

DOKUMENTATION

**STRATEGIEENTWICKLUNG
FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
IN POTSDAMS MITTE**

Workshop ■ Potsdam ■ 11. Januar, 12. und 24. Februar 2018 ■

INHALT

2	Einleitung
3	Teilnehmer
4	Faktische Rahmenbedingungen
6	Arbeitsschritte
8	Ablauf des Workshops
10	1. Schritt: Einflussfaktoren
11	2. Schritt: Schlüsselfaktoren
12	3. Schritt: Definitionen
14	4. Schritt: Definition/Ausprägungen
24	Zwischenschritt
26	5. Schritt: Analyse der Szenarien
28	Szenario 1
32	Szenario 2
36	Szenario 3
40	Szenario 4
44	6. Schritt: Bewertung der Szenarien
44	Auswahl Zielbild
46	Zielbild und Kernaspekte
48	Presseerklärung zum Abschluss
49	Impressum, Bildnachweis

DOKUMENTATION

**STRATEGIEENTWICKLUNG
FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
IN POTSDAMS MITTE**

Workshop ■ Potsdam ■ 11. Januar, 12. und 24. Februar 2018 ■

SZENARIO-WORKSHOP STRATEGIEN FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DER POTSDAMER MITTE

11. JANUAR, 12. UND 24. FEBRUAR 2018

Aufgabe des dreitägigen Workshops war es, nach der temporären Nutzung des Rechenzentrums durch die Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2015 einen Vorschlag für die Schaffung eines Standortes der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Plantage zu erarbeiten. Dabei sollte es vorrangig nicht um Architektur oder Städtebau gehen, sondern um Bedarfe, Inhalte und Funktionen. Zentrale Frage des Workshops war demnach: Welches Profil und welche Vision soll ein solcher Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte haben?

An den drei Veranstaltungen nahmen Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft Potsdams, Stadtverordnete, Vertreterinnen und Vertreter der Stiftung Garnisonkirche und des Fördervereins, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung und des Sanierungsträgers Potsdam GmbH teil. Mit der Durchführung und Moderation des Workshops war die UNITY Innovation & Consulting AG beauftragt. Die gemeinsame Arbeit war aufwändig, konstruktiv und gleichermaßen spannungsvoll wie spannend. Es ist dem produktiven Engagement aller Beteiligten zu danken, dass es gelang, einen breiten Konsens zu erarbeiten und sich auf ein gemeinsames Zielszenario zu einigen.

Demnach soll an der Plantage ein Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen, der als innovatives und lebendiges Kreativ-Quartier über Potsdams Grenzen hinaus strahlt. Geplant werden soll ein Areal mit rund 20.000 m² Brutto-Geschossfläche, das mindestens zur Hälfte der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung stehen wird und zusätzlich Wohnraum sowie gastronomische und ergänzende Einrichtungen beherbergt. Ziel ist ein Produktionsstandort mit einem hauptsächlich professionellen und erwerbsorientierten Profil, der ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Potsdam wird. Für den Betrieb des Standortes wird eine Rechtsform angestrebt, die den Standort langfristig für die vorgesehene Nutzung sichert. Alle Nutzenden und relevanten Beteiligten sollen kontinuierlich in den Entwicklungsprozess eingebunden werden.

Dieses Zielszenario soll nun in der Stadtverordnetenversammlung und in der Öffentlichkeit diskutiert werden muss. Ziel bleibt es, bis Ende 2018 die nötigen Beschlüsse herbeigeführt zu haben, um in den nächsten 5 Jahren einen dauerhaften Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Plantage zu schaffen.

Mit ihren Ergebnissen sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen wichtigen Schritt vorgekommen, um der Kultur- und Kreativwirtschaft einen dauerhaften Platz in der Potsdamer Mitte zu geben. Mit den Worten eines Teilnehmers: „Wir haben die historische Chance genutzt.“

TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

VERTRETERINNEN UND VERTRETER DER STADTVERORDNETENVERSAMMLUNG DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM

Janny Armbruster Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

Lars Eichert Fraktion der CDU

Babette Reimers Fraktion der SPD

Arndt Sändig Fraktion Die Andere

Dr. Karin Schröter Fraktion DIE LINKE

VERTRETERINNEN UND VERTRETER DER STADTVERWALTUNG UND DES SANIERUNGSTRÄGERS

Noosha Aubel Beigeordnete für Bildung, Kultur und Sport

Harald Kümmel Leiter des Büros des Oberbürgermeisters

Bert Nicke Geschäftsführer der Sanierungsträger
Potsdam GmbH

Patrick Ohst Bereich Stadterneuerung

Sigrun Rabbe Geschäftsführer der Sanierungsträger
Potsdam GmbH

Bernd Rubelt Beigeordneter für Stadtentwicklung,
Bauen und Umwelt

Dr. Birgit Katharine Seemann Fachbereich Kultur und Museum

VERTRETERINNEN UND VERTRETER DER STIFTUNG GARNISONKIRCHE

Prof. Matthias Dombert Fördergesellschaft zum
Wiederaufbau der Garnisonkirche

Katharina König Stiftung Garnisonkirche

Peter Leinemann Stiftung Garnisonkirche

VERTRETERINNEN UND VERTRETER DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Brigitta Bungard Kommunikationsdesignerin,
Nutzerin Rechenzentrum

Joos van den Dool Architekt und Moderator,
Nutzer Rechenzentrum

Anja Engel Stiftung SPI, Kulturmanagerin
Kreativhaus Rechenzentrum

Jan Gabbert Animationsfilmemacher,
Atelierhaus Scholle 51, Experte für Betreibermodelle

Lars Kaiser Bildender Künstler, Nutzer Rechenzentrum

Katja Dietrich-Kröck Rat für Kunst und Kultur

Christian Nätke Musiker und Schauspieler,
Vertreter der Potsdamer Bands

Stefan Pietryga Bildhauer, Bildender Künstler,
Nutzer Rechenzentrum

Frauke Röth Architektin, Vertreterin des FÜR e.V. –
Verein „Freundliche Übernahme Rechenzentrum

Kristina Tschesch Filmemacherin, Nutzerin
Rechenzentrum, Vertreterin des Netzwerks Kulturlobby
Potsdam

MODERATION/UNITY AG

Marcus Goerke

Aileen Schmuck

Sanna-Marie Tietjen

PRESSEARBEIT UND DOKUMENTATION

Jessica Beulshausen ProPotsdam GmbH

Sebastian Brandner ProPotsdam GmbH

Stefan Gloede Freischaffender Fotograf

Carsten Hagenau PROJEKTKOMMUNIKATION
Hagenau GmbH

STRATEGIEENTWICKLUNG FÜR DIE KUNST- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DER POTSDAMER MITTE

AUS DER EINLADUNG ZUM WORKSHOP:

Unterschiedliche Interessensgruppen erarbeiten ein GEMEINSAMES und VISIONÄRES Zukunftsbild.

Unser gemeinsames Ziel ist es, bis März 2018 einen Standort für die Kunst- und Kreativwirtschaft in Potsdams Mitte gefunden zu haben, der die Bedürfnisse aller Beteiligten adressiert.

Die Workshops sind geschlossen und nicht öffentlich

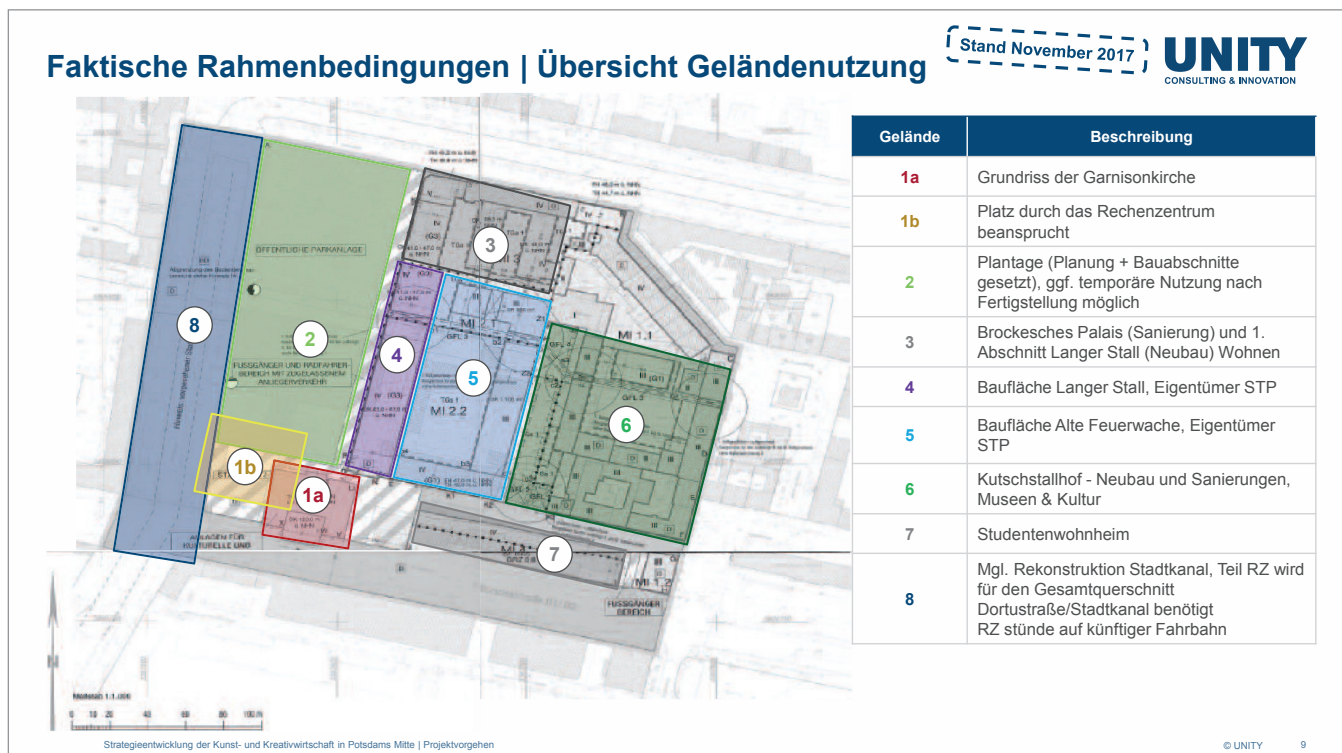
Allgemeine Anforderungen an Teilnehmerrunde:

- 21–22 Teilnehmer
- Unterschiedliche Perspektiven (Heterogenität) –alle relevanten Meinungen vertreten (Rechenzentrum, Politik, Stiftung, Verwaltung)
- Kritische und positive Meinungsträger

> Akzeptanz schaffen und relevante Ergebnisse erarbeiten

Anforderungen an einzelne Teilnehmer:

- Offen und kommunikationsaffin
- Systemisches Denken
- Kreativ, visionär und konstruktiv
- Relevantes Wissen und Expertise
- Vertreter ihrer Stakeholdergruppe (Meinungsträger und Entscheider)
- Teilnahme an allen 3 Workshops



Faktische Rahmenbedingungen | Auflistung

[1/2]

Stand November 2017

UNITY
CONSULTING & INNOVATION

Nr.	Gegenstand	Wer?	Was?	Bedingungen/Anmerkungen
1	Grundstück (Fläche 1a/1b, 2,4,5)	SVV, SPI, Nutzer RZ, Stiftung, LHP, STP	SVV Beschluss (17SVV0720)	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung Ersatzstandort Kunst- und Kreativhaus an innerstädtischem Standort/Plantage unter besonderer Berücksichtigung Langer Stall/ehemalige Feuerwache - Bei Zustimmung durch Stiftung GK zu temporären Betrieb Rechenzentrum bis 2023 erfolgt Finanzierung Mehraufwand GK durch LHP - Kostentragung der Anpassungsmaßnahmen Brandschutz RZ durch LHP
2	Grundstück (Fläche 1a)	Stiftung GK	„Rückfallklausel“	<ul style="list-style-type: none"> - Befristet bis 2030 – Rückgabe Grundstück von Stiftung an LHP wenn bis 31.12.2030 nicht wesentliche Teile wiedererrichtet sind oder die Finanzierung des Wiederaufbaus zu diesem Zeitpunkt nicht absehbar ist
3	Grundstück (Fläche 1a)	Stiftung GK	Baugenehmigung zum Kirchturm	<ul style="list-style-type: none"> - Baugenehmigung für die Errichtung des Turms liegt vor - Baubeginn ist erfolgt
4	Grundstück (Fläche 1a/1b)	Stiftung GK, STP, LHP, Nutzer RZ	Koexistenz des Kirchenschiffs und RZ	<ul style="list-style-type: none"> - RZ steht zum Teil auf potentieller Baufläche Kirchenschiff
5	Grundstück (Fläche 1a/1b, 4,5)	LHP, SVV	Planungsrecht/ Sanierungsziele	<p>Festsetzungen im B-Plan Nr. 1 „Neuer Markt/Plantage“:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kirchturm und -schiff festgesetzt als Sondergebiet Anlagen für kulturelle und kirchliche Zwecke - derzeitiges Kunst- und Kreativhaus festgesetzt als Straßenverkehrsfläche/Stadtplatz, öffentliche Grünfläche, SO Anlagen für kulturelle und kirchliche Zwecke - Alte Feuerwache/Langer Stall festgesetzt als Mischgebiet
6	Grundstück (Fläche 1a/1b)	LHP, STP, SPI	Bauordnungsrecht	<ul style="list-style-type: none"> - Duldung paralleler Betrieb Rechenzentrum und Kirchturm bis 31.12.2023 - Brandschutzmaßnahmen am Rechenzentrum vor Beginn der namhaften Hochbauarbeiten Garnisonkirchturm erforderlich - Verbleib und Sanierung RZ setzt eine Baugenehmigung auf Basis nunmehr geltenden Bauvorschriften voraus (kein Bestandsschutz)

Die Faktische Rahmenbedingungen sind feste Faktoren bzw. Rahmen für die Erarbeitung kreativer Ausprägungen/Lösungsansätze in den Szenarien.

