

Standortkonzept für ein Berliner Kunst- und Kreativquartier



Berlin ist eine Stadt des ständigen Wandels. Hier trifft die Geschichte der verschiedensten politischen Epochen auf das pulsierende Leben der Großstadt von heute. Der Reiz Berlins ist nicht endgültig zu definieren, und doch sticht eines hervor: die Kunst.

Mit einer Vielzahl an kulturellen Institutionen und ideenreichen Selbstständigen sowie Organisationen und Unternehmen aus den Bereichen Kunst, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft hat sich Berlin zu einer kreativen Metropole entwickelt.

Um die Einmaligkeit des Standortes Berlin für diese Akteure auszubauen, möchten wir das vorliegende Konzept für ein Kunst- und Kreativquartier (kurz KKQ) in Berlin vorstellen und gemeinsam mit Partnern aus dem Kunst- und Kreativbereich umsetzen.

Durch seine Offenheit für Berliner wie Nicht-Berliner, Urgesteine wie Zugezogene sollen neue Lebens-, Arbeits- und Wohnformen entstehen. Das Kunst- und Kreativquartier verbindet so soziale, wirtschaftliche und künstlerische Zusammenhänge und öffnet den urbanen, öffentlichen Raum für Begegnungen und Kooperationen zwischen Kreativschaffenden aller Branchen in Berlin.

Durch eine branchenübergreifende Zusammensetzung von kleineren und größeren Partnern trägt ein Kunst- und Kreativquartier zur Weiterentwicklung urbaner Räume bei und zieht interessiertes und interessantes Publikum an.

In dieser Broschüre stellen wir die Grundsäulen unseres Konzeptes für einen neuen kreativen Knotenpunkt in Berlin vor. Wir möchten gemeinsam mit Ihnen unsere Ideen weiterentwickeln und umsetzen. Allen bisher Beteiligten danken wir herzlich für Kritik und Anregungen.



Michael Harnacke



Hergen Wöbken

boesner – ein starker Partner für die Kunst- und Kreativszene in Berlin

boesner steht als Händler für Künstlermaterialien mit seiner über 30-jährigen Tradition für gesellschaftsoffene Kunst. In Berlin schätzt boesner die Vitalität der Kunst- und Kreativszene sowie die Polyzentralität der Stadt und setzt sich als Kooperations- und Austauschpartner zahlreicher Akteure aus dieser Szene für deren Belange und Projekte ein. Dazu gehören Atelierhäuser, Galerien, Projekträume, Kunsthochschulen, Ausstellungshäuser, Bezirksгалerien und soziale Netzwerke für Kreative.

Durch den alltäglichen Austausch mit den unterschiedlichen Partnern in Berlin hat boesner ein lebendiges Kunstverständnis und versteht Kunst im 21. Jahrhundert als partizipativ, progressiv und inklusiv. Eingebunden in sein Netzwerk lebt boesner seine Maxime, die Entwicklung besserer Einkaufs- und Produktionsbedingungen für Profis im Kunst- und Kulturbereich voranzutreiben. Positive Erfahrungen als tragender Partner im Kreativ-Zentrum Marienburg oder im Kreativquartier Baumwollspinnerei Leipzig bestärken boesner in der Suche nach starken und innovativen Partnern, die gemeinsam an der kreativen und sozialen Gestaltung Berlins mitwirken möchten.

„Unsere bisherigen Erfahrungen im Netzwerk mit Akteuren aus Kunst und Kultur ermutigen uns, den nächsten Schritt zu gehen.“

Michael Harnacke
Geschäftsführer boesner Berlin



IFSE – Strategieentwickler zwischen Kunst und Wirtschaft

Das Institut für Strategieentwicklung (IFSE) berät und forscht seit mehr als zehn Jahren an Schnittstellen von Wirtschaft, Kultur und Politik. Ein Schwerpunkt der Arbeit sind organisationale Veränderungsprozesse vor dem Hintergrund der Digitalisierung. Zu den Klienten gehören traditionsreiche Familienunternehmen und junge Startups. Neben der Projektarbeit veröffentlicht das IFSE regelmäßig Studien und Artikel, zuletzt eine bundesweite Studie über Kunstgalerien in Deutschland.

