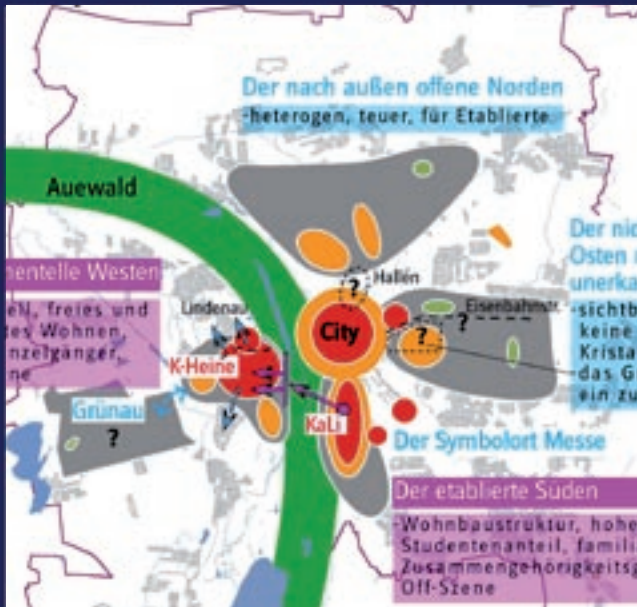




Stadt Leipzig

Dezernat Stadtentwicklung  
und Bau

## STADTWERKSTATT LEIPZIG · REPORT 11



“Leipzig als Labor für kreative Milieus”

Werkstattsitzung vom 29.02.2008

## 11. Stadtwerkstatt "Leipzig als Labor für kreative Milieus"

### Präambel:

Die Leipziger Stadtwerkstatt hat sich seit 1998 als ein Veranstaltungsformat etabliert, bei dem aktuelle Themen der Stadtentwicklungspolitik in einem Kreis von Vertretern aus Politik und Verwaltung, der Stadtplanung und Stadtentwicklung sowie der Wirtschaft und Kultur behandelt werden.

Die 10. Stadtwerkstatt im Juni 2007 griff dabei den Faden für eine integrierte Stadtentwicklungsplanung wieder auf und behandelte vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung, der kommunalen Finanzsituation und einer vehementen öffentlichen Debatte die aktuellen Praktiken und möglichen Perspektiven des weiteren Stadtumbaus in Leipzig.

Damit wurde zugleich eine Staffel an Stadtwerkstätten eröffnet, die in den Prozess der Fortschreibung des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes der Stadt Leipzig als SEKo (Städtebauliches Entwicklungskonzept) eingebunden ist.

Unter dem Titel „Der Stadtumbau auf dem Prüfstand“ kennzeichnete die 10. Stadtwerkstatt Leipzig erneut als ‚Stadt

in Transformation‘. Sie verwies u.a. auf den Standort- und Städtewettbewerb um die Fachkräfte und kreativen jungen Köpfe, das besondere Potenzial der Leipziger Bildungslandschaft mit einem spezifischen Profil, aber dem Fehlen einer Technischen Universität, die ‚Kunstorte‘ als Markenzeichen mit hohem symbolischen Wert und internationaler Ausstrahlung und die Chancen, die sich in den innerstädtischen Räumen im Rahmen einer aktiven Förderung und eines innovativen Stadtumbaus eröffnen.

Daran knüpfte die 11. Stadtwerkstatt an und legte den Fokus auf die Kreativ- und Kulturwirtschaft, die als eine besondere Facette des Leipziger Wirtschaftsprofils und Teil der lokalen Ökonomie entwickelt werden kann. Genauer beleuchtet wurden damit all jene Betriebe, selbständige Unternehmen und wirtschaftlichen Akteure, die an der Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung künstlerischer Produktion sowie an der Vermittlung und medialen Verbreitung kultureller Leistungen beteiligt sind oder dafür Produkte herstellen und veräußern. Eine solche Definition bezieht sich auf aktuelle Betrachtungsweisen seitens verschiedener europäischer In-

stitutionen und darüber hinaus auf einen 2007 vorgelegten Bericht der Enquete Kommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“.

Dabei werden der öffentlich finanzierte sowie der gemeinnützige Sektor der Kultur zwar nicht außer Acht gelassen, aber eher im Sinne von Interdependenzen zwischen öffentlichem, zivilgesellschaftlichem und privatwirtschaftlichem Kulturbetrieb gesehen. Daran zeigt sich die Katalysatorenwirkung der Kreativ- und Kulturwirtschaft in der Kommunikations- und Wissensgesellschaft, die viele Schnittstellen zur Bildungs- und Forschungslandschaft einer Stadt aufweist. Zugleich wird deutlich, dass eine Grenze zwischen dem öffentlichen Teil der städtischen Kultureinrichtungen bzw. der von der Stadt geförderten Institutionen und Vereinen der kulturellen Szene sowie dem privaten Teil des kulturellen Sektors gezogen werden muss. Genau dieser Teil wurde in der 11. Leipziger Stadtwerkstatt in den Mittelpunkt der Diskussion gerückt. Neben einer Positionsbestimmung zum Thema sollte vor allem der Dialog mit den Protagonisten der kreativen Szene in Leipzig gesucht werden.

### Veranstalter

Dezernat für Stadtentwicklung und Bau der Stadt Leipzig

### Moderation

Dr. Siegrid Trommer

### Teilnehmer

Herr Albrecht, Dezernat für Wirtschaft und Arbeit  
Herr Artmann, Regierungspräsidium Leipzig, Abt. 5  
Frau Brück, Stadt Leipzig, Amt für Wirtschaftsförd.  
Herr Deissler, Stadtforum Leipzig  
Frau Diebler, Quartiersmanagement Leipziger Westen  
Frau Domke, Architekturbüro Domke  
Herr Ebert, STADTart Dortmund  
Herr Elsässer, Lokale Agenda  
Frau Fleischer, IHK zu Leipzig, GB Standortpolitik  
Herr Dr. Franke, Stadtverwaltung Halle, Wirtschaftsförd.  
Herr Gormsen, Deutsche Stiftung f. Denkmalschutz  
Herr Grezsiak, Galerie B2\_  
Herr Grüttner, Universität Leipzig, Institut für Finanzen  
Herr Dr. Hähle  
Herr Hartmann, Hartensteiner  
Herr Hauschild, TLG Immobilien  
Herr Prof. Dr. Heilemann, Universität Leipzig, Institut f. emp. Wirtschaftsforschung  
Herr Heinig, Stadt Leipzig, AG SeKo  
Frau Dr. Heymann, CDU-Fraktion  
Frau Huth, Büro für urbane Projekte  
Frau Kahl, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt

Frau Kucharski-Huniat, Stadt Leipzig, Kulturamt  
Herr Kummer, Stadt Halle  
Herr Kunz, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt  
Herr Prof. Dr. Kunzmann  
Herr Dr. Lange, Leibniz Institut für Länderkunde Leipzig  
Herr Prof. Dr. Lenk, Universität Leipzig  
Herr Lohse, Stadt Leipzig, Wirtschaftsförderung  
Frau Mikel, Stadt Leipzig, AG SeKo  
Herr Mothes, HausHalten e.V.  
Herr Neubert, Hartensteiner  
Frau Opitz, CDU-Fraktion  
Frau Prof. Dr. Pahl-Weber, TU Berlin, Institut für Stadt- und Regionalplanung  
Frau Pannike, Stadt Leipzig, AG SeKo  
Herr Paul, Büro für urbane Projekte  
Frau Perl, INSKOPIA  
Herr Pöttsch, SPD-Fraktion  
Herr Quester, Fraktion Bündnis 90/Die Grünen  
Frau Rabenberg, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt  
Herr Rettich, KARO-Architekten  
Frau Prof. Dr. Reuther, Büro für urbane Projekte  
Herr Richter, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt  
Frau Richter, DB Services Immobilien  
Frau Roschig, FEINKOST AG  
Herr Röhner, Westwerk Logistics GmbH  
Herr Schlegel, Fraktion DIE LINKE.  
Herr Schneider  
Frau Schnell, Stadt Leipzig, AG SeKo  
Herr Schulte, Baumwollspinnerei  
Frau Sievers, Stadt Leipzig, AG SeKo

Herr Sklaar, CDU-Fraktion  
Frau Steets, Stadtforum/TU Darmstadt  
Frau Steiner, GfZK  
Herr Sträß, GRAS \*Gruppe Architektur & Stadtplanung  
Herr Stubbe, LWB  
Herr Wappler  
Frau Weinhold, Stadt Leipzig, AG SeKo  
Herr Wölpert, Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt  
Herr zur Nedden, Stadt Leipzig, Bürgermeister

### Ansprechpartner:

Stadt Leipzig  
Stadtplanungsamt  
Tel.: 0341/123-4863  
Fax: 0341/123-4930  
E-mail: stadtplanungsamt@leipzig.de

### IMPRESSUM

Herausgeberin: Stadt Leipzig, Dezernat für Stadtentwicklung und Bau, Stadtplanungsamt  
Redaktion: Iris Reuther (Büro für urbane Projekte)  
Stefan Heinig, Viola Weinhold (Stadtplanungsamt)  
Gestaltung/Grafik/Veranstaltungsfotos:  
Andreas Paul (Büro für urbane Projekte)  
Fotos Titel und Seite 2 sowie 6-7:  
Frank-Heinrich Müller, PHOTOGRAPHIEDEPOT  
Druck: Hausdruckerei der Stadt Leipzig  
Auflage: 90 Stück

**Ablauf im Überblick:**

Begrüßung durch den Veranstalter, Martin zur Nedden,  
Beigeordneter für Stadtentwicklung und Bau und  
Einführung durch den Moderator, Sigurd Trommer

**Referate**

„Die kreative Stadt“  
Prof. Dr. Klaus R. Kunzmann, Potsdam

„Kulturwirtschaft und Bildungslandschaft in Leipzig“  
Dr. Bastian Lange, Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig

„creative leipzig“  
Prof. Dr. Iris Reuther, Büro für urbane Projekte

Diskussion zur Klärung von Positionen mit Referenten  
sowie Experten und Protagonisten der Szene

**Arbeitsgruppen/Diskussionsforen**

- 1\_ Räume, Standorte und Adressen
- 2\_ Standortpräferenzen und Standortqualitäten
- 3\_ „Humuspflge“, Unterstützung,  
Institutionalisierung und Marketing

**Synthese, Erkenntnisse und Empfehlungen****Ende der Veranstaltung**

Veranstaltungsort: KONSUM-Zentrale Leipzig

## Ergebnisse und Empfehlungen der 11. Stadtwerkstatt Leipzig (Zusammenfassung des Moderators)

1\_ Die Vermutung, Leipzig als Labor für ein kreatives Milieu zu charakterisieren, hat sich im Ergebnis der facettenreichen und durchaus kontroversen Diskussion bestätigt. Sie wurde sowohl von externen Experten, Protagonisten dieser neuen Wirtschaftsbranche aus Leipzig und verschiedenen Partnern der Stadtentwicklung bekräftigt. Die Kreativ- und Kulturwirtschaft kann mittel- und längerfristig eine tragfähige Säule des Leipziger Wirtschaftsprofils werden, wenn eine Vernetzung mit anderen Clustern und eine enge Verzahnung mit der spezifischen Leipziger Bildungslandschaft gelingt. Nun bedarf es einer Schärfung des Profils und einer Integration weiterer Protagonisten und Partner, um allen Potenzialen und Facetten in der Stadt Leipzig gerecht zu werden. Neben dem konkreten räumlichen Bezug gilt es, das Beziehungsgeflecht der Unternehmen und Akteure in der zugehörigen Szene zu stärken und das Thema auch als Markenzeichen der Leipziger Stadtentwicklung zu etablieren.

