


# CREATIVE PLACEMAKING



Die Innenstadt von Frankfurt befindet sich in einer Transformation. Um diesen Wandel zukunftsweisend zu gestalten, bedarf es Mut Neues zu wagen und eines Zusammenspiels von Kommune, Wirtschaft und Stadtgesellschaft.

Die nachhaltige Entwicklung eines Quartiers ist ein komplexes Zusammenspiel aus wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und städtebaulichen Faktoren, die es im Kontext einer erfolgreichen Innenstadtbelebung lokalspezifisch zu berücksichtigen gilt. Für die Stadt Frankfurt am Main stellt Creative Placemaking dabei einen lösungsorientierten Ansatz dar. Daher wurde 2022 das städtische Förderprojekt *Kreativraum<sup>3</sup> – Pilot- und Impulsprojekte für die Innenstadt* ins Leben gerufen, das durch das Landesprogramm *Zukunft Innenstadt I* durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen gefördert wird.



Die Stadt geht im Rahmen des Förderprojektes der Frage nach, wie Creative Placemaking in Frankfurt gelingen und zum Treiber einer (inner-)städtischen Entwicklungsdynamik werden kann. Dazu soll eine Qualifizierungsoffensive in Gang gesetzt werden, mit der die Grundlagen, für eine erfolgreiche Reaktivierung von ungenutzten Flächen durch neuartige (Zwischen-)Nutzungen erarbeitet, vermittelt und verstetigt werden. Kreative und innovative Lösungen entstehen nur, wenn es ein Bewusstsein und einen Austausch über die verschiedenen Bedarfe gibt. Eine wesentliche Grundlage stellt daher das Zusammenbringen der verschiedenen Akteursgruppen, insb. aus den Bereichen Immobilien, Wirtschaft, Stadtverwaltung, Kunst, Kultur- & Kreativwirtschaft dar.

Anhand von Best-Practice-Beispielen, wird erfahrbar und veranschaulicht, welchen Wert kreative Ansätze bei einer Neubespaltung von (ungenutzten) Bestandsgebäuden diesen bieten, wie sie zu einer lebendigen Quartiersentwicklung beitragen und wie sich neue Nutzungskonzepte positiv auf die gesamte Stadtgesellschaft auswirken.

## BEST PRACTICE MASSIF CENTRAL

Das Massif Central im Bethmannhof, konzipiert und umgesetzt durch Florian Joeckel, Sven Seipp und Joachim Richter, ist ein Best Practice Beispiel für Creative Placemaking in Frankfurt. Vom Architekturbüro über Designbüro, Fotostudio und bis zum Konzeptstore und Eventlocation findet sich eine bunte Mischung in dem traditionsreichen Bankgebäude, das nach dem Umzug der Bethmann Bank von 2019 bis 2022 leer stand. Florian Joeckel kann bereits auf viel Erfahrung im Bereich der Leerstandsaktivierung zurückgreifen. Das Massif Central war vorher für zwei Jahre in der Eschersheimer Landstraße 28, einer ehemaligen Druckerei zu Hause. Hier hatte das Team bereits erfolgreich gezeigt, welche positive Wirkung eine kreative Mischung auf ein Quartier ausübt. Dem Massif Central Team ist es (ganz ohne öffentliche Förderung) gelungen, mit einem speziell auf den Bethmannhof angepassten Nutzungs- und Betreiberkonzept einen Mietvertrag mit dem Eigentümer für das Objekt auszuhandeln. Nach nur kurzer Umbauzeit erstrahlt das neue Massif Central nun an diesem zentralen Ort inmitten der Frankfurter Innenstadt, direkt neben dem Römer.

**„DAS MASSIF CENTRAL IM BETHMANNHOF IST EIN KOOPERATIVES UND KOLLABORATIVES PROJEKT, DAS ERFOLGREICH ZEIGT, WIE LEERSTÄNDE DURCH MISCHNUTZUNGEN ERSCHLOSSEN WERDEN KÖNNEN UND WIE WICHTIG KREATIVES SCHAFFEN FÜR EINE LEBENDIGE INNENSTADT IST.“**