Faktische Rahmenbedingungen | Auflistung

[2/2]

Stand November 2017

UNITY
CONSULTING & INNOVATION

Nr.	Gegenstand	Wer?	Was?	Bedingungen/Anmerkungen
7	Grundstück (Fläche 1b)	SPI, Nutzer RZ, Stiftung GK	Zustimmungsvorbehalt der Stiftung GK zur Nutzung Rechenzentrum	<p>Rechte gemäß Grundstücksübertragungsvertrag:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zustimmungsvorbehalt für den Abschluss von Mietverträgen nach 31.12.2013 - Zustimmung für Nutzung bis 08/18 liegt vor - darüber hinausgehende Nutzung bislang nicht genehmigt - Die Zustimmung zur Weiternutzung kann durch die Stiftung GK verweigert werden, wenn dies zum Wiederaufbau der Garnisonkirche erforderlich ist und wenn zur Realisierung eines konkret anstehenden Bauabschnittes erforderlich ist
8	Grundstück (Fläche 1b)	Nutzer RZ, Stiftung GK, STP	Anspruch der Stiftung GK auf Teil-Abriß des Rechenzentrums	<p>Rechte gemäß Grundstücksübertragungsvertrag:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Stiftung GK kann den Teil-Abriß des Rechenzentrums in dem Umfang verlangen, der zum Wiederaufbau der Garnisonkirche erforderlich ist - Sie darf dieses Recht geltend machen, wenn es zur Realisierung eines konkret anstehenden Bauabschnittes beim Wiederaufbau der Garnisonkirche erforderlich ist
9	Grundstück (Fläche 1a/1b)	Stiftung GK	Stiftungszweck	<ul style="list-style-type: none"> - Verpflichtung der Stiftung die Garnisonkirche als Symbolkirche und Erinnerungsort wieder aufzubauen - Förderung Friedens- und Versöhnungsarbeit
10	Grundstück (Fläche 1b)	SPI, Nutzer RZ, LHP	Bausubstanz/ Sanierungsbedarf Rechenzentrum	<ul style="list-style-type: none"> - Sanierungsbedarf für Haustechnik, Dach, energetische Erneuerung, etc. - Sanierung ist mit Nutzungseinschränkungen verbunden
11	Grundstück (Fläche 1b)	SPI, Nutzer RZ	Betrieb Kunst und Kulturhaus defizitär	<ul style="list-style-type: none"> - Die Bewirtschaftung des Kunst- und Kulturhauses ist derzeit defizitär - Das entstandene Defizit ist in den nächsten Jahren zu decken, bei Mietsteigerung ab 2018
12	Grundstück (Fläche 1b)	SPI, Nutzer RZ, STP	Verwaltung Kunst und Kulturhaus durch SPI	<ul style="list-style-type: none"> - Konzessionsvertrag endet 31.08.2018

Die Faktische Rahmenbedingungen sind feste Faktoren bzw. Rahmen für die Erarbeitung kreativer Ausprägungen/Lösungsansätze in den Szenarien.

ARBEITSSCHRITTE

TAG 1, 11. JANUAR 2018

1. SCHRITT

IDENTIFIZIERUNG VON EINFLUSSFAKTOREN

In einem ersten Arbeitsschritt fragten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer: **Wodurch werden die künftigen Arbeitsbedingungen der Kultur- und Kreativszene in der Potsdamer Mitte beeinflusst? Welche Einflussfaktoren sind bei der Strategiebildung zu berücksichtigen?**

Einflussfaktoren ergeben sich aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, aber auch aus den Bereichen Ökologie und Technologie.

In Arbeitsgruppen erarbeiteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer 43 Einflussfaktoren, die verschiedenen gesellschaftlichen Bereiche zuzuordnen waren:



TAG 1, 11. JANUAR 2018

2. SCHRITT

AUSWAHL DER SCHLÜSSELFAKTOREN

Nicht alle Einflussfaktoren sind gleichermaßen entscheidend für die Strategiebildung. Ihre Wirkung ist unterschiedlich intensiv. Unter ihnen sind stärkere und weniger starke. In ihrem 2. Arbeitsschritt hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Aufgabe, sich individuell für 10 der 43 gefundenen Einflussfaktoren zu entscheiden. Dazu standen jeder Teilnehmerin und jedem Teilnehmer je zehn Klebpunkte zur Verfügung, mit denen jene Faktoren gekennzeichnet wurden, die als die wichtigsten angesehen werden sollten.

In der gemeinsamen Auswertung des Ergebnisses dieser Abwägung gelang es, einige der Einflussfaktoren zusammenzufassen.

Im Ergebnis einigten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf 10 Schlüsselfaktoren, die bei der weiteren Arbeit des Workshops im Mittelpunkt stehen sollten.



TAG 2, 12. FEBRUAR 2018

3. SCHRITT

DEFINITION DER SCHLÜSSELFAKTOREN

Die gemeinsam gefundenen Schlüsselfaktoren waren nunmehr näher zu bestimmen. **Es begann der mühsame Schritt, mit dem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Begriffe definierten und aus Überschriften Definitionen machten.** Die Definitionen wurden im Plenum bestätigt und bestimmten damit die Grundlage der thematischen Ausrichtung.



TAG 2, 12. FEBRUAR 2018

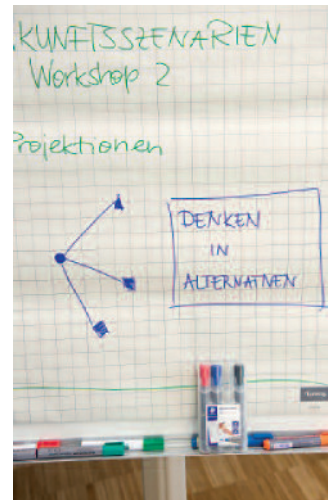
4. SCHRITT

ERARBEITUNG VON ALTERNATIVEN AUSPRÄGUNGEN

Schlüsselfaktoren können sich unterschiedlich entwickeln. Ein Beispiel: Die Außenwirkung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft könnte in Zukunft größer oder geringer werden, nationale oder sogar internationale Dimension erhalten. Sie kann von den Potsdamerinnen und Potsdamern positiv oder negativ wahrgenommen werden, anziehend auf Touristen wirken oder unentdeckt bleiben, dem Selbstbild der Stadt Potsdam zuwiderlaufen oder das Image der Stadt prägen ... Viele Möglichkeiten sind denkbar.

In diesem Arbeitsschritt widmeten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Frage: **Wie könnten sich die gemeinsam definierten Schlüsselfaktoren entwickeln?** Dabei ging es nicht darum, jene Entwicklungen zu beschreiben, die wünschenswert oder positiv erscheinen. Es ging darum, aus einer neutralen Position heraus mögliche, deutlich voneinander abweichende Alternativen zu beschreiben: So könnte es sich entwickeln, aber auch anders.

Im Verlaufe dieses Arbeitsschrittes beschrieben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für jeden Schlüsselfaktor unterschiedliche Ausprägungen.



ZWISCHENSCHRITT

ERARBEITUNG VON ROHSZENARIEN AUF BASIS DES PAARWEISEN VERGLEICHS

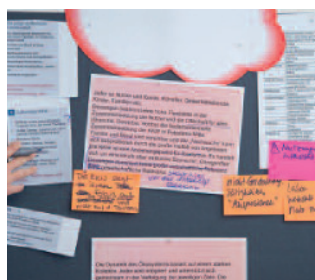
Setzt man die unterschiedlichen Ausprägungen zusammen, dann lassen sich komplette Geschichten erzählen. Allerdings passen die Ausprägungen nicht per se zusammen. Mitunter schließen sie einander sogar aus. Ein Beispiel: Die Vorstellung, die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte würde als ein großes, solidarisches und selbstbestimmtes Kollektiv arbeiten, passt wenig zu der Vorstellung, dass es bei der Entwicklung und Bewirtschaftung des Standortes keine laufende Beteiligung gäbe. Andere Projektionen passen wieder gut zusammen: Eine von laufender Beteiligung der Nutzer geprägte Entwicklung und Bewirtschaftung des Standortes deckt sich mit der Vorstellung, dass sich dieser Standort bedarfsorientiert und offen entwickeln wird. Nur zueinander passende Projektionen lassen sich zu Geschichten die in sich stimmig sind, und damit zu konsistenten Szenarien zusammensetzen. **Um diese generieren zu können, wird jede einzelne Ausprägung mit allen anderen Ausprägungen in Beziehung gesetzt.** Die sich daraus ergebenden rund 900 paarweisen Kombinationen von Aussagen werden bewertet. Zwischen „sehr gut zueinander passend“ bis „absolut inkonsistent“ reicht die fünfstufige Skala der Bewertung. **Reiht man nun jene Kombinationen aneinander, die sehr gut zueinander passen, ergeben sich verschiedene Szenarien, die in sich stimmig sind und mögliche Zukunftsbilder vermitteln.**

Diesen Arbeitsschritt haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops nicht gemeinsam vollzogen. Die Erarbeitung der Rohszenarien haben die Moderatoren unter Nutzung einer speziellen Software übernommen. Im Interesse von Transparenz und Nachvollziehbarkeit haben sie sich mit Vertreterinnen und Vertretern der verschiedenen Interessengruppen getroffen, um die Arbeitsweise vorzustellen und die Bewertung nachvollziehbar zu machen.

5. SCHRITT

ANALYSE DER SZENARIEN UND IHRER AUSWIRKUNGEN

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops setzten sich mit den vier Szenarien auseinander. Dabei wurden die einzelnen Formulierungen geschärft oder konkretisiert. In Gruppen gingen sie der Frage nach: **Was muss passieren, damit dieses Szenario Realität wird?** Im Plenum stellten die Gruppen die Ergebnisse ihrer Arbeit vor. Teil der gemeinsamen Arbeit war es auch, die **Wahrscheinlichkeit** einzuschätzen, mit der die Szenarien eintreten könnten. **Bei der gemeinsamen Einschätzung bestand für die jeweiligen Interessengruppen die Möglichkeit, ein Veto einzulegen.** Es bedeutete: Wir sind nicht bereit, dieses Szenario weiter in Erwägung zu ziehen.



6. SCHRITT

BEWERTUNG DER 4 SZENARIEN UND AUSWAHL EINES GEMEINSAMEN ZIELBILDES

Zu Beginn dieses Arbeitsschrittes tagten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in ihren Interessengruppen: Die Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft bildeten eine Gruppe, die Vertreter der Verwaltung eine zweite, die dritte setzte sich aus den anwesenden Mitgliedern der Stadtverordnetenversammlung zusammen. In der **anschließenden inhaltlichen Bewertung der Szenarien** und der Diskussion darüber hatte jede Gruppe und die anwesende Vertreterin der Stiftung Garnisonskirche je eine Stimme. Die Urteile für die Bewertung staffelten sich von „Wunschscenario“ über „Wir können unsere Ziele erreichen, Interessen verfolgen“ und „Ist noch okay, wir finden unseren Platz“ bis hin zu „Geht für uns gar nicht“. **Außer der Bewertung mit einem dieser Attribute gab es die Möglichkeit, ein „No-Go – das geht mit uns gar nicht“ zu formulieren.**



8. SCHRITT

PRESSEGESPRÄCH UND DOKUMENTATION

Zum Abschluss der Werkstatt stimmten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die **Pressemitteilung** der Landeshauptstadt Potsdam zum Abschluss des Szenario-Workshop ab. Fast alle Teilnehmer nahmen am abschließenden **Pressegespräch** teil.

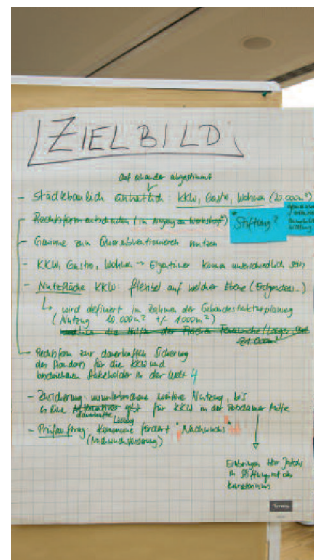
Der Verlauf der Werkstatt, alle Zwischenergebnisse und das gemeinsame Zielbild sowie die miteinander vereinbarten nächsten Schritte wurden dokumentiert und veröffentlicht.

Die detaillierte Darstellung der Arbeitsschritte und der Zwischenergebnisse geben Außenstehenden die Möglichkeit, den Arbeitsprozess nachzuvollziehen.

7. SCHRITT

ERARBEITUNG EINES ZIELBILDES UND ABSCHLUSSDISKUSSION

Im Plenum wurde das Ergebnis der Abstimmung diskutiert. In der Diskussion gelang es, die wenigen inhaltlichen Widersprüche zwischen den Interessengruppen auszuräumen. **Es gelang ein eindeutiges Bekenntnis aller Teilnehmer zu einem der erarbeitenden Szenarien.** Die nächsten praktischen Schritte wurden diskutiert.



