiert und spricht den Menschen an. Jeder kann mitmachen, es ist offen für alle, unabhängig der sonstigen Bezüge und Verbindungen. Die Idee, dass Bürger eigenverantwortlich die Soziokultur in ihrer Kommune beeinflussen, würde konterkariert, wenn Vereine und Institutionen angesprochen wären. Constellationen basiert auf der Idee, dass sich Menschen auf den Weg machen, gewohnte Strukturen verlassen und sich auf neue Erfahrungen in neuen Gruppenkonstellationen einlassen. Bevölkerungs- und Altersschichten werden angesprochen, die über eine Vielzahl von Projekten (Tanz, Musik, Theater, Literatur und unterschiedlichste sportliche und darstellerische Aktivitäten) Menschen zusammenkommen lassen, die sich vorher aufgrund ihrer unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten nie begegnet wären.“

Interview mit Freia Lukat, Festival Constellationen des Caritasverband Herten e.V. im Juli 2013, Herten  
 Weitere Informationen:  
[www.caritas-herten.de](http://www.caritas-herten.de)

## TYP 5 RUHRBANIZER

Neue Kollaborationsformen sind in den vergangenen Monaten und Jahren als Reaktion auf vielschichtige Krisen in der Praxis aufgetaucht. Ob in Bezug auf die Wohnung, den Arbeitsort, das eigene Fachwissen oder im Bereich der Mobilität, nahezu alle Lebensbereiche erreicht der Trend zum Teilen und zum Tauschen. Diese konkreten Praxisformen werden nicht nur von trendbewussten und zugleich reformbereiten Hipstern praktiziert noch haben sie wenig mit neuromantischen Visionen zu tun. Sie sind konkrete Exit-Optionen nach der schattigen Ära. Die gegenwärtige Krise in Europa gibt Anlass, vertraut gewordene Maximen ökonomischen und sozialen Handelns zu überdenken. Gerade wenn Gewinnmaximierung aufgrund steigender Externalitäten fraglich wird, Exklusivität von Wissen und Informationen keinen Wettbewerbsvorteil mehr verschafft, wenn die Komplexität von ökologischen und gesellschaftlichen Problemen nicht mehr mit Hilfe selektiver und technokratischer Expertenlösungen bewerkstelligt werden kann, dann werden neue soziale Innovationen gebraucht, die individuell sinnstiftend, sozialen Mehrwert schaffend und zugleich ressourcensparend sind.

Kulturtechniken des Sharings umfassen weite Bereiche von Gütern, Räumen, Prozessen, (Arbeits-)Technologien und Infra-

strukturen. Sie aktualisieren und transformieren alte Vorstellungen vom ewigen Besitz, dauerhaft gültigen Technologien und hochpreisigen Investitionen in Räume, Geräte und andere für Arbeitsprozesse wichtige Ressourcen – und sind damit als Antworten auf eine globale Krise von Werten und Wirtschaft zu sehen: Antworten, die lokal und konkret und oft gemeinnützig sind.

Als Kulturtechnik des Pops ist das Teilen von musikalischen, textlichen und sprachlichen Artefakten genuin für einen großen Teil unserer gegenwärtigen Kultur verantwortlich. Blickt man zurück, so sind diese sozialen Innovationen, Praktiken des Teilens und Tauschens also und das damit verbundene Neuerfinden von Kultur immer auch Reaktion auf globale Krisen. Als Reaktion auf die Widersprüchlichkeiten der Moderne der 1910er und 1920er Jahre bildeten sich Reformbewegungen: von naturverbundenen Wandergruppen bis hin zu künstlerischen und gestaltenden Experimentiergruppen abseits der unübersichtlichen Großstadt. In den 1960er und 1970er Jahren formierten sich Community Bewegungen gegen ökologische und politische Krisen und bildeten den argumentativen Boden für die Ökologiebewegung der 1980er Jahre. Während die alten Repräsentanten der

etablierten Funktionssysteme Bankenwelt, Politik und Großhandel um Steuersätze, Schuldentilgung und Kreditrettungsschirme feilschen, hat sich eine wachsende Sharing-Community – oft mehrheitlich die nachwachsende Generation – auf den Weg gemacht, ein alternatives Modell vorzuführen. Diese innovativen Kollaborationsformen finden nicht nur in bekannten Bereichen von Ökologie, Ernährung oder Softwareentwicklung und sogar der Automobilität statt. Bei LocalMotors aus Detroit arbeitet eine virtuelle Gruppe an Autoentwicklungen, welche durch Crowdfunding zu realen Fahrzeugen werden. Man kollaboriert beim Prototyping von zukunftsfähigen Autos und teilt das Wissen im Zuge der Bewertung anderer Ideen. Auf [www.tamyca.de](http://www.tamyca.de) teilen die User ganz konkret ihre eigenen Autos in der direkten Nachbarschaft. Insgesamt wächst die Gruppe an Menschen, die eher Autos teilen als sie zu besitzen, so dass nun auch BMW und Daimler mit [www.car2go.com](http://www.car2go.com) und [www.drive-now.com](http://www.drive-now.com) daraufzusetzen versuchen, um ihre Modelle nicht nur zum Kauf, sondern auch zur flexiblen Miete anzubieten.

Kollaboration avanciert zu einer Grundbedingung sozialer Innovationen. Teilen als Ausdruck selbstbestimmter gesellschaftlicher Praxis bedroht nicht das erworbene Wissen, Güter und Infrastrukturen, es op-

timiert sie und schafft soziale Mehrwerte zwischen Menschen mit ähnlichen Zielen und Einstellungen. In diesen Communities wird weniger ideologisch als praxisnah nach alternativen Formen der Wissensproduktion gesucht. Die Suche nach Lösungswegen aus der gegenwärtigen Krise ist also schon in vollem Gange. Was es braucht, sind gute Ideen, eine kritische Masse an Mitwirkenden und zuvorderst PromotorInnen, die vordenken und zugleich mitmachen.

Beispiel: VeloCityRuhr, Ruhrgebiet

# VELOCITYRUHR

*VeloCityRuhr wurde mit der Idee initiiert, alle Informationen zum Radfahren im Ruhrgebiet zusammenzutragen sowie die damit verbundenen Akteure zu vernetzen und zuletzt schließlich gemeinsame Projekte zu planen und durchzuführen, um das übergeordnete Ziel, das Fahrrad als führendes Verkehrsmittel im Ruhrgebiet zu etablieren, zu erreichen. VeloCityRuhr ist ein Sharing-Projekt, getragen von der kritischen Masse von Mitmachern – fahrradbegeisterten Menschen aus dem Ruhrgebiet“, sagt Julia-Lena Reiner mann. Sie ist eine von vielen MitmacherInnen, die sich zudem im Rahmen eines Forschungsverständnisses, das Theorie und Praxis vereint, an der Universität Duisburg-Essen zusätzlich mit Fragen der Neuen Sozialen Bewegungen beschäftigt.*

*Julia-Lena Reiner mann: „Das Projekt VeloCityRuhr entstand im Rahmen der Leitbildentwicklung „GreenUrbanCampus“ der Universität Duisburg-Essen (UDE). Dieser Prozess wurde seitens der Initiative für Nachhaltigkeit e.V. mit Unterstützung des Rektorates der UDE im Jahr 2011 auf*

*mehreren Open-Space-Veranstaltungen mit Personen aller Hierarchieebenen initiiert.“ Die entscheidende Motivation für das Hervorkommen des Projekts VeloCityRuhr „ist die Überzeugung, dass durch die Verlagerung von Verkehr auf das Fahrrad die natürliche Umwelt entlastet wird, weniger Abgase (insbesondere Feinstaub und Kohlendioxid) und weniger Lärm entstehen, dies einen geringeren Flächenverbrauch zur Folge hat und zudem weniger Unfälle mit Tieren entstehen. Durch die erhöhte körperliche Bewegung profitieren die Radfahrer direkt durch eine bessere physische wie psychische Gesundheit, und entsprechend wird die Volkswirtschaft entlastet. Basis des Projekts VeloCityRuhr war, dass sich zunächst Leute engagieren, die Informationen recherchieren und aufzubereiten, und dass die entsprechenden Netzwerkakteure sich darauf einlassen, sich zu vernetzen und miteinander zu kooperieren; hier spielen sowohl Interesse als auch verfügbare Ressourcen eine entscheidende Rolle.“*

*In der Praxis entfalten kleine Ansamm-*

*lungen von Radfahrern im Straßenverkehr eine subtile wie subversive Praxis. Neben den positiven Effekten auf Lärmreduktion, Ressourceneinsparung und individuelles Wohlbefinden schafft die bloße kritische Masse, die Critical Mass auf den Straßen einen nicht intendierten Flashmob-Effekt. Der Straßenverkehr rollt langsamer, es kommt zu kleineren Verkehrsblockaden und Entschleunigungen der alltäglichen Verkehrslawine. Ebenso führt der Spaßfaktor, in der Gruppe zu radeln, zu einer temporären Eventisierung des Straßenraums, eine Art Slow Motion der Tour de France im Ruhrgebiet: Man winkt zu, beobachtet, applaudiert und macht dabei auf die Potentialität des Radfahrens aufmerksam. Gesellschaftliches Statement und Spaß gehen Hand in Hand.*

*Julia-Lena Reiner mann: „Es fügen sich illustre Netzwerkpartner unter das Projektdach von VeloCityRuhr.“ So kommen „Mit Kind und Rad sicher im Alltag (KuRSa) – Netzwerk für Radfahren mit Kindern in Essen“ dazu, des Weiteren bildet sich diese Szene im Netz ab wie „VeloWikiRuhr – Wiki für Fahrradmobilität im Ruhrgebiet“, ebenso bei „Wir sind VeloCityRuhr“ – Radfahrerportraits in Anlehnung an wearetraffic.de, sportliche Komatantinnen wie „Die Matschhühner – Netzwerk von MTB-Frauen“, Technikspezialisten wie das Fahrradhaus Dortmund – VCD-Ableger des Erfolgsprojekts aus Hamburg oder das International Cycling Film Festival – ein jährlicher Kurzfilmwettbewerb in Herne. Eine soziale Komponente stellt die VeloKitchen Dortmund dar – eine Fahrradselbsthilfwerkstatt mit Küche als Treffpunkt für Schrauber und Köche und solche, die es werden wollen. Regional übergreifend ist die „Fahrrad-Sternfahrt Dortmund“ – um das westfälische Pendant zu den Stern-*

*fahrten in Köln und Düsseldorf zu nennen, die von der Stadt Dortmund, ADFC Dortmund, Hamm, Iserlohn/Märkischer Kreis, Unna, Vest/Recklinghausen, Witten, VCD Dortmund-Unna und der VeloKitchen Dortmund getragen werden.“*

*Die von unten kommende kritische breite Masse praktiziert somit unideologische Alternativen und wirkt mit Spaß an der Transformation von Mobilitätsaktionen mit, die darauf abzielen, das Ruhrgebiet zu lärmfreien Innenstädten mit sauberer Luft und sicherem Straßenverkehr zu verhelfen. VeloCityRuhr praktiziert einen Weg, wie jeder stressfrei und unabhängig durch den Alltag radeln kann. Das geht – meint das Team von VeloCityRuhr. „Ob für direkte Wege oder in Verbindung mit dem ÖPNV: Das Fahrrad ist in einem Ballungsraum, wie dem Ruhrgebiet bestens als führendes Verkehrsmittel geeignet. Zur Etablierung der Marke vernetzt VeloCityRuhr Bürger, Hochschulen, Initiativen, Schulen, Städte, Unternehmen und Vereine, die bereits ihren Beitrag rund um alle Aspekte des Radverkehrs leisten, wobei ein Fokus auf der Alltagsmobilität liegt. Ob Infrastruktur, Service, Kommunikation, Information oder Rahmenbedingungen: VeloCityRuhr erfasst diese Informationen weitgehend und verbreitet sie.“ Als zentrale Plattform dient die Website [www.velocityruhr.net](http://www.velocityruhr.net), mit der weitere Profile im Web 2.0 – wie zum Beispiel VeloWikiRuhr – verknüpft sind. Hier werden Ideen diskutiert, Informationen ausgetauscht und Projekte angestoßen. Die kritische Masse ist bereits unterwegs, satteln Sie um, lautet die Devise, Sie sind nicht alleine, viele fahren bereits (mit)!*

*Interview mit Julia-Lena Reiner mann, VelocityRuhr im Juni 2013, Essen*  
*Weitere Informationen:*  
[www.velocityruhr.net](http://www.velocityruhr.net)

## TYP 5 RUHRBANIZER



## TYP 6 UPCYCLER

Heimwerkstätten sind Archive alltagsrelevanter Kompetenz. Heute spricht man von sogenannten Maker Spaces: Räume, in denen eine weltweit wachsende Maker-Szene die Idee der Werkstatt neu interpretiert und diese Praxisformen in die Welt hinausträgt. Früher war dies der Bastelkeller, sorgsam am Ende des Kellers oder des Garagenschuppens angegliedert und dabei mit Bedacht und Liebe wie der eigene Augapfel behütet. Er war lange Zeit der Ort, in dem der Patron der Familie reparieren, kleine Traumwelten bauen, seinen Leidenschaften frönen und zugleich durch Reparaturen den familiären Haushalt in Schuss halten konnte. Gleichwohl ist es der Ort, an dem handwerkliche Fähigkeiten weitergegeben, an technischen Problemen gebastelt und ebenso experimentiert werden konnte. Hat nicht jeder epochale wirtschaftliche Wandel in den letzten 150 Jahren diesen alltagsrelevanten Mikro-Reparaturwerkstätten stillschweigend den Kampf angesagt? Die Industrialisierung griff die vielfältigen Kompetenzen der bäuerlichen handwerklichen Fähigkeiten an, indem sie die Menschen in standardisierte Produktionsprozesse drängte. Die wachsende Konsumindustrie des 20. Jahrhunderts griff sodann die Reparaturfähigkeit billiger Massenartikel an. Repariert werden konnte nicht mehr, die Wegwerfära begann. Die Digitalisierung

und wachsende Immaterialisierung schien zu Beginn des 21. Jahrhunderts zunächst mit ihrer Virtualität und fehlenden Haptik und Greifbarkeit durch die Bits und Bytes den Hammer und den Nagel, die Säge und die Schraubzwinde obsolet werden zu lassen. Nicht zuletzt der Siegeszug verschiedener Baumärkte kann als eine Form der Renaissance des eigensinnigen Werks und Reparierens gelesen werden, mit Hilfe dessen viele Menschen ein Mindestmaß an Autonomie im Vollzug des amateurlastigen Gestaltens ihrer Lebenswelt zurückzugewinnen versuchen.

Seit einigen Jahren gibt sich eine weltweit wachsende Upcycling-Szene zu erkennen: Doch diese Werkstätten sind mehr als nur das herkömmliche männlich dominierte Rückzugsrefugium der letzten 25 Jahre. Für sie sind offene Werkstätten, Maker-Labs, Dingfabriken und Open Design Cities Orte neuer Herstellung, neuer Produktionsphilosophien wie Open Innovation und Crowdsourcing und daher auch neue soziale wie materielle Wertschöpfung. Ganz wesentlich dabei ist die Beobachtung von DesignerInnen und ArchitektInnen, den materiellen Stoffkreislauf zu unterbrechen und aus bereits vorhandenen Materialien ressourceneinsparend etwas Neues zu erschaffen. Akteure der Upcycling-Szene betrachten Upcycling nicht nur als Sichtweise auf Produktion und Nutzung

Beispiel 1: Chaostreff Dortmund

Beispiel 2: DEZENTRALE Dortmund

Beispiel 3: Studio umschichten, Bochum/Stuttgart

mit dem Ziel der Nutzungssteigerung und Materialausreizung. Kleider sollen Kleider bleiben und werden neu kombiniert, Häuser sollen nicht abgerissen werden, sondern schlau umgebaut und aktualisiert werden. Vielmehr betrachten sie gerade ortsspezifische Materialflüsse und Produktionsprozesse, um orts- und regionalspezifische Antworten des Upcyclings zu entfalten. Produktion und Identität finden eine neue Plattform des Agierens.

Derartige neue Orte und Werkstätten der offenen Produktion haben sich mittlerweile in Deutschland im Verbund sogenannter Offener Werkstätten vereint. Dort treffen Laien und Experten, Alte und Junge zusammen. Der Verbund bildet das bunte Spektrum verwirklichter Infrastrukturen zum Selbermachen ab: Workshops, Repair Café, Upcycling, Siebdruck – Werkstätten, Fab-Labs und Dingfabriken. Es sind neue Orte, an denen mit unterschiedlichsten Formaten neue Impulse vermittelt und Anreize geschaffen werden, sich mit drängenden gesellschaftlichen Herausforderungen praktisch auseinander zu setzen. Die rasante Zunahme derartiger Maker-Kulturen seit zwei, drei Jahren ist eng mit dem Aufstieg von sogenannten Hackerspaces verbunden, von denen es mittlerweile über 100 in den Vereinigten Staaten gibt. Hackerspaces ermöglichen Gleichgesinnten, ihre Ideen, Werkzeuge und Fähig-

keiten zu tauschen. In den USA sind die bekanntesten Noisebridge, A2 Mech Shop, Artisan Anstalt etc. Mittlerweile werden traditionelle Universitäten immer neugieriger und verbinden sich mit den Maker-Szenen wie zum Beispiel das Massachusetts Institute of Technology (MIT). Eingebunden ist die Kultur des Upcyclings in eine breite Bewegung von Maker Spaces, Hacker Spaces, offenen Werkstätten und Tech Shops, die erst einmal für viele Menschen eine Option darstellen, die sie in ihrem Leben, ihrem Alltag, ihrer Berufstätigkeit oder in ihrem Alltag so nicht mehr auffinden. Diese Entwicklung gibt aber auch einen schlaglichtartigen Hinweis darauf, dass das Digitale gerade in die Welt der Atome zurückführt. „Atoms are the new bits“ lautet das Credo der wachsenden Maker-Szene. Mittels Fabling- und Rapid-Prototyping-Technologien – ein Fertigungsverfahren zur schnellen und kostengünstigen Fertigung von Modellen, Mustern, Prototypen, Werkzeugen und Endprodukten anhand von 3D-CAD-Daten – lassen sich hochkomplexe Produkte in der eigenen Garage oder in halb-öffentlichen Werkstätten herstellen. Die digitale Produktionsweise sucht somit kreative Räume, in denen jungen Ideenentwickler gemeinsam arbeiten können.

# CHAOSTREFF DORTMUND

„Der Chaostreff Dortmund ist eine bunt gemischte Gruppe aus computer-, technikbegeisterten und kreativen Menschen, die seit 2009 in der Dortmunder Nordstadt existiert. Dezentral organisiert und nicht kommerziell orientiert, steht der Chaostreff Dortmund zweimal die Woche jedem Interessierten offen. Gemeinsam oder unter Anleitung wird hier getüftelt, in unregelmäßigen Abständen kann im Chaostreff jeder Interessierte Vorträge über

verschiedene Themen technischer und auch nichttechnischer Natur halten oder Workshops anbieten. Im Rahmen des Cyberleiber-Festivals 2013 verlegte der Chaostreff Dortmund seine Arbeitsräume vier Tage ins Rangfoyer des Schauspiels Dortmund. Dort arbeiten und diskutierten sie im Austausch mit dem Dortmunder Publikum. Die Forschungsfelder: Quadrocopter (Mini-Hubschrauber mit vier Propellern), Synthesizer-Bausätze für elektronische

Musik und Klangteppiche sowie 3D-Drucker für alle möglichen Experimente und überhaupt der Kampf für Datensicherheit.“

Der Text entstammt der Webseite des Chaostreff Dortmund sowie der Webseite des Cyberleiber-Festival 2013.

Weitere Informationen:  
[www.chaostreffdortmund.de](http://www.chaostreffdortmund.de)  
[www.cyberleiber-festival.de](http://www.cyberleiber-festival.de)

TYP 6 UPCYCLER

# DEZENTRALE DORTMUND

Jürgen Bertling, Projektinitiator der DEZENTRALE Dortmund und Mitarbeiter des Fraunhofer UMSICHT: „Die DEZENTRALE Dortmund ist ein Gemeinschaftslabor, das sich vor allem den drängenden ökologischen und sozialen Zukunftsfragen widmet. In partizipativen Teams kooperieren Laien und Experten und bringen ihre Kompetenzen in fachliche Projekte ein. Wesentliches Ziel ist dabei, die Reduktion des Bürgers auf seine Funktion als Konsument zu überwinden und ihn als Ko-Entwickler ernst zu nehmen.“ Die DEZENTRALE Dortmund hat ihren Betrieb im Juli 2013 in den Räumen der Bürogemeinschaft bureau hintenlinks

aufgenommen. Während dort DesignerInnen aus dem Bereich Grafik, Animation und Webgestaltung, IngenieurInnen und Schmuck- und ObjektgestalterInnen ihre festen Arbeitsplätze haben, bietet die DEZENTRALE Dortmund zudem bis zu vier Arbeitsplätze und eine Werkstatt mit Grundausstattung und 3D-Drucker für temporäre Projektarbeiten an. Zweimal im Monat findet ein offener Werkstattabend zur Diskussion neuer Projekte statt. „Offen steht die DEZENTRALE Dortmund engagierten Bürgern, Amateuren und Experten, Nerds, Handwerkern und Wissenschaftlern, Designern, Ingenieuren und Naturwissenschaft-

lern; sie ist eine Initiative von Fraunhofer UMSICHT (Oberhausen) und Design4Science GbR. Unterstützt wird es von der Folkwang Universität der Künste (Essen) und dem Kulturwissenschaftlichen Institut (Essen). Das Projekt entstand als Folge eines strategischen Projektes innerhalb der Fraunhofer-Gesellschaft, in dem neue und effizientere Wege zu Nachhaltigkeitsinnovationen gesucht wurden. Dabei stellten sich Interdisziplinarität und Partizipation immer wieder als zentrale Punkte für eine umfassende Nachhaltigkeitsorientierung dar.“

Interview mit Jürgen Bertling, DEZENTRALE Dortmund im Juli 2013, Dortmund

Weitere Informationen:  
[www.sustainnovate.de](http://www.sustainnovate.de)

TYP 6 UPCYCLER

# STUDIO UMSCHICHTEN

Ein weiteres Beispiel für Upcycling stellt das Architekturbüro studio umschichten dar: Im Rahmen eines von Urbane Künste Ruhr initiierten Stadtlabors bekamen studio umschichten den Auftrag, Bochum mit künstlerischen Praktiken zu untersuchen. studio umschichten wühlte in bestehenden Strukturen und Netzwerken, frischte diese auf und brachte sie während des n.a.t.u.r.-Festivals (siehe Seite 43) in Bochum 2013 untereinander ins Gespräch. studio umschichten versteht sich als Labor und externes Projekt, wodurch es „in der Lage ist, Tabus unvoreingenommen zu thematisieren. Es funktioniert als Medium für geheime Wünsche und Träume.“ Während des n.a.t.u.r.-Festivals 2013 setzte sich studio umschichten mit der Ikone des Förderturmes auseinander; seiner Auffassung nach galt es, an der „kollektiven Transformation eines Symbols der Arbeit“ zu wirken, das, so dies gelingt, seiner Ansicht nach „neue Identität zu stiften im Stande ist und Energien freisetzen kann“. In ihrer mehrtägigen Auseinandersetzung während des n.a.t.u.r.-Festivals entwarfen sie aus alten Verbundsystemen, Holzbrettern und Restmaterialien den Prototyp des Bochumer Hockers. Der Hocker hatte die abstrakte Form eines Steinkohle-Förderturms und konnte leicht auf den Kopf gestellt werden. Der Hocker spielt auf die Design-Ikone des Ulmer Bauhaus-Hockers

an, der in den 1950er Jahren in Ulm an der dortigen Hochschule entworfen wurde. Darauf aufbauend entwarfen sie neben dem Prototyp des aus Holz gezimmerten Hockers im größeren Maßstab die performative Idee, einen existierenden „Förderturm in einem kollektiven Akt mit 2000 Bochumern per Hand zu stürzen“. Anschließend, so studio umschichten, „wird dieser in einer Schwerlasttransporter-Prozession durch Bochum gezogen, um an einem anderen Standort in etwas Neues, Benutzbares transformiert zu werden“. Dieses Szenario ist bis dato eine Vision, es verdeutlicht aber sehr konkret die beiden Seiten des Upcyclings. Als konkrete Praxis, aus vorhandenen Materialien einen Prototypen zu denken und herzustellen, sowie als gesellschaftliche performative Praxis, Upcycling zu skalieren und als These selbständiges und neues Denken zu animieren. studio umschichten sucht den Konflikt am Ort des Konflikts, will am diskutierten Objekt diese Diskussion austragen. Dabei will es Fragmente des diskutierten Objektes (Bochumer Hocker) in den öffentlichen Raum (Förderturmabritt in der Stadt Bochum) tragen und dort Meinungen einholen. Die drei Architekten suchen dabei als Upcycling-Experten die „Auseinandersetzung einer möglichen Transformation am betroffenen Objekt. Entweder ein Förderturm oder ein Opel-Werk.“

Es bleibt abzuwarten, ob das Opel-Werk nicht sogar früher geopfert wird, ohne jegliches Zutun der Menschen. Was wäre eigentlich, wenn sich die Stadt Bochum darauf besinnen würde, kollektiv in einem Fünfjahresplan die Stilllegung des Autowerks anzugehen? Früher oder später wird es ohnehin dazu kommen.

studio umschichten sucht daher Städte, „die sich mit ihrer Zukunft auseinandersetzen wollen, die Transformation als einen natürlichen Vorgang, eines sich im ständigen Wandel befindlichen Organismus begreifen und sich immer aufs Neue fragen, wohin sie sich entwickeln wollen.“

Interview mit Lukasz Lendzinski, studio umschichten im Juni 2013, Bochum/Stuttgart

Weitere Informationen:  
[www.umschichten.de](http://www.umschichten.de)

## TYP 6 UPCYCLER



## TYP 7 RUHRGARDENING

Schrebergärtnern gilt vielfach als Sinnbild für Kleinbürgerlichkeit, Spießigkeit und Provinzialität. Es war das Kleinod der Nachkriegsgeneration, sorgte in West- und Ostdeutschland für Ausgleich, Gemüse und Selbstbestimmung. Es war und ist zweifelsohne Arbeit, eine Parzelle produktiv in Schuss zu halten und ihr kleine Erträge für den Eigenbedarf abzurufen. Demographischer Wandel, Werteveränderung und Abkehr von der Vergangenheit haben bis vor einigen Jahren das Interesse am Gärtnern schwinden lassen. Seit einigen Jahren vollzieht sich ein Wandel, junge Familien suchen Bindung zur Scholle, pestizidfreiem Gemüse und einem grünen Kleinod, gerade in Städten mit wenig Grünraum. Urban Gardening heißt der Trend, der sich seit Jahren auffächert in Subthemen wie urbane Subsistenz, Allmendegüter und Spezialistenkulturen wie Bienenkulturen in der Stadt, deren Honig oft besser eingeschätzt wird als der aus der ausgeräumten, industrialisierten Agrikultur peripherer Räume.

Urban Gardening bringt eine pragmatische Sehnsuchtsbestrebung im sozialen und räumlichen Nahraum zum Ausdruck, die nach der Ära der globalisierten Welt, der Multiplizität von analogen und digitalen Netzwerkstrukturen davon erzählt, sich wieder eine eigene Welt zu erschaf-

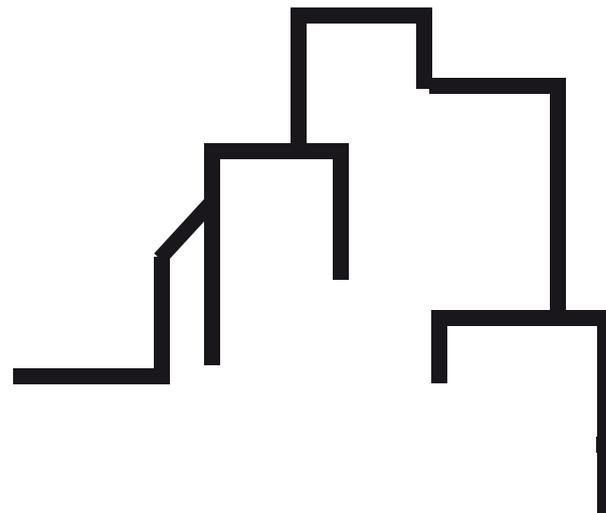
fen, in der das Essen noch so schmeckt und in der sich soziale Beziehungen so anfühlen, wie man es früher selbst geschmeckt und erfahren hat; in dieser heutigen Welt verspricht Urban Gardening wiederum, um mit Gerald Raunig (Fabriken des Wissens, Streifen und Glätten 1, 2012) zu sprechen, Kanten und Ecken, Spitzen und Kerben, um der fehlenden Haptik sowie der verloren gegangenen Zeit im digitalen Zeitalter wiederum eine neue alte zeitliche Griffigkeit zu verleihen. Der Schrebergarten ist modern geworden – und als Ausgleich zur Ortlosigkeit des Digitalen in Mode gekommen.

Man meint, dass in vielen Großstädten eine junge Generation an die Wärme des verloren gegangenen Lagerfeuers im Schrebergarten strömt. Aus dieser mitunter wiederbelebten Romantik erwächst eine Suchbewegung nach der richtigen zukünftigen Parzelle, der sozialen Scholle, auf der soziale, kulinarische und räumliche Wiederbeatmungsversuche vollzogen werden. Denn im Zuge der Suche nach der jeweils richtigen Parzelle hat sich auch die anfänglich stichwortgebende Do-it-yourself-Kultur – ursprünglich dem protestierenden Punk in Musik, Mode und Gesellschaft zugeordnet – reformiert und

sich als Quellgrund neuer Produktionslogiken zur Marke Eigenbau (Friebe/Ramge 2008) gemausert. Es geht beim Urban Gardening nicht nur um individualistische Ziele der Selbstfindung im eigenen Grünen, es geht vielmehr um das Experimentieren mit offenen, unbestimmten Wertschöpfungsstrukturen, die Räume, Sozialität und Ernährung zeitgemäß und zukunftstauglich zu kombinieren versuchen. Auch im Ruhrgebiet sprießen die urbanen Gärten, etablieren sich immer mehr Initiativen und Projekte wie die Ruhrstadt Gartenmiliz, die Essener Gemeinschaftsgärten, BlumenPOTT in Witten und andere.

Beispiel 1: sevengardens, Essen

Beispiel 2: [www.speiseraeume.de](http://www.speiseraeume.de), Dortmund



# SEVENGARDENS

## TYP 7 RUHRGARDENING

Eines dieser unerwarteten Beispiele aus dem Ruhrgebiet ist sevengardens. Vera Dwors, Mitarbeiterin von sevengardens: „Zuerst aus dem Einzelinteresse eines Künstlers erwachsen, der ethisch hergestellte Farben für seine Bilder nutzen wollte, wurde der 1996 erste Färbergarten in Essen gegründet. Durch die Mitarbeit von Grundschulschulkindern und dem Ruhrlandmuseum entstand die erste soziale Skulptur (2000), die Modell für weitere Färbergärten wurde. Dort werden Pflanzen angebaut, aus denen Farben gewonnen werden. Im Kern zielt der künstlerische Ansatz von sevengardens durch die existenziell gefahrlose Färbergartenarbeit darauf ab, Menschen in die Lage zu versetzen, sich das Wissen und die Fähigkeiten anzueignen, zukunftsfähig die eigene Umwelt zu gestalten und die Kompetenzen in dem daraus resultierendem globalen Netzwerk weiter zu entwickeln.“ „Außer Bildung“, so Vera Dwors von sevengardens, die gerade auf den nonformalen und informellen Bereich wirke, „werden Produkte hergestellt, die entweder fair trade oder regional entstehen – etwa Kosmetik, Lacke, Wandfarben, Schminke, Druckfarben, Pflanzensaat, Färberwerkstätten mit Werkzeugen, Textilien und Möbel.“ Kurzum, es entspannt sich aus der Idee, aus Pflanzen Farbe zu gewinnen, ein Wertschöpfungsnetzwerk, das nicht an den Grenzen

des Ruhrgebiets endet. Vera Dwors ist der Auffassung, dass „wir den Strukturwandel, den letztlich sicherlich jede Industriemetropole durchlaufen wird, nur als Bottom-Up-Modell vollziehen werden können. Wir werden sevengardens im Rahmen der Unesco weltweit präsentieren können. Die Methodik von sevengardens als Modellstruktur wird zudem seit 2012 in der Initiative „Metropole machen“ zu einem Wirtschaftsfaktor für die Region avancieren“, so Vera Dwors. Denn sevengardens macht „nur Farbe aus Pflanzen und wer das“, so Vera Dwors, „gesehen und begriffen hat, der merkt, das eigentlich alles möglich ist und was hier im Pott noch so alles los ist.“ Wichtig sei dafür aber eine Informationsstruktur, reale Menschen mit Ideen und reale Orte, wo etwas passiert. Seit 2010 arbeitet sevengardens, unterstützt durch RUHR.2010 als TWINS-Projekt an der weiteren Internationalisierung, wobei der Fokus auf Bildung, Klimaschutz und der weiteren wirtschaftlichen Ausrichtung des bisherigen Projekts liegen wird. sevengardens ist seit wenigen Jahren als Partner aus dem TWINS-Projekt zu dem Projektverbund Seven European Gardens mit 28 Ländern avanciert und hat mit sevengardens-Baltic, sevengardens-Afrika, sevengardens-Türkei Organisationen mit jeweils weiteren großen Partnern vor Ort aufgebaut. Seit 2012 sind Afghanistan, Ta-



dschikistan, Indien, Bali, Chile und Peru dazugekommen.

Interview mit Vera Dwors, sevengardens im Juni 2013, Essen

Weitere Informationen:  
[www.sevengardens.eu](http://www.sevengardens.eu)

# WWW.SPEISERAUME.DE

Im Verbund mit dem Leitmotiv Urban Gardening haben sich aber im Ruhrgebiet nicht nur Praktiker zu erkennen gegeben, ebenso aber Vordenker wie Dr. Philipp Stierand, der mit dem Leitbegriff „Speiseräume“ das Thema Raum im Verbund mit Ernährung weiter denkt: Im Rahmen seiner Dissertation an der Technischen Universität Dortmund (2008) weist er darauf hin, dass „neben einer sicheren Versorgung mit Lebensmitteln Ansprüche wie Vertrauen und Nähe, Nachhaltigkeit, Gesundheit, Genuss und Fairer Handel als New Food Needs in den Vordergrund treten.“ Es würden sich, so Stierand, auf kommunaler Ebene neue Akteure und neue Handlungsspielräume herausbilden – jenseits von klassischen Versorgungsstrukturen und Handelsbeziehungen. Speiseräume sind seiner Auffassung nach neue Laboratorien, aus denen in Städten kreative Projekte vom Nachbarschaftsgarten bis zum Food Policy Council entstehen, die unterschiedliche Themen und Probleme fokussieren und sich an unterschiedliche lokale Anforderungen anpassen. Ernährung sei, so Stierand, mit vielen Aspekten des menschlichen Lebens eng verbunden, die New Food Needs würden viele gesellschaftliche Bereiche durchziehen. Speiseräume werden so zum Labor für die Entwicklung von neuen Versorgungs- und Konsumpraktiken, von innovativen Organisations- und

Wirtschaftsformen. „Stadtentwicklung mit dem Gartenspaten“, so Stierand, verstehe sich als Plädoyer für eine aktive Auseinandersetzung der Stadtplanung mit der Ernährung der Bürger. Stierand beschäftigt sich mit dem Verschwinden sowie der aktuellen Rückkehr lokaler Ernährungspolitik. Er berichtet von der internationalen Diskussion um „Sustainable Food Planning“ und im Rahmen seines Blogs [www.speiseraeume.de](http://www.speiseraeume.de) von Chancen und Problemen der Ernährung in der Stadt. Als Schlussfolgerung definiert er daraus die Notwendigkeit eines urbanen Ernährungssystems und die Umriss einer Stadternährungsplanung.

