



Gundeldinger Feld, Basel

RAUMUNTERNEHMEN

und die Aktivierung von Nachbarschaften

RAUMUNTERNEHMEN

und die Aktivierung von Nachbarschaften

	PROLOG: VOM TRAUM ZUM RAUM	2
1	VORWORT	6
2	RAUMUNTERNEHMEN	8
2.1	UNTERSUCHUNGSLEITENDE THESEN	10
2.2	VORGEHEN	11
3	FALLBEISPIELE	12
3.1	BESTIMMUNG DER UNTERSUCHUNGSGEBIETE	13
3.2	UNTERSUCHUNGSGEBIETE UND IHRE RAUMUNTERNEHMEN	15
3.2.1	GELSENKIRCHEN SÜDOST	15
3.2.2	FRANKFURT GALLUS	22
3.2.3	DÖMITZ-MALLISS	29
3.3	DIE RAUMUNTERNEHMEN UND IHR RAUM	32
4	WAS BENÖTIGEN RAUMUNTERNEHMEN?	33
5	AUSBLICK	38
6	IMPRESSUM, BILD- UND LITERATURNACHWEIS	39

PROLOG: VOM TRAUM ZUM RAUM

Vermutlich wäre alles ganz anders gekommen, hätte Michael Lorenz Ende der 1980er-Jahre nicht nach einem Standplatz für sein altes Volkswagen-Wohnmobil gesucht. Damals entdeckte der Student der Verwaltungslehre am Gelsenkirchener Stadtrand einen verlassenen Bauernhof, eingeklemmt zwischen Nordstern-Zeche, Autobahn und Rhein-Herne-Kanal. Das Areal war derart von Bergbauschlacke und Himbeergestrüpp bedeckt, dass man erst einmal zentimetertief hätte graben müssen, um einen Fuß auf die Erde zu setzen. Ein echter Unort. Heute findet sich an gleicher Stelle ein Lehr- und Erlebnisbauernhof mitten im Ruhrpott, ein wildes Idyll, das von Lorenz und seiner Frau in Eigenregie betrieben wird und von der UNESCO kürzlich als »Drehscheibe und Ankerpunkt für Bildung nachhaltiger Entwicklung und Integration« ausgezeichnet wurde. Wer auf dem verschneiten Weg zum Hof steht, mag kaum glauben, dass es von hier aus keine sechs Kilometer zur Innenstadt von Gelsenkirchen sind, jener Ruhrpottmetropole die einst für Dutzende Zechen, heute vor allem für die höchste Arbeitslosenquote Nordrhein-Westfalens bekannt ist. Rechts des Weges erstreckt sich eine verschneite Koppel mit nagelneuen Pferdeboxen und Pferden, die weiße Atemwolken in den stahlblauen Winterhimmel schnauben. Eine Handvoll Mädchen aus der benachbarten Roma-Siedlung tobt ausgelassen über die schnee-verharschte Wiese. Pferdepflegerin Steffi Schmuck, 35, die vor wenigen Jahren noch in einer Behindertenwerkstatt monoton Kartons faltete, mistet fröhlich summend die Ställe aus. Ein paar Meter und eine Gartenpforte weiter dann erwartet den Besucher ein romantisches Refugium voller Gartenlauben, Wikingerhäuser, Steinzeithütten, einer mächtigen mongolischen Jurte (in der, wie man später erfahren wird, regelmäßig Jugendgruppen übernachten), vor allem aber Ställen, Voliären und Gehegen für die rund 200 Kaninchen, Vögel, Hühner, Galloway-Rinder, Ziegen und anderen Vierbeiner, die auf dem Hof leben. Mittendrin steht Michael Lorenz, ein kräftiger 45-Jähriger mit Wandererstiefeln, Norwegerpulli und wildem Vollbart. »Ich bin gebürtiger Gelsenkirchener, mein Großvater hat hier sein ganzes

Leben unter Tage verbracht, da lag es nahe für mich, hier vor Ort etwas verändern zu wollen«, erklärt Lorenz sein Projekt, das geradezu zufällig entstand. Denn anstatt lediglich sein Wohnmobil in der urbanen Brache abzustellen, begann Lorenz damals zusammen mit einem Freund die 200 Jahre alte Feldscheune wieder herzurichten, die Wildnis urbar zu machen, Schlacke abzutragen und Sträucher und Bäume zu pflanzen. Als ihm ein Freund eine Handvoll Ziegen schenkte, verwandelte sich Lorenz in den »Ziegenmichel« und das Gelände, das bald immer mehr Kindern aus der Umgebung als Spiel- und Abenteuerplatz diente, in den »Ziegenmichelhof«. Obwohl Grund und Boden damals noch nicht ihm, sondern einem Energiekonzern gehörten, steckte Lorenz im Laufe der Jahre ein kleines Vermögen in die Herrichtung des Hofes. »Wir hatten unglaubliches Glück, dass der Eigner uns schließlich das Land verkauft hat«, sagt Lorenz, »eigentlich sind wir so blauäugig vorgegangen, wie man überhaupt nur vorgehen konnte.«

Während sich der landwirtschaftliche Betrieb, den Lorenz' Lebensgefährtin Sabine Müller leitet, heute selbst trägt, werden die knapp zwei Dutzend Jugend- und Sozialprojekte pro Jahr durch Zuschüsse und Spenden ermöglicht.

Insgesamt 16 Menschen gibt der »Ziegenmichelhof« mittlerweile Arbeit, darunter ehemaligen Langzeitarbeitslosen, Menschen mit Behinderungen, Sozialpädagoginnen und Erzieherinnen, die mit mehreren tausend jungen Besuchern im Jahr Brote backen, Sprachen lernen, Bücher gestalten, Tiere pflegen, Hütten bauen, wie Urzeitmenschen leben und andere Abenteuer veranstalten. Die Stadt Gelsenkirchen unterstütze sein Projekt »im Rahmen ihrer Möglichkeiten«, erklärt Lorenz, wobei der »Rahmen« bedeute, dass eine Verwaltung naturgemäß nur auf Anträge reagieren könne. »Ohne meine Kenntnisse von Verwaltungsabläufen hätte ich das Projekt jedenfalls kaum realisieren können«, meint der 45-Jährige.

So aber verwandelte sich die einstige industrielle Brache in ein sozial-ökologisches Idyll mitten im rauen Ruhrpott. Und aus dem einstigen Verwaltungsangestellten wurde der Raumunter-



Abb. 1: Ziegenmichelhof, Gelsenkirchen

nehmer Michael Lorenz – und damit einer jener Überzeugungstäter, die heute für einzelne Immobilien, Quartiere oder ganze Regionen einen Mehrwert zu schaffen suchen.

Zu ihnen zählen Eigentümer-Genossenschaften wie die Wuppertaler Ölberg eG, die in der Wuppertaler Nordstadt, einem Viertel mit hohem Anteil sanierungsbedürftiger und leer stehender Wohnungen, über die eigene Immobilie hinaus Quartiersentwicklung betreiben. Zu ihnen gehören Einzelkämpfer wie die einstige Fernsehproduzentin Sonja Moor, die zusammen mit ihrem Mann, dem Moderator Dieter Moor, vor einigen Jahren auf einen Hof im Brandenburgischen zog – nicht ahnend, dass sich aus dem rein privaten Umzug ein Projekt mit großer öffentlicher Wirkung entwickeln würde. Heute stehen die Moors an der Spitze einer Initiative, die das 300-Einwohner-Dorf Hirschfelde zum Modelldorf inklusive ökologischem Landbau, naturnahem Tourismus und Wiederbelebung des Dorfladens aufpäppeln will.

Am entgegengesetzten Ende des Spektrums operieren Immobilienentwickler wie Ardi Goldmann, der als »König des Ostends« den Frankfurter Osten mit einzigartigen Immobilienprojekten wiederbelebt. Während Goldmann höchst dauerhafte Strukturen schafft (darunter den legendären »Cocoon«-Club), hat sich das Berliner »Raumlabor«-Kollektiv auf die temporäre Gestaltung von Räumen verlegt. So installierten die acht Architekten des

Kollektivs 2005 vor dem »Palast der Republik« einen temporären Gasthof, in dem Gäste übernachteten und dem zum Abriss freigegebenen DDR-Relikt noch einmal eine völlig neue Bedeutung geben konnten. Für den brachliegenden Flughafen Tempelhof entwickelte Raumlaborberlin zusammen mit Studio Urban Catalyst sowie Michael Baum und Partner einen Masterplan, der die stufenweise Erschließung durch Pionier- und Zwischenutzer vorsah. Spektakulärste Raumlaborberlin-Aktion aber sind die Erkundungsfahrten des »Space Buster«. Wo immer der umfunktionierte Kleinlaster Halt macht und seine pneumatische Raumhülle aufbläst, entstehen temporäre Räume, die von Passanten, Nachbarn und Initiativen bespielt werden können. Motto: Raum ist, was man draus macht.

Was diese völlig unterschiedlichen Raumunternehmer alle eint, ist ihre Kombination aus sozialer Vision und Professionalität. Ohne einen Traum vom Raum wären sie lediglich Entrepreneur, die Flächen, Gebäude oder Standorte nach Renditegesichtspunkten entwickeln. Ohne professionellen Sachverstand und Erfahrung wiederum hätten sie keine Chance, ihren Traum ins Leben zu bringen (oder, noch schwieriger, ihn dauerhaft am Leben zu erhalten). In erfolgreichen Raumunternehmern kommt also ein ebenso einzigartiges wie vielseitiges Set von Eigenschaften zusammen, was wiederum erklärt, warum sie eine verhältnismäßig rare Spezies sind.

»Raumunternehmer«, meint Fritz Schumacher, »müssen die unbedingte Professionalität erkennen lassen, ein Projekt von der Zwischennutzung zur langfristigen Entwicklung führen zu können. Es darf nicht sein, dass ein solches Projekt eines Tages als Subventionsfall endet.«

In Basel, wo Fritz Schumacher als Kantonsbaumeister tätig ist, findet sich heute eine ganze Community dieser Leute. Denn die Kantonshauptstadt verfügt über eine fast dreißig Jahre alte Historie privat organisierter Um- und Neunutzungen wie beispielsweise dem »Unternehmen Mitte«, einem ehemaligen Hauptsitz der Schweizerischen Volksbank, der heute nach eigenem Verständnis als öffentlicher »Umschlagplatz für Arbeit, Kultur und guten Kaffee« dient. In Basel gibt es außerdem eine Reihe potenter Mäzene und Stiftungen, die entsprechende Initiativen sponsern. Vor allem aber, und das ist das Entscheidende, gibt es erfahrene Aktivisten wie Barbara Buser, die sie voranbringen.

Buser, eine Architektin, ehemalige Entwicklungshelferin und Gründerin der Schweizer »Bauteilbörse«, ist im Gundeldinger Quartier groß geworden, einem um die vorletzte Jahrhundertwende bebauten, dicht besiedelten Basler Stadtteil. Als Buser Ende 1999 erfuhr, dass die Sulzer-Burckhardt Maschinenfabrik, die mitten im Viertel Vakuumpumpen und Großkompressoren fertigte, umgesiedelt und das 13.000 m² große Areal verkauft werden sollte, schickte sie zusammen mit zwei Mitstreitern kurzerhand ein Kaufangebot.

»Natürlich wussten wir damals noch nicht genau, wie wir ein solches Projekt eigentlich stemmen wollten. Wir wussten aber, dass dem Gundeli ein Wohnzimmer fehlte und dass dies eine einzigartige Chance war«, erinnert die Planerin. Mit Unterstützung durch die Christoph Merian Stiftung wurde binnen weniger Wochen ein Umnutzungskonzept erstellt, drei Schweizer Pensionskassen sowie drei private Investoren als potenzielle Käufer des Geländes gewonnen und der Sulzer-Burckhardt AG ein konkretes Angebot unterbreitet. Dieses enorme Tempo sollte sich später als der entscheidende Wettbewerbsvorteil gegenüber allen anderen Interessenten erweisen. Buser:

»Für eine Umnutzung, wie wir sie planten, musste ja nicht erst ein neuer Quartiersplan geschrieben werden. Das hieß auch, dass wir schnell handeln und zahlen konnten, was für den Eigner sehr wichtig war, denn das Unternehmen wollte seinen Umzug aus den Verkaufserlösen bezahlen.« Keine elf Monate nach dem ersten Angebot waren der Verkauf perfekt und die eigens gegründete »Kantensprung AG«, die das Projekt als »Not for Profit«-Unternehmen betreibt, auf dem Werksgelände eingezogen.

Dass der Auszug der Maschinenfabrik etappenweise und über drei Jahre vonstatten ging, entpuppte sich als weiterer Glücksfall für die Raumunternehmer. Denn auf diese Weise konnte die »Kantensprung AG« das Quartier Schritt für Schritt übernehmen und umbauen, wobei die vorhandene Architektur so weit als möglich recycelt wurde. Die früheren Werksduschen und -toiletten beispielsweise nutzt heute ein Backpacker-Hostel, im früheren Kohlesilo sind die Artisten der Baseler Zirkusschule zu Hause und in einem Teil der mächtigen Maschinenhalle logiert eine Kletterhalle. In die ehemaligen Verwaltungsbauten wiederum zogen Familienberatungsstellen, Architekten, Kunsthandwerker und Softwareentwickler ein.

Wo sich für bestehende Strukturen keine sinnvolle Neunutzung finden ließ, wurden die Hallen entweder schweren Herzens unterteilt (wie in der vorderen Maschinenhalle, die sich heute eine Bibliothek, zwei Restaurants und ein gemeinschaftlicher Veranstaltungssaal teilen) oder so lange an Zwischennutzer vergeben, bis ein adäquater Neu-Mieter auf der Matte stand. In der hinteren Maschinenhalle beispielsweise arbeiteten Künstler und ein Thai-Bistro, bis im vergangenen Jahr mit der Quartiersbrauerei »Unser Bier« (Firmenclaim: »Bier von hier statt Bier von dort«) ein Nutzer gefunden war, der an seinem alten Standort in einem Gundeldinger Hinterhof aus allen Nähten platzte. Heute ragen fünf blankpolierte Edelstahl tanks bis unter die 12 m hohe Decke der Maschinenhalle. Gleich nebenan betreibt die lokale Brauerei, die von 6.800 Baseler Aktionären getragen wird und ihre Dividende alljährlich in Form eines

Freibier-Deputats auszahlt, einen gut gehenden Bierausschank. Seit dem Umzug ins Gundeldinger Feld sei ihr Umsatz um 20 % gestiegen, freut sich Luzius Bosshard, Geschäftsführer bei »Unser Bier«, »die Baseler unterstützen anstelle der fusionierten Getränkehersteller lieber das Lokale. Und hier sind wir umgeben von Kunden.«

Insgesamt 90 Mieter mit 230 Arbeitsplätzen sind heute im konsequent autofreien Quartier ansässig. Einer von ihnen ist das »Bürgerspital Basel Transform« für Menschen mit Behinderungen, dessen 40 Angestellte sich im Viertel um die Gebäudereinigung, Grünanlagenpflege und ein gut gehendes Bio-Bistro kümmern. Essensgäste gibt es genug, denn die Quartiersflächen sind ausgebaut, die »Kantensprung AG« schreibt schwarze Zahlen, zahlt die Umbaukosten von rund 14 Millionen Franken pünktlich zurück und ihren Geldgebern eine 5,05-prozentige Verzinsung aufs eingesetzte Kapital. Buser: »Wir haben von Anfang an bewusst auf Subventionen verzichtet, denn geschenkte Gelder werden häufig nachlässig verwendet. Und wenn eines Tages kein Geld mehr fließt, ist meist auch das Projekt am Ende.« Dank ihrer finanziellen Autonomie halten die Betreiber auch Ärger aus, wie beispielsweise jenen mit den Eignern einer benachbarten Wohnanlage, die von einem geplanten Durchbruch zum Gundelinger Feld alles andere als begeistert waren (heute findet sich anstelle eines Durchgangs lediglich ein Fenster in den benachbarten Wohnhof). Noch langwieriger und heftiger aber waren die Diskussionen mit den Baseler Baubehörden.

