

RAT



ATOU



ILLE



**RÄUMLICHE BEDARFSANALYSE
DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
IN BREMERHAVEN**

2014

Ratatouille...

... stammt von dem provençalischen Wort Ratatolha und war ursprünglich ein Arme-Leute-Essen aus Abfall vom Gemüse – Tomaten, Auberginen, Zucchini, Zwiebeln, Knoblauch – das über Stunden geköchelt wurde. Heute ist Ratatouille ein Synonym für eine bunte, leicht exotische, vor allem kreative Speise, die sich aus vielen Elementen zusammensetzt. Für uns versinnbildlicht Ratatouille unseren Eindruck von der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremerhaven und was sie sein könnte. In ihr gibt es viele Zutaten, die eine lokale Basis und viel Geschichte haben, diese werden ergänzt um Ingredienzien von außerhalb und neue Ideen, wie mit den vorhandenen Zutaten neu gekocht werden kann.

RATATOUILLE



**L'APPÉTIT VIENT EN
MANGEANT.**
DER APPETIT KOMMT
BEIM ESSEN.



5	1 — Vorgehensweise
9	2 — Kurzer Abriss Bremerhaven
17	3 — ExpertInneninterviews
18	Auswahl der ExpertInnen
18	Allgemeine Einschätzung
21	Räumliche Situation
24	4 — Befragung Kultur- und Kreativwirtschaft
25	Auswahl der InterviewpartnerInnen
25	Räumliche Verortung
28	Einordnung der InterviewpartnerInnen
34	Analyse räumliche Bedarfe
38	Zukünftige Arbeitsorte
43	5 — Beispielprojekte
44	noon
46	Co-Werkstatt Kalle
48	Bricolage Plantage (Plantage 9 e. V.)
50	Wächterhäuser Leipzig
54	6 — Potentiale in Bremerhaven
55	Kriterien für die Suche geeigneter Immobilien
55	Bremerhavener Objekte
65	7 — Empfehlungen
66	Vorgehensweise
67	Bremerhaven(s) Stärken
70	Unterstützung von Kreativen Räumen
74	Schaffung von Anlaufstellen
78	Förderung des Zugangs zu Räumen
82	InterviewpartnerInnen
84	Quellen
85	Impressum

VORGEHENS- WEISE

Die räumliche Bestandsanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft bewegt sich im Gesamtkontext der Seestadt Bremerhaven. Weiche Faktoren, wie das Angebot an attraktivem Wohnraum, kulturellen Einrichtungen, sozialen Netzwerken oder Freizeitmöglichkeiten, spielen gerade für die häufig sehr flexiblen Angehörigen der Kultur- und Kreativwirtschaft eine genauso große Rolle wie die harten Standortfaktoren. Für die Untersuchung ist es daher wichtig, diese Verbindung nicht aus den Augen zu verlieren. Zu Beginn dieser Untersuchung steht daher erst ein kurzer Überblick über die größeren Zusammenhänge der Stadt. In der Befragung der Akteure und ExpertInnen spielten dann Fragen nach dem Umfeld und nach der aktuellen Situation in Bremerhaven über das eigene (wirtschaftliche) Aktionsfeld hinaus eine wichtige Rolle.

Bevor im direkten Gespräch mit den Akteuren der konkrete Raumbedarf erfragt wurde, wurden mit ExpertInnen Gespräche geführt, um einen Überblick davon zu bekommen, wie sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremerhaven darstellt und welche Akteure sich in ihrem Umfeld bewegen. In einem Branchenbereich, der von außen definiert wurde, ist dies besonders wichtig, da es ein eher loses Zusammengehörigkeitsgefühl unter den Akteuren gibt. Die ausgewählten Befragten decken ein breites Spektrum von etablierten UnternehmerInnen, Führungspersonen der Kulturwirtschaft und VertreterInnen der Soziokultur ab.

Mit dem Wissen und den Informationen aus den ExpertInneninterviews im Hinterkopf, wurden 20 Interviews mit Kreativen geführt. Hierbei handelte es sich nicht immer um Einzelpersonen, mehrfach wurden auch Interviews mit Bürogemeinschaften/Agenturen geführt. Die 20 Interviews stellen nach den gemachten Erfahrungen eine recht große Stichprobe aus

den insgesamt im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft Arbeitenden dar. Bei der Auswahl der Befragten wurde großer Wert darauf gelegt, dass möglichst alle Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft und auch die verschiedenen Alters- und Professionalisierungsgrade abgefragt wurden. Interviewpartner mit Raumbedarfen wurden bevorzugt.

Die Auswertung der Interviews führte zur Bestimmung von Raumbedarfen und Raumwünschen. Diese teilten sich im wesentlichen nach dem Etablierungsgrad der InterviewpartnerInnen auf. Den ermittelten Raumwünschen wurden dann Beispiele gegenüber gestellt, die illustrieren, wie diese Wünsche an anderer Stelle umgesetzt werden. Wichtiges Kriterium für die Auswahl der Beispiele war dabei, dass sie sowohl räumlich als auch in der Betreiber- und Finanzierungsstruktur auf Bremerhaven übertragbar sind. Hierzu wurden auch Gespräche mit Akteuren auf dem Immobilienmarkt geführt und verschiedene Objekte in Augenschein genommen.

Schlussendlich wurden aus den ermittelten Bedarfen und den untersuchten Beispielen Empfehlungen zur Umsetzung in Bremerhaven entwickelt. Hierbei wurde sehr großer Wert darauf gelegt, dass es sich um Vorschläge handelt, die aus der Szene heraus umgesetzt werden können und die auf einem Level stattfinden, das insbesondere Berufseinsteiger nicht abschreckt sondern zur Mitgestaltung motiviert. Bewusst wurden hier Vorschläge gemacht, die nicht auf spektakuläre Neubauten oder große Lösungen setzen, sondern die sich eher an kleinteiligen Bedarfen und Angeboten orientieren.

2

KURZER ABRISS BREMERHAVEN

Das Stadtbild Bremerhavens ist geprägt durch seine Geschichte als einer der wichtigsten Hafenstandorte Deutschlands. Die Logistikanlagen, Werften und hafennahe Industrien sind schon von weitem sichtbar und die Entwicklung der Stadt um die künstlich geschaffenen Hafenanlagen an der Geestemündung ablesbar.

Der laufende Wandel in der Hafengewirtschaft, steigende Umschlagzahlen, wachsende Schiffsgrößen, sowie der Strukturwandel der vergangenen Jahrzehnte in der Industrie, der mit der Schließung von Betrieben und dem Bedeutungsverlust der Werftenindustrie verbunden ist, wirken sich auf die Stadt aus. Auch der Abzug der US Armee nach der Deutschen Wiedervereinigung ließ leerstehende Areale zurück.

Der Verlust von Arbeitsplätzen führte zu einer steigenden Arbeitslosenquote und einer sinkenden Einwohnerzahl. So ging die Einwohnerzahl zwischen 1995 und 2012 von 130.400 auf 113.599 Einwohner zurück, allerdings hat sie sich inzwischen stabilisiert und auch die Beschäftigungsquote steigt wieder an. Auch im Bereich der Wohnungsleerstände ist die Situation inzwischen verbessert, so wird derzeit mit einer Summe von 2.000 – 3.000 leerstehenden Wohnungen gerechnet.

Verbunden ist der positive Trend mit dem in den vergangenen Jahren geförderten Ausbau der Offshore-Windenergie, der Ansiedlung von Forschungsinstituten in der Polar- und Meeresforschung und in der Nahrungsmittelindustrie und dem Ausbau der Hochschule Bremerhaven. Mit dem Umbau des Alten Hafens zu den Havenwelten, mit dem Deutschen Auswandererhaus, dem Klimahaus oder dem Deutschen Schifffahrtsmuseum, wird auch der Tourismus und das Image der Stadt massiv gestärkt.

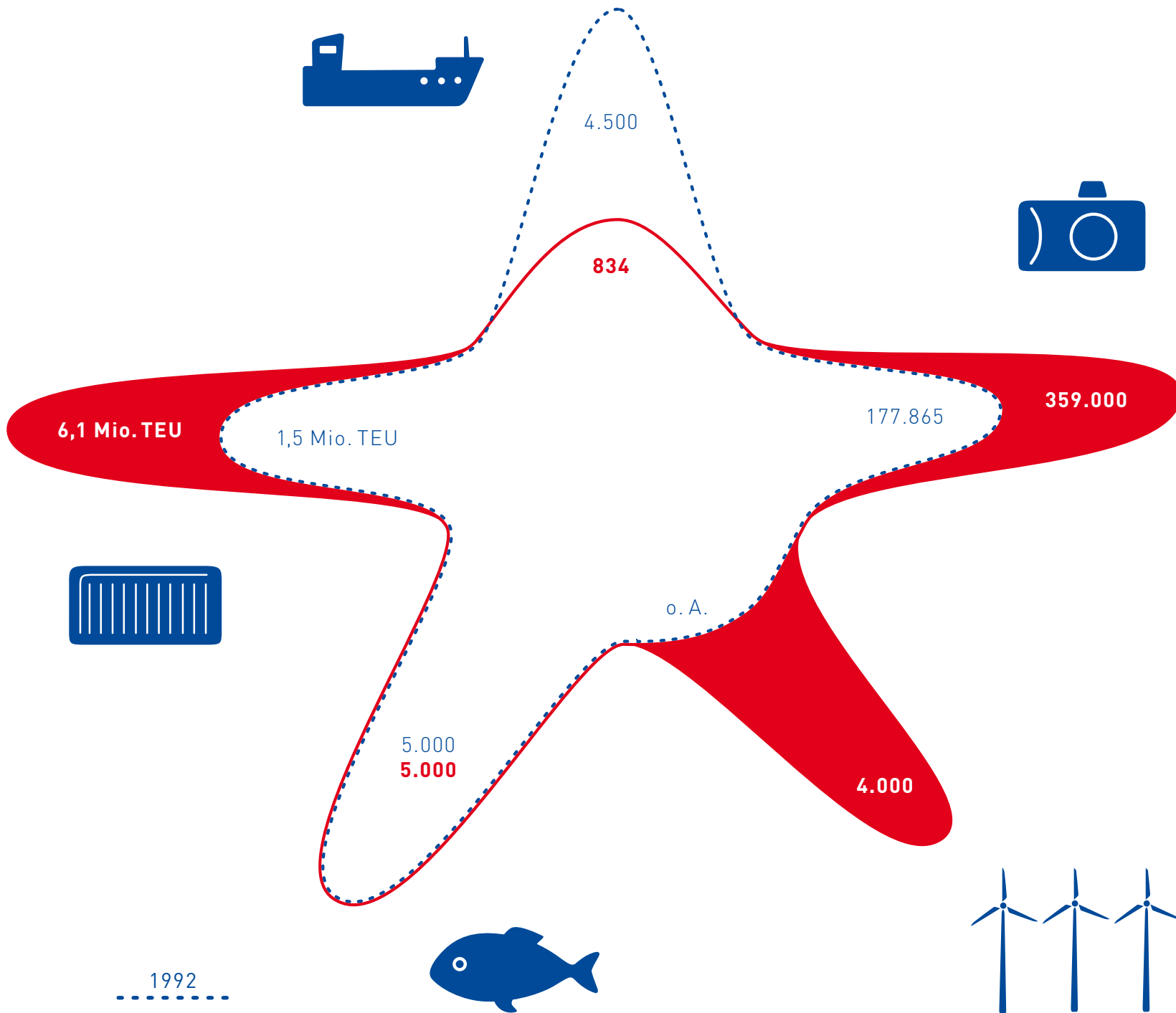
“
**ÜBER DIE HAVEN-
WELTEN KANN MAN
SAGEN, WAS MAN
WILL. AUF JEDEN
FALL MÜSSEN DIE
BREMERHAVENER
NUN NICHT MEHR MIT
ENTSCHULDIGUNGS-
SÄTZEN DURCH DIE
STADT GEHEN, SON-
DERN STATTDESSEN
MIT BREITER BRUST,
UM ZU SAGEN: JA,
HIER WURDE WAS
GEMACHT!**

“
Quelle: Milieu Experten

Die Entwicklungen in Bremerhaven sind dabei immer vor dem Hintergrund zu betrachten, dass die Stadt eine wichtige Rolle für das Umland einnimmt. So pendeln viele BewohnerInnen aus dem niedersächsischen Umland zu ihrer Arbeit und zur Nutzung der Kultur-, Freizeit- und Bildungsangebote nach Bremerhaven ein. Von den 46.000 Beschäftigten im Jahr 2012 waren 21.500 Einpendler (47,10%). Und auch für die Touristen aus den Ferienorten entlang der Nordseeküste bis Cuxhaven bietet Bremerhaven ein attraktives Ziel für Tagesausflüge.