ABLAUF

11. JANUAR 2018

FOKUSSIEREN UND SCHAFFEN EINER GEMEINSAMEN BASIS

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beschrieben Faktoren, die die künftigen Arbeitsbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Potsdams Mitte beeinflussen. Sie definierten 10 Schlüsselfaktoren, die bei der weiteren Arbeit des Workshops im Mittelpunkt stehen sollten.



12. FEBRUAR 2018

KREIEREN ALTERNATIVER ENTWICKLUNGEN UND ZUKÜNFTIGE

Nach Korrektur des Protokolls des 1. Workshoptages erarbeiteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für jeden Schlüsselfaktor unterschiedliche Ausprägungen, die möglich erschienen.



21. FEBRUAR 2018

ZWISCHENSCHRITT: ERARBEITUNG VON ROHSZENARIEN

Die Erarbeitung der Rohszenarien haben die Moderatoren unter Nutzung einer speziellen Software übernommen. Sie bewerteten alle Ausprägungen paarweise und hielten diese Bewertungen in einer Matrix fest.

Im Interesse von Transparenz und Nachvollziehbarkeit haben sie sich mit Vertreterinnen und Vertretern der verschiedenen Interessengruppen getroffen, um die Arbeitsweise vorzustellen und die Bewertung nachvollziehbar zu machen. Dieser Schritt war ursprünglich nicht vorgesehen, wurde von den Teilnehmern eingefordert.



24. FEBRUAR 2018

ANALYSIEREN DER SZENARIEN UND AUSWAHL EINES ZIELBILDS

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops setzten sich in Kleingruppen mit vier Szenarien auseinander, die im Zwischenschritt erarbeitet worden waren. Anschließend wurden sie im Plenum diskutiert und durch die Interessengruppen bewertet. Auf diese Weise gelang es, ein gemeinsames Zielbild zu erarbeiten. Fast alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops nahmen an dem abschließenden Pressegespräch teil.



1. SCHRITT

IDENTIFIZIERUNG VON EINFLUSSFAKTOREN

In einem ersten Arbeitsschritt fragten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer: Wodurch werden die künftigen Arbeitsbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte beeinflusst? Welche Einflussfaktoren sind bei der Strategiebildung zu berücksichtigen? Einflussfaktoren ergeben sich aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, aber auch aus den Bereichen Ökologie und Technologie.

In Arbeitsgruppen erarbeiteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer 43 Einflussfaktoren, die verschiedenen gesellschaftlichen Bereiche zuzuordnen waren:

NUTZER | NUTZUNG | BETREIBER

- 01 Bedarfsträger
- 02 Beteiligungsgrad
- 03 Grad des finanziellen Erfolges
- 04 Dynamik des „Ökosystems“ / Sozioökotop
- 05 Raumarten und -funktionen
- 06 Größe (Raum / Mitwirkende)
- 07 Bedarfsorientierte, flexible Raumstruktur
- 08 Grad der Selbstbestimmung
- 09 Rechtsform
- 10 Zweckbindung

POLITIK | FINANZIERUNG

- 11 Kostenträger der Investition
- 12 Eigentumsverhältnisse
- 13 Eigentum
- 14 Kostenträger des Betriebs
- 15 Einnahmen
- 16 Fördermöglichkeiten
- 17 Höhe der Kosten
- 18 Politischer Wille
- 19 Politische Beschlüsse
- 20 Beteiligung
- 21 Interesse
- 22 Interessenkonflikte

STANDORTE | INFRASTRUKTUR

- 23 Strahlkraft
- 24 Image
- 25 Tourismusentwicklung
- 26 Außenwirkung der KKW
- 27 Flächenverfügbarkeit
- 28 (Gewerbe-)Flächen
- 29 Identität
- 30 Zentralität
- 31 Nachbarn
- 32 Wissenschaftliche Infrastruktur
- 33 Technische Versorgung
- 34 Erschließung / öffentliche Erreichbarkeit

WIRTSCHAFT | TECHNOLOGIE | GESELLSCHAFT

- 35 Stellung & Bedeutung der KKW für Potsdam
- 36 Mehrwert
- 37 Entwicklung des Wissenschafts- und Bildungsstandortes
- 38 Metropolregion Berlin
- 39 Entwicklung Stadtmitte
- 40 Entwicklung IT & Medienstandort Potsdam
- 41 Arbeitskultur
- 42 Digitalisierung
- 43 Entwicklung Stadtgesellschaft

2. SCHRITT

AUSWAHL DER SCHLÜSSELFAKTOREN

Nicht alle Einflussfaktoren sind gleichermaßen entscheidend für die Strategiebildung. Ihre Wirkung ist unterschiedlich intensiv. Unter ihnen sind stärkere und weniger starke. In ihrem 2. Arbeitsschritt hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Aufgabe, sich individuell für 10 der 43 gefundenen Einflussfaktoren zu entscheiden. Dazu standen jeder Teilnehmerin und jedem Teilnehmer je zehn Klebepunkte zur Verfügung, mit denen jene Faktoren zu kennzeichnen waren, die als die wichtigsten angesehen werden sollten.

In der gemeinsamen Auswertung des Ergebnisses dieser Abwägung gelang es, einige der Einflussfaktoren zusammenzufassen. Im Ergebnis einigten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf 10 Schlüsselfaktoren, die bei der weiteren Arbeit des Workshops im Mittelpunkt stehen sollten.

1. **BEDARFSTRÄGER**
2. **DYNAMIK DES „ÖKOSYSTEMS“/ SOZIO-ÖKOTOP**
3. **RÄUMLICHES KONZEPT**
4. **BETREIBERMODELL**
5. **HÖHE DER KOSTEN**
6. **BETEILIGUNG**
7. **AUSSENWIRKUNG DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT**
8. **IDENTITÄT**
9. **STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN POTSDAM**
10. **ENTWICKLUNG DER STADTGESELLSCHAFT**

3. SCHRITT

DEFINITION DER SCHLÜSSELFAKTOREN

Die gemeinsam gefundenen Schlüsselfaktoren waren aufgelistet, aber bislang nicht näher inhaltlich bestimmt. Im Grunde waren sie erst einmal nur Begriffe. Mit ihnen konnten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zwar verständigen, in welche Richtung die weitere Arbeit laufen sollte. Aber was unter den Begriffen im Detail zu verstehen war, darüber hatte das Gremium noch nicht gesprochen. Es begann der mühsame Schritt, mit dem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Begriffe definierten und aus Überschriften Definitionen machten.

SCHLÜSSELFAKTOR 1:

BEDARFSTRÄGER

Dieser Faktor beschreibt AkteurInnen & Branchen, die Räume der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte für sich beanspruchen.

In diesem Zusammenhang werden die zwölf Teilbereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihnen zugehörige bzw. sich synergetisch befruchtende AkteurInnen sowie die Art der Ausübung fokussiert.

SCHLÜSSELFAKTOR 2:

DYNAMIK DES ÖKOSYSTEMS/ SOZIO-ÖKOTOP

Dieser Faktor beschreibt die Offenheit und Entwicklungsmöglichkeiten (der Räume, Flächen, Nutzungsarten) und Funktionen der Kultur- und Kreativwirtschaft und der sich entwickelnden Bedarfe in Potsdams Mitte.

In diesem Zusammenhang rücken Synergien und Wechselwirkungen sozialer, organisatorischer und struktureller Art in den Fokus.

SCHLÜSSELFAKTOR 3:

RÄUMLICHES KONZEPT

Der Faktor beschreibt die qualitativen wie quantitativen Anforderungen an die bauliche Ausgestaltung von Räumlichkeiten im Hinblick auf unterschiedliche Nutzungsarten.

In diesem Zusammenhang ist die Anzahl der nutzenden Personen, genutzten Flächen, Raumgrößen und der unterschiedlichen Anforderungen (Bsp. zeitlich, Veranstaltungs- und Publikumsart) der Nutzungsarten zu berücksichtigen.

SCHLÜSSELFAKTOR 4:

BETREIBERMODELL

Dieser Faktor beschreibt den Grad der Selbstbestimmung und die Rechtsform des Betreibers des Standortes der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Rechtslage des Eigentums.

In diesem Zusammenhang stehen die Struktur, Organisation, Kontinuität und Selbstbestimmtheit im Mittelpunkt.

SCHLÜSSELFAKTOR 5:

HÖHE DER KOSTEN

Dieser Faktor beschreibt den Aufwand, der durch die Investition und künftige Nutzung zur Umsetzung der Bedarfe entsteht.

SCHLÜSSELFAKTOR 6:

BETEILIGUNG

Dieser Faktor beschreibt den sich entwickelnden politischen Prozess, um den Bedarf der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft umzusetzen.

In diesem Zusammenhang wird die Methodik, die zum benötigten politischen Willen führt (insbesondere die Beteiligung aller relevanten AkteurInnen, NutzerInnen und BedarfsträgerInnen), betrachtet.

SCHLÜSSELFAKTOR 7:

AUSSENWIRKUNGEN DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Dieser Faktor beschreibt den Grad der Wahrnehmung und Wirkung des Kultur- und Kreativstandortes in der Potsdamer Mitte.

In diesem Zusammenhang wird das Image des Standortes hinsichtlich baulicher und funktionaler Strukturen, der Angebotsvielfalt und der Anziehungskraft über die Stadt hinaus betrachtet.

SCHLÜSSELFAKTOR 8:

IDENTITÄT

Dieser Faktor beschreibt die Identität des Standorts in Differenz zu Standorten in Potsdam.

In diesem Zusammenhang wird die Funktion des Standortes und der Umgang mit dem Genius Loci beschrieben.

SCHLÜSSELFAKTOR 9:

STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT FÜR POTSDAM

Dieser Faktor beschreibt die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Stadt Potsdam und insbesondere die Entwicklung des Stadtteils Stadtmitte.

In diesem Zusammenhang wird sowohl deren Relevanz in der Wirtschaft und Innovation als auch in der Stadtgesellschaft (Bsp. Identitätsstiftung, Querdenken, Konfliktlösung, neue Perspektiven) betrachtet.

SCHLÜSSELFAKTOR 10:

ENTWICKLUNG STADTGESELLSCHAFT

Dieser Faktor beschreibt die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur in Potsdam.

In diesem Zusammenhang werden das quantitative und qualitative Wachstum ebenso wie damit einhergehende demografische und strukturelle, soziale und sozio-kulturelle Aspekte (Bsp. Wohnungsangebot, Familienfreundlichkeit, Altersstruktur) betrachtet.



4. SCHRITT

ERARBEITUNG VON ALTERNATIVEN AUSPRÄGUNGEN

In diesem Arbeitsschritt widmeten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Frage: Wie könnten sich die von uns gemeinsam definierten Schlüsselfaktoren entwickeln? Dabei ging es nicht darum, jene Entwicklungen zu beschreiben, die wünschenswert oder positiv erscheinen. Es ging darum, aus einer neutralen Position heraus mögliche, deutlich voneinander abweichende Alternativen zu beschreiben: So könnte es sich entwickeln, aber auch anders. Im Verlaufe dieses Arbeitsschrittes beschrieben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für jeden Schlüsselfaktor unterschiedliche Ausprägungen.

SCHLÜSSELFAKTOR 1:

BEDARFSTRÄGER

Dieser Faktor beschreibt AkteurInnen & Branchen, die Räume der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte für sich beanspruchen.

In diesem Zusammenhang werden die zwölf Teilbereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihnen zugehörige bzw. sich synergetisch befruchtende AkteurInnen sowie die Art der Ausübung fokussiert.

A:

BEDARFSORIENTIERT, SITUATIV, OFFEN

- ▶ Hohe Flexibilität in der Zusammensetzung der Nutzer
- ▶ Wir sind offen für alles (Branche, Gewerbe, Hobby)
- ▶ Bedarfsorientiert, wir bilden den Bedarf in der Zusammensetzung ab
- ▶ Bedarfsorientiert
 - kann jeder Nutzer der 12 Branchen zum Zuge kommen
 - wird Raum an Produktion und Rezeption vergeben
 - wird an gewerbliche und geförderte Mieter vergeben

Die Raumvergabe orientiert sich am Bedarf

B:

KKW IN VOLLER BREITE ALS PROFIL („BREIT“)

- ▶ Jede Branche ist vertreten (MUSS) und erhält feste Kontingente
- ▶ Gleichverteilt
 - werden Nutzer aus den 12 Branchen eingeplant
 - wird Raum an Produktion und Rezeption vergeben
 - wird an gewerbliche und geförderte Mieter vergeben

Alles in voller Breite

C:

SCHWERPUNKTE MIT „SPITZEM“ PROFIL

- ▶ Fokussiert auf bestimmte Branchen, spitzes Profil
- ▶ Es kommt nicht jeder zum Zug, sondern wir besetzen nach unserem Profil
- ▶ Nutzer aus Potsdam und auch andere, aber nach klarem Profil
- ▶ Produktion vs. Rezeption: klar fokussiert
- ▶ Gewerbe vs. Amateur, geförderte Kunst wird im Profil festgelegt
- ▶ Das Profil regelt, wieviel etablierte und neugegründete Angebote abgebildet werden

Die Nutzung folgt einem klaren Profil

SCHLÜSSELFAKTOR 2:

DYNAMIK DES ÖKOSYSTEMS/SOZIO-ÖKOTOP

Dieser Faktor beschreibt die Offenheit und Entwicklungsmöglichkeiten (der Räume, Flächen, Nutzungsarten) und Funktionen der Kultur- und Kreativwirtschaft und der sich entwickelnden Bedarfe in Potsdams Mitte.

In diesem Zusammenhang rücken Synergien und Wechselwirkungen sozialer, organisatorischer und struktureller Art in den Fokus.

