Raumunternehmen als alternative Projekt- und Stadtentwickler in Wuppertal?
Topografie neuer urbaner Initiativen

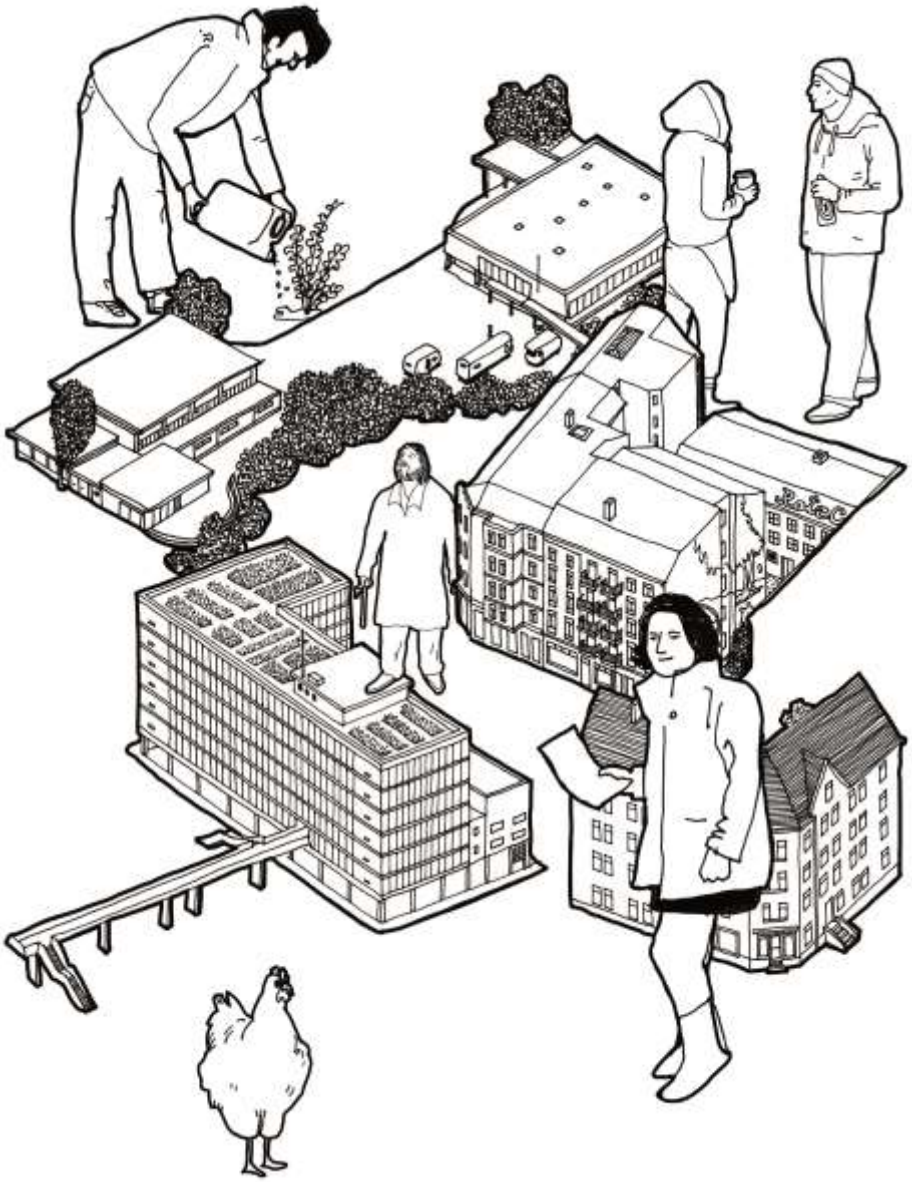


Abbildung 1: Titelbild „Raumunternehmen“, Quelle: urbanophil.net (29.03.2014)

Bergische Universität Wuppertal
Lehrstuhl Ökonomie des Planens und Bauens
Prof. Dr. Guido Spars, Dipl.-Ing. Anja Müller
Research Real Estate Economics
WS 2013/2014

von Jasmine Behnk, Tobias Bracki, Norbert Dumitrache, Jens Edelmeier, Robin Hofbauer, Arthur Kochel, Victoria Kunz, Mona Möller, Kyra Ostrowski und Ewgeni Schulz

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis 5

1 Einleitung 8

2 Grundlagen zu den Raumunternehmen 9

2.1 Definition 9

2.2 Intentionen und Klassifikationen von Raumunternehmen 9

2.3 Standorte von Raumunternehmen 10

2.4 Strategien zur Raumaneignung 11

2.5 Risikomanagement 11

2.6 Exit Strategie? 11

2.7 Finanzierung von Raumunternehmen 12

3 Erarbeitung einer Topografie und Erhebung von urbanen Initiativen und Raumunternehmen in Wuppertal 13

3.1 Methodik 13

3.1.1 Untersuchungsfilter 13

3.1.2 Recherche 14

3.2 Auswertung 16

3.2.1 Räumliche Strukturen 16

3.2.2 Organisationsstruktur 19

3.2.3 Nutzerstruktur der Initiativen 21

3.2.4 Größenstruktur 23

3.2.5 Altersstruktur 24

3.2.6 Art der Initiatoren 24

3.3 Auswertung der Raumunternehmen 28

3.3.1 Herangehensweise 28

3.3.2 Nutzung/Nutzergruppen 29

3.3.3 Leerstandsbelebung durch Raumunternehmen 30

3.4 Zwischenfazit 32

4 Fallstudien 33

4.1 Café Ada/ MARE e. V. 34

4.1.1 Steckbrief 34

4.1.2 Initiative 35

4.1.3 Initiator(en) 37

4.1.4 Immobilie/ Grundstück 39

4.1.5 Organisationsstruktur 40
4.1.6 Personalstruktur 43
4.1.7 Finanzierung 44
4.1.8 Schwierigkeiten und Herausforderungen 45
4.1.9 Perspektiven und Zukunftseinschätzungen 46
4.1.10 Fazit Café Ada / MARE e.V. 47
4.2 Utopiastadt im Mirker Bahnhof 49
4.2.1 Streckbrief: „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof 49
4.2.2 Initiative, Idee und Entstehungsgeschichte 50
4.2.3 Initiatoren 50
4.2.4 Immobilie, Grundstück 50
4.2.5 Organisationsstruktur 52
4.2.6 Personalstruktur 53
4.2.7 Finanzierung 53
4.2.8 Herausforderungen/Schwierigkeiten 54
4.2.9 Ziele 55
4.2.10 Fazit „Utopiastadt“ 56
4.3 Hebebühne e.V. 58
4.3.1 Steckbrief 58
4.3.2 Initiative, Idee und Entstehungsgeschichte 59
4.3.3 Initiatoren 59
4.3.4 Grundstück und Immobilie 61
4.3.5 Organisationsstruktur 63
4.3.6 Personalstruktur 66
4.3.7 Finanzierung 67
4.3.8 Schwierigkeiten und Herausforderungen 68
4.3.9 Bilanz und Perspektiven 69
4.3.10 Fazit Hebebühne e.V. 70
4.4 OXTOR - Musikzentrum Bergisch Land 72
4.4.1 Steckbrief OXTOR 72
4.4.2 Initiative 73
4.4.3 Initiator 74
4.4.4 Immobilie und Grundstück 74
4.4.5 Organisationsstruktur 76
4.4.6 Personalstruktur 76
4.4.7 Finanzierung 76

4.4.8 Schwierigkeiten und Herausforderung 77
4.4.9 Perspektiven und Zukunftseinschätzungen 78
4.4.10 Umfeldbefragung 78
4.4.11 Fazit und Vergleich zur klassischen Projektentwicklung 79
4.5. Fabrik Huppertsberg 80
4.5.1 Streckbrief der Huppertsberg Fabrik 80
4.5.2 Initiative 81
4.5.3 Initiatoren 81
4.5.4 Immobilie, Grundstück 82
4.5.5 Organisationsstruktur 83
4.5.6 Finanzierung 88
4.5.7 Fazit Fabrik Huppertsberg 89
4.6 Quervergleich der Fallstudien 91
4.6.1 Leerstandsbelebung 91
4.6.2 Arbeitsplätze 92
4.6.3 Vernetzungen und Kooperationen 93
4.6.4 Magnetismus 94
4.6.5 Besucherfrequenz und Reichweite 94
4.6.6 Marketing 95
5 Bedeutung der Raumunternehmer für die Stadtentwicklung 96
5.1 Bedeutung der Raumunternehmer für die Wuppertaler Stadtentwicklung 96
5.1.1 Maßnahmen, Strategien und Instrumente 97
5.1.2 Auswirkungen 99
5.2 Ausgangssituation Wuppertal 101
5.2.1 Demografische Entwicklung 101
5.2.2 Leerstand als Folge des wirtschaftstrukturellen Wandels 101
5.3 Wie wirken sich Raumunternehmen auf die Stadtentwicklung aus? 103
5.3.1 Einschätzung 103
5.3.2 Handlungsempfehlungen 105
6 Fazit 108
Literatur- und Quellenverzeichnis 110

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Titelbild „Raumunternehmen“, Quelle: urbanophil.net (29.03.2014) 1
Abbildung 2: Kategorien und Dimensionen von Raumunternehmen, Quelle: Institut für Arbeit und Technik (2012) 10
Abbildung 3: Prototyp Steckbrief, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....14
Abbildung 4: Verteilung der räumlichen Initiativen im Wuppertaler Stadtgebiet, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....17
Abbildung 5: Anzahl der Raumunternehmungen in den Stadtbezirken, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....18
Abbildung 6: Prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der räumlichen Initiativen je Stadtbezirk, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....18
Abbildung 7: Prozentuale Aufteilung nach Gemeinnützigkeit, Quelle: eigene Darstellung (November 2013) 19
Abbildung 8: Prozentuale Aufteilung nach Gesellschaftsformen der Raumunternehmungen, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....19
Abbildung 9: Bestand der Initiativen nach Art der Nutzungskategorisierung in Prozent, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....22
Abbildung 10: Verteilung der räumlichen Initiativen nach Bereichen im Wuppertaler Stadtgebiet, Quelle: eigene Darstellung (November 2013) 23
Abbildung 11: Kategorien der Initiatoren, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....27
Abbildung 12: Filterung der räumlichen Initiativen zu Raumunternehmen; Quelle: eigene Darstellung (Februar 2014) 28
Abbildung 13: Prozentuale Verteilung der Nutzungen von Raumunternehmen; Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....29
Abbildung 14: Flächenvergleich Raumunternehmen vs. Büroflächenleerstand in Wuppertal; Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....30
Abbildung 15: Übersicht aller untersuchten Raumunternehmen in Wuppertal, Quelle: eigene Darstellung (November 2013).....31
Abbildung 16: Immobilie Café Ada, MARE e.V., Quelle: eigene Aufnahme (Dezember 2013) 34
Abbildung 17: Immobilie Café Ada, MARE e.V., Quelle: eigene Aufnahmen (Dezember 2013) 35
Abbildung 18: Zeitleiste Café Ada/ MARE e.V., Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013) 35

Abbildung 19: links: Bühne MARE e.V., rechts: Café Ada, Quelle: eigene Aufnahmen (Dezember 2013) 36
Abbildung 20: Initiatoren MARE e.V. , Quelle: eigene Darstellung(Dezember 2013).....37
Abbildung 21: links: Veranstaltungsraum MARE e.V., rechts: (v.l.n.r.) Y. Sözen, M. Dok im Café Ada, Quelle: eigene Aufnahmen (Dezember 2013) 38
Abbildung 22: Darstellung der räumlichen Nutzungen, Café Ada/ MARE e.V., Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013).....39
Abbildung 23: Zeitleiste: Umbaumaßnahmen, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013) 39
Abbildung 24: Organisationsstruktur MARE e.V., Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013).....42
Abbildung 25: Organigramm Ada, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013).....43
Abbildung 26: Ausgaben MARE e.V. (pro Monat), Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013).....45
Abbildung 27: Zeitleiste Café Ada/ MARE e.V.: Ausblick, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013) 47
Abbildung 28:Gründer von Utopiastadt: Beate Blaschczok und Christian Hampe; Quelle: WZ newsline 2013 49
Abbildung 29: Bahnhof mit neuer Nutzung, Quelle: heinz-magazin.de (29.03.2014) 51
Abbildung 30: Diagramm Organisationstruktur; Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013) 52
Abbildung 31: Zeitstrahl mit Meilensteinen, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013) ...56
Abbildung 32: Foto Hebebühne e.V. 09.10.2011 Quelle: Hebebühne e.V.: eigene Internetpräsenz (20.12.2013) 58
Abbildung 33: Foto Leonie Altendorf, Quelle: Leonie Altendorf: eigene Internetpräsenz (20.12.2013).....60
Abbildung 34: Foto Hebebühne e.V. Innenraum 24.09.2010, Quelle: Hebebühne e.V.: eigene Internetpräsenz (20.12.2013) 62
Abbildung 35: Foto Hebebühne e.V. in Kooperation mit BUW 05.05.2011, Quelle: Hebebühne e.V.: eigene Internetpräsenz (20.12.2013) 66
Abbildung 36: Rüdiger Braune, WZ Newsline Westdeutsche Zeitung (19. Oktober 2012) 72
Abbildung 37: Nutzungsverteilung, Quelle Foto Luftbild Google (2005), Quelle Beschriftung: eigene Darstellung (Dezember 2013).....75
Abbildung 38: Notizen zur Umfeldbefragung, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013) 79
Abbildung 39: Eingang zum Huppertsberg Gelände, Quelle: http://www.initiative-ergreifen.de 80

Abbildung 40: Ereigniszeitstrahl, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013).....81
Abbildung 41: sanierte Fabrik Huppertsberg, Quelle: commons.wikimedia.org.....82
Abbildung 42: Flächen der Huppertsberger Fabrik, Quelle: http://www.startpunkt.info (Dezember 2013) 83
Abbildung 43: Organisationsmodell, Quelle: http://www.startpunkt.info (Dezember 2013) 85
Abbildung 44: Darstellung der Baukosten, Quelle: http://www.startpunkt.info (Dezember 2013).....88
Abbildung 45: Entwicklung der Einwohnerzahlen Wuppertal 1963-2012, Quelle: Stadt Wuppertal.....101
Abbildung 46: Räumliche Zuordnung aller räumlichen Initiativen, Quelle: eigene Darstellung (Februar 2014) 102

1 Einleitung

Der aktuelle Trend zur alternativen Projektentwicklung, ausgehend von Initiativen der Bürger, gibt Anlass zu dieser Arbeit, da diese eine immer größer werdende Präsenz aufweisen. Der in diesem Zusammenhang auftretende Begriff „Raumunternehmer“ prägt diese neue Form von Projektentwicklung. Im Rahmen des Research Real Estate Economics des Masterstudienganges Architektur an der Bergischen Universität Wuppertal wird die Aufgabe gestellt, Raumunternehmen als alternative Projekt- und Stadtentwickler in Wuppertal kritisch zu hinterfragen und die Topografie neuer urbaner Initiativen zu erfassen. Die Arbeit erfolgt in Kooperation mit dem Büro „Startklar“ des NRW- Förderprogramms „Initiative ergreifen“ und der TU Dortmund. Der Kurs der TU Dortmund von Frau Prof. Reicher beschäftigt sich mit Raumunternehmen in Dortmund, während der Research Kurs der Bergischen Universität Raumunternehmen in Wuppertal erfasst.

Für Wuppertal wird eine umfangreiche Flächenerhebung aller urbanen Initiativen durchgeführt, die Aufschluss über die räumliche Verteilung sowie strukturelle Eigenschaften gibt. Unter diesen Initiativen werden Raumunternehmen gesondert betrachtet und vertiefend untersucht, um eine Charakterisierung und Definition dieser treffen zu können. Wo und wie sind Raumunternehmen in der Stadt zu finden? Über Fallstudien wird vertiefend auf Details der Raumunternehmen eingegangen und deren Strukturen auf Personal-, Verwaltungs- und Finanzebene untersucht. Abschließend werden die Ergebnisse reflektiert und im Zusammenhang mit der heutigen Stadtentwicklung betrachtet. Ziel ist die Antwort auf die Frage, welche Rolle Raumunternehmen in einer Stadt und in ihrem Quartier einnehmen und welche Entwicklungen über diese angestoßen werden.

2 Grundlagen zu den Raumunternehmen

2.1 Definition

Während der Bearbeitung des Themas bildete sich folgende Arbeitsdefinition heraus: Raumunternehmen sind Organisationen, die von einer bestimmten Idee oder Vision getrieben sind und sich meist minderbewertete Immobilien aneignen, die in Eigenarbeit hergerichtet werden. Die finanziellen Möglichkeiten der Raumunternehmen sind oftmals gering und die Wirtschaftlichkeit misst sich dem sozialen Nutzen, den sie generieren und nicht an der monetären Gewinnmaximierung.

2.2 Intentionen und Klassifikationen von Raumunternehmen

Im Vordergrund der Unternehmen steht im Allgemeinen eine Idee, beziehungsweise eine Vision. Ökonomische Interessen spielen dabei zunächst eine eher untergeordnete Rolle. Raumunternehmen könnten auch als Do-It-Yourself Projektentwickler bezeichnet werden. Sie etablieren sich an Orten, die für Projektentwickler aus wirtschaftlicher Sicht zunächst „durchs Raster“ fallen würden. Sie erkennen durch lokales Wissen und Erfahrungen Potentiale der Räume und entwickeln so eine Vision. Raumunternehmen können aufgrund ihrer Motivation klassifiziert werden. Das IAT unterscheidet dabei zwischen dem „Raumunternehmen aus Geschäftssinn“, dem „Raumunternehmen aus Leidenschaft“, dem „Raumunternehmen aus Gelegenheit“ und dem „Raumunternehmen aus Notwendigkeit“.
Beispielsweise agiert das Raumunternehmen aus Geschäftssinn um seine Existenz zu sichern, was ihn wesentlich vom Raumunternehmen aus Leidenschaft unterscheidet, bei dem ökonomische Prozesse eine zweitrangige Rolle spielen.[1](Vgl. Abb.1)

[1] Vgl. Institut für Arbeit und Technik (IAT) 2012 : Raumunternehmen S. 101 ff.

Abbildung 2: Kategorien und Dimensionen von Raumunternehmen, Quelle: Institut für Arbeit und Technik (2012)

2.3 Standorte von Raumunternehmen

Eine besondere Rolle bei Raumunternehmen nimmt der Standort ein. Es fällt auf, dass vor allem Residualräume zum Schauplatz visionärer Aktivitäten werden. Residualräume (also „Resträume“) sind hierbei Gebiete, die marktwirtschaftlich scheinbar uninteressant sind und demnach funktionslose Areale bilden. Diese Brachen werden zu Testarealen neuer Aktivitäten.[2] Die Akteure erkennen durch ihr lokales Wissen die Potentiale der unzureichend genutzten Räume und starten dort ihr Unternehmen. Dies kann zum Beispiel mit einer anfänglichen Temporärnutzung erfolgen. Durch solche Zwischennutzungen werden den Standorten neue Identitäten verliehen und es etablieren sich unkonventionelle Märkte, die meist in das gesamte angrenzende Gebiet ausstrahlen. Die anfänglich temporäre Nutzung bekommt somit eine Wertigkeit auf sozialer und ökonomischer Ebene die dazu führt, dass sie langfristig bestehen bleiben kann. Standorte für solche Unternehmen sind zum Beispiel leerstehende Gebäude aus den Bereichen der Industrie, Gewerbe, Kultur, Infrastruktur(Bahnhöfe) oder der Gleichen. Die explizite Standortwahl ist jedoch von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Dabei kann grob in zwei Klassen unterschieden werden. Zum einen gibt es Akteure, die

[2] Vgl. Oswalt, Philipp, Die Stadt stimulieren. Standortentwicklung mit kapitalschwachen Akteuren und temporären Programmen,In: Werk, Bauen, Wohnen, 2002, S. 44

eine klare Idee haben, jedoch den Standort noch nicht gefunden haben und zum anderen gibt es Akteure die erst aufgrund eines Raumes eine Initialzündung haben und dort eine Vision entwickeln.[3]

2.4 Strategien zur Raumaneignung

Raumunternehmen haben kein festes Muster nach dem sie vorgehen. Die traditionellste Form der Raumaneignung besteht in einem Pachtvertrag zwischen dem Grundstückeigner und dem Raumunternehmen. Dies muss jedoch nicht die Regel bilden, gerade am Anfang eines Raumunternehmens kann es vorkommen, dass Räume in Besitz genommen werden welche der Idee dienlich sind. Dies kann zufällig aus Unwissenheit geschehen, oder auch mit voller Absicht durch das illegale Besetzen eines Standortes. Nach der Etablierung des Raumunternehmens wird jedoch häufig ein Pachtvertrag abgeschlossen, oder das Grundstück erworben, damit das Fortbestehen des Projektes gesichert werden kann.[4]

2.5 Risikomanagement

Es hat sich gezeigt das Raumunternehmen eine, im Vergleich zur klassischen Projektentwicklung, höhere Risikobereitschaft aufweisen. Sie agieren an vermeintlich minderbewerteten Standorten und knüpfen häufig ihre Lebens und Arbeitsgrundlage an die Projekte, wodurch das Scheitern persönliche finanzielle Einschränkungen, bis hin zum Konkurs, zur Folge hat. Risiken begegnen Raumunternehmen häufig im Trail-and-Error-Verfahren. Ihr Entscheidungshorizont ist, im Vergleich zur klassischen Projektentwicklung, sehr viel kürzer. Dadurch entscheiden sie welcher Schritt für das Projekt den größten Nutzen birgt und in welche Richtung sich das Projekt bewegen soll. Das eröffnet ihnen auch die Möglichkeit auf Veränderungen schnell zu reagieren.[5]

2.6 Exit Strategie?

Der übliche Exit in der klassischen Projektentwicklung ist der Verkauf des Projektes nach seiner Fertigstellung zu einer höheren Rendite. Raumunternehmen hingegen, sind an einer Exit Strategie nicht interessiert. Sie sind häufig Selbstnutzer und präferieren eine stabile und

[3] Vgl. IAT, S.5
[4] Vgl. Oswalt, Philipp, S.49
[5] Vgl. Oswalt, Philipp, S.49

nachhaltige Projektentwicklung. Kommt es dennoch zu einem Scheitern des Projektes, stehen Raumunternehmen häufig persönlich in der Haftung.[6]

2.7 Finanzierung von Raumunternehmen

Raumunternehmen haben häufig unkonventionelle Geschäftsideen, im Zusammenhang mit Immobilien die eine schlechte Verortung und eine schlechte Bausubstanz haben und deren soziale Ausrichtung nicht in die Struktur der Finanzintermediäre passt. Das hat zur Folge, dass bei vielen Raumunternehmen die Schwierigkeit besteht adäquate Finanzierungen über Hausbanken zu erhalten.[7] Die Finanzintermediären überprüfen die Bankfähigkeit des Raumunternehmens auf wirtschaftliche Bonität über das auswerten quantitativer Daten in Bezug auf die Finanzlage des Unternehmens, die Sicherheit, die Kredit- und Firmenhistorie, die Geschäftszahlen usw.[8] Hinzu kommt, dass viele Förderprogramme sich auf bankübliche Kriterien stützen um Fördergelder zu vergeben. Somit richtet sich ihr Angebot an bankfähige Unternehmen. Die Bonität lässt sich in zwei Bereiche einteilen. Zum einen kann der Unternehmer (das Raumunternehmen) nicht als bankfähig (bzw. kreditwürdig) eingestuft werden. Das kann aufgrund einer fehlenden Kredithistorie, aufgrund unstetigen und fehlenden Einkommens sein. Oder zweitens, das Vorhaben wird nicht als kreditwürdig eingestuft, da die Analyse des Kreditinstitutes entlang klassisch quantitativer Indikatoren zu dem Ergebnis kommt, dass das Projekt nicht rentabel bzw. zu unsicher ist. Es kann dazu kommen, dass selbst kreditwürdigen Kunden ein Unternehmenskredit verweigert wird, weil die Bank besonders neue und innovative Vorhaben nicht versteht bzw. nicht bewerten kann. Daraus resultieren folgende Finanzierungsinstrumente die für Raumunternehmer geeignet sein können: Zuschüsse, Darlehen, Beteiligungskapital, Mezzanine- Finanzierungsformen, Mikrodarlehen, Sachzuwendungen und auch indirekte Instrumente, wie Garantien und Bürgschaften.[9]

[6] Vgl. BUW 2013: Expertenwerkstatt Raumunternehmen, Nutzergetragene Stadt- und Projektentwicklung, Dokumentation der Werkstatt S.21
[7] Vgl. MontagStiftung Urbane Räume (hg.) 2010: Endbericht Raumunternehmen S.109
[8] Vgl. MontagStiftung, S.111
[9] Vgl. MontagStiftung, S.112

3 Erarbeitung einer Topografie und Erhebung von urbanen Initiativen und Raumunternehmen in Wuppertal

Im Folgenden wird die Erarbeitung einer Topografie sowie die Erhebung von urbanen Initiativen und Raumunternehmen in Wuppertal dokumentiert. Um eine Nachvollziehbarkeit der Vorgehensweise zu generieren, wird zunächst die angewandte Methodik dargelegt. Ferner wird die Erhebung der Raumunternehmen kartografisch dargestellt und ausgewertet.

3.1 Methodik

3.1.1 Untersuchungsfilter

Für die Untersuchung wurden im Vorfeld folgende Eigenschaften festgelegt, nach denen sich urbane Initiativen und somit auch Raumunternehmen definieren lassen. Dieser Filter garantiert eine möglichst vollständige und gezielte Suche nach den Initiativen:

1. Standortbezogenheit
   Die Initiative befasst sich konkret mit einem Standort. Das Projekt steht mit dem Ort in direktem Zusammenhang und kann nicht an einem anderen Ort nachgeahmt werden.
2. Belebung von Leerstand
   Es kann sich um ungenutzte, unbebaute Grundstücke oder auch um leerstehende Gebäude in jeglicher Größenordnung handeln. Ziel der Initiative ist es, den Leerstand für sich zu nutzen und durch das Projekt eine Aufwertung zu erreichen. Dabei ist ebenfalls wichtig, dass die Aktion nicht zeitlich begrenzt geplant wurde.
3. Initiatoren/Treiber
   Solche Projekte werden von einer bestimmten Art von Mensch realisiert. Es handelt sich um Initiatoren, die die Planung und Umsetzung mit besonderer Motivation vorantreiben.
4. Thematisch ausgerichtet/ visionär
   Die Initiatoren haben ein Konzept vor Augen, welches ein konkretes Problem thematisiert bzw. auf dessen Lösung orientiert ist. Dabei spielen die Pläne für die Zukunft mit allen Wünschen und Vorstellungen eine wichtige Rolle.
5. Gesellschaftsform
   Es gibt viele verschiedene Gesellschaftsformen, wovon sich einige nach erster Einschätzung als Raumunternehmen eignen. Raumunternehmen sind nicht kommerziell

bzw. nicht auf Gewinnmaximierung ausgerichtet. Sie erhalten in der Entwicklungsphase oft Fördermittel oder andere Unterstützung. Jedoch ist ihr Ziel, sich langfristig selbst zu tragen.

Mit Hilfe dieser Eigenschaften wurde ein Suchfilter festgelegt, welcher der Aufnahme der Raumunternehmen dient. Im nächsten Schritt wurde ein tabellarischer Erfassungsbogen mit Informationen, die für die Einordnung als Raumunternehmen hilfreich sind, erstellt.
Der Untersuchungsbereich umfasst folgendes:

Raumunternehmen/ urbane Initiative	Name	Adresse	Alter	Größe Fläche/ Personen	Nutzungsarten/ -formen Zielgruppen (Nutzer)	Organisationsform (e.V., GbR, a.g., GmbH, g.eG., Stiftung, etc.)	Gemeinnützigkeit?	Initiator	Telefonnummer	Kontakt Internet	...
1											
2											

Abbildung 3: Prototyp Steckbrief, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

3.1.2 Recherche

Basierend auf dem zuvor erstellten Suchfilter, der eine erste Eingrenzung und Definitionshilfe des Themas Raumunternehmen darstellt, umfasst die Recherche diverse Medien wie Printmedien oder das Internet. Auch Interviews, sowohl mit Experten aus der Szene als auch mit Personen aus dem Bekanntenkreis, erscheinen uns als ergiebige Informationsquellen für eine erste Bestandserhebung.

Internetrecherche

Wichtiges Medium ist hierbei das Internet, über das man mit gezielter Stichwortsuche über bekannte Suchmaschinen wie „google.de“ oder „bing.de“ umfassende Informationen erhält. Vorteil sind mögliche Vernetzungen der einzelnen Initiativen untereinander, die mit Links auf der jeweiligen Homepage für eine andere Initiative werben. Problematisch erweist sich anfangs jedoch die Auswahl der Suchanfrage, da die Stichwortsuche eine Vielzahl an irrelevanten Themen der Suchergebnisse findet. Zu Beginn liegt hier die größte Anforderung beim Selektieren und einem ersten Scannen der Internetpräsenzen, ob diese unsere vorab festgelegten Kriterien erfüllen.
Gezielter ist die Recherche der Internetpräsenz von offiziellen Seiten, wie zum Beispiel der Stadt Wuppertal oder dem Vereinsregister der Stadt Wuppertal. Die Kontrolle der einzelnen

Vereinsseiten, inwiefern diese dem Suchfilter entsprechen, kann bei einer umfassenden und übersichtlichen Internetpräsenz des jeweiligen Vereins zügig erfolgen.
Die Suchanfragen über „Online-Telefonbücher“, beispielsweise „Das Örtliche“, „Gelbe Seiten“ oder „Das Telefonbuch“ sind weniger gezielt und können keine so hohe Trefferquote aufweisen wie Onlinesuchmaschinen. Grund dafür ist die Beschränkung der Suche auf Einträge mit Adresse und Telefonnummer. Viele Vereine verweisen jedoch bei der Kontaktaufnahme auf eine E-Mail Adresse oder die private Handynummer des Vorstandsvorsitzenden.

Recherche Printmedien

Die Recherche der Printmedien bezieht sich auf regionale Zeitschriften, „Engels“, „Coolibri“ oder „Heinz“, Flyer, die in öffentlichen Räumen wie Bibliotheken, Theater oder auch in Bars, Kneipen und Cafés ausliegen, sowie schwarze Bretter und Litfaßsäulen in der Stadt. Die Suche wird über aktuelle Auflagen der Zeitschriften hinaus auf die Archive ausgeweitet. So umfasst die Recherche neben etablierten und langjährigen Initiativen auch aktuelle Projekte, die in der Aufbauphase stecken.

Kurzinterviews

Gespräche mit Freunden und Bekannten, aber auch Experten aus der Szene sind ein weiteres Instrument der Bestandaufnahme. Über Kurzinterviews mit Kennern aus der Szene und Verantwortlichen aus der Verwaltung der Stadt Wuppertal wird die Liste der Initiativen ergänzt. Auch ist die Kommunikation über Freunde und Bekannte hilfreich, da eine Vielzahl an Menschen im näheren Umfeld für das Thema sensibilisiert werden und sich so ein Gesprächskreis eröffnet, welcher die Recherche auf einer neuen Ebene beleuchtet und weiteren Input ermöglicht. Um eine möglichst große Anzahl an Personen in kürzester Zeit mit der Anfrage zu erreichen, bedienen wir uns dem Internet und vor allem dem sozialen Netzwerk „facebook“.

Recherche Zwischenfazit

Innerhalb von drei Wochen wurden mit Hilfe der oben genannten Methoden insgesamt 57 Initiativen im Raum Wuppertal als relevante Raumunternehmen und urbane Initiativen erhoben. Diese werden im nächsten Schritt mit dem anfangs erstellten Steckbrief systematisiert und eine Topographie erstellt, welche die räumliche Verteilung der Raumunternehmen und urbanen Initiativen im Raum Wuppertal darstellt.

3.2 Auswertung

Im folgenden Abschnitt werden die zentralen Ergebnisse der Erhebung von urbanen Initiativen und Raumunternehmen in Wuppertal zu ihrer räumlichen Verteilung, Gemeinnützigkeit, Organisationsstruktur, Nutzerstruktur, Größenstruktur, Altersstruktur und zur Art der Initiatoren vorgestellt. Auf Basis der umfangreichen Erfassung des Bestandes von räumlichen Initiativen im Wuppertaler Stadtgebiet ergibt sich zum Erhebungszeitpunkt November 2013 ein Gesamtbestand an räumlichen Initiativen in Höhe von 58.

3.2.1 Räumliche Strukturen

Die räumliche Verteilung der Initiativen im Stadtgebiet Wuppertal lässt eine bandförmige Konzentration entlang der Talachse erkennen. Dennoch wird die räumliche Struktur durch solitäre Initiativen in den Stadtbezirken Vohwinkel, Cronenberg, Uellendahl-Katernberg und Oberbarmen aufgelockert und durch eine große Agglomeration in der Citylage Elberfeld und Elberfeld-West geprägt.

Der Ansiedlungsschwerpunkt der urbanen Initiativen Elberfeld spannt sich grob zwischen der Gathe im Norden mit der „Alten Feuerwehrwache“ in der nördlichsten Zone, der Hofaue im Osten mit dem „Neuen Kunstverein Wuppertal e.V.“ im östlichsten Bereich, der Gaußstraße im Süden, am Hauptcampus Grifflenberg der Bergischen Universität Wuppertal mit dem „Unikino Wuppertal“ und der Luisenstraße im Westen mit der „Unter Wasser fliegen e.V.“ im westlichsten Teil. Der gesamte Flächenbestand der urbanen Initiativen im Elberfelder Citygebiet macht ca. 52% des gesamten Bestandes von Initiativen in Wuppertal aus. Hierbei fällt eine Agglomeration der urbanen Initiativen, mit jeweils 13% der Elberfelder Raumunternehmen (3 Stück) auf der Luisenstraße, Hofaue und Mirkerstraße besonders ins Auge.

Das kleinere Kerngebiet in Elberfeld-West weist eine trapezförmige Konzentration auf, welche im Norden mit der „Vollbild e.V.“ auf der Benzstraße, im Osten mit dem „Sommerloch“ auf der Moritzstraße, im Süden mit dem „Soulfood Café“ auf der Simonsstraße und im Westen mit dem „Weinkontor Wuppertal“ auf der Friedrich-Ebert-Straße festzustellen ist. In Elberfeld-West sind ca. 21% des Bestandes von Initiativen in Wuppertal konzentriert. 33,3% der Initiativen (2 Stück) in Elberfeld-West siedeln sich auf der Simonsstraße an.

Diese Verteilung lässt sich aus dem in Wuppertal einsetzenden Strukturwandel vom produzierenden zum dienstleistenden Gewerbe ableiten. Die Region Wuppertal, mit den heutigen Stadtbezirken Barmen und Elberfeld als Zentren, war bis Mitte des 19. Jahrhunderts eines

der größten Wirtschaftszentren des Deutschen Reiches. Seit dem Jahr 1450 ist im Tal der Wupper die Herstellung von Textilien und deren Bleichen belegt. Vor allem das Bleichen der Garne mit Wupperwasser auf den Talwiesen und das anschließende Färben begründete die Entwicklung einer reichhaltigen Textilindustrie entlang der Talachse[10]. Aus Gründen der heutigen Deindustrialisierung werden die Gewerbe- und Industriestandorte zunehmend defunktionalisiert und führen zu den Erscheinungen des Verfalls und Leerstands. Diese Flächen werden von den Initiativen genutzt, um ihren Visionen Raum zu geben.