“
**BREMERHAVEN HAT
SICH VON DER „OLD
ECONOMY“, DEN
WERFTEN UND DER
HAFENWIRTSCHAFT-
WEITERENTWICKELT
ZUR „NEW ECONOMY“
IM SINNE VON EINER
STARKEN TOURISMUS-
FÖRDERUNG.**

“
Quelle: Milieu Experten



1992

2012

-  Umschlag Container
-  Arbeitsplätze Schiffbau
-  Arbeitsplätze Nahrungsmittelindustrie
-  Übernachtungen Bremerhaven
-  Beschäftigte Windenergie

Eckdaten zur Wirtschaftsentwicklung 1992 – 2012

**EinwohnerInnen
Bremerhaven**



1992

130.000

2012

113.600

**EinpendlerInnen
Bremerhaven**



1992

40,8%

2012

47,1%

**Studierende
Bremerhaven**



1992

1.442

2012

3.092

**Eckdaten zur
Stadtentwicklung
1992 – 2012**

3

EXPERTINNEN- INTERVIEWS

Es wurden sechs Interviews mit ExpertInnen geführt, die aufgrund ihrer Stellung und ihrer Erfahrung einen guten Überblick über die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremerhaven besitzen. Diese dienten als Vorbereitung für die Interviews mit den Akteuren aus der Kultur- und Kreativwirtschaft und spannten einen größeren Bogen für Hintergründe in der Stadt Bremerhaven auf.

Auswahl der ExpertInnen

Die Auswahl der sechs ExpertInnen erfolgte danach, dass sie das ganze Spektrum der Kultur- und Kreativwirtschaft abdecken. Darüber hinaus verfolgen die ausgewählten ExpertInnen täglich das Geschehen ihrer Stadt und greifen aktiv darin ein. Die Ergebnisse der Experteninterviews sind aufgeteilt in eine allgemeine und in eine speziell auf die räumliche Situation bezogene Einschätzung der Ausgangslage für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremerhaven.

Als ExpertInnen für die Kultur- und Kreativwirtschaft wurden Herr Dr. Kai Kähler (Vorsitzender des Kunstvereins Bremerhaven), Herr Jochen Hertrampf (Kulturbüro Bremerhaven), Frau Dorothee Starke (ehemalige Künstlerische Leiterin und Geschäftsführerin des Theaters im Fischereihafen), Herr Ingo Beck (Inhaber der Musikschule Beck), Herr Thilo Kelling (Inhaber der Agentur Kelling!), Herr Prof. Dr. Holger Rada (Fachbereich Digitale Medienproduktion, Hochschule Bremerhaven) und Herr Jens Rillke (Quartiersmeister Alte Bürger) befragt.

Zusätzlich gab es ein Telefoninterview mit Frau Tania Breyer vom RKW (Regionalbüro Bremen/Niedersachsen in Hannover) für das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes.

Allgemeine Einschätzung

Die Befragung der ExpertInnen nach der Situation vor Ort, diente zum einen dazu, ein generelles Gefühl für das Arbeitsumfeld der Kreativen in Bremerhaven zu bekommen. Zum anderen sollte auch gefragt werden wie die Entwicklung der vergangenen Jahre beurteilt wird.

Eine der wesentlichen Erkenntnisse bei diesen und allen weiteren Interviews war, dass eine sehr starke Identifikation mit der Stadt Bremerhaven vorhanden ist. So zeigen sich die ExpertInnen (wie auch die große Mehrheit der befragten Kreativen) als sehr überzeugte BremerhavenerInnen. Dies trifft sowohl auf die in der Stadt geborenen, als auch auf die zugezogenen zu. Wer in Bremerhaven wohnt, tut dies mit großer Überzeugung und sehr gerne. Die Veränderungen der Stadt mit den Havenwelten werden (gerade architektonisch) auch kritisch gesehen, es wird aber festgehalten, dass sie für das Image von Bremerhaven wichtig sind und nach außen ein besseres

Bild der Stadt transportieren, auch wenn der Austausch zwischen Havenwelten und Columbus Center/Innenstadt nur sehr marginal ist.

STARKE IDENTIFIKATION MIT BREMERHAVEN

Von den ExpertInnen insbesondere gelobt wird die gute Stimmung und Offenheit der BremerhavenerInnen. Dieses offene Klima begünstigt nach Ansicht der ExpertInnen Projekte, die den meisten erst einmal fremd seien, aber trotzdem sehr begrüßt und auch unterstützt werden. Als Beispiel wurden hier unter anderem die Projekte von „onethreethree“ genannt, die sehr schnell eine größere Öffentlichkeit gefunden hätten und von verschiedenen Seiten unterstützt worden seien. Gerade weil es aufgrund der Größe Bremerhavens nicht viele „Paradiesvögel“ gebe, hätten es diese deshalb vergleichsweise leicht, in der Stadt sichtbar zu werden. In diesem Zusammenhang wurde auch die starke Unterstützung des lokalen Kulturangebots hervorgehoben. Insbesondere das Stadttheater sowie die Angebote des Theaters im Fischereihafen oder in der Alten Bürger mit Pferdestall und piccolo teatro – Haventheater.

**IN BREMERHAVEN
SIND EINFACH DINGE
MÖGLICH UND WER-
DEN MÖGLICH,
GERADE DURCH DIE
UNTERSTÜTZUNG, DIE
MAN FÜR VERRÜCKTE
IDEEN BEKOMMT.**

Quelle: Milieu Junge Wilde

OFFENES KLIMA, GUTE SICHTBARKEIT

Die Gespräche mit den ExpertInnen ergaben durchweg, dass Bremerhavens Entwicklung in den vergangenen Jahren insgesamt als positiv wahrgenommen und auch für die kommenden Jahre als positiv prognostiziert wird. Diese Einschätzung

baut zum Teil auf die Aktivitäten im Bereich der Windenergie und des Tourismus in den Havenwelten auf. So sehen einige der ExpertInnen in der (Offshore-)Windenergie einen wichtigen Impuls für die Wirtschaftskraft Bremerhavens. Herr Prof. Dr. Holger Rada beobachtet, dass in den vergangenen Jahren verstärkt StudentInnen aus dem weiteren Bundesgebiet an der Hochschule Bremerhaven studieren und dass von diesen StudentInnen immer mehr in Bremerhaven leben und sich auch nach dem Studium hier beruflich zu engagieren beginnen würden.



**WIRTSCHAFTLICHE
UND GESELLSCHAFTLICHE
ENTWICKLUNG POSITIV**

Die negativen Aspekte, die von den ExpertInnen benannt wurden, hängen mit der Größe der Stadt und ihrer wirtschaftlichen Struktur zusammen. Es wurde festgehalten, dass es nicht nur kurze Wege zwischen den Entscheidungsträgern gebe, sondern dass Aufträge häufig in einem geschlossenen Zirkel vergeben würden und dass es für Neueinsteiger schwierig sei, in diesen Bereich hineinzukommen. Gerade weil die Anzahl der Unternehmen, die ihren Hauptsitz in Bremerhaven haben, begrenzt sei, ergebe sich hier eher eine ausgewiesene Konkurrenz-

situation, als dass kollegialer Austausch untereinander stattfinden würde.



**EIN PROBLEM IST,
DASS DIE GROSSEN
FIRMEN IHRE
LEADAGENTUREN FÜR
KOMMUNIKATIONS-
SACHEN MEIST, AUCH
WENN SIE IN
BREMERHAVEN
ANSÄSSIG SIND,
AUSSERHALB HABEN.**



Quelle: Milieu Experten



**BEGRENZTER
LOKALER MARKT**

Als weiterer Nachteil für Bremerhaven wurde die historische Entwicklung Bremerhavens als Hafen- und Arbeiterstadt beschrieben, die nur in Teilen eine heterogene Gesellschaft hervorgebracht habe. So seien die Zahlen der Schulabgänger mit Hochschulqualifikation unterdurchschnittlich. Auch mangle es in der Wahrnehmung an einer gewissen Masse an Bürgertum und Engagierten, die das Kulturleben in der Seestadt insgesamt tragen würden. Als Beleg wurde hierfür unter anderem das eingeschränkte Angebot an Möglichkeiten der Freizeitgestaltung festgehalten (Gastronomie, Diskotheken, Veranstaltungsräume).



**BEGRENZTES
FREIZEITANGEBOT**

Räumliche Situation

Auf Anhieb wurden von allen ExpertInnen Objekte benannt, die in ihrem Zustand und ihrer Ausstrahlung interessant für eine Kreativnutzung wären. Bezüglich der Attraktivität verschiedener Stadtteile wurden allerdings unterschiedliche Aussagen getroffen.

An vielen Stellen hervorgehoben, wurde die vorhandene und ansprechende Bausubstanz in Lehe, die allerdings aufgrund mangelnder Nachfrage verfällt. Die ExpertInnen sehen hier zum Teil schon Anknüpfungspunkte und eine Art von kreativer Umluft. Ihnen ist dabei bewusst, dass Lehe ein schlechtes Image besitzt.



**LEHE:
ATTRAKTIVE ARCHITEKTUR,
SCHLECHTES IMAGE**

In noch stärkerem Maß sehen die ExpertInnen Anknüpfungspunkte in der Alten Bürger. Dieser Teil der Innenstadt wird aufgrund seiner Geschichte, seiner Raumangebote und seiner Lage in der Gesamtstadt als attraktiver und sinnvoller Standort bewertet.



**ALTE BÜRGER:
VORHANDENE KREATIVE,
GUTE LAGE**

Geestemünde wurde hingegen als eher verschlafener Stadtteil beschrieben, in dem es an einem kreativen Umfeld noch fehle. Am ehesten wurden hier noch der Markt und die Wohnlagen am Hafen als Vorteil hervorgehoben.



**GEESTEMÜNDE:
VERSCHLAFENER STADTTEIL,
SCHLECHTES IMAGE**

Unterschiedliche Meinungen gab es in Bezug auf den Fischereihafen. Hier wurde zum einen betont, dass es attraktive Gebäude gebe, wie die Fisch- und Auktionshalle X oder das ehemalige alte leerstehende Seemannsheim. Auf der anderen Seite wurde aber auch gesagt, dass der Fischereihafen gefühlt zu weit entfernt liege.