B:

KOOPERATION

- ▶ Zweckgemeinschaft
 - Pragmatisch
 - Punktuelle Zusammenarbeit (projektbezogen)
- ▶ Grundsätzlich: Jeder für sich
> kein Beteiligungszwang
- ▶ Synergien nutzen (freiwillig!)
- ▶ Netzwerk: „dynamisch“
- ▶ Offen nach außen

Zweck-WG

A:

KOLLEKTIV

- ▶ Ein Kollektiv
 - Jeder interagiert
 - Gemeinsame Verfolgung von Zielen
 - Hohe Toleranz
 - Hoher Verhandlungsbedarf + Zeitbedarf
- ▶ Dynamisch
- ▶ Gemeinsame Basis
- ▶ Hohe Identifikation

Alle für eine(n),
eine(r) für alle!

C:

SINGLE-HAUSHALT/ ROBINSON CRUSOE

- ▶ Einzelgänger, jeder ist für sich
 - anonym
 - Individuell
 - Unabhängig & autonom
 - Wenig Interaktion & Synergienutzung

Lonely Rider!

SCHLÜSSELFAKTOR 3:

RÄUMLICHES KONZEPT

Der Faktor beschreibt die qualitativen wie quantitativen Anforderungen an die bauliche Ausgestaltung von Räumlichkeiten im Hinblick auf unterschiedliche Nutzungsarten.

In diesem Zusammenhang ist die Anzahl der nutzenden Personen, genutzten Flächen, Raumgrößen und der unterschiedlichen Anforderungen (Bsp. zeitlich, Veranstaltungs- und Publikumsart) der Nutzungsarten zu berücksichtigen.

A:

UNENDLICHE MÖGLICHKEITEN

- ▶ Modulare Raumnutzung ("cubicles")
 - Räumlich & zeitlich flexibel vermietet
- ▶ Geeignet für „stille“ Gewerke
- ▶ Präsentation/ Publikumsverkehr nach Abstimmung möglich
 - Hoher Abstimmungs-Organisationsbedarf
- ▶ Flexibilität an Nutzern (Varianz in Zusammensetzung möglich/wahrscheinlich)

Immer wieder neu!

B:

MASSANZUG

- ▶ Hohe Ausbaudifferenzierung – Räume sind speziell auf bestimmte Nutzung ausgerichtet
- ▶ „starre“ Raumstruktur
 - Feste Nutzungsstruktur
- ▶ Ausstattungsgrad je nach speziellen Raumanforderungen

Passt mir
wie angegossen!

C:

BASICS

- ▶ Multifunktionale Nutzung
- ▶ Beispielsweise werden 3 verschiedene Raumgrößen angeboten
- ▶ Basic Ausstattung > Nutzerunabhängig & Anforderungsunabhängig
 - Mehrfachnutzung möglich
 - Nutzer stattet selbst aus

Selbst ist die /der Nutzer/in!

SCHLÜSSELFAKTOR 4:

BETREIBERMODELL

Dieser Faktor beschreibt unter Anderem den Grad der Selbstbestimmung und die Rechtsform des Betreibers des Standortes der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Rechtslage des Eigentums.

In diesem Zusammenhang stehen die Struktur, Organisation, Kontinuität und Selbstbestimmtheit im Mittelpunkt.

A:

GEWERBEIMMOBILIE

- ▶ Betreiber(*): vermietet & bewirtschaftet
- ▶ Investor: privat (fremder Dritter)
- ▶ Merkmale:
 - Zuverlässigkeit hinsichtlich Bau
 - Marktmiete
 - Klare Spielregeln (Vorgaben)
 - Risiko: kommerzieller Entscheidungscharakter

Unser Vermieter hat es in der Hand.

B:

SELBSTORGANISATION

- ▶ Betreiber(*): selbstorganisierte Nutzerstruktur z.B. Vereine, Genossenschaft
- ▶ Investor: Eigeninvestition der Nutzer (=Eigentümer)
- ▶ Merkmale:
 - Selbstbestimmt & -haftend
 - Kostenmiete
 - Selbstbestimmte Spielregeln
 - Risiko: Nutzerstruktur

Maximale Selbstbestimmung bei hohem Risiko

C:

STIFTUNG

- ▶ Betreiber(*): selbstorganisierte Nutzungsstruktur
- ▶ Investor: privat (z.B. Stiftung)
- ▶ Merkmale:
 - Nachhaltige, langfristige Entwicklung
 - Kostenmiete
 - Selbstbestimmte Spielregeln für Betrieb

Hoher Grad an Selbstbestimmung mit dauerhafter/nachhaltiger Sicherung des Standortes

D:

KOMMUNALES KKW-ZENTRUM

- ▶ Betreiber(*): LHP o.ä. mit Förderorientierung
- ▶ Investor: öffentlich z.B. LHP direkt oder kommunale Gesellschaft
- ▶ Merkmale:
 - Differenzierte Mieten (z.T. förderabhängig)
 - Risiko: politischer Wille

Wir werden zentral, im kommunalen Sinne entwickelt.

(*): Betreiber = Bewirtschafter, Investor investiert und ist Eigentümer

SCHLÜSSELFAKTOR 5:

HÖHE DER KOSTEN

Dieser Faktor beschreibt den Aufwand, der durch die Investition und künftige Nutzung zur Umsetzung der Bedarfe entsteht.

B:

STANDARDMODELL/ VW

- ▶ „basics“ alle vorhanden
 - Medien verlegt
 - Nutzer muss nur „einziehen“
 - Gemeinschaftsbereiche fertig bei Bezug

Gut & solide

A:

MINDESTANFORDERUNGEN/FAHRRAD

- ▶ Mindeststandards
 - Gesetzliche Standards eingehalten > nicht mehr, nicht weniger!
- ▶ Ziel: GÜNSTIG
- ▶ Minimale Ausstattung
- ▶ Günstige Materialien (Beispiel: schlichte Fassade)
- ▶ Plus Eigenleistung (wenn „mehr“ gewünscht)

Selber treten!
(Wenn man mag)

C:

LUXUS/MERCEDES

- ▶ Luxus- & Komfortvariante
- ▶ Hoher Ausstattungsgrad
- ▶ Sofort nutzbar
- ▶ Service included (Beispiel: Halbpension-Prinzip mit Security, Kaffee-Flat etc.)
- ▶ Inkl. „Dachterrasse“ (und/ oder andere bauliche „Annehmlichkeiten“)

Willkommen im
Schlaraffenland!

SCHLÜSSELFAKTOR 6:

BETEILIGUNGEN

Dieser Faktor beschreibt den sich entwickelnden politischen Prozess, um den Bedarf der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft umzusetzen.

In diesem Zusammenhang wird die Methodik, die zum benötigten politischen Willen führt (insbesondere die Beteiligung aller relevanten AkteurInnen, NutzerInnen und BedarfsträgerInnen), betrachtet.

A:

HOHE AKZEPTANZ DURCH LAUFENDE BETEILIGUNG

- ▶ Hohe Akzeptanz in der gesamten Gesellschaft
- ▶ Dauernde, langfristige Beteiligung aller Stakeholder an der Entwicklung
- ▶ Die regelmäßige Beteiligung der Nutzer und Stakeholder prägt die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte

Beteiligung als Prinzip

B:

KAISERTUM

- ▶ Kein, oder kaum Beteiligung
- ▶ Meinungsäußerung findet statt aber unverbindlich

Es wird durchregiert

SCHLÜSSELFAKTOR 7:

AUSSENWIRKUNGEN DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Dieser Faktor beschreibt den Grad der Wahrnehmung und Wirkung des Kultur- und Kreativstandortes in der Potsdamer Mitte.

In diesem Zusammenhang wird das Image des Standortes hinsichtlich baulicher und funktionaler Strukturen, der Angebotsvielfalt und der Anziehungskraft über die Stadt hinaus betrachtet.

A:

GEWERBESTANDARD KKW

- ▶ Unbekanntes, geschlossenes System für der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Gewerbefokus
- ▶ Wenig wahrnehmbar, fade
- ▶ Keine Wirkung außerhalb Potsdams
- ▶ Gastronomieanalogie: „Kantine“
- ▶ Kein Wohnen, nur Arbeiten

Niemand kennt uns –
hier wird fokussiert gearbeitet

B:

GEHEIMTIPP KKW

- ▶ KKW'ler wollen keine Standard-Touristen bzw. gar keine Touristen
- ▶ Große Talente, Experten die nur in internen Kreisen bekannt sind
- ▶ Exklusive Szene
- ▶ Inkubator, Startup, Garage
- ▶ Analogie: „Telegraphenberg“
- ▶ Gastronomieanalogie: „Stammkneipe“
- ▶ Wohnanalogie: Wohnen und Arbeiten unter einem Dach

Insider pilgern
nach Potsdam.

C:

INTERNATIONALES ZENTRUM FÜR (ZEITGENÖSSISCHE) KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

- ▶ Identitätsstiftend für die Stadt und den Tourismus
- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft Potsdam = Magnet
- ▶ Reputationsgewinn für Potsdam
- ▶ Großer Wirtschaftsfaktor für die Stadt
- ▶ Klare architektonische Strahlkraft/ Marke
- ▶ Gastronomieanalogie: „Starbucks“, Restaurants
- ▶ Wohnanalogie: Airbnb Lofts

Potsdam – die Stadt für
Kultur und Kreativerlebnisse

SCHLÜSSELFAKTOR 8:

IDENTITÄT

Dieser Faktor beschreibt die Identität des Standorts in Differenz zu Standorten in Potsdam.

In diesem Zusammenhang wird die Funktion des Standortes und der Umgang mit dem Genius Loci beschrieben.

B:

LEBENDIGES QUARTIER 24/7

- ▶ Kunst- und Kreativstandort in Verbindung mit Wohnen, Bildung etc.
- ▶ Heterogene Funktionen und Angebote am Standort
- ▶ 24/7 werden unterschiedliche Bedürfnisse bedient (belebt)
- ▶ Mix aus
 - Rückkehr zum historischen Stadtgrundriss
 - Neubauten für neue Angebote wo kein Denkmalschutz

Ein lebendiger und lebenswerter Standort

D:

HEUTIGE IDENTITÄT

- ▶ Bewahrung und Weiterentwicklung des Ortes und des Bestandes – Status Quo (Rechenzentrum und Quartier Potsdamer Mitte)
- ▶ Einbettung in die Diversität der Historie mit vielen Facetten/Gesichtern am Standort: Inspirierend und bildend, Kunst- und Kreativstandort
- ▶ Architektonischer Ausdruck des gebrochenen Erbes der Stadt
- ▶ Hybride Nutzungsmodelle + Baumodelle

Das Rechenzentrum ist der Eifelturm von morgen.

A:

LEBENDIGES QUARTIER MIT GESCHICHTSBEWUSSTSEIN

- ▶ Kunst- und Kreativstandort mit Wohnen, Bildung etc. und starken Historie Fokus (24/7 belebt)
- ▶ Erlebarmachen von Historie entlang aller Bedürfnisse des Alltags (heterogene Funktionen und Angebote am Standort)
- ▶ Gezielte Nutzung und Verstärkung der historischen Identität
- ▶ Berücksichtigung von Bestand und Geschichte bei Planung des Stadtgrundrisses und der Architektur

Unsere historische Identität ist für alle erlebbar.

C:

PRODUKTIONSSTANDORT

- ▶ Reiner Arbeits- und Produktionsstandort für Kultur- und Kreativwirtschaft
- ▶ Klarer Fokus auf KKW-Gewerbe und -Tourismus ohne Vermischung mit „Nicht-KKW Interessen“
- ▶ Geringes Potenzial für Interessenkonflikte auf dem Gelände

Kultur und Kreativität made in Potsdams Mitte

SCHLÜSSELFAKTOR 9:

STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT FÜR POTSDAM

Dieser Faktor beschreibt die Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Stadt Potsdam und insbesondere die Entwicklung des Stadtteils Stadtmitte.

In diesem Zusammenhang wird sowohl deren Relevanz in der Wirtschaft und Innovation als auch in der Stadtgesellschaft (Bsp. Identitätsstiftung, Querdenken, Konfliktlösung, neue Perspektiven) betrachtet.

A:

„TREIBER“ & VORREITER

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft ist größter Wirtschaftsfaktor Potsdams, sichtbar, spürbar und wichtiger gesellschaftlicher Faktor
- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft wirkt wahrnehmbar in der Stadt und ist Motor, Innovator, Steuerzahler
- ▶ Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert die „junge Stadt“,
- ▶ sie ist Magnet für junge Unternehmer
- ▶ Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist wirtschaftlich erfolgreich

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Motor in und für eine junge Stadt

B:

BIOTOP

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft ist kein relevanter bzw. nur ein kleiner Wirtschaftsfaktor
- ▶ Sie hat eine geringe gesellschaftliche Wirkung in der Breite

Anwesend,
aber klein

C:

KREATIVLABOR

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft steht nicht für seine wirtschaftliche Relevanz
- ▶ Ist von gesellschaftlich hoher Relevanz (viel Austausch, Begegnung...)
- ▶ Inklusiv, niederschwellig, eher Kulturförderung

Bildet die Breite der
Stadtgesellschaft ab

SCHLÜSSELFAKTOR 10:

ENTWICKLUNG STADTGESELLSCHAFT

Dieser Faktor beschreibt die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur in Potsdam.

In diesem Zusammenhang werden das quantitative und qualitative Wachstum ebenso wie damit einhergehende demografische und strukturelle, soziale und sozio-kulturelle Aspekte (Bsp. Wohnungsangebot, Familienfreundlichkeit, Altersstruktur) betrachtet.