2\_ In Leipzig haben sich auf Grund der wirtschaftlichen Strukturbrüche in den 1990er Jahren und ihren Folgen für die Stadtstrukturen und Transformations-

räume weitaus schneller als in anderen Städten und Metropolregionen (wie z.B. im Ruhrgebiet) die entsprechenden Entwicklungsbedingungen für die Ansiedlung von Unternehmen der Kreativ- und Kulturwirtschaft herausgebildet. Aus dieser Dynamik lässt sich Energie für die Etablierung dieser neuen Branche gewinnen. Wahrscheinlich sind auch weniger Ressourcen für ihre weitere Ausprägung erforderlich. Es sind genügend geeignete Orte, ein offenes und tolerantes Klima, aber vor allem geringe Barrieren sowie günstige ökonomische Bedingungen für die Aneignung von Räumen vorhanden. Zugleich bietet die Stadt tragbare und attraktive Lebensbedingungen für Auszubildende, Studierende, Absolventen, junge Familien und kreative Köpfe. Diesen Vorteilen stehen das Manko einer geringeren Kaufkraftdichte, Kapitaldecke und einer noch wenig ausgeprägten internationalen und globalen Verflechtung der kreativen Szene insgesamt gegenüber. Eine Ausnahme bilden aktuell die Leipziger Künstler und Absolventen der Hochschule für Graphik und Buchkunst.

3\_ Die Stadt hat auf Grund ihrer räumlichen Grundkonstellation eine besondere Begabung für kreative urbane Milieus. Hierzu zählen die räumliche Dichte, die robuste Nutzungsgemischte Struktur, viele verfügbare Räume in ehemals industriell genutzten Arealen, identitätsstiftende kulturelle Adressen und die Tradition einer besonderen Kultur- und Bildungslandschaft. Diese Eignung ist insbesondere in der Innenstadt sowie in den inneren Stadtteilen, aber auch in den attraktiven Verknüpfungen mit einer hochmodernen Verkehrsinfrastruktur (Mobilitätsangebote aller Art und Erreichbarkeit) und im stadtreionalen Kontext einer bedeutenden europäischen Kulturlandschaft (der Reformation, der Aufklärung, der Moderne und inzwischen auch postindustrieller Positionen) angelegt. Die Stadt verfügt auf Grund ihres sozialen und kulturellen Kapitals über einen Bedeutungsüberschuss an kreativen Potenzialen und Köpfen, der national, international und auch global wahrgenommen wird und inzwischen (trotz oder gar wegen der Konkurrenz durch die Metropole Berlin) eine interessante Anziehungskraft entfaltet. Der Bildenden Kunst kommt dabei die Rolle eines Markenzeichens

zu. Der Designbereich gehört weltweit zu den Leitdisziplinen. Außerdem können besondere Potenziale auf den Gebieten der Musik und der Literatur für Leipzig benannt werden.

4\_ Die in der Werkstatt präsentierte Lesart für kreative Räume der Stadt hat sich in ihrem Grundansatz bestätigt und konnte weiter verfeinert werden. Daraus ergibt sich eine erste, thesenhafte Lesart für die Verortung der Kreativ- und Kulturwirtschaft in entsprechenden Milieus. Hierzu gehören:

- die ‚kulturell gesetzte Innenstadt‘ mit den dort angesiedelten Kunst- und Kulturinstitutionen, die insbesondere durch die Eröffnung bzw. Wiedereröffnung von prominenten Museen an Symbolkraft und Ausstrahlung gewonnen hat;
- der ‚etablierte Süden‘ mit einem hohen Studentenanteil, einer familienfreundlichen Atmosphäre, einem starken Zusammenhalt der Bewohner und einer spezifischen Off-Szene entlang der ‚KarLi‘ und in Connewitz;
- der ‚experimentelle Westen‘, der vom Mythos der Baumwollspinnerei als Kunstort inspiriert ist und gerade von den Raumpionieren und kreativen Einzelgängern einer Off-Off-Szene erobert wird, zugleich interessante Wohnangebote bereit hält und insbesondere im Bereich von Lindenau noch offene Flanken und Aufnahmekapazitäten bietet.

Sowohl der Süden, als auch der Westen von Leipzig profitieren von ihrer engen Nachbarschaft zum Auewald und den Wasserläufen. Beide Stadtteile haben über das Musikviertel eine interessante Verknüpfung mit den verschiedenen Kunsthochschulen der Stadt.

Eine nuancierte Einschätzung erfahren:

- der seitens der Kultur- und Kreativwirtschaft noch ‚wenig entdeckte Osten‘, der erste Pioniere verzeichnet und unerkannte Phänomene aufweist, der von einem deutlich sichtbaren Migrantenanteil geprägt ist und noch keine ‚Leuchttürme‘ zu bieten hat;
- dem ‚nach außen offenen Norden‘, von dem einige Teile (wie die Nordvorstadt mit dem Zoo und seinem Umfeld oder das süd-

liche Gohlis) noch zur Innenstadt gehören, der wegen seiner fließenden Übergänge in den prosperierenden Nordraum der Stadt und die Stadtregion eher heterogen wirkt und in seinen Kernbereichen aufgrund der Kostenentwicklung vorwiegend die Etablierten und Situiereten anzieht.

Die hier festgehaltene Lesart zu den kreativen Räumen von Leipzig mit entsprechenden Milieus stellt eine Momentaufnahme dar. Offen ist die Frage, ob und in welche Richtung der Schwarm der Kultur- und Kreativwirtschaft weiterzieht oder sich ausbreitet: In den Industrie- und Gewerbegebiete zwischen dem gefragten Plagwitz bzw. Lindenau und Grünau, weil hier noch genügend Räume und interessante Orte zu finden sind? Oder nach Osten, weil dort das ehemalige graphische Viertel mit seinen historischen Industriestandorten an Anziehungskraft gewinnt? Oder nach Norden auf die ausgedehnten Flächen der ehemaligen Freiladbahnhöfe mit ihren spezifischen Freiräumen? Solche Fragen nach der Perspektive dieser Räume können derzeit noch nicht genauer beantwortet werden, bedürfen aber einer laufenden und kleinräumigen Beobachtung. Dabei scheint es hilfreich, neben der Betrachtung der Räume auch das sich entwickelnde Beziehungsgeflecht der kreativen Szene und ihrer verschiedenen Facetten einzubeziehen.

5\_ In der Werkstatt sind eine Reihe konkreter Projektvorschläge entwickelt worden, die es aufzugreifen und in Kooperation mit den interessierten und noch zu gewinnenden Partnern mit Leben zu erfüllen gilt. Hierzu gehören:

- Die Benennung und erste Unterstützung eines Initiativkreises ‚Kreatives Leipzig‘ in Anknüpfung an die 11. Stadtwerkstatt im Sinne eines Ansprechpartners und Begleitgremiums zur Verankerung des Themas in der Stadt;
- Die Installierung einer Informations- und Kommunikationsplattform im Internet, die als Kooperationsprojekt zwischen den Unternehmen und Akteuren der Kreativwirtschaft, zuständigen Verwaltungsbereichen der Stadt und Institutionen der Wirtschaftsförderung angelegt ist;
- Konkrete Projekte, wie die Etablierung eines besonderen Shop-Systems oder zunächst auch eines ersten Standortes in prominenter Innenstadtlage bzw. mit

engem räumlichen Bezug zu einer Kultur- und Kunstinstitution, der als Nukleus für die Erschließung eines bis dato in Leipzig nicht vorhandenen Marktes für junge Designer (und andere) fungieren kann.

Analog hierzu sollten für weitere spezifische Teile der kreativen Szene konkrete Projekte generiert werden; dabei können die PopUp oder auch die Leipziger Buchmesse ggf. Anknüpfungspunkte bieten;

- Die Veranstaltung von Crossover-Workshops, in denen sich Akteure der etablierten Wirtschaftscluster von Leipzig mit Protagonisten der kreativen Szene über Standortprofile, Marketingaspekte, Zukunftsfelder, Kooperationsmöglichkeiten usw. austauschen.

6\_ Der Geist, der Schwung und die Mitwirkungsbereitschaft vieler Teilnehmer der 11. Stadtwerkstatt sollten genutzt werden, um in der Stadt Leipzig ein unabhängiges, interdisziplinär besetztes ‚Board‘ im Sinne eines Initiativkreises und einer durch Personen getragenen Kommunikationsplattform zu installieren. Dieser Kreis kann die Rolle eines Katalysators in weiteren Diskussionen spielen, aber auch als Ideengenerator und Ansprechpartner fungieren. Er lebt vom Engagement seiner Mitwirkenden und kann für die weitere Kommunikation und Etablierung des Themas in Leipzig eine tragende Funktion übernehmen. Neben den Interessenten, die sich im Rahmen der 11. Stadtwerkstatt zu einer Mitwirkung bereit erklärt haben, bietet ggf. das Begleitgremium des am Institut für Länderkunde betriebenen europäischen Forschungsprojektes einen Anknüpfungspunkt für die geeignete Besetzung eines solchen Initiativkreises.