Interview mit Dr. Philipp Stierand, [www.speiseraeume.de](http://www.speiseraeume.de) im Juli 2013, Dortmund  
Weitere Informationen:  
[www.speiseraeume.de](http://www.speiseraeume.de)



TYP 7 RUHRGARDENING

## TYP 8 EXPERIMENTIERER

Das Ruhrgebiet ist eine Region, die „ohne Migration gar nicht zu denken wäre, die es anders – so, als von Millionen Menschen konstituierter und belebter Ballungsraum – schlicht nicht gäbe. Dennoch findet sich jene selbstverständliche Multi- und Interkulturalität in den etablierten (insbesondere den städtischen/staatlichen) künstlerischen Institutionen nicht angemessen wieder und so auch die Menschen mit Migrationshintergrund nicht anteilig in ihrem Publikum“, so Günfer Cölgecen von Freie Radikale. Und dies, obwohl Interkultur als Wert an sich wie auch als politisches Ziel unbestritten ist.

Wie kommt man also von Utopie zu neuer sozialer Praxis? In seiner fachwissenschaftlich dichten und diskursiv pointierten Streitschrift „Selbst Denken – Eine Anleitung zum Widerstand“ (2013) setzt sich der Sozialpsychologe Harald Welzer auch mit Szenarien für die Zukunft auseinander: Wie können Alternativen in die Welt kommen, wenn die großen Systeme (Politik, Zivilgesellschaft und Religion) dies nicht mehr zu leisten im Stande sind und der Konsumkapitalismus als solcher uns in einer Weise vereinnahmt hat, dass ein Entrinnen nicht mehr möglich zu sein scheint, so dass in dieser Folge der Raubbau an fossilen Ressourcen, an individueller Zeit und an sozialen Kontexten extrem weit vorangeschritten ist? Wie kommen

wir aus der Sache heraus?

Welzer (136) entwirft dabei die Idee, sich auf „mentale Vorgriffe auf etwas in der Zukunft Existierendes“ zu konzentrieren, der „Wunsch also, einen anderen Zustand zu erreichen, als den gegebenen“ (ebenda). Es geht nicht um Übersetzungen von Sozialutopien in der Wirklichkeit, sondern um eine „Zivilisierung durch weniger – weniger Material, weniger Energie, weniger Dreck“ (138).

„Wo aber“, so Welzer (138) „entstehen Orte und soziale Kontexte, an denen es Neugier, Sehnsucht nach Anderem, ein Mehr an Wünschen und Träumen geben kann?“ Es scheint klar, dass es ein geradlinig Daraufzusteuern auch auf die Eckpunkte einer lebensfähigen und lebenswerten Utopie als solche nicht geben kann; was es braucht, sind Orte und Kontexte des Probierens, Experimentierens, Testens und Beobachtens, alles Insignien, die nicht aus der Ära des heroischen Managements rühren, sondern eher Kriterien eines postheroischen Managements aufweisen, wie dies Dirk Baecker 1994 formuliert hat.

Schon seit einigen Jahren vollziehen sich derartige thematische non-lineare Suchbewegungen in größeren Kollektiven, auch unter dem Begriff Crowdsourcing bekannt. In der Kreativwirtschaft sind derartige

intellektuelle Suchbewegungen gang und gäbe. Abseits großer Unternehmen vollziehen sich im Rahmen selbstorganisierter Netzwerke wie etwa der Open-Source-Bewegung nicht-lineare soziale Praxisformen. Kennzeichnend für die zu Grunde liegenden hybriden Organisationsformen sind dabei ein hoher Grad an Informalität, Fragmentierung und ständiger Transformationsbereitschaft, alles Kriterien, die in hierarchischen Organisationen und Masterplan-Szenarien keinen Platz haben. Die erfolgreichsten Organisationsmodelle zur Ausgestaltung der Zukunft werden in der Lage sein, freie Kooperation und kommerzielle Ausrichtung, Gemeinschaftsgedanke und korporative Strukturen in eine Balance zu bringen. Die Steuerung dieses Neben- und Miteinanders unterschiedlicher Kompetenzen und Geschwindigkeiten bedarf somit einer Governance-Praxis, die der Kurzfristigkeit und Heterogenität, den instabilen Gewissheiten und der immer demokratischeren Gestaltung des Marktgeschehens zu begegnen weiß. Wie in einem Ökosystem bedarf es dabei Mechanismen der Selbstregulierung und der Bereitstellung eines Raumes für die Emergenz verschiedener (Un-)Ordnungen.

Besonders auffällig ist dabei, dass vor allem Theaterhäuser die Treiber sind, mit Produktionen wie Crashtest Nord-

stadt oder Stadt ohne Geld (Schauspiel Dortmund), Schwarzbank – Kohle für alle (Theater Oberhausen), die Stadtspiele des Ringlokschuppens oder NEXT GENERATION (Schauspielhaus Bochum). Alle Beispiele vereint eine erprobende und mändrierende Praxis nach sozialen Innovationen: für das Zusammenleben im Ruhrgebiet, für die Zukunftstauglichkeit einer Region abseits der großen Masterpläne der Politik und großen Systeme.

Beispiel 1: dezentrale für forschende Stadterprobung/Ringlokschuppen, Mülheim an der Ruhr

Beispiel 2: Freie Radikale, Bochum

Eines dieser örtlichen Laboratorien ist das Kultur- und Theaterzentrum Ringlokschuppen in Mülheim an der Ruhr mit der dezentrale für forschende Stadterprobung. Anne Kleiner, Projektleiterin der dezentrale, beschreibt das Projekt mit einigen exemplarischen Leitfragen so: „Was kann und muss anders werden in unseren Städten? Wie kann sich Kunst und Kultur im Austausch mit den anderen gesellschaftlichen Bereichen wie Stadtentwicklung, Wirtschaft, Bildung etc. daran beteiligen? Und welche innovativen Formen können an einem Ort wie der dezentrale erprobt werden?“

Seit einigen Jahren ist der Ringlokschuppen eng beteiligt an der Entwicklung und Durchführung von Projekten im urbanen Raum – als ein Beispiel sei die Eichbaumoper (2009) genannt. Die grundsätzliche Auseinandersetzung mit (stadt-) gesellschaftlichen Themen und Problematiken ist dabei immer im Fokus. Aus dieser Beschäftigung heraus, wurde die Idee geboren, einen Ort in der Innenstadt Mülheims zu schaffen, der als Satellit die Arbeit des Theaterproduktionshauses in der Mitte der Stadt sichtbar und vor allem, selbst nutzbar macht.

Der Ringlokschuppen hat sich aus dem kulturellen und sozialen Dialog mit der Stadt, der Region, mit den Bewohnern und Besuchern und im Austausch mit re-

gionalen, nationalen und internationalen Theaterkünstlern zu einer Plattform für Gegenwartstheater entwickelt. Der Schwerpunkt ist das Gegenwartstheater in seinen Facetten von Dramatik, Performance bis zur Live-Art. Die Kompetenzen und Potentiale sind darüber hinaus auch in anderen Genres – von Literatur über Kabarett bis zur populären Musik – vorhan-

den. Ebenso entstehen neue Formate, die im besonderen Maße auf Beteiligung von Stadtgesellschaft und relevanten Diskursen für die Stadt ausgerichtet sind. Der Ringlokschuppen entwickelt, wie mit der dezentrale Projekte und Konzepte auch für andere Kulturorte und urbane Räume. Die künstlerische und kulturelle Arbeit des Ringlokschuppen's spiegelt die Diversität

der Besucher und Bewohner der Region und schafft für ein breites Publikum Zugänge zur zeitgenössischen Kunst und Kultur sowie zu kulturellen Freizeitangeboten. Die Aktivitäten des Ringlokschuppen sind für die Stadt wie die Region oft impulsgebend und wirken in die bundesweite Kunst- und Kulturszene hinein. Das Kultur- und Theaterzentrum im Ringlokschuppen ist nahe an gesellschaftlichen Themen, und es ist vielfach vernetzt. Im Rahmen der seit drei Jahren stattfindenden Stadtspiele – künstlerische Interventionen im urbanen Raum der Innenstadt Mülheims, die sich mit spezifischen Themen der Stadt und Region auseinandersetzen – gab es eine erste dezentrale. Als Konzeptionsförderung der Soziokultur ist es dem Kulturzentrum nun möglich, die Idee der dezentrale als Ort für forschende Stadterprobung fortzuführen.“

TYP 8 EXPERIMENTIERER

# DEZENTRALE FÜR FORSCHENDE STADTERPROBUNG/RINGLOKSCHUPPEN

Interview mit Anne Kleiner, dezentrale für forschende Stadterprobung im Juni 2013, Mülheim an der Ruhr  
Weitere Informationen: [www.ringlokschuppen.de](http://www.ringlokschuppen.de)



## FREIE RADIKALE

*Einem ähnlichen kulturellen Themenspektrum entspringt die Theatergruppe Freie Radikale, die das Ruhrgebiet als Migrationsraum anspricht und aus der Perspektive des Theaters neue Ideen für Fragen der gesellschaftlichen Teilhabe entwirft.*

*Günfer Cölgecen ist künstlerische Leiterin der Theatergruppe Freie Radikale: „Aus der Sicht der Theatergruppe Freie Radikale ist das Ruhrgebiet eine Region, die ohne Migration gar nicht zu denken wäre, die es anders – so, als von Millionen Menschen konstituierter und belebter Ballungsraum – schlicht nicht gäbe. Ein Theater, das sich der migrantischen und postmigrantischen Sichtweise im Besonderen verpflichtet fühlt, kann sich hier zu Recht – rhizomisch – verwurzelter fühlen als jede mononational und monokulturell begründete Kunst. Dennoch findet sich jene selbstverständliche Multi- und Interkulturalität in den etablierten (insbesondere den städtischen/staatlichen) künstlerischen Institutionen nicht angemessen wieder und so auch die MigrantInnen nicht anteilig in ihrem Publikum. Das gilt es zu verändern. Die Notwendig-*

*keit zu einem (post-)migrantischen Theater erwächst aus der Notwendigkeit einer Generation, die sich in der Auseinandersetzung mit ihren Identitäten, Fähigkeiten und Talenten nicht in den Programmatiken der kulturellen Landschaft des Ruhrgebiets wieder findet, hat keinen Zugang zu der Kunst und Kultur einer Gesellschaft. Um eine Nachhaltigkeit in interkultureller Arbeit zu erreichen, muss man kristalline Orte einrichten, in denen die Akteure dieser Arbeiten agieren können. Freie Radikale ist 2009 als Theaterlabel-Duo gegründet worden. Günfer Cölgecen hat im November 2011 die künstlerische Leitung übernommen. Kern ihres künstlerischen Konzeptes ist die Umsetzung des Themas Migration und Hybridität. „Regional fühlen sich Freie Radikale im multi- und interkulturell geprägten Ruhrgebiet verwurzelt. Als selbstverständlicher fester Bestandteil der eigenen Identität der Künstler empfinden sie die Vielfältigkeit als authentische Basis für ihre Arbeit, um sich mit Themen wie Identität, Heimat, Migration, Konflikte und Geschlechterrollen in der Gesellschaft auseinanderzusetzen.“*

### TYP 8 EXPERIMENTIERER

Interview mit Günfer Cölgecen, Theater Freie Radikale im Juli 2013, Bochum  
Weitere Informationen: [www.freieradikale.eu](http://www.freieradikale.eu)



## TYP 9 BILDUNGSDESIGNER

Mit Kultur wurde schon immer ein Bildungsauftrag verbunden – wer kennt nicht die Schülergruppen im Museum? Oder hat vielleicht als Jugendlicher die Einführung in die bildende Kunst oder Musik als Pfad zu gesellschaftlichen Werten und höheren Tugenden erklärt bekommen? Wer kennt nicht Architekturführungen zu Kirchen oder Fußballstadien, die die ganze Geschichte einer Stadt widerspiegeln? Literatur, Musik und Film – ob in oder außerhalb der Schule – sind nicht nur käufliche Güter, sondern Bildungsgüter, in der Politik im Sinne der künstlerisch-ästhetisch-musischen Bildung als kulturelle Bildung verstanden. Doch ebenso bekannt ist, dass kulturelle Bildung im Einwanderungsland Deutschland noch lange nicht als interkulturelle Bildung verstanden wird und sich viele öffentliche Kulturinstitutionen eher schwerfällig für ein kulturell heterogenes Publikum und einen erweiterten Kulturbegriff öffnen. Das Projekt des Landes Nordrhein-Westfalen „Jedem Kind ein Instrument“ (JeKi) ist ein Versuch, eine Brücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit (inter-) kultureller Bildung in der postindustriellen, durch Migration und wachsende soziale Disparitäten geprägten Gesellschaft zu schlagen. Unabhängig vom Erfolg – es ist ein Angebot der Politik, das sich über die Kommunen und Schulen an die jungen Menschen in der Bevölkerung

richtet.

Doch wie funktioniert Bildung mit und über Kulturformen, die der Staat nicht erreicht – seien es innovative ästhetische Formen von Streetart über Poetry Slam oder (inter-) kulturelle Entwicklung? An dieser Schnittstelle sind ehrenamtliche und private AkteurInnen im Ruhrgebiet aktiv: Sie entwerfen neue Formen von Bildung, genauer: soziale Bottom-Up-Prozesse mit und für zeitgenössische Formen von Kultur(en). Ein solches Bildungsdesign ist keine Alternative zum Bildungsauftrag der öffentlich geförderten Kultur, sondern eine Ergänzung, die Bildung genau da ermöglicht, wo formelle staatliche Instrumente nicht erfolgreich – oder auch nicht (mehr) erwünscht sind, sich aber eklatante Lücken auftun.

BildungsdesignerInnen sind somit – fachlich gesehen – LehrerInnen, deren Qualifikation aus der Sache und aus dem Thema ihrer Praxis erwächst, nicht aus einem Studium der Didaktik und der Kunst. Diese andere Bildung ist daher zugleich die Praxis einer anderen, jüngeren Kultur wie beispielsweise Pottporus e.V. in Herne oder Urbanatix in Bochum. Einer der Protagonisten im Ruhrgebiet, Denis Y. Dougban, der den Begriff des Bildungsdesigners entwickelt hat, beschreibt es so: „Bildungsdesigner entwerfen, organisie-

ren und führen musisch-pädagogische Aktivitäten (Kunst, Rap/Sprechgesang, Breakdance, Artistik, Hip Hop, Theater etc.) und Community-Events durch. Darunter versteht sich, dass Einrichtungen, Kommunen und/ oder Werbegemeinschaften, Wünsche, Ideen oder auch Probleme äußern, die die Bildungsdesigner aufgreifen und in eine nachhaltige Konzeption verarbeiten. Von Kulturveranstaltungen über Schulprojekte bis zum Business-Varieté, es sind den Akteuren keine Grenzen gesetzt.“

Beispiel 1: ART.62 – Kreativzentrum für Rhythmus und Bewegung im Vest (KRB im Vest), Recklinghausen

Beispiel 2: Machbarschaft Borsig11 e.V., Dortmund

Erstes Beispiel für das Konzept Bildungsdesigner ist die Geschichte von Denis Y. Dougban am Kreativzentrum für Rhythmus und Bewegung im Vest (KRB im Vest), Recklinghausen. Dort hat er mit Beginn der Offenen Ganztagschulen im Jahr 2003 Trommel- und Tanzkurse angeboten. In den Projekten bemerkte er, „dass Kinder teilweise keine Rolle vorwärts mehr schaffen. Auf einem Bein zu stehen fiel den meisten Kindern ebenso schwer wie im Rhythmus zu klatschen und zu stampfen. Hinzu kamen noch Sprachdefizite und fehlende

Vorbilder für Kinder mit Migrationshintergrund“. So hat er mit seinen Freunden die Initiative Rhythm & Dynamic gegründet. Mit Rhythm verweist er auf den Lebensrhythmus: Kinder sollten wieder regelmäßig lernen etwas zu tun und so lag es nahe, diese Erwartung mit Hilfe von Musik und tänzerisch-musikalischen Ausdrucksformen zu kombinieren. Es galt dabei, neuen Lebensmut frei zu setzen und einen geeigneten Anlass zu finden, Bewegung in Gemeinschaft zu praktizieren. Diese Bewegung wird durch musisch-pädagogische

Aktivitäten angeregt, wobei neue, professionelle Akteure geeignete Instrumente und Vorhaben mitbringen müssen, die bis dato noch nicht auf dem Markt vorhanden waren: Der „Bildungsdesigner“ war geboren. So liest sich das Profil des Vordenkers Denis Y. Dougban als ein enorm breites, das durch ein Studium zum Sozialpädagogen in Nijmegen (Niederlande) seinen Anfang hatte und sich in diversen Sparten wie Video, Handwerken, Drama, Tanz und Bewegung, Musik, Spiel und Sport, Kunst, Grafikdesign erweitert hat. Seit Septem-

ber 2006 schart er ein festes Team um sich und ist mit seiner neuen Konzeption durch ganz Europa getourt. Die ersten Veranstaltungen wie das Festival der Kulturen in Recklinghausen (2007 und 2008) wurden erfolgreich angenommen und in Kooperation mit 50 Einrichtungen, Künstlerinnen und Künstlern, Schulen sowie Kindertageseinrichtungen aus dem Kreis Recklinghausen und Umgebung durchgeführt. Weitere Events folgten, wie etwa die Original Ghost (URSPUK) Parade 2010 im Rahmen der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 mit drei Städten im Ruhrgebiet, Essen, Recklinghausen und Dortmund, sowie mit Partnern aus dem französischen Douai und Istanbul. Heute ist das Kreativzentrum im Vest zweigeteilt: in eine Künstleragentur und in den Bereich Bildungsdesigner. Die Künstleragentur Kreativzentrum für Rhythmus und Bewegung im Vest (KRB) vermittelte bislang 52 Artisten, Comedians, Tänzer, Models und Schauspieler. Die vier hauptamtlichen Mitarbeiter des KRB im Vest beschreiben sich außerdem seit 2006 als Bildungsdesigner, die im ART.62, dem hauseigenen sozialpädagogischen Zentrum, kreative Kurse für pädagogische und soziale Einrichtungen anbieten. Im ART.62 finden generationsübergreifende Aktivitäten statt wie durch die Ludothek Herten mit knapp 1000 Spielen für Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren. Hauptziel ist, Kinder und Jugendliche in ihren psychosozialen Entwicklungen – unter anderem in ihrer Persönlichkeitsentwicklung – zu unterstützen und sie somit für weitere Lebensabschnitte zu stärken.

Interview mit Denis Y. Dougban, ART.62 – KRB im Vest im Juni 2013, Recklinghausen  
Weitere Informationen:  
[www.kreativzentrum-vest.de](http://www.kreativzentrum-vest.de)

## ART.62 – KRB IM VEST



Ein weiteres Beispiel ist der Dortmunder Verein Borsig11 e.V. Er initiiert und beschleunigt das Empowerment von Menschen, die in der Dortmunder Nordstadt tendenziell eher „abgehängt“ sind oder in relativer Armut leben. Volker Polühke, Mitbegründer: „Mit Projekten wie der YOUNGSTERS akademie, wo Kinder als Re-

porter Orte und Bereiche erkunden, die sonst nicht zugänglich sind und darüber in Videoclips und dem youngsters Magazin berichten. Borsig11 beteiligt die Bewohner am Tauschen und Teilen der vorhandenen Talente in Form von Coworking Spaces, Werkstatt, Kreativem Adressbuch, Weltbücherei, Givebox und einem Wohnprojekt. 50

TYP 9 BILDUNGSDESIGNER

## MACHBARSCHAFT BORSIG11 E.V.

Mitglieder beteiligen 800 Bewohner, und es werden immer mehr. Borsig11 entstand direkt aus der Keimzelle „2-3 Straßen“, einem Kunstprojekt im Rahmen des Kulturhauptstadtjahres RUHR.2010. Die Gründungsmitglieder waren auch Teilnehmer von 2-3 Straßen, die das kreative Moment nutzen wollten, um im Quartier ein Sozialprojekt zur Entwicklung der Dortmunder Nordstadt beizutragen. Ein große Portion Idealismus bei den Gründern war u.a. ein wichtiger Garant für den gelungenen Start von Borsig11. Sehr viele freiwillig geleistete Stunden und persönliche finanzielle Mittel waren nötig, um im ersten Jahr das Überleben des Projekts zu ermöglichen. Auf die Startfinanzierung aus öffentlichen Mitteln des Förderprogramms „Wir setzen Zeichen“ hätte Borsig11 nicht verzichten können, da die Akquise von Spenden und Sponsoren eine Vorlaufzeit benötigt. Nicht unerheblich ist auch die Medienresonanz zu bewerten, die Borsig11, als ein Folgeprojekt von 2-3 Straßen, für sich nutzen konnte. Als soziale Beteiligungsgesellschaft soll es Borsig11 gelingen, den Bewohnern Chancen und Möglichkeiten zu eröffnen, sich durch Beteiligung im Quartier selbst zu versorgen (Wirtschaft, Soziales und Kultur). Um die zukünftigen Herausforderungen einer Global Economy, sowie der alternden Gesellschaft zu bestehen, bedarf es unter anderem der Eigeninitiative der BewohnerInnen vor Ort. Borsig11 kann hier als eine Referenz gewertet werden und damit auch anderenorts im Ruhrgebiet implementiert werden. Borsig11 ist bestrebt, einen SROI (Social Return On Investment) auszuweisen, der den Nutzen der Stakeholder qualitativ und quantitativ benennt.

Interview mit Volker Pohlücke, Machbarschaft Borsig11 e.V. im Juni 2013, Dortmund  
Weitere Informationen: [www.borsig11.de](http://www.borsig11.de)

### 3.3.2 DIE DEBATTE IM INTERNATIONALEN KONTEXT

{Dr. Bastian Lange} Die Debatte um Spillover-Effekte hat 2012 durch die Mitteilung der EU-Kommission mehr Aufmerksamkeit erhalten. Dabei wird oft übersehen, dass dies in einem breiteren Kontext schon seit längerem geschieht und, dass dieser Kontext unsere oft unausgesprochene Definition von Spillover-Effekt entscheidend mitprägt. Im Folgenden werden einige Elemente und Argumente dieser allgemeinen Debatte erläutert. Dabei geht es um immaterielle Effekte, soziales und kulturelles Kapital, Aufmerksamkeits- und Reputationsökonomien und Ausprägungen der Wissensökonomie, die kulturelle oder urbane Bezüge haben. Denn erst in diesem Kontext, als Teilhaber der Wissensökonomie, gewinnt Spillover selbst eine Querschnittsdimension von Ökonomie, Klimaschutz, Kultur und Gesellschaft.

#### Immaterielle Wertschöpfung nimmt zu

Wesentlicher Antrieb der Studie ist zum einen die Beobachtung, dass der Anteil der immateriellen Wertschöpfung zunimmt – und damit auch die Bedeutung der Kultur und Kreativwirtschaft wächst. Effizienzstreben, Optimierung von Prozessabläufen und eine wachsende Wissensbasierung von Produktion, Vertrieb und Organisation sorgen dafür, dass gesamtwirtschaftlich betrachtet Arbeitskräfte als auch Anteile

der verfügbaren Haushaltseinkommen freigesetzt werden und somit die Nachfrage nach neuen Märkten wächst. Zum einen sind das Angebote, Produkte und Services, die in der Lage sind Selbstverwirklichung und Sinnstiftung herzustellen. Zum anderen sind das Angebote im Bereich Erfahrung, Bildung, psychisches und physisches Wohlbefinden. Darüber hinaus stellen sich Wachstumssegmente ein, die auf den demographischen Wandel reagieren.

Mit der Fortentwicklung digitaler Technologien, den dazugehörigen Infrastrukturen und neuen digitalen Produktions-, Vertriebs- und Entwicklungsprozessen ergeben sich neue Formen der Wertbildung und der Wertschöpfung.

#### Es gibt eine wachsende Zahl von Kreativ- und Wissensarbeitern

Ähnlich wie bei der Entwicklung von der Agrar- zur Industriegesellschaft wandeln sich damit auch soziale Strukturen, Wertesysteme, Verhaltensmuster und nicht zuletzt der Arbeitsbegriff. Zum einen erfolgen zunehmend Übertragungen von standardisierten, routinierten Tätigkeiten auf technische Systeme. Zum anderen provoziert die durch die Digitalisierung entfachte Wissensexplosion eine stärkere Spezialisierung. Spezialistentum bleibt aber aufgrund der rasanten Dynamiken im-

mer unvollständig, so dass Kommunikationsplattformen, Face-to-Face-Situationen, Konferenzen immer wichtiger werden, um sein Wissen zu erweitern und Neues aufzunehmen. Volkswirtschaftlich schält sich in entwickelten Nationen der Arbeitstypus des sogenannten „Wissensarbeiters“ (von Streit 2011) heraus, eine der am stärksten wachsende Beschäftigten- und Mitarbeitergruppe.

#### Die Zahl der Soloselbständigen und Freelancer nimmt kontinuierlich zu

Der Trend der wachsenden Zahl unternehmerisch Selbständiger hat sich in den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union seit den 1990er Jahren stetig erhöht. Dieser Trend gilt auch für Deutschland, wo mittlerweile 11% der erwerbsfähigen Bevölkerung selbstständig sind (Statistisches Bundesamt 2010). Seit Anfang der 1990er Jahre hat die Selbstständigkeit kontinuierlich zugenommen. Die Anzahl der Selbständigen hat sich zwischen 1991 und 2010 um 40,2% erhöht, und zwar von etwas über 3 Mio. auf 4,3 Mio. Im Jahr 2010 waren damit in Deutschland fast 11% der erwerbsfähigen Personen selbstständig (Statistisches Bundesamt, Ergebnisse des Mikrozensus, 2010).

In jüngster Zeit wird nicht mehr nur von Selbständigen, sondern zusätzlich von

„Neuen Selbständigen“ gesprochen. Damit wird ein Erwerbstypus beschrieben, der eigenverantwortlich, mit hohen Fachkenntnissen, Innovationsansprüchen und Kreativität oftmals als Solounternehmer agiert und oft zusätzlich von Zuhause oder von neuen Arbeitsorten seiner Tätigkeit nachgeht.

Dieser Begriff steht auch für neuartige Tätigkeitsprofile und Marktideen. Die deutliche Zunahme der Gründungen durch die Neuen Selbständigen geht auf sogenannte moderne Dienstleistungen zurück. Hierfür spielt ein Verständnis der Selbständigkeit als autonome und kreative Tätigkeit ebenso eine Rolle, wie die Chancen des Quereinstiegs, die zum Beispiel in Beratungs-, Kultur- und Medienberufen gegeben sind.

#### Soloselbständige bestimmen immer eindeutiger die Struktur in der Kreativwirtschaft

Laut Einschätzungen von Forschern des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) bedeutet das, dass sich nahezu jeder fünfte Hochschulabsolvent in der beruflichen Laufbahn selbstständig macht (Fritsch/Kritikos/Rusakova 2012: auf der Basis von Mikrozensusdaten). Viele und vor allem junge und hoch qualifizierte Menschen testen ihre Geschäftsideen, indem sie ein eigenes Unternehmen gründen.



Dies trifft, wie jüngst eine Studie der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) zeigt, vor allem in der Kreativwirtschaft zu (KfW Research – Standpunkt 2011).

Mit dieser Kleinteiligkeit geht auch eine neue Art der Entwicklung, Organisation und des Managements von relevantem Wissen einher. Es hebt sich signifikant von der industriellen Arbeitsform ab, erfordert andere Kompetenzen und Fähigkeiten sowie Orte des Austauschs und Transfers. Da relevantes Wissen immer eindrücklicher in diesen kleinteiligen Strukturen nicht hierarchisch strukturiert ist, ist es anders als in etablierten kleineren und mittelständischen Unternehmen sowie Corporate Companies situationsabhängig. Dazu kommt, dass sich durch das Internet neue sowie zugleich offene Kooperations- und Arbeitsformen bilden, die unter dem Schlagwort der Open Innovation bekannt sind und an die sich neue Kooperationsformen binden.

#### Kreativ- und WissensarbeiterInnen arbeiten in offenen Systemen

Dies trifft insbesondere für institutionell schwach verankerte oder freie Kreativ- und WissensarbeiterInnen zu, die damit neue Chancen der Profilierung abseits etablierter Berufs- und Karrierewege erfahren. Kreativ- und WissensarbeiterInnen

nutzen dabei Kommunikationsmedien und Social Media, um ihr Know-How effektiver mit den Expertisen anderer Spezialisten zu verbinden und dabei zu neuem Wissen auf der Basis sogenannter Open-Source-Technologien zu kombinieren (erfolgreiche Beispiele sind die Entwicklungen von Softwareprogrammen wie dem Internetbrowser Firefox).

Möglich sowie interessant für Einkommensoptionen wird dies durch dramatisch gesunkene Transaktionskosten für Koordination und Kommunikation. Dies ermöglicht wiederum die Zusammenarbeit in losen und informellen Projektnetzwerken im Gegensatz zur Berufspraxis in stabilen Hierarchien und preisgesteuerten Märkten (Benkler 2002, Grabher 2004).

Neben der technischen Komponente werden aber individuelle Kriterien wie gegenseitige Wertschätzung, Vertrauen, Respekt, Toleranz und Anerkennung wichtiger. Da sich Wertschöpfung weniger auf formalisierten Strukturen innerhalb klar definierter Organisationen entfalten, als vielmehr in offenen Strukturen, kommt der Komponente Persönlichkeitsentfaltung als auch dem Stellenwert von innovativen Ideen eine größere Rolle als früher zuteil.

#### Kollaboration und Kooperation machen ökonomisch mittel- und langfristig Sinn

Insbesondere in Open-Source-Projekten kristallisieren sich dagegen neue Koordinations- und Kooperationsmechanismen heraus, die vor allem beim produktiven Umgang mit neuem Wissen industriellen und großstrukturellen Organisation als überlegen bewertet werden (Klotz 2009). Dies manifestiert sich an der weltweit wachsenden Bedeutung von Coworking Spaces. Diese sich rasch vermehrenden und als Treibhäuser für Ideen und Innovationen wirkenden Arbeits- und Kommunikationsräume zeigen, welche physischen und lokalen Formen der Kooperation diese Leitidee hervorbringt. Kreativ- und WissensarbeiterInnen erhoffen sich Transparenz im Umgang mit Information, Flexibilität durch ortsunabhängiges Arbeiten, Freiräume zur individuellen Gestaltung ihrer Work-Life-Balance sowie Anerkennung von Gleichgesinnten in ihren Netzwerken.

#### Kreativarbeiter brauchen Kommunikation, Kommunikation und Kommunikation

Laut DeskMag, Online-Branchenmagazin der weltweiten Coworking-Szene, hat sich zwischen 2010 und 2011 in Europa die Zahl der Coworking Spaces verdoppelt. Es

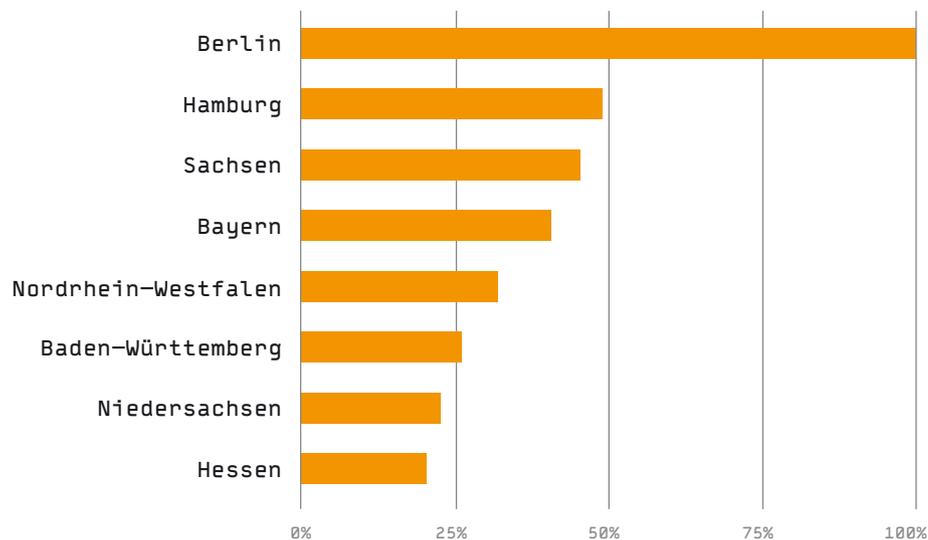
vermehrten sich die Anzeichen, dass etablierte Unternehmen vor großen Herausforderungen stehen, junge Talente als MitarbeiterInnen zu gewinnen, da diese sich nicht immer auf produktivitätsraubende Hierarchien und interne Reibungsverluste einlassen und den Schritt in die Selbständigkeit nicht mehr als einen Makel sehen oder nur aus Ermangelung von „Normalbiographien“ vollziehen.

Dynamisiert wird dieser statistisch belegte Trend durch die Digitalisierung, die in vielen Bereichen dafür gesorgt hat, dass die durch Monopolisten besetzten Markteinstiegsmöglichkeiten, gewissermaßen die Nadelöhre des Industriezeitalters, immer mehr verschwinden und sich durch den Strukturwandel neue Markteinstiegsoptionen ergeben. Denn einerseits fallen Markteintrittsbarrieren durch das sukzessive Scheitern von marktbeherrschenden Akteuren, ebenso sinkt der Kapitaleinsatz von neuen Marktteilnehmern (Friebe/Ramge 2008).

Musik, für die man zum Beispiel vor zwanzig Jahren noch ein voll ausgerüstetes Tonstudio brauchte, lässt sich heute hochwertig am Computer produzieren.

## Die populärsten Bundesländer für Coworking

(Relative Suchanfragen auf Google, bezogen auf das Bundesland der Anfrage, alle von Insights abgedeckten Jahre bis Aug. 2013)



KreativarbeiterInnen vertreiben ihre Produkte weltweit, brauchen aber dichte lokale Netzwerke

Andererseits stehen die Kanäle für Marketing und Vertrieb jetzt durch verschiedene Distributionsplattformen im Internet, wie zum Beispiel Etsy, potentiell jedem offen. In der Summe führt das dazu, dass die Ska-

lenvorteile von Großunternehmen erodieren und die effiziente Betriebsgröße sinkt. Es gibt Hinweise und Branchen- sowie Trendbeobachtungen, dass die Wirtschaftsstruktur insgesamt kleinteiliger und granularer sein wird, so dass Mikrobusiness und Free Agents (Soloselbständige) eine immer größere Rolle spielen werden, wie es innerhalb der Kultur und Kreativwirt-

schaft heute bereits der Fall ist. Dort sind im Jahr 2010 28% der insgesamt 1,4 Mio. Erwerbstätigen Soloselbständige. Der Wechsel von analoger zu digitaler Produktionsweise bewirkt, dass sich gerade neue Geschäftsmodelle besser skalieren lassen, weil sich Kopien zu Kosten nahe Null anfertigen und verbreiten lassen. So kann etwa die Games-Industrie potentiell aus dem Stand einen weltweiten Markt bedienen. Bemerkenswert, dass die Digitalisierung nicht ausschließlich eine Verlagerung in digital operierende Geschäftswelten bewirkt. Die Auseinandersetzung um den Bedeutungsgewinn sozialer Orte in Innenstädten, an zentralen statt dezentral-suburbanen Arbeitsorten, die Zunahme an kommunikativen Orten des Wissenstransfers im Sinne von Tagungs-, Konferenz- und Begegnungsevents lassen sich als Ausdruck lesen, neben digitalen Welten analoge, sozial bestimmte sowie zugleich anregungsreiche, anstuern zu können.