A:

STADT ALS CAMPUS

- ▶ Potsdam ist die Stadt der Wissenschaft u. Forschung
- ▶ Viele Akademiker kommen dazu u./o. werden ausgebildet
- ▶ „Gründung“ ist typisch für das junge und kreative Potsdam
- ▶ „Experiment“, kritisches Denken und kreative Lösungen sind typisch und im Stadtbild erkennbar

Die Wissenschaft
prägt die Stadt

B:

GENTRIFIZIERTE STADT

- ▶ Wenig Diversität, elitär
- ▶ „weiter so, wie bisher“
- ▶ Besserverdienende dominieren
- ▶ Vieles ist etabliert u. dadurch starr
- ▶ Kreativität ist „unwichtig“
- ▶ Die „Ärmeren“ werden an den Rand gedrängt
- ▶ Wohnen steht im Vordergrund, nicht Arbeit

Das zweite
Berlin PrenzlBerg
bzw. Mitte

C:

DIE JUNGE DYNAMISCHE FAMILIENSTADT

- ▶ Die Stadt wächst besonders für und durch Familien & Förderung junger Leute
- ▶ Familie und Beruf ist lokal vereinbar
- ▶ Nachwuchs kann sich ausprobieren und wird gefördert
- ▶ Bezahlbare Wohnräume
- ▶ Viele lokale Arbeitsplätze, ziehen an ...
- ▶ Vielfalt an Angeboten

Die Familienstadt mit vielen lokalen
Entwicklungsmöglichkeiten

ZWISCHENSCHRITT ERARBEITUNG VON ROHSZENARIEN AUF BASIS DES PAARWEISEN VERGLEICHS

Setzt man die unterschiedlichen Ausprägungen zusammen, dann lassen sich komplette Geschichten erzählen. Allerdings passen die Ausprägungen nicht per se zusammen. Mitunter schließen sie einander sogar aus.

Ein Beispiel: Die Vorstellung, die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte würde als ein großes, solidarisches und selbstbestimmtes Kollektiv arbeiten, passt wenig zu der Vorstellung, dass es bei der Entwicklung und Bewirtschaftung des Standortes keine laufende Beteiligung gäbe. Andere Projektionen passen wieder gut zusammen: Eine von laufender Beteiligung der Nutzer geprägte Entwicklung und Bewirtschaftung des Standortes deckt sich mit der Vorstellung, dass sich dieser Standort bedarfsorientiert und offen entwickeln wird.

Nur zueinander passende Projektionen lassen sich zu Geschichten, die in sich stimmig sind und damit zu konsistenten Szenarien zusammensetzen. Um diese generieren zu können, wird jede einzelne Ausprägung mit allen anderen Ausprägungen in Beziehung gesetzt. Die sich daraus ergebenden rund 900 paarweisen Kombinationen von Aussagen werden bewertet. Von „sehr gut zueinander passend“ bis „absolut inkonsistent“ reicht die fünfstufige Skala der Bewertung. Reiht man nun jene Kombinationen anein-

ander, die sehr gut zueinander passen, ergeben sich verschiedene Szenarien, die in sich stimmig sind und mögliche Zukunftsbilder vermitteln.

Diesen Arbeitsschritt haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops nicht gemeinsam vollzogen. Die Erarbeitung der Rohszenarien haben die Moderatoren unter Nutzung einer speziellen Software übernommen. Im Interesse von Transparenz und Nachvollziehbarkeit haben sie sich mit Vertreterinnen und Vertretern der verschiedenen Interessengruppen getroffen, um die Arbeitsweise vorzustellen und die Bewertung nachvollziehbar zu machen.

Die inhaltliche Bewertung von einzelnen Ausprägungen der Rohszenarien führte dazu, dass Anpassungen vorgenommen werden konnten. Im Ergebnis dieses Arbeitsschrittes entstanden 4 alternative, in sich konsistente Zukunftsszenarien.



1

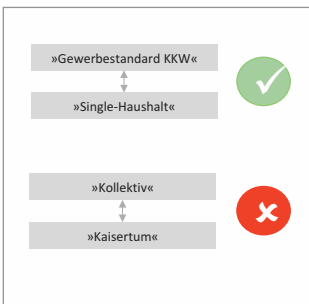


Abb. 1: Paarweiser Vergleich von Projektionen und Bewertung (Beispiel)

2

Schlüsselfaktor	Zukunftspiegelung	Konsistenzanalyse			
		1	2	3	4
Hohe der Kosten	Kommunales KKW Zentrum	2	4	4	3
	Mindestanforderungen/ Fahrrad	4	4	3	5
Beteiligungen	Generiepp KKW	5	4	3	5
	Internationales Zentrum für (zeitgenössische) KKW	3	4	5	4

Abb. 2: Übertragung der paarweisen Bewertungen in eine Matrix (Ausschnitt)

3

		1	2	3	4
Bedarfssträger	Bedarfsorientiert, situativ, offen	81	0	0	0
	KKW in voller Breite als Profil	16	19	100	0
Dynamik des	Schwerpunkt im Profil "Spitzer"	2	80	0	100
	Kollektiv	83	0	0	10
Räumliches	Kooperation	16	19	100	89
	Single-Haushalt/Robinson Crusoe	0	80	0	0
Maßanzug	Unenliche Möglichkeiten	22	65	0	23
	Basics	0	7	100	76
Betriebsmodell	Basics	77	26	0	0
	Geweremobile	0	73	0	0
Stiftung	Selbstorganisation	70	0	0	0
	Kommunales KKW Zentrum	16	7	33	100
Hohe der Kosten	Mindestanforderungen/ Fahrrad	12	19	88	0
	Standardmodell 'VV'	89	0	0	2
Beteiligungen	Standardmodell 'VV'	10	23	100	97
	Luxus/ Mercedes	0	76	0	0
Außenwirkungen	Hohe Akzeptanz durch laufende	100	0	100	100
	Kaisertum	0	100	0	0
Identität	Gewerbestandstand KKW	0	76	0	14
	Generiepp KKW	97	0	100	0
Stellung &	Internationales Zentrum für	2	23	0	85
	Geschichtsbewusstsein	14	0	0	45
Entwicklung	Lebendiges Quartier	18	0	83	0
	Produktionsstandort	0	100	0	54
Die Stadt als	Heutige Identität	66	0	16	0
	"Treiber" & Vorreiter	0	92	0	97
Die junge dynamische	Biotope	14	7	100	2
	Kreativlabor	85	0	0	0
Die Stadt als	Die Stadt als Campus	22	0	0	85
	Gentrifizierte Stadt	0	100	0	14
Die Stadt als	Die junge dynamische	77	0	100	0

Abb. 3: Konsistenzanalyse der Bewertungsergebnisse



5. SCHRITT

ANALYSE DER SZENARIEN UND IHRER AUSWIRKUNGEN

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops setzten sich mit den vier Szenarien auseinander. Dabei wurden alle einzelnen Formulierungen geschärft oder konkretisiert. In Gruppen gingen sie der Frage nach: Was muss passieren, damit dieses Szenario Realität wird? Im Plenum stellten die Gruppen die Ergebnisse ihrer Arbeit vor.

Teil der gemeinsamen Arbeit war es auch, die Wahrscheinlichkeit einzuschätzen, mit der die Szenarien eintreten könnten. Bei der gemeinsamen Einschätzung bestand für die jeweiligen Interessengruppen die Möglichkeit, ein Veto einzulegen. Es bedeutete: Wir sind nicht bereit, dieses Szenario weiter in Erwägung zu ziehen.



DIE VIER SZENARIEN IM ÜBERBLICK

SZENARIO 1: SELBSTBESTIMMT & OFFEN

- Hohe Flexibilität in der Zusammensetzung der Nutzenden
- Gesellschaftliche Relevanz steht hier vor der wirtschaftlichen Relevanz
- Dynamik des Ökosystems basiert auf einer selbstorganisierten Nutzungsstruktur
- Die Nutzenden sind die Eigentümer und damit Raumunternehmer
- Bewahrung und Weiterentwicklung des Standorts
- Selbstbestimmtes und eigenverantwortliches Handeln
- dynamisch aber nicht planbar, unbeständig
- simple, funktionale Räume
- Es werden Orte für Begegnung und Austausch geschaffen

SZENARIO 2: HIGHLINE

- Spezifisches Profil mit Gewerbefokus: Kein Wohnen, nur Arbeiten
- Klare kreativ-wirtschaftliche Orientierung mit wichtiger wirtschaftlicher Bedeutung für Potsdam
- Unabhängige Innovatoren, die zusammenarbeiten, wenn es Synergieeffekte birgt
- Nutzende zahlen Marktmieten, diese können hoch sein, bieten aber Zuverlässigkeit für die Mietenden
- Privatinvestoren besitzen/errichten und professionelle Betreiber koordinieren und bewirtschaften
- Ruhe und Fokus auf Arbeit durch Betreiber oder auch Raumkriterien gewährleistet
- Rundum-Sorglos-Paket für Nutzende

SZENARIO 3: MULTI KREATIVE GEMEINSCHAFT

- Alle Branchen sind in der KKW vertreten (Neugierig auf Synergien)
- Lebendiges Quartier für die ganze Stadt (24/7)
- KKW ist kommunal konzipiert, geplant und betrieben und wird politisch durch Förderbindungen gesteuert
- Geheimtipp; nur innerhalb der Branche international relevant
- Nutzende arbeiten punktuell durch Netzwerkbildung zusammen und schließen sich zu einem Nutzerverein zusammen
- Räume geplant für viele Ansprüche, basic ausgestattet aber funktionell spezifisch und können durch Mieter ergänzt werden

SZENARIO 4: KREATIV QUARTIER³

- Ein spezifisches Profil gibt vor, wer die Nutzenden sind; professionelle und erwerbsorientierte Nutzungen stehen im Fokus
- Aus dem Profil ergeben sich überregionale Relevanz und der hohe Bekanntheitsgrad
- KKW ist bedeutender Wirtschaftsfaktor Potsdams, sichtbar, spürbar und ein wichtiger gesellschaftlicher Faktor
- Der Standort ist ein Mix aus lebendigem Quartier und starkem Produktionsstandort, prägt ergänzend die Achse Alter Markt – Neuer Markt – Standort Kultur- und Kreativwirtschaft / Plantage, KKW belebt (24/7) den Standort und ist bestimmend für seine Identität
- Gemeinwohlorientierte Immobilienentwicklung, ggf. Stiftung(en) ist (sind) Investor(en)
- Betrieb durch selbstorganisierte Nutzerstruktur
- definiertes Raumkonzept mit einem Anteil hochflexibler Nutzungsmöglichkeiten
- Kontinuierlicher Entwicklungsdiallog aller Stakeholder

SZENARIO 1

SELBSTBESTIMMT UND OFFEN

PROJEKTIONEN, AUS DENEN SICH DIESES SZENARIO ERGIBT:

NUTZER UND KUNDEN

■ **BEDARFSTRÄGER:** BEDARFSORIENTIERT, SITUATIV, OFFEN

- ▶ Hohe Flexibilität in der Zusammensetzung der Nutzer
- ▶ Wir sind offen für alles (Branche, Gewerbe, Hobby)
- ▶ Bedarfsorientiert, wir bilden den Bedarf in der Zusammensetzung ab
- ▶ Bedarfsorientiert
 - kann jeder Nutzer der 12 Branchen zum Zuge kommen
 - wird Raum an Produktion und Rezeption vergeben
 - wird an gewerbliche und geförderte Mieter vergeben

Die Raumvergabe orientiert sich am Bedarf

■ **AUSENWIRKUNGEN DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT:** GEHEIMTIPP KKW

- ▶ KKW'ler wollen keine Standard-Touristen bzw. gar keine Touristen
- ▶ Große Talente, Experten, die nur in internen Kreisen bekannt sind
- ▶ Exklusive Szene
- ▶ Inkubator, Startup, Garage
- ▶ Analogie: „Telegraphenberg“
- ▶ Gastronomieanalogie: „Stammkneipe“
- ▶ Wohnanalogie: Wohnen und Arbeiten unter einem Dach

Insider pilgern nach Potsdam.

ALLTAG

■ **DYNAMIK DES ÖKOSYSTEMS/SOZIO-ÖKOTOP:** KOLLEKTIV

- ▶ Ein Kollektiv
 - Jeder interagiert
 - Gemeinsame Verfolgung von Zielen
 - Hohe Toleranz
 - Hoher Verhandlungsbedarf + Zeitbedarf
- ▶ Dynamisch
- ▶ Gemeinsame Basis
- ▶ Hohe Identifikation

Alle für eine(n), eine(r) für alle!

■ **BETREIBERMODELL:** SELBSTORGANISATION

- ▶ Betreiber: selbstorganisierte Nutzerstruktur z.B. Vereine, Genossenschaft
- ▶ Investor: Eigeninvestition der Nutzer (=Eigentümer)
- ▶ Merkmale:
 - Selbstbestimmt & -haftend
 - Kostenmiete
 - Selbstbestimmte Spielregeln
 - Risiko: Nutzerstruktur

Maximale Selbstbestimmung bei hohem Risiko

UMSETZUNG

■ **RÄUMLICHES KONZEPT:** BASICS

- ▶ Multifunktionale Nutzung
- ▶ Beispielsweise werden 3 verschiedene Raumgrößen angeboten
- ▶ Basic Ausstattung > Nutzerunabhängig & Anforderungsunabhängig
 - Mehrfachnutzung möglich
 - Nutzer stattet selbst aus

Selbst ist die/der Nutzer/in!