7\_ Bezogen auf die integrierte räumliche und städtebauliche Entwicklung der Stadt und stadtentwicklungspolitische Präferenzen für den künftigen Stadtumbau ist es erforderlich, die strategischen Räume für die kreativen Milieus und ihre genauere Verortung im Stadtraum im Rahmen des SEKo zu behandeln. Dabei muss man sich mit dem Paradoxon einer „dynamischen Verortung“ auseinandersetzen. Überdies geht es darum, das spezifische Profil im Rahmen der Wirtschaftsförderung zu verankern sowie die Ressourcen der kulturellen Netzwerke zu nutzen und die Schnittstellen zu den Hochschulen und Kunstinstitutionen herzustellen.

## Begrüßung und Anliegen

Herr Martin zur Nedden, Bürgermeister für Stadtentwicklung und Bau, begrüßte als Gastgeber der Veranstaltung die erschienenen Gäste und eröffnete die 11. Leipziger Stadtwerkstatt. Er verwies auf die gerade anstehende Fortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes und betonte, dass die Kreativ- und Kulturwirtschaft ein Markenzeichen von Leipzig darstellt und damit ein wichtiger Baustein des Stadtumbauprogramms geworden ist.



Er bemerkte, dass Leipzig in Hinblick auf die Erforschung seiner eigenen Kultur- und Kreativwirtschaft „nicht an der Spitze der Bewegung“ steht, deren Potenziale aber nicht zu unterschätzen seien. So führt die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages in ihrem im November 2007 erschienenen Schlussbericht „Kultur in Deutschland“ an, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2004 eine Bruttowertschöpfung von 58 Mrd. Euro erreichte und damit nur knapp hinter der Automobilindustrie rangierte. Zudem verfügen die in dieser Branche Tätigen über ein weit über dem Durchschnitt liegendes Qualifikationsniveau. Es handelt sich also nicht um eine Randerscheinung, sondern um einen prosperierenden und zukunfts-trächtigen Wirtschaftszweig sowie eine tragende Säule der Wissensgesellschaft. Bundesländer wie Nordrhein-Westfalen haben dies schon länger erkannt und konnten vor kurzem bereits den 5. Kulturwirtschaftsbericht mit Empfehlungen und Maßnahmen für die Zukunft vorstellen. Das Thema wird jedoch auch in Leipzig zunehmend öffentlich präsent und erreicht u.a. durch gezielte Aktivitäten im Rahmen eines Forschungsprojektes am Leibniz-Institut für Länderkunde oder der Auftaktkonferenz der Metropolregion Sachsendreieck sowie in Diskussionsforen im Zuge der Designers'Open oder Beiträgen des Stadtmagazins Kreuzer eine wachsende Popularität. Der erste Leipziger Kulturwirtschaftsbericht steht inzwischen

kurz vor der Auftragvergabe. Damit wird die Frage offenkundig, wie man sich in der Stadt Leipzig zu dieser neuen Facette des Wirtschaftsprofils positioniert und welchen Platz man im Vergleich mit anderen Städten einnehmen will.

In diesem Sinne wünschte sich Herr zur Nedden eine offene Diskussion mit den Experten und Gästen und freute sich besonders über die Bereitschaft einiger Protagonisten der Leipziger Szene zur aktiven Mitwirkung in der 11. Leipziger Stadtwerkstatt. Vor allem zur Rolle der Kulturwirtschaft im Zusammenhang mit dem Stadtbau und im Bezug auf strategische Projekte und praktische Maßnahmen erhoffte sich der Bürgermeister für Stadtentwicklung und Bau wichtige Impulse aus dem traditionellen Diskurs der Werkstatt.

Damit übergab Herr zur Nedden das Wort an den Moderator der Veranstaltung, Herrn Sigurd Trommer. Dieser illustrierte das Thema der Stadtwerkstatt zunächst mit einem Exkurs nach City of New York - in eine Stadt, die nicht nur von Finanzen, sondern vor allem auch durch die Kulturwirtschaft geprägt wird. New



York lebt trotz seiner Immobilienpreise und Verkehrsnöte von einem besonderen Mythos der Künste und der Künstler. Die Stadt hat diesen Sektor seit Jahrzehnten in all seinen Facetten kultiviert, obwohl viele Produzenten von Kunst und Kultur aktuell solche Städte wie Berlin um ihre günstigen Immobilien- und Mietpreise beneiden. Auch in London steht die Kreativwirtschaft als Wirtschaftssektor an zweiter Stelle. Zusammen mit Hong Kong spricht die Fachwelt von dem Gebilde ‚NyLonKong‘ – „eine Art globales Sachsendreieck“, so Trommer scherzhaft. Also: Learning from New York? Damit fand er den Anknüpfungspunkt für die Kreativ- und Kulturwirtschaft in Leipzig, die Erfahrungen internationaler Metropolen aufgreifen kann, vielleicht schneller ist und sich auf Kernpunkte konzentriert. An dieser Stelle

formulierte der Moderator ein erstes Plädoyer für einen tragfähigen Schwerpunkt der Stadtentwicklung und zugleich für ein geeignetes Aushängeschild der Stadt. Dann informierte Herr Trommer über den Verlauf der Veranstaltung, stellte die Expertinnen und Experten vor, forderte die Anwesenden dazu auf, sich in einer offenen Gesprächsrunde auszutauschen und wünschte sich vor allem von den Protagonisten der kreativen Szene in Leipzig, dass sie sich bemerkbar machen. Den Einstieg in die erste Gesprächsrunde und die Arbeitsgruppen der Werkstatt leisteten drei Impulsbeiträge.

## Die Kreative Stadt

„Keine Stadt kann es sich heute leisten, nicht kreativ zu sein.“ Mit diesen Worten führte Klaus Kunzmann in seinen Vortrag ein und unterstrich sogleich die Crux der Thematik im Bezug auf das Anliegen der Veranstaltung. Die Städte suchen alle aus vergleichbaren Gründen die eigenen kreativen Potenziale, erforschen und kommunizieren oder propagieren sie, um sie letztlich über Dokumentationen und Veranstaltungen zum Thema im Profilierungsprozess als Standort sowie im Stadtmarketing einzusetzen. Vor diesem Hintergrund hat der Begriff der ‚Kreativität‘ den Begriff der ‚Innovation‘ abgelöst, obwohl es ein synonymes Verständnis dafür gibt und niemals negative Konnotationen davon ausgehen sollen. Doch was genau ist der Mehrwert von ‚Kreativität‘ im Bezug auf die Stadt? Nach Klaus Kunzmann ist es vor allem die Entwicklung einer neuen Antenne für Anliegen von Kultur und Städtebau in Kreisen der Wirtschaftsförderung. Ob eine Stadt es will oder nicht, sie steht in einem harten Wettbewerb. Mit dem Blick auf diverse Städte-Rankings fallen zahlreiche Metropolen und aufsteigende global cities ins Gewicht, so dass es schon mehr lohnt, auf konkrete Projekte ausgewählter und vergleichbarer Städte zu schauen. So konnte die Stadt Zürich mit ihrem ehemals industriell geprägten Trendquartier Zürich-West aufwarten und in Helsinki hat der Stadtteil Arbianranta Furore für das kreative Potenzial der skandinavischen Metropole gemacht. Ob eine Stadt kreative Milieus ausprägen und sich in dessen Folge als kreativ bezeichnen kann, ist vor allem eine Frage der globalen Erreichbarkeit, der Bezüge zu

einer besonderen Geschichte und eines im Städtetourismus vermittelbaren Images, aber auch des Vorhandenseins medial präserter Lifestyleorte und bekannter Szenequartiere. Hinzu kommen renommierte Ausbildungsstätten auf dem Kultur- und IT-Sektor, bezahlbare Mieten und Immobilien für Kreative und vor allem regionale Netzwerke, eine lokale Nachfrage, konsumfreudige Verbraucher und großzügige Mäzene am Ort und in der Region.



An dieser Stelle legte Klaus Kunzmann den Fokus auf einige wesentliche Kriterien zur Förderung der Kreativ- und Kulturwirtschaft: Sie haben große Wirkung für das Image, einen hohen Grad an Arbeitszufriedenheit und Bindung an den Standort, sind hinsichtlich der Arbeitskosten niedrig und der Arbeitsstrukturen flexibel und lassen sich auf Grund ihrer Größenordnung (Klein- und Mittelbetriebe) und Eigentumsquote gut in bestehende Stadtstrukturen integrieren. Sie können Stadtquartiere in Wert setzen und eignen sich für Zwischennutzungen.

Auf diesen Kriterien basieren die Raumansprüche und schließlich auch die räumlichen Wirkungen der Kreativ- und Kulturwirtschaft. Die ‚ kreativen Räume ‘ in Städten umfassen deshalb ‚ Kulturmeilen ‘, beleben öffentliche Plätze, geben altindustriellen Brachen ein neues Gesicht und erobern sich bis dato Verschlussenes und Verborgenes. Die bereits für New York konstatierten Erfahrungen zeigen, dass insbesondere in den großen Metropolen und global cities häufig ein Gentrifizierungsprozess abläuft, der die ‚ Eroberungsräume der Kreativen ‘ rasch verändern kann. Deshalb legte Klaus Kunzmann den Städten – und damit auch Leipzig – eine dezidierte, das Thema und die Szene umfassend reflektierende Strategie nahe und warnte vor ‚ strategischen Spielen ‘ der lokalen Parteien, einer Presse, die sich zum Rechnungshof der Kleinbürger macht, Phantasielosigkeit, Mutlosigkeit, Neid und Geiz. Abschließend empfahl er der Stadt Leipzig eine seriöse Erkundung und Beobachtung ihrer kreativen Räume und Szene

sowie eine integrierte Arbeitsweise und Planung über Ressortgrenzen hinweg zwischen Wirtschaftsförderung, Kulturamt, Sozialdezernat und Stadtplanung. Außerdem würden kreative Finanzierungsmodelle und eine im Bezug auf das Thema ‚ phantasievolle Außenpolitik ‘ sowie eine genaue Einschätzung der nationalen und internationalen Wettbewerber gebraucht. Abschließend schlug er der Stadt Leipzig die Installierung eines ‚ Kreativ-Moderators ‘ vor, der im Spannungsfeld von Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Kulturpolitik arbeiten und vermitteln könnte und beispielsweise direkt dem Oberbürgermeister unterstellt wäre. Sein Plädoyer beschloss er mit einer konkreten Aufforderung, geeignete Themen zu suchen, Anlässe zu schaffen, Räume zu identifizieren, Projekte mit Katalysatorenwirkung zu initiieren und vor allem zum Mitmachen zu ermutigen. Dass dann immer noch zahlreiche Fragen offen bleiben können, schien unbenommen.