Denn die Stadt Basel hatte zwar auf ihr Vorkaufsrecht verzichtet und das Projekt nach Kräften gefördert, gleichzeitig jedoch die Umwandlung von mindestens 20 % der Quartiersfläche in Wohnungen verlangt. Das wiederum wollten die Betreiber nicht akzeptieren. Ihr Argument: Das »Gundeli« sei ohnehin schon eines der dicht besiedelsten Wohnviertel der Schweiz, mit zu vielen Autos und zu wenig Platz für Kinder zum Spielen. Heute gilt die entsprechende städtische Vorgabe zwar unvermindert weiter, wird aber nicht mehr aktiv verfolgt. Und Kantons-

baurat Schumacher ist voll des Lobes für das Projekt, das für Stadt und Nachbarschaft eine »spürbare Aufwertung« gebracht habe. »Eine Raumunternehmung, die so gut läuft wie beim Gundeldinger Feld, ist eigentlich das Beste, was einem Stadtplaner passieren kann«, sagt er. »Eigentlich braucht es künftig viel mehr Raumunternehmer, um städtische Freiräume zu schaffen. Denn klassische Investoren haben naturgemäß andere Interessen, der Staat wiederum weder das kreative Potenzial noch jenes für die Umsetzung. Ihm fehlt einfach das unternehmerische Denken.«

Auch für Barbara Buser war das Projekt »Gundeldinger Feld« eine lebensverändernde Erfahrung. Die Architektin ist heute als Mitinitiatorin oder Planerin bei vier großen und zahlreichen kleineren Raumunternehmungen engagiert, u. a. bei der Umnutzung des stillgelegten Basler Bahnhofs St. Johann sowie eines weiteren Sulzer-Werks in Winterthur. Ihr Architekturbüro »in situ«, das mit seinen 24 Mitarbeitern in den ehemaligen Verwaltungsräumen des Gundeldinger Felds ansässig ist, hat sich fast ausschließlich auf Umnutzungen verlegt. Allein in der Schweiz gebe es ja rund 400 Industriebrachen, erklärte Buser. Und eigentlich sei das Raumunternehmertum aus ihrer Sicht gar nicht so kompliziert.

Es bräuchte erstens eine Idee, die im Zeitgeist liege (den Einfall eines türkischen Dampfbads beispielsweise, der jetzt im ehemaligen Baseler Bahnhof verwirklicht werde, trage sie bereits seit 30 Jahren mit sich herum), zweitens brauche es erfahrene Akteure, die bereit seien, auch längere Zeit fast umsonst zu arbeiten. Und schließlich brauche es einen konkreten Ort, an dem sich die Idee verwirklichen lasse, denn eine Idee ohne Raum sei nun einmal wie ein Luftballon ohne Bodenhaftung.

»Wenn man diese drei Voraussetzungen beisammen hat«, meint die Architektin, »ist alles andere eigentlich gar nicht mehr so schwer.«

Harald Willenbrock

(*1967) ist Autor beim Wirtschaftsmagazin »brand eins« in Hamburg. Seine Reportagen erscheinen außerdem u.a. in GEO, Schöner Wohnen und dem NZZ-Folio.

1 VORWORT

Anknüpfend an die Haltung des Stifters, Carl Richard Montag, dass Eigenverantwortung der unmittelbare Zugang zu individueller und gemeinschaftlicher Entwicklung ist, beabsichtigt die Montag Stiftung Urbane Räume, in Zukunft vermehrt auf die guten Ideen und die Eigenmotivation lokaler Partner zu setzen und diese im Sinne einer gemeinwohlorientierten Nachbarschaftsentwicklung zu unterstützen.

Doch wie können die guten Ideen von Menschen für ihre Nachbarschaft aufgegriffen und in die Wirklichkeit umgesetzt werden? Wer hat diese guten Ideen? Und können darüber Nachbarschaften nachhaltig gestärkt und stabilisiert werden?

Mit der Entwicklung von zwei alternativen Programmlinien unter dem Titel »Aktivierung von Nachbarschaften« hat sich die Stiftung auf den Weg begeben, ihre Ressourcen und Kompetenzen bestmöglich für eine nachhaltige und sich selbst tragende Quartiersentwicklung einzusetzen. Der praktische Vorläufer ist die KALKschmiede*. In ihr werden die Möglichkeiten und Grenzen, die der Stiftung vor Ort gesetzt sind, und der Grat zwischen »Eigenverantwortung« und »Förderung« ausgelotet. Um zivilgesellschaftliches Engagement möglichst direkt und unkompliziert zu fördern, untersucht sie Verfügungsfonds als erste Programmlinie. Mit Raumunternehmen als zweiter Linie setzt die Stiftung auf die ökonomische Aktivierung von Nachbarschaften über private Initiativen.

Denn unternehmerische Risikobereitschaft und Verantwortungsübernahme sind eine wichtige Basis für lebendige Nachbarschaften und wirken stabilisierend auf ihren Standort. Sie können Alleinstellungsmerkmale für Stadtteile darstellen und helfen, die lokale Lebensqualität und das Quartiersimage zu verbessern. Darüber hinaus können sie relevant sein für die Sicherung wichtiger Immobilien oder Landschaften, die nachbarschaftsbezogene Schaffung von Arbeitsplätzen, die Entwicklung lokaler Ökonomien und das Bereitstellen von nachbarschaftlichen Dienstleistungen. Erfolgreiche Unternehmerpersönlichkeiten können außerdem eine wichtige Vorbildfunktion im Quartier übernehmen. Und schließlich sind Unternehmen nicht auf

öffentliche Förderung angewiesen sondern agieren eigenwirtschaftlich.

Eine erste Annäherung an den Begriff »Raumunternehmen« wurde am 28. Juni 2010 gemeinsam mit Klaus Overmeyer, Anna Bernegg (studio uc, Berlin), Guido Spars (Bergische Universität Wuppertal) und Stefan Gärtner (Institut Arbeit und Technik, Gelsenkirchen) im Rahmen eines Workshops bei der Montag Stiftung Urbane Räume vorgenommen.

Gemeinsam mit den Forschern des Instituts Arbeit und Technik (IAT) ist die Stiftung dann auf die Suche nach Menschen gegangen, die sich mit ihren guten Ideen »Raum« aneignen, gestalten und für diesen Verantwortung übernehmen (wollen). Der vorliegende Werkstattbericht beschreibt die Geschichten einiger solcher Menschen, die Entwicklungen ihrer Projekte von der Idee bis zur Umsetzung, die Herausforderungen und Hürden sowie die Zugänge zu Unterstützungsangeboten.

Wie und ob sich die Montag Stiftung Urbane Räume in diesem Feld engagiert, werden wir in den kommenden Monaten entscheiden. Wir möchten aber schon heute engagierten Stadt- und Projektentwicklern die Möglichkeit geben, von den Erkenntnissen des IAT zu profitieren und unser Wissen in diesem Feld zugänglich machen.

Unser Dank gilt vor allem den Forschern des Instituts Arbeit und Technik sowie den Teilnehmern der Workshops und allen anderen, die im Vorfeld die Idee mit uns geschärft haben.

Frauke Burgdorff
Vorstand Montag Stiftung
Urbane Räume

Marcus Paul
Montag Stiftung
Urbane Räume

Das IAT wurde mit der empirischen Fundierung des Phänomens »Raumunternehmen« beauftragt. Die Ergebnisse wurden in einem Bericht zusammengetragen und für die vorliegende Kurzfassung aufbereitet. Die Studie konnte nur entstehen, da wir so viele interessante Raumunternehmerinnen und Raumunternehmer kennenlernen durften, die durch ihr Handeln Raum in Wert setzen und die Lebensbedingungen für Ihre Nachbarschaft verbessern. Unser ganz besonderer Dank gilt den portraitierten Raumunternehmerinnen und -unternehmern, für ihre Zeit und das uns entgegengebrachte Vertrauen. Ferner haben wir den im Rahmen des Projekts interviewten Expertinnen und Experten sowie der Montag Stiftung Urbane Räume für diesen interessanten Forschungsauftrag zu danken.

Stefan Gärtner
Institut Arbeit und Technik

Franz Flögel
Institut Arbeit und Technik

2 RAUMUNTERNEHMEN

WAS SIND RAUMUNTERNEHMEN?

Raumunternehmen sind auf Wirtschaftlichkeit ausgerichtete Organisationen, die ihre Geschäftsidee auf Basis von unzureichend in Wert gesetzten räumlichen Ressourcen entwickeln und deren Erfolg sich an dem sozialen Nutzen für diesen Raum messen lässt.

Raumunternehmen können Chancen für Nachbarschaften, Stadtteile und Regionen eröffnen und dazu beitragen, die lokale Lebensqualität und das Quartiersimage zu verbessern. Sie agieren in einem lokal identifizierbaren Raum und generieren über ihr normales Wirtschaften hinaus zusätzlich einen sozialen Nutzen für ihr Umfeld. So können sie relevant für das Sichern wichtiger Immobilien oder Landschaften, das Schaffen von Arbeitsplätzen, das Entwickeln lokaler Ökonomien sowie das Bereitstellen von nachbarschaftlichen Dienstleistungen und Nahversorgung sein. Raumunternehmen können gerade dort, wo sich klassische ökonomische Akteure (zum Beispiel großflächiger Einzelhandel und Dienstleistungen) zurückgezogen haben, erfolgreich sein. *Raum* wird bei der Bestimmung von Raumunternehmen funktional verstanden und kann Gebäude, Quartiere, Stadtteile, Städte und Regionen umfassen sowie deren symbolische Bedeutung (Identität, Image, Reputation). Die Bedeutung von Raum kann sich ferner durch soziale Bezüge manifestieren. Nachbarschaft, Freundes- und Bekanntnetzwerke, ethnische, religiöse und professionelle Gemeinschaften et cetera zählen genauso dazu wie die örtlichen Kulturen, Bräuche und Traditionen. Raumunternehmer erkennen diese Raumressourcen durch lokales Wissen und Erfahrungen. Sie entwickeln daraus ihre Ideen und bauen ihre Unternehmen darauf auf, wobei sie häufig erhebliche persönliche Risiken eingehen.

Obwohl Raumunternehmen wirtschaftlich agieren, muss Gewinnstreben dabei nicht zwingend beabsichtigt sein. So können wirtschaftlich ausgerichtete Initiativen und Vereine genauso dazu zählen, während Organisationen, die dauerhaft auf Subventionen angewiesen sind und nicht wirtschaftlich agieren, aus der Definition ausgenommen werden.

ABGRENZUNG VON ANDEREN KONZEPTEN

Sind Raumunternehmen nicht so etwas wie Soziale Unternehmen oder Bestandteil der Lokalen Ökonomie? Und wenn nicht, was unterscheidet sie dann von gewöhnlichen Unternehmen?

SOZIALE UNTERNEHMEN

Soziale Unternehmen sind zwar teilweise deckungsgleich mit Raumunternehmen – so sind sie ebenfalls wirtschaftliche Unternehmen mit eigener Rechtsform, die überwiegend soziale und/oder gemeinwohlorientierte Ziele verfolgen (Birkhölzer, Lorenz 1997, S. 2–3) – aber Raumunternehmen sind zugleich *weniger* und *mehr*: *Weniger*, weil sie – anders als Soziale Unternehmen – nicht explizit gemeinwohlorientierte Ziele verfolgen und mögliche Gewinne ausgeschüttet werden können. *Mehr*, weil sie explizit raumwirksam sein müssen. Eine allgemeine Gemeinwohlförderung reicht nicht aus, um Raumunternehmen zu sein.

LOKALE ÖKONOMIE

Die Bedeutung lokalräumlich verwurzelter Unternehmen für die Lokale Ökonomie ist vielfach belegt (Läpple 1994; Läpple 2000; Neumann et al. 2010) und solche Akteure lassen sich oftmals auch als Raumunternehmen betrachten. Aber nur, wenn sie am jeweiligen Ort verwurzelt sind, ihr lokales Wissen für eine gute Unternehmensführung einsetzen und somit durch eine örtliche Verbesserung einen sozialen Nutzen stiften. Darüber hinaus gelten auf Wirtschaftlichkeit ausgerichtete Vereine, Initiativen und Organisationen, obwohl sie gemeinhin nicht als Bestandteil der Lokalen Ökonomie gelten, als Raumunternehmen, wenn sie oben genannte Bedingungen erfüllen.

KLASSISCHE ÖKONOMIE

Zwar kann ein Großteil der auf Gewinnmaximierung ausgerichteten Unternehmen wichtige Funktionen in Quartieren wahrnehmen, ihre Wirkung geht aber nicht über das normale Wirtschaften hinaus, stiftet also keinen zusätzlichen sozialen Nutzen.

So mag zwar die Aldi-Filiale wichtig für die Versorgung des Quartiers sein, aber die Abführung des Gewinns an die Zentrale, das oft nicht quartiersinterne Personal und Management sowie die vermutlich nicht vorhandene Vernetzung mit lokalen Zulieferern und Betrieben führt eher zu einem Abfließen der Kaufkraft, als dass ein überdurchschnittlicher Nutzen für das Quartier zu erwarten wäre. Für das Quartier wird keine Verantwortung übernommen, sondern es dient zur Realisierung von Gewinnen.

2.1 UNTERSUCHUNGSLEITENDE THESEN

Im Rahmen der Studie ging es darum, Alternativen innerhalb der Marktwirtschaft zu analysieren, die Chancengleichheit, Teilhabe und die Überwindung räumlicher Krisenkreisläufe ermöglichen. Folgende untersuchungsleitenden Thesen wurden zu Beginn des Projekts gemeinsam durch das IAT und die Montag Stiftung Urbane Räume erarbeitet; deren Verifizierung wird an dieser Stelle zusammenfassend vorweggenommen:

1. These: Es existiert ein unternehmerisches Engagement von Raumunternehmen, welches für die Quartiers- oder Dorfentwicklung relevant ist und im Moment unzureichend genutzt wird.

Antwort: Ja, die Untersuchung zeigt, dass sich in allen drei untersuchten Quartieren Raumunternehmungen finden lassen, die einen Mehrwert für die räumliche Entwicklung bewirken. Jedoch werden sowohl in der auf betriebswirtschaftliches Know-how ausgerichteten Diskussion um Existenzgründungsförderungen, als auch in der Diskussion um soziale Unternehmungen und selbst in der Entrepreneur-Diskussion, die die Geschäftsidee und die damit verbundenen Funktionen in den Vordergrund stellen, die Bedeutung von Raum für Unternehmen und die Wirkung von Unternehmen auf Raum vernachlässigt. Raumunternehmen sind jedoch ohne den räumlichen Kontext, in dem sie entstehen und mit dem sie arbeiten, nicht zu begreifen.