■ **HÖHE DER KOSTEN:** MINDESTANFORDERUNGEN/FAHRRAD

- ▶ Mindeststandards
 - Gesetzliche Standards eingehalten > nicht mehr, nicht weniger!
- ▶ Ziel: GÜNSTIG
- ▶ Minimale Ausstattung
- ▶ Günstige Materialien (Beispiel: schlichte Fassade)
- ▶ Plus Eigenleistung (wenn „mehr“ gewünscht)

Selber treten! (Wenn man mag)

■ **STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT FÜR POTSDAM: KREATIVLABOR**

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft steht nicht für seine wirtschaftliche Relevanz
- ▶ Ist von gesellschaftlich hoher Relevanz (viel Austausch, Begegnung...)
- ▶ Inklusiv, niederschwellig, eher Kulturförderung

Bildet die Breite der Stadtgesellschaft ab

■ **ENTWICKLUNG STADTGESELLSCHAFT: DIE JUNGE DYNAMISCHE FAMILIENSTADT**

- ▶ Die Stadt wächst besonders für und durch Familien & Förderung junger Leute
- ▶ Familie und Beruf ist lokal vereinbar
- ▶ Nachwuchs kann sich ausprobieren und wird gefördert
- ▶ Bezahlbare Wohnräume
- ▶ Viele lokale Arbeitsplätze, ziehen an ...
- ▶ Vielfalt an Angeboten

Die Familienstadt mit vielen lokalen Entwicklungsmöglichkeiten

■ **IDENTITÄT: HEUTIGE IDENTITÄT**

- ▶ Bewahrung und Weiterentwicklung des Ortes und des Bestandes – Status Quo (Rechenzentrum und Quartier Potsdamer Mitte)
- ▶ Einbettung in die Diversität der Historie mit vielen Facetten/ Gesichtern am Standort: Inspirierend und bildend, Kunst- und Kreativstandort
- ▶ Architektonischer Ausdruck des gebrochenen Erbes der Stadt
- ▶ Hybride Nutzungsmodelle + Baumodelle

Das Rechenzentrum ist der Eifelturm von morgen.

■ **BETEILIGUNGEN: HOHE AKZEPTANZ DURCH LAUFENDE BETEILIGUNG**

- ▶ Hohe Akzeptanz in der gesamten Gesellschaft
- ▶ Dauernde, langfristige Beteiligung aller Stakeholder an der Entwicklung
- ▶ Die regelmäßige Beteiligung der Nutzer und Stakeholder prägt die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte

Beteiligung als Prinzip

SZENARIO 1

SELBSTBESTIMMT UND OFFEN

ZUSAMMENFASSENDER BESCHREIBUNG DES SZENARIOS

NUTZER UND KUNDEN

Jeder ist Nutzer und Kunde: Künstler, Gewerbetreibende, Kinder, Familien etc. Deswegen bestimmen eine hohe Flexibilität die Zusammensetzung der Nutzer und die Offenheit für alle(s) (Branche, Gewerbe, Hobby) die bedarfsorientierte Zusammensetzung der KKW in Potsdams Mitte.

Familie und Beruf sind vereinbar und der „Nachwuchs“ kann sich ausprobieren durch die große Vielfalt von Angeboten. Die KKW legt ihren Fokus auf die eigene Arbeit und nicht auf den Tourismus. Es handelt sich um eine lokale Szene mit „Garagenflair“. Die gesellschaftliche Relevanz steht hier vor der wirtschaftlichen Relevanz. Der Standort ist ein Labor, eine Werkstatt, ein Platz zum Wachsen und ein Ort zum sich ausprobieren. Auch nicht-Geld-abhängige Tätigkeiten finden hier statt.

ALLTAG

Die Dynamik des Ökosystems basiert auf einer selbstorganisierten Nutzungsstruktur. Die Nutzenden sind die Eigentümer und damit Raumunternehmer. Jeder interagiert und unterstützt sich gegenseitig in der Verfolgung der jeweiligen Ziele. Die Nutzungsstruktur kümmert sich um die Koordination, die hohen Verhandlungsbedarfe und intensive Zeitaufwände hat. Dadurch identifizieren sich die Mitglieder stark mit allen Aktivitäten. Die Nutzungsstruktur birgt aber auch Risiken in Bezug auf Räume, Mieten und Entscheidungen. Die Identität der Nutzerstruktur des heutigen Kreativ-Standorts ist weiterhin Kern der Identität. Bewahrung und Weiterentwicklung des Standorts, sowie die Diversität der Historie und „Ablesbarkeit“ (gebrochenes Erbe) der Stadtgeschichte stehen im Fokus.

UMSETZUNG

Die Vielfalt an Nutzern und die Dynamik verändernder Bedarfe wird durch simple, aber flexible Räume ermöglicht. Diese sind multifunktional von unterschiedlichsten NutzerInnen an die spezifischen Anforderungen angepasst. Das deckt sich mit den Investitionen, die auf günstige Standards ausgerichtet sind. Extrawünsche werden durch NutzerInnen ausgeführt. Das Gesamtsystem und die Entwicklung der KKW in der Potsdamer Mitte werden durch eine langfristige inhaltliche Beteiligung aller Stakeholder an der Entwicklung der KKW gewährleistet. Orte für Begegnung und Austausch werden geschaffen.

BEWERTUNG DURCH DIE TEILNEHMER

Bewertet wurde die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Szenario eintreten könnte.

Sehr wahrscheinlich	Keine Einschätzung	Unwahrscheinlich
11	3	8

WAS MUSS PASSIEREN, DAMIT DIESES SZENARIO REALITÄT WIRD?

NUTZER UND KUNDEN		ALLTAG		UMSETZUNG	
Bedarfsträger	Situativ und offen	Dynamik des Ökosystems/ Sozio-ökotop	Kollektiv – Konzept und (Rechts-) Form für Eigenbetrieb + selbstorganisierte Nutzungsstruktur finden	Räumliches Konzept	Basics – Offen in Größe, Ausgestaltung + Kubatur – Fläche dafür muss da sein <-> politischer Wille dies zu unterstützen
Außenwirkung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft	Geheimtipp KKW	Betreibermodell	Selbstorganisation – z.B. Nutzer als Investoren und Raumunternehmer Eigenkapital und Betreiber > Form dafür finden (politischer Wille, dies zu tun)	Höhe der Kosten	Mindestanforderungen / Fahrrad – Bevorzugte Überlassung der Fläche <-> politischer Wille / Drittmittel / Finanzierungskonzept
Stellung und Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Potsdam	Kreativlabor				
Entwicklung der Stadtgesellschaft	Die junge dynamische Familienstadt – Genügend bezahlbarer Wohnraum, Jobs, Schulen, Kitas etc., Gentrifizierung vorbeugen, Studentenstadt	Identität	Heutige Identität – Ununterbrochene Nutzung durch KKW in der Potsdamer Mitte	Beteiligungen	Hohe Akzeptanz durch laufende Beteiligung – Angebote dafür muss es geben: inhaltlich, räumlich, zeitlich Änderung B-Plan

SZENARIO 2

HIGHLIGHTS

PROJEKTIONEN, AUS DENEN SICH DIESES SZENARIO ERGIBT:

NUTZER UND KUNDEN

■ **BEDARFSTRÄGER:** SCHWERPUNKTE MIT „SPITZEM“ PROFIL

- ▶ Fokussiert auf bestimmte Branchen, spitzes Profil
- ▶ Es kommt nicht jeder zum Zug, sondern wir besetzen nach unserem Profil
- ▶ Nutzer aus Potsdam und auch andere, aber nach klarem Profil
- ▶ Produktion vs. Rezeption: klar fokussiert
- ▶ Gewerbe vs. Amateur, geförderte Kunst wird im Profil festgelegt
- ▶ Das Profil regelt, wieviel etablierte und neugegründete Angebote abgebildet werden

Die Nutzung folgt einem klaren Profil

■ **AUSSENWIRKUNGEN DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT:**

GEWERBESTANDARD KKW

- ▶ Geschlossenes System für Kultur- und Kreativwirtschaft mit Gewerbefokus

INTERNATIONALES ZENTRUM FÜR (ZEITGENÖSSISCHE) KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

- ▶ Identitätsstiftend für die Stadt und den Tourismus
- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft Potsdam = Magnet
- ▶ Reputationsgewinn für Potsdam
- ▶ Großer Wirtschaftsfaktor für die Stadt
- ▶ Klare architektonische Strahlkraft/ Marke
- ▶ Gastronomieanalogie: „Starbucks“, Restaurants
- ▶ Wohnanalogie: Airbnb Lofts

Potsdam – die Stadt für Kultur und Kreativerlebnisse

ALLTAG

■ **DYNAMIK DES ÖKOSYSTEMS/SOZIO-ÖKOTOP:** SINGLE-HAUSHALT/ ROBINSON CRUSOE

- ▶ Einzelgänger, jeder ist für sich
 - anonym
 - Individuell
 - Unabhängig & autonom
 - Wenig Interaktion & Synergienutzung

Lonely Rider!

■ **BETREIBERMODELL:** GEWERBEIMMOBILIE

- ▶ Betreiber: vermietet & bewirtschaftet
- ▶ Investor: privat (fremder Dritter)
- ▶ Merkmale:
 - Zuverlässigkeit hinsichtlich Bau
 - Marktmiete
 - Klare Spielregeln (Vorgaben)
 - Risiko: kommerzieller Entscheidungscharakter

Unser Vermieter hat es in der Hand

UMSETZUNG

■ **RÄUMLICHES KONZEPT:** UNENDLICHE MÖGLICHKEITEN

- ▶ Modulare Raumnutzung („cubicles“)
 - Räumlich & zeitlich flexibel vermietet
- ▶ Geeignet für „stille“ Gewerke
- ▶ Präsentation/ Publikumsverkehr nach Abstimmung möglich
 - Hoher Abstimmungs-Organisationsbedarf
- ▶ Flexibilität an Nutzern (Varianz in Zusammensetzung möglich/wahrscheinlich)

Immer wieder neu!

■ **HÖHE DER KOSTEN:** LUXUS/MERCEDES

- ▶ Luxus- & Komfortvariante
- ▶ Hoher Ausstattungsgrad
- ▶ Sofort nutzbar
- ▶ Service included (Beispiel: Halbpension-Prinzip mit Security, Kaffee-Flat etc.)
- ▶ Inkl. „Dachterrasse“ (und/oder andere bauliche „Annehmlichkeiten“)

Willkommen im Schlaraffenland!

■ **STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT FÜR POTSDAM: TREIBER & VORREITER**

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft ist wichtiger Wirtschaftsfaktor Potsdams, sichtbar, spürbar und wichtiger gesellschaftlicher Faktor
- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft wirkt wahrnehmbar in der Stadt und ist Motor, Innovator, Steuerzahler
- ▶ Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert die „junge Stadt“,
- ▶ sie ist Magnet für junge Unternehmer
- ▶ Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist wirtschaftlich erfolgreich

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Motor in und für eine junge Stadt

■ **ENTWICKLUNG STADTGESELLSCHAFT: GENTRIFIZIERTE STADT**

- ▶ Wenig Diversität, elitär
- ▶ „weiter so, wie bisher“
- ▶ Besserverdienende dominieren
- ▶ Vieles ist etabliert u. dadurch starr
- ▶ Kreativität ist „unwichtig“
- ▶ Die „Ärmeren“ werden an den Rand gedrängt
- ▶ Wohnen steht im Vordergrund, nicht Arbeit

Das zweite Berlin Prenzlberg bzw. Mitte

■ **IDENTITÄT: PRODUKTIONSSTANDORT**

- ▶ Reiner Arbeits- und Produktionsstandort für Kultur- und Kreativwirtschaft
- ▶ Klarer Fokus auf KKW-Gewerbe und -Tourismus ohne Vermischung mit „Nicht-KKW Interessen“
- ▶ Geringes Potenzial für Interessenkonflikte auf dem Gelände

Kultur und Kreativität made in Potsdams Mitte

■ **BETEILIGUNGEN: KAISERTUM**

- ▶ Kein, oder kaum Beteiligung
- ▶ Meinungsäußerung findet statt, aber unverbindlich

Es wird durchregiert

SZENARIO 2

HIGHLIGHTS

ZUSAMMENFASSENDE BESCHREIBUNG DES SZENARIOS

NUTZER UND KUNDEN

Der Standort hat ein spezifisches Profil mit Fokus auf spezifischen Nutzern. Es gibt eine klare kreativ-wirtschaftliche Orientierung. Die KKW ist nicht weit bekannt und stark fokussiert auf erfolgreiches Gewerbe. Sie ist von tragender und wichtiger wirtschaftlicher Bedeutung für Potsdam. Sie ist Innovator und Motor für die Stadt und fördert junge Unternehmer. Etablierte und Startups arbeiten gemeinsam. Durch die eher elitäre und erfolgreiche Gemeinschaft werden diese durch Erfahrungsaustausche und ein starkes, fokussiertes Netzwerk gefördert. Zielgruppe: gehobenes, exklusives Luxussegment. Der Standort fokussiert sich auf Arbeiten, kein Wohnen

ALLTAG

Die Nutzer sind Experten auf ihrem Gebiet und benötigen speziellen Support anderer – sie sind unabhängig und autonom. Sie zahlen Marktmieten. Diese Marktmieten geben klare Spielregeln vor, können hoch sein, bieten den Mietern aber eine hohe Zuverlässigkeit. Die zentrale Handhabung sorgt für Kontinuität. Eine klare, zentrale Entscheidungsinstanz ermöglicht schnelle, unkomplizierte Entscheidungen für sämtliche Problemstellungen. Es handelt sich um einen klaren „Produktionsstandort“. Das führt zu geringen Interessenkonflikten im KKW.