In Berlin hat das IFSE unter dem Titel „Studio Berlin“ in den vergangenen Jahren zwei Studien zur Gegenwartskunst in der Hauptstadt veröffentlicht. Freie Räume schützen, Vielfalt pflegen und die Rolle der Hochschulen berücksichtigen - das sind einige der Handlungsfelder, die das IFSE dabei herausgestellt hat. In die Zusammenarbeit mit boesner bringt das IFSE diese Erkenntnisse über Kunst, Kreativwirtschaft und die Standortbedingungen in Berlin ein.

„Wie lässt sich ein Ort in der Metropole Berlin so inspirierend und lebendig gestalten, dass es schön ist, nicht online zu sein?“

Hergen Wöbken
Geschäftsführer IFSE



Kontext: Kunst- und Kreativmetropole Berlin

Historisch einmalige Situation



Weltweite Aufmerksamkeit



Gestaltungsräume für Kreative
in der Stadt



Langfristiges Entwicklungs-
potenzial

„Ausgangspunkt und Ziel aller kulturpolitischen Überlegungen sollten die Bedingungen sein, die Berlin zu einem einzigartigen Produktionsstandort von Gegenwartskunst machen.“

„Studio Berlin“, Institut für Strategieentwicklung (IFSE)



Die Gegenwartskunst-Szene Berlin stellt kulturelles Kapital für die Stadt als Ganzes sowie für Tourismus und Wirtschaft dar.

Ein Kunst- und Kreativquartier aktiviert öffentliche Räume zu Orten der Begegnung und gegenseitigen Inspiration.

Berlin zieht vor allem junge und innovative Unternehmen an.

Mehrere hundert Internet-Startups sind in Berlin ansässig, hinzu kommen New-Business-Einrichtungen wie Labs, Inkubatoren und Acceleratoren, die in Workshops, Unternehmen und Startups Kompetenzen vermitteln.

	Berlin*	Deutschland**	Verhältnis
Einwohnerzahl	3,5 Mio	81,8 Mio	ca. 4%
Unternehmen Kreativwirtschaft	30.000	244.000	ca. 12%
Umsatz (€)	24,5 Mrd.	143 Mrd.	ca. 17%
Beschäftigte (inkl. Selbstständige)	217.000	984.166	ca. 22%

Zahlen Deutschland: Quelle: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011. BMWi (Hrsg.) 2012
Zahlen Berlin: Quelle: Cluster IKT, Medien, Kreativwirtschaft (2010/2011)

In Berlin leben und arbeiten über 5.000 bildende Künstler.

Über 400 Kunstgalerien,
150 Projekträume und
20 Verbände mit Kunstbezug

Atelier- und Ausstellungshäuser sowie zahlreiche Veranstaltungsorte haben der Stadt in den letzten zwei Jahrzehnten ein Renommee als internationaler Kunststandort eingebracht.

Die lebendige Kunstszene Berlins zieht viele internationale Gäste an.

Im Jahr 2013 hieß die Stadt über 11 Millionen deutsche und ausländische Übernachtungsgäste willkommen:

über **27 Mio.** Übernachtungen wurden registriert. Damit festigt Berlin deutschlandweit den 1. Platz als Reisedestination gegenüber München und Hamburg und liegt europaweit auf Platz 3 nach Paris und London.

Mehr als die Hälfte der TouristInnen geben Opern-, Konzert-, Theater- oder Museumsbesuche als Grund für ihren Berlin-Besuch an.

Quelle: Senat Berlin

Beispiel Kreuzberg

Berlins Lebendigkeit wird aus der Polyzentralität der Stadt genährt: es gibt mehrere Stadtviertel, die KünstlerInnen überproportional stark anziehen. In Kreuzberg, Neukölln, Mitte, Prenzlauer Berg und Wedding lebt die Mehrheit der Berliner KünstlerInnen. Unabhängig vom derzeitigen Ort ihres Wohnens und Arbeitens ist Kreuzberg höchst beliebt. So war dieser Bezirk Ausgangspunkt der Überlegungen, wobei auch andere Bezirke als Standort in Frage kommen.

