



# ENTWICKLUNGS- KONZEPT INNERSTADT

**dokumentation  
2. ideentisch**

**KREATIVES MANNHEIM -  
TALENTE, TOLERANZ, TRANSFER**

**08.03.2007**

## **2. Ideentisch am 8. März 2007 (18.00-20.30 Uhr)**

Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst, N7,17  
Kammermusiksaal

Moderation: astoc; studio uc

Referenten: Herr Dr. Tobias Robischon (Schader Stiftung)

Frau Sabine Schirra (Stadt Mannheim)

Herr Jürgen Münch (Stadt Mannheim)

**Mannheim ist eine kreative Stadt** und hat als Musikstadt eine lange Tradition. Mit der Ansiedlung der Popakademie und des Musikparks hat die Stadt bereits Potenziale der Kreativwirtschaft für sich entdeckt, über die als Stadtentwicklungsstrategie zunehmend debattiert wird. Auch im Sektor Bildung und Neue Technologien spielt Mannheim eine wichtige Rolle in der Region. Bisher allerdings wird die Innenstadt vorwiegend als Einkaufsstadt vermarktet und bindet hierfür alle städtischen Kräfte. Der 2. Ideentisch geht der Frage nach, welches kreative Potenzial in Mannheim steckt und wie es für die Stadtentwicklung genutzt werden kann.

### **Programm**

Begrüßung

Input 1:

Die Kreative Stadt – ein Überblick

Dr. Tobias Robischon (Politikwissenschaftler, Referent Schader Stiftung, Darmstadt)

Input 2:

Kreative Stadt Mannheim – eine lokale Standortbestimmung

von Sabine Schirra, Leiterin des Mannheimer Kulturamtes, sowie Jürgen Münch (Abteilungsleiter im Fachbereich Wirtschafts- und Strukturförderung)



## input 1: die kreative stadt - ein überblick

DR. TOBIAS ROBISCHON (POLITIKWISSENSCHAFTLER, REFERENT SCHADER STIFTUNG, DARMSTADT)

Zusammenfassende Darstellung des Vortrags

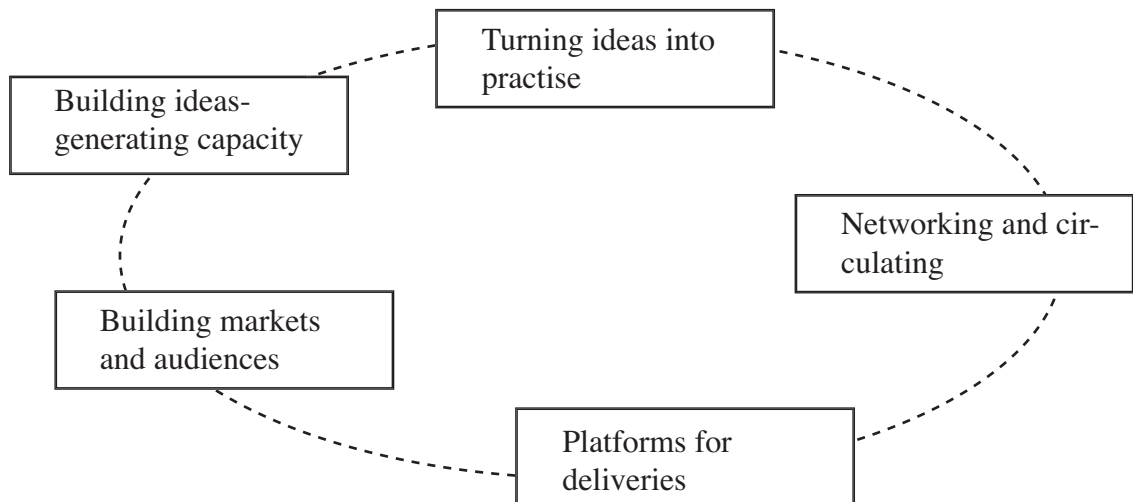


### kreativität und stadtentwicklung

Städte sind mit einem dramatischen Wandel von einer industriellen in eine wissensbasierte Ökonomie konfrontiert. Kreativität spielt demnach eine immer größer werdende Rolle in der Stadtentwicklung.