#### Welche Frage bleiben offen?

- Wie lässt sich das besondere Profil einer kreativen Stadt identifizieren und nachhaltig sichern?
- Wer sind die Verlierer der kreativen Modewelle? Was kommt nach der Kreativität?
- Wie geht die Stadt mit Gentrifizierung um?
- Wie können Migranten in entsprechende Strategien eingebunden werden?
- Gibt es eine Sättigungsgrenze für kreative Produkte und Dienstleistungen?

### Kulturwirtschaft und Bildungslandschaft in Leipzig

Vor dem Hintergrund seiner Forschungs- und Entwicklungsarbeit in verschiedenen Projekten verwies Bastian Lange, Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig, zunächst auf das überdurchschnittliche Wachstum der Kultur- und Kreativwirtschaft in Leipzig insgesamt und hinsichtlich der verschiedenen Branchen, die beinahe alle positive Beschäftigtenentwicklungen, aber zugleich hinsichtlich der Struktur und Verteilung große Unterschiede aufweisen. Ein Blick auf die im Rahmen seiner Forschung untersuchten Standorte innerhalb der Stadt Leipzig zeigt eine Konzentration in den Innenstadtbereichen. Nach den Befragungsergebnissen entscheiden sich viele Kreative aus beruflichen Gründen und wegen des sozialen Umfelds für Leipzig. Nur ein Drittel äußert dezidiert, die Stadt ggf. wieder verlassen zu wollen oder zu

müssen. Hinsichtlich ihrer materiellen und ideellen Offerten leisten die Kreativen für den Wirtschaftsstandort und das Image der Stadt interessante und unverzichtbare Beiträge. Sie stellen z.B. ‚ urbane Attraktoren ‘ dar, vernetzen Arbeitsfelder sowie Kunden und betten diese Netzwerke in den städtischen und stadtreionalen Kontext



ein. Sie können Lösungen für Schnittstellen generieren und auf diese Weise auch Wertschöpfungsketten verbinden. Damit tragen die Kreativen zu sozial-räumlicher und wirtschaftlicher Diversität bei und können als ‚ Hidden Champions ‘ in einem Wirtschaftsprofil interpretiert werden. Das bis dato erkennbare Profil der Leipziger Kreativ- und Kulturwirtschaft verfügt nach einer ersten Synthese eindeutig über interessante Stärken, wie einen Ideenüberschuss und eine ausgeprägte Ortsbindung. Dem stehen im Bezug auf den Kontext der Stadt einige Schwächen gegenüber, die vor allem durch das bisher wenig ausgeprägte Bewusstsein und die fehlende Bündelung von Kräften verursacht werden.

#### Profil der Kulturwirtschaft in Leipzig – eine erste Synthese

##### Stärken

- Leipzig bietet niedrigschwellige Einstiege an (Raum/Miete...)
- Ideenüberschuss – hoher Autorenanteil
- Kreativszenen überschneiden sich, sind durchlässig, offen
- Selbstorganisationsfähigkeit!
- Hohes Maß an Ortsbindung durch soziale Netzwerke
- Leipzig ist für viele Standbein – Spielbein ist Europa!
- Fachadministration hat bisher den „unternehmerischen Kreativen“ eher wenig Beachtung geschenkt (Governance Paradoxon).

##### Schwächen

- (Fach-)öffentliches Bewusstsein schwach
- Medienberichte fehlen
- Offizielle Imagekampagnen der Stadt
- Absatzmöglichkeiten in der Stadt und der Region schwach
- Instabile Raumverfügbarkeit für junge Messen/Plattformen
- Sichtbarkeit der Aktivitäten schwach
- Selbstmarketing der „Kreativen“ unspezifisch, eigensinnig



Aus dieser Analyse erwachsen einige Vorschläge für die Schärfung des Profils der Leipziger Kreativ- und Kulturwirtschaft, die eine positive Grundstimmung, eine ‚Kultur des Willkommenseins‘ und Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem sowie den Leistungen der Akteure voraussetzen. Hier kann die Arbeit an einem Kulturwirtschaftsbericht zu einem Lernfeld für die zu beteiligenden Ressorts werden. Ferner geht es darum, die ‚ kreativen Kraftzentren ‘ sichtbar zu machen, ein Raumkataster für die Start-Ups aufzubauen, Absatzmöglichkeiten (Shops) an zentralen Orten in der Stadt zu schaffen, die Zuständigkeiten innerhalb der Stadt zu klären und städtische Ordnungsaufgaben ggf. temporär zu ‚übersehen‘, zu ‚überhören‘ und eventuell auch zu verzögern. Schließlich sollten Mittel im Rahmen von Wettbewerben vergeben, Voraussetzungen für experimentelle Situationen geschaffen und die in der Stadt ansässigen Ausbildungsinstitutionen integriert werden. Die Bildungslandschaft von Leipzig hat quantitativ gute Voraussetzungen zur Verknüpfung mit der Kreativ- und Kulturwirtschaft, aber auch ihr fehlt (bis auf die HGB) ein prägnantes Profil sowie eine national und international konkurrenzfähige Exzellenz. Bastian Lange beendete sein Statement mit dem Hinweis: „Man muss genau hinsehen, positiv darüber sprechen und das Know-How der in der Stadt verankerten Experten nutzen.“

**creative leipzig**

Diesem Anspruch fühlt sich die Studie und Reportage über die kreative Szene in Leipzig verpflichtet, die in Kooperation mit einigen ausgewählten Protagonisten zustande



gekommen war und von Iris Reuther, Büro für urbane Projekte, vorgetragen wurde. Insgesamt kann man feststellen, dass mit der Frage nach den Kreativen Milieus als besondere Stärke der Stadt Leipzig ein Thema aufgerufen wird, das als konzeptionelle Weiterentwicklung der ‚perforierten‘ und ‚entspannten‘ Stadt verstanden werden kann. Waren es zunächst die leeren Räume und brach liegenden Flächen (also die materiellen Ressourcen der Stadt für die Entwicklung des kreativen Umgangs mit Raum), die im Fokus standen, so sind es heute mit den Künstlern, Kulturschaffenden und den neuen wirtschaftlichen Akteuren eher die ideellen und ökonomischen Inhalte sowie die Nutzungen und

Aktivitäten, die die räumlichen Potenziale der Stadt füllen können. Im Hinblick auf eine integrierte städtebauliche Entwicklung der Stadt und stadtentwicklungspolitische Präferenzen für den künftigen Stadtbau war es erforderlich, die strategischen Räume für die kreativen Milieus und ihre Verortung im Stadtraum genauer zu erfassen. Deshalb wurden zunächst die als Leuchttürme fungierenden Kunst- und Medieninstitutionen kartiert. Dann wurden auf der Karte die Adressen einer Stichprobe aus dem Forschungsprojekt von Bastian Lange sowie die Adressen aus der Initiative „5 FÜR LEIPZIG!“ (fünf Prozent des Kulturetats der Stadt Leipzig für die Freie Szene) vermerkt. Ein sehr großer Teil dieses Schwarmes kreativer Adressen ist in der inneren Stadt und ihren gründerzeitlichen sowie in der Zwischenkriegszeit geprägten Teilen lokalisiert.

In einer exemplarischen Befragung von ausgewählten Protagonisten ging es darum, das soziale und wirtschaftliche Spektrum der kreativen Szene von Leipzig genauer abzubilden, verschiedene Konstellationen und Beziehungen untereinander zu zeigen, die Biographien und Karrieren im Bezug auf die Stadt Leipzig nachzuvollziehen und die Raumerfahrungen der aktuellen Standorte sowie der individuellen wirtschaftlichen Aktivitäten genauer zu beleuchten.

Die **Seismographin** ist Absolventin der HGB und als Medienkünstlerin tätig. Sie unterbreitet als Kulturschaffende an diversen Orten und in verschiedenen Kooperationsformen ihre Angebote. Damit werden



nach ihrer Meinung vor allem ethische Werte und ein Zusammengehörigkeitsgefühl vermittelt. Die eigene Biographie ist eng mit verschiedenen Stadtteilen von Leipzig verwoben, wobei die Wohn- und Arbeitsorte der Künstlerin ausschließlich im Süden und Westen der Stadt liegen. Neben diesem lokalen Bezug reichen die Offerten und Auftritte bis in andere kultu-

relle Zentren und Kunstorte innerhalb von Deutschland. Die Künstlerin wünscht sich vor allem mehr Verständnis, Achtung und eine eher niedrigschwellige Unterstützung für ihr kulturelles Schaffen.

Der **Raumpionier** ist studierter Architekt und zugleich als professioneller Galerist in der Baumwollspinnerei tätig. Nebenher organisiert er mit entsprechendem Equipment diverse Aktivitäten im öffentlichen Raum der Stadt und andernorts.



Ihn treiben das eigene Interesse und das unabhängige Agieren in einem kleinen Unternehmen an. Beides hat ihn im Bezug auf Wohnorte, Werkstätten, Ateliers und die Galerie schon durch mehrere freie Räume, altindustrielle Areale sowie verschiedene Wohn- und Arbeitsformen innerhalb der Stadt geführt, bis er ganz bewusst im Leipziger Westen und in Plagwitz gelandet ist. Die Galeriegeschäfte beziehen sich aber auf Kunden in der ganzen Welt. Nichtsdestotrotz verweist der ‚Raumpionier‘ auf eine eindeutige ‚Schallgrenze‘ bezüglich wirtschaftlich tragbarer Mietpreise für sein Unternehmen und erwähnt als junger Vater ganz explizit die Ansprüche an eine qualifizierte und räumlich integrierte Kinderbetreuung im Rahmen eines kreativen Milieus und entsprechender Standortpräferenzen.