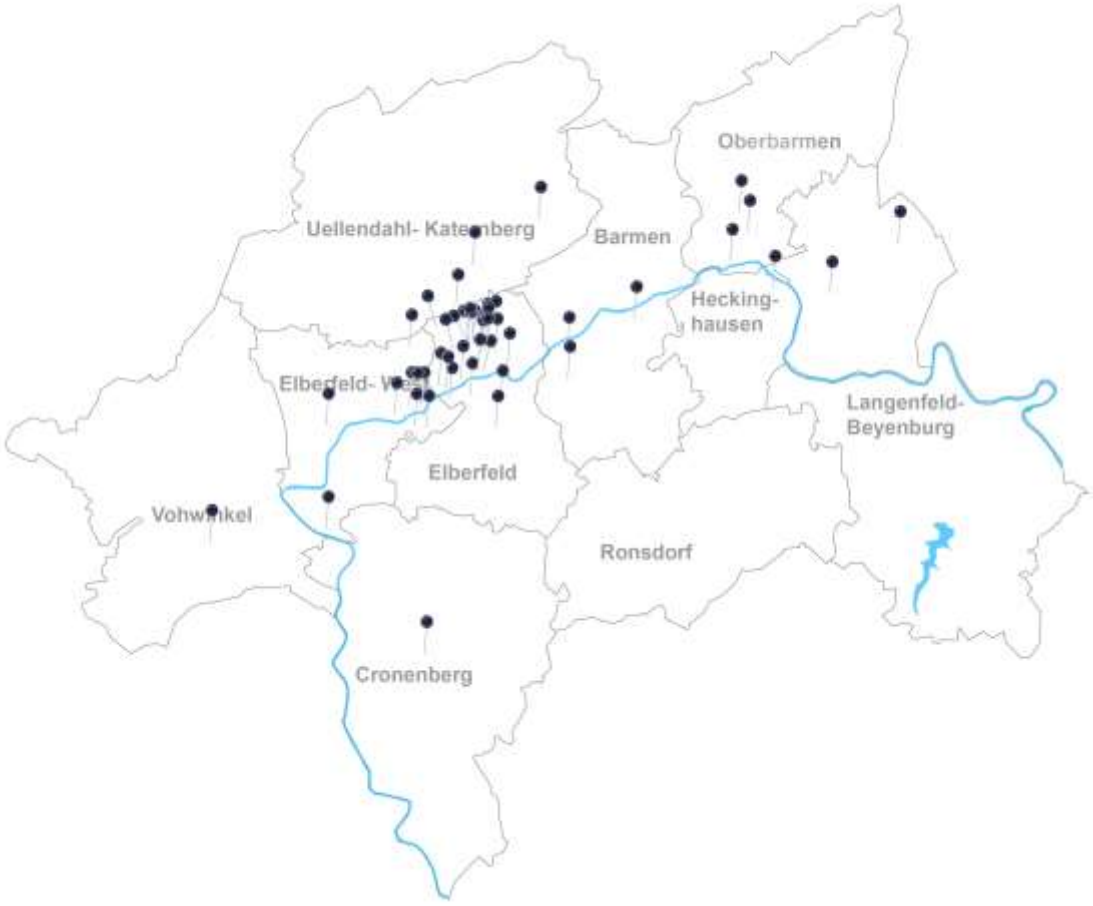


Abbildung 4: Verteilung der räumlichen Initiativen im Wuppertaler Stadtgebiet, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

[10] Vgl.doenberger.de/ Bandwirker

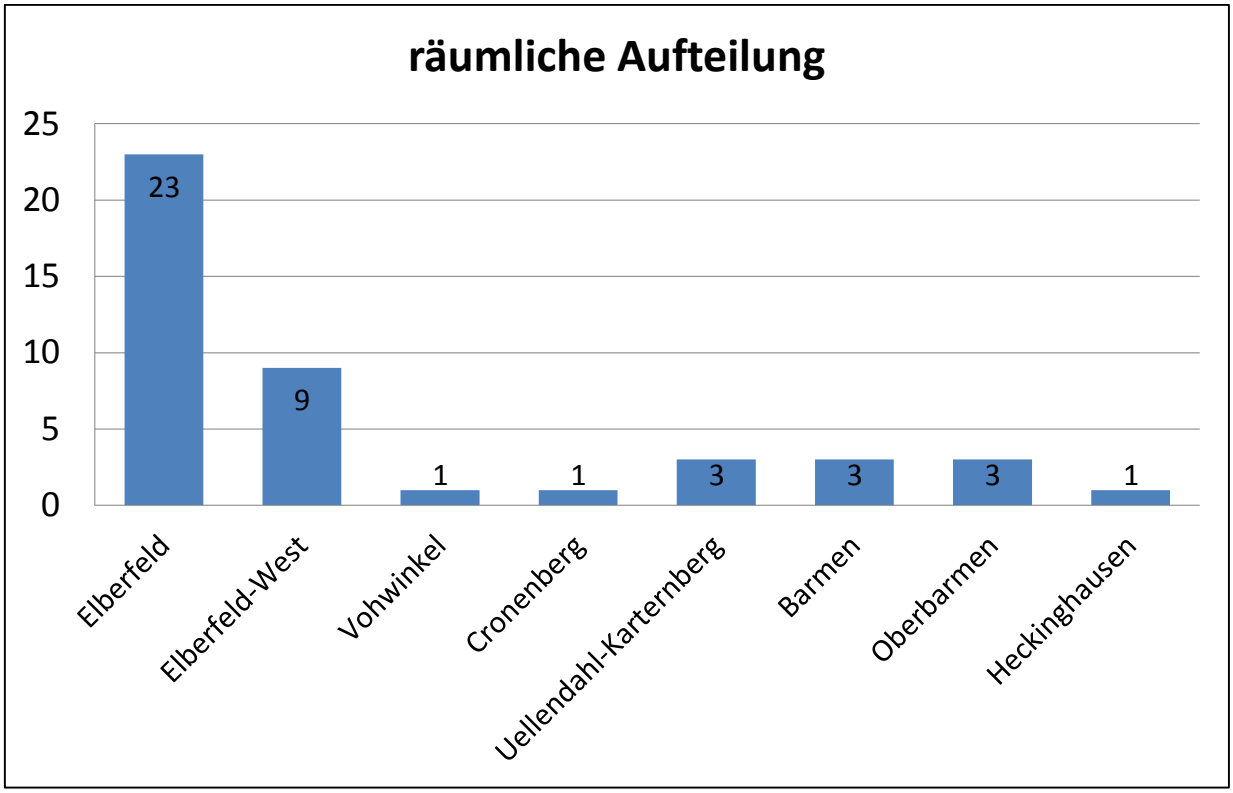


Abbildung 5: Anzahl der Raumunternehmungen in den Stadtbezirken, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

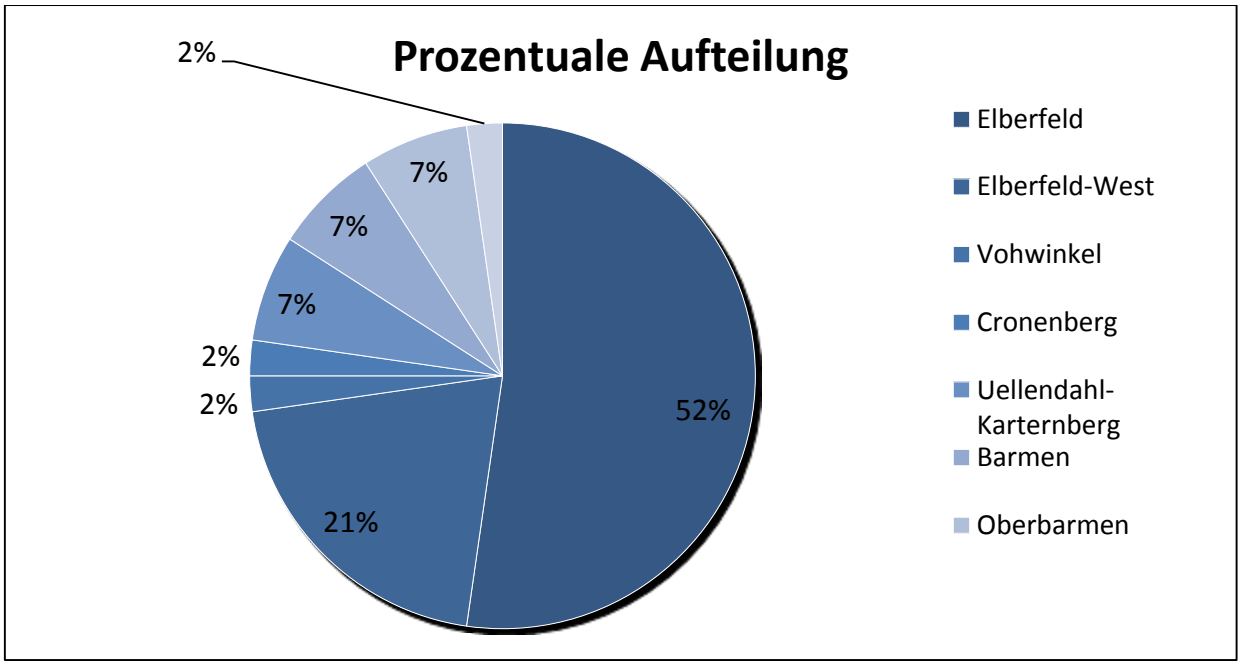
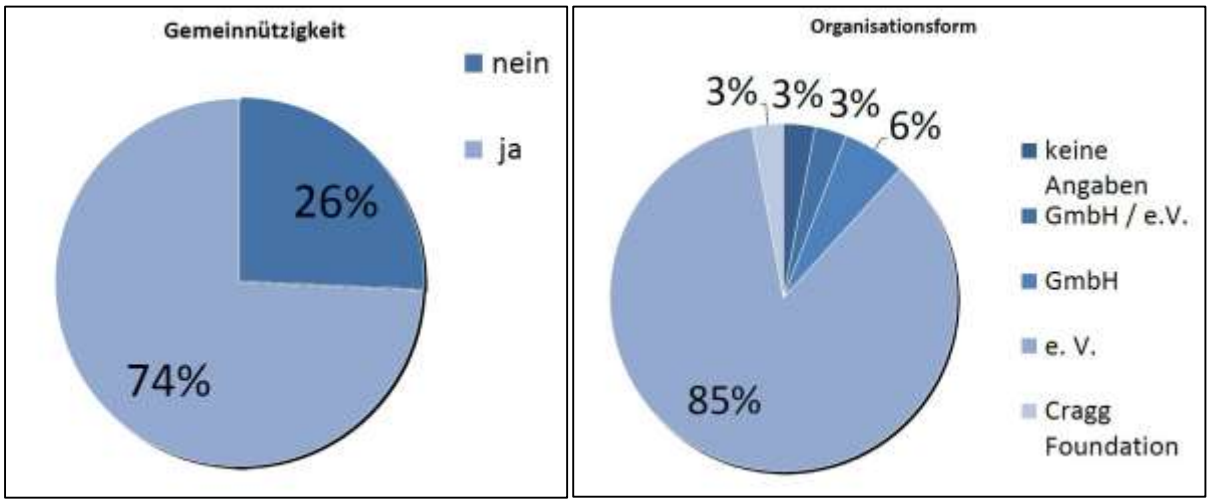


Abbildung 6: Prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der räumlichen Initiativen je Stadtbezirk, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

Betrachtet man die Verteilung des Bestandes der räumlichen Initiativen nach Stadtteilen, so ist eine dominante Stellung der innerstädtischen Stadtteile Elberfeld und Barmen festzustellen. 73% der urbanen Initiativen konzentrieren sich in den beiden Stadtbezirken, was einer Gesamtanzahl von 32 urbanen Initiativen entspricht. Jeweils 7% der räumlichen Initiativen verteilen sich auf die Bezirke Uellendahl-Karternberg, Barmen und Oberbarmen mit einer Anzahl von 3. In den übrigen Stadtbezirken Vohwinkel, Cronenberg und Heckinghausen beträgt die prozentuale Verteilung je 2% der Initiativen, welches eine urbane Initiative pro Bezirk bedeutet.

3.2.2 Organisationsstruktur

Die Auswertung der Organisationsstrukturen hat ergeben, dass die Majorität der Raumunternehmen in Wuppertal mit 85% eingetragene Vereine sind. Lediglich 15% der Raumunternehmen haben eine andere oder keine Organisationsform. Ebenso ist ein Großteil der Raumunternehmen mit 74% gemeinnützig organisiert. Um Klarheit darüber zu erlangen, warum der eingetragene Verein die meist gewählte Organisationsform der Raumunternehmen in Wuppertal ist, soll dieser im Folgenden kurz erläutert werden.



Abbildungen von links nach rechts:

Abbildung 7: Prozentuale Aufteilung nach Gemeinnützigkeit, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

Abbildung 8: Prozentuale Aufteilung nach Gesellschaftsformen der Raumunternehmungen, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

Der Duden definiert den Verein als eine Organisation, „in der sich Personen zu einem gemeinsamen, durch Satzungen festgelegten Tun, zur Pflege bestimmter gemeinsamer Interessen oder Ähnlichem zusammengeschlossen haben."[11] Allgemeine Regelungen für Vereine stehen im Bürgerlichen Gesetzbuch. Strebt ein Verein die Eintragung im Vereinsregister an, so prüft dieser, ob der Verein die Anforderungen nach § 56 ff. BGB erfüllt.[12] Es wird unterschieden zwischen nichtrechtsfähigen und eingetragenen Vereinen. Ein eingetragener Verein muss nach § 56 BGB aus mindestens sieben Personen bestehen. Der e.V. hat einen Vorstand und ist verpflichtet, in regelmäßigen Abständen eine Mitgliederversammlung einzuberufen.[13] Um im Vereinsregister als Verein eingetragen zu werden, ist der Antrag zur Anmeldung beim jeweiligen Amtsgericht einzureichen. Ob ein Verein die Gemeinnützigkeit erhält, wird vom jeweiligen Finanzamt geprüft. Laut § 52 der Abgabeverordnung ist ein Verein gemeinnützig, wenn seine „Tätigkeit darauf ausgerichtet ist, die Allgemeinheit auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet selbstlos zu fördern. …".[14] Dass ein Verein gemeinnützige Ziele verfolgt, ist in der zu erlassenden Satzung von den mindestens sieben Gründungsmitgliedern zu formulieren.[15] Hat das Finanzamt einem Verein die Gemeinnützigkeit bewilligt, so genießt der fortan gemeinnützige Verein einige Vorteile: Nach § 5 Abs. 1 Ziff. 9 KStG fallen für einen gemeinnützigen Verein keine Gewerbesteuern oder Körperschaftssteuern an das Finanzamt an. Ferner müssen für viele Leistungen statt der üblichen 19% lediglich 7% Umsatzsteuer gezahlt werden. Des Weiteren können durch die Gemeinnützigkeit können Spenden und Mitgliedsbeiträge steuerlich abgesetzt werden.[16] Um die Gemeinnützigkeit zu gewährleisten führt die Abgabeordnung auf, dass die Verwendung finanzieller Mittel nur mit Einschränkungen möglich ist, und außerhalb der Vereinssatzung keine Personen begünstigt werden dürfen.[17] Die gemeinnützigen Raumunternehmen haben folglich keine wirtschaftlichen Ziele, sondern das Wohl der Allgemeinheit, bzw. des sittlichen Gebiets im Sinn. Die meisten Raumunternehmen formulieren ihre gemeinnützigen Ziele deutlich auf ihrer Homepage und geben offen darüber Auskunft, ob ihr Verein durch Spenden finanziert ist. Der eingetragene, bzw. der gemeinnützige Verein scheint die Organisationsform zu sein, die den Zielen und Interessen der Raumunternehmen am meisten entspricht. Eine andere Organisationsform, die 3% der Raumunternehmen gewählt haben ist die GmbH, die Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Anders als bei einem eingetragenen Verein muss bei einer GmbH Einlagekapital der Gründer erbracht werden. Dass die Majorität der Raumunterneh-

[11] Vgl. duden.de: Wörterbuch
[12] Vgl. vein-aktuell.de
[13] Vgl. Justizportal Nordrhein Westfahlen
[14] Vgl. § 52 Abgabeordnung
[15] Vgl. verein-aktuell.de
[16] Vgl. Juraforum.de
[17] Vgl. § 55 AO

men in Wuppertal ein Verein ist zeigt auf, dass der Großteil der Raumunternehmen aus Gruppen mehrerer Personen bestehen. Die Tatsache, dass 74% der Raumunternehmen gemeinnützig handelt, stellt jedoch die Definition für Raumunternehmen des Instituts für Arbeit und Technik (IAT) in Frage, da es hier heißt, dass Raumunternehmen auf „…Wirtschaftlichkeit ausgerichtete Organisationen…“ sind.[18] Diese Erkenntnis negiert die Definition des IATs allerdings nicht vollkommen, da der Begriff der Wirtschaftlichkeit hier nicht klar definiert ist und ein Widerspruch nur dann besteht, wenn finanzielle und persönliche Aspekte gemeint sind.

3.2.3 Nutzerstruktur der Initiativen

Bei der Erhebung werden die urbanen Initiativen in sechs unterschiedlichen Nutzungskategorien erfasst, wobei eine Kombination der Kategorien durchaus möglich ist. Diese wurden anhand der primären Tätigkeitsbereiche der Raumunternehmungen erstellt.

Kategorisierung: Bildungsarbeit, Jugendarbeit, Freizeit-/ Hobbyinitiativen, Sozialinitiativen, Kunst-/ Kulturinitiativen und Initiativen der räumlichen Aufwertung, Gestaltung und nachhaltigen Entwicklung.

Etwa die Hälfte des Bestandes an räumlichen Initiativen in Wuppertal (40,4%) ist in Initiativen der Kategorie Kunst-/Kulturinitiativen zu finden. Dieses Segment ist besonders stark in dem Stadtbezirk Elberfeld vertreten (Abb. 9). Das nächstgrößte Interessenfeld sind Raumunternehmungen im Bereich der Freizeit-/Hobbyinitiativen (23,0%). Danach ordnen sich die urbanen Initiativen mit Themenschwerpunkt Jugendarbeit (15,4%) ein. Die restlichen Raumunternehmungen der Bildungsarbeit sowie der Sozialinitiativen vermerken jeweils 7,7% und Initiativen der räumlichen Aufwertung/Gestaltung und nachhaltigen Entwicklung 5,8%.

[18] Vgl. Institut für Arbeit und Technik (IAT) 2012: Raumunternehmen

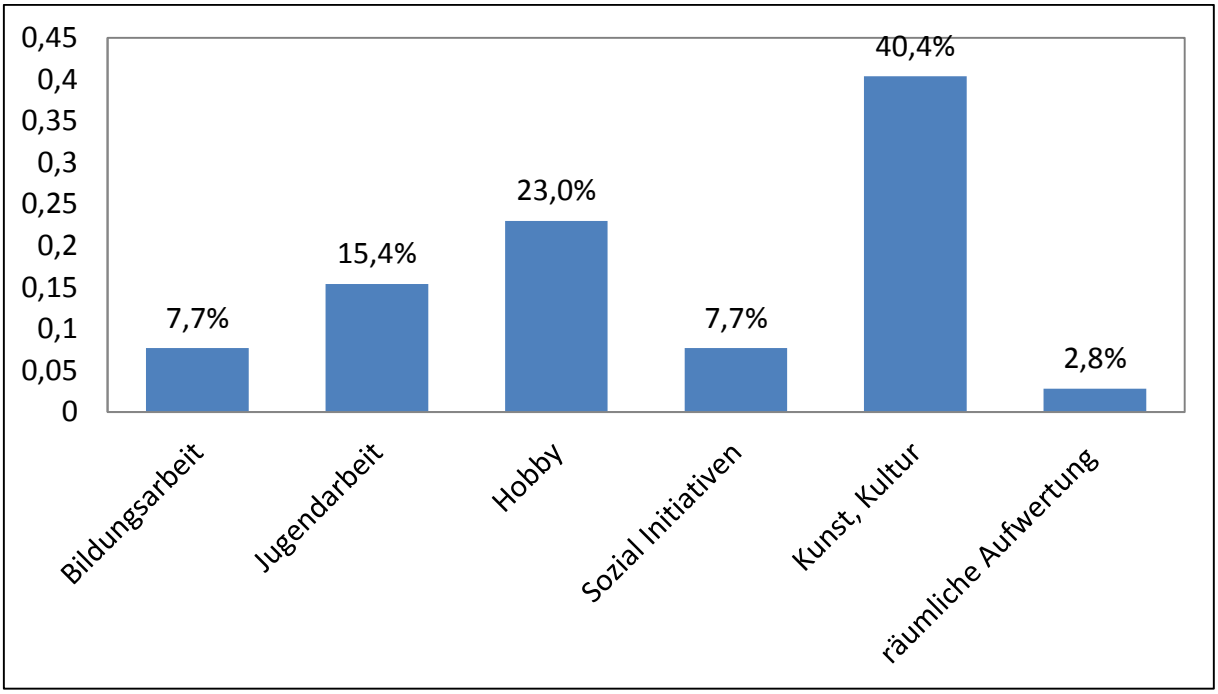


Abbildung 9: Bestand der Initiativen nach Art der Nutzungskategorisierung in Prozent, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

Die Verteilung der räumlichen Initiativen im Wuppertaler Stadtgebiet auf ihre verschiedenen Nutzungskategorien stellt sich wie folgt dar:

Der Bestand von räumlichen Initiativen in Elberfeld weist 7,7% Bildungsarbeitsinitiativen, 15,4% Jugendarbeitsinitiativen, 19,2% Freizeit-/Hobbyinitiativen, 7,7% Sozialinitiativen, 42,3% Kunst-/Kulturinitiativen und 7,7% Initiativen der räumlichen Aufwertung/Gestaltung und nachhaltigen Entwicklung auf.

Der Bestand von räumlichen Initiativen in Elberfeld-West besteht aus 20% Jugendarbeitsinitiativen, 30% Freizeit- und Hobbyinitiativen, 10% Sozialinitiativen und 40% Kunst-/Kulturinitiativen.

Der restliche Bestand von räumlichen Initiativen verteilt sich auf die Stadtbezirke Katernberg-Uellendahl mit Freizeit-/Hobby-, Kunst-/Kulturinitiativen und einer Initiative der räumlichen Aufwertung, Cronenberg sowie Vohwinkel mit einer Kunst-/ Kulturinitiative, Oberbarmen mit Initiativen im Bereich der Bildungsarbeit, Jugendarbeit, Freizeit-/ Hobbyarbeit, Sozialarbeit und Kunst-/ Kulturarbeit und Langerfeld-Beyenburg mit je einer Initiative in der Bildungs- und Jugendarbeit.

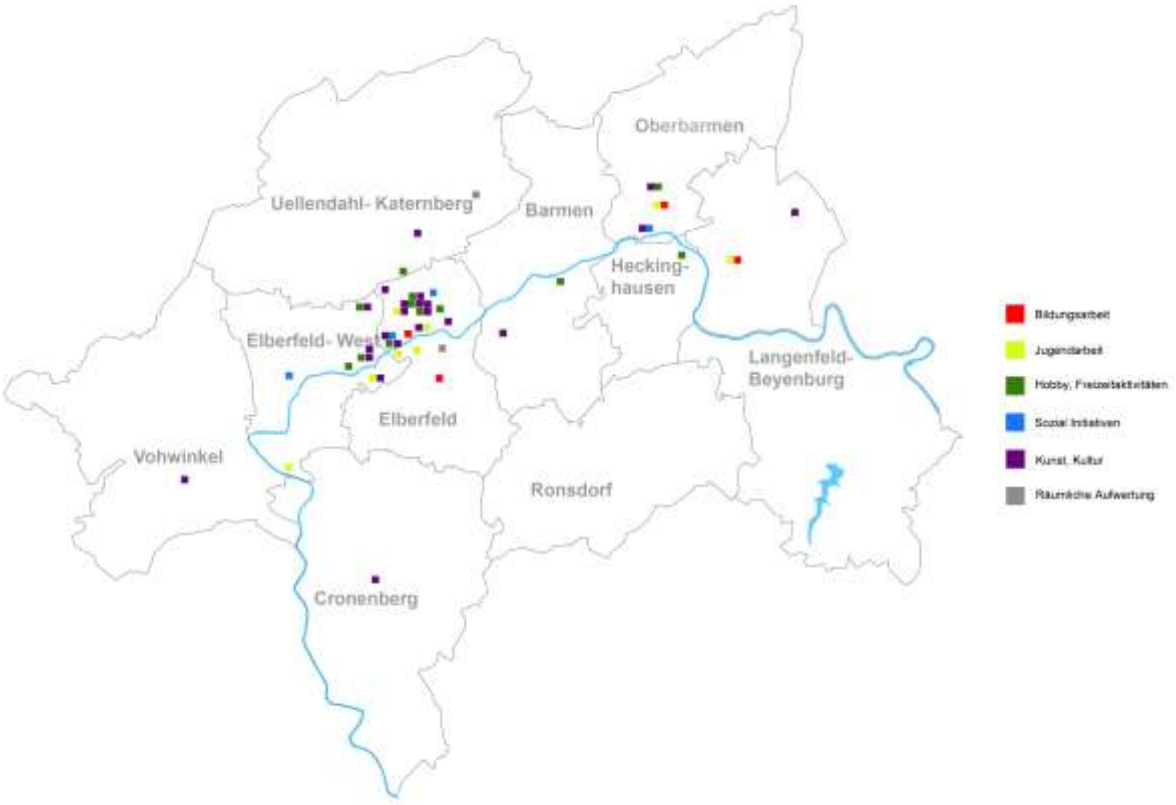


Abbildung 10: Verteilung der räumlichen Initiativen nach Bereichen im Wuppertaler Stadtgebiet, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

Auffallend ist bei der Auswertung der Ergebnisse des Raumunternehmungsbestandes, dass die urbanen Initiativen, egal welcher Nutzungskategorie sie angehören, zentrale Stadtteile bevorzugen. Daraus lässt sich ein besonders zentrumsaffines Ansiedlungsverhalten der Raumunternehmungen in Wuppertal ableiten.

3.2.4 Größenstruktur

Von 58 urbanen Initiativen sind von zwölf Stück die Flächengrößen bekannt, dabei ist der niedrigste Wert 60 qm und der höchste Wert 14.000 qm. Der Durchschnitt beläuft sich auf etwa 2.500 qm. Viele Einrichtungen umfassen einen Raum in einem Gebäude, manche nehmen ein ganzes Gebäude, andere einen ganzen Gebäudekomplex ein. Somit lassen sich drei Kategorien der Raumunternehmen bezüglich ihrer räumlichen Struktur bestimmen: Raumunternehmen in einem Raum, in einem Gebäude und in einem Gebäudekomplex. In Wuppertal nimmt ein Großteil der Gruppen, von denen Angaben bekannt sind, ein Gebäude ein. Bei der Gebäude- bzw. Ortswahl spielt meist die Finanzierung bzw. das Budget der Initi-

atoren eine wichtige Rolle. Die Gebäude sind oftmals renovierungsbedürftig und werden je nach Liquidität in unterschiedlich großen Bauabschnitten nach und nach instandgesetzt. In den meisten Fällen sind es jedoch nur notwendige Baumaßnahmen, die durchgeführt werden. Ästhetische Nachbesserung, sowie Einrichtung und Ausstattung nehmen viele Nutzer selbst vor. Gemäß dem Do-It-Yourself-Prinzip versucht jeder der Beteiligten mitzuwirken. Somit wird der Aspekt, dass ein Einzelner wenig und eine Gruppe viel für den Gemeinnutzen erreichen kann, zunehmend wichtiger für expandierende Raumunternehmer.

Die potentiellen Raumunternehmer suchen sich meist leerstehende und oftmals auch renovierungsbedürftige Gebäude aus, da ihnen das nötige Startkapital fehlt. Häuser mit langem Leerstand werden in den häufigsten Fällen günstiger vermietet oder verkauft, weil sie unter diesem Umständen immerhin noch mehr einbringen, als wenn sie leer stehen.

Die restlich erfassten Raumunternehmen besitzen keine konkreten Angaben, was ihre Fläche oder die Anzahl ihrer beteiligten Personen angeht. Viele Initiativen haben viele nicht namentlich auftauchende Beteiligte, die ehrenamtlich im eigenen Interesse handeln.

3.2.5 Altersstruktur

Von 58 urbanen Initiativen ist von 34 Stück das Gründungsjahr bekannt. Elf wurden in der Zeit von 1976 bis 1998 gegründet. Die restlichen 23 entstanden in der Zeit von 2003 bis 2013. Um die Jahrtausendwende wurden keine Gründungen vorgenommen. Ein Gründungsschwerpunkt liegt in der Zeit von 2006 bis 2008. Seit dem Jahr 2001 werden regelmäßig neue Förderprogramme (unter anderem der Wirtschaftsförderung; vgl. Förderhilfe für Startups) gestartet, welche unter anderem Initiativgruppen (meist mit Fokus auf Kinder- und Jugendarbeit) und kulturelle Interessen unterstützen sollen.

Traditionelle Gruppen haben eine formale Organisation und oftmals andere Zielsetzung als jüngere Leute, die Initiativen ins Leben rufen. Das Engagement jüngerer Initiatoren ist noch relativ neu auf dem Markt der urbanen Initiativen.[19]

3.2.6 Art der Initiatoren

Ein Initiator ist eine Person, dessen Priorität darin liegt, neue Ideen anzutreiben oder den letzten Anstoß für notwendige Maßnahmen zu geben. Jedes Raumunternehmen entstammt

[19] Gemäß Aussage von Herrn Dr. Wackerl, Büro Startklar, Vortrag 21.11.2013, Universität Wuppertal

einer Initiative, welcher ein bestimmter Prozess zu Grunde liegt. Dieser Prozess lässt sich als Initiierungsprozess beschreiben und sollte auch, als solcher, im Gesamtgefüge der raumunternehmerischen Phasen, einen angemessenen Stellenwert erhalten. Die Akteure des Initiierungsprozesses werden im Gesamten als Initiatoren bezeichnet. Jedoch könnten, bei genauerer Betrachtung, die Initiatoren enorme Unterschiede aufweisen. Diese gilt es in der folgenden Auswertung zu erfassen, um im weiteren Verlauf Raumunternehmen nach Initiierungsfaktoren unterscheiden zu können.

Im Hinblick auf die Auswertung wird zunächst eine Arbeitsgrundlage geschaffen, in der die numerischen Verhältnisse der einzelnen Faktoren aufgeführt werden. Die Faktoren, die dabei analysiert werden, dienen dem übergeordneten Ziel der Initiatorenidentifizierung. Um verschiedene Initiatorenarten herauszufiltern, kommt es zur Unterscheidung zwischen privaten Initiatoren, als Einzelpersonen und Gruppen, der Öffentlichkeit, in Form der Stadt Wuppertal, sowie einigen zusätzlichen unabhängigen Organisationen. Zur Auswertung wurden 58 Raumunternehmen in Wuppertal erfasst. Aufgrund der fehlenden bzw. nicht erfassbaren Initiatorenangaben zu 14 der oben genannten 58 Raumunternehmen, bilden nur noch 44 Raumunternehmen eine Auswertungsgrundlage.

Die 44 erfassten Initiatoren dieser Raumunternehmen lassen sich nun nach ihrer Art kategorisieren. Von den 44 Initiatoren sind 28 als Private zu bezeichnen. Damit liegt der Privatpersonenanteil aller Initiatoren bei 64%. Ferner kommt es hier zu einer weiteren Unterscheidung zwischen den einzelnen Privatpersonen und dem Zusammenschluss zu einer Gruppe von Privaten. Von den 28 privaten Initiatoren wurden 21 einzelne Personen und sieben Gruppen erfasst. Somit lässt sich der private Anteil von 64% nochmals unterscheiden. ¾ der Privaten sind einzelne Personen, wohingegen nur ¼ als private Gruppe gilt. Des Weiteren liegen 15 Initiatoren vor, die organisationsstruktureller Natur sind. Beispiel hierfür ist ein eingetragener Verein. Somit sind 34% aller raumunternehmerischen Initiatoren Organisationen. Der restliche Anteil von 2% unterliegt der Öffentlichkeit und damit der Stadt Wuppertal als Initiator für Raumunternehmen.

Bei den schon genannten 21 privaten Einzelpersonen kommt es zur Unterscheidung nach Geschlecht. 62% der Einzelpersonen sind männlich, 38% weiblich. Ein weiterer Faktor, der ebenfalls berücksichtigt wurde, ist die Gruppengröße der Privatpersonen. Von den sieben erfassten Gruppen können jedoch nur sechs ausgewertet werden, da die Größe einer einzelnen Gruppe nicht ermittelbar war. Bei der Größe wird zwischen Gruppen, die kleiner als fünf Personen und Gruppen, die größer als fünf Personen sind, unterschieden. 83% der Gruppen gehören der Kategorie kleiner als fünf Personen an. Lediglich 17% der Gruppen

sind größer als 5 Personen. Der Großteil der Initiatoren lässt sich also auf einzelne Privatpersonen zurückführen. Grund hierfür ist die Vision, die ein Einzelner hervorbringen muss, um in den nächsten Schritten ein Raumunternehmen initiieren zu können. Die Idee zur Initiierung eines Raumunternehmens durch eine Gruppe ist dementsprechend seltener in Wuppertal anzutreffen. Hingegen gilt die Stadt Wuppertal geringfügig als Initiator. Grund hierfür ist das hohe Risiko, das mit den unterbewerteten Liegenschaften verbunden ist. Die Initiierung durch eine Organisation hingegen kommt häufiger vor und liegt an dem Kollektiv der Mitglieder und der damit verbundenen gemeinsamen Verantwortungsebene.

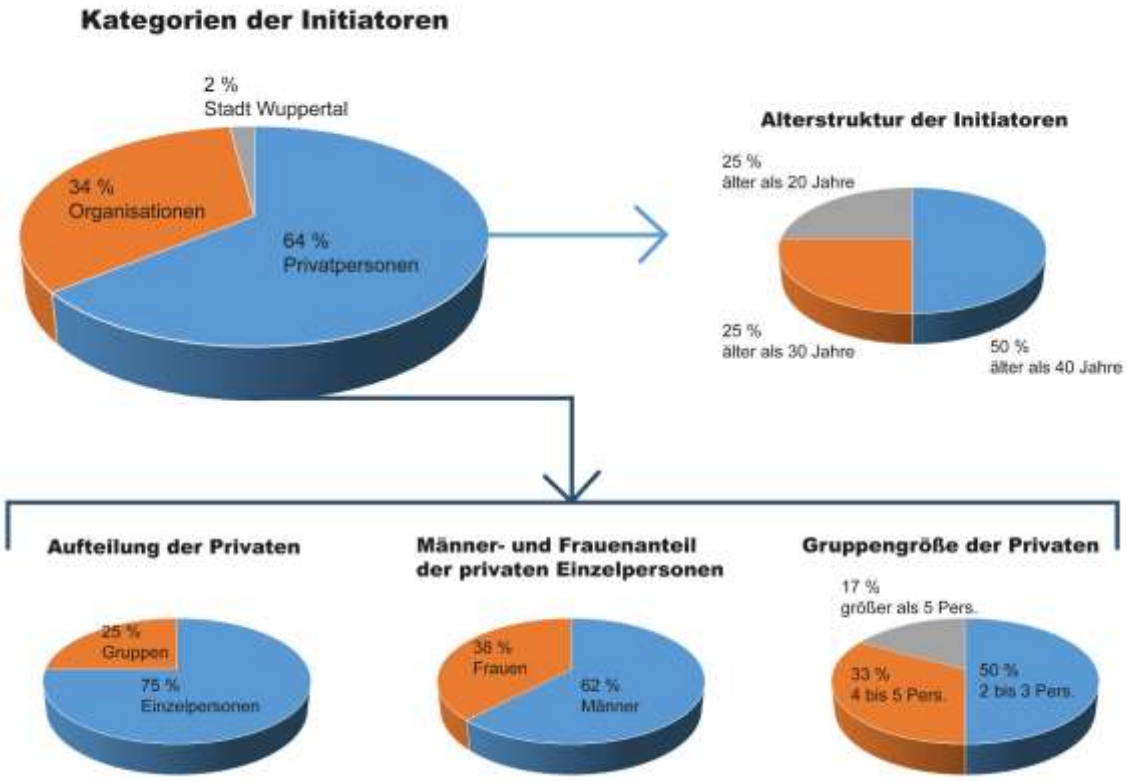


Abbildung 11: Kategorien der Initiatoren, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

Ebenso wichtig wie die Kategorisierung nach Privaten, der Öffentlichkeit und der Organisationen als Initiatoren sind die Ermittlung des Alters der jeweiligen Personen und die Motivation sowie die Vorgehensweise bei der Initiierung. Jeweils 25% der Initiatoren sind älter als 20 Jahre und älter als 30 Jahre. Die restlichen 50% der Initiatoren sind über 40 Jahre alt. Mit Fokus auf die Motivation ist zu sagen, dass sämtliche Initiatoren starke Disparitäten aufweisen. Der größte Teil der Motivation mit knapp 50% unterliegt der Förderung von Kultur und dem damit verbundenen kulturellen Austausch. Dieser kann dabei verschiedenste Formen annehmen und findet seinen Schwerpunkt in der Kunst-, der Musik- oder der Filmsparte wieder. Nur 25% der Initiatoren erlangen ihre Motivation durch den Erhalt geschichtsträchtiger Bauten. Die restlichen 25% sehen ihre Motivation in der Förderung von Integration. Das Letztere basiert auf starken ortsgebundenen sozialen Diskrepanzen.