UMSETZUNG

Ein modulares Raumkonzept gibt unendliche Möglichkeiten zur Nutzung von Räumen. Das eignet sich für spezifische „stille“ Gewerbe. Der Fokus liegt auf spezifischen, best-in-class Raumkonzepten, Technologien etc. Diese moderne Ausstattung ermöglicht den Experten und jungen Unternehmern in ihrem Gewerbe beste Ergebnisse. Die Räume werden als Rundum-Sorglos-Pakete angeboten inkl. Sicherheit und Verpflegungsoptionen.

BEWERTUNG DURCH DIE TEILNEHMER

Bewertet wurde die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Szenario eintreten könnte.

Sehr wahrscheinlich	Keine Einschätzung	Unwahrscheinlich
10	7	2

Die Vertreter und Vertreterinnen der Kultur- und Kreativwirtschaft erklärten mittels eines Vetos ihre grundsätzliche Ablehnung dieses Szenarios.

WAS MUSS PASSIEREN, DAMIT DIESES SZENARIO REALITÄT WIRD?

NUTZER UND KUNDEN		ALLTAG		UMSETZUNG	
Bedarfsträger	Schwerpunkt mit „spitzem“ Profil Potential-Marktanalyse, Fokussierung auf kleinere Gruppe	Dynamik des Ökosystems/ Sozio-ökotop	Singlehaushalte Autonome Nutzer, ökonomische Kooperationen	Räumliches Konzept	Unendliche Möglichkeiten Maximale Anforderung der individuellen Nutzer
Außenwirkung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft	Gewerbestandard KKW + internationales Zentrum professionelles Marketing (Betreiber), offene Architektur, muss „hype“	Betreibermodell	Gewerbeimmobilie finanzkräftiger Investor, Betreiber der koordiniert	Höhe der Kosten	Mercedes Marktmiete
Stellung und Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Potsdam	„Treiber“ & Vorreiter Bekannte und wirtschaftlich erfolgreiche Nutzungen mit hohem Personal- und Dienstleistungsstandard				
Entwicklung der Stadtgesellschaft	Gentrifizierte Stadt	Identität	Produktionsstandort	Beteiligungen	Kaisertum Vertragsmanagement

SZENARIO 3

MULTI KREATIVE GEMEINSCHAFT

PROJEKTIONEN, AUS DENEN SICH DIESES SZENARIO ERGIBT:

NUTZER UND KUNDEN

■ BEDARFSTRÄGER: KKW IN VOLLER BREITE ALS PROFIL („BREIT“)

- ▶ Jede Branche ist vertreten (MUSS) und erhält feste Kontingente
- ▶ Gleichverteilt
 - werden Nutzer aus den 12 Branchen eingeplant
 - wird Raum an Produktion und Rezeption vergeben
 - wird an gewerbliche und geförderte Mieter vergeben

Alles in voller Breite

■ AUSSENWIRKUNGEN DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT: GEHEIMTIPP KKW

- ▶ KKW'ler wollen keine Standard-Touristen bzw. gar keine Touristen
- ▶ Große Talente, Experten, die nur in internen Kreisen bekannt sind
- ▶ Exklusive Szene
- ▶ Inkubator, Startup, Garage
- ▶ Analogie: „Telegraphenberg“
- ▶ Gastronomieanalogie: „Stammkneipe“
- ▶ Wohnanalogie: Wohnen und Arbeiten unter einem Dach

Insider pilgern nach Potsdam

ALLTAG

■ DYNAMIK DES ÖKOSYSTEMS/SOZIO-ÖKOTOP: KOOPERATION

- ▶ Zweckgemeinschaft
 - Pragmatisch
 - Punktuelle Zusammenarbeit (projektbezogen)
- ▶ Grundsätzlich: Jeder für sich > kein Beteiligungszwang
- ▶ Synergien nutzen (freiwillig!)
- ▶ Netzwerk: „dynamisch“
- ▶ Offen nach außen

Zweck-WG

■ BETREIBERMODELL: KOMMUNALES KKW-ZENTRUM

- ▶ Betreiber: LHP o.ä. mit Förderorientierung
- ▶ Investor: öffentlich z.B. LHP direkt oder kommunale Gesellschaft
- ▶ Merkmale:
 - Differenzierte Mieten (z.T. förderabhängig)
 - Risiko: politischer Wille

Wir werden zentral, im kommunalen Sinne entwickelt

UMSETZUNG

■ RÄUMLICHES KONZEPT: MASSANZUG

- ▶ Hohe Ausbaudifferenzierung „Räume sind speziell auf bestimmte Nutzung ausgerichtet
- ▶ „starre“ Raumstruktur
 - Feste Nutzungsstruktur
- ▶ Ausstattungsgrad je nach speziellen Raumanforderungen

Passt mir wie angegossen!

■ HÖHE DER KOSTEN: STANDARDMODELL / VW

- ▶ „basics“ alle vorhanden
 - Medien verlegt
 - Nutzer muss nur „einziehen“
 - Gemeinschaftsbereiche fertig bei Bezug

Gut & solide

■ **STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT FÜR POTSDAM: BIOTOP**

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft ist kein relevanter bzw. nur ein kleiner Wirtschaftsfaktor
- ▶ Sie hat eine geringe gesellschaftliche Wirkung in der Breite

Anwesend, aber klein

■ **ENTWICKLUNG STADTGESELLSCHAFT: DIE JUNGE DYNAMISCHE FAMILIENSTADT**

- ▶ Die Stadt wächst besonders für und durch Familien & Förderung junger Leute
- ▶ Familie und Beruf ist lokal vereinbar
- ▶ Nachwuchs kann sich ausprobieren und wird gefördert
- ▶ Bezahlbare Wohnräume
- ▶ Viele lokale Arbeitsplätze, ziehen an....
- ▶ Vielfalt an Angeboten

Die Familienstadt mit vielen lokalen Entwicklungsmöglichkeiten

■ **IDENTITÄT: LEBENDIGES QUARTIER 24/7**

- ▶ Kunst- und Kreativstandort in Verbindung mit Wohnen, Bildung etc.
- ▶ Heterogene Funktionen und Angebote am Standort
- ▶ 24/7 werden unterschiedliche Bedürfnisse bedient (belebt)
- ▶ Mix aus
 - Rückkehr zum historischen Stadtgrundriss
 - Neubauten für neue Angebote wo kein Denkmalschutz

Ein lebendiger und lebenswerter Standort

■ **BETEILIGUNGEN: HOHE AKZEPTANZ DURCH LAUFENDE BETEILIGUNG**

- ▶ Hohe Akzeptanz in der gesamten Gesellschaft
- ▶ Dauernde, langfristige Beteiligung aller Stakeholder an der Entwicklung
- ▶ Die regelmäßige Beteiligung der Nutzer und Stakeholder prägt die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte

Beteiligung als Prinzip

SZENARIO 3

MULTI KREATIVE GEMEINSCHAFT

ZUSAMMENFASSENDE BESCHREIBUNG DES SZENARIOS

NUTZER UND KUNDEN

- Alle Branchen vertreten (Neugierig auf Synergien) / Teilkontingente „Mindestkontigent“
- Standort ist Geheimtipp / für die Stadt, aus der Stadt Studienabgänger finden Platz oder Jobs/Startup Inkubator / Nachwuchsförderung → lokal orientiert
- Quartier 24/7 bespielt
- „Artist in Residence“?

ALLTAG

- Kommunal konzipiert, geplant und betrieben
- Politisch gesteuert durch Förderbindungen
- Nachwuchs, Startup, Nutzer, Marktwert bestimmen
- Hoher politischer + administrativer Steuerungsaufwand sichert aber auch hohe Beteiligung
- Nutzer arbeiten punktuell durch Netzwerkbildung zusammen und schließen sich zu einem Nutzerverein zusammen, Ansprechpartner des Eigentümers ist ein Standortmanagement.

UMSETZUNG

- Räume geplant für viele Ansprüche
 - Raumtypen für Nutzergruppen
 - Basic ausgestattet aber funktionell spezifisch → ergänzt durch Mieter
 - Gemeinschaftsmieten werden zur Verfügung gestellt → gemeinsame Präsentation / Schaufenster

BEWERTUNG DURCH DIE TEILNEHMER

Bewertet wurde die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Szenario eintreten könnte.

Sehr wahrscheinlich	Keine Einschätzung	Unwahrscheinlich
13	6	4

WAS MUSS PASSIEREN, DAMIT DIESES SZENARIO REALITÄT WIRD?

NUTZER UND KUNDEN		ALLTAG		UMSETZUNG	
Bedarfsträger	KKW in voller Breite als Profil Strategische Ausrichtung – Konzept, Bedarfsanalyse, Belegungskonzept	Dynamik des Ökosystems/ Sozio-ökotop	Kooperation SVV-Beschluss, Organisationsform, Fördermodell, Kontrakte Haushaltsmittel	Räumliches Konzept	Maßanzug
Außenwirkung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft	Geheimtipp KKW Planungsgruppe: LHP, Politik, Nutzer Sanierungsträger, Beteiligungsgremium	Betreibermodell	Kommunales KKW Zentrum z.B. öffentliche / kommunale Investitionen	Höhe der Kosten	Standardmodell
Stellung und Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Potsdam	Biotop				
Entwicklung der Stadtgesellschaft	Die junge dynamische Familienstadt	Identität	Lebendiges Quartier 24/7	Beteiligungen	Hohe Akzeptanz durch laufende Beteiligung

SZENARIO 4

KREATIV QUARTIER³

PROJEKTIONEN, AUS DENEN SICH DIESES SZENARIO ERGIBT:

NUTZER UND KUNDEN

■ BEDARFSTRÄGER: SCHWERPUNKTE MIT „SPITZEM“ PROFIL

- ▶ Fokussiert auf bestimmte Branchen, spitzes Profil
- ▶ Es kommt nicht jeder zum Zug, sondern wir besetzen nach unserem Profil
- ▶ Nutzer aus Potsdam und auch andere, aber nach klarem Profil
- ▶ Produktion vs. Rezeption: klar fokussiert
- ▶ Gewerbe vs. Amateur, geförderte Kunst wird im Profil festgelegt
- ▶ Das Profil regelt, wieviel etablierte und neugegründete Angebote abgebildet werden

Die Nutzung folgt einem klaren Profil

■ AUSSENWIRKUNGEN DER POTSDAMER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT: INTERNATIONALES ZENTRUM FÜR (ZEITGENÖSSISCHE) KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

- ▶ Identitätsstiftend für die Stadt und den Tourismus
- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft Potsdam = Magnet
- ▶ Reputationsgewinn für Potsdam
- ▶ Großer Wirtschaftsfaktor für die Stadt
- ▶ Klare architektonische Strahlkraft/ Marke
- ▶ Gastronomieanalogie: „Starbucks“, Restaurants
- ▶ Wohnanalogie: Airbnb Lofts

Potsdam – die Stadt für Kultur und Kreativerlebnisse

ALLTAG

■ DYNAMIK DES ÖKOSYSTEMS/SOZIO-ÖKOTOP: KOOPERATION

- ▶ Zweckgemeinschaft
 - Pragmatisch
 - Punktuelle Zusammenarbeit (projektbezogen)
- ▶ Grundsätzlich: Jeder für sich > kein Beteiligungszwang
- ▶ Synergien nutzen (freiwillig!)
- ▶ Netzwerk: „dynamisch“
- ▶ Offen nach außen

Zweck-WG

■ BETREIBERMODELL: STIFTUNG

- ▶ Betreibe: selbstorganisierte Nutzerstruktur
- ▶ Investor: privat (z.B. Stiftung)
- ▶ Merkmale:
 - Nachhaltige, langfristige Entwicklung
 - Kostenmiete
 - Selbstbestimmte Spielregeln für Betrieb

Hoher Grad an Selbstbestimmung mit dauerhafter/nachhaltiger Sicherung des Standortes

UMSETZUNG

■ RÄUMLICHES KONZEPT: MASSANZUG

- ▶ Hohe Ausbaudifferenzierung „Räume sind speziell auf bestimmte Nutzung ausgerichtet
- ▶ „starre“ Raumstruktur
 - Feste Nutzungsstruktur
- ▶ Ausstattungsgrad je nach speziellen Raumanforderungen

Passt mir wie angegossen!

■ HÖHE DER KOSTEN: STANDARDMODELL/ VW

- ▶ „basics“ alle vorhanden
 - Medien verlegt
 - Nutzer muss nur „einziehen“
 - Gemeinschaftsbereiche fertig bei Bezug

Gut & solide

■ **STELLUNG & BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT FÜR POTSDAM: TREIBER & VORREITER**

- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft ist wichtiger Wirtschaftsfaktor Potsdams, sichtbar, spürbar und wichtiger gesellschaftlicher Faktor
- ▶ Kultur- und Kreativwirtschaft wirkt wahrnehmbar in der Stadt und ist Motor, Innovator, Steuerzahler
- ▶ Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert die „junge Stadt“,
- ▶ sie ist Magnet für junge Unternehmer
- ▶ Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist wirtschaftlich erfolgreich

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Motor in und für eine junge Stadt

■ **ENTWICKLUNG STADTGESELLSCHAFT: STADT ALS CAMPUS**

- ▶ Potsdam ist die Stadt der Wissenschaft u. Forschung
- ▶ Viele Akademiker kommen dazu u./o. werden ausgebildet
- ▶ „Gründung“ ist typisch für das junge und kreative Potsdam
- ▶ „Experiment“, kritisches Denken und kreative Lösungen sind typisch und im Stadtbild erkennbar

Die Wissenschaft prägt die Stadt

■ **IDENTITÄT: LEBENDIGES QUARTIER MIT GESCHICHTSBEWUSSTSEIN**

- ▶ Kunst- und Kreativstandort mit Wohnen, Bildung etc. und starken Historie Fokus (24/7 belebt)
- ▶ Erlebarmachen von Historie entlang aller Bedürfnisse des Alltags (heterogene Funktionen und Angebote am Standort)
- ▶ Gezielte Nutzung und Verstärkung der historischen Identität
- ▶ Berücksichtigung von Bestand und Geschichte bei Planung des Stadtgrundrisses und der Architektur

Unsere historische Identität ist für alle erlebbar.