Kreative Orte stellen immer auch neue Öffentlichkeiten her

Von Trendbeobachtern kommt daher seit einigen Jahren der Ruf, dass das Digitale gerade in die Welt der Atome zurückschwappt: „Atoms are the new bits“, so der US-amerikanische Wirtschaftsautor Chris

Anderson (Anderson 2010). Er beobachtet in einer jungen Szene von Start-Ups, KreativproduzentInnen und Ideentüftlern die Anwendung von sogenannten Fabbing- und Rapid-Prototyping-Technologien, mit Hilfe derer sich hochkomplexe Produkte in der eigenen Garage oder in öffentlichen Werkstätten herstellen lassen. Chris Anderson sieht hinter dieser Trendbeobachtung eine High-Tech-Do-it-Yourself-Praxis, und die herausziehende „Next Industrial Revolution“. Es handelt sich dabei um individualisierte physische Produkte, die mit Hilfe dieser kostengünstigen Produktionstechnologie eine flexible Kleinserienproduktion ermöglichen.

Do-it-yourself-Ökonomie ist eine Realwirtschaft

Dadurch eröffnen sich nicht nur neue Absatzoptionen, sondern ebenso neue Berufsfelder und Anwendungsfelder für GestalterInnen, IngenieurInnen und SymbolproduzentInnen. So könnte das verarbeitende Gewerbe sowie das Handwerk mit Hilfe dieser Technologien seine Industriestandorte überdenken und Verlagerungen in die kleinteilige Nischen der Innenstädte oder offenen Branchen vornehmen.

### Neue soziale Bewegung – Partizipation, Performität und Terroir

Was eint die AktivistInnen im Wohnungskampf in Madrid und des Baumhauses in Berlin-Wedding? Was verbindet das n.a.t.u.r.-Festival in Bochum (siehe Seite 43) mit dem neugegründeten Betahaus in Barcelona?

Eine junge Generation macht es sich gerade zur Aufgabe, ihre Erprobungsräume durch aktives Eingreifen in die Stadtpolitik zu sichern. Dort werden nicht nur Lösungen auf wicked problems erdacht, sondern die Baupläne für Kollaboration, Innovation und die Gestaltung des Lebens im Städtischen überprüft und neu umgesetzt. Dieser Paradigmenwechsel deutet auf ein Scheitern der bisherigen Politik und Planung wie ebenso den großen Erzählungen sowie Versprechungen der Zivilgesellschaft, der Finanzpolitik und anderer, als systemrelevant erachteten Leistungsbausteine unserer Gesellschaft im 21. Jahrhunderts hin. Junge Macher treten an und nutzen die Welt der Bits und Bytes, um die Welt der Atome in der Stadt neu zu ordnen. Praktiken des Hackings, die gemeinschaftliche Nutzung von Open Data zur Reorganisation des ÖPNV, die daraus erwachsenen Sharing-Modelle im Bereich von Mobilität, Wohnen und anderen unersetzlich-individuellen Basisbausteinen eines ge-

lingenden Lebens, spiegeln sich in neuen Matrizen des Urbanen wider. Hybridisierte semi-öffentliche Räume konterkarieren die Deutungshoheiten und Definitionsgewalten der alten Stadt. Zur Disposition steht die Frage, welche relevanten Ressourcen auf dem Weg in eine neue Stadt des Machens benötigt werden, in der urban manufacturing nicht zum Schlagwort hipper Akteure verkommt. Wie kann das momentane Schlagwort des Makers, der Maker-Kulturen seine volle Kraft entfalten und die Konfigurationen einer Transformationsstadt bestimmen? Welche Pläne müssen offen gelegt werden, damit breite Beteiligungen ermöglicht werden?

Das sind Fragen, auf die auch politikwissenschaftliche ExpertenInnen wie PolitikexpertInnen keine exklusive Antworten haben, mitunter fürchten sie vermutlich die politische Kraft neuer dezentraler Bewegungen. Blickt man über den Tellerrand des oberflächlich nach wie vor satt scheinenden Deutschlands hinaus – also außerhalb Europas (Afrika/Südamerika) – dann offenbaren sich dabei neue Erkenntnisse. Punktuelle Erfolgsgeschichten von Mikrokrediten in Afrika, von Upcycling in den Großstädten Südamerikas basieren unter anderem auf innovativen sozialen Bewegungen, die mit Hilfe der Medien, vorhandener Ressourcen und globaler Wissensnetzwerke ihre je spezifische Situation zu

verbessern beginnen. Der Erfolg schafft Freunde und zugleich weltweit Follower, so dass neue soziale Bewegungen auch politische Wirksamkeit entfalten, auch wenn sie sich des Durchmarsches in das politische System verweigern. Zu erkennen geben sich aber neue selbstgestaltete Labore. Das wird auch für Europa zukünftig wichtiger denn je, wird es in einem sich in der Krise befindenden Europa doch darum gehen, der wachsenden Süd-Nord-Spaltung sowie sozio-ökonomischen Fragmentierung lokale Laboratorien entgegenzustellen und derartige Keimzellen zu einer erhöhten Sichtbarkeit und Wirksamkeit zu verhelfen.

Denn in Zukunft lautet die Frage dann nicht mehr, wie ökonomisch „erfolgreich“ eine Region ist, sondern wie sehr sie in der Lage ist, sich zu den großen Herausforderungen des Zusammenlebens heterogener Gruppen, Milieus und Generationen innerhalb eines zerklüfteten Europas zu positionieren. Wie kann durch zeitgemäße Bildungs-, Lern- und Kompetenzangebote gesellschaftliche Teilhabe gesichert werden? Ideen, Lösungsansätze und Beiträge zur grenzüberschreitenden Vernetzung werden wichtiger denn je, wenn gerade SüdeuropäerInnen ihre Krisenregionen verlassen (müssen) und in den prosperierenden Regionen Europas Arbeitsstellen suchen.

Die existierende Krise in Europa zwingt, die bis dato exklusiven Innovationsprozesse in suburbanen Forschungssilos neu zu überdenken. Es muss stärker als bisher darum gehen, die zahlreichen Initiativgruppen, ihre Selbstorganisationsprozesse und Bottom-Up-Planungen als soziale Innovationsprozesse anzuerkennen. Zwischenbenutzte Orte, nachbarschaftsorientierte Werkstätten, integrative Fablabs, Coworking Spaces, Urban Gardening, Hackathons, Policy Clinics oder Nachbarschaftsgärten charakterisieren die ortsspezifische Suche nach neuen sozialräumlichen Kontexten. Es sind konkrete Orte, um sich auszutauschen, zu erproben und abseits der vorgegebenen Routinen Orte zum Experimentieren sowie zum Gestalten aufzufinden.

## Zusammenfassung: Kultur und Kreativwirtschaft

### bewirken Spillover-Effekte

- Teilmärkte der Kultur und Kreativwirtschaft sind sehr kleinteilig strukturiert
- Hohe Gründungsdynamik bei geringem Finanzierungsbedarf
- Starke Kooperationsneigung zur Sicherung des Unternehmenserfolgs
- Nicht-formalisierte Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- Innovationseffekte durch den intra- und intersektoralen Wissenstransfer
- Nicht-standardisierte Beschäftigungsverhältnisse
- Räumlich-zeitlich flexible Arbeitsgestaltung
- Starke Netzwerkbildung, dadurch Wissenstransfer und Spillover-Effekte
- Persönliche Kontakte zu Hochschulen sind wichtig
- Sozialer Reputationsvorschuss provoziert/sichert Spillover mit auch ökonomischem Return
- Kreative werden zu externen Innovatoren, Reflektoren um blinde Flecken zu überwinden
- Nischenmärkte entstehen an den Schnittstellen zwischen Kultur und Kreativwirtschaft und weiteren Branchen

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Effekte der Kultur und Kreativwirtschaft sich aus positiven Wirkungen in Form von der Entwicklung und Einführung neuer Geschäftsmodelle, hybrider und neuer Märkte in Form von Wissen, Innovationen, Netzwerken sowie Kontakten zusammensetzen. Weiterführende Effekte, in der gemeinsamen Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Prognos AG und Fraunhofer ISI (Endbericht: Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette – Wirkungsketten, Innovationskraft, Potenziale. 2012, Berlin) als sogenannte Tertiäre Effekte angesprochen, wirken sich direkt auf die gesamtwirtschaftliche Struktur und das wettbewerbliche örtliche wie städtische Umfeld aus und sind damit relevant für die Innovationspolitik sowie das Innovationsmanagement in den Unternehmen. Allerdings weisen die Autoren der oben genannten Studie von BMWi, Prognos AG und Fraunhofer ISI auch darauf hin, dass derartige Effekte nicht mit eindeutigen Kennzahlen hinterlegt, auch nicht quantifizierbar, sondern nur qualitativ, zum Beispiel durch Fallstudien zu Kooperationsstrukturen und Kollaborationen, zu analysieren sind.

### 3.3.3 IDEENSUCHE IM OPEN SPACE

{Dr. Bastian Lange/Julia Knies} Die TeilnehmerInnen der vier Open Spaces im April und Mai 2013 diskutierten über die Rahmenbedingungen für Spillover-Initiatoren und -Initiativen im Ruhrgebiet. Diese Diskussion wurde während und nach den Open Spaces dokumentiert und von Studienleiter Dr. Bastian Lange zusammengefasst und anschließend gemeinsam, kollaborativ im shared document, fortgesetzt. Im Folgenden ist dieser Arbeitsprozess der Kooperation – im geistigen wie im technischen Sinne – mit den farblich markierten Änderungen der TeilnehmerInnen sichtbar gemacht worden. Er zeigt einen Suchprozess nach politischer Unterstützung, nach pragmatischer lokaler Teilhabe, aber auch nach Selbstverbesserung und Professionalisierung.

### OPEN SPACE SPILLOVER STADTENTWICKLUNG

#### 1. Sicherheit für künstlerisches und kreatives Produzieren

Die Diskussion hatte einen wesentlichen Schwerpunkt auf der Frage, wie soziale und produktionsbezogene Sicherheiten für selbständige Künstler und Kreativakteure herstellbar sind. Im Kern stand die Frage, wie die Leistungen selbständiger Künstler und Kreativakteure adäquater in Wert gesetzt werden können. Wie können zum Beispiel neue ortsbezogene Aktivitäten, die neue kreative Atmosphären herstellen und aus denen neue Wertschöpfungsprozesse generiert werden, auf eine breitere Form der Anerkennung gehoben werden? **Lagewertverbesserung** ist kein neuer Wertschöpfungsprozess, neu ist, dass diese Tätigkeit nicht die Stadt per Auftragsvergabe, sondern **Künstler und kreative Milieus** überwiegend unentgeltlich ausüben. Im Kern geht es hier also um die Herstellung distributiver Gerechtigkeit, an der Oberfläche um die verstärkte Herbeiführung von Verhandlungslösungen (**Jan Bunse**) Dabei diskutierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Frage, wie Förderinstrumente besser auf die Belange, Bedarfe und Bedingungen der selbständigen Künstler und Kreativakteure abgestimmt werden können. Fehlende Transparenz, fehlende Zugänglichkeit bei Ausschreibungen und Vergabe von orts- und raumrelevanten Planungsprozessen erschweren, so die

Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die Beteiligung an Stadtentwicklungsprozessen: **Finanziellen Eigenanteil bei Förderungen** eventuell durch stärkere Bewertung der **nicht entgeltlichen Eigenleistung reduzieren.** (**Reinhild Kuhn**)

Des Weiteren reklamierten gerade jüngere Stadtentwickler, dass sie Schwierigkeiten haben, ihre – größtenteils in der Region erworbenen – Kompetenzen und Sichtweisen in die Diskussion und Praxis von Stadtentwicklung einzubringen.

**Ist das so? Allein das Studium der Raumplanung in Dortmund bietet mittlerweile zahlreiche Möglichkeiten der Horizontverbreiterung durch internationale Kooperationen** - beispielsweise das F-Projekt in Neuseeland, Erasmus in den Niederlanden, Zukunftsworkshop in Japan, etc. Über das Internet können zudem städtebauliche Entwicklungen/innovative Raumnutzungen aus der ganzen Welt tagesaktuell verfolgt werden. Ich möchte im Gegenteil behaupten, **arrivierte Verwaltungsoffiziere** haben mangels eigener Erfahrung Schwierigkeiten, dadurch erworbene Kompetenzen und Sichtweisen strukturell zu nutzen. (**Jan Bunse**) Zudem wäre ein breiterer, über kommunale Grenzen reichender Austausch zwischen den unterschiedlichen Initiativen zu fördern/zu unterstützen. Eventuell sogar von kommunaler oder Landesseite. (**Anne Kleiner**)





## 2. Anerkennung von Differenz

Eine zweite, wichtige Diskussion drehte sich um die Andersartigkeiten selbständiger KünstlerInnen und Kreativakteure: Ihre Produktionsformen und Entwicklungszeiträume seien, so die TeilnehmerInnen, andere und würden nicht hinreichend von zum Beispiel Förderinstitutionen anerkannt und honoriert werden. Mitunter herrschten Anpassungsdruck und der Zwang, sich in Zeiträume einzufügen, die oft nicht zu den Produktionsprozessen passen. Unterwanderung des Nachhaltigkeitsgedankens durch die engen Grenzen der Förderzeiträume. Bei weniger auf Förderung ausgerichteten Akteuren gibt es die Schwierigkeit, wirtschaftliches Handeln und darüber hinausgehendes Engagement zu definieren. **(Reinhild Kuhn)** Generell bemängelten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine fehlende Akzeptanz in der Bürgerschaft des Ruhrgebiets. Ebenso oft vermissten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus ihrer Sicht Empathie für ihre kreativen Leistungen und Ausdrucksformen. Dabei erwachsen gerade aus der Schwarmfähigkeit der kreativen Akteure neue Initiativen und Bewegungen, die Stadt attraktiv, lebendig und lebenswert machten.

## 3. Lernen vom Bestand

Die Diskutierenden machten anhand ihrer Praxisbeispiele klar, dass neue Frei- und Experimentierorte zugelassen werden sollten, die insbesondere für Jugendliche (nicht die Nutzer pubertieren, sondern die Räume. **Jan Bunse**) vielfältige Möglichkeiten zum Experimentieren und Ausprobieren bieten. **(Reinhild Kuhn)** Pubertierende Räume wurden eingefordert, Räume also, in denen es auch einmal chaotisch frage: Was für ein Chaos ist gemeint? **(Reinhild Kuhn)** zugeht, in denen sich Meinungsführerschaften hinsichtlich der Gestaltung und der Nutzung abwechseln dürfen. Räume, die zugänglich sind, in denen Handlungsmöglichkeiten zugelassen werden und durch die NutzerInnen bestimmt werden. Pubertierende Orte sollten nicht nur mit jugendlichen NutzerInnen in Verbindung gebracht werden, sondern sollten auch Freiräume für neue Arbeitsformen, Berufsbilder/-felder und Lebenskonzepte mit einbeziehen. **(Reinhild Kuhn)** Gerade auch in Hinblick auf den demographischen Wandel, der in einigen Kommunen im Ruhrgebiet stark spürbar ist, sollte hier auf eine breitere Formulierung geachtet werden. Wichtig scheint doch – und da schließt sich der Gedanke mit dem ersten Abschnitt zusammen – dass eine breitere Akzeptanz von Experiment gerade auch in kommunalen Verwaltungsappa-

raten geschaffen wird. Wie kann hier ein funktionierender Austausch zwischen dem kreativen Milieu und verwaltenden Apparaten einer Stadt geschaffen werden? Dialogprozesse, gegenseitiges Kennenlernen... Wie könnten auch diese Strukturen helfen, andere rechtliche und Versicherungsfragen, die in der Um- und Zwischennutzung von Räumen entstehen, zu beantworten bzw. zu flexibilisieren? **(Anne Kleiner)**

## 4. Image des Ruhrgebiets

Die widerstreitenden Bilder und Repräsentationsweisen des Ruhrgebiets (Zechen, Logistikwüsten) wurden von den TeilnehmerInnen auffallend stark diskutiert. Dabei stand die Frage im Vordergrund, welche Standortwahrnehmungen nun passend für die TeilnehmerInnen sind oder nicht. In der Auffassung der TeilnehmerInnen wird jungen Künstlern und Kreativen Frage: Meint Ihr in der Öffentlichkeitsarbeit? **(Reinhild Kuhn)** zu wenig Raum gegeben, zu wenig mediale Vermittlungsarbeit erbracht, um auf neue Macher und Kreative des Ruhrgebiets hinzuweisen. Dabei kam auch zum Ausdruck, dass das Ruhrgebiet stärker über seinen Netzwerkcharakter vermittelt werden sollte als durch die geographische Entität.

## OPEN SPACE SPILLOVER INTERKULTUR

### 1. Begriff Kultur

Die Auseinandersetzung um den Begriff und das Verständnis von Kultur war durch die jeweiligen Handlungsfelder kultureller Praxis bestimmt: Zum einen Kultur als Gegenstands- und Praxisfeld, um zum Beispiel in Schulen, Jugendzentren und generell im Bildungsbereich zu Identitätsbildung, Erfahrungen und Lernprozessen anzuregen. Zum anderen Kultur als kulturelle Produktion in Kunst, Kunstmarkt und als Handlungsfeld von KünstlerInnen. Die jeweiligen getrennten Praxisfelder vereinen sich in der Person des Künstlers, aber auch in kulturellen Initiativen. Bei Personen stellen sich sodann unterschiedliche professionelle Logiken ein: Einmal der Künstler als Dienstleister im Sozial-, Kultur- und Bildungsbereich, ein andermal der Künstler als Mensch mit der ihm eigenen Fähigkeit sinnstiftende künstlerische – aber nicht verwertbare – Ausdrucksweisen zu tätigen. Dieses Spannungsfeld ergab sich, da viele Kultur- und Kunstproduktionen im Sozial-, Kultur- und Bildungsbereich mit Kindern und Jugendlichen aus (post-)migrantischen Familien arbeiten.

### 2. Institutionalisierte Kultur vs. Freie Szene (sogenannte Off-Kultur)

Eine weitere Diskussion kreiste um die Kontraste, die sich aus der einerseits institutionalisierten Kulturproduktion

und andererseits aus projektgeförderter Off-Kultur ergibt. Während institutionalisierte Kulturproduktionen aus der Sicht der Off-Kultur eher breitere Geschmacksmärkte und tendenziell eher die breite Masse bedienen, erwehrt sich diese – so die Argumentation der Off-Kultur – einer stärkeren Öffnung hinsichtlich Formaten, Themen und Kulturproduktionen. Die VertreterInnen der Off-Kultur reklamierte zudem, dass die Projektabhängigkeit keinerlei längerfristige Entwicklungsmöglichkeiten mit sich bringe und dadurch gerade künstlerische Entwicklungsprozesse nicht adäquat gefördert würden. Das schränke die Nachhaltigkeit staatlicher Projektförderungen erheblich ein und bringe Diskontinuitäten mit sich.

### 3. Wert der Kunst und Kultur

Aufbauend auf den ersten beiden Diskussionspunkten entspannte sich eine generelle Diskussion um den Wert von Kunst und Kultur. Auffällender Weise spielte in dieser Diskussion das Leitthema und der Begriff des Open Spaces Interkultur keine führende und maßgebliche Rolle in der Diskussion. Auf Nachfrage der Moderatoren wurde darauf hingewiesen, dass es ja ein Erfolg sei, dass man nicht in die Trennung zwischen (post-)migrantischer und „deutscher“ Kultur zurückfällt. Gleichwohl zeigte sich eine klare thematische Tren-

nung in kontext-, alltagsorientierte Kulturpraktiken, die zum Beispiel im Bereich von StreetArt, Graffiti, Hip-Hop angesiedelt sind und noch stark von institutionalisierten Kulturproduktionen getrennt agieren.

### 4. Alltagskultur/Populäre Kultur

Immer wieder kehrte die Diskussion auf die Frage zurück, in welcher kulturellen Praxis sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer positionieren: Während die einen eine unabhängige künstlerische Praxis forderten, postulierten die anderen einen populkulturellen Grundbegriff. Daraus ergeben sich weitaus alltagskompatiblere Möglichkeiten für vielfältige Milieus und Altersgruppen, zum einen, um sich auszudrücken und Zugänge zu kulturellen Themen zu erlangen. Zum anderen scheint dieser niederschwellige Begriff von Kultur weitaus besser geeignet, eine integrative Klammer zu eröffnen, die mehr Menschen mit ihren Ressourcen zu berücksichtigen im Stande ist, als das ein enger Begriff von Kultur mit sich bringen könnte.

## OPEN SPACE SPILLOVER KLIMA

### 1. Konkurrenzen der Anerkennung

Ein wesentliches Diskussionsthema war die Frage, inwiefern eine Szene von Nachhaltigkeitsbefürwortern, eine Kreativszene und eine entwicklungspolitische Szene um Wahrnehmung, Fördergelder und symbolische Anerkennung ringen. Interessanterweise kommen unter dem hier skizzierten Diskussionsthema drei Akteurs- und Initiativnetzwerke (Nachhaltigkeits-, kreativ- und entwicklungspolitische Netzwerke) zusammen, die bis dato keinen Anlass sahen, miteinander in Austausch zu kommen. Wird Nachhaltigkeit hier „nur“ mit Energieeffizienz identifiziert? Bitte nochmal klären, in welchem Zusammenhang die drei Akteursgruppen stehen - eigentlich sind doch alle die da waren für soziale Wandlungsprozesse gewesen oder?! (Julia-Lena Reiner mann) Gleichwohl ergab die Diskussion, dass mindestens drei – oben genannte – klar identifizierbare Akteursnetzwerke eine starke Allianz bilden (könnten): Dies wären zum einen der Bereich energieeffiziente Projekte und Prozesse, des Weiteren der Entwicklungspolitik und nicht zuletzt eine offene Szene von jungen Kreativ-Machern aus der Region.

### 2. Kultur des Verzichts vs. Mitmach- und Spaßkulturen

Die Auseinandersetzung um die Frage, wie jede und jeder Einzelne oder Kolle-

tive auf die Bedrohung des Klimawandels reagieren, war durch zwei Antworten gekennzeichnet: Zum einen Verzicht, Einschränkung, Reduktion im Bereich von Warenkonsum, Verkehr, Energie und einem maßvollerem Umgang mit relevanten Ressourcen. Zum anderen stand die Frage im Raum, inwiefern eine Mitmach-Kultur auch Spaß bereiten darf, mit Freude und Leidenschaft, mit Spaß und einem Lächeln auf den Lippen sich den thematischen Herausforderungen zu stellen.

### 3. Machen statt reden

Ein Blick in die TeilnehmerInnenrunde zeigte, dass Machen und Mitmachen an Mikroprojekten, an performativen Praktiken (zum Beispiel Seedbombs, Gärtnern) einen oftmals höheren Stellenwert einnehmen als das diskursive Auseinandernehmen von Fach-, Detail- und politischen Positionen. Mit dem Machen gehen aber immer wieder performative (Seedbombs im öffentlichen Raum platzieren), ebenso interaktive Formate (mit Kindern werkeln...) oder einfach praktische einher, in dem konkrete Mikrobeobachtungen (Hier ist es so grau, lass uns was Grünes setzen...) direkt als Ansatz der Intervention gewählt werden.

### 4. Upcycling

Beim Upcycling werden Abfallprodukte oder nutzlose Stoffe in neuwertige Produk-

te umgewandelt.

Markantestes Beispiel der MacherInnen war die Idee des Architektenkollektivs studio umschichten (siehe Seite 49) aus Stuttgart, die aus überfälligen Materialien im Rahmen des den sogenannten Bochum-Hocker entworfen haben. Der Hocker soll die Form/Analogie eines Förderturms haben, flexibel verwendbar sein und die BewohnerInnen dazu einladen, die etablierten Bilder des Ruhrgebiets praktisch „umzudrehen“. Der Hocker soll vielseitig nutzbar sein und nimmt Analogien zum sogenannten Ulmer Hocker der Designhochschule in Ulm auf, die sehr stark der Idee des Bauhauses verpflichtet war. Und die Tetrapakkuh von The Art Monkey Society beim n.a.t.u.r.-Festival 2013. **(Julia-Lena Reiner mann)**

### 5. Eine Kultur des bedingungslosen unbürokratischen Unterstützens und Anerkennens

Meine Kritik soll darauf hinweisen, dass wir es hier mit einem systemischen Problem zu tun haben. Der administrative Aufwand für die sinnvolle Verteilung der zur Verfügung stehenden Gelder ist auf beiden Seiten viel zu hoch. Der Vorgang manövriert weiterhin diejenigen, die etwas machen wollen, in die Position von Bittstellern. Dabei sind wir es, die mit Herzblut und Spucke was bewegen. Die Dinge

tun, die außergewöhnlich sind. Die abseits der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung „das Richtige“ tun, weil wir wollen, dass es so passiert.

In den USA gibt es im College Sport den Begriff des „fifty dollar handshake“. Es ist eine Kultur des Anerkennens und des bedingungslosen unbürokratischen Unterstützens, die wir hier in Deutschland leider nicht haben. Aber damit meine Kritik nicht ein einziges Geheule bleibt, mache ich noch einen konstruktiven, radikalen Vorschlag: Zur Vereinfachung der Geldverteilung könnten die Ministerien den MitarbeiterInnen, die die Anträge bearbeiten, einfach das Budget, oder einen Teil davon, freigeben, das zur Verteilung ansteht. Und die scannen dann die Crowdfunding-Plattformen nach interessanten Projekten ab. Dann kann „der Staat“ entweder solchen Projekten helfen, die kurz vorm Funding stehen, aber Gefahr laufen die Schwelle nicht zu schaffen, oder Projekten mit wenig Aufmerksamkeit einen Boost geben.

[www.betterplace.org](http://www.betterplace.org) und [www.startnext.de](http://www.startnext.de)

Das wäre eine echte Public Private Partnership und könnte sehr unbürokratisch und effizient etwas bewegen. **(Nachträglicher Beitrag von Rolf Meinecke)**

## OPEN SPACE SPILLOVER NEUE ARBEIT/ WIRTSCHAFT

### 1. Individuelle Handlungsfähigkeit in kollaborativen Umfeldern verbessern

Die TeilnehmerInnen wiesen darauf hin, dass kollaboratives Arbeiten nach ihren Erfahrungen ein hohes Maß an Vernetzungsarbeit mit sich bringt. Dabei braucht es ein hohes Maß an Vertrauen, das nicht immer leicht hergestellt werden kann. Aus Sicht der TeilnehmerInnen erscheint es zum einen wichtig, relevantes Wissen weiterzugeben, es bedarf aber einer besseren Umsetzung der Art und Weise, wie gerade ihr Wissen aus neuen Gegenstands- und Praxiskontexten besser (und sicherer) an andere weitergegeben wird. Die Diskussion zeigte, dass die individuelle Handlungsfähigkeit in offenen Wissensnetzwerken verbessert werden muss.

### 2. Begegnungsorte und Dialogveranstaltungen herstellen

Die Auseinandersetzung um das passende soziale und räumliche Umfeld, das eine gelingende Weitergabe von Wissen und symbolischen Gütern zwischen kreativen Akteuren und potentiellen Kunden sichert, ergab, dass vermehrt Begegnungsorte und Dialogveranstaltungen gebraucht werden, die durch besondere Atmosphäre und Formate den Austausch befördern. **(Svenja Noltemeyer)** An diesen Orten, deren Aufgaben, Programmierung und Hausordnung sowie deren Ausrichtungen weiter qualifi-

ziert und profiliert werden müssten, könnten dann die skizzierten Wissenstransfers besser vollzogen werden. Aus Sicht gerade jüngerer Akteure und Marktteilnehmer sind diese Orte aber nicht in dem Maße vorhanden, wie sie benötigt werden.

### 3. Kümmerer, soziale Kuratoren

Kollaboration braucht einen sozialen Rahmen, der gerade für jüngere Akteure und jüngere MarktteilnehmerInnen nicht ohne weiteres zu organisieren und herzustellen ist. Es werden, so die TeilnehmerInnen, Impulsgeber zur Entwicklung von standortbezogenen Gruppendynamiken, Organisatoren für Veranstaltungen und Marketinginstrumente und Vernetzer unter den einzelnen Akteuren vor Ort benötigt. Aus Sicht der TeilnehmerInnen kommen bis dato nicht alle relevanten Akteure „einfach so“ passend zusammen. Es brauche Vernetzer mit Detailkenntnissen der Akteure und Räume auf Quartiersebene, die das leisten und anbieten. Motto: Macht die Kümmerer stark! Hierfür sind jeweils standortbezogene Finanzierungsmodelle zu entwickeln. (Svenja Noltemeyer)

### 4. Wertschöpfung – wie aber nachhaltig aufbauen?

Die Auseinandersetzung um den Begriff Wertschöpfung zeigte, dass Kriterien wie Vertrauen in Netzwerkprojekten erst

einmal erarbeitet und aufgebaut werden müssen. Der Koordinationsaufwand für diese Netzwerkarbeit kann dann – gewissermaßen als Nebeneffekt – wiederum neue kollaborative Arbeitsprozesse zu Tage bringen. Im Wesentlichen wiesen die TeilnehmerInnen aber darauf hin, dass oftmals aus dem Studium kommende oder freundschaftliche Netzwerke wichtigere Grundbausteine des Zusammenarbeitens darstellen, als vermeintlich neue und freie Kollaborationen.

Andere TeilnehmerInnen wiesen darauf hin, dass kleine kritische Massen, aus denen neue Wertschöpfungen entstehen könnten, nicht immer vorhanden sind und oft von außen angeschoben werden müssten. Insbesondere jüngere kreative Akteure haben Schwierigkeiten, mit potentiellen Kunden zusammen gebracht zu werden, um sich vor diesen mit ihren Produkten und Prozessen zu zeigen.

Formate wie Creative Stage oder Messeformate wären geeignet, um die Sichtbarkeit zu verbessern und somit den Transfer zu potentiellen KundInnen überhaupt erst einmal auszubauen. Räumliche Bündelungen von Wirtschaft und Kultur in Coworking Spaces als neues und fachbereichsübergreifendes Handlungsfeld müssen verstärkt gefördert werden. (Svenja Noltemeyer)

### 5. Corporate Social Responsibility

Das Themenfeld Corporate Social Responsibility entpuppte sich rückblickend bei einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern als ein unverhofft wichtiges. Initiativgruppen wie Machbarschaft Borsig11 e.V. (siehe Seite 58) und Die Urbanisten e.V. (siehe Seite 36) arbeiten mit der heterogenen Nachbarschaft, insbesondere mit Kindern, zusammen. Kinder und andere an Planungspartizipationsprozessen sonst eher weniger teilhabende Personenkreise, können an bestimmten Orten neue Dinge machen und produzieren, stärken so ihre Fähig- und Fertigkeiten sowie ihr Selbstbewusstsein, indem sie anerkannter Teil der gestaltenden Stadtgesellschaft sind. (Svenja Noltemeyer) Aufgrund von lokalen Netzwerkkompetenzen ergaben sich für einige Initiativen neue Arbeitsfelder, wie das der Corporate Social Responsibility.

## 3.3.4 SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DIE POLITIK

{Dr. Bastian Lange} Die folgenden Schlussfolgerungen wurden aus den qualitativen und empirischen Ergebnissen der von Januar bis Juni 2013 durchgeführten Forschungen im Ruhrgebiet abgeleitet. Bewusst wird hier auf das beliebte Wort Empfehlung verzichtet, suggeriert es doch eine erhöhte Stellung des Forschers und Wissenschaftlers, auf die in diesem dialogischen Forschungsprozess bewusst von Anfang an verzichtet wurde. Als Wissenschaftler ist man jedoch aufgrund seiner professionellen Erwartungen gebunden, auch Schlussfolgerungen für die Politik nach dem Verfahren These/Antithese – Überprüfung – Synthese/Fazit abzuleiten und damit einen Beitrag zur politischen Debatte zu geben, der nicht den Gepflogenheiten des politischen Apparats und seiner Methodik folgt.

Dennoch – oder gerade deshalb – werden diese Schlussfolgerungen im Jahr 2013 und 2014 mehrere politische Resonanzräume haben: Zum einen natürlich der Auftraggeber, das Ministerium, zum anderen die Europäische Union, vor allem die Generaldirektion (DG) Bildung und Kultur sowie DG Regionalpolitik und Stadtentwicklung und DG Unternehmen und Industrie mit ihren jeweiligen Planungen für das Arbeitsprogramm des Jahres 2014. Darüber hinaus werden Städte und Regionen in Deutschland und in Europa Maßnahmen aus dieser



Studie ableiten. Das Forum d'Avignon Ruhr 2013 hat mit seinem interaktiven Format schon im Ausland erste Anstöße zu anderen Veranstaltungen gegeben – und es besteht die Erwartung, dass diese Studie über Nordrhein-Westfalen hinaus auf lokaler und regionaler Ebene rezipiert wird und ihre Gedanken und Schlussfolgerungen weiter entfaltet werden.

Vor diesem Hintergrund wurde aus der Vielzahl von Schlussfolgerungen eine Auswahl getroffen, die zum einen die lokalen Bedürfnisse im Ruhrgebiet aufgreift und zum anderen Lehr- und Modellcharakter für andere haben könnten. Wie beim Forum d'Avignon Ruhr selbst so wird auch hier versucht einen lokalen-europäischen Bogen zu schlagen.

### 1. Förderinstrumente im Land Nordrhein-Westfalen effektiver gestalten

Für die weitere Entwicklung des Standortes Nordrhein-Westfalen ist es wichtig, dass die Politik in Stadt, Region und Land zumindest eine zentrale Frage der Macher von Spillover-Effekten beantwortet. Wie können zum Beispiel neue ortsbezogene Aktivitäten, die eine neue kreative Atmosphäre herstellen und aus denen neue Wertschöpfungsprozesse generiert werden, auf eine breitere Form der Anerkennung gehoben werden? Wie kann soziale Sicherheit für neue Formen des Arbeitens

entstehen?

Eine zentrale Rolle spielt – laut Aussagen der Betroffenen – dabei, dass die bestehenden Förderinstrumente des Landes Nordrhein-Westfalen in der Mehrzahl der Fälle die Belange, Bedarfe und Bedingungen der Macher und Initiatoren von Spillover-Effekten bisher nicht hinreichend abdecken – und sei es durch fehlende Zugänglichkeit bei Ausschreibungen und Formalisierungen von Kleinstförderungen.

### 2. Frei- und Experimentierorte erhalten und innovativ ausbauen

Die Studie belegt, dass Frei-Räume – im doppelten Sinne – für Spillover-Projekte im Ruhrgebiet fehlen – denn Leerstände sind nicht per se Innovationsorte. Neue Akteure entwickeln Raum eröffnende Tätigkeiten, anhand derer sie regelrecht den Beruf des „Raumerfinders“ (siehe Seite 32) einführen. Für die weitere Entwicklung von Spillover-Effekten gilt es auch administrative Wege zu finden, neue Frei- und Experimentierorte zuzulassen, die insbesondere für Jugendliche vielfältige Optionen zum Ergründen und Ausprobieren bieten. Pubertierende Räume wurden eingefordert, Räume also, in denen es auch einmal alternativ zugeht, in denen sich Meinungsführerschaften hinsichtlich der Gestaltung und der Nutzung abwechseln dürfen. Räume, die zugänglich sind, in de-

nen Handlungsmöglichkeiten zugelassen werden und durch die Nutzer bestimmt werden. Was als user-generated content längst ein Allgemeinplatz ist, scheint als Open Space im Stadtraum ungeübt. Projektwebsites wie [www.leerstandsmelder.de](http://www.leerstandsmelder.de) könnten eine Vorlage darstellen, um dies dialogisch, interaktiv und transparent zu vermitteln.

Dieser Ansatz ist in der Politik nicht neu – vor 20 Jahren hat man in Deutschland von soziokulturellen Zentren als den Freiräumen der damaligen Subkultur gesprochen. Auch im Ausland ist dies vielfach Thema – von den Squatters bis zu dem mittlerweile etablierten Bureau Broedplaatsen in Amsterdam. Im Kontext der Agenda Europa 2020 sollen solche Maßnahmen für die Weiterentwicklung von sozialen Innovationen, die gerade durch kultur- und nicht durch technologiegetriebene Experimente vermehrt anerkannt und gefördert werden. Es empfiehlt sich, dass das Land Nordrhein-Westfalen das Angebot an kulturellen Experimentierräumen auch als strategischen und langfristigen Bestandteil der Standortattraktivität betrachtet – gerade angesichts der immer schnelleren Gentrifizierungstendenzen im Rheinland wie in Berlin.