Zentrale Ansätze zum Thema der Kreativen Stadt finden sich in Charles Landrys Publikation „Creative City“ und Richard Floridas Bestseller „The Rise of the Creative Class“.

Laundry postuliert in seinen Ausführungen zur zukünftigen Stadtentwicklung den unterschätzten Wert des kreativen, urbanen Klimas für die wirtschaftliche Fitness einer Stadt. Offenheit, Risikobereitschaft, die Fähigkeit zum Zuhören und Lernen sowie die Fokussierung auf langfristige Ziele stellt er als wichtige Ressourcen im Wettbewerb zwischen den Städten heraus.



Richard Florida prophezeit den Aufstieg der so genannten **Kreativen Klasse**, die sich aus Menschen zusammensetzt, deren ökonomischer Erfolg auf der Fähigkeit fußt, Kreative Leistungen zu erbringen.

Dabei differenziert er drei Untergruppen der Kreativen Klasse:

- „**Creative core**“ – innovativ Tätige, die Probleme identifizieren, neue Lösungen entwickeln oder vorhandenes Wissen auf neue Weise kombinieren. (z.B. Wissenschaftler, Ingenieure, Architekten...)
- „**Creative professionals**“ - wissensintensive Arbeit, eigenständiges Denken und kreative Wissensanwendung (z.B. Anwälte, Manager, Techniker, medizinische Angestellte)
- „**Bohemiens**“: Musik, Mode, Design, Literatur und Publizistik, Werbung, Kunst

Gemeinsamer Nenner der Autoren ist die Annahme, dass Kreativität ein Kernelement lokaler und regionaler wirtschaftlicher Entwicklung ist und systematisch gefördert werden kann. Aber nicht nur die ökonomische Dimension ist für das Wachstum/den Erfolg einer Stadt wichtig. Als Indikatoren für die Eignung einer Stadt als Kreativstandort, führt Florida diverse Beispiele auf: Gay-Index, Bohemien-Index sowie die Diversität der Ethnien geben Aufschluss über Offenheit und Toleranz des Ortes.

Die kulturelle Einbettung und die Lebensqualität sind der entscheidende Faktor, um die Kreative Klasse anzuziehen, was wiederum ein Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Städten bedeutet. Die Anwesenheit der hoch mobilen Kreativen Klasse hat zur Konsequenz, dass Firmen und Unternehmen sich ansiedeln („jobs follow people“).



Vergleicht man Charles Landrys und Richard Floridas Thesen mit den Angaben aktueller Kulturwirtschaftsberichte wird deutlich, dass diese Stadtentwicklungsdebatte, die bisher vornehmlich in Amerika geführt wurde, auch für Deutschland zunehmend an Relevanz gewinnt. Kultur ist zu einer lokal und regional bedeutenden Wirtschaftsbranche herangewachsen. Mit 120.000 Beschäftigten stellte die Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000 4% der Erwerbstätigen und mit 19. Mrd. € Umsatz 5% der Gesamtwirtschaft. Im Vergleich dazu erzielte die Chemiebranche in Hessen 18. Mrd. € Umsatz und beschäftigte 64.000 Menschen.

## **input 2 kreative stadt mannheim - eine lokale standortbestimmung von sabine schirra (Leiterin des Mannheimer Kulturamtes) sowie Jürgen Münch (Abteilungsleiter im Fachbereich Wirtschafts- und Strukturförderung)**

### **statements sabine schirra:**



- Mannheim ist seit jeher Kulturstadt, es besteht jedoch ein strukturelles Ungleichgewicht in der Förderung von informeller und institutioneller Kultur
- Innenstadtquadrate haben aus kultureller Perspektive wenig Gesicht und Profil; der Schwerpunkt liegt nach wie vor auf Einkauf, Gastronomie, Kino
- Die wichtigsten Institutionen (Reiss-Engelhorn-Museen, Kunsthalle, Kunstakademie, Universität) entfalten wenig Ausstrahlungskraft auf die Innenstadt
- Förderung von Kleinstrukturen: Initiativen wie das TiG7 und das GiG7 in G7 oder der Verein Schillerplatz benötigen „Push“