Die Vorgehensweise der Initiatoren erfolgt auf einer meist ähnlichen Ebene. Die Suche nach einem Ort mit dauerhaftem Potential steht dabei im Vordergrund. Mit der Suche wird meist die anschließende Umrüstung von Leerständen für eine neue Nutzung verbunden. Vorreiter

sind hierbei alte Parkflächen oder Gebäude. Dabei sticht überwiegend die nachhaltige Nutzungsvariabilität hervor. Alte Gebäude, beispielsweise Bahnhöfe oder Tankstellen, erfahren eine bei weitem nicht dafür gedachte Nutzung. Diese Kompatibilität der neuen Nutzung an einem dafür nicht gedachten Ort, ist wohl der Grund für den schon genannten geringen Anteil der Stadt als Initiator und deutet auf die fehlende Kenntnis externer Akteure, im Hinblick auf die Bewertung von Liegenschaften und deren Verträglichkeit gegenüber unkonventionellen Neunutzungen.

3.3 Auswertung der Raumunternehmen

3.3.1 Herangehensweise

Im zweiten Arbeitsschritt erfolgten, wie zuvor beschrieben, eine Erhebung und eine räumliche Zuordnung aller räumlichen Initiativen und Raumunternehmen in Wuppertal (siehe Abbildung 2). Dabei wurde wie in Abbildung 3 dargestellt vorgegangen. Da der Begriff des „Raumunternehmens“ noch nicht etabliert ist, wurde im ersten Schritt nach räumlichen Initiativen recherchiert. Allerdings handelt es sich bei einer räumlichen Initiative nur unter bestimmten Voraussetzungen um ein Raumunternehmen (siehe Abbildung 3). Zum Beispiel ist das Kriterium der Leerstandbelebung eine wesentliche Voraussetzung für ein Raumunternehmen.

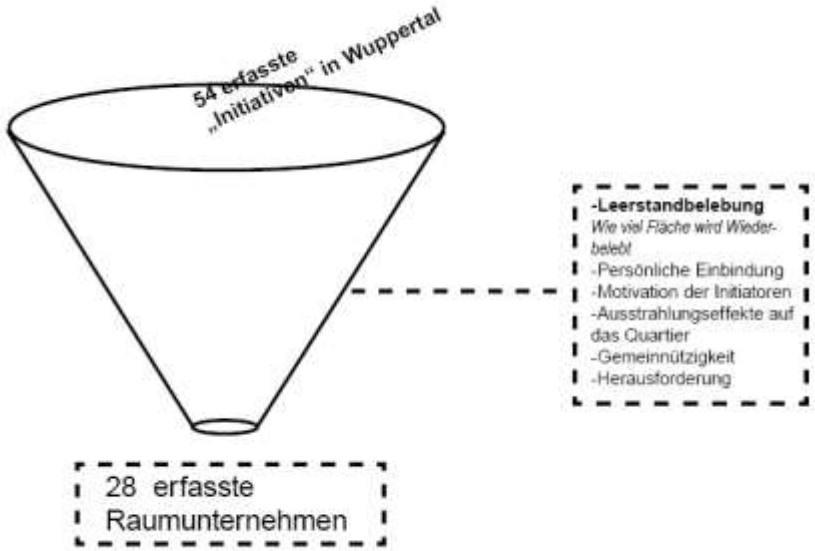


Abbildung 12: Filterung der räumlichen Initiativen zu Raumunternehmen; Quelle: eigene Darstellung (Februar 2014)

Recherchiert wurde auf unterschiedlichen Internetplattformen, in Vereinsregistern, in Zeitungen, Flyern und lokalen Magazinen. Dabei wurden 54 räumliche Initiativen vom einfachen Seniorentreff über Bürgerinitiativen, die sich um ein ganzes Quartier kümmern, bis hin zu erfolgreichen Unternehmen, in Wuppertal gefunden. Letztendlich konnten 28 dieser räumlichen Initiativen unter Einhaltung der in Abbildung 3 dargestellten Kriterien dem Begriff des Raumunternehmens zugeordnet werden.

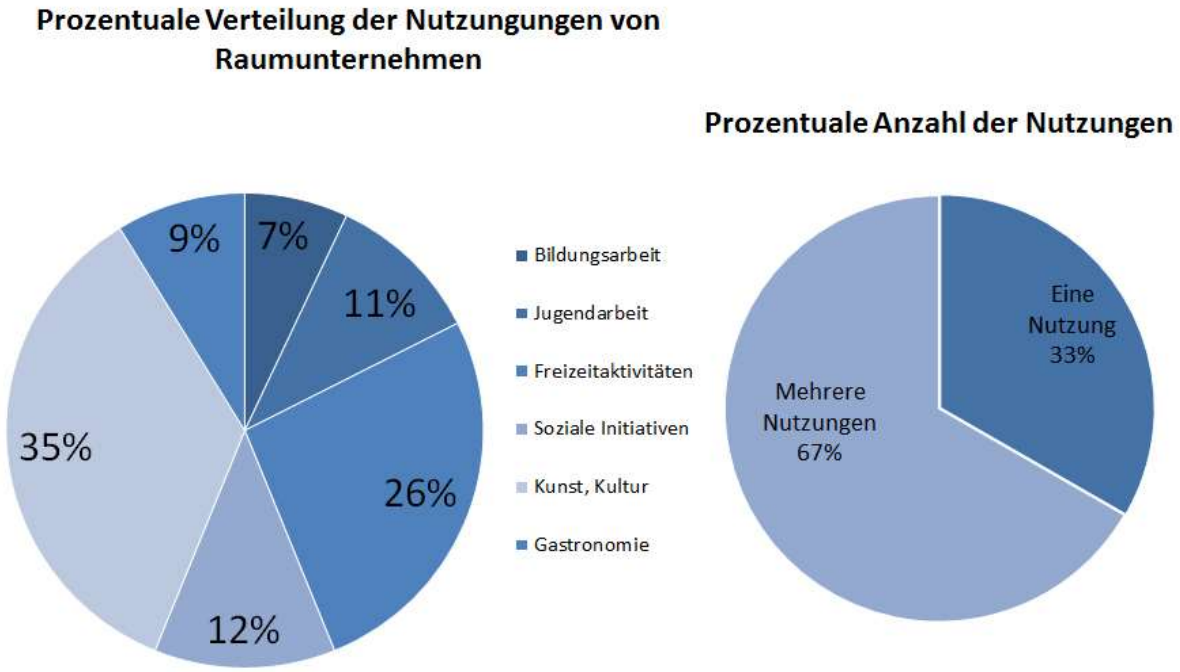


Abbildung 13: Prozentuale Verteilung der Nutzungen von Raumunternehmen; Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

3.3.2 Nutzung/Nutzergruppen

Vergleicht man nun alle Raumunternehmen hinsichtlich Ihrer Nutzungsart miteinander, so fällt auf, dass über 1/3 aller angebotenen Nutzungen in den Bereich Kunst und Kultur fallen. Ein weiterer großer Nutzungsbereich ist der Freizeit-Sektor, welcher mit 26% an zweiter Stelle liegt. Zusammen belegen Freizeit, Kunst und Kultur knapp 2/3 aller Nutzungsarten bei Raumunternehmen in Wuppertal. Hinsichtlich dieses Ergebnisses lässt sich eine klare Tendenz der Nutzung von Raumunternehmen in den Sektoren Kunst, Kultur und Freizeit ablesen. Des Weiteren fällt auf, dass über 2/3 aller Raumunternehmen eine Mischnutzung anstreben (siehe Abb.4), was auf ein vielschichtiges Angebot schließen lassen könnte.

3.3.3 Leerstandsbelebung durch Raumunternehmen

Ein wichtiger Aspekt der vorangegangenen Flächenerhebung ist, wie viel Leerstandsfläche reaktiviert und neu genutzt wird. Die Untersuchung hat ergeben, dass etwa 3,1 ha Geschossfläche (siehe Tabelle im Anhang) von Raumunternehmen genutzt werden. In Relation gesetzt mit dem Wuppertaler Büroflächenleerstand von rund 10,1 ha (Stand April 2013) bedeutet dies, dass Raumunternehmen rund 23,5% Geschossflächenleerstand reaktivieren.

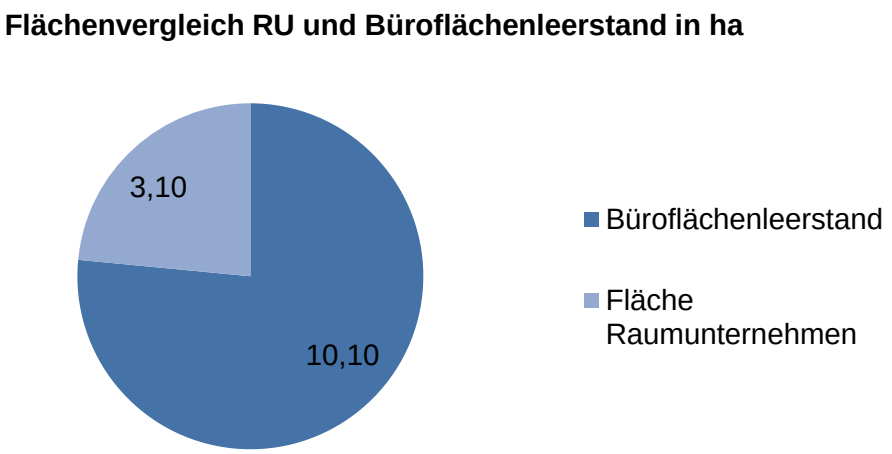


Abbildung 14: Flächenvergleich Raumunternehmen vs. Büroflächenleerstand in Wuppertal; Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

RU	Name	Adresse	Gr. Jahr	Größe Fläche / m²	Nutzungsarten/ -formen Zielgruppen (Nutzer)	Bildungsarbeit	Jugendarbeit	Hobby, Freizeitaktivitäten	Sozial Initiativen	Kunst, Kultur	räumliche Aufwertung / Gestaltung / Öko	Gastronomie	Organisationsform (e.V., GbR, a.g., GmbH, g.eG., Stiftung, etc.)	Gemeinnützigkeit?	Initiator	Telefonnummer
1.	startpunkt e. V.	Hagenauer Straße 30 Elberfeld	2006	3000		x	x			x			e. V.	ja	aus der Kultur-/Kreativwirtschaft	02 02 - 759 54 45
2.	Lüntenbecker Bürgertreff	Weidehahn 30 Vohwinkel	2006	70	Jugendgruppe, Band, Weihnachtsmarkt...		x		x				e. V.	ja	Jürgen Behrendt	02 02 - 74 38 91
3	Bandfabrik Wuppertal- Kultur am Rand e.V.	Schwelmer Straße 133 Langerfeld	1990		Veranstaltungen, Workshops,Vermietung, Theater, Kunst			x		x			e.V.	ja		0202-6985 1933
4	Förderverein Konsumgenossenschaft „Vorwärts "- Münzstraße e.V	Robertstraße 5 A Elberfeld	2004		Senioren Wohnungen, Erhalt des Gebäudekomplexes, Ausstellungsraum, Zur Verfügung Stellung Arbeitsräumen unterschiedlicher Gewerke-Betreuung				x	x			e.V.	ja	Heide Koehler	0202/4660710
5	Jugendfarm Wuppertal e.V.	Rutenbecker Weg 167 Vohwinkel	1987	6750	Farm für Kinder und Jugendliche		x	x					e.V.	ja	Andrea Riedemann	0202/7419
6	Die Färberei- Kommunikationszentrum für behinderte und nichtbehinderte	Stennert 8 Barmen	1987	500	Räume zur Vermietung (Kunst, Kurse, Seminare...)	x			x	x			e.V.		Stadt Wuppertal	0202 - 643064
7	Unter Wasser fliegen e.V.	Luisenstraße 68 a Elberfeld	1997	70	künstlerisch- kreative Arbeit vor allem mit sozialen und kulturell Ausgegrenzten				x	x			e.V.	ja	Kordula Lobeck de Fabris	02 02 - 76 12 58
8	Hebebühne e.V.	Mirkerstraße 62 Elberfeld	2009	60	Kunst und Kultur: Ausstellungen, Lesungen, Filmvorführungen, Designermarkt					x			e.V.	ja	zu Beginn eine Gruppe von Leuten	0202 - 7250141
9	Mirker Bahnhof	Mirkerstraße 48 Elberfeld	2010	4500	Kreativwirtschaft: Ausstellungen, Vorführungen, Workshops, Coworking			x		x	x	x	keine Angaben	ja	clownfisch / utopia.stadt	0202 - 39348657
10	Wandelgarten	Luisenstraße 110 Elberfeld	2011	120	Permakultur; Urban Gardening						x		keine Angaben	ja	Bergische Region e.V.	
11	Café Ada, Mars e.V.	Wiesenstraße 6 Elberfeld	1998	500	Kulturveranstaltungen			x		x		x	e.V.	ja	Peter Kowald, Jean-Laurent Sasportes, Mehmet Dok, Metin	0202 - 452715
12	Medienprojekt Wuppertal	Hofaue 59 Elberfeld	1992	280	aktive Jugendvideoarbeit		x		x	x			e.V.	ja	Andreas von Hören	0202 - 5632647
13	Kunstraum Olga	Ludwigstraße 14Elberfeld	2008	240	Raum für Kunst					x				ja	Milton Camilo, Dennis Scharlau, Nguyen Mai-Nguyen	
14	Alte Feuerwehrwache	Gathe 6 Elberfeld	2008	450	interkulturelles und generationsübergreifendes Begegnungszentrum			x	x				e.V.	ja	Förderverein Feuerlöscher e.V.	0202 - 454341
15	BürgerBahnhof	Bahnstraße 16 Vohwinkel	2008	200	Vereinstreffen, Kulturveranstaltung			x		x			e.V.	ja	Uli Kopka	0202 / 897 989 53
16	Barmer Bahnhof BB.2 GmbH	Winklerstraße 2 Barmen			Veranstaltungsraum			x					GmbH			0177-2155015
17	TIC Theater	Borner Straße 1 Cronenberg	1987		Schauspiel, Theater					x			GmbH / e.V.	ja	Borner Schule-Kulturzentrum Cronenberg	0202 472211
18	Freiraum Mirke	In der Mirke 1 Elberfeld	2012	14000	Open-Air Nutzung (temporär)					x			e.V.		Förderverein	02104-8311-17
19	Art-Cafe-K1	Oststraße 12 Barmen	2007	100	Kunst & Kultur, Essen & Trinken			x		x		x			Inhaber Michael Hoffmann	0202 - 26 04 124
20	Weinkontor Wuppertal	Friedrich-Ebert-Straße 191 Elberfeld		4000	Büros,Proberäume, Studios,Club			x				x		nein	Eigentümer Alexander Quapp	1795925415
21	Nord Licht e.V.	Marienstraße 52 Elberfeld	2009	100	Platz für Kinder und Jugendliche kreativ zu werden, Ausstellungen		x			x			e.V	ja	Anne Jonas und Cordula Süßner gemeinsam mit sechs Jugendlichen	
22	Kindermuseum	Beyeröhde 1 Langerfeld		180	Instrumentenschule für Kinder	x	x							nein		02 02/ 60 5
23	Oase Wuppertal	Mohrenstraße 43 Barmen	1994	4000	Proberäume, Gastronomie, Club			x				x		nein	Rüdiger Brause	0202 64 80 106
24	AZ Wuppertal	Markomannenstraße Elberfeld		1000	Veranstaltung			x	x					nein		
25	Seafood Cafe Simonz	Simonsstr. 36 Elberfeld			Gastronomie			x		x		x		nein	Sonia Zeric und Sven Törgum	+49 202 94672808
26	ort. e.V	Luisenstraße 116 Elberfeld		80	Konzerte			x		x				nein	Peter Kowald	
27	Tal Ton Theater	Wiesenstraße 118 Elberfeld		250	Theater, Veranstaltungen					x		x	e.V	nein		+49 202 / 24 79 880
28	Ottenbrucher Bahnhof	Funckstr. 94 Elberfeld			Gastronomie, Konzerte			x		x		x		nein	Marietta Müller	0202 – 31 25 57

Abbildung 15: Übersicht aller untersuchten Raumunternehmen in Wuppertal, Quelle: eigene Darstellung (November 2013)

3.4 Zwischenfazit

Durch die angewandte Erhebungsmethodik der Systematisierung und Selektierung zeigt sich ein breites Spektrum an räumlichen Initiativen in Wuppertal. Die 58 erhobenen Raumunternehmen und räumlichen Initiativen weisen eine klare Konzentration in der Talachse in Wuppertal auf, wobei eine Konzentration vor allem in der citynähe Elberfeld zu erkennen ist. Die meisten Raumunternehmen sind überwiegend von Privatpersonen initiiert und vorzugsweise als Vereine und gemeinnützig organisiert. Bei der Auswertung der Größenstruktur lässt sich keine festgelegte Flächengröße für ein Raumunternehmen zuordnen. Dies kann darin begründet liegen, dass man sich mit den vorhandenen Gegebenheiten arrangiert.

Nach diesen Auswertungen stellen sich folgende Fragen:

- Weisen die Unterschiede der Initiativen in räumlicher und struktureller Art darauf hin, dass es unterschiedliche Arten der Raumunternehmen gibt?
- In welche Kategorien kann man die Raumunternehmen einteilen?
- Oder sind Abweichungen als Ausschlusskriterium zu werten?

Der folgende Arbeitsschritt soll mit Hilfe der Fallstudien Aufschluss über diese Fragestellungen geben. In diesen Fallstudien wird vertieft auf ausgewählte Initiativen eingegangen, um besonders die noch unklaren Aspekte zu konkretisieren.

4 Fallstudien

Aus der im Vorfeld erarbeiteten topografischen Erhebung aller räumlichen Initiativen in Wuppertal soll in der Fallstudie auf vier ausgewählte Initiativen vertieft eingegangen werden. In die Fallstudien werden „mare e. V.“, „Utopiastadt“, „OXTOR“, „Hebebühne e. V.“ und „Fabrik Huppertsberg“ einbezogen. Diese wurden durch Punktevergabe nach persönlicher Einschätzung der Dozenten und Studenten bestimmt.

Über Interviews mit den Initiatoren sollen Informationen eingeholt und offene Fragen geklärt werden. Es wird ein einheitlicher Leitfaden für die Interviews erstellt, um eine Vergleichbarkeit der vier Initiativen herstellen zu können. Dieser Leitfaden beinhaltet Fragestellungen zur Klärung von der Motivation, Idee und Entwicklung des Projektes und die Möglichkeit, die Raumunternehmen mit der klassischen Projektentwicklung zu vergleichen.

In Ergänzung zu dem Interview werden Umfragen mit Passanten Aufschluss über den tatsächlichen Ausstrahlungseffekt geben.

Darüber hinaus wird es eine Vervollständigung der Gesamterhebung aller räumlichen Initiativen geben, um konkretere Aussagen zu den Raumunternehmen treffen zu können.

Diese Vergleichstabelle gibt im Vorfeld eine schnelle Übersicht über die untersuchten Projekte:

	Mare e. V.	**Utopia-stadt**	**Hebebühne**	**OXTOR**	**Fabrik Huppertsberg**
Gebäude-typ	Gastronomie-betrieb	Ehem. Bahnhof	Ehem. Tankstelle	Ehem. Fleischerei	Ehem Weberei
Lage	Nordstadt	Nordstadt	Nordstadt	Hecking-hausen	Nordstadt
Entstehungs-jahr	1998	2011	2009	1994	2001
Größe	800 m²	2.500 m²	65 m²	4.000 m²	3.000 m²
Organisations-struktur	e.V.	GbR	e.V.	-	e.V.
Zielgruppe	Anwohner, Kunst- und Kulturinteressierte	Alternativ, jede Alters-gruppe	Kunst – und Kulturinte-ressierte	Musiker, jede Alters-gruppe	Anwohner, Kreativ-branche

4.1 Café Ada/ MARE e. V.

Seit 1998 ist auf der Wiesenstraße 6 im Stadtteil Elberfeld MARE e.V. angesiedelt. ES ist ein multikultureller, generationenübergreifender Begegnungsort für Anwohner, Kunst und Kulturinteressierte, der seinen Ausdruck in den Formen des Tanzes, der Musik, des Theaters und des Schauspiels findet.

Abbildung 16: Immobilie Café Ada, MARE e.V., Quelle: eigene Aufnahme (Dezember 2013)

4.1.1 Steckbrief

Adresse	Café Ada/ MARE e.V. Wiesenstraße 6 42105 Wuppertal
Initiator	M. Dok Y. Sözen P. Kowald J. Sasportas M. Uzunoglu
Gründungsjahr	1998
Nutzungsarten	Multikultureller Veranstaltungsort Gastronomie

4.1.2 Initiative

Abbildung 17: Immobilie Café Ada, MARE e.V., Quelle: eigene Aufnahmen (Dezember 2013)

Das Café Ada ist ein Ort der gelebten Interkultur in Wuppertal und leistet einen Beitrag für das Zusammenleben unterschiedlichster ethnischer Gruppen. Um das ganze Unternehmen Café Ada/ MARE e.V. zu verstehen, muss man zunächst die Genese wie auch die Evolution der Initiative erläutern.

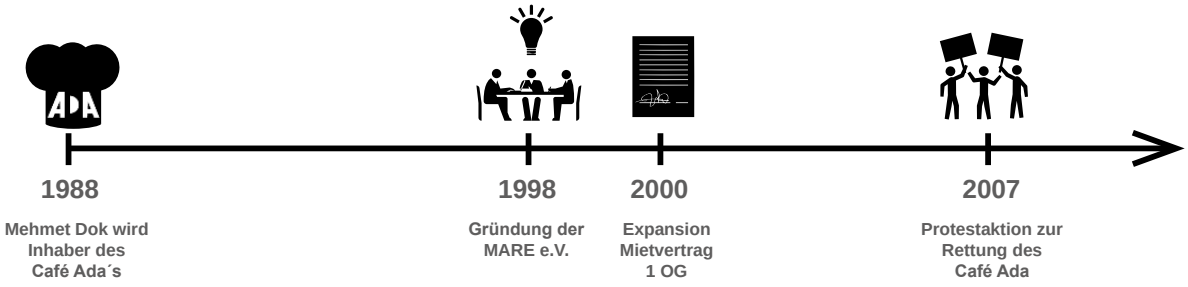


Abbildung 18: Zeitleiste Café Ada/ MARE e.V., Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

1988, mit der Übernahme des bereits bestehenden Café Ada in Wuppertal durch M. Dok, war der Startschuss der internationalen Metropole Café Ada ertönt. Zehn Jahre lang wurden hier im Erdgeschoss der Wiesenstraße 6 in Wuppertal Elberfeld den Gästen kulinarische

Gerichte aus vielen Ländern der Welt und völkerverbindende Veranstaltungen geboten. 1998 wurde die MARE e.V. auf persönliches Engagement und besondere Initiative von P. Kowald, J.-L. Sasportes, M. Dok, M. Uzunoglu und Y. Sözen gegründet, um das Kulturprogramm des Café Ada´s zu professionalisieren und Fördermittel zu erhalten. Seit der Trennung des Kulturprogrammes von der Nutzung als Restaurant, ist die MARE e.V. hauptverantwortlich für die Veranstaltungen im gesamten Haus.

Abbildung 19: links: Bühne MARE e.V., rechts: Café Ada, Quelle: eigene Aufnahmen (Dezember 2013)

Die Diversität der Veranstaltungen macht die Einzigartigkeit des Hauses aus und ist Konzept der Begegnungsstätte MARE e.V. in Wuppertal. Mit der Entstehung des gemeinnützigen Vereins musste das Café Ada expandieren. Unter Zustimmung des Vermieters (Gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaft GWG) durften die Akteure der MARE e.V. die stark baufälligen Räumlichkeiten im ersten Obergeschoss nutzen. Sie richteten diese in Eigeninitiative und Leistung her, um auch hier ab dem Jahr 2000 Gäste und Besucher willkommen zu heißen. Im Jahre 2007 stand das Café Ada/ MARE e.V. kurz vor dem Existenzaus. Geschäftsleute wollten an diesem Standort einen Discounter mit dazugehörigem Parkplatz realisieren. Doch durch eine große Protestaktion der Bevölkerung und auf Druck stadtbekannter Persönlichkeiten, unter anderem Pina Bausch, wurde das Gebäude von der GWG professionell saniert und an die MARE e.V. vermietet. Seitdem versucht die MARE e.V. ihr vielfältiges Kulturprogramm in Wuppertal, trotz einzelner defizitärer Veranstaltungen zu festigen. Die Motivation solch ein einzigartiges Kulturkonzept zu verwirklichen, kam aus eigenem Antrieb und durch persönliches Interesse der Initiatoren, welche jeher Kunst und Kultur fasziniert waren. Ihr Hauptinteresse bestand darin, einen multikulturellen, generationenübergreifenden Begegnungsort für Anwohner und Kunst- und Kulturinteressierte zu schaffen, der seinen Ausdruck in den Formen des Tanzes, der Musik, des Theaters und des Schauspiel findet. Somit

war der Standort sekundär, vielmehr war die Idee hinter dem Raumunternehmen Café Ada/ MARE e.V. die vorantreibende Kraft und die Räumlichkeiten auf der Wiesenstraße eher Fügung. Hieran erkennt man, dass für das Raumunternehmen Café Ada/ MARE e.V. die Idee das ausschlaggebende Kriterium war und nicht wie bei einer konventionellen Projektentwicklung, bei der oftmals die Lage über die Realisierung eines Projektes entscheidend ist. Auch spielen Machbarkeitsstudien bei der Umsetzung verschiedenster Projekte keine Rolle, es wird aus einem Bauchgefühl heraus entschieden, mit dem die Initiatoren jedoch meistens im Trend der Zeit liegen.

4.1.3 Initiator(en)

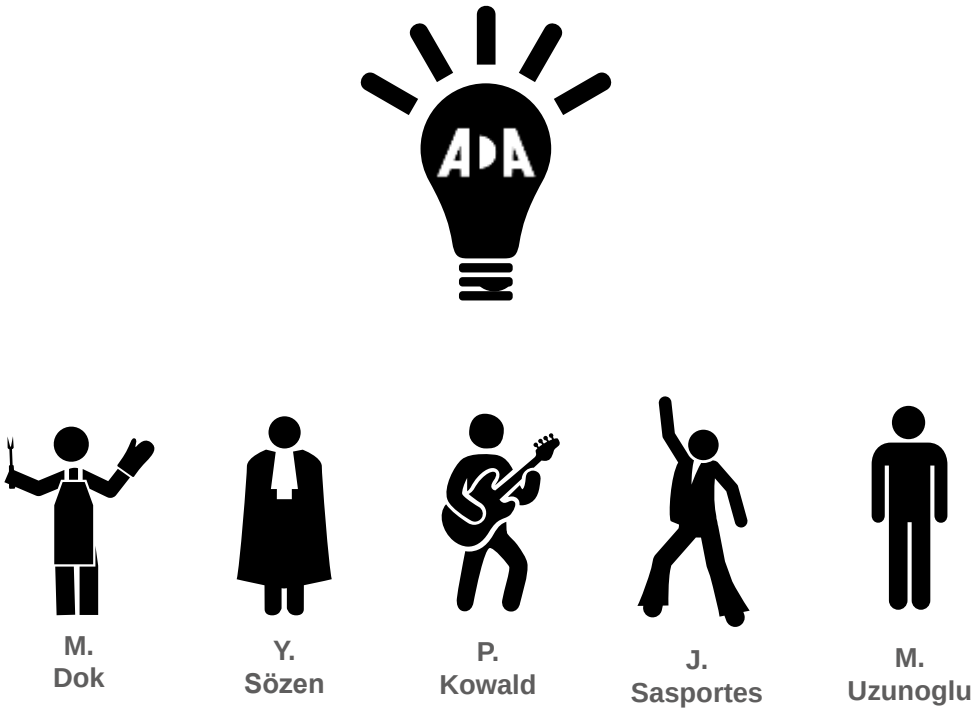


Abbildung 20: Initiatoren MARE e.V. , Quelle: eigene Darstellung(Dezember 2013)

Mit der Gründung der MARE e.V. 1998 von den fünf Initiatoren P. Kowald, J.-L. Sasportes, M. Dok, M. Uzunoglu und Y. Sözen, wurden die kulturellen Veranstaltungen in einem professionellen Kontext gebettet. P. Kowald, ein weltweit bekannter Jazzmusiker, verstarb am 21. September 2002 in New York. J.-L. Sasportas, ehemaliger Tänzer von Pina Bausch, war der künstlerische Leiter des Café Ada´s. Von den damaligen Initiatoren sind lediglich M. Dok, der

Inhaber des Restaurants Café Ada, und Y. Sözen, erster Vorstand der MARE e.V., bis heute tätig. Sie sind die konstanten Vertreter der MARE e.V. und waren zum Zeitpunkt der Gründung des gemeinnützigen Vereins 38 und 31 Jahre alt.

Abbildung 21: links: Veranstaltungsraum MARE e.V., rechts: (v.l.n.r.) Y. Sözen, M. Dok im Café Ada, Quelle: eigene Aufnahmen (Dezember 2013)

M. Dok wurde im Jahr 1960 geboren. Mitte der 1980er Jahre kam er als Emigrant nach Deutschland, wo er in der Kraftstation erstmals auf Y. Sözen traf, der als Sozialarbeiter im offenen Jugendbereich mit Flüchtlingen arbeitete. Schnell fand er im Café Ada in Wuppertal eine Stelle als Kellner. 1988 übernahm er das Café Ada. Seitdem ist er die leitende Kraft hinter der Gastronomie des Hauses. Y. Sözen wurde 1967 in Fatsa, einer türkischen Provinz am Schwarzen Meer, welche von Oktober 1979 bis Juli 1980 unter dem sozialistischen Bürgermeister Fikri Sönmes selbstverwaltet wurde, geboren. 1981 kam er, nach einer militärischen Intervention im Zusammenhang mit dem Militärputsch in der Türkei 1980, im Alter von 14 Jahren nach Deutschland. Seine Familie lebte und arbeitete bereits in Deutschland.

1982 erlernte er innerhalb eines Schuljahres in einer Vorbereitungsklasse die deutsche Sprache und bekam die Qualifikation die Schulform der Hauptschule zu besuchen.

1983/84 absolvierte er die Hauptschule mit der mittleren Reife. 1985/86 erhielt er sein Fachabitur für Sozialarbeit und arbeitete die darauffolgenden Jahre in der Kraftstation, wo er im Bereich der offenen Jugendarbeit als Sozialarbeiter mit Emigranten verschiedenster Nationen in Kontakt trat. Im Jahre 1994 holte er sein Vollabitur nach, um 1995 sein Jurastudium zu beginnen. Er absolvierte 2001 das erste und 2004 das zweite Staatsexamen. Heute arbeitet er vormittags in einer Kanzlei als Strafverteidiger und nachmittags im Café Ada für die

MARE e.V. in Wuppertal. Er selbst sagt, dass er aufgrund seiner Geburtsstätte schon immer einen Drang zur Selbstverwaltung gehabt hätte, welchen er in der MARE e.V. voll auslebt[20].

4.1.4 Immobilie/ Grundstück

Als das Café Ada auf der Wiesenstraße 6 in Wuppertal Elberfeld 1988 von M. Dok bezogen wurde, wurden keinerlei Machbarkeitsstudien, wie es in einer Projektentwicklung der Fall ist, durchgeführt.

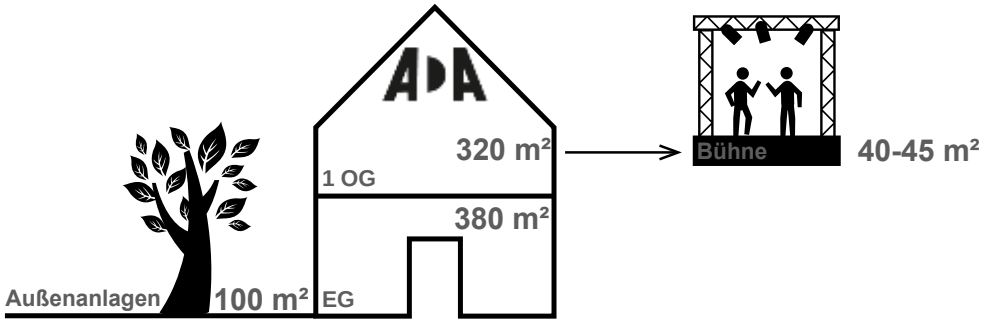


Abbildung 22: Darstellung der räumlichen Nutzungen, Café Ada/ MARE e.V., Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

Nach unzähligen Umbaumaßnahmen verfügt das Café Ada eine Grundstücksfläche von ca. 500 m² und eine Immobilienfläche von ca. 500 m² auf 2 Etagen. Das Erdgeschoss besitzt ca. 380 m² und das erste Obergeschoss ca. 320 m² inklusive eines Büroraumes und einer Bühne von ca. 40-45 m².

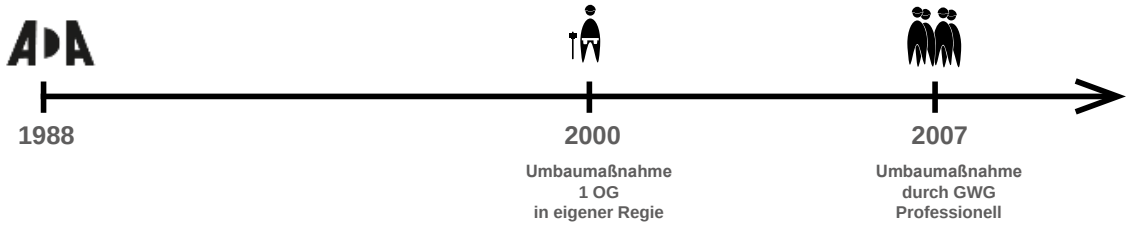


Abbildung 23: Zeitleiste: Umbaumaßnahmen, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

[20] Interview mit Y. Sözen, 19. Dezember 2013

Im Jahre 2000 begann die erste große Umbaumaßnahme, da im Zuge der Gründung der MARE e.V. auch das Repertoire der Kulturveranstaltungen erweitert werden sollte. Zu diesem Zwecke mussten auch die räumlichen Begebenheiten angepasst werden. Es bestand die Möglichkeit, das erste Obergeschoss der Immobilie auf der Wiesenstraße 6, welche bis dahin leer stand und in einem ruinösen Zustand war, zu nutzen. Zu dieser Absicht haben die damaligen Initiatoren der MARE e.V. die GWG gebeten, die oberen Räumlichkeiten von ihnen anmieten zu dürfen. Unter der Prämisse, das erste Obergeschoss in eigener Regie zu renovieren, wurde die Nutzung bereits ab 1998 von der GWG geduldet. Im Jahre 2000 wurde ein offizieller Mietvertrag auch für die zweite Etage unterschrieben und die MARE e.V. begann ihre Vorstellungen des neuen innovativen Kulturprogrammes umzusetzen. Die MARE e.V. ist alleiniger Mieter der Flächen und vermietet der Gastronomie Café Ada die Nutzflächen unter. Die zweite große Umbaumaßnahme begann im Jahre 2007, nach der Protestaktion zur Rettung des Café Ada´s. Wie bereits beschrieben investierte die GWG in die Immobilie und beauftragte einen befreundeten Architekten der Initiatoren der MARE e.V. mit dem Umbau. Dieser verfolgte vor allem die Wünsche und Interessen der Nutzer und übernahm die Rolle des Vermittlers zwischen der MARE e.V. und der GWG. Durch diese Allianz war es möglich, das Untergeschoss des Café Ada´s um ein Drittel zu vergrößern, indem ein Teil des Nebengebäudes integriert wurde. Dies war nur realisierbar, da das Nebengebäude, eine ehemalige Diskothek namens Treibhaus, schon seit einigen Jahren nicht mehr genutzt wurde. Des Weiteren wurde das gesamte Gebäude saniert und auf den neusten Stand der Technik gebracht. Heutzutage besitzt das Café Ada, zusätzlich zu den Flächen innerhalb der Immobilie, ein vielfältiges Angebot in den Außenanlagen, zu welchem ein Biergarten, eine Boule Bahn, eine Art Amphitheater und eine Grünanlage mit Nutzgarten gehört. Der Nutzgarten lehnt sich an den Grundgedanken des Urban-Gardening Trends an. Hier werden Grünflächen zur Verfügung gestellt, die gemeinschaftlich von Anwohnern, Personal und Besuchern genutzt werden können.