### 3. Image des Ruhrgebiets aktualisieren – Wandel durch Kultur modernisieren

Die in der Studie beschriebene Generation der Maker findet sich in den aktuellen Bildern und Repräsentationsweisen des Ruhrgebiets (Zechen, Logistikwüsten) nicht oder nicht genügend wieder: Die Marke Ruhr lässt Freie Szene, Bottom-Up-Kulturen und viele Eigensinnigkeiten vermissen, ihre Geschichte wird nicht genügend erzählt und weder im Innenraum des Ruhrgebiets noch im Außenraum ausreichend vermittelt. Die Politik des Landes, aber auch der Städte und der Region ist daher jetzt aufgerufen, für ein neues Phänomen in der Kultur auch neue mediale Räume und Öffentlichkeiten zu schaffen. Gerade jungen KünstlerInnen und Kreativen sollte mehr Raum in der Öffentlichkeit gegeben werden, es sollte mehr strategische Vermittlungsarbeit durch Partnerschaften mit führenden Akteuren, Medien wie NRWision, Einslive, Institutionen wie dem Dortmunder U und den zahlreichen Festivals erbracht werden, um auf neue Macher und Kreative des Ruhrgebiets regelmäßig in einer breiteren Öffentlichkeit hinzuweisen.

Zudem sollte das Ruhrgebiet bei führenden Multiplikatoren stärker durch seinen Netzwerkcharakter als durch die vermeintliche „Entität Ruhrgebiet“ vermittelt werden. Dabei könnte auch „neuen Kleinteiligkeiten“ (Freie Szene, Bottom-Up-Kulturen) besser zur Sichtbarkeit verholfen

werden und zugleich die Einzigartigkeit des Ruhrgebiets verständlicher gemacht werden. Für den sogenannten USP, also Unique Selling Point sind diese Spezifika heute – in Zeiten der Häufung von Großevents – wichtiger geworden als noch vor 20 Jahren.

#### 4. Anschlussfähigkeit von Spillover-Projekten sicherstellen

Gerade Spillover-Projekte entfalten ihre mehrdimensionalen Wirkungen nicht entlang eines starren Projektzeitplans. Dies gilt für kreative Projekte im Allgemeinen, für Spillover-Effekte jedoch besonders, wie die Studie zeigt. Für die Landespolitik ist es eine Herausforderung, die auch durch die Anforderungen der Europäischen Innovationsunion gegeben ist: Verfahren zu finden, die die Nichtplanbarkeit von „Überschwapp“-Wirkungen aus einer Branche in eine andere mit den Anforderungen der ordentlichen Verwaltung von Projekten verbinden. Nur dann kann die eigentliche Stärke der Spillover-Effekte gehoben werden.

Es wird die Erstellung einer europäischen Synopse von flexibilisierten Erwartungshaltungen seitens der Verwaltung empfohlen. Die Synopse soll aufzeigen, welche bestehenden Politikansätze in Europa mithelfen könnten, Spillover-Formate zur Geltung zu bringen und sodann auch die

daraus entstehenden Wirkungen wiederum förderfähig zu machen und zu verstetigen. Insbesondere muss ein Verfahren entwickelt werden, welches verhindert, dass ein Projekt durch seinen Spillover-Effekt aus der Förderstruktur fällt, wie zum Beispiel Borsig11, das nach seiner Verstetigung nicht mehr in die Sparte Kultur/Kunst fällt.

Es wird empfohlen, in lokalen Modellprojekten zu testen, wie die Anschlussfähigkeit von Projekten sicherzustellen ist, damit diese nach Beendigung nicht direkt verpuffen. Dies kann durch Beratungsgutscheine gesichert oder im Zuge einer Netzwerkgarantie gewährleistet werden. In anderen Bundesländern sowie europäischen Ländern wird mit Voucher-Systemen oder Mikrokrediten gearbeitet, die durch das EU-Programm EFRE (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung) finanziert werden.

#### 5. Nachhaltigkeit für Vermittlung von Spillover-Effekten/Kulturscouts

Die Sicherung des Projekterfolgs basiert auf der Bildung sogenannter Kritischer Massen in Quartieren und Stadtteilen. Sie zu realisieren ist gerade im dezentralen, nicht verdichteten Ruhrgebiet, eine wichtige Aufgabe.

Es zeigt sich, dass dies Veranstalter selbst nicht dauerhaft aus ihren Projekterträgen finanzieren können – in Köln oder Berlin

tun sie dies im Übrigen auch nicht, sondern treffen bereits auf eine relativ hohe Publikumsdichte, die sie quasi kostenlos erhalten.

Zur strukturellen Förderung kritischer Massen und Erhöhung der Dichte wird empfohlen – nach dem Modell der Stadterneuerung oder der Initiative des Bundeswirtschaftsministeriums – längerfristig finanzierte Vermittler (Kulturscouts oder auch Kümmerer) bereit zu stellen. Dies ist eine lokal passgenaue und zudem eine sparsame Infrastrukturpolitik, die kulturelle Spillover-Effekte nach sich zieht und im Zuge integrierter Stadtpolitik auch und gerade für die Kultur und Kreativwirtschaft benötigt wird.

Es ist zu überlegen, in zwei Gebieten in Nordrhein-Westfalen (Ruhr/Rheinland) einen vergleichenden Praxis-Test für zwei Jahre durchzuführen und dessen Ergebnisse zu evaluieren. Dabei sind Aufgaben und Finanzierung der Kümmerer zu erproben und zu definieren, um Spillover-Prozesse zwischen Kultur, Kreativwirtschaft und Unternehmen zu fördern. Diese reichen von der Potentialanalyse bis zur personellen Vermittlung und Match-Making zwischen unterschiedlichen Stakeholdern im Innen- und Außenraum des Ruhrgebiets.

Ein Implementierungstest eines neuen regionalen Politikformates für Spillover-Effekte ist auch im Hinblick auf Europa 2020

(Operationalisierung von sozialen Innovation im Stadtraum) von Interesse über das Land Nordrhein-Westfalen hinaus. Nicht zuletzt folgt so ein Test dem Aufruf von EU-Kommissarin Androulla Vassiliou (siehe Seite 93) auf dem Forum d'Avignon Ruhr 2013, neue Strukturen aufzubauen.

#### 6. Schnittstellenkompetenz für lokale Allianzen bereitstellen

Die Online-Befragung hat gezeigt, dass viele lokale Allianzen überregionale Potentiale nicht erschließen können – weder im Know-How beziehungsweise Dienstleistungsbereich noch in der Besucherakquise. Es sind demzufolge Maßnahmen zu entwickeln, die neue Schnittstellen über die Region hinaus herzustellen im Stande sind, damit diese regionalen Potentiale von außen, etwa in Form eines digitalen Mappings, einer Galerie der Mutmacher, einer Karte der Initiativen besser sichtbar werden. Es ist zu prüfen, ob dies mit Angeboten vorhandener regionaler Initiativen wie „Kulturkenner“ oder Veranstaltungen wie „Extraklasse“ verbunden werden kann – oder ob neue Angebote zu schaffen sind wie Magazinbeilagen oder durch ein Crowd-Mapping.

#### 7. Zugänglichkeit nachhaltiger Werk-Räume schaffen

Projektgeförderten Initiativen fehlen oft

Räume, die sie regelmäßig nutzen können. Die Nutzung immer neuer Räume ist finanziell die teuerste Lösung. Solche Räume sind zum einen Spiel- und Aufführungsräume, zum anderen auch Werkstätten im Sinne der Maker-Labore – siehe etwa die Bochumer Design-Werkstätten-Messe gut die Messe.

Es ist zu empfehlen, Instrumente zu finden, wie solche Räume generationen- und nationenübergreifend genutzt werden können – und dies wiederholt und nachhaltig. Die Anmietung von Räumen für fünf und mehr Jahre ist ein Modell der Vergangenheit. Finanzierungsmodelle von Co-Working-Spaces stecken noch in den Anfängen und sind nicht generalisierbar. Neue Instrumente zur Sicherung von Räumen fehlen jedoch für den neuen Bedarf der Maker-Generation.

#### 8. Innovation der Förderkultur

Die Studie zeigt eine Unzufriedenheit mit der Verwaltung von Fördermitteln – selbst bei denjenigen, deren Projektanträge bewilligt wurden. Umgekehrt gelten viele Kulturträger in den Verwaltungen als Risikokandidaten für die Abwicklung öffentlicher Mittel. Diese Situation gegenseitiger, jedoch unausgesprochener Vorbehalte ist für beide Seiten kontraproduktiv und keine optimale Ausgangsbasis für die Entwicklung innovativer Kulturprojekte gerade vor

dem Hintergrund der Agenda Europa 2020. Charles Landry hat dies mit seiner Forderung nach einer kreativen Verwaltung zum Ausdruck gebracht – und dies für ganz Europa.

Unbestritten ist, dass die Kluft zwischen Kulturförderung und kultureller Innovation nicht neu ist. Unbestreitbar ist jedoch auch, dass es Zeit ist, gerade angesichts der integrativen Förderpolitik der EU ab 2014, diese Kluft durch innovative Maßnahmen zu verringern.

In der Nachfolge der Erforschung von Spillover-Effekten sollten in Nordrhein-Westfalen zeitlich befristete Maßnahmen erprobt werden, die eine Kultur des Anerkennens und des Unterstützens mit minimaler Bürokratie ermöglichen, denn die Chancen auf Innovation und Wachstum sind außerhalb von bürokratischen Kontrollräumen am höchsten, wie zahlreiche Forschungen belegen. Damit würde Förderverwaltung selbst zum Teil der Spillover-Debatte und könnte die Effizienzpotentiale kreativer Verwaltung testen, dabei ist die Nutzung von Crowdfunding-ähnlichen Plattformen zur Bottom-Up-gesteuerten Verteilung von Fördermitteln zu testen.

#### 9. Beteiligung am Dekadenprojekt im Ruhrgebiet innovativ gestalten

Maßgebliche Akteure von kulturellen Spillover-Projekten, wie zum Beispiel Julia-Le-

na Reinermann, Mitglied der Initiative für Nachhaltigkeit der Universität Duisburg-Essen, sieht sich, wie andere auch, nicht genügend in das nächste Dekadenprojekt des Ruhrgebiets involviert beziehungsweise institutionell einbezogen.

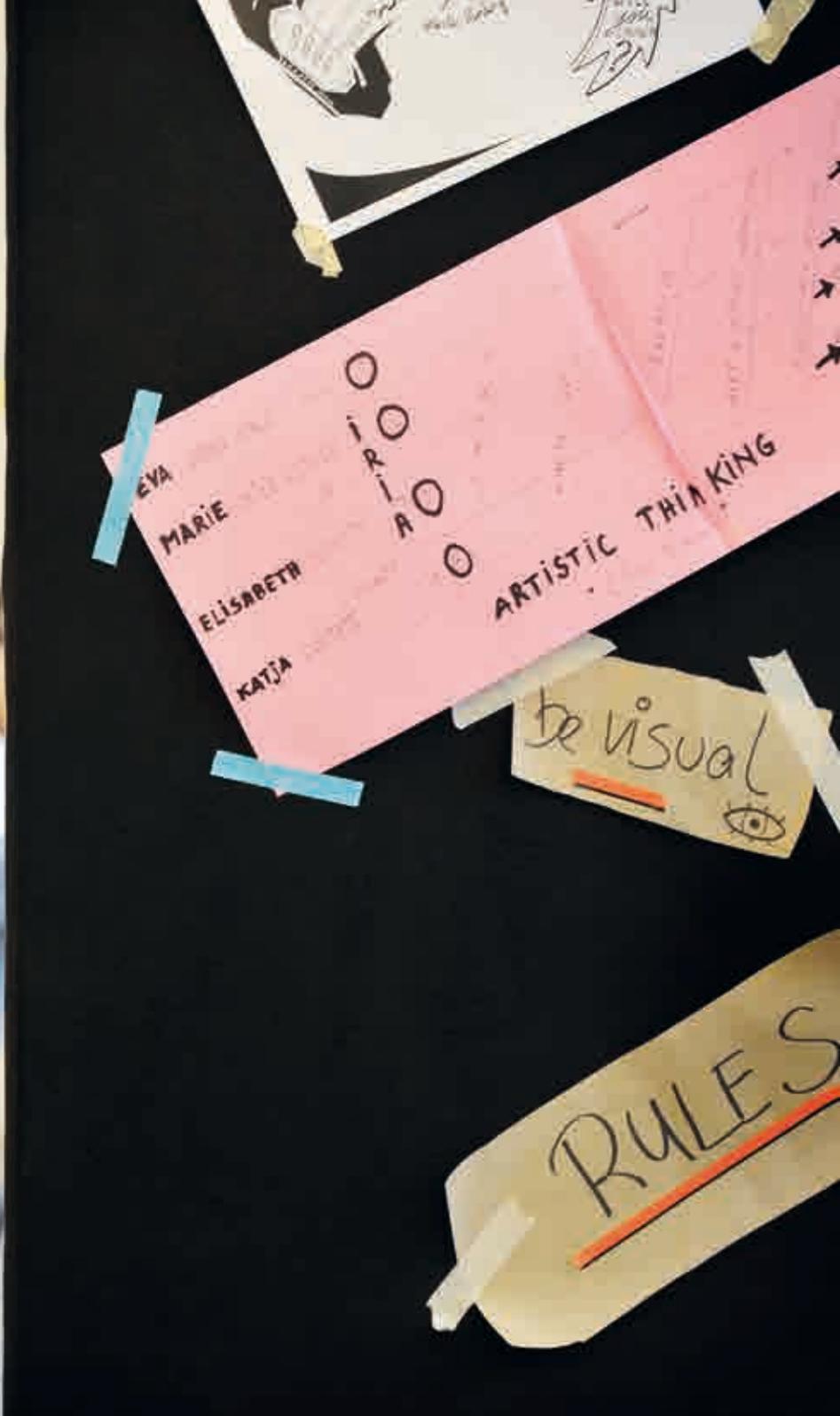
Angesichts der Stärken und Aktivitäten an den Schnittstellen Interkultur sowie Klima wird empfohlen, dass das Dekadenprojekt „Klimaschutz-Expo NRW – RUHR“ im Ruhrgebiet eine institutionelle Offenheit für Bottom-Up-Initiativen schafft, seien diese temporär oder nachhaltig angelegt. Zudem sollte eine finale Programmatik es Initiativen aus dem Ruhrgebiet erlauben, über eine derart lange Zeitperiode (bis 2020) inhaltlich an der Gestaltung des Dekadenprojekts mitzuwirken und somit den Fokus von Fragen der Klima-, Energieeffizienz und Ressourceneinsparung adäquat zu prägen. Hier sollten Partizipationsformate eingebaut werden, die in der Lage sind, lokale Initiativen, die oftmals aus dem Projektverbund der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 oder anderen Strukturen erwachsen sind, wiederum weiter zu qualifizieren im Stande sind.

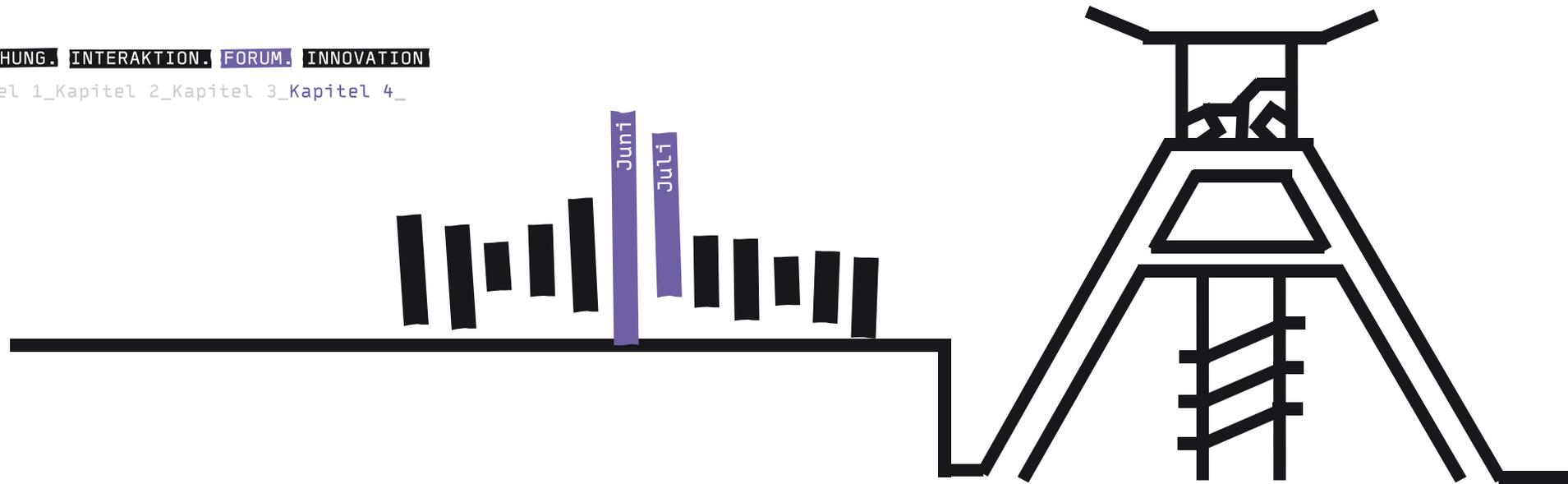
#### 10. Kooperationsinstrumente zur Verstärkung von Spillover-Effekten schaffen

Die Studie zeigt, dass Spillover-Initiativen im Ruhrgebiet an Wachstumsgrenzen stoßen; sie benötigen für den weiteren Erfolg

– wie in der Wirtschaft auch – neue Partnerschaften, die sie bisher nicht kannten. In Spillover-Projekten sind diese besonders schwer zu finden, weil es nicht genügt, wenn sie nur in einer Branche aktiv sind – ein reiner Anlagenbauer für Windräder ist kein selbstverständlicher Partner für das Bochumer n.a.t.u.r.-Festival, auch wenn er dies potentiell sein könnte. Um die Potentiale neuer Partnerschaften zu heben – sei es durch Mikrofinanzierungen, Vouchersysteme, Innovationsgutscheine oder klassisches Sponsoring – wird daher empfohlen, innovative Veranstaltungen zu schaffen, die Angebote und Nachfragen von Spillover-Akteuren zusammenführen – und zwar für gemeinnützige wie erwerbswirtschaftliche Veranstalter. Partner werden nicht nur für Finanzierungen gesucht, sondern für Know-How und Coaching in Marketing, Verwaltung, Antragsstellung oder Kundenbetreuung.

Das Land Nordrhein-Westfalen könnte – in Analogie zum Staatspreis – ein Format entwickeln, um den besten Spillover-Paten eines Jahres auszuzeichnen und für seine Arbeit „jenseits der Silos“ gesellschaftliche Anerkennung zu vermitteln.





# 4. DAS FORUM D'AVIGNON RUHR 2013 – FORUM UND INNOVATION

## 4.1 EIN PROZESS FÜR SPÜRBAREN WANDEL



{Bernd Fesel} Nach sechs Monaten interaktiver Forschung und Dialog mit den Spillover-Initiatoren im Ruhrgebiet fand am 27. und 28. Juni 2013 das zweite Forum d'Avignon Ruhr zum Thema „Europa 2020 – Kultur ist der Schlüssel“ auf PACT Zollverein in Essen statt, mit rund 220 TeilnehmerInnen aus 17 Staaten. Das Forum wurde von NRW-Kulturministerin Ute Schäfer am Donnerstagabend, dem 27. Juni, mit einer Rede zur Gründungsinitiative des Netzwerkes für Innovation in Kultur und Kreativität in Europa eröffnet und schloss mit einer Rede von NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin am Freitagabend, dem 28. Juni, über die Innovationspolitik des Landes. An diesen beiden Tagen entfaltete sich eine Konferenz neuer Art, deren Konzept und Ablauf in diesem Kapitel dargestellt werden.

Das Forum d'Avignon Ruhr versteht sich als interaktives Netzwerktreffen auf europäischer Ebene und fühlte sich 2013 insbesondere den Machern vor Ort verpflichtet. Grundidee war es, den vielen bislang namen- und stimmenlosen Kultur- und Kreativinitiativen und Projekten im Ruhrgebiet Gehör zu verschaffen und sie Experten aus ganz Europa gegenüber zu stellen. Dem vorausgegangen war die von eccé Anfang 2013 begonnene und hier vorliegende Studie. Mit dem überraschenden Ergebnis: Es gibt eine neue Macher-Generation auch im

Ruhrgebiet.

Schon im Herbst 2012 wurde deutlich, dass das zweite Forum einem innovativen Konferenzdesign folgen muss: Es sollte interaktiver werden, und es sollte die eigentlichen Innovatoren, die InitiatorInnen von Spillover-Projekten, auf Augenhöhe in den Dialog mit Politik und Wirtschaft bringen. Es galt, wie Prof. Dieter Gorny zur Konferenz-Eröffnung formulierte, „den Ort aufzusuchen, an dem wir Visionen und neue Ideen sehen, fühlen und spüren können“. Das zweite Forum wurde daher als ein exklusiver Dialograum zwischen Politik, Wirtschaft und Spillover-Initiatoren entworfen, in dem alle auf ihre Weise und in unterschiedlichen Sprachen Beiträge zum Wandel von Gesellschaft in die Debatte einbrachten – vom spontanen Interventionismus eines Leónidas Martín bis zur langfristigen Gestaltung politischer Rahmenbedingungen einer Landesregierung oder EU-Kommission.

Das Forum d'Avignon Ruhr 2013 wollte darüber hinaus ein Raum für Interaktion der Macher schaffen, an dem sich mehr als das bekannte Networking in Form eines Meet and Greet abspielt. Es wollte selbst ein – zunächst noch temporärer – sozialer Raum werden, in dem innovative Projektideen in Kollaborationen der Macher gemeinsam erdacht werden und als exemplarische Lösungsantworten im Konferenzdialog über

die Rolle von Kultur in der Krise Europas bestehen.

Erstmals lud das Forum am ersten Tag der Konferenz 40 Spillover-Macher zu vier Artistic Thinking Workshops – entsprechend den Spillover-Themen Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Energie/Klima und Interkultur – ein, deren Ergebnisse die Workshop-Teams selbst als Beitrag in den zweiten Tag der Konferenz eingebracht haben. Dabei war das gemeinsame Arbeiten von Akteuren aus dem Ruhrgebiet und aus Europa an Innovationen genauso wichtig wie die entwickelten Ergebnisse. Denn: Kulturelle Antworten auf die Umbrüche von Stadtgesellschaft in Europa müssen innovativ und kollaborativ im europäischen Kontext bestehen, wenn sie lokal Wandel bewirken wollen. Ziel der Konferenz war es nicht nur über neue Praxis reden, vielmehr galt es Praxis von Spillover-Machern am ersten Tag zu realisieren, um nicht zu sagen zu testen, und dieses Experiment wurde wiederum allen Konferenz-TeilnehmerInnen in einem interaktiven Nachmittag am zweiten Tag vorgestellt. So entstand ein Mix aus innovativen und bekannten Formaten des Dialoges auf dem Forum, das überraschte, das auch nicht ohne Reibung und Widerspruch blieb, das so jedoch Neuem und Ungewöhnlichem Raum schaffte und das 40 Spillover-InitiatorInnen zum direkten Dialog mit Poli-

tik und Wirtschaft motivierte. Das Forum d'Avignon Ruhr fand eine dem Thema der Studie Spillover entsprechende Form der Konferenz.

In den folgenden Kapiteln wird der Ablauf dieser beiden Tage des Forums chronologisch wiedergegeben.

## 4.2 WORKSHOPS DER SPILLOVER-MACHER/INNEN – PROLOG

### DER ERSTE TAG DES FORUM D'AVIGNON RUHR 2013

{Christian Caravante} Design ist mehr als Formgestaltung und kann zu frischen Perspektiven in komplexen Prozessen führen, wie zum Beispiel dem Versuch in vier internationalen Gruppen von Kreativen, ProjektmacherInnen und Kulturakteuren vier Spillover-Projekte in nur sechs Stunden zu entwickeln und in Form einer Skulptur zu materialisieren. So geschehen am ersten Tag des Forum d'Avignon Ruhr 2013. Innovativ gestaltet war also auch die Konferenzstruktur: Weg vom klassischen Frontalunterricht hin zu einer offeneren, partizipativeren Konferenz. 40 ProjektmacherInnen aus Europa waren am Donnerstag aufgerufen vier Spillover-Projekte aus den Bereichen Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Energie/Klima und Interkultur zu entwickeln.

### DER ZWEITE TAG DES FORUM D'AVIGNON RUHR 2013

Nach Präsentation aller Arbeitsergebnisse wurde eine der vier Spillover-Ideen am zweiten Tag der Konferenz, nach Vorträgen und hochkarätigen Podiumsdiskussionen, vom Publikum zum besten Projektvorschlag gewählt: Das Projekt Shaking Hans der vom international bekannten Städteforscher Charles Landry gecoachten Projektgruppe Stadtentwicklung. Shaking Hans will BürgerInnen zu mehr Mitsprache in städtischen Entwicklungsprojekten anregen. Das Format der Konferenz kam nicht bei allen TeilnehmerInnen gleichermaßen positiv an. Eine eher skeptische Haltung ist auch verständlich, da man im Arbeitsalltag Prozesse mit unsicherem Ausgang gern meidet. Aber Innovation ruft immer auch Widerspruch hervor und lässt Scheitern wie unerwartete Erfolge zu. Das Gewohnte scheint zunächst leichter zu denken und umzusetzen, aber die Ergebnisse sind in Folge eben meist die erwartbaren. Erwartbaren Ergebnissen wollte das Forum d'Avignon Ruhr in jedem Falle vorbeugen. Inmitten der Wirtschaftskrise will die EU-Kommission die Wirkungen von Kultur in verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen fördern – von Klima- und Energie-

fragen bis zu Herausforderungen in der Stadtentwicklung. Diesem Ansinnen folgte das Forum d'Avignon Ruhr 2013, indem auch diejenigen eingeladen wurden, die sowohl die derzeitige Krise als auch die Zukunftsgestaltung am meisten betrifft, die letztlich Antworten finden müssen: KünstlerInnen, Kreative und ProjektmacherInnen aus dem kreativ-kulturellen Sektor in ganz Europa. „Wo sind die risikofreudigen MacherInnen, die das Geld mal eine Weile vergessen?“, fragte ein Workshopteilnehmer bemerkenswerterweise.

#### Innovation gelungen? Nerven blank!

Was nach dem Prozess in den vier Workshops als Ergebnis stehen würde, war zu Beginn der Konferenz vollkommen unklar. Ja, ob überhaupt so etwas wie ein Ergebnis herauskommen würde. Im Grunde wurde damit genau das Risiko induziert, das jeder kreative Prozess in sich trägt. Wie es ein Teilnehmer sagte: „Das ist die Magie am kreativen Arbeiten: Wo vorher nichts war, ist plötzlich etwas.“ Für eine öffentlich finanzierte Konferenz nicht ohne Risiko, denn leichter darstellbar sind die üblichen Vorträge und Paneldebatten. Am Ende dieser Konferenz entstanden trotz aller anfänglichen Unsicherheiten dennoch konkrete Ideen und ein Objekt, nämlich eine von den WorkshopteilnehmerInnen unter hohem Zeitdruck in Kleb-

stoffgeschwängelter Luft aus diffusen, widersprüchlichen, noch embryonalen Ideen gefertigte „Bastelarbeit“ aus Holz, Fahrradschläuchen, Pappe und allerlei abseitigen Materialien. Die Objekte waren nicht unbedingt optisch ansprechend, aber das materialisierte Ergebnis eines von Debatten geprägten, geistigen Prozesses. Eine soziale Skulptur im besten Beuys'schen Sinne. Denn Joseph Beuys' Vorstellung einer gesellschaftsverändernden Kunst steht im ausdrücklichen Gegensatz zu einem bloß formalästhetischen Verständnis. Menschliches Handeln wird bei ihm in die Skulptur eingeschlossen – sowohl gelingendes wie scheiterndes Handeln. Auch auf dem Forum d'Avignon Ruhr 2013 ging es darum, ein Objekt zu schaffen, das zugleich Ergebnis und Zentrum einer Debatte ist. Bei der Herstellung der Skulptur lagen zwar mitunter die Nerven blank, aber die Energie im Raum war bewundernswert und genau der Spirit, den eine arbeitende, streitende, mehr als nur aus Networking und Reden bestehende Konferenz schaffen sollte.

## LISTE DER TEILNEHMER/INNEN

### STADTENTWICKLUNG

Facilitator:

Eva Breitbach – schwarz+weiss, Berlin

Susa Pop – Public Art Lab, Berlin

Andrius Ciplijauskas – beepart, Vilnius

Philipp Olsmeyer – Trädgård på Spåret:  
Ideell förening, Stockholm

Charles Landry – Comedia, London

Janjaap Ruijssenaars – Universe  
Architecture, Amsterdam

Jan Bunse – Die Urbanisten e.V.,  
Dortmund

Vilim Brezina – Die Urbanisten e.V.,  
Dortmund

Anne Kleiner – dezentrale für forschende  
Stadterprobung/Ringlokschuppen,  
Mülheim an der Ruhr

Danijel (Gigo) Brekalo – Waende Südost,  
Essen

### WIRTSCHAFT/NEUE ARBEIT

Facilitator:

Elisabeth von Helldorff – schwarz+weiss,  
Berlin

Ineke Aquarius – Butterfly Works,  
Amsterdam

Iria Alba Lopez Garcia – freie Beraterin,  
Madrid

Henrik Mayer – Reinigungsgesellschaft,  
Berlin

Alexander Koch – New patrons - Neue  
Auftraggeber, Berlin/Paris

Sebastian Olma – The Serendipity Lab,  
Amsterdam

Pia Areblad – TILLT, Stockholm

Reinhild Kuhn – Ständige Vertretung/  
Heimatdesign, Dortmund

Völker Pohlücke – Machbarschaft Borsig11  
e.V., Dortmund

### ENERGIE/KLIMA

Facilitator:

Katja von Helldorff – Material Mafia,  
Berlin

Jacob Bilabel – Agentur Thema 1, Berlin

Chiara Badiali – Julie's Bicycle, London

Andreas Schmidt – Electric Hotel, Kassel

Thies Schröder – Melt@Ferropolis, Berlin

Julia-Lena Reinermann – VeloCity Ruhr,  
Essen

Marie Louise Hansel – n.a.t.u.r.-Festival  
– natürliche Ästhetik trifft urbanen Raum,  
Bochum

Oliver Ihrens – E-Bike Muskelkraftwerk,  
Bochum

### INTERKULTUR

Facilitator:

Marie Schmieder – d-collective, Berlin

Elina Hermansone – Brigade, Riga

Martina Reuter – Wochenklausur, Wien

Inés Soria-Donlan – In Place of War,  
Manchester

Michael DaCosta Babb – Global Business  
Development Strategist, Lissabon

Betty Martins – “I Wasn't Always Dressed  
Like This”, London

Lis Marie Diehl – Crashtest Nordstadt/  
DOMO, Dortmund

Nadja Wallraff – Teachfirst Deutschland,  
Dortmund

Denis Y. Dougban – Kreativzentrum für  
Rhythmus und Bewegung im Vest,  
Recklinghausen

Günfer Cölgecen – Theater Freie Radikale,  
Bochum

Freia Lukat – Caritas Herten

Anna Kamphues – Kommunikations-  
designerin, Dortmund

Florian van Rheinberg – Storp9, Essen

#### 4.2.1

### ARTISTIC THINKING WORKSHOPS

{Peter Schreck} Ziel der Methodik am ersten Tag des Forums war es, in vier Workshops zu den vier Spillover-Themen bereits bestehende Lösungsansätze so miteinander zu kombinieren und zu neuen Ansätzen zusammenzufügen, dass nachhaltige, skalierbare und damit exemplarische Projektideen generiert werden – für die Präsentation in der Debatte am zweiten Tag. Kooperationen erfahrener MacherInnen sollten sich zur Ko-Innovation verbinden – Methoden, wie sie aus Barcamp und Hackathons bekannt sind.

Um dies auf einer Konferenz, in einem Umfeld, das nicht der Interaktion entspricht, zu erreichen, wurde im fünfstündigen Workshop eine Agenda mit folgenden Schritten umgesetzt:

In the first part, the groups will continue working on their topics in a conceptual way in groups of 10. Each group will work on a certain question related to the results of the past workshops and will design a solution for the case. The process will contain discussions and analyses elements as well as creative methods, brainstorming and ideation parts to prototype and formulate concepts for a first solution. The solutions should contain a vision and be easy to understand.

The second part of the workshop will con-

tain a presentation of these interim results to the whole group. The goal is to open up the ideas to the group and collect feedback from all participants.

The third part of the workshop will set a future scenario in which all topic related difficulties of today have disappeared. The two dimensional concept of the first part of the workshop will be transferred into a three-dimensional vision. The participants will work with artistic methods and in a practical way to make the spillover effects between the ideas visible and tangible through a prototype or a sculpture. The premise „Think with your hands“ is the connecting element between the different workshop parts. It helps to break up usual habits of working and discussing and forces to define perspectives in a new way.

#### EXKURS – ARTISTIC THINKING

“The impact of the arts is used to change perspectives due to the fact that the imaginative is most legitimised in the free space of the arts. Artistic thinking opens up new spaces for action, creativity and abstraction and contains a strong social and group-orientated impact.

At first sight a vision or a idea seem to be intangible but they can materialised through different approaches and artistic methods that help building a bridge from Idea/Thinking to Acting/Doing.”

schwarz+weiss und Material Mafia

## 4.2.2 REINIGUNGS- GESELLSCHAFT – CASE STUDY

{Henrik Mayer und Martin Keil} *Wir verstehen zeitgenössische Kunst als Katalysator sozialer und politischer Prozesse. Dialogische Projekte im Rahmen einer gemeinschaftlich orientierten Kunstpraxis sind neben der Inszenierung darstellerischer Handlungsräume der Schwerpunkt unserer Arbeit.*

Die REINIGUNGSGESELLSCHAFT (RG) realisiert Kunstprojekte, die gesellschaftlich relevante Themen wie zum Beispiel Energiewende, Demographie und Stadtentwicklung behandeln. Dabei wird das Potential genutzt, welches sich aus der Verknüpfung verschiedener gesellschaftlicher Bereiche ergibt. Das heißt, der künstlerische Prozess ermöglicht die Teilhabe lokaler Akteure und bezieht spartenübergreifende Aktivitäten ein.

REINIGUNGSGESELLSCHAFT versteht zeitgenössische Kunst als Katalysator sozialer und politischer Prozesse. Dialogische Projekte im Rahmen einer gemeinschaftlich orientierten Kunstpraxis sind neben der Inszenierung darstellerischer Handlungsräume der Schwerpunkt ihrer Arbeit. Dabei kommen Methoden aus den Bereichen INTERACTION DESIGN, TRANSMEDIA STORYTELLING und COGNITIVE MAPPING zum Einsatz.

Voraussetzung ist, dass Aktivitäten als

gleichberechtigte kollektive Prozesse mit Beteiligten vor Ort entwickelt und umgesetzt werden. Damit kann eine neue Sichtweise auf Begriffe wie Solidarität und gemeinschaftliches Handeln erzeugt werden. Wichtig ist dabei, einen künstlerisch forschenden Ansatz zu verfolgen, der Partizipation und prozesshafte Herangehensweise ermöglicht. Es geht um die Beförderung eines gesellschaftlichen Dialogs, der neue Identifikationen zum Beispiel mit der Region Ruhr ermöglicht und neue Handlungsfelder in einer nachindustriellen Transformationsgesellschaft ermöglicht. So kann ein zukunftsöffener Wissenspool entstehen, der sich auf Ideen von RuhrgebietsbewohnerInnen gründet. Spillover bedeutet hier, über den Rahmen der zeitgenössischen Bildenden Kunst hinaus eine Brücke zu schlagen in den Bereich langfristiger zivilgesellschaftlicher Aktivitäten. Im Sinne einer Verstärkung geht es um die Auslotung des Begriffes Kapital im Sinne einer alternativen Wertediskussion.