**FISCHEREIHAFEN:
ATTRAKTIVE ARCHITEKTUR,
ZU WEIT ENTFERNT,
NOCH NICHT ENTDECKT?**

Die weiteren Stadtteile wurden in den Gesprächen nur einzeln genannt. Wobei einer der Experten in Wulsdorf und einer in Speckenbüttel seinen Arbeitsplatz hat und beide diesen Standort durchaus als angebunden empfinden (in der weiteren Untersuchung fanden sich noch zwei zusätzliche Kreative, die beide von ihrem Wohnsitz in Speckenbüttel aus arbeiteten).



**WEITERE STANDORTE
NICHT INTERESSANT**

In Bezug auf bestehende Raumangebote wurden die bestehenden Gründerzentren und Büroimmobilien (T.i.m.e. Ports) erwähnt, welche zum Teil Kreativen Arbeitsräume anbieten. Hierbei wurde betont, dass diese eine bestimmte Klientel ansprechen. Mit Verweis auf Lehe wurden Räume hervorgehoben, in denen Werkstätten für kreatives Arbeiten entstanden sind. In diesem Zusammenhang wurde auch die Theo aufgezählt, die als Veranstaltungs- und Arbeitsraum genutzt wird. Für KünstlerInnen wurde hingegen ein Bedarf an Arbeitsräumen festgehalten.

4

BEFRAGUNG KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Die Interviews mit den 20 InterviewpartnerInnen dienten dem Ziel die bestehenden Raumbedarfe der Kultur- und Kreativwirtschaft zu ermitteln. Die Auswertung der Interviews bezieht die momentane Raumsituation der Befragten mit ein und berücksichtigt ihren jeweiligen Etablierungsgrad im Berufsleben.

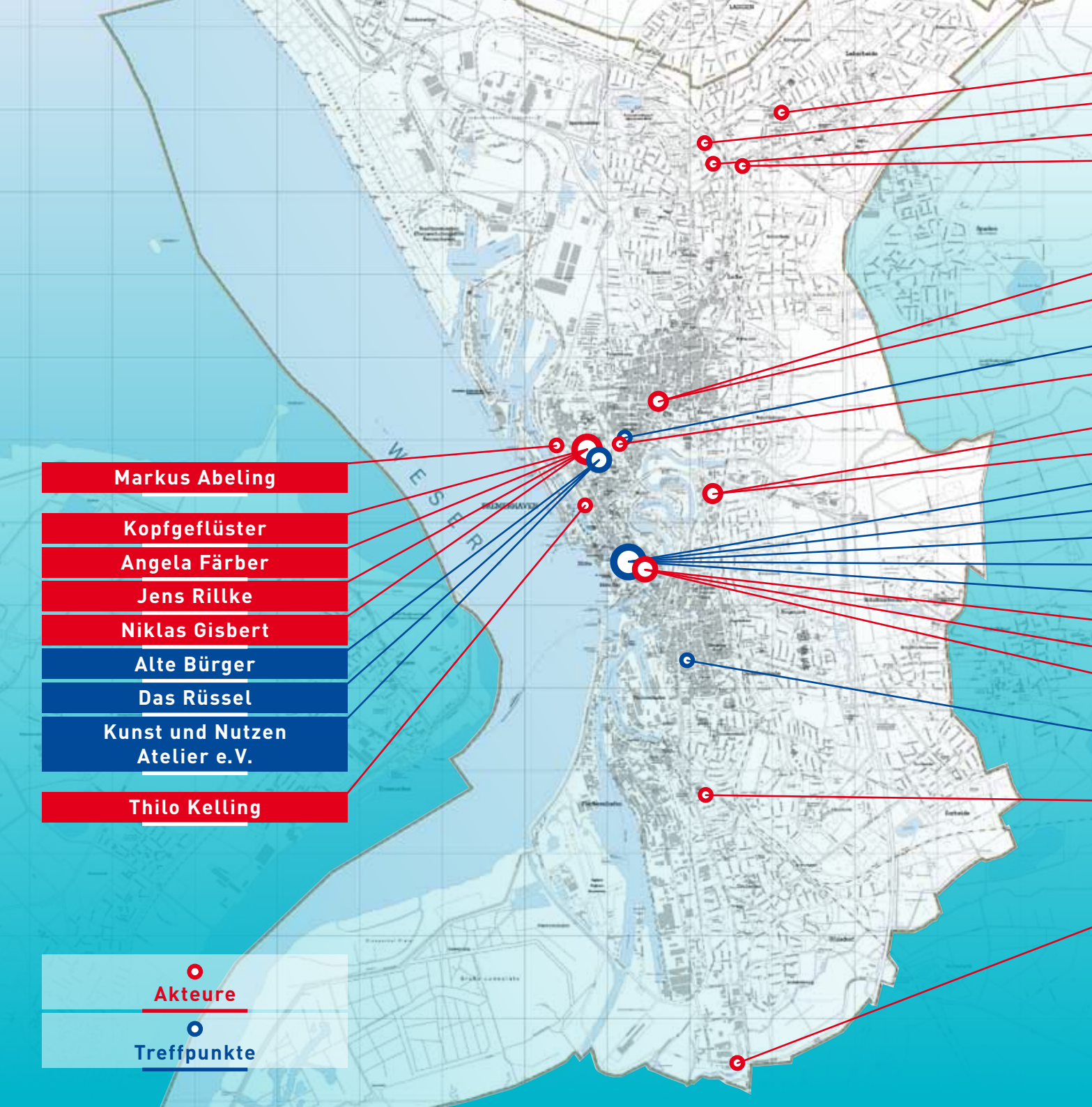
Auswahl der InterviewpartnerInnen

Die Wahl der InterviewpartnerInnen erfolgte nach drei Kriterien. Es sollten Kreative aus allen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft angesprochen werden; die Gesprächspartner sollten sich in unterschiedlichen Alters- und Professionalisierungsstufen befinden und die Interviewten sollten sich idealerweise auf der Suche nach Räumen befinden. Ziel dieser Auswahl war es, ein möglichst breites Bild der Bremerhavener Kreativszene und ihrer Wünsche und Bedürfnisse abzubilden.

Auf Hinweis der BIS, der ExpertInnen und eigener Recherche wurden schließlich 20 InterviewpartnerInnen gefunden. Unter diesen befinden sich GraphikerInnen, ArchitektInnen, MusikerInnen, KünstlerInnen (darstellende Kunst und Theater), FotografInnen, FilmerInnen und MediengestalterInnen, als auch StudentInnen. Sie bewegen sich im Alter zwischen Anfang 20 und Mitte 50 und reichen in ihrem Etablierungsgrad von angehenden BerufseinsteigerInnen über jung etablierte Selbstständige bis hin zu AgenturinhaberInnen. Auffällig und für die Bewertung anzumerken ist, dass, wie auch schon unter den ExpertInnen, viele der Interviewten aus Bremerhaven und dem Umland stammen und nur ein geringerer Teil zugezogen ist.

Räumliche Verortung

Die Übersicht der Arbeitsorte der InterviewpartnerInnen im Bremerhavener Stadtgebiet zeigt zum Einen eine deutliche Konzentration in den Bereichen Innenstadt, Alte Bürger sowie Speckenbüttel an und zeigt zum Anderen vereinzelte Standorte im weiteren Stadtgebiet auf. Überraschend ist hierbei die Verdichtung im Stadtteil Speckenbüttel, während die Konzentration entlang der Alten Bürger und in der Innenstadt wenig überrascht. Dieser Ausreißer kann dahingehend erklärt werden, dass die Interviewten in ihren Wohnhäusern arbeiten. Das in Lehe wenige und in Geestemünde gar keiner der Befragten arbeitet, fällt in der Übersicht massiv auf. Die vereinzelten Arbeitsorte im weiteren, peripheren Stadtgebiet sind mit Gründerzentren (BRIG und Seeborg 1) verbunden, die bezahlbaren und gut ausgestatteten Büroraum bieten.



Marco Schemien
Ingo Beck
Jo Drahtjer
Rob Hardt

Kathleen-Ann Barberio
Hajo Oft

Rock Center
Steve Cottel

Schultz & Sievers
Thomas Böhm BKM

Nachtschicht
Stadttheater Bremerhaven
Café Caspar, David & Co
Hochschule Bremerhaven
Kunsthalle Bremerhaven

Dr. Kai Kähler
Prof. Dr. Holger Rada
StudentInnen Mediendesign

Wochenmarkt Geestemünde

Jochen Hertrampf

Ulf Dyszak

Markus Abeling

Kopfgeflüster

Angela Färber

Jens Rillke


Niklas Gisbert

Alte Bürger

Das Rüssel

Kunst und Nutzen
Atelier e.V.

Thilo Kelling

 Akteure
 Treffpunkte

Akteure Kultur- und Kreativwirtschaft Bremerhaven

Einordnung der InterviewpartnerInnen

Nach Abschluss der Interviews wurden die Interviewpartner in drei unterschiedliche Milieus zusammengefasst. Diese verbinden im wesentlichen eine gemeinsame Ausgangslage und spiegeln sich auch in den unterschiedlichen Bedürfnissen an die jeweils gesuchten Räumen wider.

Junge Wilde

Die Gruppe der so genannten Jungen Wilden besteht vor allem aus jüngeren Menschen, die sich entweder noch in der Ausbildung befinden oder diese gerade abgeschlossen haben. Die Jungen Wilden zeichnen sich dadurch aus, dass sie noch ganz am Anfang ihres Berufslebens stehen. Sie erproben mit viel Engagement eigene Geschäftsideen und versuchen diese zu etablieren. Dabei sind sie sehr offen für verschiedenste Impulse von Außen und häufig auf der Suche nach geeigneten Kooperations- und AustauschpartnerInnen. Geringere Erfahrungswerte und knappe finanzielle Ressourcen gleichen sie durch einen hohen Einsatz von zeitlichen Ressourcen und einer hohen Bereitschaft zum Experimentieren und Improvisieren aus.

Die Jungen Wilden sind gebürtige BremerhavenerInnen oder kommen im Zuge ihrer Ausbildung in die

Stadt. Charakteristisch für sie ist, dass sie dem Standort Bremerhaven, bzw. der Stadt an sich sehr zugetan sind und vor Ort wohnen. Der Raumbedarf der Jungen Wilden richtet sich vor allem nach einer offenen Anlaufstelle um Gleichgesinnte kennen zu lernen und gemeinsam zu arbeiten. Die Vorstellungen der räumlichen Ausstattung variieren dabei je nach eigenem Fachgebiet.

Da die Jungen Wilden häufig noch keine eigenen Räume besitzen, ist eine Aussage über leistbare Mietpreise schwierig. Dennoch gibt es ein Beispiel, in dem aktuell pro qm 3–4,40 € netto/kalt bezahlt werden, dieses kann als ungefähre Orientierung dienen. Es sollte dabei auch nicht aus den Augen verloren werden, dass es den Jungen Wilden in erster Linie um einen gemeinsamen Raum als Treffpunkt geht, in dem Mieten geteilt werden und dementsprechend automatisch erschwinglicher werden.



