

Als Eva Brachten den Sprung in die Selbstständigkeit wagte, wollte die Modedesignerin aus Mönchengladbach mit möglichst geringem Risiko starten. „Ich habe mir die Selbstständigkeit Schritt für Schritt aufgebaut“, sagt die 35-jährige Schneidermeisterin, die an einer Düsseldorfer Modeschule studiert hat. Auf der Suche nach einem günstigen Ausstellungsraum wurde sie im „V 16“, einem Immobilienprojekt der Stadt Mönchengladbach, fündig. Hier präsentiert Brachten seit 2009 auf 28 Quadratmetern ihre Mode. Und zahlt pro Quadratmeter 8,90 Euro warm, bei einer Kündigungsfrist von nur drei Monaten.

Das „V 16“ steht seit Herbst 2009 für Viersener Straße 16. Damals vermietete die städtische Entwicklungsgesellschaft das zuvor leer stehende Gebäude mit rund 1000 Quadratmetern Nutzfläche an die private „Raum auf Zeit GmbH“, die auch Betreiber des „V 16“ ist. „Wir sind hier kein Künstlerhaus“, betont Projektleiter Martin Platzer von der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach. Alle derzeit 24 Mieter seien Gewerbetreibende und Unternehmer, etwa Illustratoren, Event-Manager oder Filmproduzenten.

Für die günstige Miete gibt es neben den Räumen auch Strom, Internet-Nutzung und einen Konferenzraum, der allen Mietern zur Verfügung steht. Nachdem das Haus innerhalb von sechs Wochen an junge Kreative vermietet wurde, habe es auch das Interesse der Politik geweckt. Mittlerweile gebe es auch aus anderen Städten Anfragen, wie so etwas denn funktionieren, berichtet Platzer.

Wenn es nach Wirtschaftsminister Harry K. Voigtsberger (SPD) geht, müsste es in Nordrhein-Westfalen noch viele Projekte wie das „V 16“ geben. Denn Voigtsberger hat durch das vom Land finanzierte Cluster „Creative.NRW“ untersuchen lassen, wie es um die Arbeitssituation junger Kreativer bestellt ist. Eine Befragung von knapp 200 Selbststän-

Mehr Raum für junge Kreative

Berufsstarter klagen häufig über ihre Arbeitssituation. Die Landesregierung will nun bei Immobilienbesitzern werben, Objekte zu günstigen Konditionen zur Verfügung zu stellen, wenigstens übergangsweise. In einigen Städten funktioniert das bereits

digen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ergab, dass angemessene Immobilien trotz einer großen Nachfrage oft Mangelware sind. Demnach arbeiten 36 Prozent der kreativen „Einzelkämpfer“ größtenteils vom heimischen Schreibtisch aus. Gleichzeitig gaben fast 60 Prozent der Befragten an, mit ihrem Arbeitsort unzufrieden zu sein. Zudem gab es großes Interesse an Raumnutzungsformen wie Kreativquartieren und der Zwischennutzung von Immobilien.

In Deutschland werde die Kreativwirtschaft immer noch zu wenig wahrgenommen, sagt Voigtsberger. Mit Umsätzen von mehr als 36 Milliarden Euro gehöre die Branche mittlerweile zu den stärksten Wirtschaftszweigen in NRW und rangiere somit noch vor den Bereichen Automobil und Chemie. Wobei sich der Bogen hier von großen Verlagen und Werbeagenturen über das Galerieszenario und die Musikwirtschaft bis hin zu den vielen Ein-Personen-Firmen spannt.

„Kreative Arbeit braucht Freiräume“, betont Voigtsberger. In der Wachstumsbranche seien flexible Arbeitsverhältnisse weit verbreitet, was sich auch in den Raumbedürfnissen widerspiegeln. Hier seien „moderne Konzepte gefragt“. Um die Kreativwirtschaft zu stärken, hatte

noch die alte Landesregierung Werner Lippert, Direktor des NRW-Forums in Düsseldorf, und den Wuppertaler Designer Christian Boros zu „Clustermanagern“ bestellt. Sie sollen die Kreativwirtschaft in NRW bis 2012 zu einer bundesweit etablierten „Marke“ machen, die weitere Jobs schafft. Auch international soll NRW als „Hot Spot“ der kreativen Wirtschaft positioniert werden.

Obwohl der Branche in NRW mittlerweile mehr als 200 000 Arbeitsplätze zugerechnet werden, beginnt die Immobilienwirtschaft erst allmählich, Räume, Lofts und Ladenlokale an Kreative zu vermieten. Meist muss, wie in Mönchengladbach, eine Stadt den Anstoß geben und auch für die Mieten garantieren. Denn offenbar trauen viele Vermieter dem kreativen Nachwuchs nicht recht über den Weg, fürchten Mietausfälle oder gar Hausbesetzungen. Ein Anhaltspunkt dafür könnte auch sein, dass von den 300 vom Kreativ-Cluster angesprochenen Immobilienunternehmen lediglich 23 an der Umfrage teilnahmen.

