

"Kreative Stadt – Künstlerviertel Jahnstraße". Veranstaltung "100 Jahre VDW Niedersachsen", Vortrag

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

wir haben heute Abend nun schon einiges über die Rolle unserer Kunsthochschule in der Stadt Braunschweig gehört, über die Zukunft des Wohnens und über die beispielhaften Kooperationen zwischen HBK und BBG. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle sehr herzlich bedanken und wünsche mir, dass unser Projekt „Künstlerviertel Jahnstraße“ nur der Auftakt sein möge für weiteres. Mein Part heute Abend ist es, über einen Begriff zu sprechen, der vielleicht eine neue Vision stiften könnte für Braunschweig: Die Kreative Stadt.

Ich glaube, dass unsere Studierenden schon längst dabei sind, in der Jahnstraße eine Art Modell dessen zu entwickeln, ja vorzuleben, was man vielleicht als den Nukleus einer kreativen Stadt bezeichnen könnte. Lassen Sie mich mit einem historischen Zitat beginnen, aber ich verrate Ihnen erst hinterher, von wem und aus welcher Zeit es ist:

„Will man wissen, wie diese neue Stadt nun aussieht, so braucht man nur durch eine einzige ... Straße zu gehen ... sieh Dich um, ... bewege Dich, hier geht etwas vor, es ist eine moderne, junge, zukunftsreiche Riesensiedlung! Plötzlich wird auch Dich die Monotonie ihrer Häuser erschüttern, und Du wirst die Energie, Lebendigkeit und Tapferkeit dieses Menschenschlages hier erkennen, die Vielgestaltigkeit seiner Typen.“

Haben Sie sich auch in Gedanken dabei die Jahnstraße vorgestellt? Das Zitat stammt aus dem Jahre 1928 von **Alfred Döblin**, dem berühmten Autor von „Berlin Alexanderplatz“, und es beschreibt eine urbane, dynamische, ja kreative Aufbruchstimmung, die Berlin damals und auch heute wieder auszeichnet. Kein Vergleich, werden Sie sagen, damit können wir in der zweitgrößten Stadt Niedersachsens nicht konkurrieren. Irrtum: Während Berlin zwar der Inbegriff dessen zu sein scheint, was wir als „kreative Stadt“ vermuten und Braunschweig eher das provinzielle, traditionsverhaftete Gegenbild, werden diese Annahmen durch neuere Städterankings nachdrücklich korrigiert.

Folie 2 „Neue Städterankings“

Während Braunschweig noch 2008 immerhin als „dynamischste Stadt Norddeutschlands“ punkten konnte, aber deshalb noch lange keine „Kreative Stadt“ ist, gilt Berlin gar nicht erst als solche, denn hier fehlt als wichtige Komponente die Wirtschaftskraft. München, Hamburg oder Stuttgart sind die Sieger.

Der Topos der „Kreativen Stadt“ (**Folie 3**) stellt seit Beginn des 21. Jahrhunderts ein hoch aktuelles Thema dar. Er reicht auf alte, antike Modelle des Städtischen als genuine Orte von Kreativität und Kommunikation zurück. „Kreative Milieus“ sind derzeit Leitbilder für eine neue Form der Urbanität, bei der kulturelle Entwicklung und wirtschaftliches Wachstum eine produktive Verbindung eingehen. Kreative Städte sind demnach durch kreative Milieus geprägt, wie es sich gerade in der Jahnstraße entwickelt. Dass diese Dynamik funktioniert, verdankt sich dem Zusammenhang von Innovation, Kreativität und sozialräumlichen Milieustrukturen. Es bedarf zu seiner Entstehung und Entfaltung einerseits Eigendynamik, andererseits konkreter Überlegungen von Stadtplanung und Architektur. Oder ist es eher umgekehrt, dass gerade das Nicht-Planen, das Nicht-Bauen die Eigenlogik und Eigendynamik solcher Orte und ihrer Nutzer fördert? Hier ist die Forschung noch ganz am Anfang – Politik, Wirtschaft und Wissenschaft wissen zu wenig über die Motive, die Wanderungsbewegungen und Clusterbildung von Kreativen.