Der **Aktivist** und Kommunikator hat seine kreativen Fähigkeiten und kulturellen Aktivitäten zur eigenen Geschäftsgrundlage gemacht und stellt damit einen wesentli-



chen Kopf und Knotenpunkt in einem weit gespannten Netzwerk innerhalb der Stadt

und der Region dar. Seine Aktionsorte und bisherigen Firmensitze konzentrieren sich allesamt direkt in der Leipziger Innenstadt oder in großer Nähe dazu, wobei der aktuelle Standort mit dem Schritt vom Mieter zum Immobilieneigentümer verknüpft war. Die Wahl fiel auf Grund der günstigen Infrastruktursituation auf ein Objekt im ehemaligen graphischen Viertel und stellt somit eine gewisse Kontinuität und hinsichtlich der Lage im Leipziger Osten eine Art Pioniersituation dar.

Der **Ermöglicher** hat ein leer stehendes Fabrikareal an einer signifikanten Adresse in Plagwitz gepachtet und offeriert dort Arbeits- und Ausstellungsräume, aber



auch Schauplätze für Events und Parties an ein breit gestreutes Klientel. Dieses sucht den Standort dezidiert wegen seiner Lage und der Offenheit des Umgangs mit dem Objekt auf. Neben einem bodenständigen und regionalen Bezug mischt sich diese Szene mit ersten Interessenten aus Übersee und scheint ein Generationenprojekt handwerklich versierter und überwiegend studierter Nutzer/Kreativer zu sein. Ihnen sind der temporäre Charakter des Ortes und die dort vorhandenen Freiräume elementar wichtig.

Die **placemaker** haben sich als Absolventen in Leipzig niedergelassen und sind mit dem Projekt einer eigenen Messe – der Designers Open – zur Selbstorganisation von Aktionsräumen und in Eigeninitiative zu einer Etablierung auf dem Markt über-



gegangen. Neben einer Verankerung des kleinen Studios im Leipziger Westen bespielen

sie mit wachsendem Erfolg temporär große zentrale Adressen der Innenstadt, zuletzt die Blechbüchse am Brühl. Bezogen auf das Geschäftsfeld der Protagonisten und das Selbstverständnis der Messe scheint das Thema ‚Design‘ in Leipzig bis dato wenig verankert. Deshalb ist man auf Kunden und Partner in den etablierten Zentren von Deutschland und im Hinblick auf die Messe sogar in den globalen Design-Zentren dieser Welt angewiesen. Die beiden Kreativen wollen keine ‚Fördermitteljunkies‘ sein, wünschen sich aber durchaus einen stärkeren Support seitens einer kreativen ‚Marke Leipzig‘, dem sie ihr eigenes, bis dato selbst getragenes Label bereits zur Verfügung stellen.

Der **Komet** gehört zu einem eher zufällig in Leipzig gegründeten Unternehmen der Online-Branche. Sein erstaunlicher Wachstumsprozess hat es aus dem Keller in der Handelshochschule über verschiedene Bürostandorte in Plagwitz und Produktionsstätten in Altindustriearalen sowie auf neuen Gewerbeflächen bei Taucha

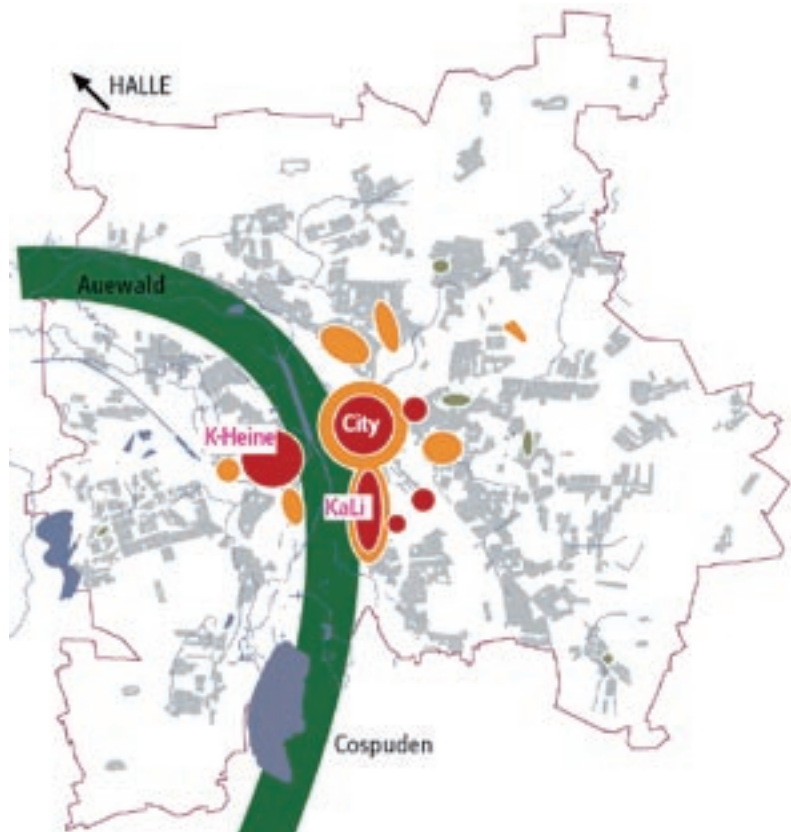


schließlich zu einem durch einen Investor maßgeschneiderten Objekt von ausreichender Größe wiederum im Leipziger Westen geführt. Die expandierende Firma agiert weltweit und ist auf Grund der mangelnden transnationalen Verkehrsanbindung von Leipzig auf einen zweiten Sitz in Berlin sowie wegen der Lieferanten auf Produktionsstätten im Ausland angewiesen. Die eigene wirtschaftliche Interessenlage und Raumerfahrung geben Anlass, dass sich der erfolgreiche junge Unternehmer gemeinsam mit seinen Partnern auch ein radikal anderes Image von Leipzig wünscht, das weniger auf Traditionen setzt, sondern auch das Selbstverständnis seines Geschäftsfeldes und Kundenkreises zum Ausdruck bringt.

Positionen der Protagonisten zum Thema  
'Leipzig als Labor für kreative Milieus'

- In wenigen Städten gibt es so viel Freiraum.
- Hier ist man noch nicht so satt wie anderswo.
- Leipzig steht in der Hierarchie kreativer Städte ganz oben, danach kommt in Deutschland nur noch Berlin.
- Hier kann man seines Glückes Schmied sein.
- Hier ist man kritisch gegenüber der eigenen Geschichte.
- Wir müssen aufpassen, dass wir nicht müde werden.
- Die Stadt ist realistisch und begreifbar.
- Leipzig ist eine Befreiung, man kann über sich selbst nachdenken.
- Wenn die Absatzmärkte außerhalb und verstreut liegen, ist man beim Arbeitsplatz flexibel.
- Das Thema „Kreativwirtschaft“ wird nun in Leipzig diskutiert - doch allein dabei darf es nicht bleiben.
- Viele Städte zeigen hier eine andere Dynamik, etwas mit und für ihre Kreativen zu entwickeln.
- Leipzig ist eine lebenswerte Stadt, aber dass wir hier sind, ist Zufall. Die Umstände und der Moment passten.

In den Gesprächen zeigte sich der räumliche Zusammenhang zwischen Wohn- und Arbeitsorten der Kreativen und den besonderen Adressen, kulturellen Institutionen, aber auch Stadträumen, wie der City und ausgewählten Straßen sowie den für die Lebensqualität prägenden Landschaftsraum der Stadt. Man kann deshalb von den Kristallisationsorten für die kreativen Räume sprechen. In Anknüpfung an Kunzmann/Ebert wurden diese Zusammenhänge als die Eroberungsräume der Kultur- und Kreativwirtschaft bezeichnet. Hier zeigt sich tendenziell, dass bestimmte Stadträume stärker ins Gewicht fallen. Eine herausgehobene Position hat die Innenstadt bzw. City. Ihr folgen die Südvorstadt und Connewitz mit Tuchfählungen zum MDR und zum Deutschen Platz sowie der Alten Messe. Gleichauf oder vermutlich auf der Überholspur liegt der Leipziger Westen, also Plagwitz und Lindenau mit dem Zugpferd Baumwollspinnerei und der Karl-Heine-Straße im Aufwind. In den Gesprächen und Beobachtungen wurde deutlich, dass es sehr enge Bezüge zu den traditionellen sowie den neuen Freizeit- und Erholungsräumen der Leipziger Stadtlandschaft gibt. Der Auewald fungiert dabei als Verbindung zum Cospudener See und der Karl-Heine-Kanal wird mit seiner avisierten Verlängerung in Richtung Lindenauer Hafen und dem Fragment des Elster-Saale-Kanals als weitere Achse wahrgenommen. Diese erste thesenhafte Lesart für das kreative Leipzig sollte in der Arbeitsgruppe 1 genauer diskutiert werden.



### Erste Diskussionsrunde

Der Moderator wandte sich zunächst an die mit der Reportage bereits vorgestellten Protagonisten der kreativen Szene von Leipzig. Dabei entwickelte sich folgendes Meinungsbild

### Protagonisten

Inka Perl, freie Medienkünstlerin mit einem Atelier in der Baumwollspinnerei schlug in Anknüpfung an den Beitrag von Herrn Lange die Installierung einer Plattform vor, die alle kulturellen Initiativen und Akteure integrieren könnte. Die meisten Projekte,



die sie kennt, werden in Eigeninitiative und oftmals auch am Rande der Selbstausbeutung realisiert. Sie verfolgen eher selten ein dezidiertes wirtschaftliches Kalkül und bedürfen deshalb vor allem einer Unterstützung durch gezielte Information und unkomplizierte Kommunikation. Von daher sei es eine enorme Hilfe, wenn eine zentrale Plattform den Findungs- und

Organisationsprozess zwischen Partnern, Akteuren und der Stadtverwaltung erleichtern würde. Damit könnten potenzielle Kunden, Konsumenten und andere Unternehmen auf kulturelle Projekte aufmerksam werden und sich die Netzwerke allmählich festigen und erweitern.

Den Punkt der Wirtschaftlichkeit und Vernetzung griff der Moderator auf und stellte an Michael Grzesiak, Architekt und Leiter der Galerie B2\_, die Frage, ob denn für den Sektor Kulturwirtschaft die Aufmerksamkeit wichtiger sei als das Geld.