4.1.5 Organisationsstruktur

Von Beginn an war den Initiatoren der MARE e.V. die Unabhängigkeit wichtig. Schnell zeigte sich jedoch, dass ohne öffentliche Förderungen lediglich ein Minimum der kulturellen Ideen realisiert werden kann. Y. Sözen, studierter Jurist, informierte sich in Eigeninitiative über die Methoden um Fördermittel zu erhalten und stieß auf die Organisationsform eines eingetragenen, gemeinnützigen Vereins. Mit der Unterstützung von Freunden und Bekannten wurden 15 Gründungsmitglieder gefunden und mit Hilfe einer Mustervorlage konnte eine Satzung

erlassen werden. Auch die Absicht der Gemeinnützigkeit ist in einem der ersten Paragraphen der Satzung definiert und setzt sich zum Ziel, die internationale Gesinnung und Völkerverständigung zu fördern. Die Veranstaltungen der MARE e.V. werden vollständig durch Spenden finanziert und die Mitarbeiter helfen ehrenamtlich aus. Nach § 5 Abs. 1 Ziff. 9 KStG fallen für einen gemeinnützigen Verein keine Gewerbesteuern oder Körperschaftssteuern an das Finanzamt an, sodass die Spenden ohne Abgaben für die Veranstaltungen genutzt werden können.[21] Um die Gemeinnützigkeit zu gewährleisten führt die Abgabeordnung auf, dass die Verwendung finanzieller Mittel nur mit Einschränkungen möglich ist, und außerhalb der Vereinssatzung keine Personen begünstigt werden dürfen.[22]

Y. Sözen bestätigte, dass, da die Ideologie von MARE e.V. das wichtigste Gut ist, die Spenden ausschließlich für die Veranstaltungen des Vereins genutzt werden. In der Entwicklungsgeschichte von MARE e.V. haben sich einige Kooperationspartner gefunden, mit denen bis heute zusammen gearbeitet wird. Eine der wichtigsten Bekanntschaften war Pina Bausch, die Kontakte zu Tänzern schaffte, welche bis heute die künstlerische Leitung von Tanz-Workshops innehaben. Ferner wurde durch diese Kontakte eine Kooperation mit der Folkwang Universität der Künste in Essen hergestellt. Seit bereits zehn Jahren wird Studenten des Folkwang Studios die Möglichkeit für kostenlose Darbietungen gegeben, um ihr künstlerisches Talent einem Publikum vorzuführen und somit ihren Bekanntheitsgrad zu fördern. Ein weiterer Kooperationspartner stellt der Mirker Bahnhof dar. Die Kooperation ist vor allem durch die Bekanntschaft zu C. Hampe, Vorstandsvorsitzender der Mare e.V. und Mitarbeiter im Mirker Bahnhof, entstanden. Herrscht ein Mangel bezüglich der zur Verfügung stehenden Flächen für Veranstaltungen, so helfen sich der Mirker Bahnhof und die MARE e.V. gegenseitig aus. Y. Sözen betonte im persönlichen Gespräch, dass die Zusammenarbeit in Zukunft noch besser ausgebaut werden soll und generell ein besseres Netzwerk der ansässigen Initiativen gewünscht ist.[23]
Weitere Kooperationspartner sind das Jazznetz Wuppertal, Jazz Age, das Haus der Jugend Barmen, das Schauspielhaus, die Wuppertaler Bühnen, das Kulturbüro Wuppertal, das Forum Maximum, die Diakonie Wuppertal, der Ort e.V., das Katakomben Theater in Essen und die freie Künstlerszene Wuppertal.

[21] Vgl. Juraforum.de
[22] Vgl. § 55 AO
[23] Interview mit Y. Sözen, 19. Dezember 2013

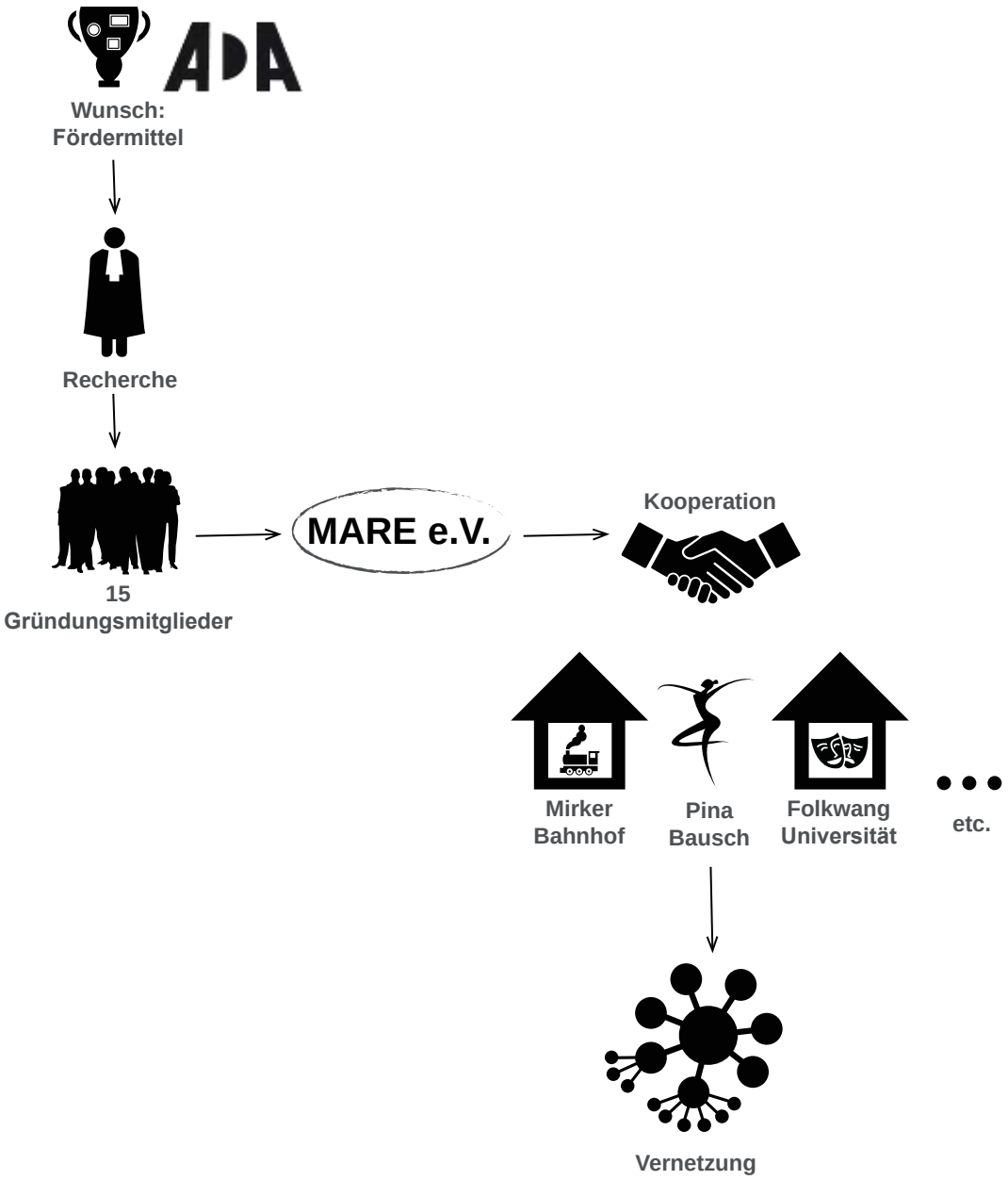


Abbildung 24: Organisationsstruktur MARE e.V., Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

4.1.6 Personalstruktur

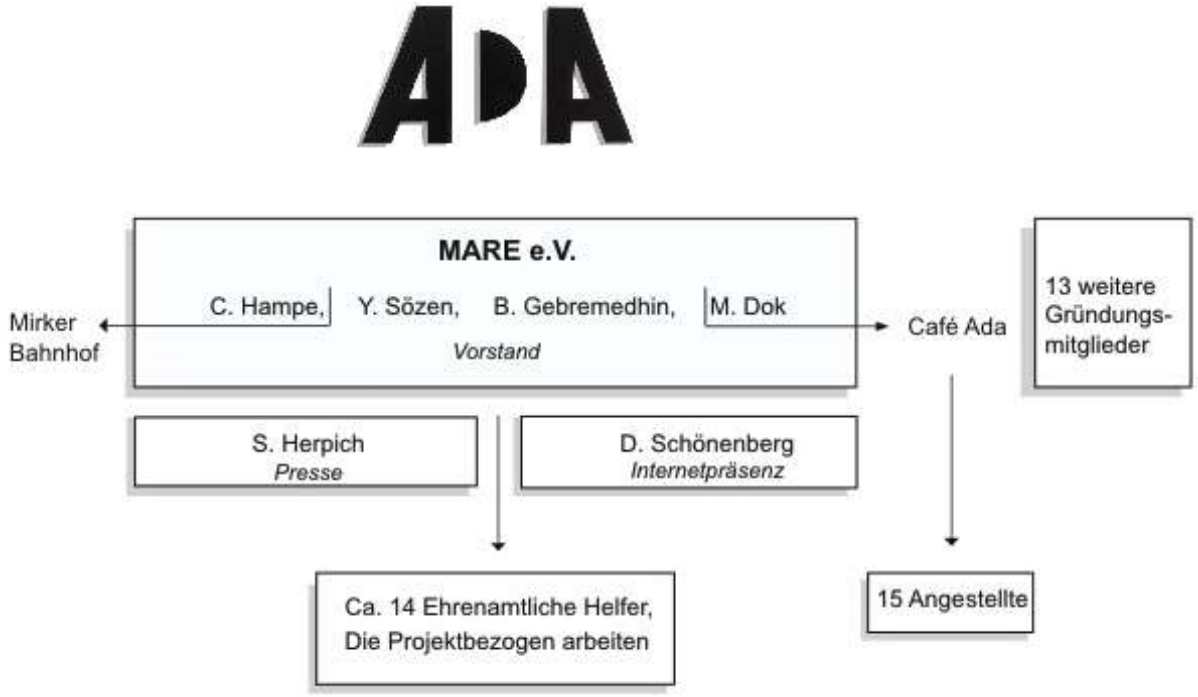


Abbildung 25: Organigramm Ada, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

Der Vorstand von MARE e.V. besteht aus vier Personen, die sich wöchentlich treffen um Entscheidungen gemeinsam und demokratisch zu fällen. Y. Sözen, M. Dok und 13 weitere Bekannte und Freunde bilden die Gründungsmitglieder, wobei 13 der Gründungsmitglieder heute nicht mehr aktiv beschäftigt sind. Hinsichtlich ihrer Mitarbeiterstruktur unterscheiden sich Café Ada und MARE e.V. M. Dok ist der Inhaber des Café Ada´s und beschäftigt insgesamt 15 Personen, wobei sich der größte Teil aus nicht ausgebildeten Kellnern zusammensetzt. Diese sind fast ausschließlich Studenten und somit im Alter zwischen 20 und 30 Jahren. Die Akquise erfolgt über den konventionellen Weg der Aushänge. Seitens der Café-Leitung werden drei bis vier Termine zur Probearbeit gefordert. Nach dieser Zeit wird mit dem gesamten Team und Gästen besprochen, ob der Bewerber sich sowohl menschlich als auch von seiner Leistung in das Kollektiv integrieren kann. Sowohl MARE e.V. als auch Café Ada verstehen sich als eine Familie, in der gute zwischenmenschliche Beziehungen gewünscht sind. Die Jobber werden im Durchschnitt ein bis drei Jahre beschäftigt, da Studenten oftmals einen flexiblen Lebensstandard haben und sich langzeitig nicht an Nebenjobs binden. Das Küchenpersonal ist im Durchschnitt älter als die Kellner. Sie sind zwischen 40 und 50 Jahren alt. Im Gegensatz zu Café Ada gibt es bei MARE e.V. keinen festen Personalstamm. Nach Aussagen von Y. Sözen zählt MARE e.V. ca. 14 ehrenamtliche Helfer. Die

Schätzzahl resultiert aus der Tatsache, dass sich zu den unterschiedlichen Projekten unterschiedliche Teams von Helfern bilden und keine konventionellen Arbeitspläne existieren. Alle Helfer der MARE e.V. sind ehrenamtlich beschäftigt. Das Ehrenamt stellt eine Form des bürgerschaftlichen Engagements dar und findet auf freiwilliger Basis und ohne Vergütung statt. Auch Y. Sözen arbeitet ehrenamtlich bei der MARE e.V. Bezüglich des Generationenwechsels macht er sich nur bedingt Gedanken, da er erst 46 Jahre alt ist. Zwar möchte er die MARE e.V. noch eine lange Zeit unterstützen, dennoch ist er sich bewusst, dass es sich in Zukunft als schwierig erweisen könnte, Nachfolger für die MARE e.V. zu finden. Zum einen gibt es, wie bereits erwähnt, keinen festen Angestelltenstamm und zum anderen sind die ehrenamtlichen Helfer nicht über lange Zeiträume beschäftigt. Jemanden zu finden, der mit gleicher Leidenschaft und ohne Vergütung den Verein weiter führt wird sicherlich nicht einfach.

4.1.7 Finanzierung

Da die Gründer der Mare e.V. zur seit jeher nicht genug Eigenkapital zur Verfügung hatten, wurden von Beginn an Darlehen auf der Basis persönlicher Bürgschaften von Freunden aufgenommen. Spendengelder wurden erst später, mit Gründung des Vereins, akquiriert. Zu keinem Zeitpunkt gab es die Option das Vorhaben abzubrechen, da von Vornherein die Gründer mit voller Überzeugung und Leidenschaft hinter der Idee von MARE e.V. standen. Heute finden sich einige Spender, sowohl Private und Öffentliche. Da die privaten Spender aus Überzeugung und nicht aus persönlichem Interesse spenden, werden sie an dieser Stelle namentlich nicht genannt. Öffentliche Förderer sind unter anderem die Stadtsparkasse und das Kulturbüro Wuppertal. Spenden werden nicht auf regelmäßiger Basis, sondern veranstaltungsbezogen ausgeschüttet. Mindestens sechs Wochen vor einem Veranstaltungstermin werden alle Kosten aufgelistet und sich an die Spender gewendet. Erst wenn gewährleistet ist, dass eine Veranstaltung finanziert wird, wird eine Zusage an die Teilnehmer erteilt. Neben den beständigen Förderern wird zusätzlich an Wettbewerben für öffentliche Fördermittel teilgenommen. Zu diesem Zwecke werden detaillierte Portfolios erstellt, die die einzelnen Veranstaltungen textlich und gegebenenfalls bildlich präsentieren. Trotz ehrenamtlicher Arbeit fällt der größte Teil der monatlichen Ausgaben mit 42% auf die Personalkosten. Diese stellen Aufwandsentschädigungen dar, die im Rahmen der ehrenamtlichen Arbeit anfallen.

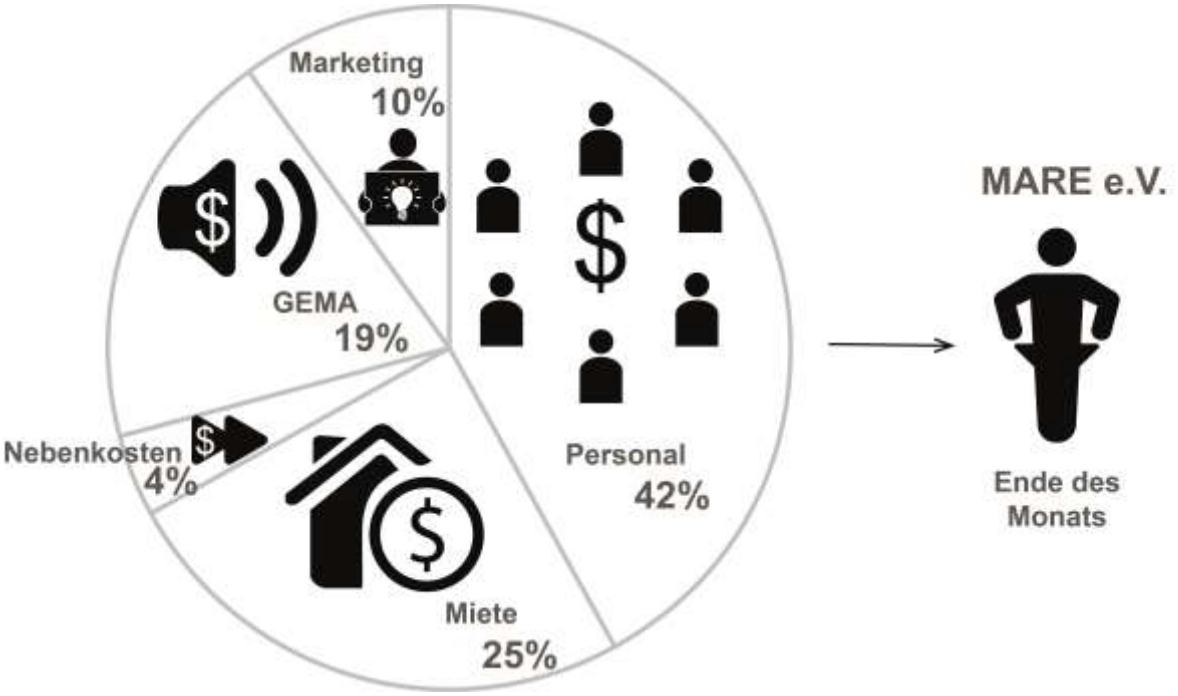


Abbildung 26: Ausgaben MARE e.V. (pro Monat), Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

Die Miete macht ein Viertel (25%) der monatlichen Ausgaben aus, die Nebenkosten lediglich 4%. Ein großer Anteil muss außerdem mit 19% an die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) gezahlt werden. Mit 10% wird ein geringerer Anteil für Werbung und Marketing entrichtet. In der Anfangsphase des Vereins wurde nur sporadisch und für einzelne Veranstaltungen geworben. Mit größerer Nutzfläche (Bezug des oberen Geschosses) wurde es dem Verein möglich, öfter Veranstaltungen auszurichten. Seit dieser Zeit wird vermehrt in Werbungsmaßnahmen investiert und es erscheinen jeden Monat neue Programmhefte.

4.1.8 Schwierigkeiten und Herausforderungen

Eine gewisse Herausforderung stellte die Kooperation mit der Vermieter-Gesellschaft GWG in den ersten Jahren dar. Die Nutzung der oberen Räumlichkeiten wurde zunächst nur gegen eigene Renovierung geduldet. Die Absicht der GWG war seit jeher der Abriss des Gebäudes, da an diesem Standort entweder ein Altenheim oder ein Supermarkt zur Nahversorgung errichtet werden sollte. Als dieses Vorhaben um das Jahr 2006 realisiert werden sollte, wurde ein Förderverein gegründet, mit der Absicht das Café Ada und die MARE e.V. zu erhalten. Freunde, Bekannte und Anwohner des Quartiers traten für die Erhaltung ein, sodass

sogar die Stadtsparkasse das Potential der Einrichtung erkannte und die GWG überzeugte, dass Gebäude nicht abzureißen. Zusammen mit der GWG wurde ein 10-15 Jahre Plan aufgestellt, in dem festgehalten wurde, wie und in welchem Zeitrahmen die Investitionen wieder eingeholt werden können. Nach der Protestaktion wurde das obere Geschoss, das bis zu diesem Zeitpunkt renovierungsbedürftig war, auf Kosten der GWG Instand gesetzt und MARE e.V. erhielt einen offiziellen Mietvertrag und zusätzlich mehr Nutzfläche. Die Protestaktion zeigt, dass Café Ada / MARE e.V. auf sehr gute Resonanzen seitens der Bürger trifft. Y. Sözen berichtete, dass die multikulturellen Veranstaltungen nicht nur Leute aus der Umgebung interessieren, auch aus anderen Regionen wie dem Ruhrgebiet oder sogar aus Ländern wie den Niederlanden und Belgien kommen Gäste regelmäßig zu Veranstaltungen. Eine Umfeld Befragung im Quartier bestätigte die Aussage einer positiven Resonanz: Von zehn Befragten kannten acht das Café Ada, bzw. MARE e.V. Lediglich zwei Befragten war diese Einrichtung unbekannt, wobei diese kürzlich erst nach Wuppertal gezogen sind. Die Befragung fand an einem Wochentag, gegen 20:00 Uhr statt und die Befragten waren alle im Studentenalter, zwischen 20 und 30 Jahren. Diese Umfrage ist aufgrund der niedrigen Zahl an Befragten und der gleichen Altersklasse nicht als repräsentativ zu betrachten und kann die zuvor beschriebene positive Resonanz in gewissem Maße unterstreichen.

4.1.9 Perspektiven und Zukunftseinschätzungen

Nach 15 Jahren MARE e.V. stoßen die Akteure immer wieder auf neue Herausforderungen, insbesondere die Konstante der finanziellen Stabilität fehlt. Die Mehrzahl der Veranstaltungen ist defizitär und bildet somit ein immenses Gefahrenpotenzial für das wirtschaftliche Planen. Außerdem gingen, im Zuge der Erweiterung und der wachsenden Anforderungen an die Professionalität des Hauses, neue Anforderungen an Technik und Sicherheit einher und machen die Einstellung spezialisierter Arbeitskräfte unabwendbar. Seitdem sind die Betriebs- und Wartungskosten um 20 Prozent gestiegen. Lediglich durch das private Engagement und Einlagen des Inhabers der Gastronomie Café Ada M. Dok, der seine Gewinne aus der Veranstaltungs-Gastronomie an die MARE e.V. abführt und zusätzlich weitere Einnahmen aus dem gastronomischen Bereich in den Verein steckt, war es möglich das Kulturprogramm des Café Ada´s zu sichern. Doch auch der gastronomische Betrieb des Café Ada´s kann die brisante finanzielle Situation nicht mehr auffangen. Eine Veranstaltung wie beispielsweise “Roof of Rock” – eine Plattform für Wuppertaler Bands – bringt finanziell keinerlei Überschüsse ein. Um weiterhin jeder Art von Nachfrage, Raum und Auftrittsmöglichkeiten anzubieten und die Planungssicherheit des Vereins zu gewährleisten, ist die MARE e.V. länger-

fristig auf Drittmittel angewiesen. Mit dem Ziel, die bestehenden Strukturen zu erhalten und gleichermaßen die Entwicklung des Kulturhauses zu ermöglichen, versucht die MARE e.V. eine institutionelle Förderung zu erhalten. Die Tatsache, dass die Stadt Wuppertal selbst in finanzieller Not ist, macht das gesamte Unterfangen nicht leichter. Doch von der Stadt erwarten die Akteure der MARE e.V. keine finanzielle Unterstützung, sie wünschen sich lediglich eine Beratung, um die Fördergelder vom Land oder der EU zu beziehen, denn die Grenzen des privaten Engagements sind erreicht.

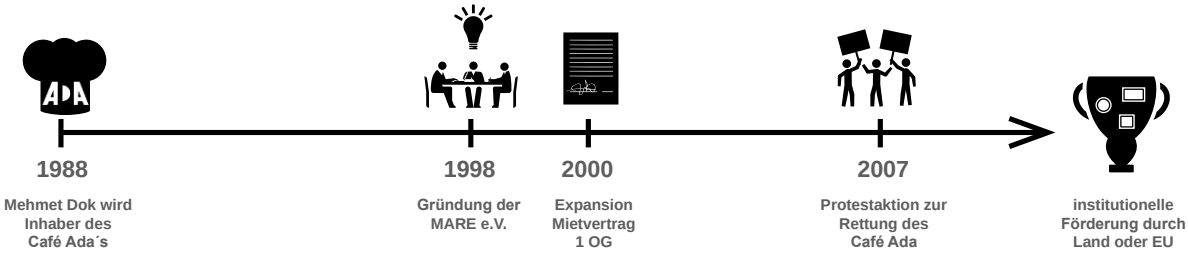


Abbildung 27: Zeitleiste Café Ada/ MARE e.V.: Ausblick, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

4.1.10 Fazit Café Ada / MARE e.V.

Die durchgeführte Fallstudie gab detaillierte Einblicke in die Initiative Café Ada / MARE e.V. und lässt feststellen, dass es sich bei dieser Initiative um ein Raumunternehmen handelt. Die im Research Kurs definierten Parameter für ein Raumunternehmen werden von Café Ada / MARE e.V. zweifelsohne erfüllt: Das Raumunternehmen belebt den Leerstand, wertet die Immobilie durch die Nutzung auf und strahlt über das Quartier hinaus. Die Initiatoren sind dabei von einer besonderen Motivation getrieben, ihre Ideen zu realisieren. Im Falle dieses Raumunternehmens war die Idee das wichtigste Gut, sodass der Standort, bzw. die Immobilie, einen sekundären Stellenwert einnahm. Vergleichend zur klassischen Projektentwicklung zeigt sich bei diesem Raumunternehmen eine deutliche Inkongruenz bezüglich der Vorgehensweise bei der Projektrealisierung. Zumal der Standort bei der Realisierung nur eine sekundäre Rolle spielte, wurde hier keine Standortanalyse durchgeführt. Da die Ideologie der Völkerverständigung primäres Ziel ist, steht die Menschlichkeit und Demokratie im Team im Vordergrund, nicht die Rendite, wie es in der Projektentwicklung der Fall ist. Eine gewisse Wirtschaftlichkeit spielt natürlich auch bei Café Ada / MARE e.V. eine Rolle, jedoch nur in dem Sinne, dass die Ideen und Projekte realisiert werden können. Der Vorstand der MARE e.V. und die ehrenamtlichen Helfer bereichern sich in keiner Weise privat, sondern nutzen alle Spenden und Einnahmen, um den Verein zu fördern. Eine Exit-Strategie gab es nicht, da

es nie eine Option war, das Projekt abzubrechen. Machbarkeitsstudien wurden bei Café Ada / MARE e.V. zu keinem Zeitpunkt durchgeführt, alle Entscheidungen fielen aus einem Bauchgefühl heraus, wobei sich dieses bis zum heutigen Tag als sehr gut erwiesen hat. So gibt es Entscheidungen, die zufällig den Trend der Zeit treffen, wie beispielsweise ein Kräutergarten im Außenbereich, der an den Trend des Urban Gardenings anschließt. Das Raumunternehmen Café Ada / MARE e.V. zeigt, dass auch ohne Wirtschaftlichkeitsanalysen oder Machbarkeitsstudien erfolgreiche Projekte realisiert werden können.

4.2 Utopiastadt im Mirker Bahnhof

Seit 2011 ist in dem ehemaligen Bahnhofsgebäude an der Nordbahntrasse im Stadtteil Elberfeld „Utopiastadt“ angesiedelt. Neben einem Coworking Space sind Büroräume, Künstler-Ateliers, eine Tanzschule und eine Gastronomie in den Räumlichkeiten untergebracht worden. Der Außenbereich wird vom Utopiastadtgarten gestaltet und genutzt.

Abbildung 28:Gründer von Utopiastadt: Beate Blaschczok und Christian Hampe; Quelle: WZ newsline 2013

4.2.1 Streckbrief: „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof

Adresse	
	Utopiastadt (Bahnhof Mirke) Mirker Straße 48 42105 Wuppertal
Initiator	
	Christian Hampe Beate Blaschczok
Gründungsjahr	
	2011
Nutzungsarten	
	Coworking Space Büroräume Gastronomie an der Nordbahntrasse Tanzschule Bellinghausen Künstlerateliers

4.2.2 Initiative, Idee und Entstehungsgeschichte

Die Idee von Utopiastadt hat seinen Ursprung in dem Magazin „clownfisch“, welches seit 2007 von den Initiatoren Christian Hampe und Beate Blaschczok herausgegeben wird. Thema des Statementmagazins ist es, zeitgenössische Probleme kritisch zu hinterfragen und kreative sowie utopische Lösungsansätze zu formulieren. Mit diesem Hintergrund wurden bereits Veranstaltungen organisiert und verhalf so zu einem wachsendem Bekanntheitsgrad in der Szene. Aus der improvisierten Redaktion daheim entwickelte sich der Wunsch, den Ideen und Akteuren einen Raum zu geben. Eine gemeinsame Plattform für Kommunikation sollte entstehen. Von Anfang an stand jedoch neben der Funktionalität des Raumes auch immer der Anspruch, auf das Quartier positiv einzuwirken. Bei der Wahl des Ortes jedoch war man offen und die Suche wurde auf das Ruhrgebiet und dessen Umgebung ausgeweitet. Die Hilfe bei der Suche vom Kulturbüro indes entsprach nicht den Erwartungen. Letztendlich wurde die passende Immobilie nach einigen Besichtigungen in Wuppertal mit Hilfe der Wirtschaftsförderung Wuppertal gefunden.

4.2.3 Initiatoren

Die Initiatoren Christian Hampe und Beate Blaschczok sind sowohl Betreiber und Organisatoren als auch die rechtlichen Geschäftsführer der Utopiastadt GbR. Außer ihnen gibt es einen festen Kern von ca. zehn Personen im Alter von Mitte 20, die sich stets aktiv an dem Projekt beteiligen. Sie helfen in ihrer Freizeit auf freiwilliger Basis und ohne Vergütung so oft wie möglich aus. Die beiden Initiatoren sind weder Projektentwickler noch Fachleute für eine der Nutzungen im Mirker Bahnhof, sondern studierten Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Schwerte, wo sie sich auch kennen lernten.

4.2.4 Immobilie, Grundstück

Das Grundstück des Mirker Bahnhofs umfasst insgesamt ca. 2.500 m^2. Dem ehemaligen Bahnhofsgebäude, das sich über zwei Etagen und einem Zwischengeschoss erstreckt, schließt sich eine längliche Halle an. Das im Jahre 1882 fertiggestellte Bauwerk steht seit 1987 unter Denkmalschutz.

Die Funktion als Bahnhof verlor das Gebäude mit der kompletten Stilllegung des Personennahverkehrs auf der Strecke im Jahre 1991. Zwischenzeitlich gab es Ideen und Vorschläge einer Nachnutzung der Immobilie, die jedoch nicht umgesetzt wurden und das Gebäude bis

auf eine Arztpraxis weiterhin leer stehen ließen. Die Pläne des vorherigen Investors sahen auch einen kulturellen Nutzen in den Räumlichkeiten in Form von Theater und Schauspiel vor. Eine Fehlspekulation des Käufers zwang ihn zum Verkauf. Somit fiel die Immobilie der Stadtsparkasse Wuppertal zu. Utopiastadt Vermietungs-GbR steht bis auf Weiteres in einem Pachtverhältnis zur Stadtsparkasse, die dem Unternehmen jedoch einen Moratoriumszeitraum gewährt, bis die finanzielle Tragfähigkeit erreicht ist, das Gebäude mittels eines gemeinnützigen Trägers übernehmen zu können. Mit dem Einzug der Utopiastadt in die Räumlichkeiten wurde das gesamte Gebäude reaktiviert und neue Nutzungen siedelten sich an.

Abbildung 29: Bahnhof mit neuer Nutzung, Quelle: heinz-magazin.de (29.03.2014)

Die Nutzungsstrategie der Initiatoren war praktikabler Herkunft und sollte schnellstmöglich Nutzungen in den Räumlichkeiten vorsehen, die zur finanziellen Stabilisierung führen. Dinge, die ohne fremde und fachliche Hilfe zu stemmen waren, wurden auch in Eigenregie umgesetzt. Spezielle Aufgaben erfordern jedoch Fachleute, die hinzu gezogen werden müssen.[24] Mittlerweile reichen die Ideen und Handlungsfelder der Akteure um Utopiastadt wegen eigener fehlender Grünflächen auf dem Grundstück über das eigentliche Grundstück hinaus. Denn der Utopiastadtgarten, eine Initiative aus Utopiastadt heraus gewachsen, nutzt die angrenzenden Außenflächen für ihre Projekte mit. Diese sind bislang im Eigentum der Aurelis. Es wurden in diesem Rahmen schon Gespräche über eine zukünftige Anmietung der Flächen geführt.

[24] Zitat: Christian Hampe

4.2.5 Organisationsstruktur

Abbildung 30: Diagramm Organisationstruktur; Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

Wie bereits erwähnt ist der Mirker Bahnhof Eigentum der Stadtsparkasse Wuppertal. Zwischen dieser und der Utopiastadt Vermietungs-GbR gibt es einen Pachtvertrag. Die Räume des Mirker Bahnhofs werden über die Utopiastadt Vermietungs-GbR, mit Christian Hampe und Beate Blaschczok als führende Gesellschafter, an die entsprechenden Nutzer weiter vermietet. Rechtlich gesehen stehen Christian Hampe und Beate Blaschczok als leitende Unternehmer von Utopiastadt GbR, jedoch werden Entscheidungen, die das Unternehmen betreffen, in regelmäßigen Sitzungen mit allen aktiven Mitgliedern besprochen. In der Gesamtstruktur unterscheidet Christian Hampe die einzelnen Nutzungen oder Module zwischen Mieter und Betreiber. Mieter sind demnach die Akteure, die eine feste Nutzung und eine zeitliche Bindung an die Räumlichkeiten stellen wie das Co-Working Space, /dev/tal e.V., die Gastronomie, die Künstlerateliers, die Büronutzung von clownfisch GbR und die Tanzschule. Aus diesen Mietverhältnissen heraus ergaben sich Kooperationen und neue Ideen für Initiativen vor Ort wie das fablab und Utopiastadtgarten. Diese Akteure fasst Christian Hampe als Betreiber ohne bindenden Mietvertrag zusammen. Sie agieren innerhalb der Strukturen ohne

eine Bindung an einen bestimmten Raum in dem Gebäude, generieren demnach auch keine Miete für das Unternehmen, fördern aber die kulturelle und soziale Arbeit im Quartier. Angestrebtes Ziel für die nahe Zukunft ist die gGmbH als Organisationsform, die steuerliche und rechtliche Vorteile für das Unternehmen bedeuten würde. Die Gemeinnützigkeit würde sich in erster Linie im Bereich Denkmalschutz und -pflege, aber inoffiziell in seinem kulturellen und sozialen Engagement im Quartier zeigen, die bereits jetzt zu verzeichnen sind. Utopiastadt steht in nahem Kontakt mit seinem Quartier und so konnten schon einige Kooperationen mit anderen Initiativen ins Leben gerufen werden. Angefangen bei Kooperationen mit der benachbarten Schule und Jugendlichen aus dem Viertel über Zusammenarbeiten mit der Hebebühne und der Bergischen Universität bis hin zu mare e.V. oder der Bergischen Entwicklungsagentur.