2. These: Das raumbezogene unternehmerische Engagement trifft in der Regel auf raumneutrale oder schlecht nutzbare Unterstützungssysteme.

Antwort: Ja und Nein, denn raumneutral sind die Unterstützungssysteme zwangsläufig, da das Phänomen »Raumunternehmen« kaum bekannt ist. Trotzdem sind Unterstützungssysteme, z.B. Mikrofinanzierung oder Gründungszuschüsse von Raumunternehmen nutzbar. Auch gibt es im Bereich der Zwischennutzung Ansätze, um Immobilienpotenziale sichtbar zu

machen. Raumunternehmen bekommen zwar theoretisch überall ein Mikrofinanzierungsangebot, praktisch aber vor allem dort, wo entsprechende Intermediäre vorhanden sind. Darüber hinaus übersteigt ihr Finanzierungsbedarf oftmals den Mikrobereich. Aufgrund der meist unkonventionellen Geschäftsideen ist eine von Banken getragene Finanzierung selten. Ferner fehlt es an Beratungsangeboten, die auf Raumunternehmen ausgerichtet sind.

2.2 VORGEHEN

Zur Beantwortung der aufgeworfenen Fragen wurde prozessorientiert geforscht: Zunächst wurden mit Hilfe von Experteninterviews, sowie Internet-, Literatur- und Telefonrecherchen das Phänomen Raumunternehmen diskutiert, Beispiele ermittelt und die Definition konkretisiert. Im Verlauf ist deutlich geworden, dass Entstehung, Wirkung und Erfolg von Raumunternehmen nur aus den persönlichen Biographien der Unternehmerinnen und Unternehmer und dem räumlichen Kontext zu verstehen sind. Deswegen wurden drei unterschiedliche Untersuchungsgebiete ausgewählt und in diesen systematisch nach Raumunternehmen gesucht. Dies geschah über Interviews mit lokalen Institutionen der Wirtschaftsförderung und der Stadtteil- bzw. Regionalentwicklung sowie mit ausgewählten Raumunternehmern und Raumunternehmerinnen aus allen drei Untersuchungsgebieten. Letztere wurden aufgefordert, über das Entstehen ihres Unternehmens zu erzählen und im Anschluss daran Vertiefungsfragen zu beantworten. Mögliche Beratungs- und Finanzierungsmöglichkeiten zur Förderung von Raumunternehmen sind dann auf Grundlage einer Analyse bestehender Unterstützungsinstrumente erarbeitet worden.

3 FALLBEISPIELE



Abb. 2: Einflüsse auf Quartiersentwicklung

Ausgangspunkt der Überlegungen zu Raumunternehmen ist ein systemisches Verständnis von lokalräumlicher Ökonomie. Wie in der Abbildung dargestellt, fließen verschiedene (monetäre) Ströme in und aus einem Raum.

Das spezifische quartiersinterne Angebot an Wohnraum, Bildung, Kultur, Nahversorgung und Freiraum bestimmt die Lebensqualität vor Ort mit, verursacht monetäre Ströme und trägt dazu bei, dass sich eine spezifische Identität und ein wiedererkennbares Image herausbildet. Wenn beispielsweise die Kaufkraft der Bewohner eines Quartiers in Folge eines Rückgangs an Einkommenszahlungen sinkt, so ist auch eine hochwertige Nahversorgung gefährdet, was wiederum Auswirkungen auf die Lebensqualität hat. Das Zusammenspiel dieser Faktoren hat nun Auswirkungen auf die Bevölkerungszusammensetzung. Sinkt also die Lebensqualität, werden Bessergestellte wegziehen. Für einzelne lokale Räume kann es zu einer sich selbst verstärkenden Abwärts-spirale kommen (Franke 2008; Gärtner 2008; Farwick 2007). Stigmatisierung, fehlende lokale Identität und die Erosion von

lokalem Sozialkapital (z. B. nachbarschaftliche Beziehungen, Verantwortung) können die Folgen sein – und sich gegenseitig verstärken. Und schließlich fehlen dort die Nahversorgungsangebote, die lokalen Treffpunkte und die sozialen Vorbilder. Es entstehen benachteiligte Quartiere, in denen den Bewohnerinnen und Bewohnern die soziale Teilhabe und Aufstiegschancen erschwert werden.

Raumunternehmen können dazu beitragen, die skizzierte Abwärts-spirale abzumildern und Entwicklungen sogar umzukehren. So kann die Verbesserung der Lebensqualität, unter anderem ausgelöst durch besonders erfolgreiche Raumunternehmen, einen Zuzug von Bessergestellten bedingen, was wiederum Auswirkungen auf die Qualität von Wohnraum und der lokalen Nahversorgung haben wird. In Einzelfällen, insbesondere in prosperierenden Städten und Regionen mit angespanntem Immobilienmarkt, kann diese Entwicklung aber auch zu Gentrifizierung und Verdrängung von Menschen mit geringerem Einkommen führen.

3.1 BESTIMMUNG DER UNTERSUCHUNGSGEBIETE

Davon ausgehend, dass es in verschiedenen Räumen, je nach Lage, Gebäudestruktur und vorherrschender ökonomischer Funktion, unterschiedliche Chancen für Raumunternehmen gibt, wurden Raumunternehmen in ihrem räumlichen Kontext analysiert. Um eine Übertragbarkeit der erzielten Ergebnisse zu ermöglichen und den quartierspezifischen Bedingungen von Raumunternehmen Rechnung zu tragen, aber auch um festzustellen, ob diese in verschiedenartigen Quartieren zu finden sind, wurden sechs Raumtypen gebildet. Handlungsleitend war dabei *erstens*, dass in diesen Räumen eine bestimmte Problemkonstellation vorliegt,

zweitens, dass es sich um Gebietstypen mit brachliegenden räumlichen Ressourcen handelt und *drittens* die Quartierstypen so zu fassen, dass einerseits der nachbarschaftsräumliche Kontext abgebildet werden kann, jedoch gleichzeitig die Einteilung nicht so kleinteilig wird, dass keine Verallgemeinerung mehr möglich ist.

ALTINDUSTRIELLE URBANE GRÜNDERZEITQUARTIERE sind innerstädtische Quartiere mit vorwiegend gründerzeitlicher Bebauung, hohem Migrantanteil, junger Bevölkerung mit niedrigem sozialem Rang und weggebrochenem Sektorprofil im produzierenden Gewerbe.

ALTINDUSTRIELLE, STÄDTEBAULICH NICHT INTEGRIERTE INNENSTÄDTE sind im Peripheraum gelegene urbane Räume, meist mit überformten Siedlungskernen und städtebaulich nicht integrierten Neubausiedlungen, bei starken überalterter Bevölkerung mit niedrigem sozialen Rang und weggebrochenem Sektorprofil im produzierenden Gewerbe.

PERIPHERE DÖRFliche RÄUME MIT SCHLECHTER NAHVERSORGUNG sind periphere, ländliche, (überformte) Siedlungskerne mit leicht überalterter Bevölkerung, teilweise vom Agrar-Strukturwandel, aber immer von desintegrierenden Versorgungsstrukturen außerhalb der Region betroffen.

PROFILLOSE MITTELGROSSE STÄDTE sind im Zwischenraum gelegene, mittelgroße Städte mit teilweise überformten Stadtzentren und leicht überalterter Bevölkerung, die Versorgungsfunktionen an bedeutendere Zentren in der Umgebung verloren haben.

GROSSWOHNSIEDLUNGEN AM STADTRAND sind peripher im Zentral- oder Zwischenraum liegende Großwohnsiedlungen mit niedrigem Mitneveu, überwiegender Wohnnutzung und Leerstand.

MARGINALISIERTE METROPOLITANE QUARTIERE IM AUFBRUCH sind urbane Quartiere im Zentralraum mit attraktiver, überwiegend gründerzeitlicher Bebauung mit Sanierungsbedarf, niedrigem sozialen Rang großer Bevölkerungsteile, teilweise Wegzug und Verlust zentraler Arbeitgeber; durch Zuzug junger (kreativer) Bevölkerung im Aufbruch.

Abb. 3: Raumtypen (grün – für die Untersuchung ausgewählt)

Für drei dieser Typen wurden Quartiere bzw. Regionen ausgewählt (siehe Abb. 3) und auf Raumunternehmen hin untersucht. Ein »Altindustrielles urbanes Gründerzeitquartier« (Gelsenkirchen Südost) zu untersuchen ist relevant, da trotz intensiver Interventionen noch immer eine bedeutende Anzahl ähnlicher Quartiere mit vergleichbaren Herausforderungen existieren. Des Weiteren bergen gründerzeitliche Quartiere vermutlich hohe Potenziale und Möglichkeiten für Raumunternehmungen. Um eine Gegenüberstellung zu ermöglichen, wurde zudem ein Quartier des Typs »Marginalisierte metropolitane Quartiere im Aufbruch« (Frankfurt Gallus) gewählt. So sind zwei urbane Gebiete in die Untersuchung eingeflossen (Gelsenkirchen Südost und Frankfurt Gallus), die eine ähnliche räumliche Lage in der Stadt, Bebauungsstrukturen und Verkehrsbedingungen aufweisen.

Ferner haben die Untersuchungsgebiete ähnliche Probleme (weggebrochene Industrie-Arbeitsplätze), unterscheiden sich aber vom gesamtstädtischen Kontext deutlich (Frankfurt am Main im Vergleich zu Gelsenkirchen).

Als Gegenstück zu diesen urbanen Gebieten befindet sich das dritte Untersuchungsgebiet in einem agrarisch-ländlichen Kontext (Dömitz-Malliß in Mecklenburg-Vorpommern). Dieser »Peripher dörfliche Raum mit schlechter Nahversorgung« wurde vor dem Hintergrund anhaltender Wanderungsverluste und starker Überalterung im ländlichen Raum untersucht.

MERKMALE DER UNTERSUCHUNGSGBIETE

	Gelsenkirchen Südost	Frankfurt Gallus	Dömitz Malliß	Bundesdurchschnitt
Einwohnerzahl	41.360	25.808	9.400	-
Fläche	7,5 km ²	2,84 km ²	258 km ²	-
Bevölkerungsdichte	5467 EW / km ²	9087 EW / km ²	37 EW / km ²	230 EW / km ²
Lage	Innerer Zentralraum	Innerer Zentralraum	Peripherraum mit sehr geringer Dichte	-
Anteil nicht Deutscher	20,1 %	42,3 %	2,1 %*	8,8 %
Bevölkerung unter 18 Jahre	20,1 %	15,4 %	14,5 %	17,0 %
über 65 Jahre	19,0 %	12,8 %	20,8 %	20,1 %
Arbeitslosigkeit	16,5 %	9,4 %	9,9 %	6,9 %
Langzeitarbeitslose in % der Arbeitslosen	51,7 %	-	35,9 %	36,7 %
Steuern je Einwohner	572,80* €	1697,60* €	266,70* €	639,70 €
Besondere Merkmale der Flächennutzung (eigene Einschätzung)	Hoher Anteil Brache bzw. Freifläche	Hoher Anteil an Wohnnutzung sowie Büros	Hoher Anteil an landwirtschaftlicher Nutzung	-

* Angaben beziehen sich auf die nächst größere Gebietseinheit, da Daten auf Untersuchungsebene nicht verfügbar waren
Quelle: INKAR 2006; INKAR 2009; Kersting et al. 2008; Buch 2006

3.2 UNTERSUCHUNGSGEBIETE UND IHRE RAUMUNTERNEHMEN

3.2.1 GELSENKIRCHEN SÜDOST

Gelsenkirchen ist im nördlichen Ruhrgebiet gelegen. Die Landeshauptstadt Düsseldorf ist in einer halben Stunde, die Stadt Essen in zehn Minuten mit der Bahn erreichbar. Die Stadt wird von drei Autobahnen durchzogen. Das Untersuchungsgebiet Gelsenkirchen Südost besteht aus den Stadtteilen Bulmke-Hüllen, Neustadt sowie Ückendorf-Nord und befindet sich in zentraler Lage, direkt südöstlich der Altstadt. Es gruppiert sich um den Gelsenkirchener Hauptbahnhof und wird von einer stark frequentierten Bahntrasse durchzogen. Diese Zentralität und eine relativ hohe Bevölkerungsdichte (5.467 Einwohner/km²) zeichnen das Untersuchungsgebiet aus.

BAULICHE STRUKTUR UND FLÄCHENNUTZUNG

Die Bausubstanz ist kleinräumlich sehr heterogen. Ehemals dörfliche Strukturen sind heute überformt, es überwiegen von der Montanindustrie geprägte, gründerzeitliche Wohnquartiere und Nachkriegsbebauung. Insgesamt muss der Zustand vieler Gebäude und die Qualität der Wohnungen als sehr schlecht bewertet werden. Das Untersuchungsgebiet ist darüber hinaus durch brachgefallene, ehemalige Industrieflächen geprägt.

POTENZIAL- UND PROBLEMLAGE

In Gelsenkirchen Südost lässt sich die in Kapitel 3 dargestellte Abwärtsspirale gut nachzeichnen. Denn das ungenügende Angebot in Bezug auf höherwertigen Wohnraum und Einzelhandel sowie auf Schulen mit guter Reputation führt dazu, dass Einkommensstärkere das Untersuchungsgebiet verlassen und sich einkommensschwache Bevölkerungsgruppen mit teils problematischen Lebensumständen konzentrieren (dies gilt insbesondere für Ückendorf und die Neustadt). Eine Durchbrechung der Abwärtsspirale erscheint ohne tiefgreifende Intervention oder eine massive Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Situation wenig wahrscheinlich. Nichtsdestotrotz bietet das Untersuchungsgebiet auch Potenziale. Die zentrale Lage und sehr gute Verkehrsanbindung verbinden das Gebiet mit großen Universitätsstädten bei Fahrzeiten von deutlich unter einer Stunde.



Abb. 4–5: Städtebauliche Situation in Gelsenkirchen Südost

Qualitäten liegen auch in der Bebauungs- und Siedlungsstruktur. So befinden sich hier viele Altbauten mit Gärten und einige markante historische Gebäude wie das Amtsgericht und die Heilig-Kreuz-Kirche. Das Untersuchungsgebiet – insbesondere Neustadt und Ückendorf – verfügt im Vergleich zu Gelsenkirchen über viele Freiflächen und Parkanlagen. Dank der niedrigen Miet- und Kaufpreise können auch Vorhaben mit vergleichsweise geringen Erträgen im Untersuchungsgebiet realisiert werden.

RAUMUNTERNEHMEN IN GELSENKIRCHEN SÜDOST

Im Rahmen der durchgeführten Experteninterviews, der Ortsbegehungen und der Auswertung der Materialien sind mit 14 Beispielen deutlich mehr potenzielle Raumunternehmen identifiziert worden, als anfänglich vermutet. Von den sieben, die in die engere Wahl gezogen wurden, waren sechs bereit, für ein Portrait zur Verfügung zu stehen. Interviews wurden mit Byeong-II Yun geführt, der eigentlich für zwei Raumunternehmen – das Schumann-Haus und den Kulturverein EURASIA im untersuchten Quartier steht. Ferner wurde das Ehepaar Stein der gleichnamigen Galerie befragt, das sich seit rund 30 Jahren am und für den Standort engagiert. Ebenso standen der Künstler Wilfried Stephan, der sein Atelier im Stadtteil betreibt und Frau Yaman für mehrere Interviews zur Verfügung. Frau Yamans Gemüsegeschäft ist laut Stadtteilexpertinnen und -experten ein wichtiger Kristallisationspunkt. Die Unternehmerin plant außerdem, im Quartier eine »Wellnessoase« für türkische Frauen zu entwickeln. Ein weiteres in Gelsenkirchen untersuchtes Beispiel ist der Kiosk Müller, dessen Inhaber sich als »Dienstleistungsbude« bezeichnet und für den Stadtteil Kommunikations- und Treffpunkt ist. Stellvertretend für die große Bandbreite stehen im Folgenden das Schumann-Haus von Herrn Yun und der von den Herren Müller und Keirath betriebene Kiosk.