*Das Forum d'Avignon Ruhr stellt unter dem Leitthema „Europa 2020 – Kultur ist der Schlüssel“ die Frage, was Kultur und Kreativwirtschaft zu neuen Lebenschancen in der Region Ruhr beitragen können. Mit der Teilnahme am Workshop im PACT Zollverein in Essen am 27. Juni 2013 entstand für mich*

*die Frage nach der Rolle von insbesondere Bildender Kunst bei der Anregung vermuteter Spillover- bzw. Übertragungs-Effekte von Kunstprojekten ins gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben. Dabei ist die urbane Lebenswelt des Ruhrgebietes von einschneidenden Veränderungen betroffen, die nachindustrielle Realität ist geprägt von struktureller Schrumpfung, Bevölkerungsabnahme und Verarmung ganzer Stadtteile, beispielsweise in Gelsenkirchen und Duisburg.*

Zahlreiche Leuchtturmaktivitäten in Kunst und Kultur der vergangenen Jahre haben im Ruhrgebiet punktuell neue Lebensmodelle und -chancen sichtbar gemacht, einen zivilgesellschaftlichen Dialog über lokale Zukunftschancen angeregt und gemeinschaftliches Handeln befördert. Kultur mag also der Schlüssel sein, aber mit diesem Slogan sollen Akteure aus Wirtschaft und Politik nicht aus ihrer Verantwortung entlassen werden.

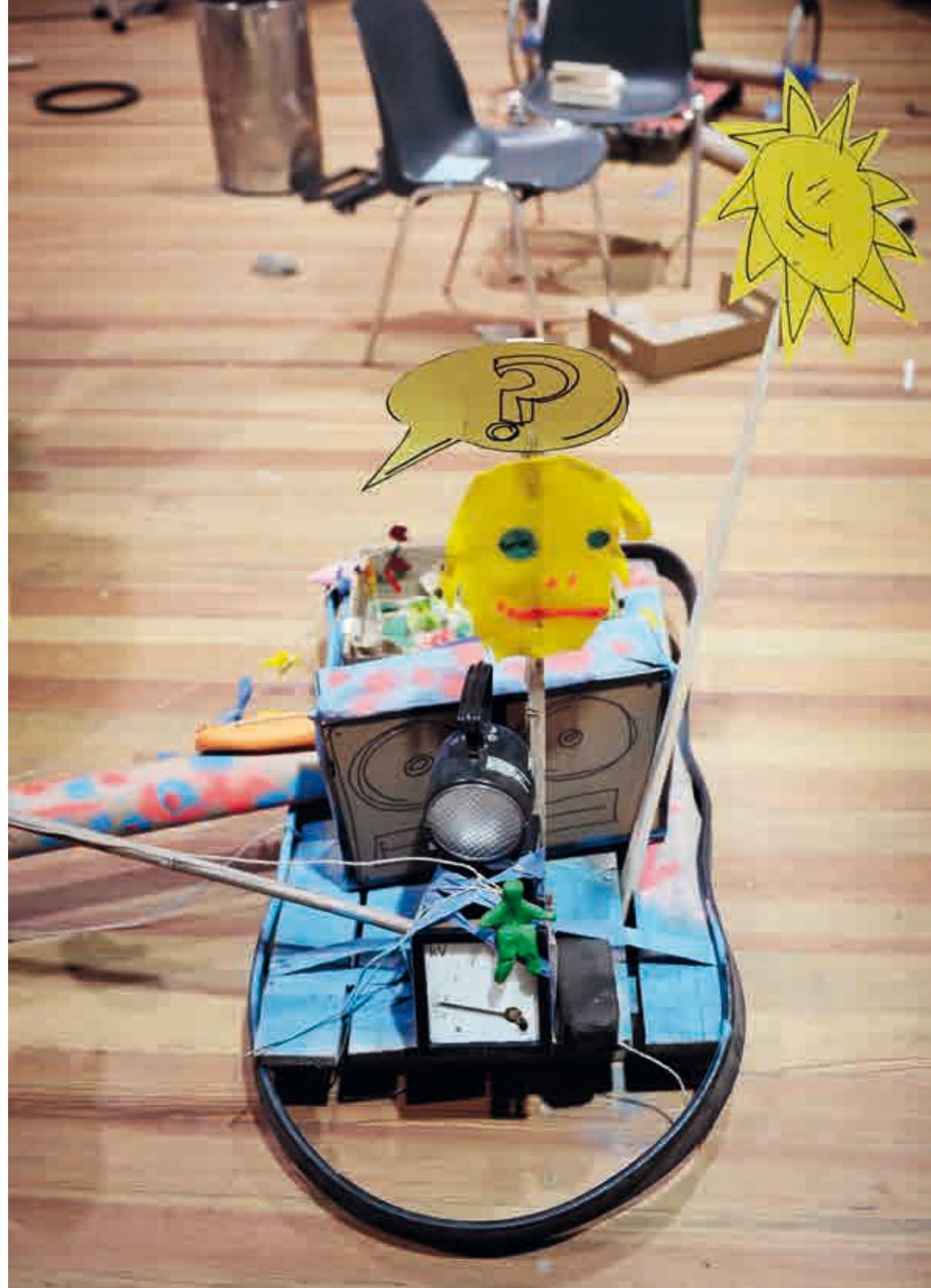
Der Übergang des Ruhrgebietes zu einer Postwachstumsökonomie gestaltet sich schwierig, da in Wirtschaft und Politik noch oft konventionelle Investitionsmodelle praktiziert werden. Trotz einer hohen Bevölkerungsdichte konnten in jüngerer Vergangenheit in der Ruhr-Region nur wenige neue Arbeitsfelder erschlossen wer-

den. Große Teile, vor allem der Bevölkerung ohne hohen Bildungsabschluss, sind mit den Folgen eines entsolidarisierten Wirtschaftslebens konfrontiert und von Sozialleistungen abhängig. Als Folgeerscheinung haben Kommunen aufgrund hoher Sozialabgaben einen größeren Schuldenberg angehäuft. Seit 2000 ist für die Ruhrgebietskommunen ein ungebremstes Wachstum der Kassenkredite zu konstatieren. Dieses Schuldenwachstum hat sich von der Wirtschaftskonjunktur abgekoppelt. „Die Ursachen für dieses extreme Kassenkreditwachstum im Ruhrgebiet sind überwiegend exogen durch hohe Sozialausgaben und niedrige Steuereinnahmen verursacht, wie sie für altindustrielle Regionen typisch sind und denen kaum aus eigener Kraft entgegengesteuert werden kann.“ Das stellt das Autorenkollektiv Bogumil, Heinze, Lehner, Strohmeier in der Publikation „Viel Erreicht - wenig gewonnen. Ein realistischer Blick auf das Ruhrgebiet“, fest, welche im Essener Klartext Verlag 2012 erschien.

*Wenn es darum geht, die Lebensbedingungen einer Region nachhaltig und nicht nur punktuell zu verbessern, ist das Zusammenwirken aller Bereiche notwendig. Kultur- und Kunstprojekte können ein Schlüssel sein, wenn es um die modellhafte Erkundung neuer gesellschaftlicher*



*Handlungsräume geht. Strukturelle Veränderungen werden aber nur möglich sein, wenn in Politik und Wirtschaft ausgeprägtes Kirchturmdenken neuen, flexibleren Denk- und Handlungsmodellen weicht. Eine gemeinsame Aufgabe für Kultur, Wirtschaft und Politik besteht darin, die langfristigen Potentiale einer Postwachstumsökonomie zu identifizieren und zu verdichten.*



## 4.2.3 UNIVERSE ARCHITECTURE – CASE STUDY

{Janjaap Ruijssenaars} *Ich habe eine Anleitung für Entdeckungen gefunden, die auf alle Projekte anwendbar ist.*

Die Philosophie von Universe Architecture dreht sich um mehr als nur die Herstellung eines Produktes, wie etwa eines Gebäudes, sondern sie ist ein Prinzip für die Schaffung von Spillover-Effekten in der Kreativwirtschaft:

Das Ziel aller Projekte der Universe Architecture ist die Entwicklung eines ultra-spezifischen Designs, das auf eine Wahrheit hinweist. Alle Projekte sind Richtungsweiser.

**JEDES PROJEKT BEGINNT MIT EINER FRAGE.  
JEDE FRAGE FÜHRT ZU EINER ANTWORT.  
JEDE ANTWORT IST DER ANFANG EINER NEUEN ENTDECKUNG.**

Innovation per se interessiert uns nicht so sehr wie das Verständnis der Welt, die uns umgibt: indem wir fundamentale Fragen zur Realität stellen und fundamentale Antworten auf diese Fragen finden, können wir den gemeinsamen Nenner rauskürzen und eine neue Entdeckung machen.

Wenn wir uns zum Beispiel fragen:  
**WAS HAT ALLE ARCHITEKTUR GEMEINSAM?**  
Dann ist eine fundamentale Antwort darauf:  
**DIE SCHWERKRAFT.**

Die Entdeckung in diesem Fall heißt:  
**DIE DINGE SEHEN SO AUS WIE SIE FALLEN.**  
Das **FLOATING BED** (Schwimmendes Bett), das Universe Architecture entworfen haben, ist der Gegenstand, der diese Entdeckung verkörpert. Zum ersten Mal wird das äußere Bild von einer anderen Kraft, einem Magnetismus, diktiert. So wird es zum Richtungsweiser auf die Wahrheit der Schwerkraft.

Die „3 Houses“ sind ein weiteres Beispiel, das auf Fragen und Antworten aufgebaut ist:  
**WIE STEIGERT MAN DICHTEN?**  
Um diese Frage zu beantworten muss man normalerweise Qualität reduzieren: weniger Sonne, weniger Raum. Stattdessen haben Universe Architecture entdeckt, wie Qualität gesteigert werden kann:  
**MEHR SONNE, MEHR RAUM.**

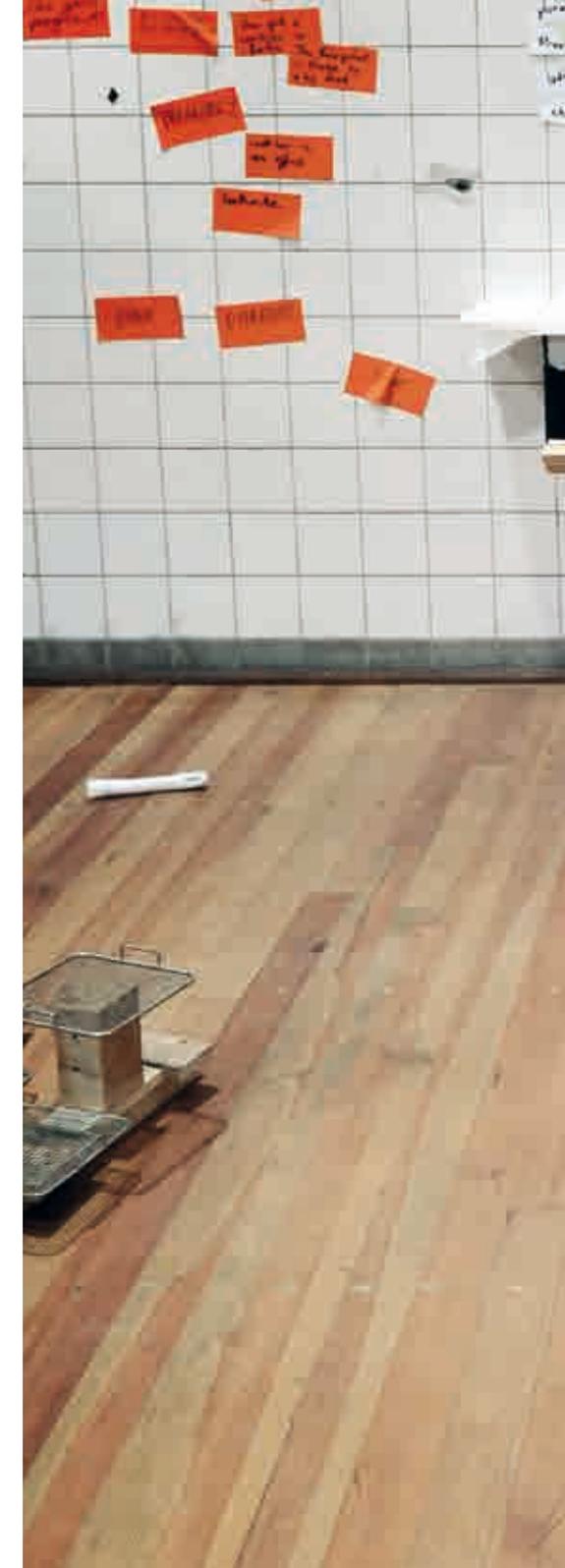
Basierend auf dieser Entdeckung wurde eine ultra-spezifische Tetris-artige Lösung entwickelt und somit ist „3 Houses“ ein Richtungsweiser auf die Wahrheit.

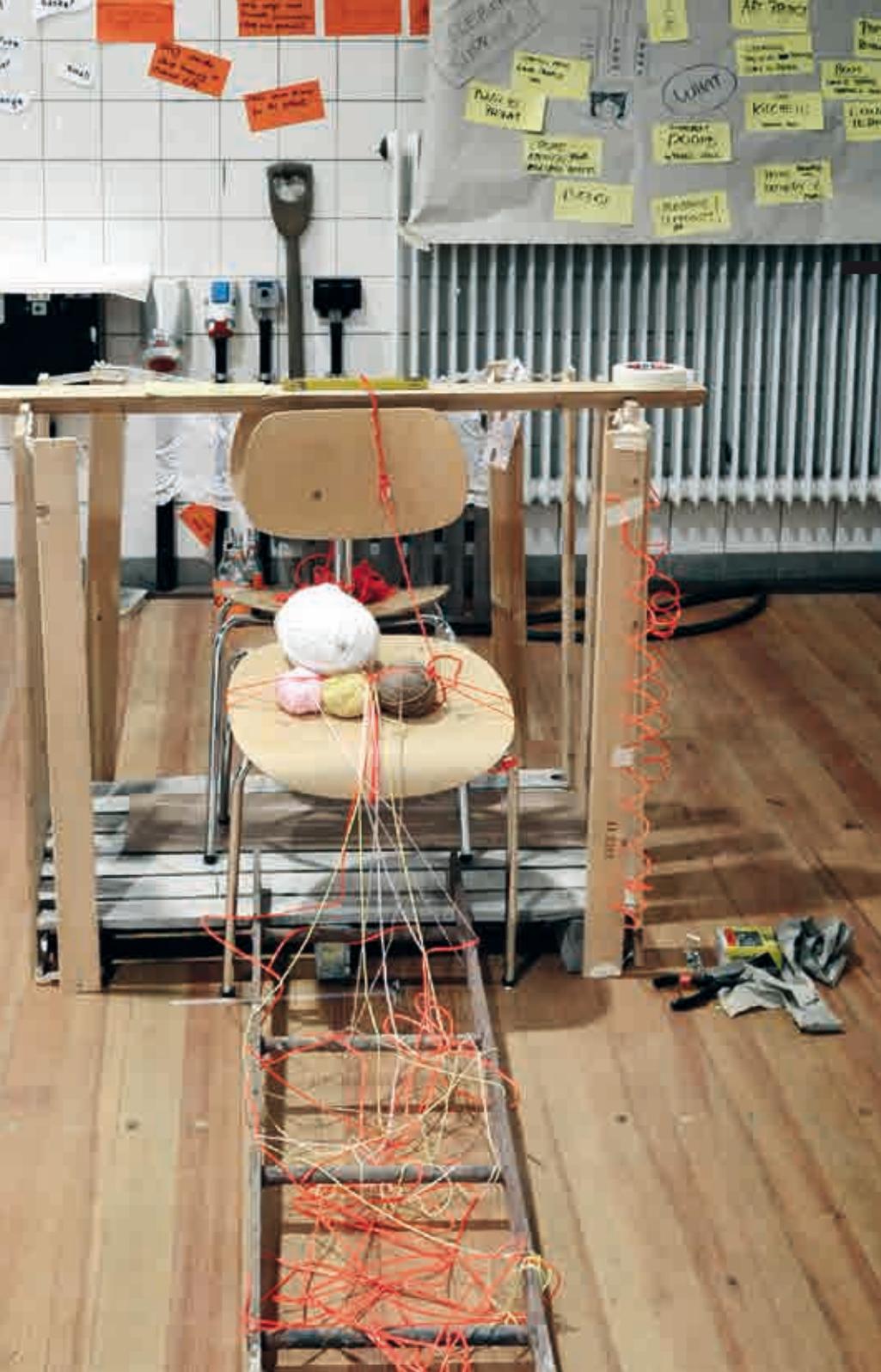
*Neben neuen Bekanntschaften mit einigen interessanten Personen während der Arbeitsphasen und beim Abendessen, mit denen ich immer noch Kontakt habe, um zu sehen ob es Möglichkeiten der Zusammenarbeit gibt, war der Schaffensprozess in*

*den Workshops am Donnerstag eine interessante Erfahrung, weil man sich davon verabschieden musste, ein Ziel oder Ergebnis kennen zu wollen.*

*Man bekommt einen direkten Einblick in die Schaffenskraft und -schwächen seiner kreativen Mitstreiter. Welchen Beitrag leisten sie? In welchen Punkten halten sie an ihren USPs fest? Wer ist flexibel und wie macht er/sie das? Welches sind ihre Stärken und Schwächen in einem solchen Prozess? Gedanken fließen schnell und man lernt schnell von anderen.*

*Teil des Gewinnerteams zu sein hat Spaß gemacht, weil es eine Belohnung dafür war, als Team die Präsentation auf intelligente Art und Weise anzugehen. Anstatt ein Modell oder eine Zeichnung zu präsentieren, haben wir eine Erkenntnis mit den Zuschauern geteilt, indem wir sie involviert haben. Diese Antwort bedeutet für mich: Habe keine Angst davor, fundamental zu sein und seinen eigenen Fragen gegenüber wahrhaftig zu bleiben. Das war der Aspekt, den ich in unserem Team mit Charles Landry sehr geschätzt habe.*





#### 4.2.4 TILLT – CASE STUDY

{Pia Areblad} *TILLTe deine Firma mit künstlerischer Kompetenz und entdecke Spillover-Effekte, die eine innovative Atmosphäre fördern.*

Seit Anfang der 2000er konzentriert sich TILLT auf die Übertragung des Kunstdiskurses auf Foren, die außerhalb traditioneller Kunst liegen. Ziel war eine Schnittstelle zwischen kulturbasierter Kreativität und privaten und öffentlichen Organisationen im Interesse einer gemeinsamen Weiterentwicklung zu schaffen.

Der grundlegende Gedanke der Tätigkeit dieser Organisation ist, dass Künstler die Fähigkeit haben, die **KREATIVITÄT IHRER MITMENSCHEN ZU WECKEN UND EINZUBINDEN UND INGEFAHRENE PROZESSE, EINSTELLUNGEN UND MANAGEMENTPROZESSE ZU UNTERBRECHEN**. Die Arbeit mit Künstlern kann Organisationen dabei behilflich sein, ihre Selbstwahrnehmung neu zu justieren und **IHRE AKTIVITÄTEN, IHRE AUSFÜHRUNGSWEISE UND DEN GRUND FÜR IHRE AKTIVITÄTEN IN FRAGE ZU STELLEN**. Die besondere Kompetenz von Künstlern besteht darin, produktiv mit Unsicherheit, der zentralen Komponente von Innovation, herumzuexperimentieren. Auf allen Ebenen einer Organisation benötigen Menschen und Teams Hilfe bei der Erforschung des Unbekannten, um zu verhindern, dass gute Ideen

unter dem Druck, schnelle Lösungen zu finden, auf der Strecke bleiben.

TILLT tritt als Produzent künstlerischer Intervention in Organisationen auf; durch die Einführung künstlerischer Kompetenz in neue Bereiche und die Unterstützung und Erleichterung dieses Prozesses wird Werthaltigkeit für alle Beteiligten geschaffen. Seit 2001 hat TILLT ca. 500 kürzere künstlerische Interventionen und 90 Jahresprojekte in diversen Organisationen ausgeführt. Ungefähr 50% dieser Projekte erfolgten im öffentlichen und 50% im privaten Sektor. Der Umsatz der Organisation verzehnfachte sich zwischen 2001 und 2010. Im Jahr 2001 wurde die Organisation zu 100% aus öffentlichen Kulturfördermitteln gefördert. Im Jahr 2012 entstammte 22% des Umsatzes derselben Quelle. Seit 2008 teilt TILLT ihre Erfahrung mit anderen Organisationen in über 20 europäischen Ländern und ihre Veröffentlichungen wurden in 21 Sprachen übersetzt. TILLT ist eine Nonprofit-Organisation und gehört Skådebanan Västra Götaland.

Studien<sup>1</sup> haben erwiesen, dass durch künstlerische Intervention in den Bereichen:

Innovation in Leistungen, Produkten und Prozessen zu neuen Ideen durch radikale Denkweisen, kreative Herangehensweisen und neuen Methoden der Wechselwirkung führen kann. Förderung sozialer Innovation zur Verbesserung sozialer Beziehungen zwischen Mitarbeitern führt und die Entwicklung neuer Kompetenzen zu besseren Arbeitsbedingungen, sozialem Zusammenhalt und Integration führt.

Umdenken bzgl. Nutzern und Gruppen: Künstlerische Prozesse helfen bei der Bestimmung oder Verbesserung der Unternehmenskultur und -werte und fördern die Entwicklung kreativer Kommunikationsstrukturen.

Beispiele der Folgen künstlerischer Intervention:

Künstlerische Interventionen helfen bei der Entwicklung neuer künstlerischer Methoden und bieten Künstlern zusätzliche Einsatzgebiete. Sie demokratisieren den Zugang zu Kultur und stimulieren die Teilnahme an Kultur.

Künstlerische Interventionen benutzen Kultur als Katalysator für Unternehmertum und Innovation.

Künstlerische Intervention erhöht Effizienz, Motivation und Unternehmenskultur:

Unter der Führung und mit der Unterstützung der Produzentin von TILLT arbeiteten Angestellte des schwedischen Stahlwollproduzenten Paroc zusammen mit der Schauspielerin und Regisseurin Victoria Brattström, um erhebliche Kommunikationsprobleme in einer der Produktionsanlagen zu beseitigen. Gemeinsam entwickelten sie Ideen und setzten vielfältige kreative Aktivitäten über einen Zeitraum von zehn Monaten um. Manager wie Angestellte empfanden das Projekt als hilfreich zur Beseitigung von Barrieren zwischen den Gruppen des Unternehmens und als erhebliche Verbesserung der abteilungsübergreifenden Zusammenarbeit, was eine Effizienzsteigerung der gesamten Anlage zur Folge hatte. Selbst die Wirtschaftsprüfer gaben an, dass sie eine Verbesserung festgestellt hatten!

Zitate von den an künstlerischen Interventionen beteiligten Künstlern:

„Ich habe meine Sichtweise von Kunst geändert. Früher war mein Motto „Kunst dient der Kunst“. Jetzt finde ich es wichtiger, dass Kunst etwas, jemanden verändern kann. Ich bin jetzt also mehr damit beschäftigt, wie meine Kunst wahrgenommen wird: wen spreche ich damit an und

wer interessiert sich dafür?“  
Hallström 2006

„Künstlerische Identität – die Konfrontation mit einem Kontext, mit Menschen, die mit Kunst nicht vertraut sind. Das zwingt dich, dich selbst neu zu definieren – so dass auch Menschen außerhalb eines künstlerischen Umfelds dich verstehen können.“

TILLT

„Dies ist ein neuer Raum. Sich in einem unternehmerischen Umfeld zu bewegen ist stimulierend... und führt dazu, dass du deine Funktionen, Methoden und Ziele überdenkst.“

Berthoin Antal 2012

Zitate von Unternehmen, die an künstlerischen Interventionen teilnehmen:

„Das Interessante an der Arbeitsweise eines Künstlers ist die Fähigkeit, anders zu denken und etwas Neues und Unerwartetes aus etwas zu schaffen, das bisher als statisch und unveränderbar angesehen worden ist.“

Jan-Peter Idström, Leiter klinischer Studien, AstraZeneca

1 Ariane Berthoin Antal, Studienbericht, Transforming organisations with the arts, Dezember 2009:

Ariane Berthoin Antal in Zusammenarbeit mit Roberto Gómez de la Iglesia and Miren Vives Almandoz. (2011). Managing artistic interventions in organizations. A comparative study of programmes in Europe. 2. Ausgabe, aktualisiert und ergänzt. Gothenburg. TILLT Europe.

Giovanni Schiuma, The Value of Arts-Based Initiatives. Mapping Arts-Based Initiatives, Arts&Business, London

Lotte Darso, Artful Creation, Learning Tales of Arts-in-Business, Samfundslitteratur, 2004; Fredriksberg



## 4.3 EUROPA ZU GAST – NETZWERKABEND AUF ZOLLVEREIN

{Bernd Fesel} Den Vorabend des Forum d'Avignon Ruhr 2013 eröffnete NRW-Kulturministerin Ute Schäfer am 27. Juni im Casino auf der ehemals größten SteinkohlENZECHEN der Welt, der Zeche Zollverein, die seit 2001 als UNESCO Weltkulturerbe anerkannt ist. Es trafen sich rund 200 TeilnehmerInnen des Forums zum Austausch und informellen Expertengespräch. Zu diesem Zeitpunkt hatten rund 40 Kreative aus dem Ruhrgebiet und Europa bereits in Artistic Thinking Workshops an innovativen Ideen für Spillover-Projekte gearbeitet. Der Abend stand daher ganz im Zeichen europäischer Kooperationen und ihrer Potentiale für das Ruhrgebiet – wie Kulturministerin Ute Schäfer einleitend dargelegte. Die Ministerin begrüßte dazu rund 20 weitere Vertreter des ECBN (European Creative Business Network) sowie des EU-geförderten URBACT-Projektes Creative SpIN (Creative Spillovers for Innovation), darunter unter anderem die Experten und Forscher Philipp Klein von KEA, Paul Owens von BOP Consulting und Charles Landry von COMEDIA.

Der Eröffnungsabend des Forums war zugleich der konzeptionelle Start einer neuen Netzwerkinitiative für das Ruhrgebiet, die die Städte und Kulturakteure nach der Kulturhauptstadt RUHR.2010 durch eine nachhaltige Struktur mit den Netzwerken und Projekten der nächsten europäischen

Agenda Europa 2020 verbinden soll. Die Initiative für das Netzwerk für Innovationen in Kultur und Kreativität in Europa/ Network for Innovations in Culture and Creativity (N.I.C.E.) wurde erstmals der Öffentlichkeit präsentiert und versammelte dazu Partner aus zehn Staaten.

Das folgende Kapitel widmet sich diesem neuen europäischen Netzwerk und seiner Bekanntgabe sowie – mit den Eröffnungsreden von Kulturministerin Ute Schäfer und Andreas Bomheuer, Kulturdezernent der Stadt Essen – auch der europäischen Dimension des Ruhrgebiets, des Standortes Zollverein und der Landespolitik Nordrhein-Westfalens.

### 4.3.1 EIN GEMEINSAMER LERNRAUM ENTSTEHT

{Ministerin Ute Schäfer} Ich heiÙe Sie alle herzlich in Nordrhein-Westfalen – und auf Zollverein in Essen – willkommen!

Es ist eine große Freude, Sie alle hier zum 2. Forum d'Avignon Ruhr zu empfangen. Im März letzten Jahres fand das 1. Forum d'Avignon Ruhr statt. Ich erinnere mich an inspirierende Diskussionen und gute Ergebnisse hier in Essen. Und ich bin davon überzeugt, dass unsere zweite Veranstaltung ebenfalls sehr erfolgreich sein wird. Dieses Jahr stellen wir Herangehensweisen an neue Formen des Umgangs mit Kultur vor. Diese Herangehensweisen basieren auf einer vom Bundesland Nordrhein-Westfalen geförderten Studie. Um die 100 Gruppen im Ruhrgebiet wurden identifiziert, die sich künstlerisch mit den Themen Stadtentwicklung, Energie/Klima, Wirtschaft/Neue Arbeit und Interkultur beschäftigen. Das Ziel der Studie ist, Spillover-Effekte im Ruhrgebiet genauer untersuchen. Der Projektleiter der Studie, Herr Dr. Lange, wird morgen Nachmittag erste Ergebnisse präsentieren. 40 Teilnehmer aus ganz Europa und dem Ruhrgebiet haben sich heute getroffen, um die Vorstellung neuer und innovativer Projektideen aus jedem Spillover-Bereich bei der morgigen Konferenz zu vorzubereiten. Im Anschluss an die Präsentationen werden die Zuschauer eine dieser Ideen für die

Auszeichnung mit dem N.I.C.E. Award auswählen. Der Preis wird von Ministerpräsidenten Garrelt Duin überreicht. In ein paar Minuten wird Charles Landry Ihnen das N.I.C.E. Netzwerk im Detail vorstellen, aber ich möchte noch kurz sagen, dass der Name des N.I.C.E. Netzwerks, das heute Abend erstmalig der Öffentlichkeit vorgestellt wird, für "Netzwerk für Innovationen in Kultur und Kreativität in Europa" steht. Ich freue mich sehr, dass ecce bei der Planung des N.I.C.E. Netzwerks einige der wichtigsten und erfahrensten europäischen Akteure in den Bereichen Kultur und Kreativwirtschaft an Bord holen konnte. N.I.C.E. ist davon überzeugt, dass europäische Städte enger zusammenarbeiten und ihre Erfahrungen austauschen müssen, damit sie von einander lernen können. In den heutigen Zeiten eines rasanten Informationsaustausches ist dies eine Möglichkeit, die Schaffung eines gemeinsamen europäischen Wissensraums zu gewährleisten. Das Ruhrgebiet braucht diesen Wissenstransfer und wir wollen uns definitiv an entsprechenden Kooperationen beteiligen. Ich bin umso erfreuter, dass zwei weitere europäische Netzwerke am Forum d'Avignon Ruhr teilnehmen und ihre Hauptversammlungen vor oder nach dem Forum hier in Essen abhalten werden: das ECBN und das Creative SpIN Netzwerk. Ich heiÙe beide Organisationen herzlich



willkommen! Ich wünsche Ihnen allen einen schönen Abend auf Zollverein.

Vielen Dank!