4.2.6 Personalstruktur

Utopiastadt GbR wird derzeit von 50 bis 60 aktiven Mitgliedern unterstützt, die in keinem klassischen Mitarbeiterverhältnis mit einer bezahlten Festanstellung stehen. Die aktiven Helfer agieren ohne Vergütung auf freiwilliger Basis. Jeder geht hauptberuflich einer Tätigkeit nach, die den Lebensunterhalt sichert. Die Kerngruppe jedoch, die den größten zeitlichen Arbeitsaufwand leistet, wird über eine Überschussauschüttung entschädigt, die einen Teil der Existenzsicherung darstellt. Die Mitglieder sind zwischen 18 und 60 Jahre alt, wobei die Mehrheit im Durchschnitt bei 20 bis 40 Jahren liegt. Für bestimmte Aktionen wie Kooperationen mit Utopiastadtgarten, werden Helfer aus ganz Wuppertal akquiriert. Bei solchen Großaktionen am Mirker Bahnhof werden vorweg Aufrufe in Form von Helferslisten gestartet, die in umliegenden Bars, Kneipen und Cafés ausgelegt werden. Auch kommen Freiwillige aus Eigeninitiative auf das Team zu und bieten ihre Hilfe an.

4.2.7 Finanzierung

Das Projekt wird weder über Eigen-, noch über Fremdkapital finanziert, sondern trägt sich über die Einnahmen komplett selbst. „Die Nebenkosten sind relativ hoch und im Moment ist es so, dass noch nicht viele Gelder reinkommen“[25]. Die Einnahmen ergeben sich aus den Mieten, die für die Gastronomie, die Tanzschule, von jedem Co-Worker und den Künstler in den Ateliers gezahlt werden. Dennoch arbeiten die Helfer hier ehrenamtlich und erhalten erst

[25] Zitat: Christian Hampe

seit ca. einem Jahr eine „Aufwandsentschädigung“[26]. Demnach besteht aktuell auch kein Kapital für Renovierungs- oder Instandhaltungsmaßnahmen. Im Pachtvertrag mit der Stadtsparkasse Wuppertal ist jedoch festgelegt, dass die Gelder, die die Sparkasse für Instandhaltungsmaßnahmen an dem denkmalgeschützten Bahnhof hätte ausgeben müssen, den Initiatoren für evtl. Reparaturen zur Verfügung gestellt werden. Auch Spenden werden bislang nur in Form von Sachgütern erbracht, da von den Initiatoren noch nicht zu Geldspenden aufgerufen wurde. Allerdings befindet sich das Projekt gerade in der Prüfung für das Förderprogramm „Initiative ergreifen“. Da im Fall eines positiven Beschlusses ein Eigenanteil in Höhe von 20% erbracht werden müsste, könnte dann ein Spendenaufruf in Betracht gezogen werden. Trotz der finanziell schwierigen Lage haben sich die Initiatoren keine Exit-Strategie zu Recht gelegt. Es gibt noch viele Ideen, die gegen auslaufende Module ausgetauscht werden könnten. „Das System wird insgesamt sehr variabel aufgebaut. Es gibt ganz viele Plan B’s, es gibt aber keinen Plan A.“[27] Die Möglichkeit, das Projekt wegen Misserfolg abzubrechen, wurde zu keinem Zeitpunkt in Betracht gezogen.

4.2.8 Herausforderungen/Schwierigkeiten

Herausforderung stellten sich den Initiatoren einige. Bereits in der Planungsphase blieb die erhoffte Unterstützung durch das Kulturbüro leider aus, da dieses mit der Immobilienfrage schlicht überfordert zu sein schien. Auch die Gebührenbürokratie der Stadt und deren Inflexibilität diesbezüglich stießen bei den Initiatoren auf Unverständnis. Überraschender Weise erfuhr das Projekt jedoch große Unterstützung von der Wirtschaftsförderung, die auch mit persönlicher Motivation hinter diesem stand und heute noch steht. Zu Beginn der Umsetzung entstand ein unerwartetes Hindernis. Geplant war die sofortige Realisierung der Gastronomie im Erdgeschoss, um darüber erste Einnahmen generieren zu können. Die Räume im Erdgeschoss waren zu Projektbeginn jedoch in einem deutlich schlechteren Zustand als die Räume in den oberen Geschossen, da dort noch kurz vorher eine Arztpraxis betrieben wurde. Durch den schlechten Bauzustand des Gebäudes in den bisher nicht genutzten Teilen verzögerte sich der Einzug der Gastronomie um ein Jahr, was das Timing des Businessplans des Unternehmens zurück warf, sich die Eröffnung hier verzögerte und die bereits eingeplanten Einnahmen ausblieben. Im Gastronomiebereich mussten außerdem viele Richtlinien der Feuerwehr und des Ordnungsamtes eingehalten werden. Darauf wurde flexibel reagiert und man konzentrierte sich auf die Nutzungsmöglichkeiten, die in den bestehenden und nutzba-

[26] Zitat: Christian Hampe
[27] Zitat: Christian Hampe

ren Räumen angesiedelt werden konnten. So wurde das Co Working Space in den ehemaligen Arzträumen als erstes in Betrieb genommen, da der Renovierungsaufwand am geringsten war. Des Weiteren entstand für die Initiatoren eine persönliche Herausforderung. Das Projekt erwirtschaftet aktuell noch nicht genug Geld, um als Initiatoren davon leben zu können. Beate Blaschczok und Christian Hampe arbeiten beide Hauptberuflich in anderen Bereichen und stemmen das Projekt nebenbei. Das bedeutet eine starke Einschränkung in den Lebensverhältnissen, Urlaub haben beide schon seit Jahren nicht mehr gemacht. Jedoch hat das Projekt für sie einen so hohen Stellenwert, dass sie diesen Umstand nicht als Einschränkung in diesem Sinne sehen, sondern mehr als Lebenseinstellung verbuchen. Die positive Resonanz, die sie aus der Umgebung und sogar über die Grenzen von Wuppertal hinaus erhalten, bestärkt sie in ihrer Arbeit. Aus Sicht der Initiatoren verbinden die Aktionen das Quartier und bringen neue Gruppen aus den unterschiedlichsten Kreisen zusammen. Besonders Jugendlichen werden neue Wege und Aktivitäten aufgezeigt, was sich positiv aus das gesamte Quartier auswirkt.

4.2.9 Ziele

Ziel der Initiatoren ist in erster Linie, so schnell wie möglich aus der persönlichen Haftung rauszukommen. Da die Utopiastadt zurzeit noch als GbR eingetragen ist, haften Frau Blaschczok und Herr Hampe bei diesem Projekt mit ihrem gesamten Vermögen. Dies birgt ein immenses Risiko. Des Weiteren sollen die Vereinbarungen mit der Stadtsparkasse Wuppertal, das Gebäude an einen gemeinnützigen Träger zu verpachten, um darüber die Instandhaltung des denkmalgeschützten Gebäudes zu sichern, so schnell wie möglich umgesetzt werden. Damit verbunden liegt der Wunsch begründet, als neue Gesellschaftsform die der gGmbH anzustreben. Dabei geht es bei der GmbH um die Haftung, bei der gGmbH zum einen um die Steuerbegünstigung und zum anderen um die Gemeinnützigkeit, da „ein gemeinnütziger Träger da sein muss, damit das Gebäude von der Sparkasse gespendet werden kann.“[28] Dieses Ziel der gGmbH soll 2015 erreicht werden, aktuell werden bereits Gelder für das benötigte Startkapital zurückgelegt. Außerdem äußerte Christian Hampe im Interview den Wunsch, dass sich das Projekt so weiterentwickelt, dass dem festen Kern der Mitarbeiter ein ausreichendes Gehalt gezahlt werden kann. Nächstes Jahr soll dieses Ziel erreicht werden.

[28] Zitat: Christian Hampe

Abbildung 31: Zeitstrahl mit Meilensteinen, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

4.2.10 Fazit „Utopiastadt“

Wie bei der klassischen Projektentwicklung stehen die Aspekte Zeit, Geld und Idee im Vordergrund. Im Vergleich mit dem Projekt Utopiastadt liegt der Unterschied in der Finanzierung. Ein Projekt muss in der Regel über Eigen- oder Fremdkapital finanziert werden. Der Businessplan und die darin berücksichtigte Rendite von 5% sind ausschlaggebend für die Fremdfinanzierung. Die Wirtschaftlichkeit steht bei diesen Projekten im Vordergrund. Jedoch wird von den Initiatoren klar herausgestellt, dass es ihnen nicht um die gewinnbringende Wirtschaftlichkeit geht. Ziel ist ein sich selbst tragendes Projekt mit ausreichendem Gewinn, um dem festen Kern angemessene Gehälter zahlen zu können. Wie bei jeder Unternehmensgründung war es auch bei diesem Projekt notwendig, einen Businessplan zu erstellen, um die Bank von der Idee zu überzeugen. In der Regel erwartet die Bank eine Rendite von 5%, die in diesem Fall jedoch nicht erforderlich war, da die Bank nicht als klassischer Kreditgeber an dem Projekt beteiligt ist. Man einigte sich auf eine Sonderlösung, die den Initiatoren eine Art Probezeit einräumt, um das Projekt zu testen. Während dieser Moratoriumsphase bleibt die Stadtsparkasse Wuppertal Eigentümer der Immobilie. Ziel dieser Vereinbarung ist es, eine gGmbH zu gründen und dann als gemeinnütziger Träger die Immobilie zu übernehmen. Weiterhin soll das Projekt nicht gewinnorientiert, sondern gemeinnützig geführt werden. Dabei stehen die Einbindung der Anwohner und die Aufwertung des Quartiers im Vordergrund. Bei der Umfrage stellte sich heraus, dass das Projekt sogar in ganz Wuppertal bekannt ist, jedoch nur von bestimmten Gruppen auch tatsächlich genutzt wird. Die Gastronomie jedoch ist auf keine bestimmte Nutzergruppe ausgerichtet, sondern spricht den gesamten Passantenstrom der Nordbahntrasse an.

Abschließend lässt sich ein großer Unterschied feststellen: Ein klassischer Projektentwickler ist sachlich orientiert und handelt im kaufmännischen Sinne auf Basis von Fakten und Zahlen. Die Initiatoren des Projektes Utopiastadt hingegen entscheiden gefühlsorientiert und nach persönlichen Interessen. Dafür werden große Entbehrungen in Kauf genommen, die auch das private Leben beeinflussen.

4.3 Hebebühne e.V.

Abbildung 32: Foto Hebebühne e.V. 09.10.2011 Quelle: Hebebühne e.V.: eigene Internetpräsenz (20.12.2013)

4.3.1 Steckbrief

Adresse	Hebebühne e.V. Mirker Straße 62 42105 Wuppertal
Initiator	Leonie Altendorf Adrian Wohlgemuth Jacob Economou
Gründungsjahr	2009
Nutzungsarten	Kunstausstellungen Lesungen Konzerte Filmvorführungen

4.3.2 Initiative, Idee und Entstehungsgeschichte

Die Idee zur Hebebühne war an den Gedanken gekoppelt, moderne und junge Kunst zu fördern. Der Ausgangsgedanke beschäftigte sich damit, neue und innovative Kunstprojekte zu unterstützen und zu organisieren, die im konventionellen Ausstellungsbetrieb geringe Möglichkeiten zur Realisierung haben. Im Vordergrund stand das Aufzeigen unterrepräsentierter Künstler. Dennoch gab es vor der Idee zum Verein Hebebühne schon den Standort. Dieser war den Initiatoren schon im Vorfeld aufgefallen und man einigte sich im Nachhinein den Standort mit einer Kunst- und Kulturnutzung zu versehen.

Aufgefallen war der Standort den Initiatoren, da einige von ihnen in der unmittelbaren Umgebung zur Liegenschaft wohnen. Der Ort besaß zum damaligen Zeitpunkt jedoch schon eine Nutzung und stand somit zum Gründungzeitraum nicht leer. Herr Adrian Wohlgemuth, einer der heutigen Initiatoren der Hebebühne, betrieb zu diesem Zeitpunkt einen Autohandel am Standort. Herr Economou, der ebenfalls Initiator der Hebebühne ist, freundete sich mit Herrn Wohlgemuth an. Im weiteren Verlauf entstand in gemeinsamer Absicht beider Personen, die Idee den Ort mit zusätzlichen Nutzungen, nebst Autohandel, zu betreiben. Herr Wohlgemuth trat mit dieser Idee jedoch noch an einige andere Freunde heran. Daraufhin hat man sich gemeinschaftlich auf das aktuelle Nutzungsgefüge geeinigt. Somit ist die Hebebühne das Ergebnis der Kopplung von physischem Raum und der schon genannten beabsichtigten Nutzungen. Das Ziel ist nach wie vor, den Austausch unter Künstlern stärker anzuregen und dadurch ein experimentelles und nicht-kommerzielles Feld zu erschließen. Zielgruppen, die angesprochen werden, sind dabei nicht nur künstlerisch-interessierte Personen, sondern auch Menschen, die sozio-kulturelle Absichten mit jedem Schwerpunkt vertreten.

4.3.3 Initiatoren

Hinsichtlich der Initiatorenanzahl ist zu sagen, dass es insgesamt zehn Initiatoren gibt. Grund für diese Anzahl ist die Mindestgröße einer Gründungsgemeinschaft für einen Verein. Um einen Verein gründen zu können, müssen sich laut Vereinsrecht Deutschlands mindestens sieben Personen zusammenfinden. Die schon vorangegangenen zehn Personen sind unterschiedlichen Alters und besitzen unterschiedliche Hintergründe. Einige von ihnen sind Handwerker, andere sind Studenten. Vorbild für den heutigen Verein war zum damaligen Zeitpunkt der Brause Metzgerei Schnitzel e.V. in Düsseldorf. Mehrere Gründungsmitglieder der Hebebühne besitzen private Bezüge zu diesem Verein. Der Brause Metzgerei Schnitzel e.V. ist, ebenso wie die Hebebühne, eine alte Tankstelle, die eine neue unkonventionelle

Nutzung erfuhr. Analog dazu entstand der Hebebühne e.V. Dabei sah die Mehrheit der Initiatoren nicht nur einen künstlerischen Schwerpunkt vor, sondern auch einen kulturellen. Beabsichtigt war ein vielfältiges Nutzungsgefüge, das über die singuläre Galeriefunktion hinausgeht. Somit wurde der Grundstein nicht nur für potentielle Kunstausstellungen gelegt, sondern auch für Lesungen, Konzerte oder auch Filmabende. Die Nutzungsdiversifikation erweist sich dabei als relativ flexibel und besitzt ein sehr breites Spektrum. Dieses reicht von Computerspiel-Abende bis hin zu Minigolf auf der Außenanlage der Liegenschaft.

Abbildung 33: Foto Leonie Altendorf, Quelle: Leonie Altendorf: eigene Internetpräsenz (20.12.2013)

Eine der zehn Initiatoren ist Frau Leonie Altendorf. Frau Altendorf hat an der Folkwang Hochschule Essen Kommunikationsdesign studiert. Sie ist selbstständige Diplom Designerin und arbeitet mit und für Kunden aus den verschiedensten Bereichen sowie für Design-Agenturen[29]. Ihr Schwerpunkt liegt dabei in Grafikdesign, Konzeption und Strategie[30]. Neben dem Design spielt auch die Projektarbeit für Frau Altendorf eine wesentliche Rolle, was sich zum Beispiel in der Leitung eines Kunstvereins, dem Projekt Design-Dialog, der Organisation eines Designmarktes oder auch der Arbeit mit ihren Studenten ausdrückt[31].

Neben ihrem persönlichen Werdegang ist Frau Altendorf auch Initiatorin des Wuppertaler Vereins Hebebühne e.V.. Dort widmet sie sich nicht nur organisatorischen Strukturen, sondern besitzt auch einen engen Bezug zur Vereinsphilosophie: Die Förderung junger Künstler. Aufgrund ihres Interesses an der Fotografie- und Filmsparte kann sich Frau Altendorf mit den schon genannten Künstlern in einem gewissen Maß identifizieren. Mithilfe der Hebebühne bietet sie ihnen eine Plattform, um künstlerische Intentionen auszudrücken.

4.3.4 Grundstück und Immobilie

Lage

Die Hebebühne e.V. liegt geographisch betrachtet in der Nordstadt Wuppertals. Die Nordstadt ist eine Bezeichnung für das Gebiet der in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstandenen Stadterweiterung am Hang der Wuppertaler Nordhöhen, nördlich des Stadtzentrums der damaligen Stadt Elberfeld[32]. Heute ist die Nordstadt eines von 69 städtischen Quartieren Wuppertals. Die Bebauung in diesem Quartier zeichnet sich durch mehrstöckige Mietshäuser im Gründerzeit-Stil aus[33]. Ebenso liegt der alte Mirker Bahnhof in unmittelbarer Umgebung zum Verein. Zudem verläuft einige Meter nördlich der Hebebühne die neu angelegte Nordbahntrasse.

[29] Vgl. Leonie Altendorf: Internetpräsenz vom 19.12.2013
[30] Ebd.
[31] Ebd.
[32] Vgl. Wikipedia: Internetpräsenz Nordstadt (Wuppertal) vom 19.12.2013
[33] Vgl. Wikipedia: Internetpräsenz Nordstadt (Wuppertal) vom 19.12.2013

Abbildung 34: Foto Hebebühne e.V. Innenraum 24.09.2010, Quelle: Hebebühne e.V.: eigene Internetpräsenz (20.12.2013)

Grundstück und Immobilie

Das Grundstück auf dem sich das Gebäude heute befindet, besaß einen Zugang zur Bahntrasse. Nach der Einstellung des Bahnverkehrs fiel das Grundstück einige Jahre brach. Das Baujahr des Gebäudes ist nicht ermittelbar. Da das Objekt jedoch eine strenge Axialsymmetrie und ausschließlich rechte Winkel aufweist, erweckt es den Eindruck, eine Tankstelle aus den 60er Jahren zu sein. Laut alten Grundstückplänen besaß die Immobilie im Eingangsbereich ein Vordach. Dieses war jedoch schon bei Einzug des Vereins nicht mehr Teil des Gebäudes.

Die Immobilie weist fünf Räume auf, von denen nur drei als öffentlich zu bezeichnen sind. Jeder Raum grenzt sich vom nächsten mit seiner individuellen Raumhöhe ab und ist somit als einzelnes Segment der gesamten Ausstellungsfläche zu betrachten. Insgesamt liegt die Fläche der drei Räume bei ca. 60 m². Im Innenbereich kam es durch den Verein zu keiner Änderung. Selbst die alten Fliesen sind erhalten geblieben und symbolisieren den Charakter und den Charme der alten Tankstelle. Laut Frau Altendorf gab es sogar schon Künstler, die

ihre Projekte auf den ganzen Raum und dementsprechend auch auf alle Oberflächen ausgerichtet haben. Die Ausstattung des Innenraums hingegen variiert. Je nach beabsichtigter Nutzung gibt es temporäre Elemente wie die Tischtennisplatte, die Theke oder den Grill im Außenbereich. Ansonsten versucht man die Räume möglichst leer zu halten, um die Veranstaltungen, bei vorhandener geringer Fläche, innenarchitektonisch nicht einzuschränken. Hinsichtlich des Außenbereichs ist zu sagen, dass das vorliegende Kiesbett (ca. 95 m²) erst durch den Verein hinzu kam und bei Außenveranstaltungen wie dem Flohmarkt seine eigentliche Nutzung erfährt. Bauliche Änderungsmaßnahmen sehen in den kommenden Jahren einen eigenen Zugang zur Nordbahntrasse vor. Ingleichen ist im nördlichen Teil des Grundstückareals eine Aufenthaltsfläche geplant.

Eigentumsverhältnisse und Mietvertrag

In Bezug auf Eigentumsverhältnisse stellte sich heraus, dass die Liegenschaft der Aurelis Real Estate GmbH & Co. KG angehört. Die Aurelis Real Estate ist ein Immobilienentwickler, dessen Grundstücke überwiegend aus dem ehemaligen Besitz der Deutschen Bahn AG hervorgehen[34]. Das vorliegende Grundstück ist dabei nicht zum Verkauf vorgesehen. Der Pachtvertrag zwischen dem ersten Vorsitzenden der Hebebühne e.V. Adrian Wohlgemuth und dem o.g. Projektentwickler besitzt eine Laufzeit von 5 Jahren und läuft Ende 2014 aus. Eine Vertragsverlängerung wird zum momentanen Zeitpunkt seitens der Hebebühne e.V. angestrebt.

4.3.5 Organisationsstruktur

Eingetragener Verein

Die Hebebühne ist ein eingetragener Verein. Dementsprechend erhält er seine Rechtsfähigkeit durch die Eintragung in das Vereinsregister. Er hat mit Eintragung den Zusatz „e.V." zu führen. Dabei wurde durch die Gründungsmitglieder eine Vereinssatzung erstellt, die bis heute noch ihre Gültigkeit besitzt. Die Hebebühne ist als eingetragener Verein von den nicht eingetragenen Vereinen abzugrenzen. Diese werden nicht im Vereinsregister aufgeführt.

[34] Vgl. Wikipedia: Internetpräsenz Aurelis Real Estate vom 22.12.2013

Laut gemeinsamen Registerportal der Länder wird der Verein Hebebühne unter der Registernummer 4306 aufgeführt.

Organe

Die Organe des Vereins sind der Vorstand und die Mitgliederversammlung. Andere Organe und Vertreter, wie Geschäftsführung, können durch den Vorstand bestimmt und eingerichtet werden. Der Vorstand des Vereins besteht aus dem Vorsitzenden, dem stellvertretenden Vorsitzenden, dem Schatzmeister und dem Schriftführer[35]. Sollte es zu einem Rechtsfall kommen, so wird der Verein gerichtlich durch zwei Vorstandsmitglieder gemeinschaftlich vertreten[36]. Des Weiteren wird der Vorstand von der Mitgliederversammlung auf die Dauer von zwei Jahren gewählt und bleibt solange im Amt, bis eine Neuwahl erfolgt. Da die Möglichkeit besteht, dass ein Mitglied des Vorstandes während seiner Amtsperiode ausscheidet, kann der Vorstand ein Ersatzmitglied für den Rest der Amtsdauer des ausgeschiedenen Vorstandsmitglieds wählen[37]. Hinzu kommt die Handlungsweise des Vorstands. Er führt die Geschäfte ehrenamtlich. Er gibt sich eine Geschäftsordnung.

Die Mitgliederversammlung dient der Zusammenkunft sämtlicher Vereinsmitglieder und dient der übergeordneten Aufgabe, den Vorstand zu wählen. Dabei wird diese jährlich vom Vorstand unter Einhaltung einer Einladungsfrist von 2 Wochen fernmündlich einberufen[38]. Zur jährlichen Mitgliederversammlung kommen zusätzliche hinzu, falls Mitglieder die Einberufung unter Angabe eines Zwecks fordern oder das Vereinsinteresse es generell verlangt. Beschlüsse der Versammlungen werden dabei stets protokolliert. Dies erfolgt durch den Versammlungsleiter oder den Schriftführer. Da die Hebebühne als Verein agiert, besitzt sie dementsprechend auch eine Satzung. Dabei können Satzungsänderungen ebenfalls Gründe für eine Mitgliederversammlung sein und bedürfen der Zweidrittel-Mehrheit der Vereinsmitglieder.

[35] Vgl. Hebebühne e.V.: Vereinssatzung vom 28.07.2009
[36] Ebd.
[37] Ebd.
[38] Ebd.

Mitgliedschaft

In der Hebebühne kann jede natürliche Person und jede juristische Person des privaten oder öffentlichen Rechts Mitglied werden[39]. Dabei liegt die Entscheidungshoheit zur Aufnahme der Person als Mitglied in den Verein beim Vorstand. Zur Beendigung der Mitgliedschaft sind mehrere Szenarien möglich. Prinzipiell kann die Mitgliedschaft zu jedem Zeitpunkt durch den Vorstand aufgelöst werden. Hierzu ist jedoch ein angemessener Grund aufzuführen. Beispiel für einen dieser Gründe ist der Verstoß in einem erheblichen Maß gegen die Vereinsinteressen.

Gemeinnützigkeit

Die Hebebühne verfolgt als Verein ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke[40]. Dies erfolgt im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung[41]. Dabei stellt sich heraus, dass der Verein selbstlos tätig ist. Somit verfolgt er nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Finanzielle Mittel des Vereins dürfen also nur für Zwecke verwendet werden, die der Vereinssatzung entsprechen. Ferner stellt sich heraus, dass Zuwendungen an Mitglieder durch den Verein ausgeschlossen sind und dass es zu keinerlei Begünstigungen durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen durch den Verein kommt. Es steht also kein finanzieller Profit im Vordergrund. Die finanzielle Ausrichtung, die durch Eintrittspreise dennoch erkennbar ist, dient lediglich der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Vereins selbst.

Kooperation

Einige Mitglieder des Vereins pflegen ein freundschaftliches Verhältnis zu den Initiatoren des Mirker Bahnhofs. Dieses Verhältnis bestand schon vor Gründung des Mirker Bahnhofs oder der Hebebühne. Nach aktuellem Stand agiert der Mirker Bahnhof als Kooperationspartner der Hebebühne. Die erste gemeinsame Veranstaltung war der Designmarkt. Treiber dieser Kooperationsform ist das gemeinsame kulturelle Interesse am Standort. Der Mirker Bahnhof liegt nur einige Meter von der Hebebühne entfernt. Ein weiterer Kooperationspartner ist das Kulturbüro der Stadt Wuppertal. Dieses dient der Vermittlung und Weiterleitung von Künst-

[39] Vgl. Hebebühne e.V.: Vereinssatzung vom 28.07.2009
[40] Ebd.
[41] Ebd.

lern, die von außerhalb kommen und die Möglichkeit eines Ausstellungsortes in Wuppertal suchen. Ferner liegt die Bergische Universität Wuppertal ebenso als Kooperationspartner vor. Der Lehrstuhl Darstellen und Gestalten hat schon einige Studenten erfolgreich an die Hebebühne verwiesen und mittels einer Veranstaltung den Außenbereich aufgewertet (Kiesbett). Des Weiteren kam es durch Herrn Klaus Overmeyer, Professor am Lehrstuhl Landschaftsarchitektur, zu einer gemeinsamen Veranstaltung mit der Hebebühne, bei der der Außenbereich der Anlage ebenfalls genutzt wurde.

Abbildung 35: Foto Hebebühne e.V. in Kooperation mit BUW 05.05.2011, Quelle: Hebebühne e.V.: eigene Internetpräsenz (20.12.2013)

4.3.6 Personalstruktur

Zurzeit besitzt der Verein ca. 60 Mitglieder, die unterschiedlichen Alters sind. Ferner kommt es bei den Mitgliedern zur Unterscheidung zwischen aktiven und passiven. Die passiven Mitglieder unterstützen den Verein durch ihren Mitgliedsbeitrag. Die Aktiven hingegen leisten nicht nur den jährlichen Beitrag, sondern auch zusätzliche ehrenamtliche Personalarbeiten. Dabei beruht diese Arbeit auf infrastrukturelle Hintergründe. Momentan befindet sich der Verein in der Winterpause, in der keine Arbeiten anfallen. Während der Veranstaltungsphasen leisten hauptsächlich aktive Mitglieder die Arbeiten. Diese erfahren dafür keine Vergütung. Die Akquise von Mitgliedern erfolgt durch den Familien- und Freundeskreis. Zudem äußern wiederkehrende Besucher öfters den Wunsch, Mitglied in der Hebebühne zu werden.

Hinsichtlich der Personalstruktur ist zu sagen, dass die Hebebühne eine zu flexible Arbeitsstruktur aufweist. Laut Initiatorin Frau Leonie Altendorf steht jedoch nur ein kleiner Teil der gesamten Mitglieder für anstehende Arbeiten und Veranstaltungen bereit. Dies liegt u.a. daran, dass für die Arbeiten eine flexible Bereitschaft notwendig ist und Vollzeitbeschäftigte dafür nur wenig Zeit aufbringen können. Eine freiberufliche Tätigkeit liegt bei den meisten aktiven Mitgliedern vor, wie auch bei Frau Altendorf selbst. Dieser Umstand ermöglicht ihr und den anderen freiberuflich-tätigen Mitgliedern des Vereins die intensive Auseinandersetzung mit den zu verrichtenden Arbeiten. Dazu zählen Organisation und Pressearbeit. Hinzu kommen der Internetauftritt des Vereins und die Betreuung während der Veranstaltungen.

4.3.7 Finanzierung

Einnahmen

Die Einnahmen des Vereins stellen sich als relativ überschaubar dar. Dabei ist der Kulturfond der Stadt Wuppertal maßgeblich an der Förderung des Vereins beteiligt. Der Kulturfond fungiert dabei als Förderplattform des Kulturbüros[42]. Dabei bezieht das Kulturbüro sein Mittel von Bürgerinnen und Bürgern, die Beiträge spenden, um die freie Kultur-Szene in Wuppertal zu stärken. Er bietet Wuppertaler Kulturschaffenden die Möglichkeit, an Fördergelder zu kommen. Ziel des Fonds ist es, künstlerische Ideen im Stadtraum Wuppertal zu verwirklichen[43]. Dementsprechend erfolgt die Förderung durch den Kulturfond der Stadt Wuppertal nur projektbezogen. Eine zweite Einnahmequelle sind die Mitgliedsbeiträge. Der Mitgliedsbeitrag beträgt 60 € pro Jahr[44]. Es gibt auch eine Partner-oder Familienmitgliedschaft für 90 € im Jahr[45]. Somit belaufen sich die Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen bei einem Betrag von 60 € und einer Mitgliederanzahl von 60 auf ca. 3600 € im Jahr. Hinzu kommen die schon genannten Fördergelder des Kulturfonds der Stadt Wuppertal und einige Spenden durch eine Autowerkstatt in der Nähe. Seitens der Künstler kommt es zu keiner Vergütung, da dies sonst dem eigentlichen Vereinsziel der Kunstförderung widersprechen würde. Der Verein stellt seinen Künstlern die Räumlichkeiten der Hebebühne unentgeltlich zur Verfügung.

[42] Vgl. Stadt Wuppertal: Internetpräsenz Kulturfond Wuppertal vom 19.12.2013
[43] Ebd.
[44] Vgl. Hebebühne e.V.: Mitgliedantrag vom 28.07.2009
[45] Vgl. Hebebühne e.V.: Internetpräsenz des Vereins vom 19.12.2013

Ausgaben

Die Ausgaben des Vereins stellen sich aus mehreren Kosten zusammen. Die Fördergelder, die der Hebebühne vom Kulturbüro zugesprochen werden, dienen hauptsächlich den Managementkosten. Des Weiteren werden beispielsweise die Fahrtkosten der Künstler oder die Materialkosten damit aufgefangen. Die monatlichen Fixkosten belaufen sich auf ca. 450 €. Darin enthalten sind die Miete mit 300 € und zusätzliche Nebenkosten mit 150 € für Strom, Wasser und Gebäudeversicherung. Des Weiteren sind in den Nebenkosten Müllabfuhrgebühren und Rundfunkbeiträge inklusive. Eine zusätzliche Zahlung durch aktive Mitglieder zur Fixkostenkompensation war bisher nicht notwendig. Aufgrund der ehrenamtlichen Arbeit der Mitglieder und einigen Privatpersonen fallen dementsprechend keine Personalkosten an.

Exit-Strategie

Bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins oder bei Wegfall seines bisherigen Zweckes fällt das Vermögen des Vereins an eine Körperschaft des öffentlichen Rechts oder eine andere steuerbegünstigte Körperschaft zwecks Verwendung für die Förderung junger Kunst[46]. Somit bleibt die anfängliche Idee der Kunstförderung auch nach Auflösung der Hebebühne e.V. weiterhin bestehen. Es kommt also zu keiner Vermögensausschüttung an Privatpersonen oder ehemalige Mitglieder.

4.3.8 Schwierigkeiten und Herausforderungen

Als Herausforderung stellt sich die kontinuierliche Akquise von Mitgliedern dar. Hinzu kommt die fehlende Mitgliederpflege. Der Zeitaufwand, der damit verbunden ist, übersteigt die Möglichkeiten der wenigen aktiven Mitgliedern. Das Betreiben des Vereins durch Veranstaltungen und andere Organisationsbelange nimmt zu viel Zeit in Anspruch. Daraus ergibt sich ein Handlungsbedarf in der Mitgliedschaftsmoral selbst. Anscheinend reicht die Quantität der aktiven Mitglieder nicht aus, um dieses Defizit zu bewältigen. Somit bleiben der Hebebühne zwei Handlungsoptionen. Entweder der Verein sorgt für die interne Konvertierung von passiven zu aktiven Mitgliedern oder man erhofft sich durch eine Steigerung der Mitgliederanzahl einen größeren Anteil an aktiven Mitgliedern. Aufgrund der jedoch schon genannten defizitären Mitgliederakquise erweist sich die zweite Option für unwahrscheinlich.

[46] Vgl. Hebebühne e.V.: Vereinssatzung vom 28.07.2009

4.3.9 Bilanz und Perspektiven

Bilanz

Nach aktuellem Stand häufen sich die Anfragen für Ausstellungen. Aufgrund der hohen Nachfrage, kommt es seitens des Vereins zur Selektion. Aus dieser Selektion entstand die Notwenigkeit einer Spezialisierung. Ansonsten hätte der Verein laut Initiatoren den Anschein erweckt, Ausstellungsort für jedermann zu sein. Das damit zu verbindende Image wäre nicht tragbar. Dabei kam es zur Verschärfung des Schwerpunkts im Hinblick auf die Förderung. Die Hebebühne möchte nicht jedem Hobbyfotografen die Möglichkeit zur Ausstellung einräumen. Sie sieht sich in der Verantwortung, junge, talentierte und unterrepräsentierte Künstler zu unterstützen. Um sich von den üblichen Hobbyfotografen abzugrenzen, fokussiert sich der Verein verstärkt auf die Kunst von jungen Studenten und Universitätsabsolventen. Übergeordnetes Ziel ist dabei die kontinuierliche Einhaltung einer gewissen Kunstqualität.

Der eingetragene Verein Hebebühne hat sich laut Initiatoren selbst am Standort etabliert. Grund hierfür ist die externe Nachfrage. Künstler aus anderen Städten gelangen über Anfrage an das Kulturbüro zur Hebebühne. Ein überregionaler Einfluss ist damit erkennbar. Ferner kommt es auch zur Quartieraufwertung. Messbar ist diese Aufwertung an der Resonanz der Nachbarn und dem Parkplatzmangel am Standort. Nachbarn der Hebebühne äußern sich in den meisten Fällen positiv über Veranstaltungen und es kommt oft zur erneuten Frage über nachfolgende Events. Die Hebebühne ist heute als Kommunikationsplattform im Quartier bekannt. Selbst ehemalige Angestellte der alten Tankstelle haben den Verein schon besucht. Zudem erfuhr der Verein eine Steigerung der Besucherzahlen in der Sommersaison aufgrund der neu angelegten Nordbahntrasse und dem damit einhergehenden Laufpublikum. Die Altersstruktur der Besucher hat dabei einen Wandel erlebt. Zum anfänglichen Publikum mit Schwerpunkt auf junge Kunstinteressenten kamen ganze Familien hinzu.

Perspektiven

Der Gedanke, die Liegenschaft und das Gebäude als Eigentum zu erwerben, scheint für den Verein uninteressant zu sein. Grund hierfür ist die Struktur des Vereins selbst. Für den Erwerb wäre eine neue finanzielle Ausrichtung des Vereins unumgänglich. Somit würde der Erwerb mit einer kommerziellen Basis einhergehen. Des Weiteren ist der Erwerb planungsrechtlich schwierig zu bewältigen, da sich das Grundstück der Hebebühne zusammen mit

dem Mirker Bahnhof auf einem Flurstück befindet. Zudem ist die Grundstücksfläche laut Frau Altendorf durch den Eigentümer, der Aurelis Real Estate GmbH & Co. KG nicht zum Verkauf freigegeben. Aufgrund des bald auslaufenden Mietvertrages, reicht dem Verein eine Verlängerung um weitere fünf Jahre. Es besteht jedoch die Sorge, dass aufgrund der Quartiersaufwertung durch die Nordbahntrasse, das Grundstück für potentielle Investoren interessanter wird. Der Hebebühne e.V. wäre in solch einem Fall nicht konkurrenzfähig. Neben der Vertragsverlängerung im kommenden Jahr äußert der Verein das Vorhaben, einen direkten Zugang zu der Nordbahntrasse anzulegen.