Wir sprechen hier über ein Thema, das noch nicht einmal seit 10 Jahren in den USA, seit gerade 5 Jahren in Deutschland angekommen ist: 2002 machte der US-amerikanische Sozialökonom **Richard Florida** international Furore mit seinem Werk „*The Rise of The Creative Class*“; wenig später erschien seine nächste Veröffentlichung „*Who is Your City?*“ zur

„Kreativen Stadt“! Seither hat sich eine wahre Flut von Veröffentlichungen, Berichten und Studien mit dem Thema beschäftigt, auch hierzulande.

Laut Floridas Forschung sind Städte die selbstverständliche Beheimatung der kreativen Klassen. Städte sind Motoren der Entwicklung, der Vielfalt, der Innovation. Hier wohnen die Leistungsträger, die unsere nachhaltige, ökonomische Existenz auch in Zukunft sichern sollen. Es geht um die „kreativen Köpfe“

Folie 4: Kreative und demografischer Wandel

Gerade die Hochqualifizierten, Kreativen sind demnach eine Quelle der Wertschöpfung, der Arbeitsplätze, des Wohlstandes. Um sie müssen wir uns bemühen, sie gilt es zu halten, auch und gerade in Braunschweig und der Region. Wir leben in einer durchaus wandlungsfähigen und vielseitigen Stadt, die an Ausstrahlung gewinnt. Aber auch wenn Braunschweig noch 2008 bundesweit Platz 1 beim Anteil Hochqualifizierter einnahm und spätestens seit 2007 als „heißeste Forschungsregion Europas“ von sich reden machte, kann man sich auf diesen Lorbeeren nicht ausruhen.

Denn ausgerechnet der **Wohlstandsfaktor** war es, der Braunschweig in dem jüngsten bundesweiten Städteranking vor wenigen Tagen von Platz 10 auf Platz 16 fallen ließ. Hier ist also noch viel zu tun. Wie verschiedene Gutachten der letzten Zeit bestätigten, fehlt es unserer Stadt und Region an Identität, Attraktivität und Ausstrahlung. Wir brauchen – aus meiner Sicht – ein neues Leitbild, eine neue Vision: einen Mentalitätswechsel von der traditionsverliebten Stadt Braunschweig hin zur Kreativen Stadt oder Kreativregion als Motor für die Standort- und Wirtschaftsentwicklung. Die neu gegründete **Metropolregion Hannover–Braunschweig–Göttingen–Wolfsburg** macht es vor: Als wichtigstes Projekt wurde die Entwicklung einer Strategie der Talentgewinnung bzw. **creative class–Strategie** identifiziert, und das reicht von der Anwerbung Studierender über neue Instrumente der Gründerförderung bis zur Schaffung von Plattformen des Kennenlernens aller Akteure.

Lassen Sie mich aber zunächst ein paar Definitionen einflechten, denn wovon reden wir eigentlich, wenn wir von „Kreativität“, „Kreativer Klasse“ oder „Kreativwirtschaft“ sprechen?

Folie 5: Kreativität als Innovationsfaktor

Folie 6: Begriff „Creative Class“

Folie 7: Die Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Folie 8: Bedeutung der HBK Braunschweig für die KKW in Nds.

Folie 9: Wirtschaftsfaktor Kultur- und Kreativwirtschaft

Folie 10/11: Standortfaktoren für Kreative – Merkmale Kreativer Städte

Was hat das alles nun mit der Jahnstraße zu tun? Eine neuere Berliner Studie hat erbracht, dass vor allem eine gute Infrastruktur, niedrige Lebenshaltungskosten, urbane Freiräume und p r i m ä r günstige Wohnmöglichkeiten die Ansiedlung von Künstlern und anderen Kreativen begünstigen. Die Braunschweiger Baugenossenschaft hat von Anfang an die Ideen der HBK dazu unterstützt und nicht nur etwas gegen Wohnungsleerstand getan, sondern die Zeichen der Zeit erkannt. Man weiß: wenn die Standortfaktoren stimmen, dann entfalten sich fast von ganz allein eine Attraktivität und ein Image, das zur positiven Entwicklung eines ganzen Straßenzugs und vielleicht ganzer Stadtquartiere führen könnte. Denn auf das Image kommt es an, und Hochschule und Stadt sind in diesem Imagetransfer dringend aufeinander angewiesen. Sie profitieren voneinander im günstigsten Fall. Im Juni 2009 bescheinigte uns die Kunstzeitung, „eine der vitalsten, wenn nicht derzeit die spannendste Kunsthochschule in Deutschland“ zu sein. Wir möchten unseren Studierenden das Umfeld einer vitalen Stadt bieten, die offen ist für Neues. Wir möchten, dass unsere Studierenden gern nach Braunschweig kommen, gern hier leben und auch als spätere Absolventen bleiben und nicht in andere, vorgeblich attraktivere Städte und Regionen abwandern.