Dabei dürfte es genug leer stehende Gebäude geben, die durch Kreative zwischen genutzt werden könnten. Auch das „V 16“ in Mönchengladbach soll im kommenden Herbst abgerissen werden, um

einem modernen Bürobau zu weichen. „Das ist hier nichts für die Ewigkeit“, betont Martin Platzer von der Wirtschaftsförderung. Vielmehr sei das Projekt ein „Inkubator“ für junge Kreative, die sich nach einigen Jahren möglichst „richtige“ Gewerberäume suchen und sich die dann auch leisten können. So wie Philipp Johnen, der im zweiten Stock seit 2009 eine Event-Agentur betreibt. Mittlerweile laufen die Geschäfte so gut, dass Johnen bald mit einem Mitarbeiter in ein schickes Büro umziehen wird.

„Dieses Beispiel und andere zeigen, dass die Rechnung aufgeht“, sagt Projektmanager Platzer. Auch die Stadt als Eigentümer sei mit der übergangsweisen Nutzung ihrer Immobilie zufrieden. Solange eine „Schwarze Null“ unter dem Projekt stehe, sei es auch finanziell tragbar. Zudem gibt es in Mönchengladbach bereits weitere Projekte wie das Bürogebäude „Bankhaus“, das vom kleinteiligen Bürokonzept des „V 16“ inspiriert wurde und ebenfalls nach kurzer Zeit vollständig vermietet war.

Doch auch für das „V 16“ will die Stadt nach Abriss des Gebäudes ein größeres Ersatzobjekt anbieten. Mit dem möchte der Chef der „Raum auf Zeit GmbH“ dann auch einmal Geld verdienen. Denn

mit dem derzeitigen Projekt will der Architekt Alexander Matthies, ein früherer Gladbacher mit Wohnsitz Stuttgart, vor allem etwas für seine Heimatstadt tun. Gewinne fielen bislang nicht an, heißt es.

Auch in Mülheim an der Ruhr gibt es mit der „Games Factory Ruhr“ ein Immobilienprojekt ganz nach dem Geschmack von Wirtschaftsminister Voigtsberger. In der ehemaligen Maschinenfabrik sitzen mittlerweile 16 eng verknüpfte Firmen und Einzelunternehmer mit 60 Mitarbeitern, die im Bereich Computerspiele aktiv sind. „Wir sind im Gespräch mit weiteren Interessenten, wir wachsen weiter“, sagt Thomas Müller von der Mülheimer Wirtschaftsförderung. Die hat das Projekt vor einigen Jahren ins Leben gerufen. Rund zwei Drittel der fast 2000 Quadratmeter in dem früheren Fabrikgebäude sind bereits vermietet. Und das zu günstigen Konditionen und kurzen Kündigungsfristen. Und ganz ohne öffentliche Subventionen, wie Müller betont. Der Eigentümer, der die Immobilie aufwendig saniert hat, sehe das Projekt als Investition in die Zukunft. Denn wenn die Games- und Kreativbranche im Ruhrgebiet weiter wachsen sollte, dürfte auch die „Games Factory Ruhr“ richtig aufblühen.

Für das Engagement privater Immobilienbesitzer in der Kreativwirtschaft gibt es weitere Beispiele, auch in der Landeshauptstadt. So möchte der Unternehmer und Kunstsammler Gil A. Bronner im aufstrebenden Szenestadtteil Flingern eine ehemalige Glasfabrik zu einem Ausstellungsort für Kunst umbauen. Im Frühjahr 2010 hat Bronner die Entwicklung des rund 6000 Quadratmeter großen Gebäudes gestartet, das in der Zwischenzeit die Filmwerkstatt Düsseldorf, Künstler und andere Mieter aus der Kreativwirtschaft beherbergt.

Vor einigen Jahren hat Bronner auch ein Fabrikgebäude im Stadtteil Reisholz gekauft. Für etwa 70 Ateliers, Ausstellungsräume und Lager hat er vor allem mit der Stadt Düsseldorf Verträge über vier Euro Kaltmiete je Quadratmeter abgeschlossen. Die Stadt vermietet die Flächen an Künstler und andere Kreative

weiter und bietet diesen günstigen Raum für ihre Arbeit. Schließlich verlangen allein die Absolventen der Kunstakademie ständig nach bezahlbaren Atelierräumen in Düsseldorf. Die Stadt übernimmt damit quasi das Ausfallrisiko, falls einer der Mieter nicht zahlt. Und verhindert zugleich eine verstärkte Abwanderung der für sie so wichtigen Kunstszene.

Doch Verträge, wie sie Bronner mit der vermögenden Landeshauptstadt geschlossen hat, sind in Städten wie Köln, die zum Teil unter erheblichen finanziellen Zwängen stehen, kaum möglich. Zudem brauchen Immobilieneigner, die mit kommunalen Behörden verhandeln, viel Geduld. Unter einem dreiviertel Jahr ist selten mit einem Ergebnis zu rechnen.

Damit Kreative und Immobilieneigner künftig schneller zueinander finden, lädt Wirtschaftsminister Voigtsberger Ende November mit den Wirtschaftsförderern des Ruhrgebiets unter dem Thema „Räume neu denken“ zu einem großen Kongress nach Essen. „Wir wollen Kreative und Immobilienwirtschaft enger zusammenbringen“, sagt Voigtsberger. „Beide Partner können dabei nur gewinnen.“

Landesredaktion NRW
Telefon 02 11 / 96 48 81 61
Telefax 02 11 / 96 48 81 71
E-Mail: nrw@wams.de

Quellennachweis:

WELT am SONNTAG vom 16.10.2011

Autor: Guido Hartmann