STEPHANIE WÜST, DEZERNENTIN FÜR WIRTSCHAFT, RECHT UND STADTMARKETING, STADT FRANKFURT AM MAIN

## LICHTER – RAUMPIONIERE DER ERSTEN STUNDE

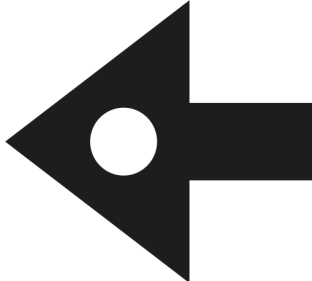
Als Raumpioniere der ersten Stunde können Johanna Süß und Gregor Maria Schubert vom Verein LICHTER - Filmkultur bezeichnet werden, die seit 2008 für das LICHTER Filmfestival leerstehende Objekte aktiviert und temporär umgenutzt haben. Sie haben in mehr als 15 Jahren mit verschiedenen kulturellen und filmbezogenen Formaten der Frankfurter Filmszene und Stadtgesellschaft immer wieder neue Orte für einen soziokulturellen Austausch geschaffen. Mit ihrem Creative Placemaking-Ansatz haben sie ungenutzten Immobilien neues Leben eingehaucht und über die eigentliche Nutzungszeit hinaus, geprägt. Gregor Maria Schubert erinnert sich: „Als wir 2008 das erste LICHTER Filmfest umgesetzt haben, haben wir das unabhängig von einer öffentlichen Förderung getan. Als selbstorganisiertes Graswurzelfestival hat uns das einerseits sehr viel Freiheit gebracht, andererseits macht uns der damit verbundene, fehlende politische Wille bis heute zu schaffen.“ Hier braucht es in Zukunft eine klare Rückendeckung Seitens der Politik, damit auch künftig soziokulturelle und alternative kreative Nutzungen die Innenstadt beleben. „Für den langfristigen Erfolg ist das Konzept besonders wichtig“ betont Johanna Süß und „mit einer Strategie, die nur kurzfristige Profite in den Mittelpunkt stellt, ist das jedoch kaum möglich. Für die Entwicklung einer innovativen und lebendigen Kulturlandschaft sei es daher von besonderer Bedeutung, dass es insbesondere auch in der Innenstadt Orte gibt, die von der öffentlichen Hand gefördert werden“.

**„WENN MENSCHEN WARM EMPFANGEN WERDEN, SICH WOHL FÜHLEN UND GEMEINSCHAFT ERLEBEN, DANN ENTFALDET SICH EINE DYNAMIK, DIE WEIT ÜBER DIE EINZELNE VERANSTALTUNG HINAUS WIRKT.“**

JOHANNA SÜSS, LICHTER - FILMKULTUR E.V.

## MEHR KULTUR UND SUBKULTUR

Kulturelle Nutzungen können zu einem bedeutenden Baustein in der Neuausrichtung und Belebung der Innenstadt werden. Dazu muss jedoch Kultur und auch Subkultur in der Innenstadt zugelassen und ermöglicht werden. Das große Potenzial, das Frankfurt in der Vergangenheit aufbauen konnte, liefert einen Grundstein, eine langfristige Vision für die Stadt zu entwickeln. Auf dem Weg dorthin ist es von entscheidender Bedeutung, dass es einen regelmäßigen und disziplinübergreifenden Austausch auf Augenhöhe gibt und mutig experimentiert wird. Insbesondere gilt es die jungen Menschen einzubinden und zu motivieren, Teil dieses Prozesses zu werden.



**„ES GIBT VIELE JUNGE MENSCHEN MIT GUTEN IDEEN. DIE WICHTIGE FRAGE IST ALLERDINGS: SCHAFFEN WIR ES DEN JUNGEN LEUTEN AUCH ZUZUHÖREN? WIR MÜSSEN RÄUME ENTWICKELN, IN DENEN ES MÖGLICH WIRD, GENERATIONSÜBERGREIFEND STADTGESTALTUNG ZU DENKEN“**

JAMES ARDINAST, IMA CLIQUE

### RAUMPOTENZIALE ERKENNEN UND NUTZEN

In der Innenstadt häufen sich die Leerstände – sowohl im Büroktor wie auch im Einzelhandelsbereich. Im Sinne einer nachhaltigeren ressourcenschonenden Entwicklung gilt es Lösungen für Bestandsgebäude zu finden. Carola Scholz, Mitglied des Städtebaubeirats, betont in diesem Zusammenhang: „Um grundsätzlich Bestandsgebäude häufiger erhalten und einfacher umbauen zu können braucht es dringend eine Umbauordnung als sicheren Rechtsrahmen.“ Ein sicherer Rechtsrahmen sei auch erforderlich, um experimentelle und kostengünstige Zwischennutzungen umzusetzen, damit Kreative ungenutzte Immobilien schnell und niedrigschwellig wiederbeleben und einer neuen Nutzung zuführen könnten. Große zu erwartende Leerstände entlang der Zeil, wie beispielsweise das ehemalige Karstadt-Gebäude, könnten hier als Nukleus einer zukunftsweisenden Projektentwicklung dienen. Carola Scholz sieht in diesem Beispiel großes Potenzial, diesen monostrukturierten Innenstadtbereich im Sinne gemischter Nutzungen neu zu denken und weiter zu entwickeln. Für den Umbau ehemaliger Kaufhäuser gebe es mittlerweile bundesweit gute Beispiele. Oft ließen Grundrisse und Bausubstanz der Gebäude viel Spielraum für neue Nutzungen. Auch im Areal rund um die Kleinmarkthalle sieht der Städtebaubeirat ein großes Potenzial. Hier gehe es z.B. darum, die Marktnutzung nach Süden zu öffnen und zu erweitern und den öffentlichen Raum in diesem Bereich zu verbessern. Die Innenstadt inklusive der räumlichen Verbindung zum Bahnhof muss als Visitenkarte der Gesamtstadt gesehen und entsprechend gepflegt werden.