Über 20% der in Berlin lebenden KünstlerInnen wohnen hier, ebenso viele nutzen hier ein Atelier.

75% der befragten KünstlerInnen nannten Friedrichshain-Kreuzberg als attraktivsten Standort.

IFSE, Studio Berlin II, 2011

Im Bereich der Kunst haben sich über die Jahre Initiativen und Projekte zu festen Bezugspunkten in Kreuzberg entwickelt. Beispiele dafür sind der Kunstraum Kreuzberg, das Künstlerhaus Bethanien sowie mehrere Atelierhäuser. Sie alle bieten KünstlerInnen geeignete Räume für ihre Arbeit. Das Aufbau Haus hat es geschafft, durch eine Kombination von innovativen Partnern eine Kreativ-Hochburg an einem ehemals wenig belebten Platz in Kreuzberg zu schaffen. Der Erfolg der Markthalle IX mit ihrem Angebot an nachhaltig produzierten Lebensmitteln zeugt von einem Bedürfnis nach alternativen Versorgungsstrukturen in der Stadt.

„Ein Kunst- und Kreativquartier würde als stabilisierender Faktor auf den Künstler-Bezirk Kreuzberg einwirken.“

Stéphane Bauer
Kunstraum Kreuzberg



Kreuzberger Mischung

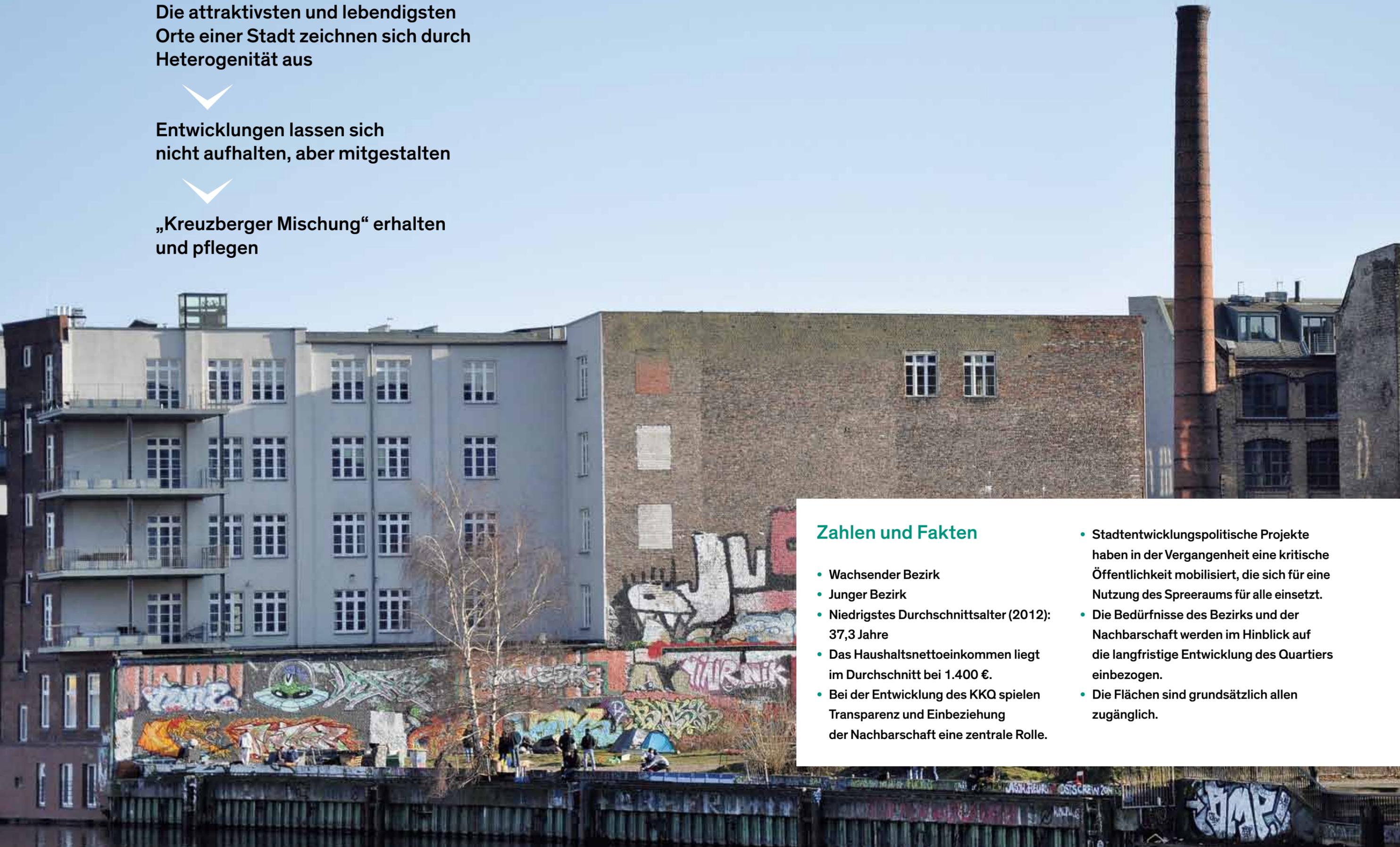
Die attraktivsten und lebendigsten Orte einer Stadt zeichnen sich durch Heterogenität aus