- Das Kreativitätspotenzial wird sich weiter an den Rändern der Innenstadt entwickeln, weil dort eher Raum zur Entfaltung verfügbar ist
- Leerstände können oft mangels Kooperationsbereitschaft der Eigentümer nicht für kulturelle Zwischennutzungen generiert werden, obwohl sie vorhanden sind
- Eine temporäre Umnutzung des Medien-Kaufhauses Prinz durch Kreative erscheint unrealistisch, da durch die Nutzungsdichte der Innenstadt viel zu viele Reglementierungen bestehen
- Der Versuch, sich überregional durch Festivalisierung zu profilieren ist gewollt, allerdings bedarf dieses Vorhaben privater Finanzierungen

### statements Jürgen Münch:



- Technologieförderung hat in Mannheim eine lange Tradition: Der Strukturwandel soll durch Gründungsinitiativen gefördert werden
  - Förderungsvorhaben EU Programm: 30 Mio € für zielgruppenorientierte Förderung
  - Existenzgründerzentren: die Stadt bietet eine Hülle, günstige Räume, Plattform für Kommunikation und wenig Risiko
- 
- Aufbau unterschiedlicher Typen von Gründerzentren: MAFINEX, Start im Quadrat, Gründerinnenzentrum GiG7, Deutsch-Türkisches Wirtschaftszentrum, Musikpark
  - Wachsende Branchen finden ihren Standort ausserhalb der Innenstadt
  - Ränder(Jungbusch) werden zunehmend als Standort für Freiberufler interessant
  - Ansiedlungen von Freiberuflern um die Magneten Musikpark und Popakademie (Kreativwirtschaft)

## workshops

### workshop 1: musikstadt und popmetropole

Moderation: Herr Kanehl, Herr Gwildis

#### 1. Experiment

„Der Kessel ist unter Dampf!“ - Mannheim hat mit Popakademie und Musikpark ein wirtschaftliches Themenumfeld geschaffen, das es weiter auszubauen gilt. Nach ersten Ansiedlungen peripherer Industriebereiche ist der Musikstandort Mannheim um weitere Strategien zur Festigung und zum Ausbau der Potenziale bemüht. Die Popakademie war ein Experiment und macht Mut zum Ausprobieren. Das Mannheimer Modell bestätigt, dass durch zielgenaue und tatkräftige Konzepte neue Wege entstehen können, die als Rahmenlayout für andere Bereiche dienen können.

Das Bild Musikstadt mag für viele positiv besetzt sein - für andere ist es ein Ärgernis. Die Toleranzgrenze ist für viele BürgerInnen des Jungbuschs scheinbar erreicht. Doch die Verantwortlichen und Musiker brauchen Veranstaltungs- und Auftrittsmöglichkeiten, um sich und die Popmetropole Mannheim zu stärken. Gegenseitige Akzeptanz und die notwendigen Freiräume auf beiden Seiten sind zu suchen und Handlungsmodelle zu entwickeln.

#### 2. Austausch

Benchmarking - Die Popmetropole Mannheim steht in Konkurrenz und im Wettbewerb mit Musikstandorten wie Hamburg oder London. Eine Reihe von Kooperationen der Popakademie mit anderen Hochschulen in Europa, Asien und den USA erweitern die Perspektive und schaffen einen musikalischen und kulturellen Austausch für die Stadt. Durch den Transfer kreativen Potenzials wird Mannheim um viele kulturelle Facetten erweitert. Menschen aus anderen Städten und Ländern lernen die Quadratestadt kennen und tragen das Bild Mannheims weiter.

#### 3. Speckgürtel der Popkultur

Für viele Auftrittsoptionen, beispielsweise in offen gelassenen, ehemaligen Industriehallen bestehen nach geltenden Rahmenbedingungen hohe polizeiliche und verwaltungstechnische Auflagen. Eine offenere Handhabung und Auslegungspraxis („Ermöglichungspolitik“) kann hier größere Spielräume generieren. Proberäume sind zwar ausreichend vorhanden, allerdings sind die Auftrittsmöglichkeiten für die Studenten der Popakademie und die dynamische freie Musikszene eingeschränkt. In anderen Städten entstehen durch Teilsubventionierung und temporäre Raumnutzungen „Clubmeilen“; entsprechende Modelle sind für die Stadt Mannheim zu entwickeln und öffentlich zu diskutieren. Auch andere Popkulturen könnten auf dem „Nährboden“ der Popmetropole Mannheim gedeihen.