Abb. 6–7: Städtebauliche Situation in Gelsenkirchen Südost

DAS »SCHUMANN-HAUS« – DIE GESCHICHTE DES IL YUN AUS ÜCKENDORF

Byeong-Il Yun, Sänger am Musiktheater in Gelsenkirchen, hat es auf der Suche nach einem Ladenlokal für seinen Kulturverein »EURASIA« nach Gelsenkirchen-Südost verschlagen. Um die sozio-ökonomische Situation im Stadtteil zu verbessern, engagiert er sich im Rahmen seines Kulturvereins sowie mit zahlreichen künstlerischen und kulturellen Projekten. Die Fähigkeit, Visionen zugunsten des Stadtteils zu entwickeln und diese mit einem ausgeprägten Unternehmergeist umzusetzen, macht ihn bereits zum Raumunternehmer. Paradebeispiel für ein Raumunternehmen ist allerdings die Nachnutzung der Seitenräume der Heilig-Kreuz-Kirche durch das »Schumann-Haus«, ein Musikinternat für koreanische Studierende. Aufgrund seiner persönlichen Bindung zu der nicht mehr genutzten Kirche suchte er nach Nachnutzungskonzepten, um das Gebäude vor dem Verfall zu schützen. Dadurch konkretisierte sich die Idee, koreanische Musiker und Musikerinnen durch eine intensive Betreuung (Spracherwerb und Musik) auf die Aufnahmeprüfung an deutschen Musikhochschulen vorzubereiten. Die für den Umbau des Gebäudes benötigten 50.000 Euro bekam er jedoch von keiner Gelsenkirchener Bank oder Sparkasse als Unternehmenskredit gewährt. Ausschlaggebend war dabei nicht das Projekt an sich, sondern vor allem das Image des Stadtteils. Obwohl Gewinnerzielung nicht das Motiv war, ist Herr Yun mittlerweile wirtschaftlich erfolgreich mit seinem Internat.

Die Geschichte: Vor rund 16 Jahren zog Herr Yun nach Essen-Werden, um an der Folkwang Hochschule Musik zu studieren. Während seiner Studienzeits lebte er im gutsituierten und bei Kreativen beliebten Essener Stadtteil Rüttenscheid. Nachdem er am Gelsenkirchener Musiktheater eine Festanstellung als Sänger bekam, suchte er in Gelsenkirchen ein geeignetes und kostengünstiges Ladenlokal für die Gründung eines eurasischen Kulturvereins (EURASIA). Herr Yun wollte ehrenamtlich als Mittler zwischen klassischer europäischer und asiatischer

Kultur wirken. Ohne zu wissen, wie angespannt die soziale Lage in Gelsenkirchen Südost war, mietete er dort ein Ladenlokal und verlegte seinen Wohnsitz dorthin. Zum jetzigen Zeitpunkt, so gibt er offen zu, würde er sich nicht noch einmal für diesen Stadtteil entscheiden. Dennoch kommt es für ihn nicht in Frage, seine neue Heimat zu verlassen. Vielmehr ist er entschlossen, zur Entwicklung des Stadtteils beizutragen und durch zahlreiche Projekte, Eigeninitiative und Kreativität einen spürbaren Mehrwert für den Raum zu schaffen.

Ideenfindung und Entwicklung: Für asiatische Musikbegeisterte ist Europa – insbesondere mit den Ländern Deutschland, Italien, Frankreich und Österreich – das Mekka klassischer Musik. Studienplätze an der Folkwang Musikhochschule sind international sehr begehrt. Herr Yun hatte daher schon lange die Idee, ein »Base Camp« für koreanische Studienanwärter zu gründen und diese bei der Vorbereitung auf die schwierige Aufnahmeprüfung zu unterstützen. Die Wertschätzung für klassische Musik ist in Südkorea so hoch, dass viele Eltern bereit sind, für die hochwertige Ausbildung ihrer Kinder in Europa angemessen zu zahlen.



Abb. 8: Byeong-Il Yun im Rahmen eines Interviews

Mit der Schließung der Heilig-Kreuz-Kirche in der Bochumer Straße nahm Yuns Idee im Jahr 2007 dann konkrete Gestalt an: eine Rundumbetreuung junger koreanischer Musiker inklusive Unterkunft, Verpflegung, einem Intensivkurs an Sprachschulen und natürlich Musikunterricht. Seit Beginn des Projekts im Jahr 2009 haben insgesamt 15 seiner Schützlinge die Aufnahmeprüfung bestanden und einen der knappen Studienplätze erhalten.

Gebäude, Ort und Stadtteil: Die seit einigen Jahren leer stehende Heilig-Kreuz-Kirche ist ein bedeutendes Beispiel backstein-expressionistischer Baukunst. Byeong-Il Yun ging es aber bei seinem Engagement für das sakrale Bauwerk nicht nur um den baukulturellen, sondern auch um den religiösen Wert: Sein Sohn Noah wurde dort getauft. Auf der Suche nach einer Nachnutzung für das leerstehende Gebäude hatte sich die schon lange in seinem Kopf befindliche Idee des Musikinternats konkretisiert. Der Standort selbst war und ist aufgrund der Nähe zum Bahnhof und der damit verbundenen schnellen Erreichbarkeit Dortmunds (Sprachschule) und Essens (Folkwang Hochschule) für das Vorhaben gut geeignet. Nachdem er das Pfarrhaus mieten konnte, entstand sein Internat, mit Küche, Essensraum und Freizeitkeller. Die Sakristei sowie der Kirchturm wurden zu Proberäumen umfunktioniert. Im Zuge einer ersten Expansion mietete er zusätzlich Wohnungen im gegenüberliegenden Gebäude an. Das geräumige Kirchenschiff steht jedoch noch leer, Yun arbeitet an einer geeigneten Nutzung.

Erfolg, Unterstützung und Barrieren: Obwohl Herr Yun mit seinem Internat den Stadtteil nicht nur kulturell bereichert, sondern auch wirtschaftlich recht erfolgreich ist, stieß seine Idee auf Skepsis und Unverständnis. Bei Banken und Sparkassen erhielt er keinen Gewerbekredit. Ausschlaggebend für die Prüfung seines Kreditantrags seien gängige Kennzahlen gewesen, vor allem Wert und Lage der Immobilien in der Bochumer Straße. So musste sich Yun die finanziellen Mittel von 50.000 Euro für die Einrichtung und Renovierung der Wohn- und Proberäume

mittels eines deutlich höher verzinsten Konsumentenkredites beschaffen. Dies war nur dank seiner Festanstellung am Musiktheater möglich. Ebenso wenig habe man ihm sinnvolle Hilfestellungen oder Beratungsleistungen bei der IHK angeboten. Dort habe man seine Geschäftsidee weder nachvollziehen, noch das ihr innewohnende Potenzial erkennen können. Herr Yun wollte das Internat zunächst gemeinnützig als Verein betreiben, was aber aufgrund der Einnahmen aus den Vermietungen nicht möglich war. Aber auch als Unternehmen wurde es vom Finanzamt zunächst nicht anerkannt, da man die Geschäftsidee für so abwegig hielt, dass man das Vorhaben als Liebhaberei einstufte und befürchtete, dass sich durch die Verluste auf Dauer nur das besteuerebare Einkommen Yuns reduzieren würde. Auch die Leistungen einer Unternehmensberatung haben Herrn Yun nur wenig Nutzen gebracht, da diese lediglich vermögensmäßig kalkuliert habe, das Potenzial des Projektes jedoch nicht in vollem Umfang berücksichtigte. Die Hilfe aus seinem Freundeskreis sowie der Rückhalt von seiner Frau, auf deren Namen die Vermietung läuft, waren dagegen besonders wertvoll gewesen. Herr Yuns Unternehmergeist scheint noch lange nicht erschöpft und es bedarf zudem noch einer angemessenen Nutzung des großen Kirchenschiffs. Seine Idee ist es, in den Seitenschiffen der Kirche abgetrennte Ateliers für bildende Künstler aus Asien, insbesondere Korea, einzurichten. Dabei soll die Nutzung des Mittelschiffs für Veranstaltungen und Ausstellungen erhalten bleiben. Offene Ateliers würden, so Yun, als Ausstellungs- und Schaffensraum für asiatische Künstler großen Anklang finden. Insgesamt sollen zehn Kleinateliers sowie jeweils eine variable Ausstellungs- und Veranstaltungsfläche (z.B. für geplante regelmäßige Konzert- oder Informationsveranstaltungen) entstehen. Demgegenüber stehen allerdings relativ hohe Investitionskosten für Umbau und Haustechnik, die zurzeit unlösbare Finanzierungsprobleme darstellen. Die Genehmigung der Umnutzung ist ebenfalls schwierig.

Raumnutzen: Durch die Nachnutzung der Seitenräume der Heilig-Kreuz-Kirche trägt Yun zum Erhalt des wohl bedeutendsten Ückendorfer Bauwerks bei, belebt und betreut es und macht die ehemalige Kirche teilweise der Öffentlichkeit zugänglich. Mit Internat und »EURASIA« Kulturverein ist Yun darüber hinaus ein starker Akteur im Problemstadtteil, wobei sich beide Unternehmungen gut ergänzen. So spielen seine Studenten oft auf Veranstaltungen des Kulturvereins und anderen Events im Stadtteil, die Yun musikalisch begleitet. Mit Kurzkonzerten seiner koreanischen Nachwuchskünstler unterstützte er 2010 die durch das Büro für lokale Wirtschaftsentwicklung initiierten Veranstaltungen »Tür auf« und »Licht an«, mit denen Ückendorf sein negatives Image verbessern und seine Künstler und Kulturschaffenden präsentieren möchte. Yun sucht den Kontakt mit anderen Bewohnern des Stadtteils, so ist er dem Portugiesischen Kulturverein beigetreten. Sehr zu seinem Bedauern besuchen dennoch bisher nur wenige Stadtteilbewohner seine Veranstaltungen.



Abb. 9: Altarraum der Heilig-Kreuz-Kirche



Abb. 10: Seitenschiff der Heilig-Kreuz-Kirche

MÜLLERS KIOSK – DIE ZWEI VON DER TANKSTELLE MACHEN JETZT DAS »BÜDCHEN MIT MEHRWERT«

Die Raumunternehmer Bernd Müller und Rolf Keirath waren zuvor in einer Tankstelle in Südost beschäftigt und betreiben nun den Kiosk an der Ecke Ückendorfer / Bochumer Straße mit einem Höchstmaß an Professionalität und persönlichem Einsatz. Kunden- und Serviceorientierung bilden dabei die Grundlage ihres Erfolgskonzepts. Sowohl Produkte des täglichen Bedarfs als auch personalisierte Dienstleistungen (Getränke- und Party-lieferservice) gehören zum Angebot. Eigene Ersparnisse, eine gut angelegte Gründungsfinanzierung und Beratung sowie natürlich der Kiosk und sein Standort haben ihnen die Realisierung ihres Vorhabens ermöglicht. Mittlerweile sind sie so erfolgreich, dass sie expandieren möchten und im gesamten Gelsenkirchener Stadtgebiet auf der Suche nach geeigneten Immobilien sind.

Geschichte: Unser vorrangiger Interviewpartner und treibende Kraft bei allen unternehmerischen Fragen, Bernd Müller, kommt gebürtig aus Gelsenkirchen-Feldmark. Nachdem er kurz in Bottrop lebte, ist er wieder nach Gelsenkirchen zurückgekehrt und wohnt seitdem in der Nähe seines Kiosks. Seit er selbst als Kunde der von seinem Vorgänger heruntergewirtschafteten »Bude« enttäuscht worden war, hatte er den Kiosk an der Ecke Ückendorfer Straße / Bochumer Straße ins Visier genommen. Er und sein Partner Bernd Keirath waren an einer nahe gelegenen Tankstelle tätig, die Herr Müller als gelernter Einzelhandelskaufmann leitete. Gemeinsam mit seinem Partner erfüllte er sich im Jahr 2009 seinen langjährigen Traum und machte sich als Besitzer der mittlerweile sehr profitablen Trinkhalle »Müllers Kiosk« selbstständig.

Ideenfindung und Entwicklung: Als gelernte Fachkraft im Lebensmittel-Einzelhandel hat Herr Müller das Verkaufen »von der Pike auf« gelernt. Die Idee, sich selbstständig zu machen, konkretisierte sich durch die Wahrnehmung des sehr schlecht geführten Kiosks. Da er den Verfall und das sinkende

Warenangebot täglich beobachten konnte und für ihn die Insolvenz abzusehen war, kontaktierte er den Vermieter und bot sich als neuer Kioskbetreiber an. Aufgrund der Tatsache, dass der damalige Betreiber schon lange keine Miete mehr bezahlte, wurden die beiden schnell vertragseinig.

Kunden- und Serviceorientierung sowie die persönliche Beziehung zu seinen Kunden sind bei Herrn Müller »das A und O«. Ob jung oder alt, deutsch oder nicht-deutsch, für sie hat er immer ein offenes Ohr und berücksichtigt bei der Planung seines Waren-sortiments oft deren Wünsche. Neben gängigen Produkten des alltäglichen Bedarfs bietet Müllers Kiosk Dienstleistungen, wie Getränkeliefer- und Partyservice – auch nachts – an.

Gebäude, Ort und Stadtteil: Bei der Wahl des Standorts sei nicht der Stadtteil ausschlaggebend gewesen, so Müller, sondern vielmehr die »super Lage« der Kiosk-Immobilie an der Kreuzung Ückendorfer Straße / Bochumer Straße mit je zwei Bus- und Bahnhaltestellen sowie der nahegelegenen Schule. Zudem war ihm die geringe räumliche Distanz zwischen Wohn- und Arbeitsort wichtig. Viel Laufkundschaft, Parkmöglichkeiten, geringe Konkurrenz und ein fester Kundenstamm waren und sind für Herrn Müller wichtige Standortfaktoren.

Erfolg, Unterstützung, Barrieren: Fragt man die beiden Raumunternehmer nach den Barrieren bei der Umsetzung ihrer Pläne, ist man erstaunt, wie reibungslos alles funktionierte. Zwar habe man treue Kunden zunächst neu gewinnen müssen, aber zum Glück haben Müller und Keirath beide von ihrer Tätigkeit an der Tankstelle profitiert. Unter den Ückendorfern »bekannt wie ein bunter Hund« haben sie sicherlich den einen oder anderen Kunden für Brötchen, Zeitungen oder Zigaretten zu ihren Gunsten abgeworben.