Entwicklungen lassen sich nicht aufhalten, aber mitgestalten



„Kreuzberger Mischung“ erhalten und pflegen



Zahlen und Fakten

- Wachsender Bezirk
- Junger Bezirk
- Niedrigstes Durchschnittsalter (2012): 37,3 Jahre
- Das Haushaltsnettoeinkommen liegt im Durchschnitt bei 1.400 €.
- Bei der Entwicklung des KKQ spielen Transparenz und Einbeziehung der Nachbarschaft eine zentrale Rolle.
- Stadtentwicklungspolitische Projekte haben in der Vergangenheit eine kritische Öffentlichkeit mobilisiert, die sich für eine Nutzung des Spreeraums für alle einsetzt.
- Die Bedürfnisse des Bezirks und der Nachbarschaft werden im Hinblick auf die langfristige Entwicklung des Quartiers einbezogen.
- Die Flächen sind grundsätzlich allen zugänglich.

Einen lebendigen Ort schaffen

Leitideen

Geschichte

- Einbindung der Geschichte in den Markenkern
- Anziehungspunkt für ein kunst- und kulturinteressiertes Publikum
- Achtsamer Umgang mit bestehender Bausubstanz

Gemeinschaft

- Symbiose aus Wohnen, Arbeiten und Leben
- Ort für Kommunikation, Begegnung und kreativen Austausch

Synergien

Transformation

- Stabilisierung des Kreativstandortes Kreuzberg
- Freiräume erhalten und Entwicklungspotenziale entfalten
- In Entwicklungsphasen denken

Nachhaltigkeit

- Verwendung nachhaltiger Materialien
- Lokale Wertschöpfungskette (Konzeption, Produktion, Verkauf)
- Einblicke in handwerkliche und künstlerische Produktionsprozesse

Einen lebendigen Ort schaffen

Entwicklungsstrategien

Interdisziplinärer
Funktionsmix



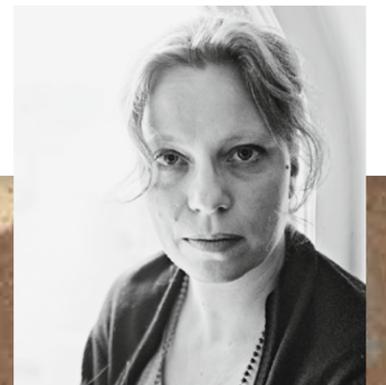
Synergien vor Ort



Aufenthalts-, Erlebnis-
und Gemeinschaftsorte

„Durch kollektive Mobilisierung und die geteilte Motivation, die Nachbarschaft beleben zu wollen, werden Kreativquartiere zu nachhaltigen Erfolgsstandorten.“

Birgitta Persson
Trans Europe Halles –
Europäisches Netzwerk
unabhängiger Kulturzentren



Funktionsmix

Der Stil entscheidet

Das Kunst- und Kreativquartier verschränkt Stadtentwicklung und Kreativwirtschaft miteinander und setzt spannende Entwicklungsprozesse in Gang.