Die Popakademie und der Musikpark sind im positiven Sinne „Viren“, die bewusst im Jungbusch ausgesetzt wurden und sich nun langsam, aber stetig im Jungbusch und weiter in die westliche Unterstadt Mannheims fortpflanzen. Unterstützende und ergänzende Nutzungen haben sich bereits angesiedelt. Weitere sind in Planung und werden folgen.



## workshop 2: kreative ökonomien

Moderation: Frau Schreiber, Herr Overmeyer

### 1. Institutionalisierung von Existenzgründern

Die institutionelle Förderung von Start up- Unternehmen hat in Mannheim eine lange Tradition. Neben der Technologieförderung existieren in Mannheim mittlerweile diverse Gründerzentren. Das Gründerinnenzentrum GiG7, das Deutsch-Türkische Wirtschaftszentrum und der Musikpark platzen aus allen Nähten. Die zentrenübergreifenden Plattformen MAFINEX und „Start im Quadrat“ bieten Austausch- und Kooperationsmöglichkeiten.

### 2. Was kommt nach der Gründung?

#### A: Außenstandort:

Nach der fünfjährigen Förderung in GiG7 und Deutsch-/Türkischem Wirtschaftszentrum siedeln sich die wachstumsorientierten Start ups zumeist außerhalb der Innenstadt an, weil dort langfristig die Möglichkeit besteht, sich räumlich zu erweitern.

#### B: Jungbusch:

Das Gründerzentrum Musikpark nutzt die Vitalität des Jungbuschs strategisch als „backbone“ für den ökonomischen Erfolg und zeigt großes Interesse daran, potenzielles Wissen am Standort zu halten. Als Kristallisationspunkte haben Popakademie und Musikpark das Interesse branchenähnliche Unternehmen anzuziehen (Bsp. Hafenstrasse) und die Gesamtförderung der Popkultur im Jungbusch zu unterstützen, um sich dauerhaft zu konsolidieren. Allerdings bestehen mitunter Akzeptanzprobleme, da die neu errichteten Gebäude in der gewachsenen Umgebung des Jungbuschs von manchen Anwohnern als Fremdkörper interpretiert werden. Als Expansionsfläche hat die Mannheimer Musikwirtschaft den Hafen und die in der Neckarstadt West gelegene Industriestraße ins Auge gefasst. Zurzeit ist ein Zugriff auf das Hafeneareal zwar nicht gegeben, aufgrund fehlender Sperrzeiten ist die Branche aber sehr interessiert an den Flächen.

### 3. Zuwanderungsökonomien

Die wirtschaftliche Anziehungskraft des in der Westlichen Unterstadt gelegenen multikulturellen Filsbachquartiers/Jungbuschstraße reicht weit über das Rhein-Neckar-Dreieck hinaus und nutzt auch dem weiteren Innenstadthandel. Der Beschäftigungseffekt ist enorm. Viele Geschäftsinhaber müssen sogar schon Spezialisten aus dem Ausland anwerben. Türkische Geschäftstreibende sind –so zeigen es die Erfahrungen des Deutsch-Türkischen Wirtschaftszentrums – gründungs- und experimentierfreudiger. Sie investieren in Immobilien und richten diese auch zum Nutzen des Quartiers und der Stadt aufwendig her. Inzwischen siedeln sich immer mehr hoch klassifizierte Jungunternehmen an. Dennoch: die enorme Ballung unterschiedlicher Ethnien beherbergt auch Integrationskonflikte. Überlegungen zu der Organisation eines interkulturellen Zentrums für die ca. 80 kulturellen Vereine scheitern allerdings an der Raum- und Geldfrage.

### 4. Universität

Dass Mannheim eine Universitätsstadt ist, lässt sich im Stadtbild kaum ablesen. Zu wenig Aufenthaltsmöglichkeiten, fehlende Kneipenkultur und bauliche Abschirmung vom Innenstadteschehen und den übrigen Hochschulstandorten (Popakademie, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst) können als Gründe hierfür aufgeführt werden.