**EIN TREFFPUNKT
WÄRE SUPER,
WO JUNG UND ALT
ZUSAMMEN
KOMMEN KÖNNEN, WO
MAN WAS
LERNEN KANN UND
HALT WAS ZUM AUS-
TOBEN WÄRE
COOL, MIT VIEL PLATZ.**



Quelle: Milieu Junge Wilde

Junge Wilde aus der Befragung: Herr Niklas Gisbert (one three three, Hein und Mück), Frau Angela Färber (Keramikwerkstatt Bremerhaven), Herr Steve Cottel (Rock-Center Bremerhaven), Studierende des BA Digitale Medienproduktion (Hochschule Bremerhaven)

Junge Karrieristen und Etablierte

Die Jungen Karrieristen und Etablierten sind selbstständig und stehen seit längerer Zeit im Berufsleben. Sie haben ihre Geschäftsidee bereits mit positivem Ergebnis erprobt und arbeiten nun daran sich und ihre Idee stärker zu etablieren. Die geschäftliche Etablierung findet dabei vor allem vor Ort, also innerhalb Bremerhavens statt und geht selten über die Grenzen der Stadt hinaus. Der Personenkreis dieser Gruppe ist dabei teilweise offen für Kooperationen, soweit diese nicht zu einer stärkeren Konkurrenzsituation im eigenen Gewerbe führen. Häufig sind die Vertreter dieser Gruppe auf der Suche nach spezifisch fachlichem Austausch und Weiterbildungsangeboten.

Meist sind die Jungen Karrieristen und Etablierten durch Kindheit, der Liebe wegen oder durch ein früheres Studium mit dem Standort Bremerhaven verbunden, wohnen aber teilweise im Umland und nicht direkt in der Stadt. Ein großes Problem dieser Gruppe ist es an ausreichend qualifiziertes Personal zu kommen, weshalb dieses häufig von außerhalb und nicht aus Bremerhaven rekrutiert wird. In einzelnen Fällen wird sich auch mit Studierenden aus Bremerhaven beholfen.

Der Raumbedarf dieser Gruppe ergibt sich aus der Expansion des eigenen Unternehmens und der Suche nach repräsentativeren Räumen. Gesucht werden feste Büroräume mit charmantem Charakter. Die Offenheit diese mit Anderen zu teilen ist dabei durchaus gegeben, so lange diese nicht aus der gleichen Branche stammen. Ein expliziter Wunsch dieser Gruppe ist dabei das Vorhandensein von Konferenzräumen sowie ausreichend Parkplätze.

Aktuell zahlen die Jungen Karrieristen und Etablierten zwischen 7,50–8,50 € netto/kalt pro qm. Die Größe ihrer Arbeitsräume ist dabei davon abhängig, ob sie alleine oder im Team arbeiten. Dementsprechend findet man Arbeitsräume in der Größe von 25 bis 60 qm. Im Rahmen der Befragung konnte die Bereitschaft festgehalten werden, bezüglich neuer Räumlichkeiten, die besagte Erwartungskriterien erfüllen und auch die richtige Ausstattung bieten, eine höhere Miete zu zahlen.



**TREFFPUNKTE?
JA, DAS WÄRE TOLL.
ES FEHLT HIER
EINFACH AM
INFORMELLEN AUS-
TAUSCH.**



Quelle: Milieu Etablierte

Junge Karrieristen und Etablierte aus der Befragung: Frau Stefanie Schröder und Frau Stefanie Brockamp (Werbeagentur Kopfgeflüster), Frau Katrin Schultz und Frau Cathrin Sievers (Architekturbüro Schultz und Sievers), Herr Thomas Böhm (BKM Medien GmbH & CO. KG)

Alte Hasen

Vertreter der Gruppe Alte Hasen sind bereits fest am Standort Bremerhaven etabliert und bekleiden häufig Führungspositionen innerhalb verschiedenster Institutionen vor Ort oder betreiben, teilweise auch von zu Hause aus, ihr eigenes Unternehmen. Die Verbundenheit mit Bremerhaven variiert. Auf der einen Seite gibt es ein eher loses Verhältnis zum Standort Bremerhaven, im Sinne eines reinen Arbeitsorts an dem auch nicht gewohnt wird. Auf der anderen Seite gibt es Alte Hasen die Bremerhaven als ihren Lebensmittelpunkt in beruflicher, als auch privater Hinsicht sehen.

Die Alten Hasen sind dabei durchaus flexibel und punktuell offen für neue Ideen und Kooperationen. Von ihnen wird vor allem bemängelt, dass es Bremerhaven an authentischen und sensibel restaurierten Räumen mangelt. Der Raumbedarf der Alten Hasen ist dabei ein sehr spezifischer, welcher vor allem auf größere Objekte zielt, in denen zum Beispiel Ausstellungen oder größere Veranstaltung wie Konzerte stattfinden können.

Da die alten Hasen auch häufiger von zu Hause aus arbeiten, ist es teilweise schwierig die Miethöhe einzuschätzen. Ähnlich verhält es sich mit jenen in verschiedenen Führungspositionen, die ihre Räumlichkeiten von der Institution gestellt

bekommen in der sie arbeiten. Es ist zu bedenken, dass die Alten Hasen vor allem an temporären Kooperationen und Aktionen wie eben Konzerten oder Ausstellungen interessiert sind. So ergibt sich in erster Linie ein temporärer Bedarf, der vor allem auf große Räume ausgelegt ist.

Alte Hasen der Befragung: Frau Kathleen-Ann Baberio (artevale), Herr Jo Drahtjer (d-sign), Markus-Daniel Abeling (MAP, Fotograf), Herr Rob Hardt (SedSoul Records), Ulf Dyszak (Werbeagentur Bremerhaven)

Milieu Junge Wilde

Berufliche Situation

- In Ausbildung / Ausbildung fertig
- Verschiedenste Geschäftsideen
- Teilweise nicht festgelegt in der Berufsauswahl

**KEIN BIS GERINGER
ETABLIERUNGSGRAD**

Bezug Bremerhaven

- Aus Bremerhaven / Umland
- Für Ausbildung nach Bremerhaven gekommen

**IDENTIFIZIEREN SICH MIT DER STADT
UND WOHNEN VOR ORT**

Raumbedarfe

- Offene Räume zum sich-ausprobieren
- Treffpunkt zum Austausch
- Miete sollte mit mehreren teilbar sein
- Räume mit Werkstattcharakter

**RÄUME ZUM EXPERIMENTIEREN
MULTIFUNKTIONSRÄUME**

Anmerkungen

- Experimentierfreudig
- Innovativ
- Umfassende zeitliche Ressourcen
- Geringe finanzielle Ressourcen

**MIETE AKTUELL
3,00 – 4,40 € / QM**

Milieu Junge Karrieristen und Etablierte

Berufliche Situation

- Bereits funktionierende Geschäftsideen
- Weitere Etablierung vor Ort mit dieser Idee

**MITTLERER BIS HOHER
ETABLIERUNGSGRAD**

Bezug Bremerhaven

- Kommen aus Bremerhaven / Umland
- Wohnen im Umland / arbeiten in der Stadt

**IDENTIFIZIEREN SICH MIT DER STADT,
OHNE IMMER VOR ORT ZU WOHNEN**

Raumbedarfe

- Repräsentative Räume mit Charakter
- Ausstattung, wie Konferenzräume und Parkplätze
- Teilen der Räume nur mit Menschen aus anderen Branchen

**CHARMANTE, REPRÄSENTATIVE
RÄUME MIT GESCHICHTE**

Anmerkungen

- Suchen repräsentative Räume
- Starke Konkurrenzsituation innerhalb der eigenen Branche
- Schwer, geeignetes Personal vor Ort zu finden

**MIETE AKTUELL
7,50 – 8,50 € / QM**

Milieu Alte Hasen

Berufliche Situation

- Bereits vor Ort etabliert
- Führungspositionen in Institutionen vor Ort oder Inhaber eigener Unternehmen

**HOHER
ETABLIERUNGSGRAD**

Bezug Bremerhaven

- Bremerhaven als Lebensmittelpunkt
- Bremerhaven nur als Arbeitsort

**SEHR DURCHMISCHTER BEZUG,
VON HOHER IDENTIFIZIERUNG BIS
FUNKTIONALER BEZIEHUNG**

Raumbedarfe

- Große Räume mietbar für Konzerte oder Ausstellungen
- Sensibel wieder hergestellte Raumsubstanz

**TEMPORÄRER BEDARF AN GROSSEN
VERANSTALTUNGSRÄUMEN**

Anmerkungen

- Arbeiten teilweise von zu Hause aus
- Teilweise internationale Aufträge und Bezüge

**MIETE AKTUELL
NICHT EINSCHÄTZBAR**

Analyse räumliche Bedarfe

Ausgehend von den in den Milieus beschriebenen Hintergründen und Bedürfnissen lassen sich für die räumliche Ebene drei verschiedene Raumtypologien entwerfen, für die es einen Bedarf als Arbeitsort gibt. Daneben wurde vielfach ein Bedarf für Veranstaltungsorte mit einer mittleren Zuschauerzahl (ca. 500 Personen) genannt. Diese drei Raumtypen lassen sich als 1. Räume zum Experimentieren, 2. Räume mit Charme und Geschichte und 3. Multifunktionsräume beschreiben.

Räume zum Experimentieren

Die Räume zum Experimentieren wurden im Wesentlichen als Bedarf der Jungen Wilden ermittelt. Diese Räume bieten die Möglichkeit sich (geschützt) ohne übermäßiges Risiko in die berufliche Existenzgründung zu begeben. Sie sind daher günstig in der Miete, verfügen über ein Minimum an Ausstattung und bieten einen Zugang, der nicht abschreckt.

Sie können optimalerweise mit anderen GründerInnen geteilt werden und ermöglichen einen lebhaften Austausch untereinander. Im besten Fall verbinden sich diese Räume mit einem öffentlichen Bereich, in dem diskutiert und abgehängt werden kann und in dem regelmäßig Veranstaltungen (sowohl

Kulturprogramm als auch Weiterbildung) stattfinden können.

Diese Räume können in leerstehenden Ladenlokalen oder ehemaligen Gewerberäumen entstehen. Sie benötigen einen Anshub in ihrer Organisation, es müssen Mietverträge und eine klare Absprache zwischen den verschiedenen NutzerInnen erarbeitet werden. Die Räume werden von den NutzerInnen selbst als Teil des Prozesses eingerichtet. Der Charme ergibt sich hier aus dem Temporären und Improvisierten.

Mögliche NutzerInnen sind die AbsolventInnen der Hochschule Bremerhaven, Auszubildende, MusikerInnen, SchauspielerInnen, eventuell auch SchülerInnen und GründerInnen aus laufenden Unternehmen, die sich auf eigene Beine stellen oder einfach mit einer Idee experimentieren wollen.

Räume mit Charme und Geschichte

Ist die Existenzgründung vollzogen und wächst dann auch langsam das Geschäft, steht irgendwann der Wunsch nach einem größeren, aber vor allem einem charmanteren Firmensitz auf der Liste von KreativunternehmerInnen. Sie suchen Räume, die ihnen auf der einen Seite die Infrastruktureinrichtung bieten, welche sie für ihre Arbeit benötigen; auf der anderen Seite brauchen sie Räume, die auch eine gewisse Geschichte erzählen und die Identität ihres Unternehmens beschreiben können.

Hier sind attraktive Altbauten eine gute Möglichkeit. Allerdings auch eine, die Risiken birgt, da größere Umbaukosten getragen werden müssen. Die Lage im Stadtraum besitzt einen großen Wert. Die Räume müssen gut erreichbar sein und ein gewisses Ambiente in der Nachbarschaft haben.

Die möglichen Interessentinnen sind unter den ehemaligen ExistenzgründerInnen zu finden, sie sitzen im BRIG oder anderen Gründerzentren oder verlagern ihre Geschäftsaktivitäten nach Bremerhaven. Sie sind mittlerweile in der Lage, für ihre Räume eine reguläre Miete zu zahlen und benötigen größere Flächen als im Stadium der Existenzgründung.