Das vorhandene Angebot an Beratungsleistungen hat Herr Müller als positiv empfunden. Als angehender Unternehmer hat er für die Eröffnung von »Müllers Kiosk« den sogenannten Gründungszuschuss der Bundesagentur für Arbeit erhalten und

zusätzlich – von Bundesagentur vermittelt und finanziert – die Beratungsleistungen des KfW-Programms »Gründercoaching Deutschland« in Anspruch genommen sowie in der Planungsphase mit einem Unternehmensberater zusammengearbeitet. Nach Ablauf dieser Unterstützungen haben die beiden Raumunternehmer bis heute keine weiteren Leistungen in Anspruch genommen. Überhaupt betonen sie immer wieder ihre finanzielle Unabhängigkeit und Planungsgenauigkeit. Zu den anfänglichen Zuschüssen durch das Arbeitsamt haben sie eigene Ersparnisse beigesteuert und für die Expansionspläne wurden mittlerweile ausreichend Rücklagen gebildet. Herr Müller und Herr Keirath möchten in naher Zukunft noch »ein paar« Trinkhallen eröffnen.

Raumnutzen: Mit Müllers Kiosk ist aus einer heruntergekommenen Trinkhalle mit schlechtem Angebot ein Servicebüddchen und lebhafter Treffpunkt geworden, der auch zur Nahversorgung im Quartier beiträgt. Der Lieferservice für Getränke wird von älteren Bewohnerinnen und Bewohnern gerne genutzt, da die Kästen auch bis in den vierten Stock getragen werden.

GRÜNDUNGSZUSCHUSS DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT

Die Auszahlung des Gründungszuschusses an Herrn Müller ist in zwei Phasen erfolgt: Vom 1. bis 9. Monat erhielt er Arbeitslosengeld I plus 300 Euro als Beiträge für die Kranken- und Sozialversicherung. Die nächsten fünf Monate unterstützte man ihn weiterhin mit 300 Euro monatlich. Voraussetzungen, um überhaupt einen Zuschuss des Arbeitsamtes zu erhalten, sind die Begutachtung des Existenzgründungsvorhabens durch eine fachkundige Stelle sowie der Anspruch auf Arbeitslosengeld I für mindestens 90 Tage. Herr Müller erwarb diesen Anspruch durch seine letzte Tätigkeit als angestellter Geschäftsführer und auf Basis der positiven Begutachtung seines Unternehmenskonzepts. Bei der Erstellung seines Businessplans nutzte er seine Einzelhandelserfahrung.

3.2.2 FRANKFURT GALLUS

Der Stadtteil Gallus liegt im westlichen Zentrum der wachsenden Finanzmetropole Frankfurt am Main, in unmittelbarer Nähe zum Hauptbahnhof und ist durch Gleisanlagen im Norden und Süden sowie eine Kleingartensiedlung im Osten in drei Richtungen relativ klar von anderen Stadtteilen abgegrenzt. In Richtung Bahnhofsviertel bzw. Innenstadt verschwimmt die Grenze jedoch. Durch seine isolierte Lage und die Ansiedlung von Industriebetrieben im 19. Jahrhundert entwickelte sich das Gallus zu einem eigenständigen Industrie- und Arbeiterstadtteil. Die lagebedingten Einschränkungen wird das Quartier in absehbarer Zeit verlieren, denn im Rahmen der Entwicklung »Europaviertel« wird der ehemalige Güterbahnhof im Norden des Stadtteils mit Wohn- und Dienstleistungsnutzungen bebaut. Wichtige Einfallstraßen sowie eine gute ÖPNV-Erschließung kennzeichnen das Viertel, haben allerdings auch eine hohe verkehrliche Belastung zur Folge. Die Bevölkerungsdichte ist mit 9.087 Einwohnern je km² sehr hoch, was sich auch an dem eingeschränkten Angebot an öffentlichen Grünanlagen zeigt.

BAULICHE STRUKTUR UND FLÄCHENNUTZUNG

Die Baustruktur weist eine große Bandbreite auf und reicht von Gründerzeitquartieren, Zeilenstrukturen des Neuen Frankfurts, Nachkriegsbebauungen, Industrieflächen und -brachen, Gewerbeflächen bis hin zu großen Büro- und Dienstleistungsbauten. Wie die Einwohnerdichte bereits vermuten lässt, ist die Wohnbebauung intensiv, die Wohnungen sind jedoch größtenteils klein und schlecht ausgestattet. Große Flächen des Gallus wurden außerdem durch Industrie- und Gewerbebetriebe in Anspruch genommen, die im Rahmen des Strukturwandels brach gefallen sind. Sie werden nun meist für Einzelhandel und Dienstleistungen, insbesondere im Bereich Back-Office für Banken- und Finanzdienstleistungen, vor allem im östlichen Teil (so z.B. der Bürokomplex der Commerzbank an der Hafensstraße) genutzt.



Abb. 11: Zeilenbebauung »Neues Frankfurt«



Abb. 12: gründerzeitliche Bebauung

POTENZIAL- UND PROBLEMLAGE

Neben den beschriebenen städtebaulichen Problemlagen kommt eine schlechte Reputation hinzu, die u. a. in der Sozialstruktur und der Historie des Quartiers mit seinem ehemals starken industriellen Besatz begründet liegt. Allerdings hat das Quartier auch viele Potenziale. Dazu zählen die Multiethnizität, die innerstädtische Lage, die Nähe zum Bankenviertel und zur Messe, die teilweise durchaus interessante und ansprechende historische Wohn- und Industriearchitektur sowie markante Orte wie die Galluswarte oder die Adlerwerke. Das traditionell schlechte Image des Quartiers verbessert sich seit Jahren. So wird das innerstädtische Quartier insbesondere bei jungen, gut ausgebildeten Menschen zunehmend beliebt. Dazu haben auch die vielen Initiativen, Vereine und Einzelpersonen beigetragen, die auch ohne oder mit nur wenig Unterstützung kulturelle Projekte organisieren. Als Chance ist die Entwicklung des ehemaligen Güterbahnhofs durch das Projekt Europaviertel zu nennen, weil es die städtebauliche Isolation des Quartiers reduzieren und kaufkräftige Bewohner in die Nähe des Viertels bringen wird. Außerdem werden im Rahmen des Programms Soziale Stadt zurzeit die Aufenthaltsqualität verbessert, Plätze gestaltet und Grünanlagen angelegt. Aufgrund der gesamtstädtischen Entwicklung Frankfurts und des damit verbundenen Drucks auf den Wohnungsmarkt besteht die Gefahr, dass sich viele Potenziale und Chancen des Quartiers in eine Richtung entwickeln können, die für die ansässigen Bewohner negative Folgen haben kann.



Abb. 13: Arbeitsplätze sind in benachbarten Quartieren vorhanden



Abb. 14: Wahrzeichen Galluswarte

RAUMUNTERNEHMEN IN FRANKFURT GALLUS

Im Rahmen einer Vor-Ort Recherche, ergänzender Interviews und der Befragung der Raumunternehmen selbst bzw. ihres Umfeldes wurden im Gallus acht mutmaßliche Raumunternehmen identifiziert, von denen vier näher untersucht wurden.

Ein Unternehmen – eine Dessous-Schneiderei – hat sich allerdings als »raumloses« Unternehmen entpuppt. Das Unternehmen profitierte zwar vom lokalen Förderprogramm und der Kooperation mit anderen Unternehmerinnen im Rahmen einer Frauenkooperative im Stadtteil, nicht aber vom Stadtteil allgemein. Ihre eher zahlungskräftigen Kunden kommen nicht aus dem Gallus und haben Berührungängste mit den Räumlichkeiten des Mehrgenerationenhauses, in denen das Unternehmen sitzt. Die Schneiderei stiftet auch keinen Nutzen im Stadtteil, da er nicht Lebensmittelpunkt der Gründerin ist und diese plant, ihr Atelier zu verlegen. Nachfolgend dokumentiert und exemplarisch für das Quartier sind die Stadtteilinitiative Koblenzer Straße e.V. und der Nähsalon Zargoona Ghaussy.

STADTTEILINITIATIVE KOBLENZER STRASSE E.V.

Die Stadtteilinitiative Koblenzer Straße e.V. (SIKS e.V.) ist zwar weniger »Unternehmen« als Initiative, hat dafür aber umso mehr »Raumbezug«. In Form von Stabilisierungseffekten durch Projekte mit Kindern und Jugendlichen, diverse Kulturveranstaltungen oder den jährlich stattfindenden Straßenfesten erzeugt SIKS e.V. einen großen Mehrwert für das Gallus – und ungewollt einen Beitrag zur Gentrifizierung.

Geschichte: Eigentlich fing alles mit Lolek Lorey an, der seit Jahrzehnten in der Frankfurter Kulturszene engagiert und vernetzt ist. Nachdem er seit seinem 16. Lebensjahr in alternativen Wohnprojekten gewohnt hatte, wollte er endlich einmal »ordentlich« wohnen und mietete daher 2001 im Gallus eine Wohnung in der Koblenzer Straße an. Er übernahm zugleich die Hausmeisterfunktion für eine gründerzeitliche Immobilie mit

Hofgebäude und wurde so zur Keimzelle von SIKS e.V.: Er hatte Einfluss auf die Wohnungsvergabe und holte bei Mieterwechseln nach und nach seine Freunde und Bekannten in die Koblenzer Straße.

Ideenfindung und Entwicklung: Am Anfang stand die Idee, ein Straßenfest mit Kunst-, Kultur- und Unterhaltungsprogramm für Kinder und Senioren in der Koblenzer Straße zu veranstalten. Natürlich war das Straßenfest ein finanzielles Risiko, denn mit den Einnahmen aus dem Verkauf von Lebensmitteln und Getränken mussten neben diesen auch Sitzgelegenheiten besorgt und Gagen für Kleinkünstler bezahlt werden. Aber seit sich das Straßenfest etabliert hat – es wird mittlerweile seit 2004 jährlich veranstaltet – bekommt SIKS e.V. eine kleine finanzielle Unterstützung von der Stadt Frankfurt und einer Brauerei. Die Straßenfeste trafen auf eine so große Resonanz in der Bevölkerung, dass in der Nachbarschaft der Wunsch nach mehr kulturellen und sozialen Projekten und vor allem nach Verstärkung entstand.

Gebäude, Ort und Stadtteil: Zufall war, dass durch die Geschäftsaufgabe des Teppichhändlers »Knobbe« in der Koblenzer Straße, angrenzend an das von Lolek Lorey als Hausmeister verwaltete Wohngebäude, eine räumliche Ressource plötzlich leer stand. Um das Ladenlokal anmieten zu können, wurde der Verein SIKS e.V. mit sieben Gründungsmitgliedern gegründet. Aufgrund des negativen Stadtteilimages und des extrem schlechten Zustandes konnte das 170 m² große Ladenlokal zu einem für Frankfurt günstigen Preis angemietet werden. Für die Miete brachte in den ersten Monaten jeder ein paar Euro auf – so viel jeder eben konnte. Da zu Beginn der Anmietung noch kein Nutzungskonzept existierte, ergaben sich Angebote und Nutzung auch aus der Struktur des Gebäudes. In den Lagerräumen des Ladenlokals wurde eine Werkstatt eingerichtet, in der Fahrradworkshops angeboten werden. Der Hof wird als Aufenthaltsbereich und Fahrraddepot genutzt. Im vorderen und mittleren

Bereich des Ladenlokals befindet sich das Vereinslokal, das einmal pro Woche geöffnet hat. Außerdem finden hier Konzerte und Kunstausstellungen statt. Manchmal kochen die Vereinsmitglieder auch einfach nur für sich oder laden Kinder und Jugendliche aus der Nachbarschaft zum Essen ein. Im Verwaltungsbereich wird neben dem Büro ein Schlafplatz für auswärtige Künstler vorgehalten und im Keller befindet sich ein Tonstudio, in dem mit Jugendlichen produziert wird.

Erfolg, Unterstützung, Barrieren: Manchmal ist es kein Nachteil, keinen Businessplan zu haben, nicht auf öffentliche Förderung ausgerichtet zu sein, sondern mit privatem Kapital (auch, wenn es zusammengenommen nur wenige Hundert Euro sind) »einfach mal anzufangen« und der Unternehmung dann die Form zu geben, die sich aus der Struktur ergibt. Eine Kreditfinanzierung wurde nie angestrebt, da die Straßenfeste und die Anmietung des Ladenlokals durch die Vereinsmitglieder vorfinanziert wurden.

Der SIKS e.V. erhielt und erhält zwar mittlerweile verschiedene temporäre öffentliche Förderungen, allerdings wird vor allem auf Eigeninitiative und Eigenwirtschaftlichkeit gesetzt. Grundlage hierfür bildet das Vereinslokal, ein beliebter Szenetreff und eine wichtige Einnahmequelle der Initiative. Ferner ist SIKS e.V. gerade im Gespräch mit einer inhabergeführten Brauerei, um von dieser Bier einzukaufen und mit dem Label »Quartiersmeister« etikettiert an Vereine, Unternehmen, Kneipen und Privatpersonen zu verkaufen. Die Idee ist es, von den Bieren der großen Konzerne unabhängig zu werden und mit einem Aufschlag von drei Euro pro Kasten Geld für soziale Projekte im Quartier zu erwirtschaften.

Ein wesentliches Erfolgskriterium für das Engagement von SIKS e.V. ist die vergleichsweise günstige Ressource Raum in Verbindung mit der hohen Toleranz der Nachbarn gegenüber Lärmemissionen. Letzteres hat sich allerdings nach der Sanierung des Nachbargebäudes und die Umwandlung von Miet- zu Eigentumswohnungen bereits geändert. Die neuen Bewohner fühlen

sich durch den Lärm belästigt und machen Mietminderungen geltend. Ein Schreiben eines Rechtsanwaltes wegen Ruhestörung ist bereits eingegangen und Kaufangebote an den Vermieter der »Knobbe« liegen mittlerweile vor. Ironie des Schicksals ist dabei, dass die neuen Bewohner die Kulturangebote der »Knobbe« schätzen und die sozialen Projekte von SIKS e.V. zur Imageaufwertung des Stadtteils beigetragen haben. Mit anderen Worten: SIKS e.V. verdrängt sich selbst – und die Mitglieder sind sich dessen bewusst. Um einem eventuellen Verkauf der Immobilie, in der sich das Ladenlokal befindet, zuvor zu kommen, denken sie darüber nach, das Objekt eventuell gemeinsam mit dem Mietshäuser Syndikat aus Freiburg zu erwerben.

Raumnutzen: SIKS e.V. stiftet in zweierlei Hinsicht Raumnutzen. Mit dem »Knobbe-Vereinslokal« wurde ein Treffpunkt im Quartier geschaffen, der mit Kunstausstellungen, Kneipen-, Kochabenden und der Fahrradwerkstatt Nachbarn sowie Vereinsmitglieder aus ganz Frankfurt zusammenbringt. Die Räumlichkeiten von SIKS e.V. werden auch von anderen Initiativen genutzt und das Straßenfest ist ein beliebtes Ereignis im Stadtteil. Gleichzeitig betreibt der Verein öffentlich geförderte, soziale Projekte und übernimmt damit Aufgaben, die auch andere soziale Träger und soziale Unternehmen wahrnehmen.

ZARGOONA GHAUSSY – EINE QUARTIERSSCHNEIDERIN MIT VORBILDFUNKTION

Zargoona Ghaussy traute sich zunächst kaum, ihre Idee einer Änderungsschneiderei laut vorzutragen. Doch ihre Kinder waren überzeugt von ihrer Mutter, die bereits in Afghanistan die Schneiderei gelernt hatte. Über ihre Kinder erfuhr sie davon, dass der Trägerverein Hortes für ein Gründungsförderungsprogramm für Frauen mit Migrationshintergrund warb und nahm daran teil. Aus dem Wunsch heraus, Vorbild für ihre Kinder zu sein und eigenes Geld zu verdienen, wagte Frau Ghaussy den Schritt in die Selbstständigkeit.