Folie 12: HBK – Kubus

Ich komme damit zum Schluss: Die HBK Braunschweig ist ein innovatives Kompetenzzentrum von Stadt und Region. Sie möchte dazu beitragen, die Vision von der „Kreativen Stadt“ Wirklichkeit werden zu lassen und Braunschweig zu mehr Ausstrahlung zu verhelfen. Wir arbeiten daran mit, in vielen Gremien, auf vielen Ebenen, und es gibt immer mehr Zuspruch, auch seitens der politisch Verantwortlichen. Wir haben als erste ein lange überfälliges regionales Gutachten zur Potenzialanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft angeregt, Mitsstreiter gesucht und mittlerweile gefunden. Wir sind offen und experimentierfreudig für die Ideen der Studierenden und unterstützen Momente der Selbstorganisation und der Vernetzung der Akteure. Unser Studentisches Projektbüro oder die Ausgründungen von Studierenden mit neuen Kunstclubs und –vereinen in Berlin und Hamburg sind beste Beispiele. Braunschweig könnte noch mehr Plattformen bieten, wenn das Klima weiterhin im Umbruch bleibt, die Zeichen auf Aufbruch stehen. Nicht nur in der Jahnstraße sind unsere Lehrenden und Studierenden tätig, auch in anderen Stadtteilen wie z.B. dem Friedrich-Wilhelm-Viertel, wo man sich gemeinsam mit Anwohnern, Investoren und Architekten um die Quartierserneuerung bemüht. Aber vor allem die Jahnstraße stimmt sehr optimistisch, denn vieles ist dort schon sehr konkret, anschaulich, wie Sie heute sehen konnten. Eine gelebte Utopie vielleicht, die mit nostalgischen Vorstellungen von Künstlerkolonien à la Worpswede nichts mehr zu tun hat.

„Wir sind Künstler – keine Kreativen!“ So lautete ein Motto von Studierenden bei unserem diesjährigen Rundgang. Es war eher ein Hilferuf denn ein Schlachtruf, der sich gegen die fortschreitende Ökonomisierung des Kulturbetriebs, Überregulierung des Kunststudiums durch die Bologna-Reform und gegen die kapitalistische Vereinnahmung von künstlerischer Kompetenz und kreativen Ideen richtete. Gefordert sind Autonomie, gesellschaftliche Wertschätzung und Respekt vor der künstlerischen Persönlichkeit. Damit sich diese überhaupt entfalten kann, dazu muss die Kunsthochschule ihren Studierenden vor allem Freiräume bereitstellen, im symbolischen wie im realen Sinne. Die Jahnstraße bietet genau diese Freiräume als kreatives Milieu für unsere angehenden Künstler. Ohne Künstler aber - zu diesem Ergebnis kommt die jüngste Studie der Bundesregierung von 2009 – ohne Künstler gäbe es keine Kultur- und Kreativwirtschaft!

Deshalb sollten ihre Interessen nicht nur in der weiteren Perspektive der Jahnstraße, sondern in der künftigen Stadtentwicklung und Stadtgestaltung von Braunschweig stärker berücksichtigt werden – die Künstler müssen zu Wort kommen. Auch jetzt und hier, im Rahmen unserer Veranstaltung!

Ich danke ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

Barbara Straka

Präsidentin der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig

Alle Bild- und Textrechte liegen bei dem Autor. Jegliche Vervielfältigung, Verlinkung oder Weiternutzung bedarf der Zustimmung durch den Autor. Auszugsweiser Nachdruck mit Quellenangabe ist gestattet, sofern die Redaktion davon vorab informiert wird. Das Copyright betrifft alle Seiten und Bestandteile dieser Domain.