Multi-funktionsräume

Eine von verschiedenen Kreativen und ExpertInnen genannte Raumkategorie bilden Räume, die auf Zeit für größere Projekte genutzt werden können. Dieses kann ein Co-Working Space sein, in dem sich auf Zeit eine Akteurskonstellation zusammenfindet, um ein Projekt zu bearbeiten (sofern dies nicht in den vorhandenen Arbeitsräumen möglich ist). Dies können aber auch Räume für Projekte sein, die mehr Platz als üblich benötigen oder den Einsatz von Maschinen und Gerätschaften erfordern, die nur selten zum Einsatz kommen. Insgesamt wurde die Einrichtung eines Co-Working Spaces oder auch einer Co-Werkstatt als wünschenswert erachtet.

Die InteressentInnen für diese Räume befinden sich unter den Alten Hasen aber auch unter den Etablierten und den Jungen Wilden. Wichtig ist hierbei festzuhalten, dass es sich um eine temporäre Nachfrage handelt, die nicht durchgehend besteht.

Räume zum Experimentieren



Milieu

Junge Wilde

Charakter

- Einfacher, unkomplizierter Zugang
- Offener Lounge Charakter
- Leerstände, die selbst aufgebaut werden können (DIY und Identifikation mit dem gebrauchten Raum)

Ausstattung

- Geringe Ausstattung, die nach und nach durch die MieterInnen erweitert wird
- Café als Treffpunkt

Betrieb

- Betreibung durch die Jungen Wilden in Eigenregie

Räume mit Charme und Geschichte



Milieu

Junge Karrieristen und Etablierte

Charakter

- Repräsentative Räume mit Charme und Geschichte
- Sanierete Altbauten

Ausstattung

- Konferenzräume
- Parkplätze
- Gehobene Ausstattung
- Gemeinsame Kaffeeküche

Betrieb

- Langfristige Vermietung durch einen Betreiber an die jeweiligen interessierten Unternehmen

Multi-funktionsräume



Milieu

Junge Wilde und Alte Hasen
Teilweise auch
Junge Karrieristen und Etablierte

Charakter

- Co-Working Space mit offenem Charakter
- Temporär mietbar
- Ehemalige Gewerbeimmobilien

Ausstattung

- 3D-Drucker, Laser-Cutter und Spezialgeräte
- Café als Treffpunkt

Betrieb

- Fester Betreiber, der die Räumlichkeiten temporär, je nach Nachfrage, vermietet, vor Ort aber auch einen festen Anlaufpunkt wie ein Café betreibt

Zukünftige Arbeitsorte

Die Frage nach dem geeigneten Ort für den geäußerten Raumwunsch beantworteten die InterviewpartnerInnen äquivalent zu den ExpertInnen. Bezüglich des Stadtteils Lehe wurde ein ambivalentes Bild kommuniziert. Einerseits wird er als möglicher Standort mit Potenzialen, gerade vor architektonischem Hintergrund gesehen; andererseits werden zu der Situation vorort vor allem Sicherheitsbedenken geäußert.

Neben Einschätzungen zu einzelnen Stadtquartieren wurden im Interview auch ganz konkrete Objekte genannt, deren Nutzung sich die Befragten vorstellen könnten. Diese liegen im Bereich der Innenstadt. Mit der Fischauktions- und Packhalle (Halle X) und der ehemaligen Molkerei in der Rheinstraße wurden allerdings auch zwei Objekte genannt, die etwas außerhalb liegen. Allen genannten Objekten ist gemein, dass sie über eine besondere Architektur und Ästhetik verfügen, sowie Geschichte und Identität ausstrahlen als auch Möglichkeiten zum Gestalten bieten.



1
Bremerhaven-Lehe

2
Alte Bürger

3
Geestemünde

4
Fischereihafen

Stadtquartiere

Leerstände
Interessante Orte

Drachenschenke

ehemaliges Varieté

Café National

Milchbar

ehemalige Molkerei

Halle X Fischereihafen

Einschätzung Standorte Bremerhaven

5

BEISPIEL- PROJEKTE

Die Analyse hat verschiedene Bedarfe an Räumen festgestellt. In diesem Schritt werden Beispielprojekte gezeigt, die vergleichbare Bedarfe in anderen Städten schon jetzt erfüllen. Die Beispiele sollen dabei sowohl aufzeigen, wie diese Räume beschaffen sind, als auch wie sie geschaffen und unterhalten werden. Der wichtigste Faktor ist dabei die Übertragbarkeit auf Bremerhaven.

noon

Das noon stellt eine Mischung aus Co-Working Space, Café und Veranstaltungsraum dar und kann somit als Beispiel für die Kategorien Multifunktionsräume und Räume zum Experimentieren gelten. Es ist momentan als Zwischennutzung in einer zum Abriss vorgesehenen Einkaufspassage in der Bremer Innenstadt beheimatet. Das Interieur des noon ist eine Mischung aus kreativem Umgang mit der vorhandenen Einrichtung des ehemaligen Ladens, selbst gebauten Möbeln und hochwertiger Infrastruktur für die Technik und den Kaffeetresen.

Im noon können sich Kreative auf Zeit einmieten und gemeinsam an den Arbeitsplätzen arbeiten oder den kompletten Laden für Workshops anmieten. Gleichzeitig ist das noon ein offener Treffpunkt, in dem man Getränke und kleine Speisen bekommen kann und in dem regelmäßig Veranstaltungen stattfinden. Diese reichen von Fotoausstellungen, über kleine Konzerte und Improtheater bis hin zum ersten Bremer „Lunchbeat“, der für eine Stunde BesucherInnen in ihrer Mittagspause zum Tanzen einlädt.

Betrieben wird das noon von Christian M. Leon. Er ist sowohl Gastronom als auch selbstständiger Designer und Graphiker und somit in das Milieu der Jungen Wilden, bzw. Jungen Karrieristen und Etablierten

einzuordnen. Im noon verbindet er seine Leidenschaften für Gastronomie und Graphikdesign und ist auf diese Weise nicht alleine von den Einnahmen des noon abhängig. Die Räume des noon werden von der Wirtschaftsförderung Bremen gegen die Übernahme der laufenden Kosten mit einer Nebenkostenpauschale zur Verfügung gestellt. Perspektivisch ist die Umstellung auf eine Umsatzmiete angestrebt. In der Startphase wurde das Projekt mit einer kleinen Summe von der ZZZ – ZwischenZeitZentrale Bremen unterstützt.

Wichtiger für den Erfolg ist jedoch vor allem das vorhandene Netzwerk von Herrn Christian M. Leon und seine Rolle als Kommunikator zwischen den NutzerInnen, Gästen oder VeranstalterInnen. Erst durch die Schaffung eines anregenden Klimas und durch Christian M. Leon als Ansprechpartner und Vernetzer wird das noon zu einem kreativlebendigen Ort.



Co-Werkstatt Kalle

Die Co-Werkstatt Kalle ist eine Mischung aus Co-Working und Gemeinschaftswerkstatt und damit auch den Multifunktionsräumen zuzuordnen. Sie ist in einer ehemaligen Lager- und Werkstatthalle in einem Hinterhof in der Bremer Neustadt untergebracht. Sie verfügt als Lagerhalle über 8 m hohe Decken und besitzt einen Lastenaufzug, der die NutzerInnen zu einem weiteren Arbeitsraum befördert.

Die Idee von Kalle ist es, eine Werkstatt zur Verfügung zu stellen in der Geräte vorhanden sind, die für eine Eigenanschaffung zu groß und zu teuer sind. Bei Kalle können Tage- und Wochenweise Arbeitsplätze gemietet und die verschiedenen Maschinen und Geräte gegen eine Gebühr genutzt werden. Gleichzeitig gibt es hier Workshops und Veranstaltungen, in denen man sich gegenseitig hilft. Ein Kaffee- und Kuchentresen stellen desweiteren die Verpflegung sicher.

Betrieben wird Kalle, die „Kreative Halle“, von Frau Saskia Behrens und Herrn Norman Kanter. Frau Saskia Behrens ist gleichzeitig Inhaberin der Grafikagentur SCHORSE, die ihren Sitz in der Co-Werkstatt hat und gehört damit zum Milieu der Jungen Karrieristen und Etablierten. Als Selbständige ist sie somit in der Regel vor Ort und kann die Co-WerklerInnen in ihrer Arbeit unterstützen und beraten. Durch die vorhandene Kaffeeküche entsteht eine lockere Atmosphäre, in der ein reger Austausch und ein Lernen voneinander möglich ist.

Das Projekt Kalle kommt vollkommen ohne jede öffentliche Förderung aus und hat sich innerhalb Bremens und über die Stadtgrenzen hinaus etabliert (bundesweite Medien berichteten).



Bricolage Plantage (Plantage 9 e.V.)

Die Plantage 9 ist ein Gewerbegebäude in Bremen Findorff, das von über 30 unterschiedlichen NutzerInnen aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft als Arbeitsplatz genutzt wird. Das 1.600 m² große, zweigeschossige Gebäude bietet hierzu sowohl Büro- und Atelierräume als auch Lager- und Werkstattflächen, die ursprünglich von einer Brandschutzfirma genutzt wurden.

Angeschoben wurde die Nutzung des Gebäudes durch eine Zwischennutzung der ZZZ – ZwischenZeit-Zentrale Bremen im Jahre 2010. Ausgestattet mit einem, auf ein Jahr begrenzten, Mietvertrag gegen reine Nebenkosten und Übernahme der Instandhaltung (Dach und Fach), suchte die ZZZ NutzerInnen für das Gebäude und moderierte in der Folge einen Prozess, aus dem sich der Plantage 9 e.V. bildete.

Seit 2012 wird die Plantage 9 nun von den 30 MieterInnen/Mitgliedern eigenverantwortlich verwaltet und für einen Zeitraum von vier Jahren gemietet.

Die NutzerInnen setzen sich unter anderem aus GraphikerInnen, Filmschaffenden, DesignerInnen, Fotografinnen, KünstlerInnen und TechnikerInnen zusammen. In den alten Werkstätten finden inzwischen

Mal- und Töpferkurse statt. Die ehemalige Küche ist zum Sitz der Veganbar von Marc Moog geworden, der vor der Plantage einen Imbissstand betreibt und damit als Treffpunkt für die Plantage, aber auch für das gesamte Stadtquartier dient. Die NutzerInnen bewegen sich im Alter zwischen Mitte 20 und bis zu 70 Jahren und ergänzen sich mit Erfahrungen und Wissen, sie stellen eine bunte Mischung der verschiedenen Milieus dar und lassen sich so keinem spezifischen Milieu zuordnen.

Vor Abschluss des Mietvertrages wurde das Gebäude auf die aktuellen Anforderungen des Brand-schutzes angepasst, sowie ein Nutzungsänderungsantrag bewilligt, um die veränderten Nutzungen an das Baurecht anzupassen. Die nötigen Investitionen nahm die Wirtschaftsförderung Bremen mit einem Eigenanteil der NutzerInnen vor. Weitere Umbauten wurden über Eigenmittel und Mittel der ZZZ – ZwischenZeit-Zentrale Bremen finanziert.



Wächterhäuser Leipzig

Die Wächterhäuser bieten Kreativen günstigen Raum in attraktiven Lagen von Leipzig. Häufig handelt es sich um ehemalige Ladengeschäfte in Wohnhäusern, die schon seit Jahren leerstehen. Bedingung für die Nutzung ist, dass die NutzerInnen als Hauswächter den Erhalt des Gebäudes sichern.