### 5. Zonendenken

Kreativität hat in Mannheim augenscheinlich hauptsächlich an den Rändern eine Chance. Die erste Funktion der Innenstadt bleibt das Einkaufen, und darauf ist die Stadtentwicklung auch ausgerichtet. Allerdings sollte man nicht vergessen, dass gerade (räumliche) Einschränkungen zu hoher kreativer Leistung führen können. Um die Innenstadt Mannheims als Kreativstandort

zu positionieren, bedarf es allerdings u.a. der Kooperationsbereitschaft von Eigentümern, die z.B. leerstehende Geschäftsräume für Zwischennutzungen zur Verfügung stellen.



### **workshop 3: interkulturelle vielfalt**

Moderation: Herr Scheuermann, Herr Amann

#### **1. Interkulturelle Netzwerke und Diversität**

Einrichtungen wie das erste Jugendzentrum in Selbstverwaltung sind Keimzellen für Kreativität, die es zu pflegen gilt. Nach Ansicht mancher Mannheimer herrscht aber noch lange kein kreatives Klima in der Stadt. Ganz im Gegenteil: die mangelnde Kooperationsbereitschaft der Behörden bremst Aktivitäten. Professionelle Hilfe für Gemeinwesenarbeit in den Quartieren ist erforderlich. Hierbei geht es nicht nur darum, ausschließlich den Bedürfnissen junger Kreativer Rechnung zu tragen, sondern in erster Linie die Interessen der „normalen“ Bürger im Auge zu behalten.

Multikulturelle Vielfalt ist eine Besonderheit Mannheims. Dieser Diversität muss man Raum lassen und sie fördern, indem Netzwerke geknüpft, Unterschiede akzeptiert und Toleranzen erhöht werden. Viele türkische Gewerbetreibende machen inzwischen bewusst Geschäfte in nichttürkischen Quartieren auf und versuchen auch gezielt Deutsche anzusprechen. Das Filzbachquartier in der westlichen Unterstadt ist nicht nur für Türken, Italiener und Inder/Asiaten ein zentraler Anlaufpunkt in der Region geworden.

#### **2. Strukturen**

Die behördliche und politische Unterstützung der Kulturarbeit erfolgt in Mannheim nicht immer im erforderlichen Maße. Fehlende Transparenz in Entscheidungsprozessen (Beispiele Schillerplatz; Trinitatiskirche), knappe Ressourcen im Personal- und Finanzbereich sind Gründe dafür, dass die Kooperation zwischen Initiativen und Stadtverwaltung oft zu wünschen übrig lässt.

Das Beispiel Internationaler Garten in U5 zeigt die Möglichkeit auf, dass auch kleine Stadtteilinitiativen - ähnlich wie die großen Festivals - durch Sponsorengelder gefördert werden können. Professionelle personelle Hilfe und Unterstützung bei der Organisation und dem Einsammeln von Spenden wäre sinnvoll, um kleine Initiativen zu entlasten. Auf Quartiersebene greift die Lenkung und Zusammenführung von Kultur-, Bildungs- und Sozialarbeit durch die Quartiermanager. Das zeigt, wie sinnvoll es ist, einen Vermittler zwischen Initiativen und Verwaltung zu positionieren.

#### **3. Kulturmix in der Innenstadt**

Nutzungswidersprüche und kulturelle Gegensätze prägen die Mannheimer Innenstadt und sollten nicht gegeneinander ausgespielt oder aufgelöst werden. Vielmehr gilt es nach Möglichkeiten zu suchen, wie man die unterschiedlichen Ansprüche zusammenführen kann. Der Jungbusch



und die Quadrate verkörpern unterschiedliche Qualitäten, die gleichwertige Teile des Gesamtorganismus Innenstadt sind. Sowohl Hochkultur und als auch Subkultur sind unerlässlich für die Lebendigkeit Mannheims, da sie verknüpfen, überbrücken, thematisieren. Ziel muss es sein, die Vernetzung unterschiedlichster Lebenswelten zu ermöglichen und sowohl im hoch- als auch subkulturellen Bereich gleichberechtigt zu fördern. Institutionalisierte Hochkultur - wie das Ensemble am Friedrichsplatz - ist wichtig für die lokale Identifikation. Subkulturen sind aber mindestens genauso entscheidend für die Zukunft der Stadt, und zwar nicht nur im kulturellen Sinne. Welche ökonomischen und räumlichen Wirkungen kreative (Sub-)Kulturen für die Innenstadt, die Randbereiche und die Gesamtstadt entfalten können, zeigt das Beispiel der Popmusikszene.