Herr Grzesiak bemerkte, dass die Frage nach den eigentlichen Konsumenten und Zielgruppen für kreative Produkte in den bisherigen Diskussionen zumeist zu kurz kommt. Es ist ganz wichtig, zwischen dem Image und der Realität zu unterscheiden. Internationale Gäste, die in die Baumwollspinnerei kommen, um Werke der Leipziger Schule zu sehen, sind oft enttäuscht, wenn sie diese hier nicht finden. Die Ursache

dafür ist, dass Leipzig zwar die Standortpotenziale (gute Infrastruktur, preiswerte Flächen, Ausbildungsangebote und junge Leute) hat, die finanzkräftigen Konsumenten für diese Kunst jedoch andernorts etabliert sind. Von daher gilt es, auf der einen Seite die tatsächlichen Potenziale der Stadt zu kommunizieren und auf der anderen Seite sowohl die Besucher als auch die Leipziger darüber aufzuklären. „Mir ist für eine langfristige Etablierung einer starken kulturwirtschaftlichen Szene die Glaubwürdigkeit und Ehrlichkeit weit wichtiger als die Backen aufzublasen und zu verkaufen“, so Michael Grzesiak.

Bertram Schulze, Betreiber der Baumwollspinnerei, griff die Themen ‚Plattform‘ und ‚Image‘ auf und beschrieb sie anhand der von ihm als Projektentwickler begleiteten Baumwollspinnerei. Letztendlich gibt es



ein großes Bedürfnis der Kreativen, sich in Strukturen zu organisieren, ohne dabei die Individualität aufgeben zu müssen. Die Spinnerei versteht sich daher sowohl als räumliches als auch als thematisches Angebot und schließlich als eigener Kosmos und gemeinsames Lernfeld. Jeder Mieter ist zunächst ein selbstständiger Produzent, aber zugleich auch ein Botschafter des Ganzen. Auf diese Weise ist mit der Leipziger Schule ein Label entstanden, das weltweit bekannt ist und letztlich einen besonderen Exportschlager der Stadt darstellt. Es wurde ein globales Zeitfenster aufgestoßen, dass es weiterhin zu fördern gilt. Nur indem internationale Galerien und Käufer nach Leipzig geholt werden, kann sich Leipzig als langfristig tragfähige Marke auf dem Kreativ-Sektor behaupten.

Auf die Frage des Moderators, was denn eine Stadt dafür tun bzw. was sie lassen sollte antwortete Falk Röhner, Geschäftsführer Westwerk Logistics, dass man nach seiner Auffassung die Kreativen erstmal in Ruhe lassen müsse. Es gibt in Leipzig genug Flächen, die für neue ‚Ermöglicher‘ zur Verfügung stehen und es gibt auf der

anderen Seite auch genügend Kreative, die den Mut und die Kraft mitbringen, aus sich selbst heraus Prozesse in Gang zu setzen.



Die Verwaltung muss lediglich Wege finden, die Initiativen auch kreativ zu bewerten, also seriöse Regeln aufstellen, die Freiheiten einräumen und Entwicklungsprozessen nicht im Wege stehen. „Der Motor und das Umfeld sind da. Dies sollte man nicht kaputt machen.“

Andreas Neubert und Michael Hartmann, Studio Hartensteiner und Initiatoren der Designers‘Open, sprachen das Thema der Verknüpfung mit den Bildungseinrichtungen an. Sie selber arbeiten eng mit den Grafikern und Absolventen der HGB



zusammen, was enorme Vorteile für alle Beteiligten mit sich bringt. Kompetenzen, Wissen u.v.a.m. werden gebündelt und finden auf kürzestem Wege zusammen. Dies hat auf die Räume in der Stadt Auswirkungen. Sowohl die Kreativen als Unternehmer, als auch die Studenten bevorzugen Gegenden mit günstigen Mieten und großzügigen Raum- und Flächenangeboten, was zu Verdichtungseffekten und Synergien führt.

Genau diese Effekte gilt es nach Michael Hartmann zu forcieren. So hat sich Leipzig erst in den letzten Jahren im Bereich ‚Design‘ etabliert und muss die Brücke zu verloren gegangenen Traditionen in der Stadt und Region genauso schlagen, wie den Anschluss an den aktuellen State of the Art schaffen. Von Jahr zu Jahr wächst die Aussteller- und Besucherzahl der Designers‘Open. Ein Anstieg der Anfragen und Aufträge von außen ist deutlich zu

spüren. Eben so deutlich wird, dass viele Studenten oder Gründer Leipzig wieder verlassen, weil bspw. Berlin gleichfalls



günstige Mieten, aber weitaus bessere Absatzmöglichkeiten bietet. Michael Hartmann und Andreas Neubert schlugen daher vor, dass die Cluster-Bildung in Leipzig weiter vorangetrieben werden sollte. Ein ‚Designwerk‘ wäre in diesem Zusammenhang durchaus ein Projekt, welches Kompetenzen/Ressourcen bündeln und Kundenströme akquirieren könnte.

### Experten

Der Moderator bedankte sich bei den Protagonisten der kreativen Szene in Leipzig für die offenen Worte und gab die Diskussion an die Bank der Experten weiter.

Herr Prof. Dr. Heilemann, Universität Leipzig, äußerte in Bezug auf das Gewicht, das man dem Thema Kreativ- und Kulturwirtschaft beimesse, große Skepsis. Die ‚Szene‘ ist vollkommen normal ausge-



prägt für eine Großstadt wie Leipzig. Das Marktpotenzial und damit die ökonomische Relevanz ist jedoch nur wenig erheblich, weil in der Stadt selbst nicht genügend Nachfrage und Kaufkraft generiert werden können. Selbstverständlich ist die Stadt bei Studenten als anregender und günstiger Studienort sehr beliebt, bei Absolventen seiner Fakultät wegen fehlender Jobangebote schon weit weniger. Dass die Hochschulen in Leipzig nur für die eigene Stadt Absolventen erzeugen könnten, bezeichnete er als illusionär. Es ist vielmehr eine Exportleistung von gut ausgebildetem Humankapital, dass Sachsen und Leipzig

den westlichen Bundesländern und Berlin gegenüber erbringen. Um Absolventen in der Stadt zu halten, muss der Markt auch von außen kommen. Die Universität Leipzig selbst hat dafür kein herausragendes Profil und ist in relevanten Branchen der ansässigen Wirtschaft in der Region Mitteldeutschland nur partiell gut verankert.

Ralf Ebert, STADTart Dortmund, nahm den Faden direkt auf und verwies auf das Ruhrgebiet, das sich ebenso wie Sachsen und Leipzig in einem Umstrukturierungs-



prozess einer Altindustrieregion befindet. Bei den Erfolgen, die das Ruhrgebiet auf dem Gebiet der Kulturwirtschaft vorweisen kann, muss man aber bedenken, dass diese das Ergebnis einer langfristigen strategischen Planung von ca. 20 Jahren auf unterschiedlichsten Ebenen darstellen. Den Transformationsprozess zu bewältigen, erforderte integrierte Arbeit bspw. zwischen der Wohnungspolitik, der Wirtschaftsförderung, der Bildungslandschaft und eben auch der Kreativ- und Kulturwirtschaft. Diese darf man jedoch nicht als ein ‚Allheilmittel‘ betrachten, sondern nur als das, was sie ist: ein großes Potenzial und ein Katalysator für die Stadtentwicklung. Leipzig ist ein spannender und damit für die Kreativ- und Kulturwirtschaft geeigneter Transformationsstandort, der ein geeignetes Potenzial in sich birgt. Nun ist es notwendig, das Marktgebiet und die Exportkapazitäten hierfür genauer zu bestimmen.

Dr. Bastian Lange, Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig, fügte an, dass die Basis eines Marktes mit ‚Micro-Global-Playern‘ angelegt scheint. In den letzten Jahren war ein Anstieg der kreativen Unternehmungen deutlich zu spüren. Um mit ihrer Hilfe auch zusätzliches Kapital in die Stadt zu holen, muss nun die Repräsentanz dieser Akteure (z.B. auf Messen) weltweit gestärkt werden.

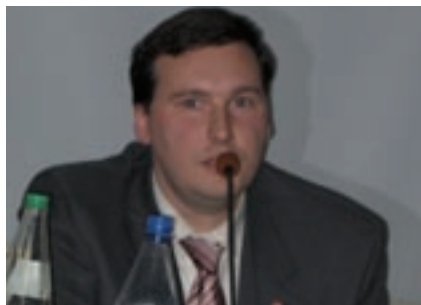
Im Anschluss an dieses Statement stellte der Moderator direkt an Frau Prof. Elke

Pahl-Weber, TU Berlin, die Frage, wie man in Berlin mit dem Thema umgeht und wie man Leipzig als Standort der Kreativ- und Kulturwissenschaft dort wahrnimmt. Sie führte an, dass man in Berlin über ein sehr fundiertes Selbstverständnis in Bezug auf die Kreativ- und Kulturwirtschaft verfügt und das Thema auf allen Ebenen sehr



ernst genommen wird. Über die Potenziale der kreativen Szene in Leipzig mochte sie im Detail keine Aussagen treffen. Allerdings hat sie sich in den letzten Jahren intensiv mit demographischen Prozessen im Bezug auf die Stadtentwicklung auseinandergesetzt und kann daher erstaunt feststellen, so viele junge Podiumsgäste und ein so junges Publikum selten im Zusammenhang mit aktuellen Themen der städtebaulichen Entwicklung erlebt zu haben. Offenbar schafft es die Stadt Leipzig, mit einem Thema von strategischem Rang den Problemen des demographischen Wandels ein anderes Gesicht zu verleihen. Daraus leitete sich für sie die Frage ab, wo sich diese kreativen Akteure und deren Institutionen räumlich verorten und wie sie sich vernetzen lassen. So schlug sie vor, Instrumente der Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung, wie ‚creative laboratories‘ (zwischen Hochschule, Wohnort und der jungen Industrie) oder ‚trade made concepts‘ für Leipzig genauer zu prüfen, um dieses offensichtlich vorhandene Potenzial zu fördern.