Viele der Wächterhäuser sind große Leerstände an prägnanter Stelle im Leipziger Stadtbild, deren endgültiger Abriss Lücken im Stadtbild hinterlassen würde. Häufig sind die Eigentümer nicht aufzutreiben, zerstritten oder finanziell nicht in der Lage, ihre Objekte wieder in einen vermietbaren Zustand zu bringen. Die Zwischennutzung durch die Hauswächter bietet hier viel Fläche für wenig Geld, allerdings ist der Zwischennutzer verpflichtet seine Räume selbst zu renovieren und zu gestalten. Gestellt werden ein Wasser- und ein Stromanschluss.

Das Prinzip der Wächterhäuser hat insbesondere im Leipziger Westen viele günstige Flächen für die Kreativen zur Verfügung gestellt, die zudem in Leipzig auch von günstigen Mieten profitieren. Bevorzugt in der Auswahl der BewerberInnen auf die freien Plätze in den Wächterhäusern werden Projekte, die eine gewisse Strahlkraft haben und auch

auf die Umgebung einwirken. So entsteht eine Vielzahl an verschiedenen Räumen, die von Räumen zum Experimentieren über Multifunktionsräume und solche mit Charme und Geschichte reichen. Ähnlich vielfältig verhält es sich auch mit den NutzerInnen, die teilweise bereits etabliert sind, teilweise aber auch in das Milieu der Jungen Wilden gezählt werden können.

Die Kulturenstraße 4 – inzwischen unter dem Namen Kulturen in Leipzig als Ausstellungsraum bekannt – ist eins dieser Häuser, in denen StudentInnen der Hochschule für Grafik und Buchdruck sich ursprünglich engagiert hatten. Als ein Raum zum Experimentieren wurde er von einer Gruppe aus dem Milieu der Jungen Wilden entdeckt und ist mittlerweile zu einem etablierten Kulturstandort geworden.

Organisiert werden die Wächterhäuser über den Verein Haushalten e.V.; Der Verein finanziert sich über Fördermitgliedschaften der NutzerInnen und der EigentümerInnen sowie über verschiedene Landes- und Bundesförderprogramme. Die Verträge zwischen EigentümerInnen und NutzerInnen sind zeitlich begrenzt.



6

POTENTIALE IN BREMERHAVEN

Nachdem der Raumbedarf der Kreativen erhoben und bestehende Projekte gesucht wurden, die diese Bedarfe schon an anderer Stelle in anderen Städten erfüllen, gilt es mögliche Orte zu identifizieren, an denen diese Räume auch in Bremerhaven realisiert werden können.

Kriterien für die Suche geeigneter Immobilien

Die Suche nach geeigneten Immobilien im Bremerhavener Stadtgebiet orientierte sich in erster Linie an den genannten Beispielen und ihrer Charakteristik, sowie der Realisierbarkeit vor Ort mit überschaubarem Mitteleinsatz. Zudem wurden die Hinweise und Empfehlungen aus den Interviews berücksichtigt.

Es ist festzuhalten, dass Bremerhaven über einen Bestand an Leerständen verfügt, der sich für eine weitere Nutzung dringend anbietet. Dieses trifft sowohl auf Gewerbe- als auch Wohnimmobilien zu. Leerstehende Wohnungen und Gewerbeflächen im innerstädtischen bzw. innenstadtnahen Bereich können deshalb zu günstigen Konditionen angemietet (oder auch gekauft) werden. Vor diesem Hintergrund lassen sich gute Startbedingungen gerade für Start-Ups mit wenig Geld feststellen.

Bremerhavener Objekte

Unter den verschiedenen genannten und gefundenen Immobilien wird an dieser Stelle eine Auswahl von Objekten beschrieben, die als exemplarisch für weitere Orte im Bremerhavener Stadtgebiet gelten können und die den definierten Ansprüchen entsprechen. Einige der ausgewählten Objekte entsprechen auch zwei oder drei der Kategorien und sind der treffendsten Kategorie zugeordnet wurden.

Räume zum Experimentieren

Milieu

Junge Wilde, Junge Karrieristen und Etablierte

1 — WOHN- UND GESCHÄFTS- HAUS BÜRGERMEISTER- SMIDT-STRASSE 218

Lage Alte Bürger

Die Ladenfläche im Erdgeschoss dieses komplett leerstehenden Wohn- und Geschäftshauses wurde früher von einem Restaurant genutzt. Das Objekt liegt in interessanter Lage an der traditionellen Ausgehmeile „Alte Bürger“ mit Freizeit- und Kulturangeboten, was einen Zulauf an BesucherInnen garantiert. Darüber hinaus befinden sich in der Nachbarschaft weitere Standorte von Kreativen. Das Objekt befindet sich in räumlicher Nähe zur Innenstadt und ist über den öffentlichen Personennahverkehr gut angebunden.

Der Leerstand weist eine Fläche von ungefähr 200 m² auf. Er bietet eine Fensterfront zur Alten Bürger und verfügt im Inneren über eine intakte Infrastruktur (auch für eine Gastronomie). Mit relativ einfachen Mitteln lassen sich die Flächen zu unterschiedlichen Zwecken aufteilen.

Das Gebäude ist insgesamt zwar renovierungsbedürftig, die leerstehende Ladeneinheit kann allerdings schon mit Eigenleistung und geringem Aufwand einer neuen Nutzung zugeführt werden.

Mögliche Nutzungen könnten hier eine Co-Working Lounge mit Café (gastronomische Infrastruktur vorhanden), eine Bürogemeinschaften oder eine Ladenwerkstatt für Designobjekte sein.

2 — EHEMALIGE DRACHENSCHENKE SCHLEUSENSTRASSE 24

Lage Alte Bürger

Die ehemalige Drachenschänke verfügt als einstige Kneipe über die Infrastruktur für einen Cafébetrieb und die Fläche für einen Lounge-Raum. Die ehemalige Drachenschänke wurde als ein möglicher Ort für einen informellen Treffpunkt genannt, ihre Fläche ist insgesamt allerdings relativ klein und schränkt dadurch die Nutzungsmöglichkeiten stark ein.

3 — EHEMALIGE MILCHBAR LLOYDSTRASSE 22

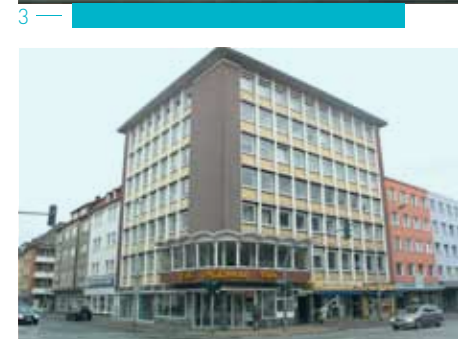
Lage Innenstadt

Die ehemalige Milchbar liegt in einem architektonisch attraktiven denkmalgeschützten Ensemble (s. a. Café National) aus den 50er Jahren und wurde im Rahmen der Interviews immer wieder von den Befragten als interessantes Objekt genannt. Die ursprüngliche Gastronomie bietet sich als außergewöhnlicher, neuer und kreativer Treffpunkt des gemeinschaftlichen Arbeitens an. Die hohen Instandhaltungskosten des Objektes mit den parallel hohen Anforderungen des Denkmalschutzes sind zur Zeit die Hinderungsgründe zur weiteren Entwicklung des Objektes.

4 — CAFÉ NATIONAL LLOYDSTRASSE 34

Lage Innenstadt

Das ehemalige Traditionscafé National zeichnet sich durch seine attraktive 50er Jahre Architektur aus. Es liegt an repräsentativer Stelle, direkt am Übergang von der Innenstadt in Richtung Alte Bürger. Die Räume des ehemaligen Cafés können als Lounge oder Treffpunkt für Kreative genutzt werden, allerdings ist die Fläche sehr beschränkt.



Multifunktions- räume

Milieu

**Junge Wilde, Junge Karrieristen
und Etablierte**

5 — EHEMALIGER BAUHOF / EHEMALIGE PETROLEUMHALLEN SCHLEUSENSTRASSE 17–19

Lage Alte Bürger

Der ehemalige Bauhof besteht aus einem Ensemble unterschiedlicher Gebäude. Er bietet große Hallen und Werkstätten sowie Räume, die für Atelier- und Büronutzungen hergerichtet werden können. Zudem verfügt er über weite Außenflächen, die sich für verschiedenste Aktivitäten (Kino, Freilufttheater, Flohmarkt, Bildhauerei, etc.) anbieten würden. Die Lage an der Rückseite der Alten Bürger ist sehr zentral und bietet Anknüpfungen sowohl in die Alte Bürger als auch in Richtung der neuen Havenwelten.

Die vorhandenen Flächen des Objektes lassen sich in verschiedene Segmente aufteilen und besitzen die notwendige Robustheit für eher handwerkliche Nutzungen. Wichtig bei der Größe des Objektes wäre es, auf dem Areal eine Art Treffpunkt oder Gemeinschaftsbereich zu schaffen, der als gemeinsamer

Anlauf- und Austauschpunkt fungiert. Der Zustand des Objekts lässt eine niedrigschwellige Startnutzung zu. Ohne viel Investitionen kann hier eine Nutzung erprobt werden, bevor es zu größeren Maßnahmen kommt.

Mögliche Nutzungen wären eine Co-Werkstatt mit entsprechenden Werkstattgeräten (wie z. B. Kalle), gleichzeitig sind auch entsprechende Räume für Büros vorhanden und der Platz für Gemeinschaftsräume, z. B. ein Café oder/und ein Veranstaltungsraum. Auch die Außenflächen bieten einen Pluspunkt, da hier auch Platz für größere Projekte oder auch eine Erweiterung mit mobilen Bauten gegeben ist. Der Innenhofcharakter lädt zum gemeinsamen Verweilen bei entsprechendem Wetter ein und verstärkt die Idee des gemeinsamen Nutzens.

6 — EHEMALIGE MOLKEREI AN DER RHEINSTRASSE 25

Lage Geestemünde

Das Schalthaus der SWB ist ein architektonisches Kleinod. Es liegt in unmittelbarer Nähe zum Holzhafen, nicht weit von der Hochschule Bremerhaven und der Innenstadt. Das Objekt verfügt über ein heterogenes Raumangebot, in dem unterschiedliche Nutzungen, von der Werkstatt über Ateliers bis zu Büros, realisiert werden können. Eine Verbindung aus Wohnen und Arbeiten wäre hier gut vorstellbar, gerade durch die Nähe zur Hochschule Bremerhaven lägen hier die Vorteile auf der Hand. Negativ zu bewerten ist hingegen, dass die Lage in Geestemünde den Ort vom Schwerpunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft abschneidet.



5 —



6 —

Räume mit Charme

Milieu

**Junge Wilde, Junge Karrieristen
und Etablierte, Alte Hasen**

7 — EHEMALIGE FISCH- AUKTIONS- UND PACKHALLE X KNURRHAHNSTRASSE 22-24

Lage Fischereihafen

Die historische Halle X im Fischereihafen diente ursprünglich als Auktions- Packhalle (Länge 547,40 m). In den oberen Etagen des Gebäudes befinden sich Sozial- und Bürotrakte. Die großzügigen Räume bieten Möglichkeiten für große Ateliers, Werkstätten oder auch Studios. In den darüber gelegenen Räumen können Büros eingerichtet werden. Bei einer Sanierung entstanden hier hoch attraktive Räume mit viel Geschichte, die für alle NutzerInnen sehr prägend wären. Die Größe des Objekts insgesamt ist allerdings überwältigend. Für eine erfolgreiche Entwicklung bedarf es eines Ankermieters, der weitere Mieter anlockt und einen positiven Effekt auf das gesamte zirka 550 m lange Gebäude ausstrahlt.