#### **4. Festivalisierung und Eventisierung**

Nutzungskonflikte in Bezug auf die sensiblen Wohnnutzungen in der Mannheimer Innenstadt bleiben nicht aus. Als besonders störend für die Anwohner werden laute Musikveranstaltungen betrachtet. Das Thema der Eventisierung wird durch den Wandel im Anspruchsverhalten der Konsumenten in Mannheim immer relevanter. Festivals leiten ohne Zweifel Touristen und Kaufkraft in die Stadt. Allerdings gestaltet sich dadurch die Profilierung kleiner Stadtteilinitiativen schwieriger. Die Frage sollte nicht lauten, ob Kultur in der Innenstadt stattfinden kann, sondern vielmehr welche Art von Kultur das Lebensumfeld der Innenstadtbewohner bereichert. Kleinräumiger Subkultur in den Quartieren wird durch die großen städtischen Events oftmals das Wasser abgegraben. Kleine Kulturveranstaltungen sind jedoch für das Quartiersleben sehr wichtig.

Die Akzeptanz von Events hängt eng mit ihrem Anlass und der lokalen Verankerung zusammen. Reine Werbeevents werden zunehmend als störend empfunden. Lokale Stadtteilfeste hingegen genießen meist aufgrund ihres authentischen Charakters eine höhere Akzeptanz. Ökonomischer Erfolg kann Ergebnis, sollte aber nicht Anlass einer kulturellen Veranstaltung sein.

#### **5. Räumliche Aspekte:**

Leerstände scheinen in Mannheim aus Sicht der Eigentümer häufig profitabler zu sein, als eine Vermietung an Kulturtreibende.

Räumliches Potenzial für Kulturnutzungen ist in der Innenstadt durchaus vorhanden. Zunächst sollte es überhaupt einmal lokalisiert und herausgestellt und in der Folge durch sich anbietende Zwischennutzungen bespielt werden.

Das Herschelbad ist ein Beispiel für ein vielfältig genutztes Kulturgut. Das Baudenkmal fungiert unter anderem als Sporteinrichtung, Räumlichkeit der Freien Kunstschule, Veranstaltungsort für Konzerte und wurde ehemals sogar als Bibliothek genutzt. Der verwaisten Trinitatiskirche galt zunächst seitens der Öffentlichkeit wenig Interesse. Mittlerweile wird eine Nachnutzung durch die staatliche Musikhochschule immer wahrscheinlicher, die den Standort wieder zu einem Kristallisationspunkt werden lassen könnte.

Aber auch Freiflächen in der Innenstadt könnten durch temporäre Nutzungen aufgewertet werden. Der stadtgestalterisch vernachlässigte Schillerplatz war von Seiten der Verwaltung lange Zeit als „Schmuckanlage“ codiert und für andere Zwecke nicht nutzbar. Gleiches gilt für diverse Potenzialflächen und öffentliche Plätze. Zudem fehlt der Innenstadt ein zentraler Festplatz für größere Events, der auch der Entlastung beanspruchter Räume wie der Kapuzinerplanken dienen könnte. Ursprünglich bekleidete der Paradeplatz diese Funktion, mittlerweile ist er jedoch eine rein repräsentative Schmuckanlage, die Veranstaltungen kaum zulässt.



## **workshop 4: kreative räume**

Moderation: Frau Wersinski , Herr Neppl

### **1. Aktivierung unterschiedlicher Eigentümergruppen**

Der Begriff des „Raumes für Kreativität“ wurde von den Teilnehmern der Workshopgruppe auf unterschiedliche Weise interpretiert. Während die einen mehr die Nutzung öffentlicher Räume fokussierten, sprachen die anderen in erster Linie die Aktivierung der unterschiedlich strukturierten Eigentümergruppen an.