Die stimmige Zusammensetzung der Partner im Kunst- und Kreativquartier sorgt für eine einzigartig lebendige und anregende Atmosphäre. Das Zusammenarbeiten mit etablierten Kunstinstitutionen bringt interessantes und interessiertes Publikum in die Räumlichkeiten. Durch eine ausgewogene Zusammenstellung von AkteurInnen aus Handel, künstlerischer Produktion und zivilgesellschaftlichen Organisationen wird das KKQ zu einem Ort der Synergien – für die Arbeitenden untereinander, aber auch die BesucherInnen – der mehrere Funktionen abdeckt. Die Partner können eigene Impulse einbringen, so dass sich für alle Beteiligten des KKQ spannende Kooperationsmöglichkeiten ergeben.

Das KKQ will Räume für Möglichkeiten, Entdeckungen und Gestaltung schaffen.

„Der Ort ist essenziell für die Entwicklung eines Projekts. Die Lösungen für einen Ort wachsen aus ihm heraus.“

Kristien Ring
AA PROJECTS



„Für den kreativen Nachwuchs der Stadt Berlin sollten die Startbedingungen der Kunsthochschulabsolventen generell verbessert werden.“

Leonie Baumann
Kunsthochschule
Berlin-Weißensee



Foto: Nihad Nino Pusija

Funktionsmix Überblick

Esswelten

- Café
- Kantine
- Bar
- Streetfood

Kinderwelt

- Kita
- Frühbildung
- Kulturelle Bildung

Werkstätten

- Mode
- (Produkt)Design
- Offene Großwerkstatt
- „FabLab“

Vermietung

- Workshops
- Konferenzen
- Labs, Inkubatoren,
- Acceleratoren

Büros

- Agenturen
- Stiftungen
- NGOs
- Startups

Campus

- Grünflächen
- Events
- „Creative Spillover“

Markenkern

Gemeinschaft
Transformation
Nachhaltigkeit
Geschichte

boesner

- Künstlermaterial
- Bilderrahmen
- Bücher

Ankermieter boesner Partner vor Ort



Künstlermaterialien, Bücher, Rahmen, Workshops und vieles mehr

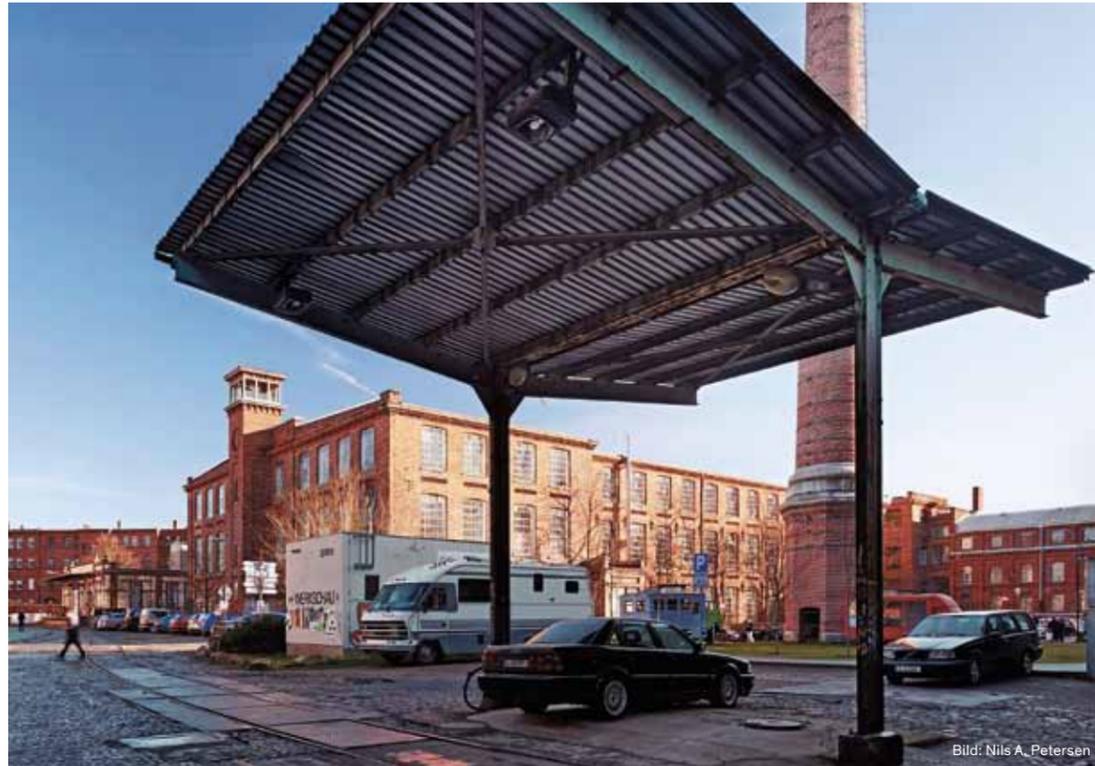
boesner ist deutschlandweit marktführender Lieferant für professionelle und preisgünstige Künstlermaterialien. KundInnen sind sowohl professionelle KünstlerInnen und Galerien als auch Bildungseinrichtungen und kunstnahe Unternehmen. Eine weitere Zielgruppe von boesner sind Vertreter der sogenannten LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), also Menschen, denen eine ökologische und nachhaltige Herstellung von Produkten wichtig ist.