Geschichte: Seit 20 Jahren lebt die aus Afghanistan stammende Jungunternehmerin Ghaussy nun in Frankfurt Gallus. Im Stadtteil gut vernetzt ist sie vor allem über den Verein Kinder im Zentrum e.V. (KiZ e.V.); ihre fünf Kinder besuchten die von KiZ e.V. betriebenen Betreuungseinrichtungen. Der Verein ist seit langem im Gallus aktiv und betreibt seit einigen Jahren auch ein Mehrgenerationenhaus im Stadtteil. Zargoona Ghaussy nahm zwei Jahre an Frauennähkursen teil, die im Gallus organisiert wurden. Mittlerweile veranstaltet sie selber Nähkurse in ihrem Nähsalon.

Ideenfindung und Entwicklung: Ein kommerzielles Interesse hatte Frau Ghaussy mit dem Besuch der Nähkurse anfangs nicht verfolgt. Jedoch bestand bei ihr der Wunsch, die Abhängigkeit von Sozialtransfers zu verringern und ihren Kindern mehr bieten zu können. Als KiZ e.V. die Anmietung des Mehrgenerationenhauses vorbereitete, auch um dort Selbstständigkeit zu fördern und dafür benötigte Räume anzubieten, warb der Verein um Kandidaten für das Förderprogramm Frauenkooperative. Ihr ältester Sohn war es, der Zargoona Ghaussy zur Teilnahme an einer Elternversammlung des KiZ überredete, bei der Gründungsideen vorgetragen werden konnten. Noch heute erinnert sie sich gut daran, dass sie sich kaum traute, ihre Geschäftsidee, eine Änderungsschneiderei, vorzutragen. Doch der Ansatz entsprach ihren Fähigkeiten und ging

gleichzeitig auf die spezifische Nachfrage ihrer Nachbarschaft ein. Außerdem gab es keine Änderungsschneiderei in der Umgebung. Nach achtwöchigem Gründungstraining wagte Frau Ghaussy 2009 den Schritt in die Selbstständigkeit.

Gebäude, Ort und Stadtteil: Der Stadtteil und die dort lebende ethnische bzw. muslimische Gemeinschaft sind für Zargoona Ghaussys wirtschaftlichen Erfolg von großer Bedeutung. Zunächst nahmen nur Bekannte das Angebot wahr, doch die Unternehmerin setzte früh auf Werbung. Sie verteilte mit Familie und Freunden Flyer im Stadtteil und nutzte ihre Verbindungen im Quartier, besonders über die Kinder. Sie preist ihr Angebot auch auf Elternversammlungen und Stadtteilstesten an, um auf sich



Abb. 15: Zargoona Ghaussy

aufmerksam zu machen. Mit Erfolg: Eltern der Klassenkameraden ihrer Kinder zählen bereits zum Kundenstamm. Auch wenn Kunden aus ihrer Gemeinschaft noch zentral für die Änderungsschneiderei sind, kommen immer öfter auch Kunden mit anderen kulturellen Hintergründen.

Erfolg, Unterstützung, Barrieren: Damit aus der Familienmutter eine Unternehmerin werden konnte, war neben viel Mut auch umfangreiche Unterstützung nötig. Die Schulung im Rahmen des Projekts Frauenkooperative war nur der Anfang. Mit dem Einstiegsgeld der Arbeitsagentur erhielt Zargoona Ghaussy finanzielle Unterstützung, für die sie sich mit einem Businessplan qualifizierte. Hinzu kam ein Förderdarlehen der Arbeitsagentur von etwa 5.000 Euro für Nähmaschinen und Material. Die Einrichtung des Salons wurde im Rahmen des Förderprogrammes Frauenkooperative zum Teil gestellt, die Renovierung mit Unterstützung ihrer besten Freundin, den Frauen der Kooperative und Bekannten realisiert. Seit zwei Jahren nun laufen die Geschäfte gut, jedoch sei ihr Umsatz durchaus noch steigerungswürdig, so die Unternehmerin. Sorge macht ihr das Auslaufen der Fördermaßnahmen. Seit kurzem muss Zargoona Ghaussy für ihren Salon Miete zahlen und auch das Darlehen der Arbeitsagentur muss getilgt werden. Bei ihren Zukunftsplänen bleibt die Unternehmerin realistisch und hofft auf Konsolidierung und Stabilisierung ihres Unternehmens.

Raumnutzen: Frau Ghaussy ist eine im Quartier verwurzelte Unternehmerin. Sie trägt zur spezifischen lokalen Versorgung bei und schafft lokale Wertschöpfung. Ihre Schneiderei im KiZ e.V. Mehrgenerationenhaus ist ein lebhafter Treffpunkt geworden. Darüber hinaus setzt sie sich für die Integration von neuen Zuwanderinnen und Zuwanderern ein, indem sie bei Behörden gängen und Spracherwerb hilft. Außerdem gab sie Nähunterricht für Schüler der örtlichen Realschule. Ihr Engagement und ihre unternehmerische Tätigkeit trotz hoher familiärer Belastung machen sie nicht zuletzt zu einem Vorbild im Gallus.



Abb. 16: Flyer des Nähsalons

BERATUNGSLEISTUNG DER FRAUENKOOPERATIVE

Das Projekt Frauenkooperative bestand aus zwei Projektphasen, die in unterschiedlicher Weise die Selbstständigkeit der Frauen mit Migrationshintergrund förderten.

In Phase I wurden ca. 40 Frauen durch die Frauenbetriebe e.V. in zwei jeweils 8 wöchigen Seminaren die betriebswirtschaftlichen sowie rechtlich / organisatorischen Grundlagen der Selbstständigkeit vermittelt. Gleichzeitig wurde an der Gründungsidee gearbeitet.

Phase II diente hingegen mehr der Unterstützung und Stärkung der Frauen in der schwierigen Gründungsphase. Die sieben Frauen, die sich entschieden hatten, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen, wurden intensiv begleitet. Ihnen wurden Räume, Einrichtung und eine Beraterin zur Verfügung gestellt. Integraler Bestandteil der Förderung war hierbei der Kooperationsgedanke, also die gegenseitige Unterstützung der Frauen. Die Gruppe traf sich regelmäßig, um in einer moderierten Runde über Erfahrungen, Probleme und Erfolge zu berichten und sich gegenseitig Mut zu machen. Für Frau Goltsman, die Beraterin, war hierbei die Persönlichkeitsbildung ganz besonders wichtig. Viele der Frauen mit Migrationshintergrund waren es nicht gewohnt, selbstsicher aufzutreten und einige der Gründerinnen hatten mit Vorbehalten in der Familie (bzw. des Ehemanns) zu kämpfen, da nicht in jedem Kulturkreis unternehmerisch erfolgreiche Frauen eine Selbstverständlichkeit sind. So war z.B. die Öffentlichkeitsarbeit ein zentrales Anliegen von Frau Goltsman, damit die Frauen lernen konnten, sich und ihr Unternehmen selbstbewusst zu präsentieren.

Quelle: Interview Katharina Goltsman (KIZ e.V.)

3.2.3 DÖMITZ-MALLISS

Das Amt (Gemeindeverband) Dömitz-Malliß befindet sich im Landkreis Ludwigslust in Mecklenburg-Vorpommern, an der Grenze zu Niedersachsen (Wendland) und Brandenburg (Prignitz). Dömitz-Malliß besteht aus mehreren Gemeinden mit eigenem Bürgermeister und Gemeinderat, jedoch ohne eigene Verwaltung. Der Gemeindeverband zeichnet sich durch eine dünne Besiedlung (37 Einwohner je km²) und sehr periphere Lage aus. So sind die Kreisstadt Ludwigslust (ein Mittelzentrum mit 13.000 Einwohnern) in ca. 30 Minuten und die Metropole Hamburg in 90 Minuten Fahrtzeit mit dem Auto erreichbar. Eine Bahnverbindung ist nicht vorhanden und Busse verkehren nur unregelmäßig.

BAULICHE STRUKTUR UND FLÄCHENNUTZUNG

Die Dörfer des Gebiets Dömitz-Malliß sind durch große Backstein-Fachwerkbauten, zu DDR-Zeiten errichteten Wohnblöcken mit hohem Leerstand und Nachwendebauung in Form von Miets- und Einfamilienhäusern gekennzeichnet. Daneben sind in vielen Dörfern größere Anlagen und Gebäude der ehemaligen landwirtschaftlichen Produktionsgenossenschaften zu finden. Hinzu kommen Dorfkirchen, Läden, Kneipen und öffentliche Einrichtungen (insbesondere Kultur-/Gemeindehäuser aus DDR-Zeiten). Die Fläche wird überwiegend durch die landwirtschaftliche Produktion, als Naturschutzgebiet (Naturpark Elbetal), militärischer Truppenübungsplatz und als Waldfläche genutzt. Die durch Siedlungs- und Verkehrsflächen bebauten Gebiete betragen nur 6,8% des gesamten Amtsgebiets (INKAR 2009).

POTENZIAL- UND PROBLEMLAGE

Wie im gesamten Bundesland Mecklenburg-Vorpommern ist auch in Dömitz-Malliß die Arbeitslosenquote hoch, liegt jedoch unter dem Landesdurchschnitt. Bevölkerungsrückgang und Überalterung der Bewohner sind derzeit noch moderate Probleme, welche jedoch an Dynamik gewinnen werden. Da viele junge Einwohner vermehrt abwandern, ist ein Rückgang an Kaufkraft abzuzeichnen. Gleichzeitig werden die familiären

Versorgungsleistungen, auf die viele Ältere angewiesen sind, um ihre Mobilitäts- und Versorgungsbedarfe zu erfüllen, geschwächt.

Die Landesplanung weist Dömitz als Unterzentrum mit Versorgungsfunktion für die umliegenden Gemeinden aus. Dömitz kann dieser Funktion jedoch nur eingeschränkt nachkommen. Die mittelalterliche Altstadt ist original erhalten und bietet daher weder ausreichend große Ladenlokale noch eine adäquate Anzahl an Parkplätzen. Leerstand und fehlende Investitionen bedingen sich hier gegenseitig.



Abb. 17–18: Leerstand und Zerfall in Dömitz

Ein Großteil der Flächen des Untersuchungsgebietes wird landwirtschaftlich genutzt, doch die Böden sind sandig und nur wenige Nutzpflanzen wie Kartoffeln, Spargel und Erdbeeren wachsen darauf. So kann in Dömitz-Malliß der in vielen peripheren Regionen beschworene Dreiklang aus Landwirtschaft, regionaler Küche und Tourismus nur eingeschränkt funktionieren. Obwohl Tourismus nicht das dominierende Standbein der Region ist – Ostsee und Mecklenburger Seenplatte sind zu weit entfernt – bergen die Elbe, die Müritz-Elde-Wasserstraße, das UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe, die Festung Dömitz, die nahegelegene Barockstadt Ludwigslust sowie Agrar- und Reittourismus gewisse Potenziale, die durch Vernetzung und Vermarktung gezielt gefördert werden.

Weitere Potenziale liegen in der Nähe zu bedeutenden Wirtschaftsstandorten. Das Untersuchungsgebiet weist starke Pendlerbeziehungen zu Wolfsburg und Hamburg auf, was prinzipiell Kaufkraft in die Region bringt. Andererseits verbringen die Pendler nur wenig Zeit an ihrem Wohnort, sodass sie dort nicht konsumieren. Weitere wichtige Potenziale liegen im verarbeitenden Gewerbe. Die günstige Lage zu den alten Bundesländern brachte nach der Wende wichtige Produktionsstätten großer Konzerne in die Region, wie die Melitta-Papierfabrik und Alete-Babynahrung. Vor allem die Lebensmittelverarbeitung birgt laut Regionalmanagerin noch Wachstumspotenzial.

RAUMUNTERNEHMEN IN DÖMITZ-MALLISS

Sieben mutmaßliche Raumunternehmen, die in dem nur 9.400 Einwohner umfassenden Untersuchungsgebiet identifiziert wurden, sind überraschend viel. Die meisten sind den Bereichen Tourismus, Gastronomie, Produktion sowie Direktvermarktung von lokalen Agrar-Spezialitäten zuzuordnen. Im Rahmen der Untersuchung wurden drei Raumunternehmen befragt. Die Bäckerei Görlitz ist ein besonders repräsentatives Beispiel, da diese den regionalen Versorgungsgengpass in den Dörfern zu überwinden hilft.

BÄCKER GÖRLITZ – VOM TRADITIONSBÄCKER ZUM KUNDENORIENTIERTEN MOBILEN VERSORGER

Die schlichte Notwendigkeit in der nach der Wiedervereinigung veränderten Marktsituation brachte die traditionsreiche Bäckerei Görlitz dazu, ein kundenorientiertes, mobiles Verkaufsmodell zu entwickeln. Heute wird ein Großteil des Umsatzes durch die drei Verkaufswagen generiert, sodass der innovative Bäcker seine Produktionsanlagen auf den mobilen Vertrieb hin optimiert hat. Die dünn besiedelte Region mit den vielen kleinen Dörfern scheint ideal für den mobilen Verkauf geeignet zu sein.

Fast 50 Dörfer erreicht der Bäcker im Zweitagestakt, wobei die Verkaufsmobile in vielen dieser Dörfer die einzigen Nahversorger sind.

Geschichte: Als Sohn eines Bäckermeisters war der Lebensentwurf von Roland Görlitz bereits vorgezeichnet. Sein Vater legte besonderen Wert auf eine hochwertige Ausbildung und so machte der Sohn sich bald einen Namen als qualitätsorientierter Bäcker. Erst kurz vor der Wiedervereinigung stieg der junge Meister in das Unternehmen seines Vaters ein, um schon bald darauf durch die wirtschaftlichen Umwälzungen vor große Herausforderungen gestellt zu sein.

Ideenfindung und Entwicklung: Die Idee des mobilen Verkaufs trug eine Bekannte an den Bäcker heran. Sie war arbeitslos geworden und bat Roland Görlitz um den Firmenlieferwagen, damit sie Backwaren in den Dörfern verkaufen konnte. Dieses Verkaufsmodell war so erfolgreich, dass der Bäcker nicht lange wartete und bereits nach einem Monat einen professionellen Verkaufswagen beschaffte. Die Idee des mobilen Verkaufs wurde gemeinsam mit den Mitarbeitern und entlang deren Erfahrungen zur heute gut durchdachten Geschäftspraktik entwickelt.

Gebäude, Ort und Region: Seit 1993 ist die Bäckerei nun im mobilen Verkauf tätig. Erfolgsfaktor ist hierbei die Nachfrage der vielen nicht versorgten Dörfer. Neben den Verkaufsmobilen betreibt die Bäckerei zwei Filialen, beliefert einige größere Einrichtungen (z. B. Altersheime) und betreibt einen Partyservice mit mobilem Backofen.