Hintergrund für diese unterschiedlichen Sichtweisen sind die nicht umgesetzten Empfehlungen aus dem ehemaligen Rahmenplan Innenstadt. Insbesondere die Aktivierung und Durchgründung der Blockinnenbereiche scheiterte an der mangelnden Kooperation der Hausbesitzer. Über die Kommunikation mit dieser sehr inhomogenen und schwer zu fassenden Gruppe muss -auch im Rahmen des EKI Prozesses- besonders nachgedacht werden. Beispiele zeigen, besonders im Jungbusch, dass durch Bewohnerinitiativen und vereinzelt Künstlergruppen ein kooperativeres Klima entstehen kann. Vielleicht könnte hier eine „best practice“ Sammlung weiterhelfen, die Besitzer zu motivieren, über eine Aufwertungsmöglichkeit ihrer zum Teil halb-öffentlichen Flächen nachzudenken.

### **2. Nutzung öffentlicher Flächen**

Einen weiteren Diskussionsschwerpunkt bildeten Nutzungskonflikte in den öffentlichen Räumen. Natürlich überschneiden sich gerade auf den öffentlichen Plätzen die Interessen der Anlieger und der Gruppen, die öffentliche Räume beanspruchen wollen. Es fehlt eine Stelle, die diese Konflikte aktiv bearbeitet und vor allen Dingen eine Flächen- und Veranstaltungskoordination in der Innenstadt betreibt (Intendanz zur Bespielung öffentlicher Räume). Da dies nicht ausreichend geschieht, soll die Verwaltung eher dazu neigen, Veranstaltungen zu verhindern als sie zu fördern. Dies führt zu einer Frustration der Kulturschaffenden und zu wenig niveauvollen Veranstaltungen auf den öffentlichen Plätzen.

### **3. Aufwertung des baulichen Bestands**

Der bauliche Bestand steht in großen Teilen vor einem weiteren Renovierungszyklus. Viele Bürogebäude und Wohngebäude aus den fünfziger und sechziger Jahren erscheinen nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Die Architektenschaft sollte dieses Thema stärker herausarbeiten und auch hier könnte eine „best practice“ Sammlung, angereichert mit Beispielen aus vergleichbaren Städten, die Nutzer und Besitzer der Gebäude motivieren, ihre Gebäude energetisch und gestalterisch weiterzuentwickeln (Fördermöglichkeiten, Leerstandsflächemanagement, usw.).

Der Begriff „kreative Räume“ kann also gleichermaßen für eine Erweiterung des Nutzungsspektrums der öffentlichen Flächen, wie für eine Aufwertung des baulichen Bestandes stehen. Die Beschäftigung mit den Nutzungsstrukturen der Innenstadt zeigt sehr deutlich, dass komplexere Nutzungsmischungen anscheinend bessere „Brutstätten“ für eine kreative Raumnutzung sind als mono-strukturierte Bausteine. Oft wird die Innenstadt auf die Begriffe „Einkaufen“ und „öffentlich initiierte Hochkultur“ reduziert. Gerade aber die intensive Stimmung in den Teilquartieren veranschaulicht, welche Möglichkeiten in den Synergien von Kreativität und ökonomischer Entwicklung stecken.



# ORGANISATION UND KONZEPTION

Stadt Mannheim  
Fachbereich Städtebau - PG Planen & Bauen\_2007  
Frank Gwildis  
Collinistr. 1  
D-68161 Mannheim

Fon +49 (0)621 - 293 - 5556  
Fax +49 (0)621 - 293 - 47-5556  
[www.mannheim.de](http://www.mannheim.de)  
[www.eki-mannheim.de](http://www.eki-mannheim.de)  
[info@eki-mannheim.de](mailto:info@eki-mannheim.de)

mit

A S T O C GmbH&Co.KG  
ARCHITECTS & PLANNERS  
Prof. Markus Nepl, Ingo Kanehl  
Maria-Hilf-Strasse 15  
D- 50677 Köln

Fon +49 (0)221 2718060  
Fax +49 (0)221 3100833  
[www.astoc.de](http://www.astoc.de)

Studio UC/ Klaus Overmeyer  
Eichenstraße 4  
12435 Berlin

Fon +49 (0)30 532 10 696  
Fax +49 (0)30 532 15 760  
[www.studio-uc.de](http://www.studio-uc.de)

Der Prozess Entwicklungskonzept Innenstadt Mannheim (EKI) ist ein Projekt der Stadt Mannheim / Dezernat für Planung, Bauen, Umweltschutz und Stadtentwicklung in Zusammenarbeit mit ASTOC Architects and Planners / Köln und studio uc / Berlin