Auf die Frage nach der Unterstützung der Kreativ- und Kulturwirtschaft durch die



Bildungseinrichtungen antwortete André Grüttner, Universität Leipzig, dass ihm in

dieser Hinsicht als Finanzwirtschaftler oftmals die Instrumente fehlen. Eine Plattform wäre sehr hilfreich und ein guter Anfang, um die Ausmaße und noch unklaren Verknüpfungspunkte mit der wirtschaftlichen Ebene zu definieren. Dafür sicherte er die Unterstützung der Universität durch die Bereitstellung von Know-How zu.

Prof. Kunzmann legte an dieser Stelle ein Veto ein und forderte einen Perspektivenwechsel in der Diskussion. Die Hilfe und Unterstützung der Kulturwirtschaft kann immer nur ein Aspekt sein. Man darf das Potenzial der Kreativen nicht nur nutzen, um die Kreativen zu fördern. Vielmehr muss man sich fragen, ob die Kreativwirtschaft einen Weg eröffnet, auch im Stadtumbau innovative Lösungen zu generieren. Die Kreativen haben sich insbesondere in Leipzig bereits in der Vergangenheit mit wichtigen Impulsen für den Umgang mit dem Mangel an Ressourcen oder dem Überangebot an Raum in den Stadtentwicklungsprozess eingebracht. Daraus könnte sich ein Potenzial ergeben, dass auch zur Lösung von Verkehrs- oder Migrationsproblemen o.ä. beiträgt. „Ist die Kreativität in der Stadt auch auf andere Wirtschaftsfelder übertragbar, die das Profil ausmachen?“, so seine dezidierte Frage.

### Publikum

Im Anschluss an die Statements der Experten stellte Frau Dr. Heymann, Stadträtin, die Frage, ob die Protagonisten es als ihre Aufgabe betrachten, Räume für die Stadt zu gestalten, oder ob es ihnen darum geht, ihre eigenen Räume zu erobern und ihre Aktivitäten auf diese zu



begrenzen. Sie selbst verwies an dieser Stelle darauf, dass Touristen vom Leipziger Westen immer wieder begeistert sind und die Entwicklungen an den Gewässern und Wasserlagen ein Beweis dafür darstellen, dass man an vermeintlich unmöglichen Orten mit diesem Thema umgehen kann und muss.

Herr Schlegel, Stadtrat, stellte fest, dass auch Politiker häufig sehr kreativ sind oder sein sollten. An die Werkstatt richtete er die Forderung, dass die Kreativ- und Kulturwirtschaft bezahlbar sein müsse und formulierte gleichzeitig die Frage, ob sich Leipzig zu einer ‚Einwanderungsstadt‘ für Kreative entwickeln solle, die anschließend weiter ziehen.

Herr Kunz, Leiter Stadtplanungsamt, bemerkte, dass Leipzig seine Experimentierfreudigkeit im Umgang mit dem Stadtbau unter anderem durch Konzeptuelle Stadtteilpläne bereits unter Beweis gestellt hat. Jedoch sind bei weitem nicht



alle Entwicklungen in einer Stadt planbar. So hätte man niemals Entwicklungen vorhersehen bzw. klassisch planen können, wie sie sich im Barfußgässchen oder auf dem Areal der Baumwollspinnerei vollzogen haben. Die Stadt kann und sollte aber bei derartigen Entstehungsprozessen flexibel sein und Wege bereiten.

Frau Dr. Barbara Steiner, Direktorin der Galerie für zeitgenössische Kunst, nahm noch einmal das Stichwort der Abwanderung von jungen Kreativen auf und meinte dazu, dass es letztendlich egal sei, wer geht, denn viel wichtiger sei die Frage, wer kommt. Die Wanderungen und Veränderungen auch innerhalb Leipzigs machen die Stadt für viele erst interessant. Die räumliche Nähe zu Berlin kann genutzt werden, indem man dort ‚Köder‘ für ein Publikum, Käufer und Kreative in Leipzig auslegt. Überhaupt sei das Thema zu komplex, um immer nur eine Seite zu betrachten. Es lebt von seinen Reibungspunkten, d.h. Kommerzielles steht Nicht Kommerziellem gegenüber - junge Akteure und Konsumenten den Älteren, die es nicht zu vergessen gilt, weil sie die Tradition verkörpern und ein interessiertes Publikum darstellen können. Die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kreative, Stadtverwaltung und Konsumenten) müssen sich künftig mehr aneinander abarbeiten, dies

wäre nach Barbara Steiner eine Kultur des Umgangs miteinander, die in Leipzig noch immer unterentwickelt ist. Derzeit kann man eher von einer Aufbauphase für ein kreatives Milieu in Leipzig sprechen, das es zu entwickeln und wirksam zu kommunizieren gilt.

### Ergebnisse der drei Arbeitsgruppen

Nach lebhaften Diskussionen in drei Arbeitsgruppen, moderiert von Ralf Ebert, Dr. Bastian Lange und Susanne Kucharski-Huniat, Leiterin des Kulturamtes der Stadt Leipzig, fanden die Werkstattteilnehmer für die Vorstellung der Ergebnisse und eine abschließende Diskussion wieder zusammen. Aus den Arbeitsgruppen berichteten die jeweiligen Moderatoren.

### Räume

Die Arbeitsgruppe hatte die Aufgabe, sich mit den räumlichen und städtebaulichen Bezügen des kreativen Milieus in Leipzig auseinanderzusetzen. Wo lässt es sich im Stadtgebiet räumlich verorten? Welche Rolle spielen die Kultur- und die Bildungslandschaft? Was unterscheidet die ‚Szeneviertel‘ in Bezug auf ihre Bebauungs- und Bevölkerungsstruktur von anderen Stadtteilen? Welche räumlichen Entwicklungstendenzen sind (auch stadtreional) abzusehen?

Als Annäherung ließ Ralf Ebert in einem ersten Schritt der Verständigung die kulturellen Leuchttürme und Bildungsstandorte (Universität, HTWK, HHL, etc.) auf einem Leipziger Stadtgrundriss eintragen und fragte in einem zweiten nach der Verortung des kreativen Milieus.



In der anschließenden Diskussion diskutierte die Arbeitsgruppe eine präzierte Lesart für die verschiedenen Bezirke und kam dabei zu folgenden Einschätzungen:

- Die Innenstadt Leipzigs (City) – ist als kulturelles Zentrum der Stadt gesetzt;
- Der Leipziger Süden – hat sich (beson-

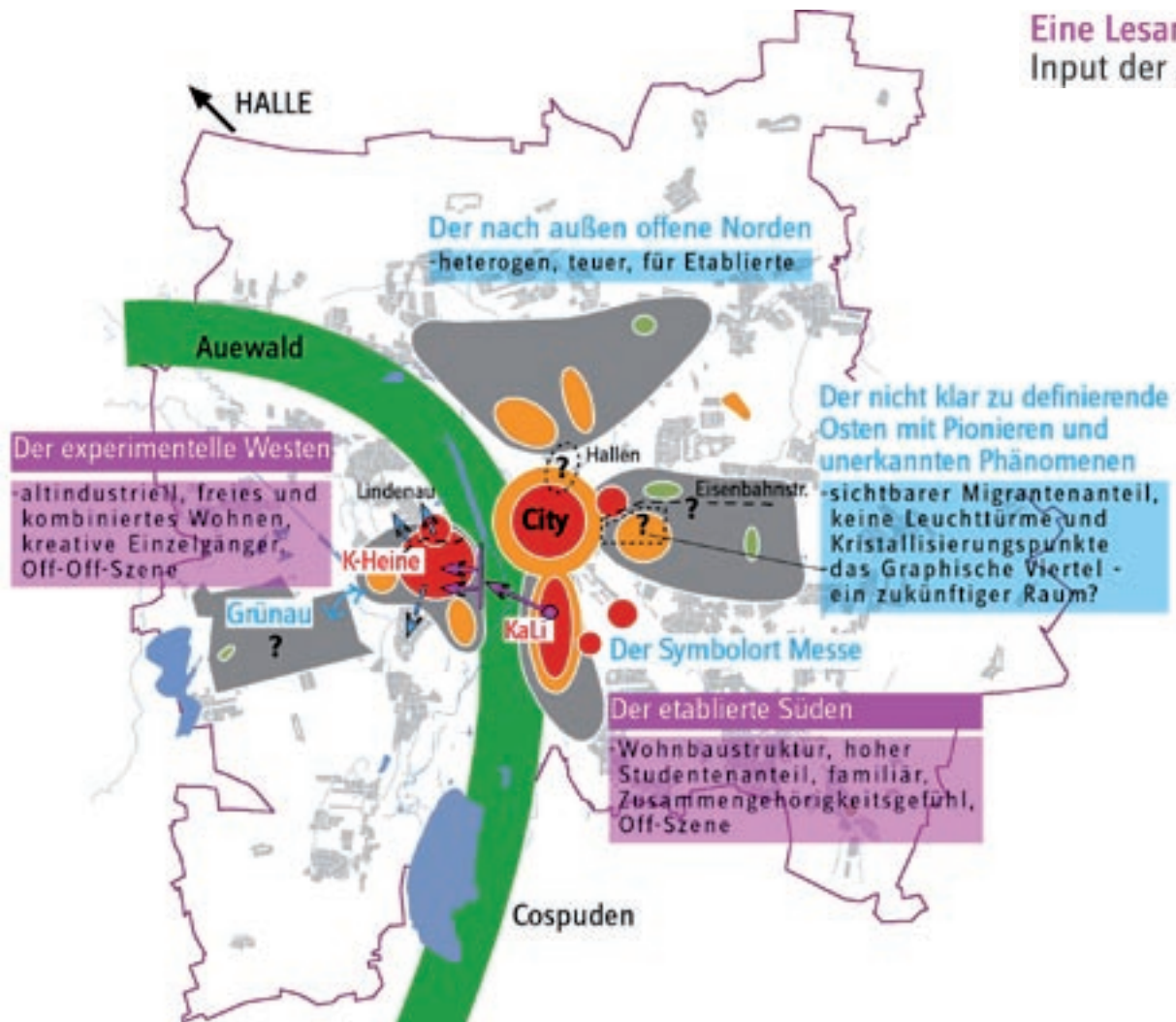
ders) entlang der Kali als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort mit hohem Besatz an kulturellen Leuchttürmen etabliert;

- Der Leipziger Westen – bietet durch seine altindustrielle Struktur eine Vielfalt an Eroberungsräumen und gilt als Schauplatz experimenteller Nutzungen;
- Der Leipziger Osten – verfügt nicht über kulturelle Leuchttürme und ist trotz einzelner Raumpioniere in Bezug auf die Kreativwirtschaft eher unbekannt;
- Der Leipziger Norden – ist ein in die Stadtregion übergehender Wohnstandort ohne definierte Zentren/Straßenzüge, die als Kristallisationsorte dienen, findet keine klaren Begrenzungen und gilt als nach außen offen.