Erfolg, Unterstützung, Barrieren: Da Roland Görlitz sowohl in seiner Region, als auch in seiner Zunft gut vernetzt ist, erhält er vielfältige Hilfestellungen. Von helfenden Händen, über Beratung bei Strategiefragen, bis hin zu Hilfe im Störfall seiner Maschinen erhält er praktisch alles aus seinen Netzwerken. Fördermittel oder professionelle Beratung nutzte er nicht. Um nach der Wiedervereinigung seine Investitionen finanzieren zu können, musste er jedoch Kredite zu ungünstigen Konditionen bei Privatbanken aufnehmen, die mittlerweile getilgt sind. Bei der Wahl seines Finanzinstitutes legt Herr Görlitz heute großen Wert auf einen unkomplizierten Umgang mit geringem Bürokratieaufwand.

Raumnutzen: Die mobilen Verkaufswagen der Bäckerei sind in vielen Dörfern der dünn besiedelten Region die einzige Nahversorgung, zumal das Angebot über Backwaren hinausgeht und viele Produkte des täglichen Bedarfs umfasst. Für Herrn Görlitz ist der nicht bediente Bedarf der ländlichen Region ein Potenzial, was er dank seines unternehmerischen Gespürs gewinnbringend und kundenorientiert bedient. So ist es gelungen, über 90 Einzelprodukte in die Wagen aufzunehmen.



Abb. 19–20: Bäckerei Görlitz



3.3 DIE RAUMUNTERNEHMEN UND IHR RAUM

Den untersuchten Unternehmen ist es nicht zuletzt aufgrund ihres erheblichen persönlichen Engagements und Einsatzes für ihre Nachbarschaften gelungen, dort eine positive Wirkung zu entfalten. Ohne die Erfolgsaussichten jedes einzelnen untersuchten Raumunternehmers im Detail bewerten zu wollen, lässt sich bei den meisten durchaus ein wirtschaftlicher Erfolg attestieren.

Die Herausforderungen für Raumunternehmen ergeben sich aus den höchst unterschiedlichen wirtschaftlichen Situationen der jeweiligen Nachbarschaft. Während Gelsenkirchen und Dömitz-Malliß vor erheblichen wirtschaftlichen und demographischen Herausforderungen stehen, kann Frankfurt mit weiterem Wachstum rechnen. Dies spiegelt sich auch in den Zielen der interviewten Quartiers-/Regionalmanager wieder. In Gelsenkirchen und Dömitz-Malliß war die Förderung der Lokalen Ökonomie zentral. Im Gegensatz dazu standen in Frankfurt Fragen der Integration und Steigerung der Lebensqualität im Mittelpunkt der lokalen Politik.

Während Raumunternehmen in Gelsenkirchen Ückendorf und Dömitz-Malliß gegenwärtig eher vor der Herausforderung stehen, Raum einer wirtschaftlichen Nutzung zuzuführen, geht es in Frankfurt Gallus zukünftig darum, Raum für soziale Nutzungen zu bewahren und somit einer rein ökonomischen Verwertung zu entziehen. So steigern die Raumunternehmen »Schumann-Haus«, Müllers Kiosk und Bäckerei Görlitz die Wertschöpfung vor Ort, während SIKS e.V. versucht, sich gegen die Vertreibung aus ihrem Vereinslokal zur Wehr zu setzen und eine exklusive Raumnutzung zu vermeiden.

Im Rahmen der Untersuchung konnten in allen drei untersuchten Gebieten Raumunternehmen nachgewiesen werden. Bemerkenswert ist jedoch die hohe Anzahl der Beispiele in dem wirtschaftlich besonders benachteiligten Quartier Gelsenkirchen Südost. Strukturschwache Quartiere und Regionen scheinen Hindernis und Chance zugleich zu sein. Vor allem die *preiswerte Ressource Raum* ist in den untersuchten strukturschwachen Gebieten gut verfügbar.

Aufgrund von Leerstand sowie niedrigen Immobilienpreisen ist sie auch für unkonventionelle und weniger rentable Nutzungen zugänglich. Dies eröffnet Freiraum auch für persönliche, künstlerische oder soziale Selbstverwirklichung. Die Fähigkeit, hier vor Ort zu handeln und originelle, unkonventionelle Geschäftspraktiken verwirklichen zu können, ist ein Wettbewerbsvorteil für die Raumunternehmen, der es ihnen – gepaart mit *lokalem Wissen* – ermöglicht, trotz des schwierigen Umfeldes wirtschaftlich zu agieren. Als weiterer Faktor ist die unzureichend versorgte Nachfrage innerhalb dieser Räume zu nennen, auf die Raumunternehmen mit spezifischen Angeboten (z. B. mobiler Verkauf, Lieferservice) reagieren. Das *(lokale) Sozialkapital* ist ein weiterer wichtiger Punkt und für viele Raumunternehmer von erheblicher Bedeutung für den Geschäftserfolg. Kontakte zu den Kunden aus der Nachbarschaft oder auch die helfenden Hände der Nachbarn und Freunde sind wichtige Ressourcen.

4 WAS BENÖTIGEN RAUMUNTERNEHMEN?

Neben dem Wissen um Raumpotenziale benötigen Raumunternehmen – wie andere Unternehmen auch – häufig Fremdkapital und Beratungs- bzw. Unterstützungsleistungen. Unternehmenskredite werden in Deutschland, einem Land mit einer ausgeprägten Hausbankenstruktur, in der Regel über die Banken und Sparkassen vor Ort ausgereicht. Diese greifen teilweise auf Förderprogramme zurück, um insbesondere in der Existenzgründerfinanzierung die Risiken und die Kosten der Informationsbeschaffung im eigenen Haus zu reduzieren. Eine Recherche und Bewertung der Finanzierungs- und Förderangebote ergab, dass Raumunternehmen teilweise Schwierigkeiten haben eine Finanzierung zu erhalten, da die nachgefragten Kreditsummen mitunter zu klein sind, die Informationsbeschaffung insbesondere bei unkonventionellen Vorhaben zu aufwendig ist oder die Person nach banküblichen Kriterien nicht bankfähig ist. Oftmals handelt es sich um eine Kombination der genannten Faktoren.

FINANZIERUNG MIT KLEINEN VOLUMEN

Aus den Prozesskosten, die mit der Überprüfung der Anträge, den Transaktionen eines Kreditabschlusses und einer Kreditbetreuung verbunden sind, ergibt sich eine gewisse Mindestbetragsgröße, unterhalb welcher Financiers keine Finanzierung rentabel vergeben können. Diese anfallenden Fixkosten müssten bei einem zu kleinen Volumen durch sehr hohe Zinsen finanziert werden, welche gesellschaftlich nicht akzeptabel sind (Stichwort Wucherzins). Aufgrund dessen kann sich bei kleinen Losgrößen trotz guter Bonität ein schlechtes Kosten-/Ertragsverhältnis ergeben, was zu einer Lücke bei der Unternehmensfinanzierung in diesen Größenordnungen führt. Da es sich bei Raumunternehmen oft um Klein- und Kleinstunternehmen mit moderatem Kapitalbedarf handelt, sind Raumunternehmen besonders betroffen.

VERSTÄNDNIS FÜR IHRE VORHABEN

Banken und Unternehmensberatungen setzen bei der Bewertung der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens gemeinhin die Geschäftsidee und die damit verbundenen Funktionen in den Vordergrund und vernachlässigen die Bedeutung von Raum bzw. bewerten diesen nach gängiger betriebswirtschaftlicher Maxime. Mit dem Grad der Neuheit einer Unternehmensidee und dem Fehlen »harter« quantitativer Daten steigen die Kosten der Informationsbeschaffung auf Seiten des Financiers. Bei ihm unbekanntem Geschäftsideen fehlt es zum Beispiel an Routinen und Hilfsmitteln, um die Erfolgchancen zu bewerten oder das Vorhaben überhaupt verstehen zu können. Raumunternehmen sind schwierig zu bewerten, da ihre Geschäftsideen oft unkonventionell sind, meist nur im räumlichen Kontext verstanden werden können und sie teilweise nur bedingt unternehmerische Ziele verfolgen. So bekommen manche Raumunternehmer keinen Kredit, weil sie ihre Vorhaben in einem schlecht situierten Stadtteil realisieren möchten, obwohl eben diese Tatsache Teil ihres Wettbewerbsvorteils ist.

FINANZIERUNGSMITTEL FÜR RAUMUNTERNEHMEN

Die Bankfähigkeit wird in der Regel als *wirtschaftliche Bonität* über quantitative Daten ermittelt: Finanzlage des Unternehmens, Sicherheiten, Kredit- und Firmenhistorie, Geschäftszahlen et cetera. Auch viele Förderprogramme, die sich an Unternehmen richten, verlassen sich auf bankübliche Vergabekriterien und richten ihr Angebot somit an *bankfähige* Unternehmenskunden. Bei Klein- und Kleinstunternehmen ist neben dem Investitionsprojekt selbst auch die finanzielle Situation des Unternehmers Gegenstand der Prüfung. Im Bezug darauf ergeben sich zwei Dimensionen, anhand derer sich Finanzierungslücken in der Praxis aufzeigen lassen:

- 1. Der Unternehmer selbst kann als nicht bankfähig (bzw. kreditwürdig) eingestuft werden. Dies kann z.B. aufgrund einer schlechten oder einer fehlenden Kredithistorie, aufgrund unregelmäßigen und fehlenden Einkommens und dadurch fehlender Sicherheiten oder Ähnlichem der Fall sein. Insbesondere bei Kleinstunternehmen ist die Bonität des Unternehmers ein entscheidendes Vergabekriterium.**
- 2. Das Vorhaben/Projekt kann als nicht kreditwürdig eingestuft werden. Kommt eine Bank aufgrund ihrer Analyse (entlang klassischer quantitativer Indikatoren) zu dem Schluss, dass Investitionsvorhaben sei nicht rentabel oder zu unsicher, kann sie einen Unternehmenskredit auch dann versagen, wenn der Kunde persönlich bankfähig und kreditwürdig ist. Dies trifft besonders bei neuen und innovativen Vorhaben zu, da sie von der Bank nicht erfasst oder bewertet werden können.**

Um Finanzierungsengpässe festzustellen wurden Förder- und Finanzierungsinstrumente recherchiert, die Raumunternehmen grundsätzlich zur Verfügung stehen. Die folgende Abbildung stellt diese Ergebnisse, unterteilt nach geringem Kapitalbedarf (bis 50.000 Euro) und höherem Kapitalbedarf (über 50.000 Euro) dar.

FINANZIERUNG BIS 50.000 EURO

Feld I: Für nicht bankfähige Unternehmern mit unkonventionellen Vorhaben ist eine (Fremd-)Finanzierung ihres Vorhabens über formale Wege so gut wie ausgeschlossen. Bei geringem Kreditbedarf können sie eventuell auf das Förderinstrument *Mikrokredite* zurückgreifen. Private Bürgschaften Dritter oder Geldzuwendungen von Privatpersonen z.B. aus der Familie können eine Alternative sein.

Feld II: Bankfähigen Unternehmern mit unkonventionellen bzw. innovativen Vorhaben stehen *Mikrokredite* zur Verfügung. Zusätzlich können solche bankfähigen Personen noch auf das *KfW StartGeld*, *Gründerstipendien* und *ERP Gründerkapital* zurückgreifen, zumindest für einige Vorhaben im Bereich innovativer und wissensintensiver Dienstleistungen.

Feld III: Bei konventionellen Ideen könnten nicht-bankfähige Personen neben den bereits erwähnten Mikrokrediten formal auf Gründerstipendien, ERP Gründerkapital und »Bürgschaft ohne Bank« zurückgreifen. Realistischer sollte aber, zumindest wenn die Person die Status-Bedingungen erfüllt, eine Finanzierung durch den Gründerzuschuss oder das KfW StartGeld über die Bundesagentur für Arbeit sein.

Feld IV: Sind sowohl Person als auch Vorhaben bankfähig, stehen neben dem ohnehin vorhandenen konventionellen und nicht geförderten Angebot über Hausbanken eine ganze Reihe verschiedener Förderangebote zur Verfügung. Eine Barriere in diesem Bereich kann allerdings vorliegen, wenn der Kreditbedarf sehr gering ist und daher die Transaktionskosten zu hoch sind. Dies wird allerdings teilweise durch das Angebot der Mikrokredite erfolgreich überwunden.

FINANZIERUNG ÜBER 50.000 EURO

Feld I und III: Für nicht bankfähige Unternehmer mit hohem Kreditbedarf scheint es, egal wie konventionell das Vorhaben ist, keinen Zugang zu Fremdkapital zu geben.

Feld II: Ist der Unternehmer selbst bankfähig, seine Geschäftsidee aber unkonventionell, ist Finanzierung über Wagniskapital denkbar. Die meisten Raumunternehmen sind jedoch keiner Wachstumsbranche zuzurechnen, sodass deren Zugang zu Finanzmitteln über diesen Weg unwahrscheinlich ist.

Feld IV: Wenn sowohl Vorhaben als auch Person bankfähig sind, bestehen Möglichkeiten im Bereich der klassischen Unternehmensfinanzierung und kaum Probleme bei der Beschaffung von Fremdkapital.

Insgesamt ist festzuhalten, dass es im Bereich der nicht bankfähigen Unternehmer und kleinen Kapitalsummen kürzlich dank der Entwicklung des *Mikrofinanzfonds Deutschland* zu einer Verbesserung der Fremdkapitalfinanzierung gekommen ist. Hiervon können zwar auch Raumunternehmen profitieren, allerdings sind nicht in allen Regionen Intermediäre vor Ort vorhanden, die diese Kredite vermitteln können.

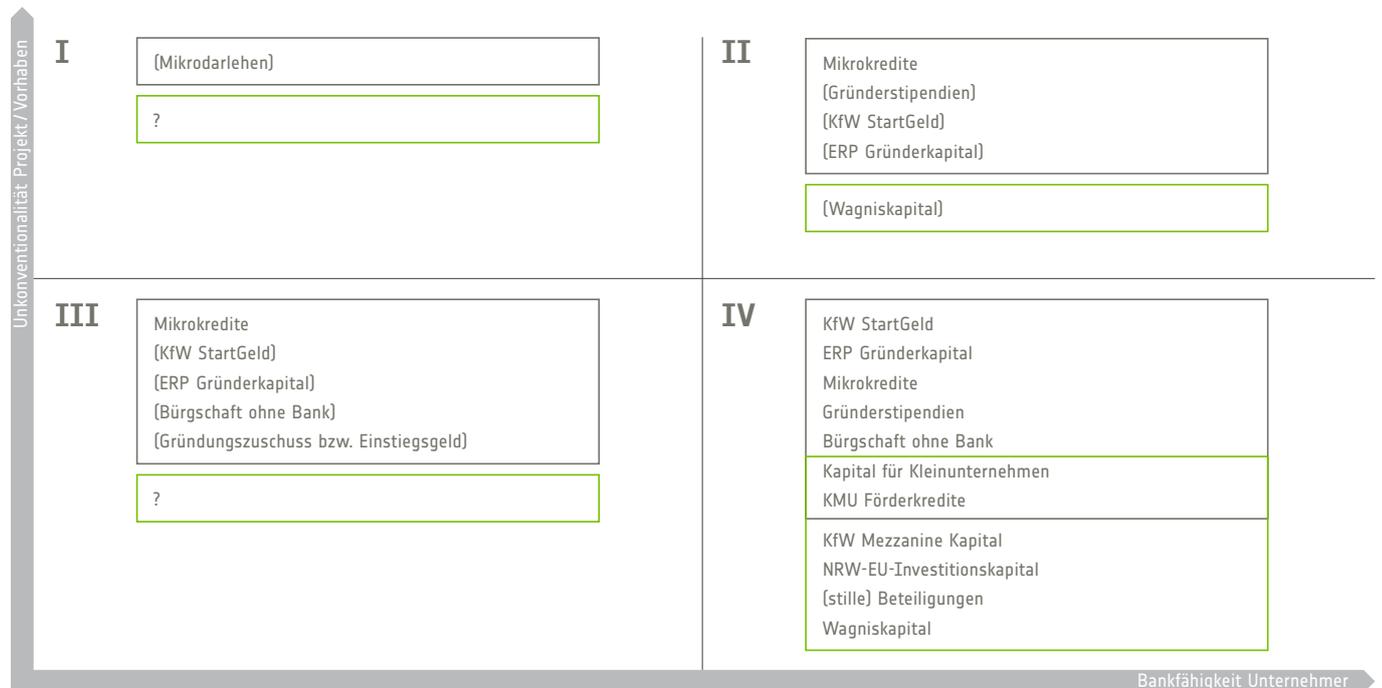


Abb. 21: Finanzierungsinstrumente für Raumunternehmen (Quelle: Eigene Darstellung)

■ Bis 50.000 €

■ Über 50.000 €

MIKROFINANZFONDS DEUTSCHLAND

Aufgesetzt von der Bundesregierung (mit Mitteln aus dem ESF) Anfang 2010, stellt der Mikrofinanzfonds Deutschland (MFF) eine Innovation im Bereich der Unternehmensfinanzierungen dar. Als indirektes Finanzierungsinstrument gibt der Mikrokreditfonds mittels Haftung durch den Fonds und Geschäftsabwicklung durch die GLS Bank den Mikrofinanzinstituten (MFI) die finanzielle und organisatorische Ausstattung, um offiziell »nicht bankfähigen« oder »beinahe nicht bankfähigen« Kleinstunternehmern Kredite zu gewähren.