4.3.10 Fazit Hebebühne e.V.

Vergleicht man das Raumunternehmen Hebebühne e.V. mit der klassischen Projektentwicklung, so ergeben sich mehrere Unterschiede. Diese betreffen nicht nur die Herangehensweise an das Projekt, sondern auch die parallel dazu entstehenden Projektstrukturen. Hinsichtlich der Akteursstruktur stellt sich heraus, dass die Initiatoren des Raumunternehmens über keine Erfahrungen im Bereich Real Estate Management verfügen und lediglich einen Zusammenschluss unterschiedlicher Privatpersonen darstellen. Dementsprechend kam es in keiner Weise zu Vorrecherchen durch Standortanalysen oder Machbarkeitsstudien zu der Liegenschaft. In der Projektentwicklung hingegen ist die Vorrecherche eine analytische Annährung an die Liegenschaft, die unumgänglich ist. Ein weiterer Unterschied liegt in der Beteiligung Dritter. Laut Hebebühne kann sich jeder an dem Verein durch die eigene Mitgliedschaft beteiligen. Dabei ist die Mitgliedschaft eindeutig in der Vereinssatzung geregelt. Die klassische Projektentwicklung hingegen weist einige Strategien auf, die auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet sind und keine flexible Nutzerstruktur aufweisen. Somit ergibt sich die Tatsache, dass das vorliegende Raumunternehmen ein bei weitem breiteres Zielgruppenspektrum aufweist.

Allerdings gibt es auch Gemeinsamkeiten in der Akteursstruktur. Diese äußern sich in Form der Grundstückseigentümer. Das vorliegende Grundstück des Raumunternehmens gehört der Projektentwicklungsgesellschaft Aurelis Real Estate an. Dabei sind die Eigentumsverhältnisse klar durch einen Vertrag geregelt. Daraus ergibt sich jedoch der Unterschied, dass die Projektentwicklung in vielen Fällen das Eigentum anstrebt. Die Hebebühne hingegen sieht einen langfristigen Mietvertrag als ausreichend an. Somit ist das Verhalten beider Ausrichtungsstrukturen als gegenläufig zu bezeichnen.

In Bezug auf Unterschiede hinsichtlich der finanziellen Ausrichtung stellt sich heraus, dass diese beim o.g. Raumunternehmen lediglich der eigenen wirtschaftlichen Tragfähigkeit dient und keine kommerziellen Absichten daraus resultieren. Es gibt keine Renditenausrichtung wie in der klassischen Projektentwicklung. Des Weiteren gibt es Unterschiede in der finanziellen Risikoverteilung. Ein Risikomanagement ist bei dem vorliegenden Raumunternehmen nicht erkennbar. Da die Hebebühne kein Eigenkapitalanteil aufbrachte und lediglich ein Pachtvertrag die Eigentumsverhältnisse regelt, entsteht somit, auch im Vergleich zu anderen Raumunternehmen, eine eigene Raumunternehmer-Kategorie. Ein weiterer kommerzieller Unterschied ist in der Exit-Strategie erkennbar. In der Projektentwicklung ist die Exit-Strategie beispielsweise in Form des Komplettverkaufs die Kernausrichtung der Opportunistic-Investmentstrategie. Die Exit-Strategie des Raumunternehmens besitzt hingegen dazu keine profitable Gewinnausrichtung. Aufgrund der Gemeinnützigkeit fällt das Vermögen des Vereins bei Auflösung an eine Körperschaft des öffentlichen Rechts oder eine andere steuerbegünstigte Körperschaft. Der eigentliche Zweck der Kunstförderung bleibt dabei erhalten und wird dann in einer anderen Form fortgeführt.

Ferner gibt es jedoch die Gemeinsamkeit auf der zeitlichen Ebene. Die Core-Investmentstrategie der Projektentwicklung sieht eine langfristige Anlagedauer, unabhängig vom übergeordneten Ziel der kontinuierlichen Gewinnausschüttung, vor. Analog hierzu sieht das Raumunternehmen ebenfalls eine Langfristigkeit vor, indem es Mietverträge über mind. fünf Jahre besitzt. Das übergeordnete Ziel hierbei ist jedoch die kontinuierliche Quartieraufwertung. Vergleicht man das Gesamtgefüge beider Vorgehensweisen, so ist die Entstehung eines Raumunternehmens ein bei Weitem kürzerer Prozess. Unumgänglich ist dabei der Initiierungsprozess. In der Projektentwicklung knüpft daran direkt die Projektkonzeption an. Das Raumunternehmen hingegen erhält nach Initiierung direkt die Nutzung und ist in Betrieb. Der Entwicklungsprozess unterliegt dabei einem permanenten Wandel und erfährt kein Ende.

4.4 OXTOR - Musikzentrum Bergisch Land

Abbildung 36: Rüdiger Braune, WZ Newsline Westdeutsche Zeitung (19. Oktober 2012)

4.4.1 Steckbrief OXTOR

Adresse

OXTOR - Musikzentrum Bergisch Land
Mohrenstraße43
42289 Wuppertal

Initiator

Rüdiger Braune ist der einzige Initiator des OXTOR - Musikzentrum Bergisch Land. Vor der Gründung tourte der leidenschaftliche Musiker als Schlagzeuger mit Gianna Nannini rund um die Welt.

Gründungsjahr

Das OXTOR - Musikzentrum Bergisch Land wurde 1994, nach vierjähriger Umbauzeit, gegründet.

Nutzungsarten

Proberäume, Gastronomie, Club

4.4.2 Initiative

Der Initiator, Rüdiger Braune, tourte als Schlagzeuger mit Gianna Nannini rund um die Welt. Die Idee für das Oxtor ist aus der Not entstanden, denn nach Beendigung des Engagements mit Gianna Nannini war der leidenschaftliche Musiker selbst auf der Suche nach einem passenden Proberaum. Jedoch hat er keine passende Räumlichkeit gefunden, denn die Anforderungen an einen Proberaum für Musiker sind äußerst hoch. Sowohl die Temperierung der Räume, als auch der Schallschutz und die Klangqualität von Hohen- und Tiefentönen müssen adäquat absorbiert werden, sodass ein professionelles musizieren gewährleistet werden kann. Somit entschied er sich, seine Idee selber in die Tat umzusetzen und war von nun an bestrebt, einen Proberaum zu errichten, welcher seinen eigenen Bedürfnissen entgegenkommt. Nach der Errichtung des ersten Proberaums war Rüdiger Braune immer noch nicht zufrieden und musste wieder bei null anfangen. Die positiven Erkenntnisse aus seinem ersten Versuch brachte er in seinen zweiten Versuch mit ein. An den negativen Erfahrungen arbeitete er weiter, bis er letztendlich einen Proberaum errichtete, welcher allen Anforderungen gerecht werden konnte. Seine Idee von einem Proberaum-Komplex mit Disco und angeschlossener Gastronomie wurde konkretisiert. Rüdiger Braune hatte die Vision, dass die Musiker morgens im Oxtor Instrumente lernen und Proben können, mittags im „Pförtner“ (mittlerweile heißt es Propan) essen und abends im „Butan“ auf der Bühne stehen konnten. Das Nutzungskonzept war konkret formuliert, allerdings gestaltete sich die Suche nach einer passenden Immobilie äußerst schwierig, da die Nutzung und die damit einhergehende Größe auf dem Markt nicht alltäglich waren. Im Jahre 1994 fand er schließlich die alte Fleischerei in Heckinghausen, welche vier Jahre lang leer stand. Diese Immobilie eignete sich aufgrund der Lage und der Größe optimal um seine Idee von einem Proberaum-Komplex mit Disco und angeschlossener Gastronomie umzusetzen. Nach dem ersten Kontakt mit dem Rathaus und der damit verbunden Präsentation seiner Vision, hat sich die Euphorie sehr schnell gelegt, denn seine Idee wurde lediglich belächelt, da der Bedarf und die damit einhergehende Nachfrage für solch eine Nutzung in den Augen der Stadt nicht gegeben war. Rüdiger Braune blieb allerdings hartnäckig und versuchte die Behörden immer wieder aufs Neue von seiner Idee zu überzeugen. Bevor er allerdings den Zuschlag für die alte Fleischerei bekam, erkundigte sich das Amt zunächst bei ortsansässigen Künstlern, ob der „Braune“ überhaupt dazu in der Lage sei, ein solch kosten- aber auch zeitintensives Projekt auf die Beine zu stellen. Durchweg positives Feedback sorgte letztendlich dafür, dass Rüdiger Braune diese Immobilie erwerben- und mit der Realisierung beginnen konnte. Seine Einschätzung des Marktes, dass eine große Nachfrage nach Proberäumen vorhanden ist, wurde bestätigt. Denn

bereits vor dem wirtschaftlichen Übergang der Immobilie hatte Rüdiger Braune 40% der Flächen an Interessenten vermietet.

4.4.3 Initiator

Rüdiger Braune war und ist der einzige Initiator des Oxtor‘s. Seine Idee setzte er im Alter von 39 Jahren in die Tat um. Seine Leidenschaft für die Musik begann bereits im Alter von sechs Jahren, als er bei den Wuppertaler Kurrende seine ersten musikalischen Erfahrungen gemacht hat. Nach seiner Schulausbildung hat Rüdiger Braune, auf Drängen der Eltern, einige bürgerlichen Berufe erlernt. Zunächst absolvierte er eine Ausbildung als Bäcker, Konditor und als Metzger. Doch all diese Berufe konnten den leidenschaftlichen Musiker nicht zufrieden stellen. Die Musik hatte während seines gesamten beruflichen Werdegangs einen hohen Stellenwert in seinem Leben. Den Bezug zur Musik hat er nie verloren. Allerdings änderte sich sein musikalisches Interesse abrupt, als er zum ersten Mal die Beatles im Fernsehen sah. Nach diesem einschneidenden Erlebnis begann er E-Gitarre zu spielen und gründete seine erste Band. Auf der Suche nach einem geeigneten Proberaum, wurde Rüdiger Braune zum ersten Mal mit der Problematik konfrontiert, einen adäquaten Proberaum für sich und seine Band zu finden.

4.4.4 Immobilie und Grundstück

Der Initiator Rüdiger Braune hatte zuerst die Idee, nicht zuerst den Standort. Er trat mit seiner Idee an die Politik bzw. die Verwaltung heran, welche ihm auf Grund einer gewünschten Stadtteilverjüngung im Stadtteil Wuppertal-Heckinghausen das nun belegte Grundstück zuwies. Das Oxtor umfasst 4 verschiedene Gebäude, die den dazugehörigen Hof einfrieden. Die Stadt versuchte sich mehrmals in das Projekt einzubringen, jedoch wurde dies seitens des Eigentümers und Initiators Herrn Braune nicht gewünscht.

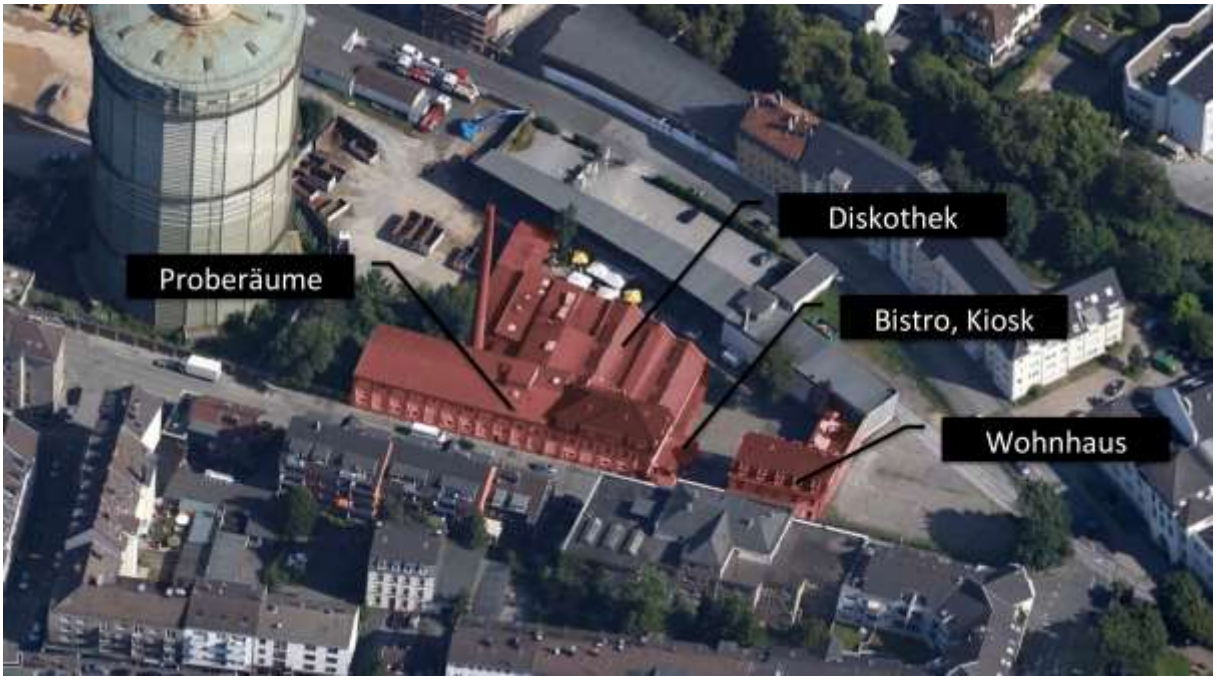


Abbildung 37: Nutzungsverteilung, Quelle Foto Luftbild Google (2005), Quelle Beschriftung: eigene Darstellung (Dezember 2013)

Der gesamte Gebäudekomplex umfasst etwa 4.000 m² und umfasst ein Wohnhaus, ein großes, lagerhallenartiges Gebäude, in dem die Proberäume untergebracht sind, eine Lagerhalle mit untervermieteter Diskothek und einem kleinen Bistro mit direktem Anschluss an die Proberäume. Das Bistro verfügt Rückseitig über einen Kiosk-Zugang für die interne Benutzung. Gemäß dem Besitzer werden hier hauptsächlich Chips und Schokoriegel an die Musiker verkauft. Die Diskothek ist seit 2006 an einen Bekannten von Herrn Braune vermietet. Der Mietvertrag läuft noch bis Mitte 2015 und ob eine Verlängerung vereinbart wird, steht noch nicht fest. Seitens des Betreibers besteht großes Interesse, den Nachtclub weiterhin aufrecht zu erhalten. Vor 2006 wurde die Diskothek durch den Eigentümer selbst betrieben und bewirtschaftet. Jener löste sich jedoch davon, da zu viele Probleme (unter anderem mit Drogenmissbrauch seitens der Besucher) auftraten.

Herr Braune hat einen persönlichen Bezug zu der Immobilie, da er selbst den Bau mittels Muskelhypothek vorangebracht hat. Proberäume für Musiker haben besondere Schallschutz- und Raumakustikanforderungen. Da die fachgemäße Ausstattung und Dämmung durch Fachpersonal sehr aufwendig und teuer ist, hat Herr Braune exemplarisch an einem Proberaum experimentiert und die für ihn kostengünstigste und effektivste Lösung herausgefunden, um die Räume auszustatten. So hat er in einem dreijährigen Entstehungsprozess nach

und nach die anderen Räume aufgerüstet und „bezugsfertig“ gemacht. Das Bauordnungsamt machte dem Raumunternehmer viele Probleme bezüglich des Baubeginns und der Einhaltung der Baurichtlinien. Es wurde seitens der Bauaufsicht ein Lärmgutachten erstellt, bei dem Herr Braune entgegen der Erwartungen allen Auflagen gerecht wurde.

4.4.5 Organisationsstruktur

Das Oxtor ist eine kulturelle Einrichtung, welche vom Initiator Rüdiger Braune bewirtschaftet wird. Das ebenfalls auf dem Grundstück befindliche Butan wurde durch Herrn Braune an seinen ehemals besten Freund vermietet und von diesem bewirtschaftet.

4.4.6 Personalstruktur

Herr Braune beschäftigt einen langfristigen Mitarbeiter, Herrn Guido Schlisio. Herr Schlisio wurde 2013 eingestellt und übernimmt die Aufgabe der rechten Hand. Alle anstehenden Arbeiten der Renovierung und Instandhaltung übernimmt Herr Braune persönlich. Er sieht sich selbst als „Herbergsvater“, welcher auf die Probleme und Sorgen der Musiker eingeht. Die fast 800 Personen, die das Oxtor regelmäßig besuchen, kennen den Initiator persönlich und pflegen eine gute Beziehung zu ihm. Es werden keine neuen Mitglieder akquiriert, da „alles so gut funktioniert, wie es ist“. [47] Herr Schlisio ist mittleren Alters und führt die Arbeit nicht ehrenamtlich, sondern für eine regelmäßige Bezahlung aus. Hauptsächlich kümmert er sich um die Bewirtschaftung des Bistros und Kiosks, deren Aufrechterhalten Herr Braune als einen selbstverständlichen Service seines Hauses ansieht.

4.4.7 Finanzierung

Das Projekt wurde mittels Eigenkapitalanlage und anschließendem Kredit bei der Sparkasse Wuppertal (Zinssatz 6%) finanziert. Der Kredit lief unter Kulturinvestition bei der Sparkasse. Die gesamte Bausumme beläuft sich auf ca. 3 Mio. Euro. Spenden- oder Fördergelder hätten seitens des Eigentümers in Anspruch genommen werden können. Herrn Braune wollte jedoch bei Niemandem außer der Bank in der Schuld stehen und somit das Projekt nach seinen eigenen Vorstellungen fertigstellen. Die Risikobereitschaft war über den gesamten Projektverlauf sehr hoch. Es konnte jedoch eingedämmt werden, indem die Mietverträge für die

[47] Zitat Herr Braune, 11. Dezember 2013, Oxtor Wuppertal

Proberäume bereits abgeschlossen waren, bevor das Projekt realisiert war. Einen „Plan B“ oder eine Exit-Strategie gab es nicht.

Mittlerweile belaufen sich die Mietkosten für einen Proberaum auf ca. 250 € / Monat, welches dem Durchschnitt von Wuppertal entspricht. Die Einnahmen werden über die Miete für die Proberäume und über die Untervermietung an den Betreiber der Diskothek generiert.

Das Projekt hat eine gute Wirtschaftlichkeit. Der Kredit ist plangemäß in 2 Jahren abbezahlt und ab diesem Zeitpunkt gibt es ein monatliches Plus.

4.4.8 Schwierigkeiten und Herausforderung

Bei der Umsetzung seines Projektes wurden Rüdiger Braune einige Steine in den Weg gelegt. Sowohl das Bauamt, das Rathaus, als auch die Feuerwehr haben Ihm Auflagen erteilt, mit denen er vor den Umbaumaßen nicht gerechnet hätte. All diese Auflagen waren nicht nur mit viel Arbeit, sondern vor allem mit höheren Kosten verbunden, welche zu Beginn nicht einkalkuliert wurden. Aufgrund der hohen brandschutztechnischen Auflagen mussten in jedem Proberaum Rauchmelder installiert werden. Ebenfalls sollten visuelle Warnmelder in jedem Raum installiert werden, damit auch gehörlose Menschen rechtzeitig gewarnt werden konnten. Rüdiger Brauner empfand diese Maßnahme als Schikane, da er zuvor noch keinen gehörlosen Musiker getroffen hat. Nach längerer Korrespondenz mit der Feuerwehr wurde diese Auflage aufgehoben, sodass die Umsetzung des Projektes zumindest aufgrund der finanziellen Belastung nicht weiter gefährdet war. Bei der geplanten Nutzung war es äußerst wichtig, dass die Einwohner von der Geräuschkulisse nicht gestört werden. Dementsprechend waren die Auflagen für den Schallschutz sehr hoch. Alle Wände im Inneren des Gebäudes, welche für die Gestaltung der einzelnen Parzellen errichtet werden mussten, hatten die Auflage, von der Gebäudehülle entkoppelt zu sein, sodass sich der Schall nicht über die Wände oder Decken nach außen entfalten kann. Aufgrund seiner bereits angeeigneten Erfahrungen im Bau von Proberäumen konnte der Initiator beim akustischen verkleiden der Böden und der Wände ein Drittel der Baukosten einsparen, da er dies in Eigenregie durchführte. Auch die Fenster wurden von dem Bauamt überprüft und für nicht ausreichend Schallgeschütz befunden, sodass Rüdiger Braune gezwungen war, alle zur Straße ausgerichteten Fenster zu erneuern. Dieser Auflage wollte und konnte der Initiator aus finanziellen Gründen nicht nachkommen und improvisieren an dieser Stelle. Um den Normen gerecht zu werden, isolierte er die Fenster von außen mittels Polystyrenplatten und lies diese daraufhin verputzen. Diese Umbaumaßnahme sorgte allerdings dafür, dass die umliegende Nachbar-

schaft sich über die neue Gestaltung des Gebäudes echauffierte. Demensprechend skeptisch reagierte die Bevölkerung auf die Umnutzung der alten Fleischerei. Nur zögerlich konnten sich die Anwohner mit dem Oxtor anfreunden. Zum Teil sind die Bewohner erst zwei Jahre nach dem Umbau auf den Initiator zugekommen, um zu erfragen, welch neuartige Nutzung jetzt angeboten wird. Nach den einigen Gesprächen und diversen Rundgängen, ist sowohl das Verständnis, als auch die Interesse der Anwohner stetig gestiegen.

4.4.9 Perspektiven und Zukunftseinschätzungen

Das große Interesse, welches vor dem Umbau bereits eine 40% Auslastung generierte, stagnierte mit der Zeit nicht. Das Konzept wurde konsequent beibehalten und vertieft. Die Kunden standen Schlange, sodass die Auftragsbücher bereits Reservierungen für das nachfolgende Geschäftsjahr verzeichneten. Durch den sozialen Wandel in den letzten Jahren stagnierte die Nachfrage teilweise, sodass die Kunden heute lediglich ein halbes Jahr auf einen freien Proberaum warten müssen. Im Groben und Ganzen ist Rüdiger Brauner mit dem Verlauf seines Projektes äußerst zufrieden, da seine gesteckten Ziele sogar übertroffen wurden. Für Ihn hatte die wirtschaftliche Rentabilität seines Projektes nie oberste Priorität. Der Bezug zu seinem Gebäude entwickelte sich erst nach dem Erwerb und wurde während der Umbauarbeiten von Jahr zu Jahr verstärkt. Den Umbau realisierte er größtenteils in Eigenregie. Das Ziel war es, eine Oase, ein Parallel Universum für sich und gleichgesinnte Musiker zu schaffen um den stressigen und bürokratischen Alltag der schnelllebigen Gesellschaft zu entkommen.

4.4.10 Umfeldbefragung

Von zehn befragten Personen, die am 10. Dezember 2013 in der Zeit von 18 bis 19:30 Uhr in direkter Umgebung des Oxtors passierten, war acht Personen die urbane Initiative bekannt. Fünf von diesen Personen nehmen das Angebot der Unternehmung regelmäßig in Anspruch. Die befragten Anwohner, die das Angebot nicht nutzen, empfinden das Oxtor als laut, störend und als Krisenherd für Kriminalität. Gerade mit der Ausrichtung auf Musik und Jugendarbeit richtet sich das Oxtor an eine Zielgruppe, die von Anwohnern gerne auf Distanz gehalten werden möchte. Es entstehen gemäß der direkten Nachbarn einige Probleme seitdem das Oxtor vor Ort ist. Grundsätzlich ist zu sagen, dass die Zielgruppen der Initiative positiv gegenüberstehen und die Leistungen Dieser auch gerne in Anspruch nehmen. Von den be-

fragten Personen nutzen 50% entweder die Proberäume, die Diskothek oder die Gastronomie.

Umfeldbefragung Oxtor							
Person Nr.	Alter	Kennen sie das Oxtor?	Ja: Woher?	Nein: Warum nicht?	Wie oft kommt ihr in Kontakt? (x im Jahr)	Was nutzt ihr am Oxtor?	Beurteilung
Person 1	23	Ja	Diskothek		6	Diskothek	
Person 2	58	Ja	Nachbarschaft		0	-	Laut, störend
Person 3	40	Ja	Musiker		100	Proberäume	
Person 4	18	Ja	Diskothek		12	Diskothek	
Person 5	70	Ja	Nachbarschaft		0	-	Laut, störend, viele Jugendliche, viel Kriminalität
Person 6	38	Nein		neu im Quartier	0	-	-
Person 7	18	Ja	Musiker		100	Proberäume, Gastronomie	-
Person 8	25	Ja	Freunde		0	-	kein Interesse
Person 9	61	Nein		kein Interesse	0	-	-
Person 10	38	Ja	Freunde		6	Kontakte, Gastronomie	Viel los, gute Stimmung, nette Leute

Abbildung 38: Notizen zur Umfeldbefragung, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

4.4.11 Fazit und Vergleich zur klassischen Projektentwicklung

Grundsätzlich kann man die Aussage machen, dass Rüdiger Braune mit einem gemeinnützigen Gedanken eine wirtschaftlich tragfähige Einrichtung erzeugt hat. Durch die schlechte Verbindung zur Stadt blieben Fördergelder und Hilfestellung seitens dieser ungenutzt. Die Inanspruchnahme von sowohl finanzieller als auch beratender Unterstützung hätte ihm die Entwicklung deutlich erleichtert.

Der Entstehungsprozess dieses Raumunternehmens verfolgt unbewusst in Ansätzen die klassische Projektentwicklung. Obwohl der Initiator keine Erfahrung in der Projektentwicklung hatte, hat er vorab für sich eine, wenn auch nicht so ausführlich, wie in der klassischen Projektentwicklung sonst übliche, Standort- und Marktanalyse durchgeführt, bevor er den ersten Stein gesetzt hat. Er hat seine Erfahrungswerte für die Initiierung dieses Prozesses genutzt. Er hat die Nachfrage analysiert und als groß Empfunden, da in der Umgebung kein adäquates Angebot vorhanden war. Auf wirtschaftliche Berechnungen hat er jedoch verzichtet, da er sich der hohen Nachfrage und dem Erfolg seines Projektes gewiss war.

4.5. Fabrik Huppertsberg

Abbildung 39: Eingang zum Huppertsberg Gelände, Quelle: http://www.initiative-ergreifen.de

4.5.1 Streckbrief der Huppertsberg Fabrik

Adresse

Startpunkt e.V.

Huppertsberg Fabrik

Hagenauer Straße 30

42107 Wuppertal

Mail: post@startpunkt.info

Initiator

Fridhelm Büchele

Georg Reinartz

Michael Quellhorst

Gründungsjahr

2001

Nutzungsarten

Gründerzentrum, Kulturveranstaltungen, Ausbildungsprojekte, Unterstützung von Stadtteilprojekten, Kreativ Branchen

4.5.2 Initiative

Das Hauptmotiv der Projektinitiatoren war das aus der Gründerzeit stammende Gebäude der ehemaligen Huppertsbergfabrik, welches es als Denkmal zu schützen und zu erhalten galt. Im Jahre 2001 kauften die drei Privatpersonen das Gebäude und entwickelten das grundlegende Konzept Startpunkt. Für die lokal verwurzelten Unternehmer bot sich zugleich die Chance, an dem Standort junge Unternehmen aus der Kreativwirtschaft zusammenzuführen und in einer Art kulturwirtschaftlichem Gründerzentrum Synergien zu entfalten. Um das geplante Vorhaben jedoch realisieren zu können, waren Fördermittel aus Landesprogrammen von essentieller Bedeutung. Um dies zu erreichen, wurden weitere Projektziele in Kooperationen mit dem Management des Programms „Initiative ergreifen“ formuliert. Schon während der Umbauphase zwischen 2003 und 2007, gab es bereits Teilnutzungen im Provisorium. Der Offizielle Betrieb des Trägers und seinen Nutzern wurde 2006 aufgenommen. Neben den wirtschaftlichen Vorteilen (ca. 40 geschaffene Arbeitsplätze), sollte das Projekt Impulse für die Stadtteilentwicklung setzen. Darüber hinaus gilt, es Beiträge zum Auf- und Ausbau einer sozialen, kulturellen und stadtteilbezogenen Infrastruktur zu leisten. In Kooperation mit ortsansässigen Schulen und dem „Labor für neue Arbeit“, bildet die Fabrik auch einen Standort für die Qualifizierung von jungen Menschen. [48]

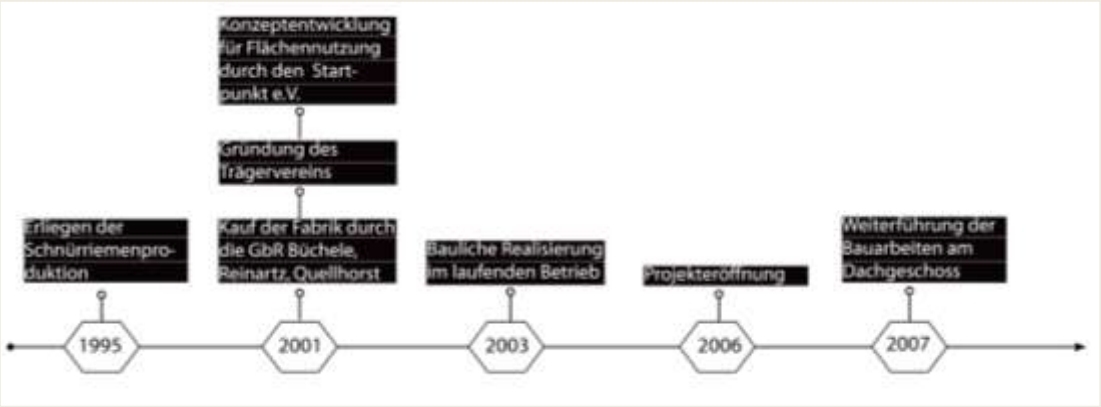


Abbildung 40: Ereigniszeitstrahl, Quelle: eigene Darstellung (Dezember 2013)

4.5.3 Initiatoren

Die Initiatoren des Projektes sind Fridhelm Büchele, Michael Quellhorst und Georg Reinartz. Die drei Personen sind Eigentümer der Immobilie und entwickelten vor dem Erwerb der Im-

[48] Vgl. BBR Gemeinschaftseinrichtungen im Quartier S.81

mobile das Konzept Startpunkt. Darüber hinaus gehören Herr Büchele und Herr Reinartz zurzeit zum stellvertretenden Vorstand des Startpunkt e.V. und sind gleichzeitig Nutzer der Räumlichkeiten mit ihren Unternehmen. Michael Quellhorst und Georg Reinartz sind Geschäftsführer zweier Architekturbüros, sodass ihre Berufserfahrung eine wichtige Rolle bei der Umsetzung des Konzepts auf finanzplanerischer, als auch auf bautechnischer Ebene spielte. Für die konzeptionelle Ausarbeitung bringt Fridhelm Büchele die nötige Erfahrung mit. Er ist Geschäftsführer einer Filmproduktionsfirma (Tricast) und ist freier Dozent im Bereich Projektarbeit.

4.5.4 Immobilie, Grundstück

Abbildung 41: sanierte Fabrik Huppertsberg, Quelle: commons.wikimedia.org

Die Huppertsbergfabrik befindet sich in zentraler Lage im Wuppertaler Stadtquartier Ostersbaum und umfasst eine Grundstücksfläche von etwa 2.080 m². Zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts (ca. 1900) wurde die Fabrik in Massivbauweise errichtet und als Steindruckfabrik genutzt. Ab etwa 1920 beherbergte sie dann die Weberei der Familie Huppertsberg, wobei der zweite Weltkrieg erheblichen Schaden am Gebäude anrichtete. Die Bilanz war ein ausgebrannter Dachstuhl, ausgebrannte Teile des 2. Obergeschosses und ausgebrannte Teile der beiden Treppenhäuser. Nach einer vorläufigen Abdichtung nach dem Krieg, erfolg-

te schließlich im Jahre 1949 die Aufstockung eines weiteren Geschosses mit Satteldach und raumhoher Verglasung zu den Längsseiten. Des Weiteren wurde zu dieser Zeit ein Lastenaufzug in das Gebäude integriert. Einige Jahre bevor sich der Betrieb der Fabrik einstellte, wurde eine Gaszentralheizung für das Keller-, 1. Und 2. Obergeschoss installiert. 1994 wurde das Objekt in die Denkmalliste aufgenommen, wobei sich die Unterschutzstellung auf das Hauptgebäude bis einschließlich des 2. Obergeschosses und die straßenseitige Einfriedung mit Werbeanlage bezieht.

Das etwa 4000 m² große Gebäude bietet auf den oberen vier Etagen jeweils ca. 800m² Nutzfläche (Abb.2). Zusätzlich ist dem Objekt eine ca. 655 m² große Hof-und Parkfläche vorgelagert. Im Innenhof befindet sich die ehemalige Schlosserei, welche allerdings nicht unter Denkmalschutz steht und nun den Eingangs- und Informationsbereich des Gebäudes darstellt. Die leer stehende Fabrik wurde Ende 2001 von Fridhelm Büchele, Georg Reinartz und Michael Quellhorst gekauft und vier Etagen schon zum 1. Januar 2002 an den Startpunkt e.V. verpachtet. Insgesamt befand sich die Bausubstanz (Statik der Decken) zum Zeitpunkt des Kaufs in guter Verfassung.[49]

Flächen	Kellergeschoss	EG	1.OG	2.OG	3.OG
Bruttogrundfläche (CAD)	1.215,00 m²	1.261,00 m²	1.200,00 m²	1.200,00 m²	1.200,00 m²
Nutzfläche	343,00 m²	765,00 m²	794,00 m²	794,00 m²	870,00 m²
Verkehrsfläche	221,00 m²	248,00 m²	190,00 m²	190,00 m²	155,00 m²
Funktionsfläche	217,00 m²	0,00 m²	0,00 m²	0,00 m²	33,00 m²

Abbildung 42: Flächen der Huppertsberger Fabrik, Quelle: http://www.startpunkt.info (Dezember 2013)

4.5.5 Organisationsstruktur

Eigentümer

Wie bereits erwähnt kam es Ende des Jahres 2001 zum Kauf des leer stehenden Objektes „Fabrik Huppertsberg“ durch Fridhelm Büchele, Georg Reinartz und Michael Quellhorst, dabei nutzten sie die Gründung einer GbR.[50] Die Initiatoren sind gleichzeitig auch Eigentümer; sie begleiten das Gesamtprojekt durch den Trägerverein „Startpunkt e.V.“ von der Umbau-

[49] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT S.2 ff.
[50] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT S.5

phase bis zum Bezug der Immobilie durch die jeweiligen Nutzer. Des Weiteren stellen die Initiatoren einen finanziellen Eigenanteil der Fördermittel als Kredit von 20% zur Verfügung.