8 — EHEMALIGE WÄSCHEREI DER LLOYDWERFT BRÜCKENSTRASSE 25

Lage Überseehafen

Die ehemalige Wäscherei der Lloydwerft (NDL) verfügt über eine nach außen strahlende Architektur. Verschiedene Umbauarbeiten im Inneren haben hier zu einer heterogenen Raumstruktur geführt, die Nutzungen vorerst eingeschränkt. Die Entfernung zur Innenstadt und die isolierte Lage im Hafen lassen eine Nutzung zum jetzigen Zeitpunkt als außerordentlich schwierig erscheinen.

9 — EHEMALIGE DISCOTHEK ENTERPRISE UND EHEMALIGES VARIÉTÉ GASSTRASSE 12

Lage Innenstadt

Die Gastronomie Blattlaus ist als einzige erfolgreiche Nutzung in dem riesengroßen Gebäudekomplex ansässig, ihr neuangebauter Wintergarten wird zu fast jeder Tages- und Abendzeit genutzt. Die innenliegenden Räumlichkeiten des ehemaligen Varietés bedürfen einer umfangreichen Sanierung. Dennoch wurde das Objekt oft benannt und es herrscht eine Art Wiederbelebungswunsch unter den InterviewpartnerInnen.

10 — EHEMALIGES KINO APOLLO GEORGSTRASSE 73

Lage Geestemünde

11 — EHEMALIGES KINO ALADIN RICKMERSTRASSE 11

Lage Lehe

Die ehemaligen Kinos Apollo und Aladin stehen mittlerweile seit Jahren leer. Die im Inneren befindlichen Veranstaltungsräume stellen sich als spannender Raum für verschiedenste Projekte dar, eine längerfristige Nutzung erscheint aufgrund des großen Aufwands zur Reaktivierung der alten Kinoräume für eine neue Nutzung vorerst fraglich.



9 —



7 —



10 —



8 —



11 —



1
Bremerhaven-Lehe

2
Alte Bürger / Mitte

3
Geestemünde

4
Fischereihafen

Aktionsraum

Potentialraum

Kreative Orte

★
ehem. Wäscherei Lloydwerft

★
leerst. Gewerbeimmobilie

★
ehemaliges Kino ALADIN

★
Bürgermeister-Smidt-Str. 218

★
Drachenschenke

★
Bauhof

★
ehemaliges Variete

★
Milchbar

★
Café National

★
ehemalige Molkerei

★
ehemaliges Kino APOLLO

★
ehemaliges Seemannsheim

★
Fisch- und Auktionshalle X

Einschätzung Kreativquartiere

EMPFEHLUNGEN

Die an dieser Stelle folgenden Empfehlungen greifen die vorhandenen Stärken Bremerhavens auf und entwickeln Vorschläge, wie diese durch Angebote ergänzt und gestärkt werden können. Dies soll dabei im Einklang mit den Wünschen der lokalen Akteure geschehen. Im Fokus stehen Projekte, die in relativer Autonomie und Unabhängigkeit von öffentlichen Zuschüssen realisiert werden und durch die Akteure selbst getragen werden können.

Vorgehensweise



Um die in der Befragung mit den ExpertInnen und vor allem die von den Kreativen geäußerten Wünsche und Bedürfnisse zu erfüllen, wird eine Vorgehensweise empfohlen, die sich stark an den beschriebenen vorhandenen Stärken und Potentialen Bremerhavens orientiert. Diese werden schon genutzt und sollten noch weiter ausgebaut werden. Sie sind als allgemeine Empfehlung formuliert, die für alle Maßnahmen greifen sollte. Dazu wurden drei räumliche Empfehlungen ausgesprochen, die konkrete Maßnahmen zur Umsetzung von Raumbedarfen aufzeigen.

In der Umsetzung der Projekte ist es wichtig, dass sie in die öffentliche Wahrnehmung Bremerhavens einfließen. Diese ist weiterhin, trotz der Havenwelten, ambivalent. So gaben viele der befragten UnternehmerInnen zum Beispiel an, dass sie Probleme haben geeignete MitarbeiterInnen zu finden und diese nach Bremerhaven zu holen. Eine Stärkung des Standorts Bremerhaven bedeutet somit auch eine Stärkung der vorhandenen Unternehmen.

Dies ist vor allem wichtig, da als eine der Schwächen von Bremerhaven der begrenzte lokale Markt genannt wurde. Dieser mache es besonders für Berufseinsteiger schwierig, Fuß zu fassen. Der Blick auf die Milieus der Jungen Etablierten und Karrieristen und der Alten Hasen zeigt dabei, dass es mit einiger Erfahrung gelingt sich Nischen und Märkte zu schaffen, die nicht unbedingt in Bremerhaven liegen müssen.

Es ist für alle Maßnahmen zu berücksichtigen, dass die in den Interviews ermittelte Nachfrage nach Räumen auf einen, vorläufig, überschaubaren Bedarf an Flächen hinausläuft. Zur weiteren Umsetzung werden daher Maßnahmen empfohlen, die Raumangebote unterstützen, die nur schwer in Eigenregie entwickelt werden können sowie perspektivische Maßnahmen fördern.

Bremerhaven(s) Stärken



Die Offenheit Bremerhavens gegenüber ungewöhnlichen Projekten und die Möglichkeit mit seinen Ideen schnell sichtbar zu werden, bietet einen großen Anreiz für Kreative, vor allem aus dem Milieu der Jungen Wilden und dem der Jungen Karrieristen, die mit neuen Ideen in ihr Berufsleben starten wollen. Anstatt in einer der großen Metropolen in der Vielzahl von Kreativen unterzugehen, erfahren sie viel schneller eine Wertschätzung für ihre Ideen und bekommen sofort ein Feedback zu ihrer Arbeit.



**GUTE SICHTBARKEIT,
OFFENHEIT FÜR NEUE IDEEN:
START-UPS UND
NEUEN PRODUKTEN
EINE BÜHNE
IM STADTRAUM GEBEN**

Die starke Identifikation mit der Stadt Bremerhaven, die sich in vielen der Gesprächen mit den Kreativen gezeigt hat, ist gerade für die Kultur- und Kreativwirtschaft, in der sich viele der Arbeitenden durch einen mobilen, vom Standort vergleichsweise unabhängigen Charakter definieren, eine große Stärke. Die vielen EinzelunternehmerInnen können so zum Teil einer Gemeinschaft werden und sich über ihre Arbeit hinaus für die Stadt engagieren.



**STARKE IDENTIFIKATION
MIT DER STADT:
ORTE SCHAFFEN, AN DENEN
SICH DIE „SZENE“ TRIFFT,
SICH KENNENLERNT UND
SICH VERNETZT UND DIE ÜBER
BREMERHAVEN
HINAUS AUSSTRAHLEN**

Gerade für junge Menschen bietet Bremerhaven günstige Lebenshaltungskosten und eine relativ gute kulturelle Infrastruktur. Hier können sie auch an „verrückten“ Ideen arbeiten, ohne sofort wirtschaftlich erfolgreich sein zu müssen, was vor allem für das Milieu der Jungen Wilden wichtig ist. Gerade im Vergleich zu teuren Städten wie Oldenburg oder Hamburg, aber auch Bremen, könnte Bremerhaven hier zu einer ortsnahen Alternative werden.



**EXPERIMENTIERRAUM:
„GÜNSTIGE“ RÄUME
SCHAFFEN
UND ANBIETEN**

Unterstützung von kreativen Räumen



Um Kreativen in der Phase der beruflichen Findung einen Arbeitsraum anzubieten, der ihre berufliche Identität repräsentiert und der in den klassischen Büroetagen nicht angeboten werden kann, sollte in Zusammenarbeit eine geeignete Immobilie gesucht und gemeinsam gestaltet werden. Dieser Ort sollte repräsentativ für Bremerhaven sein und als Andockpunkt für weitere Aktivitäten geeignet sein. Zu diesem Ort gehört zwingend ein Gemeinschaftsbereich, in dem die NutzerInnen zusammenkommen können und auswärtige BesucherInnen Platz finden – ähnlich den Qualitäten einer Kneipe.

Bedeutung

Das eigene Büro ist – nicht nur, aber in starkem Maße für Kreative – Ausdruck der eigenen Philosophie und wichtige Inspirationsquelle. Von diesem Ort aus arbeiten sie, hier empfangen sie potentielle Kunden und hier verbringen sie vor allem einen großen Teil ihres Lebens. Wichtig ist daher, dass es hier eine große Gestaltungsfreiheit gibt und aktiv im Prozess der Darstellung, Präsentation und Gestaltung vor Ort mitgearbeitet werden kann. Historische Gebäude besitzen für Kreative den Charme, dass sie eine Geschichte mitbringen, die mit der eigenen Tätigkeit verbunden werden kann.

Da das eigene Geschäft noch nicht ausreichend gewachsen ist, um alleine größere Räumlichkeiten zu füllen, ist das gemeinsame Nutzen mit anderen Kreativen notwendig und birgt gleichzeitig positive Nebeneffekte. Der Austausch mit KollegInnen in vergleichbarer Lage, das gemeinsame Nutzen von Infrastrukturen, wie es z. B. in Multifunktionsräumen der Fall ist oder auch die Zusammenarbeit an Aufträgen entstehen von Tür zu Tür. Idealerweise verbindet sich mit der Gewerbenutzung auch Ausstellungs-, Veranstaltungs- und Gemeinschaftsfläche, die von allen genutzt und öffentlich zugänglich ist.

Realisierung



Der konkrete Bedarf an Flächen besteht momentan vor allem im Bereich der Jungen Karrieristen und Etablierten. Hier gibt es den Wunsch, die gesichtslosen Räume zu verlassen, die momentan genutzt werden. Bei entsprechenden Preisen oder Angeboten könnten die Räume auch für die Jungen Wilden und Teile der Alten Hasen interessant werden, die hier an größeren Projekten arbeiten könnten.

Als Ort für die Umsetzung dieses Raums bietet sich die Alte Bürger an. Die beschriebene Nähe zu weiteren Kreativen und das vorhandene Angebot in Freizeit- und Kultureinrichtungen schaffen hier Anknüpfungspunkte. Interessant könnten auch Standorte in Lehe, Geestemünde oder im Fischereihafen sein, wenn es gelingt ein Objekt zu aktivieren, das dann in die weitere Nachbarschaft ausstrahlt.

In der Organisation eines entsprechenden Objekts ist es in seiner Anfangszeit wichtig, dass es koordiniert wird. Es gilt NutzerInnen zu finden, die zu einander passen und die auch den Ehrgeiz und die Fähigkeiten haben, sich selbst stark in das Projekt einzubringen. Eine räumliche Nähe zu dem Projekt ist unabdingbar. Wichtig ist es zudem, dass die OrganisatorInnen über Netzwerke in die Kreativwirtschaft verfügen. So gibt es schon Konzepte

in den Schubladen einiger Akteure (z. B. bei Herrn Jens Rillke), so dass hier angeknüpft und Kooperationen erarbeitet werden können.

Als Objekt wird der ehemalige Bauhof in der Schleusenstraße 17–19 vorgeschlagen. Dieses Objekt verfügt über die notwendige heterogene Struktur, es bietet unterschiedliche Raumtypologien für unterschiedliche Nutzungen, es liegt in räumlicher Nähe zur Alten Bürger, ist verkehrlich gut angebunden und verfügt auch über eine Erweiterungsfläche, die z. B. über Mobilbauten erschlossen werden könnte. Interessante Objekte könnten auch die ehemalige Molkerei in der Rheinstraße nach dem Auszug der SWB oder die Halle X im Fischereihafen sein.