Im Rahmen des MFF Deutschland werden Kredite in Höhe von bis zu 20.000 Euro und einer Laufzeit von maximal 36 Monaten vergeben. Dabei wird auf Sicherheiten, wie sie üblicherweise von Banken verlangt werden, verzichtet. Stattdessen arbeiten die MFI häufig mit Bürgschaften aus dem sozialen Umfeld des Kreditnehmers oder mit Gegenständen von persönlichem Wert als Sicherheiten. Teilweise (bei sehr kleinen Beträgen) wird sogar ganz auf Sicherheiten verzichtet. Bei vielen MFIs ist ein Stufenkreditmodell anzutreffen: Der erste Kredit, der an einen bestimmten Kunden vergeben wird, hat einen stark begrenzten Betrag (unterhalb von 20.000 Euro, z.B. 2.000 Euro oder 5.000 Euro), der bei reibungsloser Abwicklung des ersten Kredites im Folgenden stufenweise erhöht werden kann. Mit der Bearbeitung des Kredites sind (derzeit) für potentielle Kreditnehmer keine Kosten verbunden, für die Inanspruchnahme eines MFF-Mikrokredits wird ein Zins von derzeit effektiv 8,9 % p.a. fällig, wobei es sowohl endfällige Darlehen als auch Kredite mit kontinuierlicher Tilgung gibt.

Die Gelder des Fonds sind in Bundesanleihen angelegt und werden von der Förderbank Niedersachsen (NBank) verwaltet. Die Zuständigkeit der NBank beschränkt sich auf die Verwaltung der Fondsgelder. Im Rahmen der Vergabe taucht sie nicht auf. Diese Rolle übernimmt die Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken (GLS Bank).

Die Beteiligung einer Bank im Rahmen des Mikrofinanzfonds ist notwendig, weil nach deutschem Recht nur Banken als Kreditgeber auftreten dürfen. So findet der Vertragsabschluss zwischen der GLS Bank und dem Endkunden statt.

Die Kundenbetreuung übernehmen aber die MFIs: Sie stellen den Kontakt zum Kunden her, sie nehmen Kreditanträge an, sie entscheiden in erster Linie über diese Anträge und leiten sie dann an die GLS Bank weiter. Im Falle eines zustande gekommenen Kreditvertrages sind sie für die Kreditbetreuung zuständig. Dementsprechend sollen sie die Rückzahlung gewährleisten und im Störungsfall intervenieren. Für die Erfüllung dieser Aufgaben erhalten die MFIs derzeit ein Festentgelt von 800 Euro für jeden abgeschlossenen Kreditvertrag (Stückentgelt), was sich jedoch in den nächsten Jahren reduzieren wird. Darüber hinaus erhalten sie bei Rückzahlung eine Gratifikation in Höhe von 10 % ihres Kreditumschlages. Andererseits tragen sie ein First-Loss-Risiko in Höhe von 20 % ihres gesamten Kreditportfolios, sodass sich die tatsächlich erhaltene Gratifikation abhängig von den eigenen Kreditausfällen verringert – bis hin zu selbst zu tragenden Verlusten. Bei einer Ausfallquote ab 20 % werden die Verluste allerdings gedeckelt.

An der Entwicklung des Mikrofinanzfonds, seit das Programm Anfang 2010 aufgesetzt wurde, lässt sich ablesen, dass es in Deutschland einen gewissen Bedarf an Kleinkrediten mit niedrighwelligen Zugängen gibt. So wurden 2010 rund 1.600 Kredite vergeben, aktuell sind es insgesamt 2.600, wobei jeden Monat ca. 300 Kredite dazukommen. In Deutschland sind 41 Mikrofinanzinstitute akkreditiert, die somit im Rahmen des MFF Deutschland Mikrokredite anbieten dürfen. Sieben davon vergeben nach eigenen Angaben bundesweit Kredite und die Kreditvergabe im Fonds konzentriert sich zu großen Teilen auf eben diese bundesweit aktiven MFIs.

FAZIT

Bei einigen Raumunternehmen mit konventionellen Geschäftsideen und einem ausgeprägtem Gewinnstreben dürfte die Finanzierung über den formalen Bankensektor und durch die KMU-Förderung möglich sein, da sowohl der Unternehmer bankfähig, als auch sein Konzept leicht zu verstehen ist. Ist der Fremdfinanzierungsbedarf allerdings gering, kann es aufgrund des relativ hohen Bearbeitungsaufwands zu Finanzierungsengpässen kommen, die aber partiell durch Mikrokredite im Rahmen des Mikrofinanzfonds Deutschland und im Fall von Arbeitslosigkeit durch Gründungszuschuss bzw. Einstiegsgeld (ggf. gekoppelt mit KfW StartGeld) überwunden werden können.

Auch manche der eher unkonventionellen und weniger auf Gewinnerzielung ausgerichteten Raumunternehmen brauchen in der Regel keine Hilfe bei der Fremdfinanzierung, da sie Bankkredite ohnehin nicht tilgen könnten. Die meist sehr kleinen Kapitalbedarfe für die einfache Herrichtung, beispielsweise von Ateliers, lassen sich sinnvoll nur durch Eigenkapital oder Zuschüsse realisieren. Unterstützung können solche Raumunternehmen aber dennoch gebrauchen: Mietzuschüsse, Hilfen zum Erwerb von Immobilien, Vernetzungsaktivitäten oder die Information über mögliche Raumpotenziale.

Andere unkonventionelle Raumunternehmensideen können aber durchaus an einer fehlenden Fremdfinanzierungsmöglichkeit scheitern. Dies gilt vor allem für Vorhaben, die nicht (vermeintlichen) technologieorientierten Wachstumsbranchen zuzurechnen sind. Zwar stellen Mikrodarlehen hier eine gangbare Finanzierungsmöglichkeit dar, wenn der Kapitalbedarf gering ist, aber bei höherem Fremdkapitalbedarf wird es schwierig, eine projektbezogene Finanzierung zu erhalten. Hier besteht dann noch die Möglichkeit der personenbezogenen Finanzierung (z. B. Konsumentenkredite), wie im Fall von Byeong-II Yun geschehen. Dies kann jedoch nicht als optimale Lösung angesehen werden, da die Konditionen schlecht sind und die Finanzierung schnell an ihr Kapallimit stößt (bonitätsabhängiges Limit für Konsumentenkredite).

Zusammenfassend kann also Handlungsbedarf vor allem im Bereich der unkonventionellen Projekte mit höherem Kapitalbedarf festgestellt werden. Beteiligungskapital, wie es im Bereich der Technologiebranchen oft eingesetzt wird, könnte hierbei ein vorteilhaftes Finanzierungsinstrument sein, da so das Risiko nicht allein beim Raumunternehmer liegen würde und, im Fall des Erfolges, der Kapitalgeber am Gewinn partizipieren könnte.

Ein wenig beachtetes, in der Praxis jedoch durchaus relevantes, Problem sind Finanzierungsengpässe bei Vereinen und anderen Organisationen ähnlicher Rechtsform, wo eine individuelle Haftung ausgeschlossen ist. Die Bedienung dieser Gruppe stellt eine Herausforderung dar, für die insbesondere Instrumente im Bereich der Mikrodarlehen in der Entwicklung sind.

5 AUSBLICK

Raumunternehmen sind weder ein neues noch ein rein urbanes Phänomen. Und obwohl spezifische Räume immer wieder Menschen zu neuen, spezifischen Ideen inspirieren, führt dies nicht in allen Fällen dazu, dass tragfähige unternehmerische Ansätze entstehen. Doch im Rahmen dieser Untersuchung konnte aufgezeigt werden, dass Unternehmen zur Stärkung von Nachbarschaften beitragen können, wenn sie unzureichend in Wert gesetzte räumliche Ressourcen entwickeln und dies mit einem sozialen Mehrwert verbinden. In allen Untersuchungsgebieten konnten Raumunternehmen identifiziert werden – vor allem in wirtschaftlich schwachen Gebieten, dort, wo sich klassische ökonomische Akteure zurückgezogen haben oder noch nicht aktiv sind.

In der allgemeinen Diskussion werden die Potenziale des Zusammendenkens von Existenzgründungs- und Wirtschaftsförderung mit Maßnahmen zur Quartiersentwicklung oftmals übersehen. Dies zeigt auch die Untersuchung der Finanzierungsangebote. Die Recherche ergab einige mögliche Optionen, die von Raumunternehmen genutzt werden (können). Gleichzeitig konnten Finanzierungsengpässe besonders bei unkonventionellen Projekten und nicht bankfähigen Unternehmen (und Vereinen) identifiziert werden. Doch nicht alle Raumunternehmen brauchen finanzielle Unterstützung; oftmals bedürfen sie schlicht des sozialen Rückhalts, um den Entschluss zu fassen, mit ihrer Idee ins Risiko zu gehen.

Es steht zu vermuten, dass eine Menge guter, tragfähiger Ideen für Nachbarschaften in den Köpfen der Menschen schlummern und aufgrund mangelnder oder unpassender Förderung – finanzieller oder sozialer – nicht umgesetzt werden. Im Rahmen der Studie wurden vor allem bereits etablierte Raumunternehmen untersucht. Nun gilt es, die in den Nachbarschaften noch verborgenen Ideen zu finden und ihre »Erfinderinnen und Erfinder« dazu zu ermutigen, sie in die Wirklichkeit umzusetzen.

6 IMPRESSUM, BILD- UND LITERATURNACHWEIS

Die diesem Bericht zugrunde liegende Studie kann unter <http://www.iat.eu/files/raumunternehmen.pdf> heruntergeladen werden. Die Verantwortung für den Inhalt des Berichts liegt bei den Autoren.

AUTOREN

Franz Flögel, Stefan Gärtner
unter Mitarbeit von Ronald Kölpin, Lena Harm und
Natascha Strenger
Forschungsbereich Raumkapital
Institut Arbeit und Technik
Munscheidstraße 14
45886 Gelsenkirchen
www.iat.eu

HERAUSGEBER

Montag Stiftung Urbane Räume gAG
Adenauerallee 127
53113 Bonn
Tel: 0228-26 716-470
urbaneraeume@montag-stiftungen.de
www.montag-stiftungen.de

PROJEKTTEAM MONTAG STIFTUNG URBANE RÄUME

Marcus Paul (Projektleitung, Lektorat)
Robert Ambrée (Lektorat)

BILDNACHWEIS

Titelbild, Abb.1 Harald Willenbrock,
Abb.2 Grafik: Tristan Lannuzel, FG Stadt- und Regionalplanung,
Universität Kassel, Abb. 3, 21 Grafik: laborb, Ruhrgebiet,
Abb.4-14, 17-20 IAT, Abb.15-16 Ghaussy

SATZ / LAYOUT

laborb, Ruhrgebiet

Bonn, im Februar 2012



LITERATUR

- ◆ Birkhölzer, Karl; Lorenz, Günther (1997): *Der Beitrag sozialer Unternehmen zur Arbeitsbeschaffung in Deutschland. Der Bereich personenbezogener Dienstleistungen (Veröffentlichungsreihe des IFP/IFG Lokale Ökonomie, 28)*. BBR 2005, S. 15ff.
- ◆ Buch, Britta (2006): *Integriertes Handlungskonzept. Frankfurt am Main / Soziale Stadt Gallusviertel*. deubert + esser.
- ◆ Farwick, Andreas (2007): *Die räumliche Polarisierung von Armut in der Stadt – Ursachen, Ausprägungen und soziale Folgen*. In: Arbeitnehmerkammer Bremen (Hg.): *Armutsbericht 2007*, S. 38–53.
- ◆ Franke, Thomas (2008): *Wo kann sich die »Soziale Stadt« verorten?* In: Schnur, Olaf (Hg.): *Quartiersforschung*, S. 127–144.
- ◆ Gärtner, Stefan (2008): *Ausgewogene Strukturpolitik: Sparkassen aus regionalökonomischer Perspektive*. Beiträge zur europäischen Stadt- und Regionalforschung, Bd. 5.
- ◆ INKAR (2009): *Indikatoren, Karten und Graphiken zur Raum- und Stadtentwicklung in Deutschland und in Europa*. Daten CD. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung.
- ◆ INKAR (2006): *Indikatoren, Karten und Graphiken zur Raum- und Stadtentwicklung in Deutschland und in Europa*. Daten CD. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung.
- ◆ Kersting, Volker; Strohmeier, Klaus Peter (2008): *Soziale Kontextbedingungen der Stadtteilentwicklung. Indikatoren-gestütztes Monitoring im Rahmen der Evaluation des integrierten Handlungsprogramms »Soziale Stadt« in Nordrhein-Westfalen. Städtetz Soziale Stadt NRW*.
- ◆ Läßle, Dieter (1994): *Die Teilökonomien einer Großstadt in einer neuen Phase strukturellen Umbruchs: das Beispiel Hamburg*. In: Blien, Uwe (Hg.): *Regionalentwicklung und regionale Arbeitsmarktpolitik : Konzepte zur Lösung regionaler Arbeitsmarktprobleme?*, S. 106–139.
- ◆ Läßle, Dieter (2000): *Städte im Spannungsfeld zwischen globaler und lokaler Entwicklungsdynamik*. In: ILS (Hg.): *Lokale sozial-ökonomische Strategien in Stadtteilen mit besonderem Erneuerungsbedarf*, S. 19–31.
- ◆ Neumann, Uwe; Halstrick-Schwenk, Marianne; Scheuer, Markus; Schmidt Christoph, M.; Borne, Mark; Geißler, Helmut; Gutzmer, Manfred (2010): *Quartiers-Impulse: Neue Wege zur Verbesserung der lokalen Standortbedingungen*. BMVBS-Online-Publikation, 01/2010.