Trägerverein

Bei der Wahl eines geeigneten Trägerschaftsmodells zur Entwicklung eines tragbaren Konzeptes, zur Betreuung aller notwendigen Umbaumaßnahmen und zur späteren Bewirtschaftung wurden bereits Ende 2001 folgende Kriterien formuliert:

- „Um den Projektaufbau effizient, passgenau und adäquat gestalten zu können, muss die Trägerschaftsform zeitnah und kostengünstig installierbar sein.
- Die Trägerschaftsform muss die Gemeinnützigkeit des Gesamtvorhabens reflektieren, da ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuervergünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung verfolgt werden sollen.
- Verschiedene Mitglieder-Arten (Unternehmen, öffentliche Hand, Privatpersonen etc.) und eine höhere Anzahl müssen leicht integrierbar sein, um ein breites Engagement für das Projekt generieren zu können.
- Die Einbeziehung sowohl privater als auch öffentlicher Mittel muss jederzeit problemlos erfolgen können.
- Die Verfassung zentraler Gremien (z.B. Vorstand) muss punktgenau auf die lokale Zielsetzung ausgestaltet werden können.“[51]

Aus diesen Kriterien hat sich, als vorteilhafteste Trägerschaftsform der eigetragene Verein (e.V.) angeboten. Aufgrund dessen wurde der Trägerverein „Startpunkt e.V. gegründet, welchem der größte Teil des Gebäudekomplexes ab dem 1. Januar 2002 verpachtet wurde. Die Kern-Aufgaben des Trägerverein beinhalten:

- „Die inhaltlich-programmatische Ausgestaltung des Projektes.
- Die operative Installierung der konzipierten Angebote und Leistungen.
- Die Aufnahme der notwendigen Entwicklung der projektierten Immobilie.“[352]

[51] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT S.6
[52] Ebd.

Der Trägerverein und Eigentümer-GbR legen ihre gesamten finanziellen Abwicklungen offen, damit ein transparenter Einblick gewährleistet wird. Hierdurch wird deutlich, dass durch den Eigentümer und seine öffentliche Forderung keine Gewinne durch das Projekt erwirtschaftet werden.

Organe des Trägerschaftsmodells

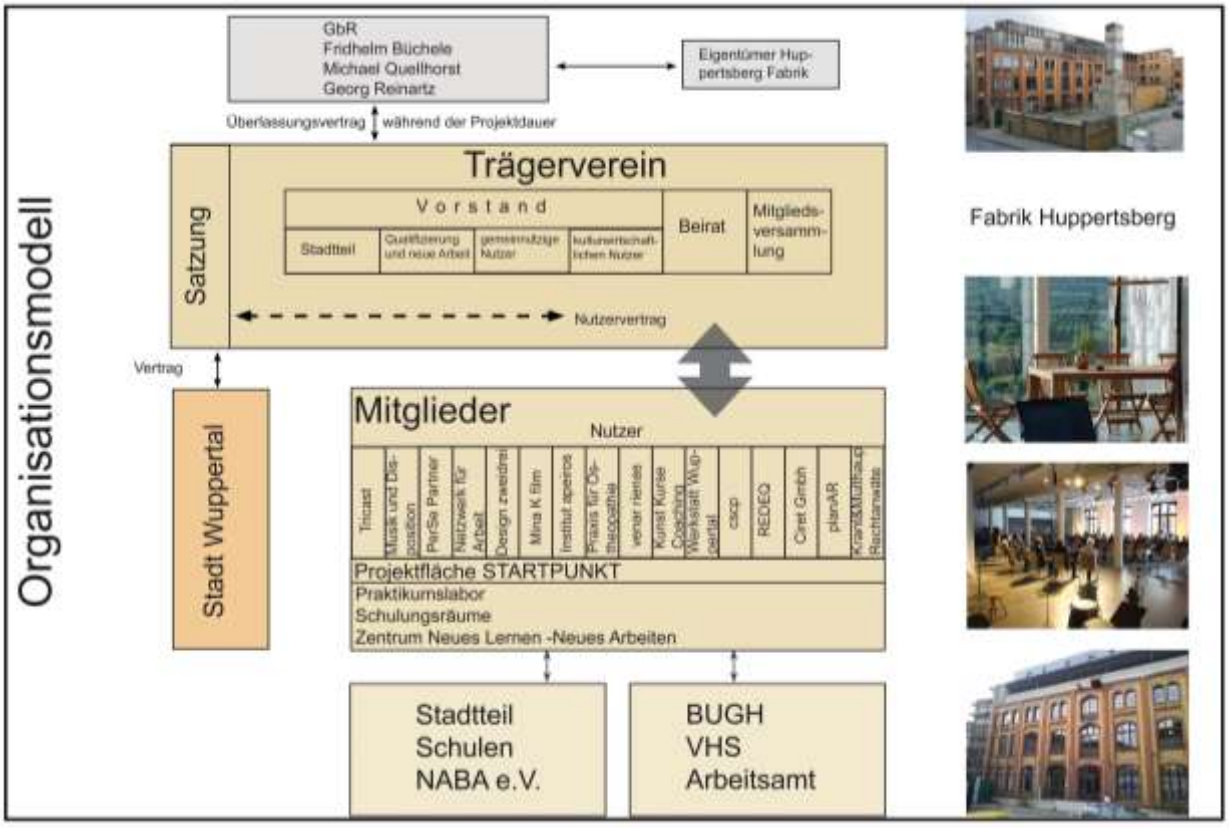


Abbildung 43: Organisationsmodell, Quelle: http://www.startpunkt.info (Dezember 2013)

Die Organe des Trägerverein sind der Vorstand, der Beirat und die Mitgliedsversammlung. Der Vorstand setzt sich zusammen aus dem Vorsitzenden, dem stellvertretenden Vorsitzenden, dem Kassenwart, einem Vertreter des Stadtteils, und einem Vertreter aller in dem Verein organisierten gemeinnützigen Vereine. Die Mitgliedsversammlung wählt alle zwei Jahre den Vorstand, wobei ein Mitglied der Eigentümergemeinschaft Hagenauer Str. 30 oder eine von ihr zu benennende Person geborenes Vorstandsmitglied ist.

Des Weiteren ist die Mitgliedsversammlung verantwortlich für:

„Die Festlegung von Zielen und Schwerpunkten für die Arbeit des Vereins im kommenden Jahr,

Die Genehmigung des vom Vorstand aufgestellten Haushaltsplanes für das nächste Geschäftsjahr,

Die Entgegennahme des Jahresberichts des Vorstandes sowie die Entlastung des Vorstandes,

Die Wahl und Abberufung der Mitglieder des Vorstandes und Beirates sowie zweier Rechnungsprüfer,

Die Beschlussfassung über Satzungsänderungen sowie die Auflösung des Vereins.“[53]

Die Leitung der Mitgliedsversammlung obliegt dem Vorstand, wobei alle ordentlichen Mitglieder eine Stimme in der Mitgliedsversammlung haben und es zu Beschlussfassungen kommt durch einfache Stimmenmehrheit. Vertreten wird der Verein gerichtlich oder außergerichtlich durch den Vorsitzenden und ein weiteres Vorstandsmitglied. Der Beirat kümmert sich um die Beratung und Unterstützung des Vorstandes. Die Zusammenstellung des Beirates sollte mindestens aus drei Mitgliedern bestehen, die aufgrund Kompetenz und Erfahrung die unterstützende Beratung in organisatorischen und fachlichen Fragen durchführen können.[54] Zusätzlich ist ein geborenes Beiratsmitglied eine Person von der Stadt Wuppertal, die die Interessen der Stadt vertritt. Die Beiratssitzung findet einmal jährlich, auf Einladung des Vorstandes statt.

[53] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT S.9
[54] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT S.8ff.

Nutzer

An der Entwicklung der „Fabrik Huppertsberg“ wird jeder Nutzer nach der Unterschreibung des Nutzungsvertrages „ordentliches Mitglied“ im Trägerverein und ist über diese Funktion an der Mitgestaltung des Projektes beteiligt. Zu dem kann man auch durch Spenden Beiträge, als „fördernde Mitglieder“ aufgenommen werden. Es gibt vier große Gruppen von Nutzern in der „Fabrik Huppertsberg, die „kulturwirtschaftlichen Nutzer“, „gemeinnützige Nutzer, Künstler“, „Qualifizierung und neue Arbeit“ sowie der „Stadtteil“. Von jeder Nutzer- Gruppe ist eine Person im Vorstand festgeschrieben, laut der Satzung des gemeinnützigen Vertrags des anerkannten Vereins, um eine Repräsentanz aller Gruppen zu gewährleisten. Darüber hinaus ist durch die paritätische Besetzung des Vorstandes eine klare Trennung zwischen dem Eigentümer und dem Trägerverein formuliert. [55]Gleichzeitig verpflichten sich alle neuen ordentlichen Mitglieder mit der Unterschreibung des Nutzungsvertrages zur Einhaltung der festgelegten Ziele und Aufgaben, die der Vorstand formuliert hat. Zudem verpflichte sich der Nutzer der Vereinsatzung und der Vereinsordnung. Ein weiteres Merkmal in Bezug auf die Nutzer des Projektes war die enge Zusammenarbeit mit diesen zum Startzeitpunkt des Projektes und deren Einbeziehung in der Entwicklung des Konzeptes. Das führte zu einem hohen Identifikationsgrad mit dem Projektgedanken. Aufgrund dessen erwarten alle Nutzer nicht nur einen Anteil an Eigenleistung zu erbringen, sondern auch einen Nutzen durch das gemeinsame zusammenarbeiten zu erzielen. Dabei wird durch Synergieeffekte der Werbeeffekt erhöht, wo von letztendlich alle Bereiche profitieren. Von den zu Beginn des Projektes gestarteten Nutzern befinden sich heute noch vier in der Immobilie. Insgesamt beherbergt die „Fabrik Huppertsberg“ Anfang des Jahres 2014 17 Nutzer, die sich unterschiedliche auf die einzelnen Räume des Objekts verteilen.

Praktika

In dem Objekt gibt es einen zentralen Raum mit Praktikumsarbeitsplätzen, hinzu kommt die enge Vernetzung der Betriebe, wodurch eine zeitgleiche Kapazität von 15 Praktikanten gewährleistet werden kann. Die Praktikanten bekommen so einen Einblick in neue Arbeitsfelder und können nach Schulabschluss gegebenenfalls einen Ausbildungsplatz bekommen. Der Kontakt zu den Umliegenden Schulen wird durch einen Verbindungslehrer der Else-Lasker-Schüler-Gesamtschule über existierende Netzwerke hergestellt. Zusätzlich werden aber auch Besucher der Freizeiteinrichtung „OT Feuerwache etc.“ angesprochen. Hierbei werden

[55] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT

erste Hinweise und Information zu dem Angebot von „Startpunkt e.V. vorgestellt. Zu den umliegenden Schulen gehören die Else-Lasker-Schüler-Gesamtschule, das St. Anna Gymnasium, das Gymnasium Bayreuther Straße und die Christian Morgensternschule. Diesen Schulen werden „Zwei-Wochen-Praktika“ zur Verfügung gestellt, in denen die Praktikanten in verschiedenen Unternehmen neue Arbeitsfelder kennenlernen können.

4.5.6 Finanzierung

DARSTELLUNG BAUKOSTEN (NETTO)		
Förderanteil 73 %	2.240	Tsd. €
Eigenanteil 27 %	810	Tsd. €
Netto-Baukosten	3.050	Tsd. €

DARSTELLUNG EIGENANTEIL (NETTO)		
Eigenmittel	405	Tsd. €
Planungs- und Bauleistungen	405	Tsd. €
Summe Eigenanteil	810	Tsd. €

Abbildung 44: Darstellung der Baukosten, Quelle: http://www.startpunkt.info (Dezember 2013)

Der Revitalisierung der Huppertsbergfabrik liegt eine detaillierte Liquiditätsplanung zu Grunde, welche sich mit den Investitionen, einer Anschubfinanzierung und einer Beurteilung der Ertrags-und Liquiditätsentwicklung beschäftigt. Generell werden die laufenden Kosten des Gesamtprojekts mit den gesamten Mieterlösen gedeckt. Vier der fünf Etagen, also der größte Teil des Gebäudes, ist an den Trägerverein Startpunkt e.V. verpachtet. Dieser finanziert seine Pacht von jährlich 250000€ durch seine Mieteinnahmen, Mitgliedsbeiträge, Projekte und Spenden. Die Räume des Startpunkt e.V. werden als veredelter Rohbau, an erwerbswirtschaftliche Unternehmen, zu Marktpreisen zwischen vier und sechs Euro vermietet und an kulturelle und soziale Vereine zu deutlich darunter liegenden Konditionen. Flächen für Seminare, Praktika, Events u.a.m. sind ein wesentlicher Bestandteil der Finanzplanung. (Siehe Abb.3) Neben diesen Flächen, wurden im dritten Obergeschoss Wohneinheiten geschaffen, die zusätzlich zum Trägerverein Mieteinnahmen generieren. Zu Beginn des Projektes waren Umbaumaßnahmen nötig, dessen Kosten bei etwa 3.5 Mio. € lagen. Wie bereits erwähnt wäre ohne eine öffentliche Förderung die Finanzierung des Gesamtprojektes nicht möglich gewesen. Somit wurde das Projektkonzept in Beratungsgesprächen zwischen Initiatoren,

dem Management des Förderprogrammes „Initiative ergreifen“ und der Stadt Wuppertal entwickelt. Die Basis für die Akquisition der Fördermittel aus den Programmen “soziale Stadt und „Initiative ergreifen“, erforderte eine Kombination von Gründerzentrum, Kultureinrichtung und einem stadtteilbezogenem Qualifizierungsangebot. In Folge dessen nahmen die Eigentümer einen Förderanteil von 73% und einen Eigenanteil von 27% für die Projektkosten an. Sowohl der Umbau der Fabrik, als auch die Anschubfinanzierung erfolgte durch die Förderungssumme. Da zwei der Initiatoren als Architekten tätig sind, konnten Planungs- und Bauleistungen zum Eigenanteil (Netto) angerechnet werden. So ergibt sich ein Eigenanteil aus Eigenmitteln und den Planungs-und Bauleistungen zu jeweils 50%. (siehe Abb. 2) Bei der Planung wurde angenommen, dass der Startpunkt e.V. nach etwa drei Jahren als wirtschaftlich selbsttragender Verein tätig ist.[56]

4.5.7 Fazit Fabrik Huppertsberg

Abschließend kann das Raumunternehmen *Startpunkt e.V.* in der Fabrik *Huppertsberg* als ein erfolgreiches Gründerzentrum u.a. zur Unterstützung von Stadtteilprojekten mit Kulturveranstaltungen, Ausbildungsprojekten und der Ansiedlung von Kreativ Branchen bewertet werden. Das Modell für den Erhalt und die Sanierung der Fabrik *Huppertsberg* wurde gut umgesetzt. Insbesondere die Planung und Durchführung der Umbau- und Sanierungsmaßnahmen der Fabrik profitierten von den aufgrund der Tätigkeit als Geschäftsführer zweier Architekturbüros gesammelten Erfahrungen der Initiatoren im Baugewerbe. Die erfolgreiche Ausarbeitung der konzeptionellen Idee ist der von Beginn an engen Zusammenarbeit der wichtigsten Beteiligten des Projektes, also der Stadt, der Nutzer, der Initiatoren und des Förderprogramms *Initiative ergreifen* zu verdanken. Nur durch diese Kooperation war es möglich die Investitions- und Anschubkosten von 3,5 Mio. Euro, mit einem Anteil von 73% durch Fördergelder zu decken.

Vergleicht man nun das Raumunternehmen *Startpunkt e.V.* mit der klassischen Projektentwicklung, so fällt auf, dass gerade in der Phase der Ideenentwicklung kaum Unterschiede existieren. Auch bei diesem Projekt wurden, wie bei der klassischen Projektentwicklung Machbarkeitsstudien im Vorfeld durchgeführt. Generell war die ganze Herangehensweise sehr professionell und mit einem hohen Planungsaufwand verbunden. Dies unterscheidet das Raumunternehmen *Startpunkt e.V.* von den sonst üblichen Raumunternehmen.

[56] Vgl. Projektbeschreibung STARTPUNKT S.24

Dennoch sind zwei große Unterschiede zur klassischen Projektentwicklung vorhanden. Zum einen existiert eine starke Verbundenheit zu der betroffenen Immobilie (Fabrik Huppertsberg) und zu dem Quartier und das damit zusammenhängende Interesse zur Aufwertung der beiden. Und das zweite ist der Gemeinnützigkeitsgedanke des Konzeptes.

4.6 Quervergleich der Fallstudien

Der folgende Abschnitt befasst sich mit einem Quervergleich der zuvor durchgeführten Fallstudien zu Raumunternehmern in Wuppertal. Dabei wird angestrebt, die fünf Raumunternehmen (Café Ada/ MARE e.V., Hebebühne e.V., Fabrik Huppertsberg, „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof, OXTOR Musikzentrum Bergisch Land) auf Aspekte wie Ausstrahlungseffekte, Leerstandsbelebung, die Schaffung von Arbeitsplätzen, die allgemeine Vernetzung und die räumlichen Ausstrahlung zu untersuchen.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass im Rahmen des Quervergleichs, basierend auf Experteninterviews mit den jeweiligen Raumunternehmern sowie einer Passantenumfrage, keine umfassende Repräsentativität erarbeitet werden konnte. Hierzu waren die inhaltlichen Konzepte der einzelnen Raumunternehmer zu divergierend. Der Quervergleich dient, in inhaltlich geraffter vergleichender Zusammenstellung, einem Überblick der Ausstrahlung und kann aufgrund der geringen Zahl der untersuchten Raumunternehmen nicht als repräsentativ für ganz Wuppertal gewertet werden.

Raumunternehmen stellen ein großes gesamtstädtisches Entwicklungspotenzial dar, die zur Leerstandsbelebung, Arbeitsplatzschaffung und besseren Vernetzung bestehender Kooperationen genutzt werden können, wie zur Verbesserung der lokalen Wohnumfeldqualität in verdichteten innerstädtischen Quartieren. Sie bieten eine Chance prestigeträchtige „Leuchtturmprojekte“ mit überregionaler Ausstrahlungskraft zu verwirklichen.

4.6.1 Leerstandsbelebung

Während Brachflächen als „städtebauliche Missstände“ nach BauGB §136 Abs. 2 zu Funktions- und Urbanitästsverlusten durch städtische „Entdichtung“ führen[57], kann eine Wiedernutzung zu einer Wiederbelebung von Stadtteilen im Innenbereich führen und so eine Verbesserung urbaner Bezüge und des Urbanitätsempfindens bewirken. Sicherlich können Brachflächenreaktivierungen auch negative Wirkungen haben, wie zum Beispiel Verdrängung und Verstärkung der interkommunalen Konkurrenzsituation. Insgesamt stellen die Leerstandsbelebung durch Raumunternehmer jedoch große quartiersbezogene Entwicklungspotenziale dar. Auch in den einzelnen Fallstudien zeigt sich eine Vielzahl an Vorteilen einer „In-Wertsetzung“ von Brachflächen. So bespielt Café Ada/ MARE e.V. auf einer Immobilienfläche von ca. 500 m² ein ganzes Haus in einem innerstädtischen Quartier in Wuppertal, welches vorher einen partiellen Leerstand aufwies. Ebenso nutzt die Hebebühne e.V., mit Be-

[57] Deichmöller 2004: 292ff.

rücksichtigung des baukulturellen Erbes, eine ehemalige Tankstelle und schafft somit eine Plattform der Kommunikation im Quartier. Die Fabrik Huppertsberg reaktiviert eine ehemalige Schnürriemenfabrik mit einer Gesamtfläche von ca. 4000m². „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof belebt offiziell eine Nutzfläche von insgesamt 2.500 m^2, die ebenfalls vorher Brach lag und der Nutzung eines Bahnhofs diente sowie ca. weitere 2.500 m^2, welche inoffiziell von „Utopiastadtgarten“ um das Gebäude herum genutzt werden. In naher Zukunft sollen diese um 5.000 bis 8.000 m^2 erweitert werden. OXTOR Musikzentrum Bergisch Land bespielt eine Immobilienfläche von 4000 m², welche insgesamt vier Jahre leer stand und davor als eine Fleischerei genutzt wurde. Es bildet sich ein Mittelwert von 2.260 m^2. Ein sehr enger Zusammenhang zeigt sich bei dem Vergleich, welche Art der ehemaligen Nutzungen von Brachflächen durch die Raumunternehmer revitalisiert wurden. Von den fünf Fallstudien beleben vier Raumunternehmen defunktionalisierte Gewerbe- und Industriestandorte, die teilweise aus Gründen des Strukturwandels vom produzierenden zum dienstleistenden Gewerbe leer standen. Diese Flächen werden von den Raumunternehmern instandgesetzt und geben den Visionen einen authentischen und alternativen Raum und werten somit die Qualität im Quartier auf.

4.6.2 Arbeitsplätze

Unter der Annahme, dass von Raumunternehmen wertvolle Entwicklungsimpulse für eine Region ausgehen, stellt sich die Frage, wie bedeutsam ihr Potenzial für die Schaffung von Arbeitsplätzen im Wuppertaler Stadtgebiet ist. Im Vergleich der fünf exemplarischen Raumunternehmer zeigt sich, aufgrund ihrer konzeptuellen divergierenden Aufstellung, ein breites Spektrum. So bietet Café Ada/ MARE e.V. Arbeitsplätze für 13 studentische Aushilfen, zwei Köche und 14 Ehrenämtler. Die Hebebühne e.V. hat insgesamt 15 ehrenamtliche Mitarbeiter. Fabrik Huppertsberg beherbergt elf Unternehmen mit ca. 70 Arbeitsplätzen. Außerdem entstehen jährlich rund 15 Praktikantenplätze. „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof schafft ebenfalls mehrere Arbeitsplätze, alleine aufgrund ihrer multifunktionalen Nutzung des Gebäudes, jedoch sind genaue Zahlen aus dem Expertengespräch nicht hervorgegangen. OXTOR Musikzentrum Bergisch Land schafft primär einen Arbeitsplatz für einen Facility Manager, die Nutzung der Diskothek schafft zusätzliche Arbeitsplätze, welche jedoch aufgrund einer zu hohen Fluktuation nicht benennbar sind. Aufgrund dieser lückenhaften und zu differenzierten Information lässt sich keine eindeutige Aussage zu dem Ausstrahlungseffekt der Arbeitsplatzschaffung treffen. Es bildet sich hier, aus den exakten Aussagen, ein Mittelwert von 37 Arbeitsplätzen. Des Weiteren ist nicht ersichtlich, ob durch die fünf Raumunterneh-

men tatsächlich Arbeitsplätze geschaffen wurden, oder ob sie lediglich umgelagert wurden. Prinzipiell sind jedoch positive Effekte der Beschäftigung zu erwarten, basierend auf der Annahme, dass ohne die Raumunternehmen die Flächen weiterhin ungenutzt wären.

4.6.3 Vernetzungen und Kooperationen

Die Kooperation von Unternehmen, Staat und Zivilgesellschaft spielt eine große Rolle bei der Verbesserung der Innovationsfähigkeit im Raum. Es existieren bereits zahlreiche Fördermöglichkeiten zur Förderung von Kooperationen und Bildung von Netzwerken. Doch inwieweit die Raumunternehmer unter sich oder auch in anderweitige Akteursstrukturen vernetzt und eingebunden sind, soll im Folgenden erörtert werden. Bei Café Ada/ MARE e.V. besteht eine besondere Zusammenarbeit und Vernetzung mit dem Mirker Bahnhof, Jazznetz Wuppertal, Jazz AG, die Börse, Haus der Jugend Barmen, Schauspielhaus, Wuppertaler Bühnen, Kulturbüro Wuppertal, Forum Maximum, Diakonie Wuppertal, Ort e.V., Katakomben Theater Essen und der freien Künstlerszene Wuppertal und Umgebung. Diese Verknüpfungen sind sowohl als Akteurs-Vernetzungen, als auch Raum-Vernetzung zu verstehen. Die Vernetzung der Hebebühne e.V. lässt keine eindeutigen Aussagen der Vernetzungsstrukturen zu. Sie reichen von Spendengeldern, die durch eine Vielfalt von Akteuren getätigt werden bis hin zu Mitgliedern, die einen monatlichen Beitrag leisten. Die Fabrik Huppertsberg weist eine Vielzahl von Kooperationen auf, zum Beispiel mit Startpunkt e.V., Else-Lasker-Schülern, Gymnasium Bayreuther Straße, Gymnasium St. Anna, Christian Morgenstern Schule und dem NABA e.V., Alte Feuerwache e.V., Medienhaus Essen dem Arbeitsamt Wuppertal und mehreren, in dem Stadtteil befindlichen, Schulen. Konkret handelt es sich bei diesen Kooperationen um: Schulbesuche (Industriegeschichtlich), Praktikumsplätze, AGs, Arbeitsplatzbesichtigungen und Lehrerqualifizierungen. Außerdem existieren interne Kooperationen durch Konferenzräume und Besprechungszimmer, die der allgemeinen Nutzung zur Verfügung stehen. Die „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof beweist eine wirtschaftliche Vernetzung mit Technikern, Bands, Dinner-Partys und vielem mehr, indem sie Räume vermieten, die von diversen Vereinen und Privatpersonen genutzt werden können. Aus dem Expertengespräch mit dem Gründer des OXTOR Musikzentrum Bergisch Land, ließ sich leider keine klare Aussage über die Vernetzung treffen. Nach einzelnen Expertenmeinungen werden verstärkte Netzwerkbildungen zwischen den Raumunternehmen angestrebt (Y. Senin, Café Ada/MARE e.V.), jedoch bleibt abzuwarten, ob die Netzwerke und Strategien mittelfristig zu einer attraktiven Ausweitung der Kooperationspotenziale führen.

4.6.4 Magnetismus

Hinsichtlich der Magnetismus Wirkung scheint ein übergeordneter Faktor die zentrale Lage in Elberfeld zu sein, da sich hier die größte Dichte an Raumunternehmen in Wuppertal ansiedelt. Fraglich ist, ob die Raumunternehmen als Magnet für andere Initiativen wirken. Von den fünf untersuchten Fallstudien sind drei in Elberfeld verortet: Das Café Ada/ MARE e.V., Utopiastadt im Mirker Bahnhof und die Hebebühne. Das Café Ada ist bereits seit den 1980 er Jahren in Elberfeld ansässig und war ein ausschlaggebender Faktor für die Niederlassung der MARE e.V. im selben Haus. Das Raumunternehmen Utopiastadt im Mirker Bahnhof besteht seit dem Jahr 2011 und liegt in unmittelbarer Nähe von Café Ada/ MARE e.V.. Grund für die Niederlassung an diesem Ort waren jedoch vor allem die zentrale Lage und die Immobilie des leerstehenden Bahnhofs. Zwar besteht persönlicher Kontakt zwischen den Initiatoren der Raumunternehmen und es findet eine Kooperation zwischen diesen statt, dennoch wirkte Café Ada/ MARE e.V. nicht als ausschlaggebender Faktor für die Niederlassung des Raumunternehmens Utopiastadt. Anders gestaltet es sich bei der Hebebühne, denn hier war der Mirker Bahnhof ein wichtiger Faktor für die räumliche Verortung des Raumunternehmens. Die Huppertsberg Fabrik zeigt einen internen Magnetismus. Hier sind unterschiedliche Unternehmen mit unterschiedlichen Projekten ansässig, die aufeinander eine magnetische Wirkung aufweisen. Darüber hinaus ist eine solche Wirkung jedoch nicht ersichtlich und es haben sich keinerlei andere Raumunternehmen in der Nähe nieder gelassen. Das Raumunternehmen „Oxtor“ wirkt für sich und weist keine Magnetismus Wirkungen auf.

4.6.5 Besucherfrequenz und Reichweite

Bezüglich der Besucherfrequenz zeigen sich im Quervergleich der Raumunternehmen teilweise ähnliche Werte, trotz unterschiedlichem Angebot. Café Ada/ MARE e.V. verzeichnet jährlich Besucherzahlen von ca. 25.000 Gästen, die vor allem aus NRW, vereinzelt aber auch aus dem näheren Ausland wie Belgien, kommen. Oxtor verzeichnet, trotz des Angebotes einer Diskothek, im Jahr ca. 22.500 Gäste und liegt damit hinter Café Ada/ MARE e.V. Die Reichweite der Gäste erstreckt sich dabei auf ganz Deutschland, wobei die angebotenen Proberäume nur von Leuten aus direkter Nähe in Anspruch genommen werden. Die Besucherfrequenz des Mirker Bahnhofes ist stark saisonal bedingt, da vor allem viel Laufkundschaft über die Nordbahntrasse generiert wird, und liegt im Jahr bei 15.000 – 18.000 Besuchern, welche vor allem aus dem Quartier und der direkten nähe kommen. Ähnlich gestaltet es sich bei der Hebebühne, wobei diese nur halbjährig geöffnet ist und die Besucherzahlen

somit jährlich bei ca. 6.000 liegt. Demnach bildet sich ein Mittelwert von 17.500 Besuchern jährlich.

4.6.6 Marketing

Die fünf untersuchten Raumunternehmen weisen alle eine Internetpräsenz, in Form einer Homepage, auf. Das Raumunternehmen Café Ada/ MARE e.V. wirbt zusätzlich mit Flyern, die zu Anfang eines jeden Monats erstellt werden und einen Überblick über die kommenden Veranstaltungen geben. Sowohl Utopiastadt als auch die Hebebühne und die Huppertsberg Fabrik werben gezielt für einzelne Veranstaltungen, in Form von Flyern und Prospekten, jedoch nicht regelmäßig. Utopiastadt ist zusätzlich in dem sozialen Netzwerk Facebook tätig und spricht hiermit vor allem ein junges Publikum an. Das Oxtor wirbt neben der Internetpräsenz nicht und generiert seine Bekanntheit primär über Mundpropaganda. Es zeigt sich, dass die Raumunternehmen ähnlich aktiv sind, was die Werbeaktivität angeht. Keines der untersuchten Fallbeispiele verfolgt ein professionell aufgestelltes Marketing Konzept, wobei einzelne, wie Café Ada/ MARE e.V. oder der Mirker Bahnhof, Helfer im Bereich der Pressearbeit haben. Ferner zeigt sich, dass unterschiedliche Ausprägungen der Werbeaktivitäten möglich sind, um ein breites Spektrum an Besuchern zu erreichen. So vertraut Oxtor ausschließlich auf die Internetpräsenz und die Mundpropaganda und erreicht hiermit deutschlandweit eine Besucherfrequenz von ca. 22.500 Gästen. Café Ada MARE e.V. hat eine marginal höhere Besucherfrequenz und ist dennoch regelmäßiger und aktiver im Marketing tätig. Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass diese zwei Raumunternehmen teilweise sehr unterschiedliche Nutzungen anbieten. Die Nutzung einer Diskothek scheint leichter den Bekanntheitsgrad über Mundpropaganda zu generieren als Tanz- und Theaterveranstaltungen. Die Raumunternehmer scheinen für sich die passende Art das richtige Maß für Werbestrategien gefunden zu haben um für sich einen ausreichenden Bekanntheitsgrad zu generieren.

5 Bedeutung der Raumunternehmer für die Stadtentwicklung

Im Folgenden wird die Bedeutung der Raumunternehmer im Hinblick auf die Stadtentwicklung kritisch betrachtet. Abschließend wird die Leitfrage der Forschungsarbeit aufgegriffen und reflektiert, ob Raumunternehmen eine Alternative zur klassischen Projektentwicklung darstellen. Des Weiteren folgen Handlungsemfehlungen sowohl für die Raumunternehmer als auch für die Stadt.

5.1 Bedeutung der Raumunternehmer für die Wuppertaler Stadtentwicklung

Städte unterliegen einem kontinuierlichen Wandel auf demographischer, sozialer, ökonomischer, ökologischer, politischer Ebene, die sich strukturell sowie räumlich auswirken.[58] Die aktuellen Tendenzen der Bevölkerungsentwicklung, die Bevölkerungsanzahl sowie die Arbeitslosenquote betreffend, zeigen wachsende und schrumpfende Regionen auf. Auf sozialer Ebene zeigt sich der Trend zur Segmentierung und Spaltung der Gesellschaft. Insbesondere in den Städten fallen die extremen Gegensätze von Arm und Reich auf. Hier treffen in unmittelbarer, räumlicher Nähe die unterschiedlichsten Gesellschaftsschichten und –formen aufeinander. Der wirtschaftliche Strukturwandel, in Bezug auf innovative Informations- und Kommunikationstechniken sowie der Globalisierung von Märkten, nimmt Einfluss auf die Stadtentwicklung. Auch sehen sich Städte in der Verantwortung, auf den Klimawandel und daraus hervorgehende Klimaextreme zu reagieren sowie die Ziele der eingeleiteten Energiewende zu erfüllen.

Konsequenzen dieser Veränderungen können sich positiv wie negativ auf die Entwicklung einer Stadt auswirken. Aufgabe der Stadtentwicklungspolitik ist es, diese laufenden Prozesse rechtzeitig einzuschätzen und mit Maßnahmen darauf zu reagieren. Ziel ist es, eine nachhaltige und eine die gesamte Gesellschaft betreffende positive Entwicklung der ganzen Stadt zu gewährleisten.[59] Wobei sich innerhalb eines Stadtraums beobachten lässt, dass sich einzelne Stadtteile oder Quartiere unterschiedlich entwickeln. Städte sind geprägt durch Heterogenität.[60] Dies gilt es, in einer für die Stadtentwicklung gesunden Balance zu halten und darauf zu reagieren.[61] Mittlerweile werden nachhaltige und problemorientierten Konzeptlösungen kurzsichtigen, übereilten und isolierten vorgezogen.

---

[58] Friedrichs, Jürgen (2005): Stadtentwicklung. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL) 2005: Handwörterbruch der Raumordnung. ARL: Hannover: 1059-1067

[59] Vgl.: https://www.agfw.de/stadtentwicklung/

[60] Prof. Spars, Guido: Wirtschaftlicher Strukturwandel als Treiber der Stadtentwicklung, Vorlesung RE2, 2013

[61] Prof. Dr. Sinning, Heidi: Stadtplanung-Stadtentwicklung-Stadtmanagement: Herausforderung für eine nationale Stadtentwicklungspolitik. Vhw FW 6/ 12.2007

Insbesondere die Quartiersebene rückt in den Fokus, da sich dort wegen Funktions- und/oder Entwicklungsschwächen Handlungsbedarf zeigt.[62] Die Herausforderung für die Stadtentwicklungspolitik ist die gesamtstädtische Koordination fach-, ressort- und akteursübergreifend. Die Organisation und das Management aller Prozesse setzen ein positives Zusammenspiel von Verwaltung, Politik und Bürgern voraus.[63] Über die Komplexität aller Zusammenhänge der aktuellen Entwicklungstrends hinausgehend, weisen viele Kommunen ein Haushaltsdefizit auf, die auch in den negativen Entwicklungen begründet liegen.

5.1.1 Maßnahmen, Strategien und Instrumente

Eine der wichtigsten Maßnahmen zur Lenkung und Ordnung der städtebaulichen Entwicklung in einer Gemeinde ist die Bauleitplanung. Die auf der Grundlage des Baugesetzbuches aufgestellten Bauleitpläne werden zweistufig in einem formalen Verfahren vollzogen. In der vorbereiteten Baulandplanung wird zunächst ein Flächennutzungsplan für das ganze Gemeindegebiet aufgestellt, in welchem die Art der Bodennutzung nach den voraussehbaren Bedürfnissen der Gemeinde in den Grundzügen dargestellt wird (§§ 5–7 BauGB) [64]. In der zweiten Phase (verbindliche Bauleitplanung) werden die Bebauungspläne für räumliche Teilbereiche des Gemeindegebiets aufgestellt. Die Bebauungspläne enthalten die rechtsverbindlichen Festsetzungen für die städtebauliche Ordnung (§§ 8–10 BauGB) [65] und dienen zur detaillierten und allgemeinverbindlichen Regelung der baulichen und anderweitigen Nutzung von Grund und Boden. Somit bestimmen die Bebauungspläne wesentliche bauplanungsrechtliche Voraussetzungen anhand derer die Baugenehmigungen erteilt werden.