Im Gespräch war man sich einig, dass in der Vergangenheit oftmals der am Boden liegende Immobilienmarkt die Eroberung von Räumen durch kulturelle und kreative Nutzungen ermöglichte. Auch heute ersetzt der relativ entspannte Markt in vielen Fällen ein üppiges Startkapital für Gründer und Experimente. Insofern erweist sich Leipzig mit der Ressource Raum durchaus als Labor für kreative Milieus. Damit Leipzig sich über diese Laborfunktion hinaus als attraktiver Standort behaupten kann und Räume nicht nur erobert, sondern auch von den Unternehmen und Akteuren der Kulturwirtschaft gehalten werden können, liegen folgende Schritte nahe:

- Es bedarf einer Person als Ansprechpartner, um dem bisherigen Phänomen „viele Fragen – viele Antworten“ entgegenzuwirken;
- Für den Austausch von Erfahrungen, Interessen, Projektideen und Kontakten sollte eine Plattform gegründet werden, die für jedermann unkompliziert zu erreichen ist;
- Es bedarf eines Raubeobachtungssystems mit empirischer Begleitung bei der Stadt und ihren Partnern (z.B. IHK);
- Es bedarf Gründer- und Unternehmerkurse;
- Das SEKo Leipzig kann ein Themenfeld/einen räumliches Layer Kultur- und Kreativwirtschaft gut gebrauchen;
- Es sollte überlegt werden, ob aus den Fördergeldern für den Stadtbau Ost (speziell aus den 50% für Aufwertungsmaßnahmen) Kontingente explizit für die Kreativwirtschaft bereitgestellt werden können.

Eine Lesart +  
Input der AG 1



**Standortkriterien**

Die Arbeitsgruppe, geführt von Dr. Bastian Lange, beschäftigte sich mit Standortpräferenzen und Standortqualitäten. Ziel war die Entwicklung eines Kriterienkatalogs mit Aussagen über Zielgruppen, deren Raumansprüche, Umgangs- und Kommunikationsformen und Unterstützungsbedarfe im Rahmen einer ideellen, konzeptionellen,



sachlichen und finanziellen Förderung. Zu Beginn der Diskussion stellte die Arbeitsgruppe zwei wichtige Grundvoraussetzungen für die Akzeptanz der Kreativwirtschaft als Thema der Stadtentwicklung klar:

Die Diskussion über Leipzig als Zentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft darf nicht nur ein Thema der jungen Bevölkerung sein, sondern muss in Bezug auf das Selbstverständnis und die Bandbreite der Initiativen, Arbeitsbereiche und Angebote immer Junge und Ältere zusammenbringen. Nur so kann gewährleistet werden, dass alle am Prozess Beteiligten in ihren Rollen „gesehen“ und in ihrer Arbeit und Interessenlage respektiert werden. Darüber hinaus ist die Akzeptanz des Vagabundierens der kreativen Szene erforderlich. Diese lebt von Freiräumen, offenen Strukturen und ihrer eigenen innerstädtischen Mobilität sowie dem zugehörigen Austausch. Nur so lassen sich immer wieder neue Atmosphären an neuen Standorten generieren.

In der Arbeitsgruppe wird in durchaus polemischer Weise ein Dreieck der an dem Thema beteiligten Ressorts und Arbeitsfelder entworfen, das für den Prozess und die Arbeitsweise dringend erforderlich ist.



Im zweiten Teil der Diskussion wurden konkrete Projektideen sowie Anforderungen an geeignete Raumtypen erarbeitet:

Projektideen:

- Raumkataster der Standorte/Eroberungsräume anlegen und Kreativmakler installieren, um Bewegungen zu lokalisieren und um Räume und Mieter zusammen zu bringen;
- Das Maß an Sicherheit für Angebot und Konsum durch Shopkonzepte für gebündelte Angebote erhöhen, um damit Absatzmöglichkeiten aufzubauen;
- Eine Plattform für die Außendarstellung installieren, um an die kreativen Milieus heranzuführen und diese sichtbar zu machen.

### Raumtypen

- Die 20 bis 30 qm-Einheiten für Inkubatoren vorhalten;
- Bauliche Raumansprüche und Ausstattungsmerkmale in erforderlicher Bandbreite einkalkulieren;
- Export von Raumaktivitäten in der Stadt, Stadtregion und überregional forcieren.

### Strategien und Humuspflege

Die Aufgabe der dritten Arbeitsgruppe bestand in der Erarbeitung von Strategien und Instrumenten, die für die Förderung des Leipziger Potenzials in Hinblick auf den Status eines kreativen Labors erforderlich scheinen. In der von Susanne Kucharski-Huniat moderierten Arbeitsgruppe, überwiegend besetzt mit Akteuren der



Kreativwirtschaft, der Stadtverwaltung und Stadtpolitik, kam man schnell darin überein, dass Leipzig über ein kreatives Klima verfügt und sich auch dazu bekennen sollte. Nach diesem Statement stellte die Arbeitsgruppe aber auch klar, dass das kreative Klima wie es sich heute in Leipzig zeigt, keine Selbstverständlichkeit ist und einer ernsthaften Pflege bedarf. In diesem Zusammenhang wurden folgende Forderungen an die Akteure der Kreativwirtschaft, Stadtverwaltung und Wirtschaft erarbeitet:

Zur Unterstützung und Stärkung der Kreativwirtschaft ist an erster Stelle eine (Internet-) Plattform gefordert, über die sich sowohl die Kreativen als auch Investoren, Immobilienbesitzer, Gewerbetreibende, Konsumenten, etc. austauschen können. In der Netzwerkstruktur sollten möglichst viele Akteure zusammen gebracht werden, die (zum Teil noch unbewusst) auf dem Sektor der Kreativwirtschaft auftreten, bzw. auftreten könnten. Dabei kann es neben dem Benennen von konkreten Ansprechpartnern, dem Erfahrungsaustausch und der gemeinsamen Nutzung und Profitierung von vorhandenen Ressourcen in einem zweiten Schritt auch um den Aufbau von tragfähigen Wertschöpfungs-

ketten gehen. Eine derartige Vernetzung der Kreativwirtschaftler sollte durchaus über die Stadtgrenzen hinausgehen und z.B. Halle (Saale) als Nachbarstadt mit deutlichen kreativen Potenzialen oder die Metropolregion ‚Sachsendreieck‘ als Marke und Wirtschaftsraum mit einbeziehen. Von der Stadtverwaltung wird dabei eine moderierende, teilweise auch steuernde Funktion erwartet. Bei vielen Projekten und Ideen bedarf es häufig viel eher einer konkreten Anlaufstelle, die bei Fragen direkt helfen und vermitteln kann, als nur einer finanziellen Förderung. Die Kreativen möchten ganz klar Räume für die Kommunikation und eine Kontinuität bei den Ansprechpartnern auf städtischer Seite. Gleichzeitig bieten die Kreativen an, mit Leipzig in ihren Marken zu werben und damit aktive Außen- und Standortwerbung zu betreiben. Als Gegenzug wird jedoch erwartet, dass die Stadt Leipzig eine kreative Marke entwickelt und sich darüber einig wird, an welche Zielgruppen sich das Stadtmarketing richten sollte. So wäre nach Meinung der Arbeitsgruppe zu überlegen, ob Leipzig beispielsweise als ‚Stadt der Möglichkeiten‘ attraktiver auf die kreative Szene (hier insbesondere auf dem Designsektor, der sich in der Vergangenheit zunehmend als das Standbein der Kreativwirtschaft etablieren konnte) wirken würde, als mit dem Label ‚Bach‘. Zum Abschluss wurde empfohlen, schon bei Bildung und Ausbildung darauf zu achten, dass sich kreativer Nachwuchs in der Stadt entwickeln kann und hier auf ein entsprechendes Milieu trifft.

### Schlussbemerkung

Im Anschluss an die Berichte aus den Arbeitsgruppen fasste Herr Trommer die



Ergebnisse kurz zusammen und forderte die Stadt auf, an dem Thema dran zu bleiben und eindeutig der ‚Kümmerer‘ zu sein. „Stahl muss gehärtet werden, das heißt, man muss ihn rotglühen und kräftig formen, solange er heiß ist“, so

Trommer. Die ungewöhnlich hohe Präsenz junger Kreativer auf der 11. Stadtwerkstatt machte weiterhin deutlich, dass das Thema der Veranstaltung von den Jungen als attraktiv und wichtig wahrgenommen wird. Diese Leute müsse man behüten, denn zum einen sind sie leicht zu enttäuschen und zum anderen werden es in der Zukunft immer weniger sein. Herr Trommer sieht aber auch interessante Chancen für ältere Mitmenschen, die nach vielleicht schon abgegebenem Lebenswerk und ohne Zwang nach Erwerbseinkünften Zeit und Lust haben, mit jungen Menschen zusammen zu arbeiten und sich aktiv zu beteiligen.

Herr zur Nedden betont abschließend, dass es natürlich auch andere wirtschaftliche Cluster gäbe, um die sich eine Stadt zu kümmern habe. Die Kreativwirtschaft sei aber schon etwas ganz spezielles und vielleicht liegt der größte Mehrwert



noch in der Vernetzung zwischen den verschiedenen Clustern. An dieser Stelle solle man überlegen, ob man nicht den Vorsprung von Berlin oder dem Ruhrgebiet nutzen, von anderen lernen und dadurch Zeit sparen und trotzdem seine Identität bewahren könne. Leipzig fängt dabei nicht bei Null an. Mit den Vorbereitungen auf den Kulturwirtschaftsbericht und einem ersten Arbeitsgremium wurde der Grundstein gelegt. Jetzt gelte es, sich mit der Wirtschaftsförderung und den Kreativen an einen Tisch zu setzen und gemeinsam Strategien für Leipzig zu entwickeln. Nach außen hingegen wird die Stadt klar aufgefordert, sich zu seinem Status als Labor für ein kreatives Milieu und zu seinen Akteuren zu bekennen.