## 4.3.2

### IM ZENTRUM STEHT DER SOZIALE MEHRWERT VON KULTUR

{Andreas Bomheuer} Sehr verehrte Frau Ministerin, Monsieur Seydoux, guten Abend meine sehr verehrten Damen und Herren aus den Städten der Region Ruhrgebiet, die deutsch-französische Zusammenarbeit, die im Jahre 2010 begann und zum Forum d'Avignon Ruhr führte, zielt darauf ab, an einer modernen und zukunftsbringenden Kultur- und Wirtschaftspolitik in Europa und damit auch im Ruhrgebiet mitzuarbeiten. Zu dieser gehört es, den Zusammenhang zwischen Kultur und Wirtschaft, zwischen Kunst und Ökonomie darzustellen. Nordrhein-Westfalen hat eine lange Tradition in der Diskussion um das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft, um das Verhältnis von Kunst und Ökonomie. Nordrhein-Westfalen hat damit in Deutschland eine Vorreiterrolle. Auf zwei aus meiner Sicht wichtige Impulse in diesem Zusammenhang möchte ich hinweisen. „Kultur und Wirtschaft – derselbe Kampf“. Mit dieser Formel brachte der französische Kulturminister Jack Lang Mitte der 1980er Jahre eine neue Perspektive in die kulturpolitische Debatte und damit auch in die kulturpolitische Praxis ein. Und Prof. Dr. Karl Richter, damals Direktor des NRW-Kultursekretariats, der Zusammenschluss der großen Städte in Nordrhein-Westfalen, formulierte fast zeitgleich im Rahmen des Projektes Kultur 90 „Kultur ist ein Wirtschaftsfaktor und Wirtschaft ist ein Kul-

turfaktor“. In der Umsetzung dieser Impulse errechneten Ökonomen zunächst einmal zur Legitimation der öffentlichen Kultur Ausgaben ihre vermeintliche Umwegrentabilität und betonten den Standortfaktor Kultur. Dann rückte ein zweiter Aspekt in den Vordergrund: Das Kultursponsoring, die Zusammenarbeit von Konzernen und Firmen mit Künstlern und Kulturinstitutionen im Bereich des Marketings. Sponsoring und Joint Venture waren die neuen Zauberformeln des Zusammenspiels von Kultur und Wirtschaft – dabei verwechselte der eine oder andere durchaus noch Sponsoring mit Mäzenatentum. Auch die Bundesregierung richtete Anfang der 90er Jahre eine interministerielle Arbeitsgruppe zum Thema ein. Einige Jahre später beginnt das Wirtschaftsministerium des Landes Nordrhein-Westfalen damit, eine Reihe von Kulturwirtschaftsberichten vorzulegen. Diese machen deutlich: Es geht bei der Kulturwirtschaft nicht in erster Linie um Umwegrentabilität oder um Kultursponsoring. Vielmehr ist der Bereich Kultur insgesamt ein großer Wirtschaftsfaktor und von wirtschaftlicher Bedeutung der Autoindustrie nahezu gleichwertig, betrachtet man die Auswirkungen auf Beschäftigungsmärkte und das Bruttoinlandsprodukt. Eine wichtige Erkenntnis der Berichte war aus meiner Sicht der Hinweis auf die Interdependenzen, die ge-

genseitigen Abhängigkeiten des öffentlichen wie des öffentlich geförderten Kulturbetriebs und der Kulturwirtschaft. Der geförderte Probenraum für die junge Musikband ist Grundlage für die Musikindustrie. Der Künstler wird durch die Kulturförderprogramme wegen seiner Kunst gefördert, aber nicht wegen seiner wirtschaftlichen Existenz. Dennoch ist die Kulturförderung Teil seiner wirtschaftlichen Existenz. Für die Gründung seiner wirtschaftlichen Existenz aber kann er unter bestimmten Voraussetzungen Unterstützung der Wirtschaftsförderung in Anspruch nehmen. In der Erkenntnis dieser Dichotomie hat das Kulturministerium des Landes Nordrhein-Westfalen im Jahre 2000 auf meinen Anstoß hin auch das Modellprojekt StartART aufgelegt. Diese Strukturen führen dazu, dass es sich bei der Kulturwirtschaft um eine Branche handelt, die sehr kleinteilig strukturiert ist. Es geht in der Kulturwirtschaft um die großen Medienkonzerne, aber auch um die kleinen Betriebe, die zum Teil prekären Existenzen, es geht um die Netzwerke, die dieses bilden, um große Aufträge zu erledigen. Es mag Künstlerinnen und Künstler geben, die sich durch diese neue Sichtweise in ihrem Selbstverständnis provoziert fühlen, denn das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft ist hier und da heute immer noch geprägt von Abgrenzung, oder gar

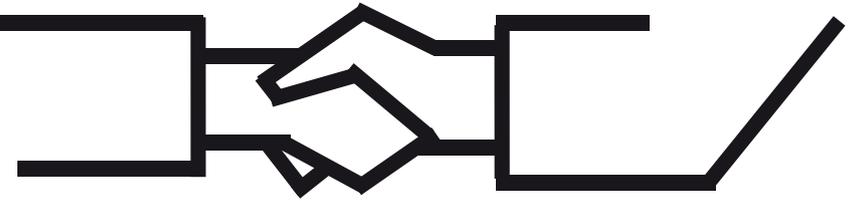
von unüberwindbaren Gegensätzen – zumindest beobachte ich das in Deutschland. Ich möchte aber in diesem Zusammenhang erinnern, dass erst „in der Renaissance der Meister zum Künstler wird, der sich selbstbewusst vor sein Werk stellt“, wie Rainer Wick in seiner Kunstsoziologie feststellt und er fährt fort: „Und während der Künstler selbst mit dem Aufkommen des Individualismus in der Renaissance durch kirchliche, fürstliche und kommunale Auftraggeber sozial einigermaßen abgesichert blieb, wird er seit dem 19. Jahrhundert heimatlos.“ Das Resultat dieser Entwicklungen lautet: Aus dem Auftrag wurde die Förderung des künstlerischen Werkes und aus dem ökonomischen Zusammenhang ein Antagonismus. Mir geht es darum, auf der einen Seite die Kulturwirtschaft in der Gesamtheit, in ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung insgesamt in den Blick zu nehmen. Auf der anderen Seite aber habe ich damit immer auch diejenigen Kreativen im Blick, die Künstlerinnen und Künstler, die Ideengeber, die in Ateliers, in Laboren und Experimentierräumen für kulturwirtschaftlich verwertbare Innovationen, aber auch für künstlerische Konzepte sorgen und mitunter damit auch auf gesamtgesellschaftliche Auswirkungen dieser Kunst zielen. Kultur ist ein erheblicher Wirtschaftsfaktor, ohne Zweifel, aber sie ist auch Grundlage

für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Persönlichkeitsbildung des Einzelnen. Meine sehr verehrten Damen und Herren, gestatten Sie mir den Hinweis auf einen zweiten Aspekt. Hier in Westdeutschland, hier im Ruhrgebiet, besonders hier in Essen sind wir einer Tradition verpflichtet, die Kunst und Alltag miteinander in Verbindung bringen will. Ich erinnere an den Essener Oberbürgermeister Hans Luther, der in den 20er Jahren gesagt hat, „da wo die Arbeit ist, gehört auch die Kultur hin“. Im Ruhrgebiet und auch im Rheinland wurde der Westdeutsche Impuls begründet. In Hagen und Essen ist er verbunden mit dem Namen Folkwang und geht zurück auf den Sammler Karl Ernst Osthaus, den Begründer der Sammlung des Museum Folkwang in Essen. „Folkwang ist der Ort der Verschwisterung der Musen und Künste, Folkwang sollte eine Begegnungsstätte sein für alle Bürger jedweden Standes – eine Begegnung mit der Kunst, mit der Schönheit, die nicht allein zum gesellschaftlichen Dekor gehört, sondern eine volkserzieherische Forderung bedeutet“, so liest man auf der Website der Folkwang Universität der Künste. Kunst, Gestaltung und Alltag sollten sich gegenseitig durchdringen. Osthaus wollte die Industrieregion durch Kunst und Kultur beleben, er wollte, dass der Alltag durchdrungen wird von guter Gestaltung, durchdrungen

wird von Kunst, von Kultur. Der Name Folkwang ist längst zum kulturellen Markenzeichen geworden, und das weit über nationale Grenzen hinweg. Er steht für Musik, Theater, Tanz, Gestaltung, Wissenschaft, für die Verbindung der Künste untereinander, für interdisziplinäres Lehren, Lernen und Produzieren. Mit der Folkwang Universität wie dem Museum Folkwang blicken wir damit in Essen und in Nordrhein-Westfalen auf eine nahezu 100-jährige Tradition im Industriedesign, im Kommunikationsdesign und der Fotografie mit mitunter hervorragenden Ergebnissen zurück. Diese Tradition des Designs ist für mich beispielgebend und Inbegriff der Verbindung von Kunst und Gestaltung, von Kunst und Ökonomie, von Kultur und Wirtschaft, von Kulturwirtschaft im besten Sinne des Wortes. Vor dem Hintergrund dieser Tradition wird sich die Stadt Essen daher auch im Jahre 2014 um den UNESCO-Titel „City of Design“ bewerben. Angesichts dieser beiden von mir soeben skizzierten Aspekte der Interdependenz wie der Design-Tradition freue ich mich ganz besonders darüber, dass im Forum d’Avignon Ruhr 2013 eben diese Spillover Effekte, dieser social return von Kunst und Kultur besonders im Fokus steht und damit die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur gleichermaßen in den Fokus rückt. Die Förderung von

Kindern und Jugendlichen in der Musikschule, das Bereitstellen von Proberäumen für Bands ist für die Entwicklung großer Künstler wie Eric Clapton oder Anna-Sophie Mutter auch in der Zukunft unerlässlich. Und Anna-Sophie Mutter wie auch Eric Clapton haben durch ihre Vertriebssysteme, ihre Zulieferbetriebe zum Beispiel für Licht und Ton bei den Konzerten, durch die Zuschauer und Zuhörer, die sie generieren, erhebliche volkswirtschaftliche Bedeutung. Stellen Sie sich aber bitte auch vor, wir würden diese Angebote in den Musikschulen der öffentlichen Hand nicht mehr machen. Ich wette mit Ihnen, dass die Kosten für die Hilfen zur Erziehung enorm steigen werden. Im Ruhrgebiet spielen diese Spillover-Effekte eine erhebliche Rolle im strukturellen Wandel. Nach der Montanindustrie ist die Investition in Kultur und Kunst, die Investition in Bildung wesentlicher Bestandteil der Veränderungen in unserer Region. Ich will diese Effekte nicht mehr alle aufzählen, sie sind uns allen bekannt. Mir fällt allerdings auf, dass wir uns in diesem Zusammenhang viel zu selten auf unser kulturelles Erbe beziehen und das Gefühl haben, wir müssten hier und da das Rad neu erfinden. Ich will durch meinen Rückblick deutlich machen, dass wir eine bedeutende Tradition haben in Westdeutschland und insbesondere in Essen, auf die wir uns beziehen können, wenn wir ge-

meinsam auf dem Forum d’Avignon Ruhr 2013 nach vorne schauen. Monsieur Sarkozy hat auf dem Forum d’Avignon 2010 in Avignon gesagt, in der Krise müssen wir in die Kultur investieren. Er wusste sicher nicht, dass Willy Brandt 1972 in einem Radiointerview vorgeschlagen hat: „Nun kosten die Theater in der Tat viel Geld. Vielleicht sollte man sich darauf einigen können, auch bei den Theatern nicht mehr einfach von Subvention zu sprechen, sondern neutraler, wertfreier von ihrer Finanzierung. Das würde zwar keine Mark mehr bringen, aber doch einiges an Ressentiments abbauen, die den Theatern heute vielfach entgegen gebracht werden.“ In diesem Sinne wünsche ich mir eine moderne und zukunftsbringende Kultur- und Wirtschaftspolitik in Europa, die auch die Interdependenzen von Kunst und der Kulturwirtschaft in den Blick nimmt. Wir wollen diese zukunftsorientierte Kultur- und Wirtschaftspolitik durch das Netzwerk der Städte Europas, das wir heute gründen wollen, vorantreiben und mit Rat und Tat unterstützen. Ich wünsche der Konferenz einen guten Verlauf und Ihnen fruchtbare Gespräche und danke für Ihre Aufmerksamkeit.



### 4.3.3

## NETZWERK FÜR INNOVATIONEN IN KULTUR UND KREATIVITÄT IN EUROPA – N.I.C.E.

Die Agenda Europa 2020 verschafft Städten und Regionen in Europa eine neue Schlüsselstellung für Wachstum und Beschäftigung – allerdings nur, wenn sie mit integrierten Maßnahmen und intelligenten Kooperationen aller staatlichen und nicht-staatlichen Akteure ihre Ziele verfolgen. Umso wichtiger wird es, in Netzwerken zu arbeiten und Strategien zu entwickeln, die den Anforderungen der Smart-Growth-Agenda ab 2014 genügen. 2013 ist außerdem das Jahr zwei, was die nachhaltige Fortführung der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 seit Anfang 2012 betrifft, einschließlich der europäischen Dimension von Kulturpolitik: Nachdem 2012 die erste europäische Konferenz zur Kulturpolitik im Ruhrgebiet startete, folgt 2013 ein Aktions-Netzwerk für die Agenda Europa 2020, nämlich das Network for Innovations in Culture and Creativity in Europe.

Mit der N.I.C.E. Initiative werden Akteure der Kultur und der Kreativwirtschaft Europas eingeladen, ein dauerhaftes europäisches Netzwerk zu gründen, um im Sinne der „smart strategies“ kontinuierlich und dynamisch Dienstleistungen für die Kultur und Kreativwirtschaft zu entwickeln und anzubieten. Dabei ist der N.I.C.E. Award Ausgangspunkt von künftig zu entwickelnden, weiteren Dienstleistungen des N.I.C.E..

#### Ziele

Ausgehend von der Agenda 2020 werden Impulse für die Zukunft Europas auf Netzwerken beruhen, die offen für die Vielfalt der Akteure und für breite Koalitionen sind, die Spillover-Effekte aus Kultur und Kreativwirtschaft in Feldern wie Klimaschutz, Energiepolitik, Integration und Migration, Bildung und Innovation sowie digitale Wirtschaft umsetzen können. Das ist das Ziel von N.I.C.E..

Die Vielschichtigkeit und Komplexität von smart strategies in Kultur und Kreativwirtschaft auf lokalem und regionalem Level bedarf eines Pendantes auf europäischer Ebene, eines europäischen Zusammenschlusses von Stakeholdern, die auf intelligente Weise zusammenwirken, das heißt, die in einer branchenübergreifenden, über Einzelprojekte und vor allem über Projektlaufzeiten hinausgehenden Partnerschaft kooperieren, so dass in einer kontinuierlichen Lernkurve lokale Bedürfnisse mit europäischen Potentialen kombiniert und so nachhaltige Projekte ermöglicht werden können.

#### Leistungen

N.I.C.E. ist ein Netzwerk von Akteuren der Kultur und Kreativwirtschaft aus ganz Europa, das systematisch den Einfluss von „Culture 3.0“ auf Innovation, Stadtentwicklung und Wirtschaftswachstum vorantreibt und kommuniziert, so wie in der Agenda 2014-

2020 beschrieben. Zu diesem Zweck soll dieses Netzwerk für seine MitgliederInnen in einem laufenden, jährlichen Prozess innovative Dienstleistungen zur Kultur und Kreativwirtschaft in Europa entwickeln, die diese in ihren jeweiligen lokalen Zielen und Maßnahmen unterstützen.

Die zu entwickelnden Handlungsansätze werden erst nach der offiziellen Gründung des N.I.C.E. von der Mitgliederversammlung finalisiert.

Die Mitgliedschaft in diesem Netzwerk steht verschiedenen Akteuren der Kultur und Kreativwirtschaft offen – von regionalen und nationalen Agenturen oder Plattformen der Kreativwirtschaft über die Städte und Regionen selbst bis zu privatwirtschaftlichen Akteuren der Kreativwirtschaft (Festivals, Inkubatoren, Coworking Spaces etc.) oder Universitäten und gemeinnützigen Kulturinstituten wie Theatern und Museen.

Zum Forum d’Avignon Ruhr 2013 haben sich die InitiatorInnen erstmals versammelt, um ihre Initiative bekannt zu geben und es wurde in diesem Rahmen der erste N.I.C.E. Award vergeben. Gewinner dieses Wettbewerbs um den N.I.C.E. Award ist die Projektidee Shaking Hans, die im Kapitel 4.5.2 vorgestellt wird. NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin hat anlässlich der Verleihung des N.I.C.E. Awards über die Innovationspolitik des Landes Nordrhein-Westfalen gesprochen (Kapitel 4.5.1).



## GETTING STARTED 2013

Während des Forum d'Avignon Ruhr am 27./28. Juni trafen sich die folgende 12 von 14 Partner aus neun Ländern auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein, um die Gründung des N.I.C.E. Netzwerkes bekannt zu geben:

- Alfonso Martínez Cearra, Bilbao Bizkaia Design and Creativity Council (BiDC)
- Steve Harding, Universität Birmingham
- Michael Hladky, Stadt Kosice
- Evelyn Sepp, Foundation Tallinn 2011
- Nicole Maurer, Dutch Design Desk Europe, Maastricht, Provinz Limburg
- Michael Townsend, Stadt Bochum
- Prof. Dieter Gorny, european centre for creative economy, Dortmund

- Charles Landry, Comedia London
- Jörg Stüdemann, Stadt Dortmund
- Paul Owens, BOP Consulting London
- Andreas Piwek, Stadt Gelsenkirchen
- Andreas Bomheuer, Stadt Essen

Weitere Partner wie creative wirtschaf Austria, Stadt Rotterdam und Universität Mailand konnten nicht an der Veranstaltung am 27. Juni 2013 teilnehmen.

## 4.4 DAS FORUM D'AVIGNON RUHR – EIN TEMPORÄRES LABOR FÜR INNOVATIONEN

### 4.4.1 DIE REDEN ESSEN INSPIRIERT EUROPA

{Oberbürgermeister Reinhard Paß}

Sehr geehrte Frau Ministerin Schäfer,  
sehr geehrter Herr Seydoux,  
sehr geehrter Herr Professor Gorny,  
meine sehr geehrten Damen und Herren,

vielen Dank für Ihre Einladung. Als Oberbürgermeister dieser Stadt heiße ich Sie im Namen der Stadt Essen willkommen und begrüße Sie – dem Tagungsort angemessen – mit einem herzlichen „Glück auf!“

Heute ist Ihr zweiter Kongresstag und ich hoffe, Sie haben sich nicht nur in Essen bereits gut eingefunden, sondern sind auch schon mitten in den fachlichen Diskussionen und im intensiven Austausch angekommen. Und genau darum soll es ja gehen bei diesem Forum, zu dem Wissenschaft, Wirtschaft, Künstler, Philosophen und Politik gleichermaßen eingeladen sind. Wir wollen miteinander diskutieren und debattieren.

Ich freue mich sehr darüber, dass Essen und auch dieser Ort, Zollverein insgesamt und PACT im Besonderen, offenbar inspirierend wirkt. 2012 hat sich das Forum d'Avignon Ruhr hier erstmals zusammengefunden.

Meinen besonderen Dank möchte ich an dieser Stelle an ecce – european centre

for creative economy – richten.

ecce entwickelt im Verbund mit der Wirtschaftsförderung metropol Ruhr und den Städten des Ruhrgebiets die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter und vernetzt sie europaweit. Damit werden die Impulse des Jahres 2010, als unsere Stadt für die Region den Titel Kulturhauptstadt Europas trug, konsequent weiter verfolgt.

Schon 2012 konnten Sie an Vorerfahrungen anknüpfen: Ich spreche von Erfahrungen aus der inhaltlichen Fokussierung der Kulturhauptstadt. Auch im letzten Jahr ging es um die Wechselwirkung von Kulturentwicklung und Wirtschaftsentwicklung, die wir für das Kulturhauptstadtprogramm in den Blick genommen haben. Es ging Ihnen um die gegenseitige Bereicherung, die genau dann entsteht, wenn Akteure aus sehr unterschiedlichen Feldern zusammenkommen. Ebenso wie im Übrigen auch das interdisziplinäre und spartenübergreifende Denken und Handeln ja ganz prägendes Element des Kulturhauptstadtprogramms gewesen ist.

Im Mittelpunkt ihres diesjährigen Treffens steht nun die Rolle von Kultur und Kreativwirtschaft für die Zukunftsgestaltung und damit auch für die Bewältigung aktueller globaler Krisen.

Ich habe Ihrem Programm entnommen, dass Sie heute Spillover-Konzepte diskutieren. Aus meiner Sicht wird hier der

grundlegende Gedanke der Wechselwirkung auf eine weitere Stufe gehoben. Es geht um die Nutzung jener positiven Effekte, die entstehen, wenn Kultur, Wirtschaft und besonders auch die Kreativwirtschaft sowie Politik systematisch zusammenarbeiten.

Die Entwicklung von Kreativ.Quartieren – auch ein Ziel des ecce-Netzwerkes – hat in Essen bereits erste Früchte getragen: In dem nördlichen Teil unserer City hat sich bereits die Fotografische Abteilung der Folkwang Universität der Künste angesiedelt. Unter dem Verständnis „Künstlerförderung ist immer auch Wirtschaftsförderung“ werden hier zudem über die städtische Kulturverwaltung leerstehende Räume für kreative Branchen und angrenzende Bereiche bereitgestellt.

So fördern wir Künstler und Kreative vor allem in ihrer Existenzgründung, in ihrer Unternehmerschaft. Bisher funktionslos gewordene urbane Freiräume in der nördlichen Innenstadt Essens werden neu belebt. So schaffen wir neue kreative und wirtschaftliche Potentiale und Strukturen. Zugleich bereichern wir durch die Verdichtung des kreativen Milieus das Quartier. Auf diese Weise werden nicht nur den kreativen Menschen Arbeitsmöglichkeiten geboten, sondern wir betreiben damit unmittelbar in der Nähe unserer Universität ebenso Stadtentwicklung.

Das Kreativ.Quartieren City Nord in unserer Stadt ist also auch beispielgebend für einen Spillover-Effekt. Ich habe das Vorhaben daher auch in das gesamtstädtische Strategiekonzept Essen.2030 eingebunden, mit dem wir unserer Stadt für zukünftige Anforderungen rüsten wollen.

Meine Damen und Herren, an dem Thema Wechselwirkungen weiterzuarbeiten, es kontinuierlich weiterzuentwickeln werde ich als nachhaltig. Eine der Ansprüche der Kulturhauptstadt war es ja, nicht allein ein zu konsumierendes Kulturprogramm zu bieten, sondern nachhaltig wirkende Entwicklungsprozesse anzuschließen. Das scheint mir gelungen.

Insofern wünsche ich Ihnen heute noch weiterhin interessante Diskussionen und gute Ergebnisse. Und – ganz im Sinne der fortwirkenden Nachhaltigkeit – würde ich mich freuen, Sie auch im nächsten Jahr bei einem weiteren Forum d'Avignon Ruhr begrüßen zu können.

Ihnen allen einen angenehmen Aufenthalt in Essen und noch einmal:  
Seien Sie herzlich willkommen!



## KULTUR IN DER KRISE EUROPAS

{Nicolas Seydoux} Ich bin sehr stolz, dass ich als Vorsitzender des Forum d'Avignon hier heute mit unserem Familienmitglied, dem Forum d'Avignon Ruhr, verbunden bin und heiÙe gleichzeitig das neue Familienmitglied Forum d'Avignon Bilbao willkommen. Es ist eine große Genugtuung zu sehen, dass immer mehr Menschen unsere Überzeugung teilen, nämlich dass Kultur nicht nur die Essenz menschlichen Daseins ist – Herr Oberbürgermeister Paß sagte gerade „Kultur ist alles“ – sondern, dass Kultur Integration in der Gesellschaft bewirkt, Arbeit schafft, die Wirtschaft ankurbelt und die Menschen, die vor Ort sind, und die hierher kommen, stolz macht. Im Juli 2003, also vor zehn Jahren, hat ein Streik das alljährliche Forum d'Avignon verhindert. Plötzlich stellten die Menschen in Avignon, die sich inzwischen an ihr Festival gewöhnt hatten, fest, was es ihnen bedeutete – ihnen, den Bus- und Taxifahrern, den Hotels und Restaurants, ihrer Existenz und ihrem Wohlbefinden. Nichtsdestotrotz ist der Weg der Kultur noch lang, vor allem weil das Ziel offensichtlich noch nicht erreicht ist.

Zum ersten Mal unterstützt Deutschland nicht die französische Position, Kultur aus den Verhandlungen zum Freihandelsabkommen zwischen Europa und den USA auszunehmen, trotz der Tatsache, dass der deutsche Bundestag und der deutsche Staatsminister für Kultur und Medien die-

se Einstellung unterstützten. Was bedeutet eigentlich die Ausnahme der Kultur? Es bedeutet, dass Kultur keine Ware ist. Dass Kultur nicht gegen Airbus, die Landwirtschaft oder freie Kabotage ausgetauscht werden kann. Kultur ist anders. Das ist die Ausnahme. Kultur darf nicht, kann nicht Teil eines Handelsabkommens sein. Und wenn der Präsident der Europäischen Kommission, José Manuel Barroso, sagt, dass die französische Position reaktionär ist, reagiert keiner. Reaktionär? Was ist Kultur? Wer ist ein Maler? Ein Künstler? Ein Mann, eine Frau, die immer versuchen etwas anders zu machen, anders als ihre Vorgänger, ihre Zeitgenossen, anders als das, was die Gesellschaft allgemein gerade beschäftigt? Kultur ist der Unterschied zwischen dem, was Alle jeden Tag machen und dem, was gemacht werden könnte, und was, in gewissen Fällen, getan werden sollte. Und wir waren sehr überrascht zu sehen, dass von Seiten der Vertreter des Kultursektors, mit Ausnahme der Filmschaffenden, keine Reaktion kam. Wenn Menschen, die im Kultursektor tätig sind, Kultur nicht verteidigen, dann ist das Grund zur Sorge. Ein letztes Wort dazu: nur ein Wort, aber dieses Wort ist wichtig: „Reaktionär“ bedeutet, den Blick in die Vergangenheit zu richten. Selbst wenn Archäologie Teil von Kultur ist, ist Kultur nicht auf Archäologie beschränkt; Kultur ist Machen, eine neue Sichtweise der Gesellschaft, eine neue Zukunftsvision, das

Gegenteil also von reaktionär!

Gestern hat mir eine von Charles Landry verwendete Formulierung sehr gefallen: Kreative Bürokratie. Diesem Forum und unseren Partnern, wo auch immer sie sitzen – ob in Essen, Bilbao, Marokko, Avignon und ich hoffe noch an vielen anderen Orten – wünsche ich, dass Bürokratie kreativer wird. Lassen Sie uns die Bürokratie davon überzeugen, dass die Essenz des menschlichen Daseins nicht die Archäologie ist. Ein Dichter sagte einst: „Der Mensch lebt nicht vom Brot allein“. Brot ist der Schlüssel, weil man ohne Brot nicht klar denken kann, aber heutzutage haben die meisten Menschen, in westlichen Demokratien zumindest, und in den meisten Teilen der Erde, Brot und wir haben – und das ist unsere Aufgabe – mehr als Brot anzubieten: wir dürfen, wie Herr Oberbürgermeister Paß sagte, nie vergessen, dass Kultur die Essenz ist.

Ich wünsche Ihnen ein erfolgreiches Forum, aber bitte denken Sie daran, dass wir unser Ziel noch nicht erreicht haben. Ich hoffe, es wird uns gelingen, die Situation zu verbessern, die meines Erachtens keinesfalls besser ist als vor zehn Jahren. Ich muss sogar leider sagen: sie ist deutlich schlechter. Bei zufriedenstellenden Wachstumsraten unterstützen Politiker Kultur als einen Extrabonus; die Politiker haben nicht verstanden, dass Kultur gerade in schwierigen Zeiten eine Investition, die Essenz, ist.

## DIE ZUKÜNFTIGE ROLLE DER KULTUR

{Ministerin Ute Schäfer} Herzlich willkommen in Nordrhein-Westfalen – auch im Namen unserer Ministerpräsidentin Hannelore Kraft!

Das 1. Forum d'Avignon Ruhr im vergangenen Jahr war ein sehr gelungener Auftakt mit spannenden, ergebnisreichen Diskussionen. Wie ich gehört habe, haben sich unsere Gäste insgesamt sehr wohl gefühlt in Essen. Das hat uns sehr gefreut!

Jetzt geht es in die zweite Runde. Es ist schön, dass so viele TeilnehmerInnen und Teilnehmer aus dem Vorjahr wieder mit dabei sind – und dass sich viele neue Interessierte angemeldet haben. Das verspricht auch in diesem Jahr wieder interessante Begegnungen und Impulse.

Beim 1. Forum d'Avignon Ruhr haben wir uns mit den strategischen Partnerschaften zwischen Kultur und Wirtschaft in einer digital vernetzten Welt beschäftigt. In diesem Jahr erweitern wir das Thema um die Faktoren Gesellschaft und Politik.

Wir wollen uns mit der Frage beschäftigen, welche Spillover-Effekte von Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft auf die Gesamtwirtschaft ausgehen können – und auf politische und gesellschaftliche Handlungsfelder wie den Klimaschutz, neue Formen der Arbeit, Fragen der Migration und die urbane Entwicklung.

Das Forum d'Avignon Ruhr greift damit die

wichtige Empfehlung der EU-Kommission aus dem vergangenen Jahr zur künftigen Rolle der Kreativwirtschaft beim europäischen Wachstum auf. Die Kommission hat die Mitgliedsstaaten gebeten, intelligente Strategien zu entwickeln, bei denen die sogenannten Spillover-Effekte im Mittelpunkt des Interesses stehen.

Ist Kultur ein wichtiger Schlüssel für Europa 2020? Können Kultur und Kreativwirtschaft dabei helfen, die europäische Wirtschaftskrise zu bewältigen? Das sind spannende Fragen, die beim Thema Spillover-Effekte mitschwingen.

Interessante Hinweise gibt hier eine Studie vom Dezember 2012. In einer Untersuchung im Auftrag der Bundesregierung zur Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette kommen das Fraunhofer Institut und Prognos zu dem Ergebnis: Die Industrie-Unternehmen, die eine Design-Ausrichtung haben, konnten im Jahr 2011 Wachstumsraten von 18% erzielen, während die Firmen ohne Design-Orientierung lediglich 7,4% erreichten.

Diese Ergebnisse im Bereich Design wurden in mehreren Studien auch für die anderen Teilbranchen der Kultur und Kreativwirtschaft bestätigt.

Die Ursache hierfür ist, dass die Kreativ- wachstums- und innovationshemmende Hindernisse aufspüren und so zu ganz neu-

en Lösungsansätzen kommen können.

Warum ergreifen dann nicht mehr Unternehmen diese Chancen?

Viele Unternehmen haben noch ein veraltetes Innovationsverständnis, das allein auf technologische Innovationen abstellt. Eine neuere Sichtweise umfasst dagegen alle wissenschaftlichen, organisatorischen, gestalterischen und künstlerischen Prozesse, die zu Innovationen führen können. Ein weiterer Grund ist: Viele Akteure der Kultur und Kreativwirtschaft sind einfach zu wenig bekannt oder sie wissen nicht, wie sie auf die Industrie zugehen sollen. Hier setzt das 2. Forum d'Avignon Ruhr an. Es diskutiert mit Vertretern der Wirtschaft wie etwa RWE, Sony und Google und versucht zu klären, wie noch bestehende Blockaden aufgebrochen werden können.

Und wir wollen die Akteure der Kreativwirtschaft aus der Ruhr-Region und aus dem übrigen Europa bekannter machen und sie hier vorstellen: Das Forum d'Avignon Ruhr versteht sich als Netzwerk-Plattform für die junge Kreativwirtschaft und Kulturszene Europas. 40 dieser jungen europäischen Projekte-Macher haben wir in die Vorbereitung der Konferenz mit eingebunden oder stellen Sie Ihnen heute vor.

Es erwartet uns ein spannendes 2. Forum d'Avignon Ruhr! Ich wünsche uns gute Gespräche und Ergebnisse. Vielen Dank!

## IMPULSE FÜR DEN WANDEL ERLEBBAR MACHEN

{Prof. Dieter Gorny} Frau Ministerin, Herr Seydoux, Herr Oberbürgermeister, liebe Freunde!

Das Motto der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010, „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ war gut gewählt. Die Reden heute zeigen dies deutlich. Oder, um es anders zu sagen: Wir glauben an die Kraft der Kultur, wir glauben daran, dass Kultur viel, viel mehr bewirken kann als im eigenen Sektor positiv für die Gesellschaft zu agieren. Wenn ich auf die letzten zwei Jahre zurückblicke, wird immer deutlicher, dass Wandel durch Kultur die Behandlung weiterer Themen jenseits der Kultur aufschließt: Das scheint mir das noch unentdeckte Potential der Nachhaltigkeit der Kulturhauptstadt zu sein.

Ich finde es interessant, dass drei Jahre nach der Kulturhauptstadt dieses Thema auf einmal aus Europa, im Rahmen einer europäischen Debatte, zurückkommt. Im Jahr 2012, im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft Dänemarks, hat sich das Team Culture, ein Expertengremium, dieser Frage gewidmet: „Was kann, muss und soll Kultur tun?“ Das Fazit: Im tiefsten Kern ist die Krise eine Krise der Werte.

Ich meine: Wenn wir wenig Ideen und kreative Auswege haben, der Krise zu begegnen, dann sollten wir den Ort aufsuchen, an dem wir Visionen und neue Ideen se-

hen, fühlen und spüren können, nämlich im Feld der Kultur und der Künste.

Die Frage, was Kunst und Kultur bewirken können, schlägt den Bogen zur Kreativität und zur Innovationskraft von Kunst und Kultur, die immer schon über das enge Feld hinaus wirkte und immer schon wichtige gesellschaftliche Entwicklungen beeinflusst hat. Der Buchdruck, die Fotografie, Schallplatte, Film, TV und das Internet sind im Zuge künstlerischer bzw. kultureller Bedürfnisse gewachsen – und dann zum Teil auch marktfähig geworden. Die Inhalte, die Kreativität treiben die Technologien. Sie machen diese interessant und sind die eigentlichen Impulsgeber.

Die Europäische Union nennt diese – wie ich finde – kulturellen Selbstverständlichkeiten seit 2012 neudeutsch Spillover-Effekte und ersucht nun ihre Mitgliedsstaaten, Maßnahmen zu ergreifen, Plattformen und Cluster zu entwickeln, so dass diese verschiedenen Bereiche einer sich komplex darstellenden, gegenseitig bedingenden Gesellschaft zusammenkommen können. Die Frage ist: Wie kann man – mit Hilfe der Kultur – diesen schwierigen Entwicklungen, die für jeden von uns Aufbruch wie Umbruch mit allen positiven wie negativen Folgen bedeuten können, positiv begegnen?

Das Forum d'Avignon Ruhr soll so eine Plattform sein – ganz im Sinne der Spill-

over-Idee und des Handlungsauftrags der EU-Kommission. Heute wollen wir nicht nur die einzelnen Felder debattieren: das Phänomen des Klimawandels, die energetischen Veränderungen und neuen Arbeitsformen in der Wirtschaft, die Stadtentwicklung und die Internationalität oder Interkultur, die uns alle berühren im täglichen Leben.

Wir wollen diese Themen auch am konkreten Beispiel diskutieren. Und wir wollen jene mit hinein holen in die Konferenz, die – und das ist wichtig – die kulturelle Zukunft in Europa gestalten wollen und auch gestalten müssen: die Kulturmacher selbst.

Wir wollen mit dem zweiten Forum d'Avignon Ruhr eine Konferenz veranstalten, die der Aufforderung der EU-Kommission nachkommt, sich zusammensetzen, die auch die Möglichkeiten für eine neue Kulturpolitik in der europäischen Krise kritisch auf ihre Machbarkeit und Voraussetzungen prüft und diskutiert, die eine neue Generation von Kulturakteuren aus dem Ruhrgebiet und aus ganz Europa auf Augenhöhe mit der Politik, mit der Wirtschaft in diesen Prozess einbringt. Deshalb haben wir nicht nur die Ökonomie und Wissenschaft eingeladen, sondern eben auch mit viel Einsatz dafür gesorgt, dass wir alle hier heute dieser jungen internationalen Just-Do-It-Kultur – so hat

es Dr. Bastian Lange genannt, der verantwortlich für die Studie ist – dieser neuen Generation begegnen. Wir haben den ganzen Nachmittag der Veranstaltung diesen Akteuren gewidmet. Ich glaube, dass das eine sehr wichtige Kraft ist. Nicolas Seydoux hat es eben deutlich gemacht: Denn es ist ja nicht so, als wären all diese Erkenntnisse über die Kraft der Kultur in den verschiedenen gesellschaftlichen Teilbereichen automatisch Selbstläufer. Wir sind uns sicher, aber wir sind immer noch ein zu kleiner Kreis: Die selbstverständlichen Erkenntnisse dessen, was Kultur kann und bewirkt, müssen noch mehr und noch breiter hinausgetragen werden. Das Forum ist nicht nur ein Ort, an dem man sich trifft, sondern muss mehr und mehr ein Impulsgeber werden – über das heutige Treffen hinaus in die Arbeit vor Ort. Denn dort wird Wandel spürbar, und das müssen wir schaffen.

Wandel durch Kultur spürbar zu machen für die Menschen hier im Ruhrgebiet, das ist ein Prozess, der längst nicht nur mit den Kulturaktivitäten und -instituten zu tun hat, die der Staat bezahlt, sondern auch mit den Initiatoren, die Geld verdienen müssen, um Kultur zu machen – und auch mit denen, die Geld verdienen wollen. Das ist ein wichtiger Aspekt: Es geht um Ausgleich, nicht um Gegensätzlichkeit. Denn nur in dieser Gemeinsamkeit kann

man die Probleme bewältigen, die so scharf als finanzielle und ökonomische Krise beschrieben werden. Doch das Team Culture hat richtiggestellt: „Es ist in Wirklichkeit eine Krise unserer Werte.“ Dieser Debatte müssen wir uns stellen, auch mit denen, die diese Werte in Zukunft weitertragen sollen und neu entwickeln sollen. Kunst und Kultur sind mehr als nur ein Ornament. Dieser interaktive Ansatz heute bringt uns einen Schritt weiter, deshalb wünsche ich Ihnen an diesem Tag sehr viel Inspiration, Vision, Kreativität von Essen aus in Europa.

## SPILOVER-POTENTIALE DER KULTUR FÜR EUROPAS ZUKUNFT

{EU-Kommissarin Androulla Vassiliou} Sehr geehrte Damen und Herren, ich bin hochehrfroh, die Möglichkeit zu haben, mich auf dem 2. Forum d'Avignon Ruhr – eines der wichtigsten europäischen Laboratorien für Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft – an Sie richten zu dürfen. Ich bedaure sehr, nicht persönlich am heutigen Tage anwesend sein zu können.

Ich gratuliere dem *ecce*. Das Zentrum stellte sicher, dass die zahlreichen spannenden Projekte, die im Rahmen der RUHR.2010 – Kulturhauptstadt Europas starteten, nach 2010 fortgeführt wurden. Es ist großartig zu sehen, dass diese Projekte die Grundlage für Nachhaltigkeit und die Fortführung des RUHR.2010-Mottos „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“ legen.

Der Kultur- und Kreativsektor gehört zu den vielversprechendsten Sektoren Europas. Er kann in großem Maße zur Strategie für Wachstum und Beschäftigung Europa 2020 und zu Europas wirtschaftlichem Aufschwung beitragen.

Die Europäische Kommission möchte einen gemeinsamen europäischen kulturellen Raum schaffen, um intelligentes, integratives und nachhaltiges Wachstum zu fördern. Gleichzeitig wollen wir unsere europäische kulturelle und sprachliche Vielfalt schützen und fördern.

Letztes Jahr präsentierte ich den euro-

päischen Regierungen eine Strategie zur Förderung des Kultur- und Kreativsektors. Ich betonte besonders die Wichtigkeit des Austauschs zwischen verschiedenen politischen Bereichen sowie die Notwendigkeit, über den Tellerrand hinauszuschauen. Für kreative Unternehmen müssen wir neue Geschäftsmodelle entwickeln, und wir, als politische Verantwortliche, müssen aufhören, nebeneinander her zu arbeiten.

Ich habe die Länder Europas gebeten, integrative Strategien sowohl auf nationaler als auch regionaler Ebene zu entwickeln – ein Ansatz, der vor allem im Rahmen der neuen Kohäsionspolitik der EU-Finanzierungsperiode 2014-2020 relevant ist. Vor kurzem richtete ich diesbezüglich einen Brief an die für die strukturellen Fonds verantwortlichen EU-Minister.

Regionen müssen bei der Prioritätensetzung ihrer Programme einen ganzheitlichen Ansatz wählen und einer sektorübergreifenden Logik folgen. Dies ist essenziell, um die Einbeziehung des Kultur- und Kreativsektors in diese Programme sicherzustellen.