Weitere Maßnahmen die dazu dienen die Ziele der Stadtentwicklungspolitik umzusetzen sind Städtebaufördermittel. Voraussetzung für die Zuteilung von Fördermittel des Bundes und der Länder, ist das Vorhandensein eines integrierten Stadtentwicklungskonzeptes. Diese Förderungsvoraussetzung dient zur Vorbeugung von kurzsichtigen und isolierten Lösungen und unterbindet somit die Finanzierung von nicht integrierten Einzelmaßnahmen.[66] Die Finanzierung der Städtebauförderung wird üblicherweise zu jeweils einem Drittel von dem Bund, des

[62] Adam, Brigitte (2010): Integrierte Stadtentwicklung – politische Forderung und Praxis. BBSR Heft 4.2010

[63] Prof. Dr. Sinning, Heidi: Stadtplanung-Stadtentwicklung-Stadtmanagement: Herausforderung für eine nationale Stadtentwicklungspolitik. Vhw FW 6/ 12.2007

[64] Baugesetzbuch, Gesetzesstand: 31. Januar 2014, 2. Abschnitt - Vorbereitender Bauleitplan (Flächennuzungsplan) (§§ 5 –7)

[65] Baugesetzbuch, Gesetzesstand: 31.Januar 2012, 3. Abschnitt – Verbindlicher Bauleitplan (Bebauungsplan) (§§ 8-10)

[66] Altrock, Uwe. Selle, Klaus 2013: Kommunale Stadtentwicklungspolitik – quo vadis? In: RaumPlanung 167 2/2013: 9-13

Landes und der Kommune übernommen. Ausnahmen stellen in diesem Zusammenhang der städtebauliche Denkmalschutz sowie das Förderprogramm Stadtumbau Ost (Rückbau) dar. In finanzschwachen Kommunen können weiterhin länderspezifische Festlegungen vereinbart werden, sodass der Bund ein Drittel der Kosten übernimmt und der kommunale Eigenanteil variabel vereinbart werden kann. Das Ziel einer integrierten Stadtentwicklung ist es, durch die erbrachten Maßnahmen einen positiven Einfluss (Ausstrahlungseffekt) auf die angrenzenden Stadtteile zu generieren um somit eine soziale, altersstrukturelle und ethnische Segmentierung zu vermeiden. In der „LEIPZIG CHARTA zur nachhaltigen europäischen Stadt" wird auch darauf hingewiesen, „die Ansätze einer integrierten Stadtentwicklungspolitik stärker zu nutzen und die Governance-Strukturen in ihrer Umsetzung zu unterstützen".[67]

Die aktuellen Herausforderungen der Städte und Kommunen, wie ökonomischer Strukturwandel, demographischer Wandel und Finanzknappheit, stellen die gewohnten Verfahrensweisen und Leistungen der Kommunen in Frage, sodass neue Steuerungs- und Regelungssysteme immer gefragter werden. Durch den Wandel der Altersstruktur und den Rückgang der Bevölkerungsdichte stehen beispielsweise Ausstattungsstandards und Erreichbarkeiten zur Diskussion. Die Frage nach dem zulässigen Schulweg der Kinder zu den Grund- oder weiterführenden Schulen oder die Frage nach den Anforderungen einer seniorengerechten, sozialen, technischen und kulturellen Infrastruktur sind Themen, mit denen sich die Kommunen auseinandersetzen müssen. Bei all diesen Themenfeldern sind Kooperationslösungen eine Möglichkeit, um zu adäquaten Lösungen zu gelangen. Als theoretischer Rahmen einer informellen Steuerungsform kann der Ansatz einer Good Urban Governance zu Grunde gelegt werden. Im Sinne der neuen Steuerungsansätze ergeben sich je nach Akteurskonstellation diverse Möglichkeiten der Zusammenarbeit von Staat, Wirtschaft und Bürgerschaft, um so im Kollektiv die gesellschaftlichen Probleme zu bewältigen.[68] Durch das Zusammenfügen von Wissen und finanziellen Ressourcen wird die Wirksamkeit verstärkt, da sowohl öffentliche, als auch private Investitionen besser aufeinander abgestimmt werden können. Aufgrund der aktiven Beteiligung der Bürger an der Gestaltung ihrer Umgebung (z.B. Offenes Bürgerforum) wird eine höhere Identifikation geschaffen, wodurch eine Planungs- und Investitionssicherheit entsteht.[69] Es ist eine große Herausforderung, Prozesse in Gang zu setzen, bei

[67] Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung: Leipzig-Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt 05/2007
[68] Newsletter Wegweiser Bürgergesellschaft 12/2008
[69] Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung: Leipzig-Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt 05/2007

denen das Mitmachen für die Bürgerschaft einen Nutzen entfaltet, ohne die Kommunalverwaltungen aus ihrer Verantwortung zu entlassen.[70]

In bestimmten Stadtteilen ist es möglich, dass der bauliche Zustand der Bestände eines oder mehrerer Wohnungsunternehmen, eine der Ursachen für die Entwicklungsprobleme ist. Im Zuge der Stadterneuerungsmaßnahmen kann eine Vereinbarung getroffen werden, dass die betroffenen Wohnungsunternehmen sich verpflichten, Investitionen mittelfristig in ihre Bestände zu tätigen und somit das Quartier zusätzlich aufzuwerten. Neben der Beteiligung der Wohnungsunternehmen ist es oftmals auch sinnvoll, privaten Eigentümern einen Anreiz zu geben in ihre Objekte zu investieren. So ist es zum Beispiel denkbar, dass im Rahmen der Städtebauförderungsprogramme die Instandsetzung und Erhaltung von Fassaden (kommunales Fassadenprogramm) gefördert werden kann. Einzelne Stadtteile setzen aber auch auf eine, die städtebaulichen Maßnahmen begleitende Modernisierungsberatung zur Mobilisierung von Einzeleigentümern. In vielen Fällen ist somit auch eine finanzielle Förderung von Baumaßnahmen zur energetischen Sanierung möglich.[71]

5.1.2 Auswirkungen

Die Finanzierung der kommunalen Eigenanteile bei den Fördermaßnahmen stellt zu weilen ein immer größer werdendes Problem dar, da die Finanzsituation einzelner Kommunen äußerst prekär ist. In vielen Kommunen reichen die eingenommen Gelder nicht aus, um die Ausgaben zu decken, sodass die Schulden stetig ansteigen und somit selbst geringe kommunale Eigenanteile nicht aufgebracht werden können.[72] Dies ist ein herber Rückschlag für die integrierten Stadterneuerungsmaßnahmen. In diesen Fällen werden Integrierte Handlungskonzepte zweckfrei, da Fördergelder somit nicht ausgezahlt werden können.[73] Mögliche Mittel, um dieser ausweglosen Situation zu entkommen, sind die länderspezifischen Festsetzungen.

Auf Grund der Ressourcenknappheit und der immer steigenden Ansprüche ist die Annahme naheliegend, dass die Kommunale Stadtentwicklungspolitik mit ihren Aufgaben überfordert ist oder gar der politische Wille fehlt, die vorhandenen Instrumente einzusetzen. Dies zeigt

[70] Adam, Brigitte: Integrierte Stadtentwicklung – politische Forderung und Praxis: Informationen zur Raumentwicklung Heft 4.2010
[71] Carola, Scholz, Meyer, Christian : Integrierte Handlungskonzepte in der Stadterneuerung – das Beispiel Nordrhein-Westfalen: Informationen zur Raumentwicklung Heft 4.2010
[72] Carola, Scholz, Meyer, Christian : Integrierte Handlungskonzepte in der Stadterneuerung – das Beispiel Nordrhein-Westfalen: Informationen zur Raumentwicklung Heft 4.2010
[73] Carola, Scholz, Meyer, Christian : Integrierte Handlungskonzepte in der Stadterneuerung – das Beispiel Nordrhein-Westfalen: Informationen zur Raumentwicklung Heft 4.2010

sich vor allem in dem Umgang mit der derzeitigen Reurbanisierungstendenz, welche zu Mietsteigerungen und Wohnungsknappheit führt. In wenigen Städten wurden in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, um private Investoren zu motivieren, differenzierte Mietpreise am lokalen Wohnungsmarkt anbieten zu können. Die Folgen der Reurbanisierung sind Verdrängung und Gentrifizierung in einigen Stadtteilen. Ein Instrument der Bestandsentwicklung, um die Begleiterscheinungen zu mindern, sind die Milieuschutzsatzungen, welche allerdings oftmals nur sehr passiv eingesetzt werden. [74]

Der Zwang eines integrierten Stadtentwicklungskonzeptes für die Zuteilung von Fördermitteln des Bundes und der Länder kann auch zur Folge haben, dass „Papiertiger" angefertigt werden. Gemeint sind ausgearbeitete Stadtentwicklungskonzepte, die nach der Mittelbewilligung nicht umgesetzt, sondern nur als „Begründungskulisse" für andere Förderanträge weiterentwickelt werden.[75] Dieser Umstand zeigt auf, dass Allianzen gebildet werden müssen, denn sowohl die lokale Wirtschaft, als auch die Öffentlichkeit haben ein Interesse daran zu erfahren, in welche Richtung die Stadtentwicklung zielt. [76]

[74] Altrock, Uwe. Selle, Klaus 2013: Kommunale Stadtentwicklungspolitik – quo vadis? In: RaumPlanung 167 2/2013: 9-13
[75] Altrock, Uwe. Selle, Klaus 2013: Kommunale Stadtentwicklungspolitik – quo vadis? In: RaumPlanung 167 2/2013: 9-13
[76] Altrock, Uwe. Selle, Klaus 2013: Kommunale Stadtentwicklungspolitik – quo vadis? In: RaumPlanung 167 2/2013: 9-13

5.2 Ausgangssituation Wuppertal

5.2.1 Demografische Entwicklung

Wuppertal wird, wie viele deutsche Kommunen, aufgrund des demografischen Wandels vor große Herausforderungen gestellt. Die Bevölkerung der ehemals 423.000 Einwohner starken Stadt ist seit Mitte der 60er Jahre, bis auf nunmehr 348.000 Einwohner, stetig gesunken (siehe Abb.1.). Innerhalb von rund 45 Jahren bedeutet das einen Rückgang von etwa 16,8%. Gründe für diese Entwicklung sind zum einen die negative natürliche Bevölkerungsentwicklung (weniger Geburten als Sterbefälle) und zum anderen starke Abwanderungsverluste (ca. 60% seit 1992). Das Handlungsprogramm „Demografischer Wandel“ der Stadt Wuppertal prognostiziert eine Fortführung dieses Trends und geht von einem Rückgang der Bevölkerungszahl von nochmals rund 30.000 bis 2025 aus. [77]

Abbildung 45: Entwicklung der Einwohnerzahlen Wuppertal 1963-2012, Quelle: Stadt Wuppertal

5.2.2 Leerstand als Folge des wirtschaftstrukturellen Wandels

Das städtebauliche Bild Wuppertals ist bis heute maßgeblich von der historischen Entwicklung geprägt, die ihren Ausgang in der Talachse genommen hat. Viele denkmalwürdige

[77] Handlungsprogramm Demografischer Wandel Stadt Wuppertal 2010, S.3 ff.

Bauwerke und Wohnquartiere aus der Gründerzeit zeugen vom frühen wirtschaftlichen Erfolg der Stadt (Nordstadt; Briller Viertel etc.). Doch 200 Jahre Industriegeschichte haben auch ihre Spuren hinterlassen. Mit zunehmender Globalisierung und dem daraus entstandenen Bedeutungsverlust der Textilindustrie, finden sich nunmehr zahlreiche industrielle nicht mehr genutzte Gebäude und Brachflächen. Das Handlungsprogramm „Gewerbebrachen 2005“ dokumentiert vierzig Standorte mit 50 Einzelgrundstücken und einer Gesamtfläche von rund 106 ha[78]. Im Folgenden soll geklärt werden, wie viel Fläche des Leerstandes von Raumunternehmen reaktiviert wird.

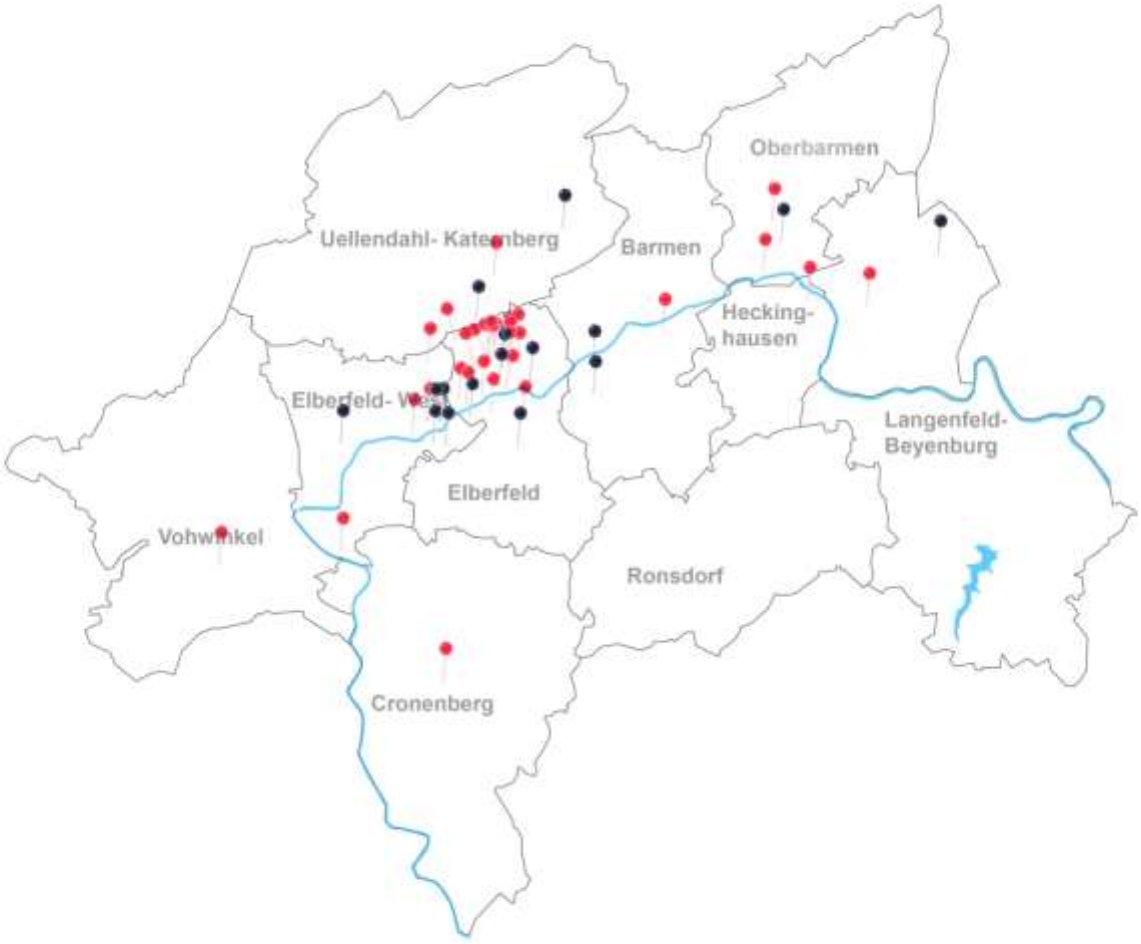


Abbildung 46: Räumliche Zuordnung aller räumlichen Initiativen, Quelle: eigene Darstellung (Februar 2014)

[78] Vgl. Handlungsprogramm Gewerbeflächen Stadt Wuppertal 2011 S.43

5.3 Wie wirken sich Raumunternehmen auf die Stadtentwicklung aus?

Welche Bedeutung haben Raumunternehmen für die Stadtentwicklung und welche Ausstrahlungseffekte bewirken sie im Quartier und in der Stadt? Können Raumunternehmen ebenfalls zu einem Instrument in der Stadtentwicklung werden? Oder sind sie es bereits?

Unsere Gesellschaft unterliegt einem stetigen Wandel. Zum einen wirkt sich der demografische Wandel auf Deutschland aus und lässt die Bevölkerung weniger, älter und bunter werden. Zum anderen spaltet sich die Gesellschaft in sozialer, altersstruktureller und ethischer Hinsicht und tendiert zur Singularisierung, wodurch ein Wandel zu einer anderen Gesellschaftsform zu erkennen ist. Hinzu kommt die kommunale Haushaltslage, die besonders in Wuppertal eine dramatische Verschuldung aufzeigt und durch welche die Möglichkeiten in der Stadtentwicklung auf das Minimum begrenzt sind[79]. Durch diese Entwicklungen werden die gewohnten Verfahrensweisen in Frage gestellt. Sie bewirken ein Umdenken der Gesellschaft und beeinflussen das Handeln der Bürger in Bezug auf ihre Stadt; die Qualität seines Umfeldes scheint jedem Einzelnen zunehmend wichtiger zu werden. So steigt das Bedürfnis, sich aktiv an der Stadtentwicklung zu beteiligen und das Quartier durch eigene Ideen und Änderungsvorschläge aufzuwerten und die Aufenthaltsqualität zu steigern. Durch den strategischen Einsatz von interkommunalen Kooperationen, PPP‘s, bürgerschaftlichem Engagement und erweiterten Unternehmensnetzwerken bekommen die Bürger die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten der Selbstorganisation auszubauen. Die Bürgerschaft bildet sich, neben der Wirtschaft, als zweiter privater Partner aus.

Es gibt bereits unterschiedliche theoretische Modelle und Konzepte, die genau auf diese Bewegungen eingehen, die sich daraus bietenden Potentiale nutzen und durch ihre Unterstützung fördern und verstärken. Diese sind nötig, um als verbindendes Element zwischen öffentlichen und privaten Akteuren zu vermitteln und diese Zusammenarbeit als Partnerschaft zu begreifen.

5.3.1 Einschätzung

Um die anfangs genannten Fragen zu beantworten, wurden zum einen die Initiatoren der Raumunternehmen selbst zu möglichen Ausstrahlungseffekten, die sie im Quartier bemerkten, interviewt und zum anderen stichprobenartig Passanten in der Nachbarschaft zu den Raumunternehmen befragt. Die Einschätzung der Raumunternehmer über ihr Projekt ist sub-

[79] Guido Spars: *Chancen und Herausforderungen der Stadt- und Quartiersentwicklung, BUW Wuppertal,* 2013

jektiv und wird über die Reichweite der Besucher argumentiert. In diesem Fall weisen fast alle Raumunternehmen einen über das Quartier hinausgehenden Ausstrahlungseffekt auf, da sie überregional bekannt sind und auch Besucher ansprechen, die nicht aus dem Quartier stammen. Jedoch ist festzuhalten, dass der Bekanntheitsgrad des jeweiligen Raumunternehmens nur innerhalb der Szene, der sie angehören, überregionalen Charakter angenommen hat. Denn die Befragung von Passanten hat ergeben, dass auch in der der unmittelbaren Nachbarschaft noch Personen leben, die das Raumunternehmen und deren Programm nicht kennen. Ist man am Programm des Raumunternehmens interessiert und engagiert sich in diesen Kreisen, ist es sehr wahrscheinlich mit dem jeweiligen Raumunternehmen in Berührung zu kommen. Dabei spielt das Gründungsjahr und die Größe des Unternehmens keine Rolle, was im bereits beschriebenen Quervergleich thematisiert wurde.

Erwähnenswert ist, dass ein Raumunternehmen wie „Utopiastadt“ oder die „Huppertsberg Fabrik“ es sich als Ziel gesetzt hat, das Quartier und die Menschen mit in ihre Planungen und Aktionen einzubeziehen. Auch werden gezielte Projekte der Nachbarschaftsbeteiligung angeregt und diese werden auch angenommen. Hier lässt sich auch eine aktive und passive Haltung der Raumunternehmen hinsichtlich ihrer Präsens im Quartier feststellen. Denn gegensätzlich zu den aktiven Betreibern der Nachbarschaftsmotivation gibt es auch die passive Einstellung, dass diejenigen sich angesprochen fühlen sollen, die sich angesprochen fühlen wollen. Wie beispielsweise das „Oxtor“ für jeden Musiker mit Raummangel eine offene Tür hat, jedoch keine Großaktionen der Bürgerbeteiligung initiiert, die das Quartier aufwerten wie „Utopiastadtgarten“, das regelmäßig zu solchen Projekten aufruft. Zwar scheint die Frage des Ausstrahlungseffektes und die Auswirkungen auf das Quartier noch eine vage Vermutung und gegebenenfalls auch nur der Beginn einer eintretenden Entwicklung zu sein, denn die Entwicklung der Bürgerbeteiligung wird sich in den kommenden Jahren sicherlich noch weiter entfalten und neue Dimensionen einnehmen[80]. Jedoch wird die Entstehung der Raumunternehmen aus dieser wachsenden Bürgerbeteiligung wechselseitig auch wieder neue Bürger motivieren, etwas im Quartier und in seiner eigenen Stadt bewirken zu wollen. Die Frage, was zuerst da war, wird sich dann aufdrängen und Raum für neue Diskussionen geben. Die Motivation der Bürgerinnen und Bürger ist jedoch weiterhin ungebremst und wird die Stadtentwicklung beeinflussen.

Was zu diesem Zeitpunkt mit aller Sicherheit festzustellen ist, ist die Tatsache, dass alle Raumunternehmen Leerstand wiederbelebt haben, was eine gezielte Einflussnahme auf die Stadtentwicklung darstellt. Dieser Einfluss mag sich heute noch nicht merklich in den Statis-

[80] *Vgl.: Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland, WZB, 2009*

tiken der Stadt widerspiegeln, aber eine Aktion wird eine Reaktion auslösen und mit sich führen (mag dies auch nur eine Einladung und Motivation für weitere, zukünftige Raumunternehmer sein). Denn jedes Programm, das in die Tat umgesetzt und aktiv verfolgt wird, nimmt mannigfach mehr Einfluss auf die Stadtentwicklung als theoretische Programmansätze, die diskutiert und nur geplant, jedoch nie umgesetzt werden. Was die These der positiven Auswirkungen von Raumunternehmen in Wuppertal jedenfalls unterstützt, ist die Tatsache, dass ein Raumunternehmen wie „Utopiastadt“ im Mirker Bahnhof und die Nordbahntrasse, welche auch aus einer starken Bürgerbeteiligung erwachsen ist, zu den Vorzeigeprojekten der Stadtentwicklungspolitik in Wuppertal zählen.

Als Alternative zu der klassischen Projektentwicklung ist der Raumunternehmer auf einem guten Wege sich zu etablieren. Eine Annäherung an die klassische PE auf professioneller Ebene wird sich im Verlauf einer Projektentwicklung nicht vermeiden lassen, denn die Professionalität führt auch zu gezieltem Erfolg. Dennoch sollten die Raumunternehmer ihren visionären sowie ideellen Zielen treu bleiben und sich somit auch weiterhin von der renditeorientierten PE abgrenzen. Denn die Vision und der Idealismus sind die Charakterpunkte eines Raumunternehmers.

5.3.2 Handlungsempfehlungen

Handlungsempfehlungen für Raumunternehmer

Die Zusammenarbeit zwischen Raumunternehmern und der Stadt ist in den Fallstudien sehr heterogen. Einige arbeiten sehr eng und einige gar nicht zusammen. Es lässt sich jedoch sagen, dass Raumunternehmer zwar eine Vision, jedoch oft finanzielle Probleme bei der Ausführung haben.

Interdisziplinarität und Aufbauen von Netzwerken

Sie können ihre Lage deutlich verbessern, wenn sie interdisziplinär arbeiten und Netzwerke aufbauen, in welchen viele professionalisierte Akteure aus verschiedenen Sektoren zusammentreffen. Ein Großteil der Initiatoren war anfangs unsicher, wie der Prozess von der Idee bis hin zur Ausführung ablaufen würde/könnte. Wenn sich viele Leute mit einer gemeinsamen Idee zusammenschließen, fällt die Lösungsfindung oftmals leichter.

Jedoch kann man nicht sagen, dass dies eine Musterlösung für alle Probleme bei dem Initiierungs- und Betriebsprozess ist. Spezielle Probleme benötigen spezielle Lösungen. So sind einige Initiatoren auch hinsichtlich der Umsetzung ihrer Pläne erfolgreich geworden, in dem sie weder mit der Stadt, noch mit der Politik kooperierten.

Wirtschaftliche Tragfähigkeit über mehrere Wege

Grundsätzlich kann man jedoch über die analysierten Fallstudien sagen, dass auf verschiedensten Wegen aus einer anfänglichen Idee meistens eine wirtschaftlich tragfähige Einrichtung geworden ist, welche mit- oder ohne Hilfe Dritter umgesetzt wurde.

Handlungsempfehlungen für die Stadt

Raumunternehmer kommen an Fördergelder, die der Stadt ohne Diese nicht direkt zur Verfügung stehen würden. Das bedeutet, dass innerstädtische Flächen durch die Initiierung urbaner Initiativen aufgewertet werden können. Durch die Raumunternehmer werden leerstehende Gebäude belebt, welches direkten Einfluss auf die Bausubstanz und indirekten Einfluss auf das Quartier hat.

Benötigt wird eine zentrale Anlaufstelle

Erstrebenswert wäre, wenn sowohl Raumunternehmer, als auch urbane Initiativen einen Anlaufpunkt bei der Stadtverwaltung oder in der Politik haben würden, an den sie sich wenden könnten. Diese Anlaufstelle könnte dann unter anderem unterstützend bei der Beschaffung von Fördergeldern wirken und die Initiatoren mit ihren Visionen unterstützen, Netzwerke zu erzeugen. Gerade da auch durch neuartige Governance-Strukturen der Netzwerkcharakter und die Intermediarität bei Projekten immer mehr an Bedeutung zunehmen, wäre dies ein wichtiger Punkt, den es gelten würde, auch bei Raumunternehmen zu unterstützen, die sich auf diesem Gebiet noch nicht so gut auskennen. Es wäre eine Einrichtung, ähnlich dem Programm „Initiative ergreifen“, welches sich aktiv an der Projektsuche beteiligt und sich an der Schnittstelle zwischen Stadtentwicklungsanliegen und bürgerschaftlichen Verantwortungskonstellationen bewegt, notwendig.

Zusammenarbeit zwischen Stadt und Raumunternehmen

Die Projektbegleitung über den Bauprozess bis in den Betrieb könnte eine Aufgabe sein, die ebenfalls durch Akteure übernommen wird, welche bereits mehrere Projekte der gleichen oder zumindest ähnlichen Art betreut haben und sich mit Risiken und Problemen auskennen, denen es gilt vorzugreifen. Gerade auch viele kleine Projekte können es leisten im Gesamtzusammenhang Quartiere aufzuwerten und stadtentwicklungspolitische Ziele durchzusetzen, sofern die Zusammenarbeit zwischen öffentlicher und privater Hand funktioniert.

Handlungsempfehlungen für Initiative ergreifen

Durch die Studien und die anschließende Auswertung kann die Aussage gemacht werden, dass Programme, welche betreut werden und auf Hilfe Dritter zurückgreifen, sehr gute Aussichten auf Erfolg haben. Initiative ergreifen arbeitet sehr eng mit den Raumunternehmern und urbanen Initiativen zusammen und kann auf gute Erfahrung zurücksehen. Diese Erfahrungen gilt es, mit unerfahrenen Startups zu teilen. Die Handlungsempfehlung beschränkt sich darauf, dass die aktive Projektsuche weiterhin fortgesetzt werden sollte. Unter anderem könnte hierbei die Nutzung von neuen Medien interessant sein, um mit Leuchtturmprojekten potenzielle Interessenten für vergleichbare Projekte zu finden.

6 Fazit

Auf der Grundlage der neuentwickelten Definition und unter Berücksichtigung sämtlicher neuer Erkenntnisse stellt sich heraus, dass Raumunternehmen durchaus in Stadtentwicklungsprozesse involviert sind. Ihr Potenzial muss jedoch zunächst einmal aktiviert werden.

Startpunkt dieser Aktivierung ist in erster Linie die Leerstandsbelebung. Der schon vorangegangene Quervergleich der Fallstudien stellt einen Bedeutungsüberschuss von Gewerbe- und Industriestandorten als physisches Raumangebot für Raumunternehmer dar. Der Leerstand der genannten Flächen ist zum Teil auf den Strukturwandel zurückzuführen. Somit lässt sich sagen, dass der durch die Raumunternehmer kompensierte Leerstand als eine Reaktion auf den Strukturwandel zu werten ist.

Ferner ist aufgrund der vorliegenden differenzierten Beschäftigungsstruktur der Raumunternehmen keine einheitliche Aussage zu der Schaffung von Arbeitsplätzen zu tätigen. Die Arbeitsplätze, die in Verbindungen mit den Raumunternehmen stehen, werden somit lediglich aufgeführt. Bezugnehmend auf ihre Entstehung lässt sich nicht zwischen Schaffung oder Umlagerung unterscheiden. Damit ist das Potenzial der Raumunternehmen zur Schaffung von neuen Arbeitsplätzen nicht identifizier- und quantifizierbar.

Im Hinblick auf Vernetzungen und Kooperationsformen ist anzumerken, dass jedes der untersuchten Raumunternehmen als kooperationsfreudig zu bezeichnen ist. Anscheinend sind Vernetzungsstrukturen unumgänglich, da die einzelnen Raumunternehmen in Quartieren ansässig sind, die heterogene Nutzungsstrukturen aufweisen. Diese umliegenden Nutzungen werden oft in das eigene Nutzungskonzept integriert, um somit eigene mögliche Ausstrahlungseffekte auf unterschiedlichen Ebenen zu verstärken. Die Ausprägung und Intensität der einzelnen Kooperationen ist jedoch sehr vielseitig und projektbezogen.

Betrachtet man die magnetische Wirkung der Raumunternehmen, so stellt sich heraus, dass die geografische Agglomeration ausschlaggebend ist. Die damit verbundene ausgebaute Infrastruktur scheint den Magnetismus der Raumunternehmer zu verstärken. Somit lässt sich sagen, dass einzelne Raumunternehmer als Keimzelle im Quartier agieren können und dass Clusterstrukturen erkennbar sind, die jedoch nicht anhand von fünf Fallstudien pauschalisiert werden können.

Die Besucherfrequenz wurde nicht nur in quantitativer Weise erfasst, sondern auch im Hinblick auf Reichweite und auf das jeweilige Einzugsgebiet. Aus dem vorangegangenen Quervergleich stellt sich eine differenzierte nutzungsbezogene Besucherfrequenz heraus. Diese basiert auf saisonale Aktivitäten bis hin zum ganzjährigen Betrieb. Das Einzugsgebiet der

Akteure und der Besucher ist als bundesweit zu bezeichnen. Zur Besucherakquise und zum Besuchererhalt wurden Marketing-Strukturen erfasst. Diese besitzen den Schwerpunkt der kostengünstigen und regelmäßigen Werbung, durch beispielsweise der eigenen Homepage oder der gezielten Distribution von Handzetteln. Je nach Betriebsform werden in gleichen soziale Netzwerke zur Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades verwendet.

Die Bedeutung der Raumunternehmen für die Stadtentwicklung ist in vielen Dimensionen erkennbar. Ein Beitrag der Raumunternehmen zur Reaktion auf den Strukturwandel wird dabei durch die Leerstandskompensation deutlich. Des Weiteren kann die Zusammenarbeit zwischen Raumunternehmen und Stadt unterschiedliche Formen annehmen, äußert sich jedoch oft in der Inanspruchnahme von Fördergeldern oder in der Hilfestellung bei mangelnden Fachwissen, beispielsweise im Bau- und Planungsrecht. Ein Verzicht von Fördergeldern würde auch gleichzeitig die eigene wirtschaftliche Tragfähigkeit einiger Raumunternehmen infrage stellen. Defizitär sind der noch fehlende raumunternehmerübergreifende Anlaufpunkt bei der Stadtverwaltung oder auf politischer Ebene sowie die unzureichende aktive Handlungsbereitschaft der Stadt. Durch den Wechsel der passiven Stadtrolle hin zur aktiven Rolle würde das Potenzial der Raumunternehmer effektiver in der Stadtentwicklungsplanung eingesetzt werden können. In diesem Fall wäre das Raumunternehmen ein Instrument in der Stadtentwicklung. Eine Verbesserung der Kommunikationsstrukturen zwischen beiden Akteuren durch die o.g. Anlaufstelle würde das gemeinsame Ziel der Quartiersaufwertung fördern und somit den ideellen Mehrwert durch das Raumunternehmen für das Quartier auch langfristig sicherstellen.

Reflektiert auf die Fragestellung, ob Raumunternehmer alternative Projekt- und Stadtentwickler sind, lässt sich sagen, dass dies zutrifft. Allerdings gibt es zahlreiche Unterschiede zur Projektentwicklung. Die Renditenausrichtung, die in der Projektentwicklung eine übergeordnete Rolle einnimmt, ist bei einem Raumunternehmen nicht gegeben. Dennoch gibt es Parallelen. Aufwertungsprozesse des Quartiers sowie der Fokus auf Leerstandsbelebung sind in beiden Entwicklungsstrategien und in der Stadtentwicklung erkennbar. Hinzu kommen Vorteile, die nicht übergreifend auf allen Entwicklungsebenen übertragbar sind. So besitzt beispielsweise ein Raumunternehmer eine Sensibilisierung für ein bestimmtes Gebiet, welches in der Projektentwicklung auch nach zahlreichen Vorrecherchen (Standortanalyse etc.) ausbleibt. Andererseits ist die Projektentwicklung in der Lage, aufgrund der Erfahrung auf einen großen Fundus an Fachwissen zurückgreifen zu können. Eine Synthese beider Formen wäre wohl die effizienteste und wirtschaftlichste Handlungsweise.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur

Abgabeordnung

Bürgerliches Gesetzbuch

BUW Expertenwerkstatt Raumunternehmen, Nutzergetragene Stadt- und Projektentwicklung, Dokumentation der Werkstatt (2013)

Diederichs: Grundlagen der Projektentwicklung, Teil 1, in: Bauwirtschaft, Heft (1994)

Gerd Albers, Julian Wékel: Stadtplanung, eine illustrierte Einführung, Münster (2008)

K.-W- Schulte, S. Bone-Winkel: Handbuch Immobilienprojektentwicklung, 3. Auflage (2008)

Stadt Wuppertal: Handlungsprogramm Demografischer Wandel Stadt Wuppertal (2010)

BUW: Büroflächenstudie (2013)

Institut für Arbeit und Technik (IAT): Raumunternehmen (2012)

H. Gondring: Immobilienwirtschaft, 3. Auflage (2012)

K.-W- Schulte: Immobilienökonomie Band 1, 4. Auflage (2008)

Miles: M.E. et al. (1991)

MontagStiftung: Urbane Räume (hg.), Endbericht Raumunternehmen (2010)

Oswalt, Philipp: Die Stadt stimulieren. Standortentwicklung mit kapitalschwachen Akteuren und temporären Programmen, In: Werk, Bauen, Wohnen (2002)

Werner, T./Burghardt, R. (2006)

Harald Willenbrock: Vom Traum zum Raum. In: Beyond Institutions (2011)

Internetquellen

wirtschaftslexikon.gabler.de (24.10.2013)

http://www.startpunkt.info/startpunkt/start.htm (08.01.2014)

www.Juraforum.de (24.10.2013)

Doenberger.de/Bandwirker (www.doenberger.de/Bandwirker)

duden.de: Wörterbuch (www.duden.de)

vein-aktuell (www.verein-aktuell.de)

Justizportal Nordrhein Westfahlen (www.jm.nrw.de)

Juraforum (www.juraforum.de)

Institut für Arbeit und Technik (IAT) 2012: Raumunternehmen (www.iatge.de)

Interviews

Interview mit Y. Sözen: Café Ada/ MARE e.V., Wuppertal (19.12.2013)

Interview mit Christian Hampe: Mirker Bahnhof, Wuppertal (15.12.2013)

Interview mit Leonie Altendorf u. Jacob Economou: Hebebühne e.V., Wuppertal (18.12.2013)

Interview mit Rüdiger Braune: Oxtor Musikzentrum Bergisch Land, Wuppertal (11.12.2013)

Interview mit

Weitere Quellen

Stephan Fleischer: Wohnprojektentwicklung und Finanzierung, Gastvortrag an der Bergischen Universität Wuppertal (Januar 2013)

Prof. Dr. Guido Spars, Bergische Universität Wuppertal: Der Markt der Immobilienprojektentwicklung in Deutschland: Wohnprojekte als Motor (Dezember 2012)

Uwe Hannappel: PPP und Städtebau, Gastvortrag an der Bergischen Universität Wuppertal (Dezember 2012)