■ **BETEILIGUNGEN: HOHE AKZEPTANZ DURCH LAUFENDE BETEILIGUNG**

- ▶ Hohe Akzeptanz in der gesamten Gesellschaft
- ▶ Dauernde, langfristige Beteiligung aller Stakeholder an der Entwicklung
- ▶ Die regelmäßige Beteiligung der Nutzer und Stakeholder prägt die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte

Beteiligung als Prinzip

SZENARIO 4

KREATIV QUARTIER³

ZUSAMMENFASSENDE BESCHREIBUNG DES SZENARIOS

NUTZER UND KUNDEN

Ein spezifisches Profil gibt vor, wer die Nutzenden sind. Professionelle und erwerbsorientierte Nutzungen stehen im Fokus. Aus dem (klaren) Profil ergeben sich die überregionale Relevanz und der Bekanntheitsgrad. Dieser innovative Standort prägt ergänzend die Achse Alter Markt – Neuer Markt – KKW Standort. Die KKW ist bedeutender Wirtschaftsfaktor Potsdams, sichtbar, spürbar und ein wichtiger gesellschaftlicher Faktor.

ALLTAG

Der Standort ist ein Mix aus lebendigem Quartier und starkem Produktionsstandort. Die KKW belebt 24/7 und ist bestimmend für die Identität des Standorts. Der Standort bietet Gastronomie und Einblicke in den Alltag der KKW. Es wird kooperiert, wo es gewinnbringend ist. Besitzer des Standortes sind private Dritte wie Stiftungen. Die Nutzenden können selbst den Betrieb und die operative Koordination übernehmen. Damit sind bedarfsspezifische selbstbestimmte Spielregeln und eine langfristige, nachhaltige und erfolgreiche Entwicklung gegeben.

UMSETZUNG

Die Räume passen zu den Kultur- und Kreativschaffenden wie ein Maßanzug, das heißt, es gibt ein definiertes Raumkonzept mit einem Anteil hochflexibler Nutzungsmöglichkeiten. Alle relevanten Nutzenden und Beteiligte sind kontinuierlich im Entwicklungsdialog.

BEWERTUNG DURCH DIE TEILNEHMER

Bewertet wurde die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Szenario eintreten könnte.

Sehr wahrscheinlich	Keine Einschätzung	Unwahrscheinlich
19	3	2

WAS MUSS PASSIEREN, DAMIT DIESES SZENARIO REALITÄT WIRD?

NUTZER UND KUNDEN		ALLTAG		UMSETZUNG	
Bedarfsträger	Schwerpunkt mit „spitzem“ Profil Definition Profil, Bestandserfassung/ Potentialanalyse, Fachliches Entscheidungsgremium	Dynamik des Ökosystems/ Sozio-ökotop	Kooperation Vielfalt/ Heterogenität, Vernetzung	Räumliches Konzept	Maßanzug Bedarfsorientierte Räume in Quantität und Qualität
Außenwirkung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft	Internationales Zentrum für KKW Impulsgeber und Marketing	Betreibermodell	Stiftung / Stiftungszweck z.B. privater, stiftungsähnlicher Investor / Eigentum am Grundstück / Erbpacht	Höhe der Kosten	Standardmodell Finanzierungskonzept – Investor Funktionsmix
Stellung und Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Potsdam	„Treiber“ & Vorreiter Bewusstseinswandel Standort Wirtschaftsförderung Öffentlichkeitswirksame Räume			Höhe der Kosten	Standardmodell Finanzierungskonzept – Investor Funktionsmix
Entwicklung der Stadtgesellschaft	Die Stadt als Campus Interaktion, Interaktions-/ Freiräume	Identität	Geschichtsbewusstsein, Produktionsstandort	Beteiligungen	Hohe Akzeptanz durch laufende Beteiligung Einbindung aller Akteure / → „Beirat“, Öffentlichkeitsarbeit

6. SCHRITT

BEWERTUNG DER 4 SZENARIEN UND AUSWAHL EINES GEMEINSAMEN ZIELBILDES

Zu Beginn dieses Arbeitsschrittes tagten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in ihren Interessengruppen: Die Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft bildeten eine Gruppe, die Vertreter der Verwaltung eine zweite, die dritte setzte sich aus den anwesenden Mitgliedern der Stadtverordnetenversammlung zusammen. In der anschließenden inhaltlichen Bewertung der Szenarien hatte jede Gruppe und die anwesende Vertreterin der Stiftung Garnisonskirche je eine Stimme.

Die Urteile für die Bewertung staffelten sich von „Wunschscenario“ über „Wir können unsere Ziele erreichen, Interessen verfolgen“ und „Ist noch okay, wir finden unseren Platz“ bis hin zu „Geht für uns gar nicht“. Außer der Bewertung mit einem dieser Attribute gab es die Möglichkeit, ein „No-Go – das geht mit uns gar nicht“ zu formulieren.

Interessengruppe	Szenario 1	Szenario 2	Szenario 3	Szenario 4	Was ist ein No-Go für uns
Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft	2	1	3	4	Marktmiete, Fläche kleiner als 10.000 m ² , keine Selbstbestimmung
Politik	3	1	2	4	
Verwaltung	1	3	2	4	Fläche von 20.000 m ² , Betreibermodell Stiftung nicht zwingend
Stiftung Garnisonskirche	2	1	4	3	NutzerInnen Eigentümer

4 – Wunschscenario

3 – Wir können unsere Ziele erreichen, Interessen verfolgen

2 – Ist noch okay, wir finden unseren Platz

1 – Geht für uns gar nicht

Szenario 4 wurde als gemeinsames Zielbild definiert, da es die größte Zustimmung von den verschiedenen Interessengruppen erhielt.



KREATIV QUARTIER³

GEMEINSAM VERABSCHIEDETES ZIELBILD

Nutzer und Kunden: Ein spezifisches Profil gibt vor, wer die Nutzenden sind. Professionelle und erwerbsorientierte Nutzungen stehen im Fokus. Aus dem (klaren) Profil ergeben sich die überregionale Relevanz und der Bekanntheitsgrad. Dieser innovative Standort prägt ergänzend die Achse Alter Markt – Neuer Markt – Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW). Die KKW ist bedeutender Wirtschaftsfaktor Potsdams, sichtbar, spürbar und ein wichtiger gesellschaftlicher Faktor.

Alltag: Der Standort ist ein Mix aus lebendigem Quartier und starkem Produktionsstandort. Die KKW belebt 24/7 und ist bestimmend für die Identität des Standortes. Der Standort bietet Gastronomie und Einblicke in den Alltag der KKW. Es wird kooperiert, wo es gewinnbringend ist. Besitzer des Standortes sind private Dritte wie Stiftungen. Die Nutzenden können selbst den Betrieb und die operative Koordination übernehmen. Damit sind bedarfsspezifische selbstbestimmte Spielregeln und eine langfristige, nachhaltige und erfolgreiche Entwicklung gegeben.

Umsetzung: Die Räume passen zu den Kultur- und Kreativschaffenden wie ein Maßanzug, das heißt, es gibt ein definiertes Raumkonzept mit einem Anteil hochflexibler Nutzungsmöglichkeiten. Alle relevanten Nutzenden und Beteiligte sind kontinuierlich im Entwicklungsdialog.



GEMEINSAM ERARBEITETE KERNASPEKTE DES ZIELBILDES

Entwicklung der Flächen: Der zukünftige Standort ist durch eine städtebaulich aufeinander abgestimmte Mischung aus KKW, Gastronomie und Wohnen geprägt. Alle Nutzungen zusammen belaufen sich auf 20.000 m² BGF, davon mindestens 10.000 m² BGF für die KKW. Die Nutzfläche und deren Lage werden im Rahmen der Gebäudestrukturplanung definiert. Eigentümer der verschiedenen genutzten Flächen (KKW, Gastronomie, Wohnen) können unterschiedlich sein. Es wird eine gemeinwohlorientierte Immobilienentwicklung geben, zum Beispiel mit einer Stiftung. Es wird eine Rechtsform gefunden, die die dauerhafte Sicherung des Standortes für die KKW garantiert.

Nachwuchsförderung: Aus Gewinnen werden förderfähige Bereiche der KKW querfinanziert. Es wird geprüft, wie durch die Stadt eine Nachwuchsförderung möglich wird.

Bis es eine dauerhafte Lösung für die KKW in der Mitte gibt, wird eine ununterbrochene weitere Nutzung des Rechenzentrums gesichert. Dies wird durch Oberbürgermeister Jakobs im Kuratorium der Stiftung Garnisonkirche eingebracht.



Die Pressemitteilung der Landeshauptstadt Potsdam vom 24.02.2018 zum Abschluss des Szenario-Workshop wurde gemeinsam von allen Teilnehmern des Workshops verabschiedet. Fast alle Teilnehmer nahmen am abschließenden Pressegespräch teil.

Erfolgreicher Szenario-Workshop zur Strategieentwicklung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte

Pressemitteilung der Landeshauptstadt Potsdam vom 24.02.2018

Die Workshopreihe zur Formulierung eines Zielbildes für die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Potsdamer Mitte wurde am heutigen Samstag erfolgreich abgeschlossen. Vertreterinnen und Vertreter aus der Stadtverordnetenversammlung und -verwaltung, des Sanierungsträgers Potsdam, der Stiftung Garnisonkirche sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelten im dritten und letzten Szenario-Workshop unterschiedliche Zukunftsszenarien und einigten sich in einem breiten Konsens auf ein gewünschtes Zielszenario.

Demnach soll an der Plantage ein Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen, der als innovatives und lebendiges Kreativ-Quartier eine Strahlkraft über Potsdams Grenzen hinaus entwickelt. Für den Betrieb des Standortes wird eine Rechtsform angestrebt, die den Standort langfristig für die angestrebte Nutzung sichert. Geplant werden soll ein Areal mit rund 20.000 m² Brutto-Geschossfläche, das etwa zur Hälfte der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung stehen wird und zusätzlich Wohnraum sowie gastronomische und ergänzende Einrichtungen beherbergt. Ziel ist ein Produktionsstandort mit einem hauptsächlich professionellen und erwerbsorientierten Profil, der ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Potsdam wird. Alle relevanten Nutzer und Beteiligten sollen kontinuierlich in den Entwicklungsprozess eingebunden werden.

Oberbürgermeister Jann Jakobs lobte am Ende des Workshops die produktive und intensive Zusammenarbeit, mit der ein guter Lösungsvorschlag entwickelt wurde: „Ich danke allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, dass sie sich engagiert in das Workshopverfahren eingebracht haben. Mit dem ausgewählten Zielszenario ist ein abgestimmter Vorschlag für Profil und Ausgestaltung eines Standortes der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Plantage formuliert, der nun in der Stadtverordnetenversammlung und in der Öffentlichkeit diskutiert werden kann. Wir sind damit einen wichtigen Schritt vorangekommen.“

Es ist geplant, die Ergebnisse des Workshops im April als Mitteilung den Stadtverordneten vorzustellen und bereits im Juni einen Beschlussvorschlag zur Vorbereitung der Umsetzung einzubringen. Ziel bleibt es, bis Ende 2018 die nötigen Beschlüsse herbeigeführt zu haben, um in den nächsten 5 Jahren einen dauerhaften Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Plantage zu schaffen.

Vor dem heutigen Termin wurden in einem ersten Workshop am 11. Januar bereits zehn Schlüsselfaktoren für mögliche Szenarien in der Entwicklung des kulturellen und kreativen Umfeldes in Potsdam definiert. Anschließend wurden im zweiten Workshop am 12. Februar mehrere mögliche Zukunftsprojektionen für jeden dieser Schlüsselfaktoren entwickelt und anschließend zu konsistenten Szenarien zusammengestellt.



IMPRESSUM

Herausgeber:

Sanierungsträger Potsdam GmbH, Pappelallee 4,
14469 Potsdam
im Auftrag der Landeshauptstadt Potsdam

Redaktionsschluss:

11.04.2018

Konzept und Redaktion:

Carsten Hagenau

Texte

Einleitung, Darstellung des Ablaufs und der Arbeitsschritte, Einführung der Kapitel: Carsten Hagenau. Alle anderen nicht namentlich gekennzeichneten Texte wurden während des Workshops von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern erarbeitet und von der UNITY AG protokolliert. Die Redaktion hat sich erlaubt, im Interesse einer besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit stilistische, den Inhalt der betreffenden Passage nicht beeinträchtigende Korrekturen vorzunehmen.

Gestaltung

Norbert Haftka, Haftka.Grafik

Fotos

Stefan Gloede

Druck

Das Druckteam

Die Workshop-Reihe wurde im Auftrag der Sanierungsträger Potsdam GmbH von der UNITY AG durchgeführt.