Die Unterstützung durch die öffentliche Hand sollte hier insbesondere in der Phase des Start greifen. In dieser gilt es die geeigneten NutzerInnen zu finden und das Projekt in der Stadt zu etablieren. Dieser Prozess benötigt eine laufende Moderation sowie eine gute Kommunikation nach außen. Sinnvoll ist es sicherlich, in diesem Zeitraum auch Veranstaltungen vor Ort zu organisieren, die das Interesse steigern. Nicht zuletzt dient diese Prozessbegleitung auch dazu, eine langfristige Betreiberstruktur zu finden. Für das Herrichten des Objekts sollten hingegen keine großen Summen investiert werden.



★
Lage an der
Alten Bürger

★
Nähe zu Kultur- und
Freizeitangeboten

★
Raumstruktur
heterogen

★
Bausubstanz
gut

★
Projektpartner
vorhanden

★
Erweiterungs-
flächen

★
Erreichbarkeit
gut

★
InteressentInnen
vorhanden

★
KREATIVER
ORT

ehemaliger Bauhof
Schleusenstraße

Schaffung von Anlaufstellen



Als eine wichtige Forderung von verschiedenen Kreativen wurde das Schaffen von Anlaufstellen in Bremerhaven genannt. Also Orte, an denen man sich durch Vorträge oder Kurse weiterbilden kann. Ebenso gab es den Wunsch nach Orten, die einen informellen Treffpunkt darstellen, an dem man sich nach der Arbeit mit KollegInnen austauschen und ohne großen Druck an seinen Ideen arbeiten kann.

Bedeutung

In den Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit vielen KleinstunternehmerInnen, mit Start-Ups oder SeiteneinsteigerInnen, besteht ein Bedarf nach Austausch und Weiterbildung, der im eigenen Unternehmen nicht geleistet werden kann. Es werden Aufträge übernommen, die mit dem eigenen Profil nicht komplett bearbeitet werden können und daher die Kollaboration mit anderen Kreativen bedingen. Für (mögliche) BerufseinsteigerInnen stellt sich die Frage, ob sich ihre Ideen tragen und wie sie diese erproben können.

Eine Anlaufstelle für diese Fragen und Bedürfnisse ist idealerweise ein Ort, der sich variabel nutzen lässt. Er sollte die Möglichkeit zur temporären Arbeit bieten, die

Möglichkeit schaffen sich in ungezwungener Atmosphäre austauschen zu können und er muss eine gewisse Infrastruktur gewährleisten. Im besten Falle ist er eine Mischung aus Café, Büro und Werkstatt, aber in seinen Dimensionen kleiner als der kreative Raum. Ein „Co-Working Space“ würde einen Teil dieser Anforderungen aufnehmen. Projekte wie das noon gehen darüber hinaus und sind noch mehr, nämlich Café, Veranstaltungsraum und Arbeitsplatz in einem.

Realisierung



Der Bedarf in Bremerhaven zeigt sich sowohl auf Seiten der Jungen Karrieristen und Etablierten, als auch der Jungen Wilden. Diese verfügen noch nicht über die eingespielten Netzwerke und zeigen sich gegenüber Neuerungen und Austausch sehr offen. Der eher informelle Charakter der empfohlenen Anlaufstelle spricht sie nicht nur über professionelle, sondern auch über kulturelle und soziale Angebote an. Als Ort würde sich ebenfalls die Alte Bürger anbieten.

Der Betrieb der Anlaufstelle sollte in privater Regie geschehen, ideal wäre ein/e BetreiberIn, die in der Kreativwirtschaft verankert ist und die Bedürfnisse der Kreativen kennt. Eine komplette Finanzierung der Anlaufstelle alleine durch einen Cafébetrieb und die Vermarktung der Veranstaltungsflächen erscheint allerdings unwahrscheinlich, daher sollte der/die BetreiberIn auf „eigenen“ Beinen stehen.

Im Gespräch mit Herrn Lückehe von der StäWoG wurde das Interesse geäußert, eine der Immobilien in der Alten Bürger zu erwerben und Vorschläge für eine Kreativnutzung im Erdgeschoss zu prüfen und ggf. zu unterstützen. Die oberen Etagen würden in diesem Konzept als attraktive Wohnungen vermarktet.

Als Objekt für die Anlaufstelle wird die Bürgermeister-Smidt-Straße 218 empfohlen, wenn sich hier eine Nutzung in Absprache mit dem Eigentümer realisieren lässt. Dieses Objekt verfügt über die entsprechende Größe, um neben dem Cafébetrieb auch Veranstaltungen und Arbeitsplätze zu beherbergen. Die leerstehende Drachenschenke, das Café National und die ehemalige Milchbar in der Lloydstraße verfügen über eine gute Lage, sind aber in ihren Räumlichkeiten eingeschränkt.

Die Unterstützung durch die öffentliche Hand sollte sich auf die Raumsuche, die Vertragsverhandlungen und die Ausstattung beschränken. Ein Eigenbetrieb oder eine dauerhafte Förderung ist nicht zweckmäßig.



★
Lage an der
Alten Bürger

★
Nähe zu Kultur- und
Freizeitangeboten

★
Raumgröße
gut

★
Ausstattung
vorhanden

★
Projektpartner
vorhanden

★
KREATIVER
ORT

Bürgermeister-
Smidt-Straße 218

Förderung des Zugangs zu Räumen



In den Interviews zeigte sich, dass viele Kreative immer wieder eigenständig auf der Suche nach günstigen Räumen für ihre Projekte sind. Die Kontaktaufnahme zu den EigentümerInnen und die Verhandlung über Konditionen für überschaubare Projekte stellt sich dabei häufig als Problem dar, zumal auch die Eigentümerstruktur häufig sehr schwierig ist.

Bedeutung



Die Untersuchung hat gezeigt, dass es in Bremerhaven momentan viele ungenutzte Räume gibt, die mit geringem Aufwand wieder in eine Nutzung gebracht werden könnten. Auf der anderen Seite hat sich auch gezeigt, dass es eine stete Nachfrage nach eben solchen Räumen gibt. Im besten Fall könnten hier also zwei Potentiale zusammengebracht werden. Allerdings gilt es dabei zu bedenken, dass es sich hier um eine Nachfrage handelt, die sich vorerst nicht an den regulären Marktkonditionen orientieren kann, sondern vielmehr auf Basis einer Zwischennutzung Räume nutzt und pflegt, bis dann eine reguläre Nutzung zu Stande kommt.

Realisierung



Die Quartiersmanager in Geestemünde, zukünftig in Lehe und der Quartiersmeister in der Alten Bürger, sind in den Stadtteilen schon jetzt gut vernetzt und im Kontakt mit den EigentümerInnen der vorhandenen Leerstände – hinter denen oft auch komplexe Geschichten stehen. Als Einrichtung, die auch von den Geschäftsleuten der Quartiere unterstützt werden, besitzen sie eine ökonomische Reputation. Auf der anderen Seite sollte von Seite der BIS eine Anlaufstelle geschaffen werden, die Raumanfragen entgegennimmt, filtert und an die Quartiersmanager weiterreicht.

InterviewpartnerInnen

Nils Schnorrenberger
Stephan Limberg
Eric Pommer

BIS Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH

Jochen Hertrampf
Kulturbüro Bremerhaven

Ingo Beck
Musikschule Beck

Thilo Kelling
Agentur Kelling

Dorothee Starke
Ehemalige Geschäftsführerin
„TiF – Theater im
Fischereihafen GmbH“

Uwe Kiupel
BIS Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH

Prof. Dr. Holger Rada
Hochschule Bremerhaven,
Bachelorstudiengang
Digitale Medienproduktion

Jens Rillke
Quartiersmeister Alte Bürger,
Foto Cario

Ulf Dyszak
Werbeagentur Dyszak

Stefanie Brockkamp
Stefanie Schröder
Kopfgeflüster

Niklas Gisbert
one three three

Tania Breyer
RKW Kompetenzzentrum
Kultur- und Kreativwirtschaft

Cathrin Schultz
Kathrin Sievers
Architekturbüro
Schultz & Sievers

Steve Cottel
Kevin Ricke
Rock-Center

Marco Schemien
Elbe-Weser-Werkstätten

Thomas Böhm
BOEHM.KLEINHANN.S.MOISEENKO

Dr. Kai Kähler
Kunstverein Bremerhaven

Kathleen Ann Barberio
Tänzerin und Choreographin

Angela Färber
Keramikwerkstatt Bremerhaven

Jo Drahtjer
d-signs / Grafik + Design

Rob Hardt
SedSoul Records

Markus-Daniel Abeling
MAB Fotografie

Stefanie Bressel
Rechtsanwältin,
Kanzlei im Zentrum

Sieghard Lückehe
StäWoG

Hajo Oft
Selbstständig, DIY Center

Thomas Ventzke
Quartiersmanager Geestemünde

Uwe Schwartz
Kunsthistoriker, M.A.
Landesamt für Denkmalpflege,
Bremen

Michael Penz
Fischereihafen-
Betriebsgesellschaft mbH

Quellen

Bevölkerungszahlen

www.bremerhaven.de/stadt-politik/stadtinformation/statistik-und-zahlen/bevoelkerung-nach-kommunaler-fortschreibung.10250.html

Leerstand

Leerstand-Index, empirica

Pendlerzahlen

Die Pendler in Bremen und Bremerhaven und „umzu“
Eine Untersuchung der Arbeitnehmerkammer Bremen
Bernd Strüßmann Referat regionale Strukturpolitik
Bremen, im September 2009

Tourismus

Statistisches Landesamt Bremen
In: Tourismuskonzept Land Bremen 2015

Nahrungsmittelindustrie

www.aquaculture-forum.de/de/bremerhaven/fisch-und-lebensmittelwirtschaft.html

Werften

www.iaw.uni-bremen.de/rhickel/pdf_dateien/veroeff-Gutachten-SSW.pdf

Logistikbranche

bremenports GmbH & Co. KG, Bremerhaven
In: Zukunft Hafen

Offshore

www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/energiewende-offshore-flaute-in-bremerhaven-a-952735.html

Impressum

Herausgeber

BIS Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH
www.bis-bremerhaven.de

Inhaltlich verantwortlich

AAA GmbH, Oliver Hasemann und Daniel Schnier
www.aaa-bremen.de

Text und Redaktion

Oliver Hasemann, Pauline Kruse, Daniel Schnier

Gestaltung

Nachtigahl // Gestaltung im Dialog
www.nachtigahl.de

Grafik „Eckdaten zur
Wirtschaftsentwicklung 1992 – 2012“
Yann Colonna

Fotografien

Daniel Schnier, mit Ausnahme von:
Wächterhäuser Leipzig, Samuel Peters, 2008
Kalle – die „Kreative Halle“, Saskia Behrens, 2013

Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH

bis





Rezepte

RATATOUILLE



**EXPÉRIENCE PASSE
SCIENCE**

PROBIEREN GEHT
ÜBER STUDIEREN



Die räumliche Bedarfsanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014, RATATOUILLE, zeigt für Bremerhaven anhand von best-practice Beispielen Empfehlungen für Raumangebote auf. In über zwanzig Interviews mit ExpertInnen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft wurden hierzu die benötigten Bedarfe ermittelt und die vorhandenen Stärken der Stadt Bremerhaven festgestellt. Ziel der Empfehlungen ist es, auf diesen Stärken aufzubauen und Projekte anzustoßen, die von den Kreativen selbst getragen werden und zur Eroberung der eigenen Räume einladen.