Ich bin hochehrfroh, dass Sie im Rahmen der heutigen Zusammenkunft die Spillover-Effekte von Kultur und Kreativität auf die Wirtschaft und die Gesellschaft diskutieren werden.

Ich möchte gerne drei Beispiele von Spillover-Effekten, die ich als besonders wich-



Androulla Vassiliou

tig erachte, mit Ihnen teilen:

Das erste Beispiel ist das der Kompetenzentwicklung und kreativen Partnerschaften mit dem Bildungssektor. Solche Partnerschaften können helfen, die Bedürfnisse des Sektors zu identifizieren und das Problem des Arbeitskräftemangels zu bekämpfen. Die Partnerschaften schließen insbesondere – aber nicht ausschließlich – kreative Unternehmen mit ein.

Das zweite Beispiel ist das der städtischen Erneuerung. Essen ist ein exzellentes Beispiel, das zeigt wie der Titel der Kulturhauptstadt Europas einen langfristigen Effekt auf die Stadt haben kann – mit Hilfe zusätzlicher Finanzierungsquellen wie zum Beispiel der europäischen Strukturfonds. Ihre industrielle Region war besonders erfolgreich bei der Nutzung der transformativen Kraft der Kultur. Sie haben mit Erfolg die wirtschaftlichen düsteren Perspektiven der 1980er und 1990er Jahre in das kreative Aufblühen des letzten Jahrzehnts überführt.

Das dritte Beispiel ist das der offenen Innovation. Es besteht eine klare Verbindung zwischen der Fähigkeit des Sektors, seine eigenen Grenzen zu erweitern, und seines Potentials, als Ausgangspunkt für Innovation zu fungieren. Die Wirkung von Design bei der wirtschaftlichen Wertsteigerung von Produkten und Dienstleistungen der traditionellen verarbeitenden Industrie

ist ein eindeutiges Beispiel hierfür. Es ist sehr viel wahrscheinlicher, dass diejenigen Unternehmen, die mehr in kreativen Input investieren, Produktinnovationen auf den Markt bringen.

Somit ist eindeutig, dass der Kultur- und Kreativsektor in Europa voller Potential für unsere Zukunft steckt.

Um dieses Potential voll ausnutzen zu können, wird die Europäische Kommission das neue Programm Kreatives Europa nächstes Jahr starten. Dies wird in Einklang mit anderen EU-Förderprogrammen wie zum Beispiel „Erasmus für alle“, „COSME“ und „Horizont 2020“ geschehen.

Ich bin überzeugt davon, dass wir mit diesen Programmen in den kommenden Jahren viel erreichen werden.

Ich freue mich auf das Ergebnis des zweiten Forums und wünsche Ihnen fruchtbare Diskussionen bei der heutigen Veranstaltung. Danke.

## KUNST AKTIVIEREN FÜR SOZIALE GERECHTIGKEIT

{Mira Prgomet/Leónidas Martín}

{Mira Prgomet} Können Sie ein Beispiel für ihren künstlerischen Aktivismus nennen?

{Leónidas Martín} Da gibt es zum Beispiel die Aktion, die wir zur Bekämpfung der Missstände in der spanischen Wohnungslage 2006 gemacht haben, als das Baugewerbe eine Wirtschaftsblase bewirkt hatte. Wir beschlossen, ein Poster mit dem Motto zu entwerfen: „Du wirst in Deinem gesamten verfuckten Leben nie eine Wohnung haben“, um die Leute über die Situation zu informieren. Diese Printkampagne war erfolgreich und ermöglichte es uns, große Demos in ganz Spanien zu veranstalten. Dies zog sich über zwei Jahre hin aber zeigte keine Wirkung auf Spaniens Entscheidungsträger. Also entwickelten wir die Idee eines „Brüll Events“, mit dem wir einen bereits bestehenden Weltrekord brechen wollten, aber Guinness World Records hat unseren Vorschlag abgelehnt. Das hat uns aber nicht davon abgehalten, weiterzumachen und so haben wir diesen Weltrekord gebrochen. Für den entsprechenden Tag hatten wir verschiedene Sachen vorbereitet. Zum Beispiel ein „Fuck-Meter“ Kostüm, das anzeigt, wie genervt die Leute in Bezug auf eine bestimmte Situation sind. Was ich damit sagen will ist, dass die Wohnungslage weder ein gesellschaftliches noch ein politisches Problem war – da es nicht öffentlich war. Die Leu-



te mussten damit auf persönlicher Ebene zurechtkommen. Unsere Aktion war so erfolgreich, weil wir es geschafft haben, das Problem in die Öffentlichkeit zu bringen.

Was bedeutet es, wenn eine Aktion erfolgreich ist? Wie messen Sie das? Es gibt zwei Möglichkeiten, den Erfolg von Kunstaktionen zu messen. Die erste ist die Fähigkeit, einen Konflikt zu visualisieren und ihn für die Öffentlichkeit erkennbar zu machen. Man muss etwas visualisieren, was bis dahin unsichtbar war. Zum Beispiel in unserem Fall der Wohnungskonflikt. Ein weiteres Kriterium ist, wie sehr man die Denkweise der Leute verändert, so dass sie als soziale Gemeinschaft auftreten: diese hat dann die Fähigkeit, Politiker dazu zu zwingen, ein Problem zu lösen. Vor unserer Kunstaktion dachten die Leute, das Problem sei auf ihr persönliches Versagen zurückzuführen.

Sie haben mal darauf hingewiesen, dass die Leute Angst haben. Verlieren die Leute wirklich durch Kunstaktionen die Angst davor, für ihre Rechte auf die Straße zu gehen? Dies ist tatsächlich ein sehr wichtiger Aspekt, weil die Leute vor unserer Kunstaktion mit der Situation auf einer persönlichen Ebene umgegangen sind. Mit unserer Unterstützung fingen sie an, sich mit anderen zu vernetzen und das wiederum bewirkte eine Machtentfaltung. Indem man die Menschen stärkt, kann man ihre

Einstellung zu dem Konflikt, unter dem sie leiden, ändern und von diesem Punkt an ist alles möglich.

Können Sie sich vorstellen, eine Aktion zusammen mit einem Unternehmen zu machen – wie diese Entwicklung von BMW und Guggenheim? Meiner Ansicht nach ist es schwierig, eine Zusammenarbeit mit einem Unternehmen oder einer Institution zu arrangieren, weil man ja sieht, dass gesponserte Kunst meist auf einem repräsentativen Niveau stecken bleibt. Das Problem ist, dass wir eine Situation nicht nur spiegeln wollen, sondern dass wir sie ändern wollen. Aber das ist genau der Aspekt, an dem Unternehmen oder Institutionen nicht wirklich interessiert sind. Wir haben ein Projekt gemacht, das mit dem Geld des Museums von Barcelona finanziert war, es hieß „Macba“.

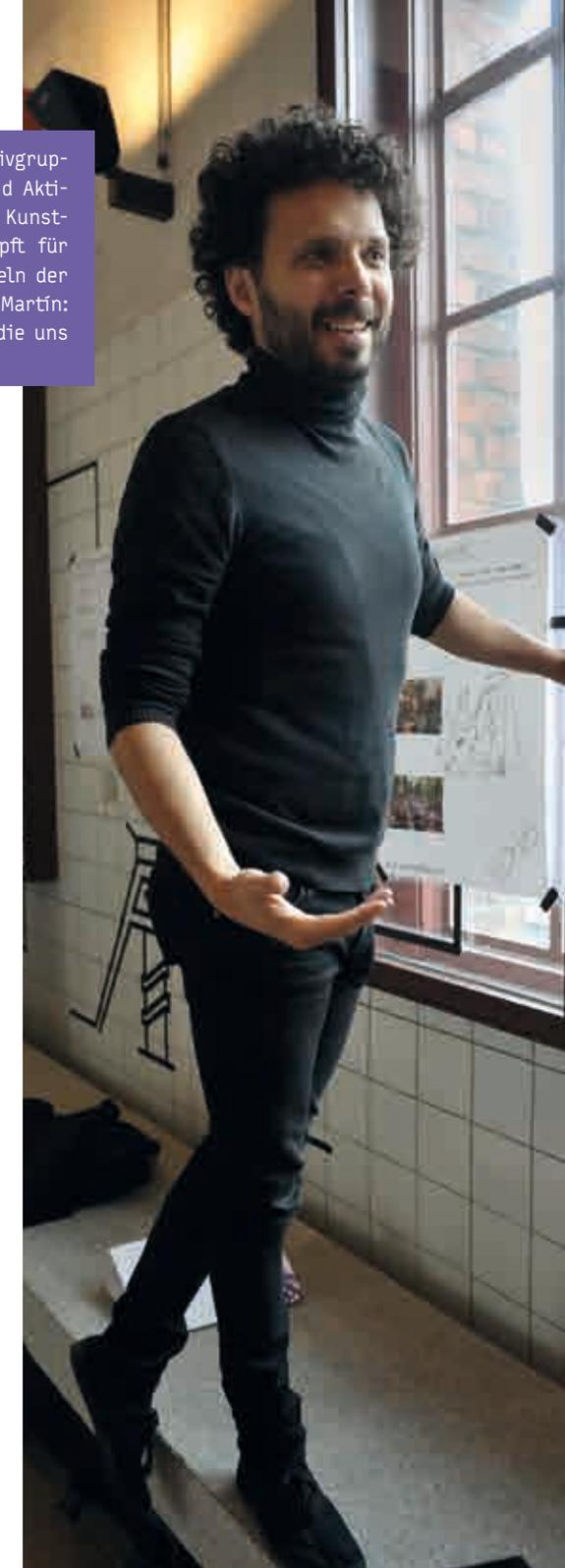
Gab es bei der Zusammenarbeit mit Macba Komplikationen? Das war 2001, aber selbst wenn es zu einer anderen Zeit stattgefunden hätte, hätte es Komplikationen gegeben. Manche soziale Bewegungen zum Beispiel waren gegen die Zusammenarbeit und unsere Partner versuchten auch, wie bereits erwähnt, uns auf einem repräsentativen Niveau festzuhalten. Als wir die proaktive Handlungsebene erreichten, haben sie uns rausgeschmissen und wir mussten alleine weitermachen, aber wir hatten danach auch noch andere Partner-

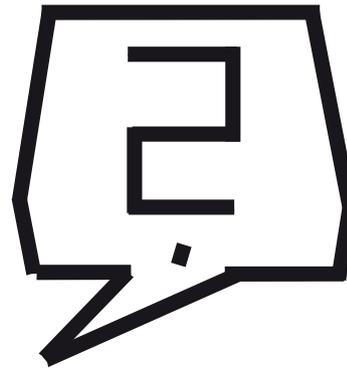
Leónidas Martín ist Teil der Kollektivgruppe enmedio, die sich mit Kunst und Aktivismus, mit anderen Worten mit Kunstaktivismus, befasst. enmedio kämpft für soziale Gerechtigkeit mit den Mitteln der Kunst und der Kultur. Leónidas Martín: „Wir möchten die Dinge bewegen, die uns bewegen.“

schaften.

Glauben Sie, dass Kultur dabei helfen kann, das Problem der Arbeitslosigkeit in Spanien zu lösen? Wir glauben, dass Kunst eine Möglichkeit ist, sich mit Fragen auseinanderzusetzen und Teil eines Prozesses gesellschaftlicher Veränderung zu sein. Kunst sollte nicht nur eine Betrachtung eines Problem von außen durch Videos, Filme, Werbung, usw. sein oder liefern, sondern sie sollte versuchen, die Leute miteinzubeziehen. Kunst ist in der Lage, Dinge zu bewegen, um sie zu verändern.

Dann stimmen Sie mit dem Konzept des Spillover-Effekts überein? Manchmal fragen mich Journalisten, was der Unterschied zwischen normalem Aktivismus, wie bei sozialen Bewegungen, und unserem kreativen Aktivismus ist. Der Unterschied ist, dass wir keiner Strategie folgen oder eine taktische Herangehensweise haben. Vor unseren Aktionen haben wir keine Ahnung, was für eine Wirkung oder Reaktion sie hervorrufen werden. Diese Herangehensweise hat etwas gemeinsam mit diesem Spillover-Konzept, weil selbst eine kleine Aktion etwas Großes auf der ganzen Welt hervorrufen kann.





## 4.4.2 DIE DEBATTEN

### SPILOVER UND KULTUR – POLITISCHER WUNSCHTRAUM ODER NEUE KULTURELLE IDENTITÄT?

{Swantje Diepenhorst} Das Forum d'Avignon Ruhr als Raum für eine Debatte über die Zukunft des gesellschaftlichen Mitwirkens, über Haltungen, Arbeitsweisen und Werte im Ruhrgebiet und europaweit: Die PolitikerInnen und KulturakteurInnen im Panel „Spillover und Kultur: Politischer Wunschtraum oder neue kulturelle Identität?“ diskutierten über Praxisbeispiele und neue Parameter, die die Basis des Machens bilden.

Die Kultur des Mitwirkens muss sich weiter entwickeln – darin stimmten die TeilnehmerInnen des Panels überein. Im Fokus stehen Teilhabe, Diversität und Integration von Menschen, die in kreativen Bereichen agieren. Es gilt, PolitikerInnen und KreativakteurInnen stärker miteinander in Kontakt zu bringen und dadurch eine stärkere Zusammenarbeit möglich zu machen. Die Voraussetzung dafür, dass allen Beteiligten das Potential dieser Zusammenarbeit auf Augenhöhe bewusst ist, wächst zunehmend. Es wird deutlich, wie immens der Wert eines branchenübergreifenden Austausches ist.

Welcher Voraussetzungen es für diese Zusammenarbeit bedarf, ist oft noch unklar – im Panel zeigten sich gleichwohl erste allgemeinere Politikansätze sowie konkrete Beispiele, von denen Politik und Praxis sich zukünftig inspirieren lassen können.

Der Ruf nach Bottom-Up-Entwicklungen gilt den Kreativen an der Basis. Aber ebenso geht er an Menschen, die in Führungsetagen oder Ministerien arbeiten. Sie öffnen inzwischen vermehrt ihre Arbeits- und Wirkungsbereiche. Laut Reinhard Krämer vom Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen beobachten Künstler, die schon bei der Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 mitgewirkt haben, in allen Städten des Ruhrgebiets eine positive Veränderung hinsichtlich der Bürokratie. Zunehmend werden sie durch bürokratische Einrichtungen in ihrer Arbeit unterstützt und erfahren praktische Hilfe. Zum Beispiel werden leer stehende Räume bereitgestellt oder bürokratische Hindernisse bereitwillig aus dem Weg geschafft. Die KünstlerInnen können sich dadurch intensiver ihren Schaffensprozessen widmen: „Just let the people do!“. Laut Reinhard Krämer findet ein psychologischer Wechsel in Ministerien und Instituten statt: Die Kreativen werden als gewinnbringend wahrgenommen und in ihrem Schaffen unterstützt.

Kreative Bürokratie ist nicht nur in Nordrhein-Westfalen, sondern auch aus europäischer Perspektive erklärtes Ziel, bestätigt Dorota Nigge, Generaldirektion für Bildung und Kultur bei der EU-Kommission.

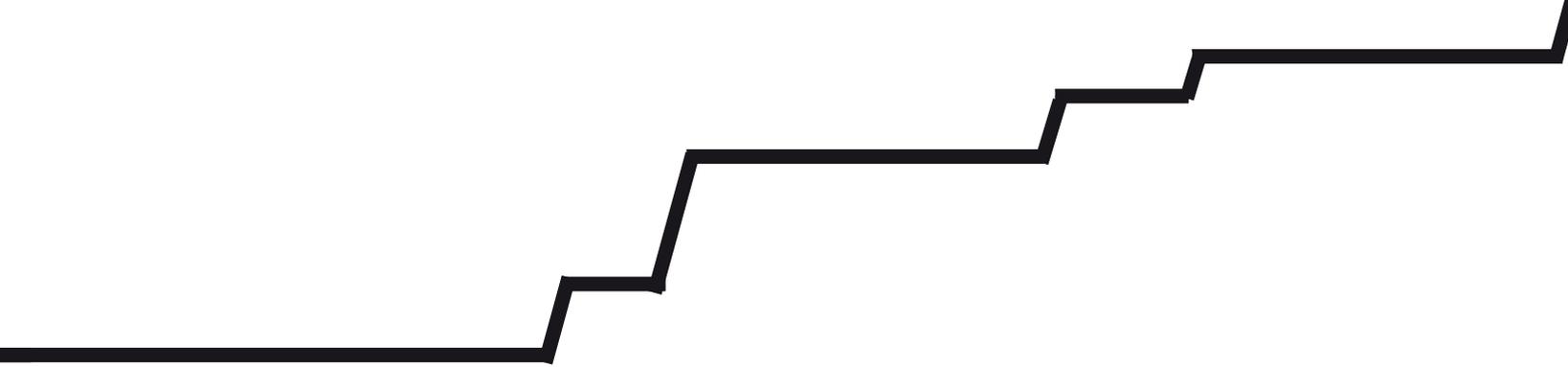
Sie arbeitet daran, diese neue Form der Politik zu implementieren. Gleichzeitig ist da immer auch eine ökonomische Dimension von Kultur, welche sich bestenfalls auf regionale Kooperationen bezieht. Der Spillover-Effekt ist hier einer der Treiber, um neue kreative Bereiche zu erschaffen und den Wert von Kultur zu veranschaulichen. Dorota Nigge: „Das oberste Ziel der Kultur sollte sein, Raum und Zugehörigkeit für Menschen zu schaffen.“

Für Alfonso Martinez, Direktor bei Bilbao Metropolis 30, entscheidet sich der Spillover-Effekt durch Kommunikation: Einige KulturakteurInnen, die den Nutzen des Austausches und der Interaktion zwischen Unternehmensbranchen und gesellschaftlichen Bereichen realisiert haben, transportieren begeistert eine Idee – und damit Kreativität und kulturellen Wert. Es kann allerdings Generationen dauern, bis ein Wechsel hin zu „mehr Kultur“ stattgefunden hat. So ist es zumindest in Bilbao, wo sich die Identifikation der breiten Masse mit dem Guggenheim-Museum noch in der Entwicklung befindet. Aber allein der Transformationsprozess ist nutzbringend. Von der Kunst über Kultur zur Gesellschaft – Spillover braucht Zeit.

Ein Land, in dem mit dem Spillover-Effekt große Hoffnungen verknüpft sind, ist Po-

len. Innovationen in diesem Bereich sowie das Entwickeln von mehr sozialem Kapital sind maßgebliche Bestandteile des Erfolgs von Wirtschaft und die Kreativindustrie, so Jarosław Obremski, Mitorganisator eines der nächsten großen Kulturprojekte in Europa als Senator und Vorsitzender des Kulturrats der Kulturhauptstadt Europas Wrocław 2016. Durch die Öffnung für Kunst und Kultur („Open Innovations“) sollen in Polen soziale und wirtschaftliche Fragen gelöst werden. Früher politischer Aktivist, steht Jarosław Obremski jetzt auf der anderen Seite und baut tatkräftig mit an einem zukunftsweisenden, neuen Image polnischer Kultur.

Der Ausdruck Open Innovations fasst zusammen, welche Erwartungen an Kultur als Spillover-Instrument gestellt werden. KulturakteurInnen wie PolitikerInnen sind sich einig, dass in zunehmender Deutlichkeit der Auftrag entsteht, anders über Kulturpolitik nachzudenken. Das n.a.t.u.r.-Festival in Bochum (siehe Seite 43) zeigt exemplarisch, wie ökologischer und ökonomischer Nutzen – ein Thema des Festivals war Energie sparen – mit neuem Bewusstsein und einer Mitmach-Mentalität vereint werden kann. Urbane Räume entwickeln eine Eigendynamik und transportieren wertvolle, inspirierende Inhalte, die zeigen, dass sich politische Interessen mit



## WIRTSCHAFT UND KULTUR – NEUE WEGE FÜR EIN NEUES WACHSTUM?

nicht-politischen Events vereinbaren lassen. Mittels des Spillover-Effekts entsteht ein konstruktiver Austausch zwischen verschiedenen Bereichen und bringt Bewegung in Debatten, welche wiederum sowohl den politischen als auch den künstlerischen und wirtschaftlichen Akteuren nützen. Es entsteht heute eine neue Macher- generation, die als Teil von politischen und wirtschaftlichen Entscheidungs- und Entwicklungsprozessen gesehen wird.

{Swantje Diepenhorst} Es tut sich etwas. In Unternehmen finden Neuerungen statt, die durch gesellschaftliche Entwicklungen und Aktionen bestimmt werden. Tonangebend sind KreativakteurInnen, die häufig aus den sich aktuell entwickelnden urbanen Räumen heraus agieren – es sieht so aus, als könnten junge MacherInnen, die zupacken und Ideen haben, etwas bewegen. Mit einem Paradigmenwechsel in gesellschaftlichen und kulturellen Handlungsfeldern findet auch in wirtschaftlichen Bereichen eine Veränderung statt. Kultur schiebt und verschiebt. Unternehmen erleben durch den Spillover-Effekt eine neue Dynamik im Denken und Arbeiten ihrer MitarbeiterInnen – und viele Führungsetagen zeigen sich offen dafür – weil sie das Potential dieser kreativen Impulse erkennen. Die Öffnung interner Schaffensprozesse sowie die Einbeziehung von MitarbeiterInnen und AkteurInnen in Innovationsdebatten werden gezielt unterstützt. Der Nutzen der von jungen Kreativen ausgehenden Impulse ist erkannt, Bottom Up ist kein Fremdwort mehr. Das Ziel: an konkreten Beispielen zu zeigen, wie Wirtschaft und Kultur neue Wege für ein neues Wachstum gehen werden.

Die vertretenen Unternehmen sehen sich alle an der Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft. Neuerungen zeigen sich bei dem eingeladenen Unternehmen Sony Music Entertainment GSA: Als weltweites

Vertriebsunternehmen und führend im Bereich Musik betrifft die Verschiebung von Kultur sowie die Digitalisierung von Musik und Kommunikation den Kern des Unternehmens. Entsteht bei Sony Music durch eine kulturelle Veränderungen in der Gesellschaft auch eine neue Unternehmenskultur? Bringt das Internet neue Chancen oder nur große Herausforderungen? Hier kann das auf dem Podium vertretene Google Cultural Institute eindeutig Stellung beziehen: Zweifelsohne sind die digitalen Entwicklungen ein Antrieb, es ist schließlich Googles Geschäftsmodell. Informationen zur Verfügung zu stellen und zu bewahren ist erklärtes Ziel der Plattform Google Art Project, auf der man sich berühmte Werke der Malerei im Detail ansehen kann. Ein weiteres Unternehmen, das sich den neuen Wegen verschreibt, ist TILLT aus Schweden: Eine Agentur integriert Künstler in Unternehmen und sorgt dadurch für neue Perspektiven und Ideen. Kunst lernt von Wirtschaft und umgekehrt. Das setzt Offenheit und Lernbereitschaft bei den Beteiligten voraus – neue Impulse für Unternehmensstrategien sowie eine hohe Motivation und Kreativität bei den Mitwirkenden sind das Ergebnis.

Um im Detail aus Unternehmenssicht über Spillover-Effekte zu sprechen, ist Philip Ginhör, CEO Sony Music Entertainment GSA, zum Forum d'Avignon Ruhr gekommen.

Auf die Frage, wie eine digitalisierte Gesellschaft und die sich daraus ergebende neue Ökonomie die Kultur und Struktur eines Unternehmens verändert, antwortet er eindeutig: Wir sind „always on. Eine Grenze in unserer Realität zwischen online und offline gibt es nicht mehr“. Was bedeutet das für Sony und seine MitarbeiterInnen? Der digitalisierte Dauerzustand wird nach und nach zum Vorteil für die Musikindustrie. Musik ist ein wesentlicher Treiber des digital traffic, beispielsweise sind fast alle der beliebtesten Facebook-Profile oder Twitter-Accounts jene von Musikern oder Bands. Was bedeutet es also für Sony, sich dahingehend zu öffnen? Philip Ginhör sieht die Suche nach Hits und den nachhaltigen Aufbau von Künstlern unverändert als Kerngeschäft von Sony Music Entertainment GSA. Gleichzeitig hängen Vertriebswege, Marketingmechanismen, Promotion sowie die Kommunikation zwischen Fans und Künstlern zunehmend vom Interagieren mit Konsumenten und Kreativen ab. Außerdem demokratisiere das Internet die Präsentationsformen - jeder kann seinen kreativen Output öffentlich machen. Sony Music macht sich und seine Unternehmenskultur fit für dieses Mitmischen der Internet-AkteurInnen, welches zu neuen digitalen Vertriebswegen und einem Wettbewerb mit iTunes, Spotify, Amazon führt. Die Organisation der Kom-

munikation in der digitalen Welt ist zum essentiellen Bestandteil der Arbeit des Unternehmens geworden: Die Kommunikation zwischen den Unternehmensabteilungen und mit den neu entstehenden kreativen Zellen wird stetig neu organisiert. „Ein zähes Ringen“ laut Philip Ginhör, „aber es ist die Gegenwart und es ist vor allem die Zukunft“.

Ein weiterer Akteur, der davon berichten kann, wie sich der Einfluss von Kultur auf Wirtschaft und umgekehrt äußert, ist Amit Sood, Präsident des Google Cultural Institute. Sofern es gelingt, die generellen Vorbehalte bezüglich möglicher Datenüberwachung und -kontrolle beiseite zu schieben, zeigt sich hier deutlich der Spillover-Effekt: Am Anfang hatte Amit Sood, damals noch Programmierer für das Betriebssystem Android, eine Idee. Er wollte die großen Meisterwerke der Kunst online sichtbar und erlebbar machen. Freier Zugang zu Kunst, für alle. Möglichst viele Menschen sollten Zugang zu den Schätzen bekommen, die die Museen dieser Welt zu bieten haben. In der physischen, also „richtigen Welt“ aus nachvollziehbaren Gründen nicht umsetzbar, ist die Realisierung der Idee digital nicht vollkommen abwegig. Amit Sood war fest entschlossen, ein Programm zu entwickeln, durch das berühmte Malerei digital erfahrbar werden würde, zumindest soweit es möglich

ist, die Faszination einer Originalmalerei digital zu transportieren – und zwar in besserer Qualität als die zahlreichen, bereits hochgeladenen Abbildungen von Kunstwerken, die das Internet überfluten. Dass die Atmosphäre und die räumliche Erfahrbarkeit immer fehlen würden, liegt in der Natur der Sache – eine virtuelle Kunstreise kann die physische Erfahrung nie ersetzen. Aber sie kann Begeisterung und Wissen transportieren.

Die Realisierung des Projekts wurde durch Google ermöglicht. Die Idee des Kulturakteurs Amit Sood fand Einzug in einen Konzern, der als führendes Unternehmen des Internetbusiness von der Verschiebung des kulturellen Lebens ins Internet profitiert. Durch die Förderung von Amit Soods Projekt wurde die dem Unternehmen zugrunde liegende Kombination von Kultur und digitaler Innovationen eine neue Philosophie hinzugefügt.

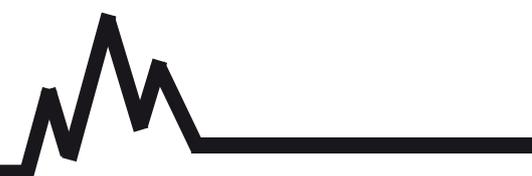
Nachdem Amit Sood ein paar Jahre für Google gearbeitet hatte, konnte er mit der Idee, einen Non-Profit-Zweig des Internet-Riesens zu entwickeln, final überzeugen. Er wurde Direktor des Google-Kulturinstituts, welches mit dem Google Art Project inzwischen 40.000 Kunstwerke aus 60 Museen in 40 Ländern zeigt. Sowohl Fachleute als auch Neulinge nutzen die 3D-Modelle und sehen mithilfe der Funktion des Zooms und der Technik des Street View Kunst

im Louvre, im Städel oder in einer kleinen Galerie irgendwo auf der Welt. Hintergrundinformationen über den Künstler und seine Werke sind stets abrufbar. Neben der Qualität des Zooms hat sich die Innenansicht der Institutionen verbessert und es wurde an den sozialen Elementen gearbeitet. Seit Kurzem finden auch so genannte Art Talks statt, zum Beispiel mit Vertretern des Metropolitan Museum of Art in New York oder der Nationalgalerie in Berlin. Die Kuratoren beschäftigen sich mit dem Online-Publikum und zahlreiche Menschen verfolgen diese Gespräche im virtuellen Raum.

Googles Kulturinstitut unterliegt keinen kommerziellen Interessen, zumindest wirft das Projekt für Google keine direkten monetären Gewinne ab. Das Projekt ist allerdings anderweitig wertschöpfend, sowohl für das Unternehmen als auch für die Benutzer. Inzwischen erfreut sich das Projekt einer bemerkenswerten Zahl Interessierter: „Unser Kulturinstitut hat 40 Millionen Follower auf Google+, mehr als Coldplay oder das Spiel Angry Bird“, berichtete Amit Sood.

Spillover steht für neue Möglichkeiten, Amit Sood hat sie genutzt. Als kreativer Programmierer mit einer Idee in einem ökonomisierten Umfeld – Google stellt die finanziellen Mittel für die Entwicklung und die Fortführung des Institutes und bietet

so jeder unabhängigen Kunstinstitution eine Technologie-Plattform zur Nutzung, wobei Google nicht die Auswahl der gezeigten Kunstwerke trifft. Der Spillover-Austausch von Kreativakteuren außerhalb eines Unternehmens und dem Unternehmen selbst ist hier real geworden. Das allgemeine Wort von Open Innovation hat sich bei diesem Beispiel materialisiert. Skeptiker, Kritiker und Verfechter des Kunsterlebnisses in einer nicht-digitalen Umgebung haben gleichzeitig ebenfalls starke Argumente auf ihrer Seite. Doch ist nicht von der Hand zu weisen, dass das Google Art Project Menschen zur Kunst und Kunst zu den Menschen bringt. Es werden materielle Barrieren eingerissen und es wird über einen neuen Zugang Wissen, Inspiration und Diversität transportiert. Das Konzept von Pia Areblad, Direktorin für Strategische Allianzen bei TILLT, basiert ebenfalls auf der Kultur des Spillover. Nahe an der Arbeitswelt ist TILLT der Überzeugung, dass Kunst und Kultur wertvolle Impulsgeber für andere Arbeitskulturen und Wirkungsbereiche sind. Das Konzept: KünstlerInnen kommen in Unternehmen, damit beide Seiten etwas Neues lernen. „Die kreative Logik muss viel wettbewerbsfähiger werden gegenüber der dominierenden rationalen Logik in der Welt der Wirtschaft“, ist Pia Areblad überzeugt. Sowohl national als auch regional kann



## KUNST UND ÖKONOMIE – MEHR ALS AKTIONISMUS?

**Dr. Michael Köhler:**

Ich begrüße Dr. Stephan Muschick, Geschäftsführer der RWE Stiftung, und Prof. Mischa Kuball, internationaler Licht- und Medienkünstler und Professor für Medienkunst an der Kunsthochschule für Medien Köln, zum Gespräch über neue Rollen von Wirtschaft und Kultur. Doch warum führen wir dieses Gespräch auf einem Kongress über die Zukunft der europäischen Kulturpolitik?

Wir leben in Zeiten des gesellschaftlichen und ökonomischen Wandels und erleben das Entstehen neuer Markt- und Wirtschaftskulturen. In diesem sogenannten Change-Prozess setzen Unternehmen auch auf kulturelle Projekte, um ihre neue Rolle zu finden. Die RWE Stiftung ist noch eine junge Stiftung, doch hat sie sich hier mit Kulturprojekten einen Namen gemacht, über die wir gleich noch mehr hören werden.

Eine neue Kulturpolitik in Europa lebt offensichtlich von Initiatoren für Neues, Sponsoren wie Künstlern. Wir sprechen daher mit zwei renommierten Akteuren über die eventuell neuen Aufgaben und Rollen von Kunst und Wirtschaft in diesen Zeiten des Umbruchs.

In den Jahren 2010 und 2011 sind – das sagt der Deutsche Museumsbund – in deutsche Museen 109 Mio. Menschen gegangen – zehnmal so viele wie in Fußballstadi-

en. Kultur ist offenbar sehr attraktiv, doch was bedeutet dies in diesem Wandlungsprozess – für Wirtschaftsfirmen einerseits, für Künstler andererseits?

Die RWE Stiftung steht auf drei Säulen: Kultur, Soziales und Bildung. Ich habe gelesen, das Förderfeld Kultur sei für Sie nicht dekoratives Beiwerk, also nicht nur Aquarellmalerei und Streichquartett im Foyer für die Mitarbeiter. Wie würden Sie Ihre Aufgabe als Kulturförderer beschreiben?

**Dr. Stephan Muschick:**

Am konkreten Beispiel ist unsere Philosophie am besten zu verstehen. Ich will Ihnen die Werte, an denen die RWE Stiftung ihre Kulturförderung ausrichtet, verdeutlichen: Wir haben vor einem Jahr einen von uns geförderten jungen Künstler, Axel Braun, Artist-in-Residence der RWE Stiftung, eingeladen, im Foyer von RWE seine Arbeit zum Thema Energie/Wasserkraft zu installieren. Es ist eine umfangreiche halbjährige Foto- und Recherche-Arbeit, in der es nicht nur um den Widerspruch zwischen technologischem Fortschritt und Erhaltung der Natur ging. Es ging auch um die Wirtschaftsinteressen der Kraftwerksbetreiber, zu denen diese als Aktiengesellschaften durch das Gesetz verpflichtet sind – im Unterschied zu den Auflagen für Umweltschutz, die der gleiche Gesetzge-

diese Strategie funktionieren, wobei nie genau vorausgesagt werden kann, was am Ende das Ergebnis sein wird. Die Arbeit von TILLT ist nicht, das jeweilige beteiligte Unternehmen aus einer Schieflage zu retten oder wie eine Unternehmensberatung Arbeitsabläufe effektiver und optimiert zu gestalten, sondern es geht darum, die Kompetenzen von zwei Arbeitsbereichen und Denkweisen zu vereinen. Auf der einen Seite konzentriert TILLT sich auf Kompetenzen der Beteiligten – künstlerische Expertise als ein Werkzeug, um Kreativität, Innovation und menschliche Entwicklung zu stimulieren und in Unternehmen zu bringen. Auf der anderen Seite arbeitet TILLT im Interesse der KünstlerInnen und erschafft neue Bereiche, in denen neue künstlerische Methoden entwickelt werden können.

Was TILLT als Schlüsselworte benutzt, ist ebenso gültig in anderen Bereichen und Unternehmen, die sich dem Spillover-Phänomen öffnen: Querdenken. Hinterfragen. Perspektivenwechsel. Innovationsfähigkeit. Kreatives Potential. Kunst als Katalysator. Im Fokus aller TeilnehmerInnen des Panels steht das Entstehen neuer Möglichkeiten und Schaffenskraft durch das Zusammenbringen von unterschiedlichen kulturellen und wirtschaftlichen Bereichen und Kompetenzen.