**„EINE KREATIVE ENTWICKLUNG DER INNENSTADT MUSS ALLES TUN, UM MONOSTRUKTUREN ZU ÜBERWINDEN UND MEHR QUALITÄT ZU SCHAFFEN. ES GILT EINE MISCHUNG DER FUNKTIONEN ANZUSTREBEN UND MEHR AUFENTHALTSQUALITÄT UNTER ANDEREM DURCH URBANES GRÜN UND VERSCHATTUNG ZU ERREICHEN.“**

CAROLA SCHOLZ, MITGLIED IM STÄDTEBAUBEIRAT

### MEHR KULTUR UND MISCHNUTZUNGEN

Eduard Singer, Leiter der Stabstelle Stadtmarketing, baut seit mehreren Jahren ein Innenstadtnetzwerk mit Gewerbe- und Handelstreibenden aus, das daran arbeitet, die Innenstadt zu einem Ort mit mehr Aufenthaltsqualität zu transformieren. Seiner Erfahrung nach brauche es nicht nur Zusammenhalt und das Arbeiten am gemeinsamen Ziel, sondern auch Mut zum Experiment. Funktionsräume gilt es zu Emotionsräumen mit Identifikationspotenzial und hoher Qualität zu transformieren und sie dabei nachhaltig und widerstandsfähiger im Sinne urbaner Resilienz zu gestalten.

**„EINES UNSERER ZIELE IN DER INNENSTADT MUSS ES SEIN, WIEDER MEHR KULTUR ZUZULASSEN UND MISCHNUTZUNGEN IN GEBÄUDEN GEZIELT AUSZUBAUEN. BEI STÄDTISCHEN LIEGENSCHAFTEN KÖNNEN WIR MIT GUTEM BEISPIEL VORAN GEHEN. ES BRAUCHT ALLERDINGS AUCH BEI DEN IMMOBILIENEIGENTÜMERINNEN UND -EIGENTÜMERN EIN UMDENKEN, UM DIESE ZIELE ZU ERREICHEN. FOREN WIE DIESES KÖNNEN HIER EINEN WICHTIGEN BEITRAG LEISTEN.“**

EDUARD SINGER, LEITER STABSSTELLE STADTMARKETING,  
STADT FRANKFURT AM MAIN

Projektentwickler Sven Seipp plädiert dafür „die unterschiedlichen Akteure, die Frankfurt prägen, müssen lernen mehr aufeinander zuzugehen und die unterschiedlichen Perspektiven in einen konstruktiven Austausch miteinander zu bringen.“ Dabei stellt er noch heraus: „Das Momentum für Transformation ist noch nie so groß gewesen wie jetzt und es ist erkannt worden, dass wir die Stadt nur gemeinsam gestalten können.“

**Stadtgestaltung ist eine Gemeinschaftsaufgabe – Koproduktion, Kooperation und Kollaboration sind die Schlüsselbegriffe einer zeitgemäßen Stadt- und Raumentwicklung.**

**Aufeinander zugehen ist ein erster wichtiger Schritt für die erfolgreiche Transformation der Innenstadt!**

**Eine transparente und kontinuierliche Kommunikation von Seiten der Stadt und ein regelmäßiger Austausch zwischen den unterschiedlichen Akteursgruppen schafft Vertrauen und hilft dabei, kreative Lösungen zu entwickeln und innovative Projekte zu realisieren.**

Der in 2022 durch die Wirtschaftsförderung Frankfurt angestoßene Austausch wird auch in 2024 im Rahmen dieses Förderprojektes kontinuierlich weitergeführt und intensiviert. Geplant sind dazu verschiedene offene Kommunikationsformate sowie ein gezielter Fachaustausch mit anderen Städten, um voneinander zu lernen. Es gilt Ideen für die Gestaltung der Frankfurter Innenstadt zu entwickeln und umzusetzen. Alle sind eingeladen, mitzuwirken und unsere Stadt mitzugestalten. **MACH MITTE!**



Weiterführende Informationen & Kontakt:

[frankfurt-business.net/creative-placemaking](http://frankfurt-business.net/creative-placemaking)  
[frankfurt.de/mitte](http://frankfurt.de/mitte)