Der aus Barcelona zum Forum d'Avignon

Ruhr 2013 angereiste Künstler Leónidas Martín zweifelt in seinem Impulsvortrag „Über die Destabilisierung des Finanzsystems mit Humor, Kreativität und einem Hauch von Unheil“ allerdings daran, ob Künstler und Unternehmen die gleichen Dinge meinen, wenn sie Begriffe wie Kreation, Vorstellungskraft und Kultur benutzen: „Normalerweise will ein Künstler tun, was er will, und Unternehmen wollen verkaufen, was sie verkaufen“. Doch das ist kein Widerspruch, vielmehr ist es genau das, woran TILLT und die anderem zum Forum d'Avignon Ruhr geladenen Unternehmensvertreter arbeiten – daran, eine gemeinsame Sprache zu finden, um auf durch die Wirkungsmöglichkeiten des Spillover neue Wirtschaftsbereiche und -mechanismen zu schaffen. Durch die neuen Räume, die bei Sony Music, Google und TILLT entstehen, werden Unternehmensstrukturen flexibler und offener für Veränderungen. Keine einfache Aufgabe, wie Philip Gintör zugesteht, aber die Frage, ob man als Unternehmen Veränderungen will, verliert gegen die Tatsache, was an Potential bereit steht.

ber macht. Kurzum: Es war eine im besten wissenschaftlichen Sinne kritische Arbeit: Es ging um Erkennen – gerade auch für die Mitarbeiter. Der Künstler hat im Foyer etwa eine Aussage montiert, die auch den Titel seiner Arbeit bildete: „Die Technik muss grausam sein, wenn sie sich durchsetzen will.“

Während der Installation besuchten Spiegel-Journalisten den RWE-Vorstandsvorsitzenden Peter Terium und interviewten ihn auch zur Geschäftsstrategie von RWE. Und natürlich provozierte dieses Kunstwerk Fragen: Ist das jetzt Euer neuer Firmenleitspruch? Sind das jetzt Eure neuen Werte? Darauf zu reagieren ist nicht immer leicht, andererseits führt es in den Dialog, baut Hemmschwellen ab und trägt so zur Klärung unserer Werte sehr wohl bei. Ich bin mir übrigens sicher, dass auch ein Musiker und - wenn Sie wollen - auch ein Streichquartett so wirken könnte. Wir sollten hier jedes Klischee gegenüber den Künstlern vermeiden.

#### Dr. Michael Köhler:

Die RWE Stiftung hat also bewusst das Risiko in Kauf genommen, bei der externen und internen Kommunikation für Irritationen zu sorgen?

#### Dr. Stephan Muschick:

Es war eine bewusste Entscheidung, aber

keine schnelle und vordergründige. Sie ist gewachsen aus den Erfahrungen von RWE mit dem Wandel unserer Gesellschaft, denn: In Zeiten, in denen alle Welt über Energiewende diskutiert, ist die Dringlichkeit solcher Dialog-Projekte höher – auf Seiten der Künstler, aber auch der Gesellschaft und Öffentlichkeit, die dafür jetzt sensibler ist als noch vor zehn Jahren. Wir alle sind Teil dieses gesellschaftlichen Schubs und verändern uns eben.

An einem Beispiel der früheren Rollenverteilung wird dies am besten deutlich: Die Ausstellung des niederländischen Künstlerkollektivs „Atelier van Lieshout“, „Sleep City“, war ein RWE-Förderprojekt im Museum Folkwang. Zur Eröffnung zitierte Museumsdirektor Hartwig Fischer Passagen aus dem Buch von Harald Welzer und Claus Leggewie über „Klima-Kriege“. Da stand die Frage im Raum: Wurde jetzt der Unternehmer gescholten, der gerade die kritische Debatte über die Verantwortung der Energieversorgungsunternehmen sponsert und öffentlich ermöglicht? Und ist dies eine gesellschaftliche Kritik, die nun die Klima-Kriege ändert? Das war die Situation vor fünf Jahren – und ich glaube, weder Künstler, Museum noch Wirtschaft hat dies voran gebracht.

In der Zwischenzeit hat sich die Welt geändert – ganz wie Sie es eingangs beschrieben haben – und auch RWE hat ge-

lernt. Die RWE Stiftung sieht – dank Peter Terium – Kulturprojekte als Impuls für den sprichwörtlichen Change, den wir – und alle Firmen in Deutschland – angesichts der Umbrüche der Märkte bewältigen müssen. Wir – das meint hier Zehntausende von Mitarbeitern, die mit Kultur als (Erkenntnis-)Kritik ebenso adressiert werden wie die Öffentlichkeit und unsere Kunden. Das ist ein beachtlicher Spagat übrigens – und Teil der neuen Rolle, über die wir hier sprechen wollen.

#### Dr. Michael Köhler:

Wenn Unternehmer heute diesem doppelten Kommunikationsprozess nach innen und außen so bewusst – erlauben Sie das Wort – „nutzen“, kann dann Kritik nicht eine Methode sein, instrumentalisiert sein? Herr Kuball, kann es da nicht zum Verrat an der Autonomie der Kunst kommen?

#### Prof. Mischa Kuball:

Ich kann die Frage so gar nicht beantworten. Die Frage stellt sich so gar nicht. Wir haben uns ja nicht auf einander eingelassen, sondern es gab eine klare definierte Begegnung, die ich am Beispiel „New Pott“, einer neuen Kartographie des Ruhrgebiets und der Bevölkerung im Allgemeinen, erklären will.

2009 gab es eine Projektidee: Das Kunst

Prof. Mischa Kuball

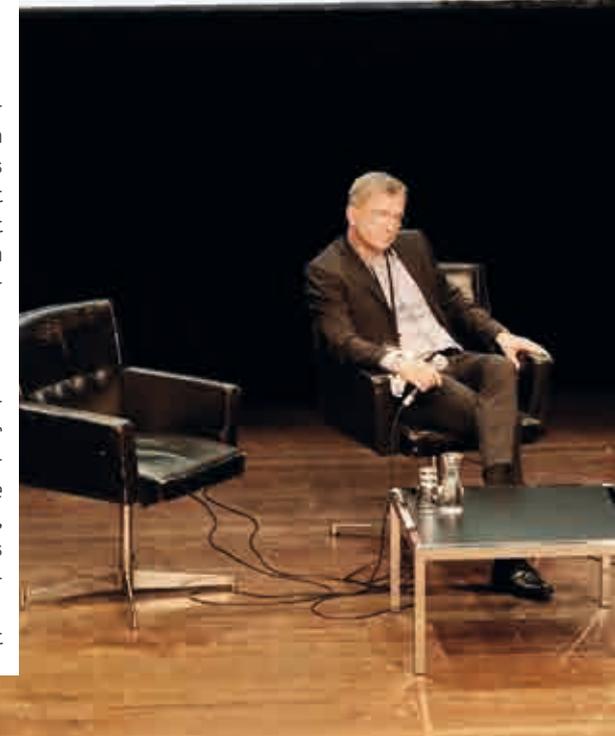
Artist & Professor for media art at the Media Arts Cologne

Dr Stephan Muschick

Managing Director of RWE Stiftung

Moderation:

Dr Michael Köhler  
Journalist





werk war kein abgeschlossenes Werk, wie es ein Sponsor sonst fördert, sondern ein Prozess. Es war unklar, wohin die Reise geht. Der Mut war also auf allen Seiten der Partnerschaft.

Das Team – der Künstler Mischa Kuball und der Filmemacher Egbert Trogemann – haben die Familien besucht und gefragt: Wie hat sich hier Euer Leben entwickelt? Welche Erfahrungen habt Ihr gemacht?

Ein Werk mit offenem Ausgang – eine Ausstellung, deren Botschaft zu Beginn unbekannt und dem Einfluss der Künstlers ein Stück entzogen war. Zu den Mutigen gehörte auch einen internationaler Verleger, Ringier in der Schweiz, den wir gewinnen konnten, eine internationale Publikation zu machen. Für so ein Projekt braucht es Partner – und Partner mit anderen als den klassischen Rollen. Das betrifft nicht nur die Wirtschaft, sondern auch die Politik – hier die Landesregierung Nordrhein-Westfalen, namentlich Reinhard Krämer, einer der Architekten dieses Projektes. Er hat viel getan für dieses Projekt und es politisch verankert. Das ist mehr als Förderung. Die RWE Stiftung steht für mich auch für diese „neue Partnerschaft.“ Da war nie der Versuch der Stiftung, in diesen Prozess einzugreifen, sondern immer zu fragen: Was braucht es, um diesen Prozess zu intensivieren? Was braucht es, um ihn dauerhafter zu machen? Das ist ein

Partner, der den Möglichkeitsraum für den Künstler erhöhen wollte.

**Dr. Michael Köhler:**

Ihre These ist also: In den neuen Rollen sind Kunst, Kultur und Wirtschaft nicht Antagonisten, sondern Kombattanten und Impulsgeber in einem Diskursfeld?

**Dr. Stephan Muschick:**

Diskussion und Diskurs – diese Begriffe treffen sicherlich unsere Ziele, aber Impuls ist für mich eher ein Schlagwort als ein klärender Begriff. Das mag auch daran liegen, dass wir uns alle bei diesen neuen Rollen auch noch auf neue Begriffe verständigen müssen – wie auf diese Praxis überhaupt. Es ist ein Vortasten in ein neues Feld, das wir als Stiftung vorsichtig und langsam tun.

**Dr. Michael Köhler:**

Elektrisches Wortfeld . . .

**Dr. Stephan Muschick:**

Energie ist auch ein konkretes Beispiel – solche Begriffe brauchen wir, damit die Leute verstehen, was wir tun und warum wir es tun. Die EmscherKunst ist für mich ein Projekt, das ich mit „Energie“ und dem Wandel in der Region verbinde. Das birgt alles Potential für gute Ansätze, aber man muss es konkret hinkriegen, wenn man

nicht auf dieser Wohlgefälligkeitsebene landen will.

**Dr. Michael Köhler:**

Wie muss man also Ziele für solche Partnerschaften formulieren?

**Dr. Stephan Muschick:**

Für die RWE Stiftung kann ich sagen: Wir wollen nicht nur ein Ziel formulieren, sondern in die inhaltliche Tiefe gehen. Die Kontroversen, die sich dann ergeben, muss man tatsächlich aushalten. Hier spreche ich aus Erfahrungen, die wir im Rahmen von New Pott in der Diskussion über Migration und Inklusion gemacht haben. Auf einmal ist man als Sponsor gesellschaftlich sehr exponiert und bezieht Stellung – auch weit außerhalb des Firmenzwecks, zumindest auf den ersten Blick. Wie Mischa Kuball sagt: Das ist dann auch eine Frage unserer Werte, dies zu tun.

**Dr. Michael Köhler:**

Das ist in der Tat nicht das Kerngeschäft von RWE . . .

**Dr. Stephan Muschick:**

Richtig – es ist nicht das Kerngeschäft von RWE, aber ein Diskurs, der durch die Arbeit von Mischa Kuball entstanden ist und dessen Teil wir sind. Hier sieht man schon das Neue an dieser Rolle von Wirt-

schaft. Der übliche Sponsor wäre nicht Teil dieser Gesellschaftsdebatte, wir aber schon. Und dies verändert dann auch RWE – wieder ein Beispiel: In dem Jahr, in dem New Pott initiiert wurde, waren wir noch weit davon entfernt, das Thema Diversity, wie es im Unternehmensdeutsch heißt, für den Konzern als Ganzes, als strategischen Faktor, wahrzunehmen. Natürlich haben wir uns damals auch engagiert – zum Beispiel für die Erhöhung des Frauenanteils. Doch heute sind wir eine Stufe weiter. Ich will nicht sagen, dass Mischa Kuball derjenige war, der uns zu einem nächsten Schritt gebracht hat. Dennoch gilt, dass diese künstlerische Diskussion einer der Anfangspunkte dieses Change-Prozesses bei RWE war.

New Pott markiert den Ausgangspunkt und es hat sich ein richtiger europäischer Dialog entwickelt – von Katowice bis Den Haag. Diese europapolitische Diskussion ist der zweite Impuls, den wir nicht erwartet haben: Wie werden Fragen von Strukturwandel und Energie in anderen Regionen Europas wahrgenommen? Diese Debatte hätte RWE – obwohl ein europäisches Unternehmen – auf dieser Ebene ohne den Katalysator New Pott so nicht geführt. Ein künstlerischer Diskurs – zwei Veränderungsprozesse für und in der RWE. Das sind die neuen Rollen.

#### Prof. Mischa Kuball

Nochmal zur Frage zurück, was hier zwischen Kunst, Wirtschaft und Politik eigentlich passiert. Und auch ich will es an einem Beispiel erzählen: Ich habe 1992 den Preis der Alfred Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung für zeitgenössische Fotografie bekommen und habe mir damit eine Kamera gekauft. Das war für den Preisverleiher überraschend.

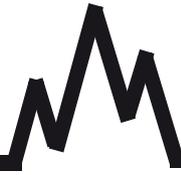
Damals wie heute geht es um eine Ökonomie der Mittel und wie sie eingesetzt werden. Ich finde: Förderung aus der Industrie, auch das Zurückgeben an die Region ist hier festverankert und überrascht gar nicht.

Überraschend ist vielleicht, dass diese relativ junge RWE Stiftung sich gleich in Projekte hinein begibt, deren Diskurse und Öffentlichkeit sie nicht kontrollieren kann – und auch nicht will. Überraschendes ist nicht länger Irritation, löst nicht Angst aus, sondern ist eine Chance zum Lernen, zur gegenseitigen Verständigung. Und das wünschen sich natürlich viele Künstler in der Förderung. Und ich meine auch, dass dies unserer Gesellschaft insgesamt gut tun würde.

Aus meiner Sicht ist dies das genaue Gegenteil zum Bilbao-Effekt, der vorhin hier lebhaft diskutiert wurde. Schon im Namen steckt das Problem. Es ist eben nur ein Effekt. Ich stehe für einen anderen Ansatz.

Ich glaube an Vernetzung, an lokale Akteure, an Künstler, die Menschen an den Orten begegnen – und das gibt es z. B. auch bei der EmscherKunst. Und auch bei 2 - 3 Straßen von Jochen Gerz haben wir gelernt: Es war der persönliche Kontakt des Künstlers mit den Leuten. Die fühlten sich angenommen. Und so war auch die Publikation von Jochen Gerz – das Hineinschreiben in ein großes Ganzes, aber mit kleinen Kapiteln. Wir brauchen diese Systeme von unten, die den Stachel aktivieren, die übrigens junge künstlerische Projekte ermöglichen. Wir bilden im Ruhrgebiet zwar viele Künstler aus, aber lassen diese dann oft ziehen, weil wir die Off-Spaces nicht fördern. Das muss eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe sein, das braucht auch neue Partnerschaften, auch wenn Kulturpolitik diese Verantwortung nicht delegieren kann und darf!





## KÜNSTLERISCHE BEITRÄGE – LÖSUNGEN IN DER PRAXIS?

{Swantje Diepenhorst} Was kann und muss Politik für Spillover-Effekte tun? Was hat sich in der Wirtschaft durch Spillover-Effekte bereits verändert? In den Diskussionen der Panels zu den Themen Politik und Wirtschaft standen jene Akteure im Vordergrund, die als die Initiatoren von Spillover-Effekten gelten können. Diese Kreativakteure aus unterschiedlichen Bereichen suchten Antworten und innovative Ideen in einem Artistic Thinking Workshop am Vortag. Die dort entwickelten Antworten der 40 eingeladenen KünstlerInnen und Kreativen werden im Folgenden nachgezeichnet.

Die TeilnehmerInnen des [Workshops Wirtschaft/Neue Arbeit](#) erschufen ein role model, das seine Existenz, sein städtisches Leben, selbst in die Hand nimmt. Ein exemplarisches Szenario, das war den TeilnehmerInnen dieses Workshops, alle selbst erfolgreich und gar nicht mehr so sehr Bottom-Up als Kulturakteure, klar. Das role model wurde verkörpert durch eine junge Frau aus dem Ruhrgebiet. Sie gründet ihren Kompetenzen und Interessen entsprechend ein eigenes Business. Und zwar indem sie durch einen eigenen Blog die Öffentlichkeit für ihr Vorhaben gewinnt, Kooperativen ins Leben ruft und mittels Crowdfunding zur Realisierung ihrer Ideen gelangt. „Spillover at its best“,

die junge Akteurin nimmt die Möglichkeit wahr, selbst urban planner zu sein, indem sie handelt und einfach macht. Ist es so simpel? Der Experte der Gruppe, Sebastian Olma vom Serendipity Lab Amsterdam, gibt zu, dass es ein positives, idealisiertes Bild ist – aber es ist eines, das möglich und anzustreben ist.

Der [Workshop Interkultur](#) war sich des Spannungsfeldes, in dem er sich da befand, sehr wohl bewusst. Wie können Menschen mit transnationalen Netzwerken verfolgen, neue Heimaten und neue Öffentlichkeit herzustellen? Durch kulturelle, performative, bildungsspezifische oder soziale Formen Shaking Hans, Shaking Hand die Potentiale migrantischer Initiativen zeigen sich in den Städten des Ruhrgebiets an den Beispielen KRB im Vest (siehe Seite 57), das Türkische Filmfest Ruhr oder Made in Marxloh (siehe Seite 38). Der Workshop hielt es allgemeiner und einigte sich nach langem Brainstormen auf einen Schlüsselsatz: „Postcards in your postbox every day.“ Der Satz steht für Freundschaft und Vertrauen - Integration durch Kontakt. Der Fokus liegt auf persönlichem Austausch, immer und überall – Michael daCosta Babb aus Lissabon, jener internationaler Experte, der die Ergebnisse für die Gruppe Interkultur präsentierte, lebt selbst erfolgreich nach dieser Überzeugung. Jacob Bilabel, Mitgründer von THEMA1 und

der Experte im [Workshop Energie/Klima](#), hat mit seiner Gruppe gleich zu Beginn den Spillover-Effekt in den eigenen Reihen erfahren: „Wenn man mit Businessleuten spricht, wundert man sich, wie kreativ die sind, und bei Kulturleuten wundert man sich, wie businessgetrieben sie sind.“ Laut Workshop ist die Bedingung für Spillover stets Diversität und Nähe. Festivalmacher, Ingenieure und Urban Gardener fanden in dieser Gruppe unter Zeitdruck und der Aufgabe, ein fassbares Ergebnis zu erschaffen, zu Schnittstellen und Produktivität. Ergebnis: Der Fluss Ruhr als Symbol für Dynamik, die überall im Ruhrgebiet ist und bleiben muss. Verschiedene Schiffe darauf stehen für Mobilität, Kreativwirtschaft, Nachhaltigkeit, usw., natürlich alle betrieben mit erneuerbarer Energie. Ein Showcase, was möglich ist durch die branchenübergreifende Zusammenarbeit von IngenieurInnen und Kreativen. Eine weitere Herausforderung ist die Frage, wie wir in der städtischen Öffentlichkeit leben wollen. Die Antwort vom [Workshop Stadtentwicklung](#) kam prompt: Als aktive BürgerInnen. Mittels eines kleinen Theaterstücks zeigten die TeilnehmerInnen unter der Leitung des Experten Charles Landry (COMEDIA), den Unterschied von Stadtbewohner-Typen. Es gibt den skeptischen, zurückhaltenden, passiven Typus, in dieser Gruppe heißt dieses role model

Hans. Dieser öffnet sich dem Unbekannten, geht bewusst hinaus in die Nachbarschaft und macht neue Erfahrungen in der Stadt – Shaking Hans, Shaking Hand. Was passiert? Hans wird zu einem anderen Menschen, er ändert seinen Typus, er durchläuft eine Transformation: mit einem Mal fühlt er sich bedeutsam und ist richtig lebensfroh. Fazit: Es geht um eine aktive offene Geisteshaltung eines jeden Bürgers, der Wertvolles und Positives jederzeit finden kann.

Hier treffen sich die Kernaussagen der vier Workshops: Die Haltung eines jeden Einzelnen entscheidet, gleichzeitig werden Netzwerke, die auf Diversität beruhen, umso stärker. An die Stelle von technokratischen Bürgerbeteiligungen tritt eine neue Mitmachkultur, wie alle Workshops benennen. Durch junge, dynamische, kompetente Akteure entstehen neue Räume, die wirtschaftliche, interkulturelle und urbane Innovationen vorantreiben. Durch Kooperationen, Open Spaces und Teilhabe und Teilhabenlassen bzw. -wollen. Kultur hat zukünftig stets mit Offenheit und Innovationen zu tun und ist vielmehr öffentliches Gut, als das bisher kommuniziert worden ist.

## 4.5. INNOVATION KONKRET – IMPULSE AUS NORDRHEIN–WESTFALEN

### 4.5.1 INNOVATION UND KULTUR IN NORDRHEIN–WESTFALEN

{Minister Garrelt Duin} Nichts ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.

Wenn wir uns klar machen, vor welchen gewaltigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen wir stehen, müssen wir einsehen:

Die Zeit ist reif für neue Ideen.

Innovation ist der Schlüsselbegriff im Kontext von Fortschritt und wirtschaftlichem Wachstum.

Früher war es so: Ingenieure, Naturwissenschaftler und die Wirtschaft ganz allgemein waren zuständig für die Grundversorgung und Verbesserung materieller Lebensbedingungen der Bevölkerung. Die Kultur diente der Unterhaltung des Menschen und seiner intellektuellen Bereicherung. Spätestens seit dem Beginn des Wandels zur Wissensgesellschaft wissen wir, dass diese klassische Arbeitsteilung einem zeitkritischen Blick nicht mehr Stand hält.

Innovation ist ein Mittel, das Neues schafft, das Veränderung und Wandel anschiebt.

Früher hat man das vielleicht Zauberei genannt, wenn aus scheinbar nichts etwas Neues geschaffen wurde, wie es zum Beispiel in den letzten zwei Tagen hier auf dem Forum d'Avignon Ruhr mit seiner In-

teraktion geschehen ist.

Der Kultur- und Kreativwirtschaft kommt dabei gewissermaßen eine Lotsenfunktion zu. Neugierig, flexibel und agil erforscht sie unbekanntes Terrain und entwickelt daraus unorthodoxe Lösungsansätze.

Am besten nachvollziehbar wird dieser Arbeitsprozess und ein neues Selbstverständnis im Bereich des Designs. Designer verstehen sich längst nicht mehr als eine Art Kosmetiker oder Oberflächenverschönerer von Objekten. Sie entwickeln sich vielmehr zum Moderator gesellschaftlicher Innovationsprozesse, also dem Design komplexer Systeme oder sozialer Prozesse. Neben dem Design wandeln sich aber auch andere Disziplinen:

Architekten werden zu Klimaschützern, Gamedesign hilft bei komplexen Simulationen. Was entsteht, sind neue Schnittstellen. Die Ränder kreativwirtschaftlicher und industrieller Branchen werden unschärfer und greifen ineinander. Das gilt nicht nur im Bereich neuer medialer und digitaler Kreativ-Disziplinen, es entstehen auch Schnittstellen zwischen klassischer Kultur und Wissenschaft, Wirtschaft und öffentlichem Sektor.

Doch treten wir einen Moment zur Seite und schauen – in einem Bild gesagt – auf die Schiffe Innovation und Forum d'Avignon Ruhr. Das Meer, auf dem diese Schiffe fahren – Europa 2020 – steht für eine neue

branchenübergreifende und auch Ministerien übergreifende Politik.

Eine laterale Strategie für Wachstum, die alle Ressourcen und alle Akteure hinzuziehen will. Diese Wachstumsstrategie setzt zuallererst auf Innovationen. Im Rahmen integrativer Strategien müssen wir uns also heute fragen, wer denn alles einen Beitrag zu Innovation leisten kann? Und was sind denn alles Innovationen?

Müssen wir in Anbetracht immenser gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Herausforderungen unser Verständnis von Innovation als patentierbare und quantifizierbare Neuerung nicht revidieren beziehungsweise erweitern?

In der Wirtschaft findet gerade ein Umdenken statt. Der Innovationsprozess selbst soll innovativ gedacht werden: Weg von abgeschotteten Insellösungen, hin zu offenen und kollaborativen Multi-Stakeholder-Prozessen. Schlüsselfaktoren sind dabei die frühzeitige Berücksichtigung der Kundenperspektive unter Einbeziehung von Wissen anderer Branchen und Wissensdisziplinen. Der OECD-Report von 2008 „The New Nature of Innovation“ schlägt dafür einen erweiterten Innovationsbegriff vor. Demnach finden Innovationen auch außerhalb von High-Tech-Firmen und Forschungs-Silos statt.

Open Innovation, also die Öffnung des Innovationsprozesses von Unternehmen und

damit die aktive strategische Nutzung der Außenwelt zur Vergrößerung des eigenen Innovationspotentials, bildet den kulturellen Nährboden, auf dem Innovationen entstehen können.

Soziale Innovationen sind die Triebfeder für ökonomische und gesellschaftliche Entwicklungen.

Der Begriff der sozialen Innovation ist dabei bewusst doppeldeutig zu verstehen: es geht einerseits um Innovationen, die auf die Bedürfnisse von Schwächeren eingehen. Gleichzeitig beschreibt der Begriff aber eben auch den partizipatorischen Prozess mit vielen Beteiligten.

Es ist eine Freude, dass es in Nordrhein-Westfalen Bewegungen auf diesem neuen Meer der Innovationen gibt, die offensichtlich in Europa schon vom Start weg höchste Aufmerksamkeit und Anerkennung finden, wie die Rede von EU-Kommissarin Vassiliou gezeigt hat.

Meine Kollegin Ministerin Schäfer hat mit der Studie „Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet“, einer Studie über Innovationen im Kulturbereich, wegweisende Schritte unternommen.

Es gibt keine Innovation ohne einen klaren Blick auf belegbare Realitäten vor Ort – mit allen Problemen, aber auch mit allen Stärken.

Das european centre for creative economy

aus Dortmund treibt das Motto der Kulturhauptstadt „Wandel durch Kultur“ weiter voran.

Dazu kommt nun eine Initiative um Innovationen für Kultur und Kreativität in Europa. Das hat mit der Studie „Spillover-Effekte von Kultur und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet“ eine belastbare lokale Basis, einen Hafen zum Ab- und Anlegen, und mit europäischen Partnern von Rang – wie creativ.austria, BM30 oder Kosice Interface – um bei dem Bild zu bleiben, exzellente Schiffe und Partner, um in Europa Impulse zu setzen.

Mit N.I.C.E. entsteht ein Netzwerk der nächsten Generation, das nicht mehr bloß auf die Laufzeiten der Förderprojekte der EU schaut, sondern das selbst initiativ sein will, um Aufgaben vor Ort mit europäischen Innovationen zu lösen. N.I.C.E. selbst könnte im besten Fall ein Beispiel einer Netzwerk-Innovation werden.

N.I.C.E. zu starten, steht im Einklang mit den Zielen der Innovationsstrategie des Landes und dem Selbstverständnis von Nordrhein-Westfalen als herausragender Standort im europäischen Markt.

Dank an die Kulturmacher oder ökonomischen Aktivisten, die diese Konferenz heute Nachmittag zu einer Nicht-Konferenz gemacht und ihre gestern erarbeiteten Spillover-Innovationen vorgestellt haben. Wir sind stolz auf so spannende Projek-

te und ihre Macher aus dem Ruhrgebiet, Nordrhein-Westfalen und Europa und es ist uns wichtig, dass Sie auch hier in Nordrhein-Westfalen bleiben.



Minister Garrelt Duin



**FORUM  
D'AVIGNON  
RUHR**

## 4.5.2 DER N.I.C.E. AWARD: SHAKING HANS

{CharLes Landry} N.I.C.E. steht für Network for Innovation in Culture and Creativity in Europe bzw. Netzwerk für Innovationen in Kultur und Kreativität in Europa, das anlässlich des Forum d'Avignon Ruhr am 27. und 28. Juni 2013 auf der berühmten und jetzt zum UNESCO-Weltkulturerbe entwickelten Zeche Zollverein in Essen ein erfindungsreiches Experiment anregte: Ein Ko-Innovationswettbewerb innerhalb eines Tages. Das Ziel war festzustellen, ob aus solchen Formaten etwas Lehrreiches und Modellhaftes resultieren würde. Meine Erfahrungen dazu habe ich im Folgenden ausgeführt und zusammengefasst.

### DER INNOVATIONSPROZESS

Die vier teilnehmenden Teams bestanden aus jeweils zehn Personen, von Unternehmensgründern bis hin zu Forschern, die alle wegen ihrer Erfahrungen mit Spillover-Effekten von Kulturprojekten in Gebieten wie Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Energie/Klima und Interkultur ausgewählt worden waren. Sie kannten einander zuvor nicht, sondern stammten aus unterschiedlichen Altersgruppen, Ländern und Hintergründen. Jede Gruppe setzte sich zusammen aus einer Mischung von Teilnehmern aus dem Ruhrgebiet und Europa. Jedes Team erhielt jeweils ein Thema, das ein paar Monate zuvor während eines dreimonatigen Abstimmungsprozesses

im Ruhrgebiet mit Machern und Experten entwickelt worden war, die Erfahrungen mit Spillover-Projekten haben oder sogar selbst Projektveranstalter sind. Sie wurden aufgrund ihrer Innovationsfähigkeit in den Bereichen Stadtentwicklung, Wirtschaft/Neue Arbeit, Energie/Klima und Interkultur ausgesucht. Jedes Team hatte fünf Stunden, um eine physische Darstellung bzw. Symbolisierung der Projektidee zu entwerfen. Außerdem stand ihnen ein internationaler Experte zur Seite, der sie in diesem künstlerischen Designprozess mit Hilfe eines Moderators begleitete. Die Teams versammelten sich am Ende eines Tages in einem Raum voller Materialien, um aus Holzstücken, Metall, Styropor, Wolle, Farben, Karton, Papier, Stühlen, Paletten, einem Rad und Werkstoffresten etwas zu erschaffen. Am darauffolgenden Tag musste jedes Team sein Projekt vorstellen und konnte dafür die Art und Weise der Präsentation frei wählen, sei es in Form einer einfachen Beschreibung oder einer Aufführung. Das Team Shaking Hans stellte sein Projekt unter Einbeziehung aller Teamkollegen vor und erhielt die meisten Stimmen aus dem Publikum von ca. 220 Teilnehmern, das aus Vertretern öffentlicher Verwaltungen, Vertretern der Kreativindustrie, Fachexperten und Forschern sowie künstlerisch kulturell Aktiven gemischt bzw. zusammengesetzt war. Die

Idee Shaking Hans wurde mit dem N.I.C.E. Award ausgezeichnet und wird im Rahmen eines Realisierungs-Workshops im Herbst 2013 weiterentwickelt, zu dem alle Teilnehmer aus den gesamten vier Workshops eingeladen werden.

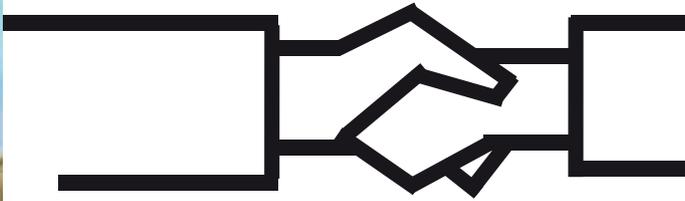
### DIE IDEE SHAKING HANS

Das Team konzentrierte sich auf folgende Aufgabenstellung: „Wie können wir dafür sorgen, dass die Allgemeinheit und Entscheidungsträger kreativer Projekte und Prozesse besser wahrnehmen und anerkennen?“ Die Herausforderung für die Gruppe war es, eine Idee zu schaffen, die interessant genug sein würde, um so auf Menschen zu wirken, dass sie die positiven Auswirkungen von ideenreichen Projekten für die Stadtentwicklung und Gemeinschaftsbildung besser zu schätzen wissen. Um den Prozess, sich jemanden in einem öffentlichen Raum vorstellen zu können, in Gang zu setzen, haben wir einen Stereotyp entwickelt. Das war Hans (es hätte ebenso eine Frau sein können). Hans tendiert dazu, in sich gekehrt zu sein, er hat einen Hang zu Vorurteilen, ist ein wenig selbstgerecht und selbstgefällig. Er ist sehr konsumorientiert und hat wie viele andere das Gefühl, er könne von der Gesellschaft oder dem Leben etwas erwarten oder beanspruchen. Er erwartet zum Beispiel, dass andere für ihn sorgen. Er

ist kein Macher, Meinungsbildner, oder Mitschaffender seiner sich entwickelnden Stadt. Im Wesentlichen gibt es einen Hans in jedem von uns.

Die Herausforderung, die wir uns gestellt haben, war, unseren Hans zu überzeugen, dass er die Teilnahme am urbanen Leben weniger skeptisch betrachten muss und sich mehr in seiner gesellschaftlichen Umgebung einbinden sollte, um sein Vertrauen in andere Menschen zum Vorteil Aller zu stärken. Darüber hinaus sollte die Idee katalytisch, wiederholbar, messbar, flexibel und verhältnismäßig einfach umsetzbar sein.





Mit diesem Ansatz kam das Team dann richtig voran und die Ideen sprudelten. Auf Papierbögen wurden Ideen, Mottos, und Phrasen aufgeschrieben und was sich dabei herauskristallisierte, war die Vorstellung, Hans aus sich selbst hervorzulocken. Dies wurde letztendlich zum Mittelpunkt des Projektes unter dem Motto „Vom Bekannten zum Unbekannten“: Sein Lieblingszimmer zu Hause würde als eine Art langfristiger Kunstinstallation in einen öffentlichen Raum verlegt. Es würde vielleicht mit seinem Wohnzimmer oder Schlafzimmer beginnen, und dann würde die Installation wachsen und sogar seine Küche in Beschlag nehmen. Um unser Projekt in Gang zu bringen, würde Hans (der mit viel Schmeicheleien und Überzeugungsarbeit dazu gebracht würde, teilzunehmen) ein Wochenende lang mit der Öffentlichkeit interagieren und dann würden andere Hans‘-Stereotypen übernehmen. Mit einer Küche könnte sich dieser ausgelagerte häusliche Bereich in ein temporäres Café verwandeln. Damit einhergehend würde es Events, sowohl unterhaltsamer als auch ernsthafter Art, geben, kleine Workshops oder gemeinsame Musikvorführungen, um das Potential des öffentlichen Raums zu diskutieren. Diese Kernidee „Vom Bekannten zum Unbekannten“ kann in vielfacher Weise weiterentwickelt werden, unter anderem könnte

die Allgemeinheit dazu eingeladen werden, selbst an der Weiterentwicklung teilzunehmen.

Wir verließen dann den Raum, um unsere Projektidee weiterzuentwickeln. Dabei sagte ein Teilnehmer, „dieses Projekt feiert den Skeptiker“ und ein anderer rief: „Shaking Hans!“

Das war’s, das war der Titel mit seiner doppelten Bedeutung, nämlich Hans so aufzurütteln, dass er ein Bewusstsein für die Bedeutung des öffentlichen Raumes entwickelt. Zugleich wird Interaktion dadurch symbolisiert, dass sich zwei Menschen die Hände schütteln (to shake hands).

Ein wesentlicher Punkt für das Projekt – der Titel Shaking Hans – wurde leise, so nebenbei, von jemandem eingebracht, der bisher wenig gesagt hatte. Für uns war dies der Kern des Ganzen und um seine Bedeutung zu erkennen, setzte es ein Verständnis des öffentlichen Raums voraus. Das Modell besteht aus zwei zusammengeklebten Stühlen auf einer Holzpalette, die den introvertierten Blick als auch den veränderten Hans repräsentieren, sowie aus einem ca. 200 Meter langen Wollknäuel. In unserer Aufführung beschrieb Hans warum er so ist wie er ist – ein introvertierter und uninteressierter Mensch – und anschließend beschreibt der neue Hans seinen Umwandlungsprozess als engagierterer Bürger, inspiriert von dem öffent-

lichen Interesse an ihm. Während dieses Dialoges windet sich die Wolle langsam durch das Publikum und verbindet die Projektgruppe und jeden Zuhörer miteinander und symbolisiert damit die Idee eines gemeinsamen öffentlichen Raums.

#### WOHIN FÜHRT DAS ALLES?

Wenn man dieses ungewöhnliche Format Speed-Innovation mit Menschen, die sich zuvor nicht kannten, noch einmal Revue passieren lässt, stellt man fest: Die Gruppe fühlte sich zunächst wie ein professionelles Team. Shaking Hans entwickelte sich zu einer Idee, die Relevanz weit über die Grenzen des Forum d’Avignon Ruhr oder des Ruhrgebiets hinaus hat. Sie enthält eine globale Herausforderung für kreative Stadtentwicklung, insbesondere weil der Begriff „kreativ“ schon überstrapaziert und in Mode scheint. Es bleibt abzuwarten, ob Shaking Hans als Modell und als ein allgemeineres Werkzeug für politische Entscheidungsträger in Städten weiterentwickelt werden kann.