boesner zieht als Ankermieter mehrere hundert BesucherInnen pro Tag an, die kleineren im KKQ ansässigen Unternehmen Sichtbarkeit und eine langfristig steigende (Fußgänger)-Frequenz verschaffen.



- Flächenbedarf: 1.500 – 3.000 m²
- Frequenz vor Ort: boesner hat in Berlin mehr als 100.000 KundInnen. Am neuen Standort werden mehr als 800 KundInnen pro Tag erwartet.
- Tagesablauf/Bespielung: ganztägiger Verkauf
- Teile der Wertschöpfungskette: Verkauf von Künstlermaterialien, Herstellung und Verkauf von Bilderrahmen, Workshops
- Synergien: „Shop-in-Shop“, Café integriert in boesner-Filiale, Anbindung und räumliche Nähe zu Kunsthandwerksbetrieben, Kontakt zu KünstlerInnen vor Ort
- Mietpreissegment: Einzelhandel bis zu 10 €/m² (warm)

Geteilte Räume



Quartiersmanagement

Das Quartiersmanagement ist Koordinationsknotenpunkt des KKQ nach innen und außen. Es verwaltet das Quartier auf Basis einer ausgewogenen Wirtschaftlichkeit und ist Anlaufstelle für Interessierte und Gäste.

Interne Kommunikation

Organ der Selbstverwaltung: Koordination von internen Treffen und Veranstaltungen, Facility- & Centermanagement für Vermietung und Veranstaltungen

Externe Kommunikation

Öffentlichkeitsarbeit, Infopoint für BesucherInnen, evtl. Führungen



Campus

Mit dem Campus-Konzept bietet das KKQ gemeinschaftlich genutzten Freiraum für BesucherInnen und MieterInnen.

Ziel ist es, die NutzerInnen und NachbarInnen in einem professionell moderierten partizipativen Prozess an der Gestaltung des KKQ zu beteiligen.

Designhafen Produktdesign



Im Designhafen kommen alle Schritte der Wertschöpfungskette im Produktdesign zusammen. Neben Büros für Gestalter gibt es Räumlichkeiten für Prototyping, Produktion und Verkauf. Anbieter sind sowohl traditionelle Handwerksbetriebe und lokale Manufakturen als auch Dienstleister mit innovativer Technologie. Die Produktionsmöglichkeiten der Werkstätten erlauben einen professionellen Workflow. Ein Schwerpunkt soll auf der Arbeit mit ressourcenschonenden und nachhaltigen Designideen liegen. Das „Schaufenster“ – ein Verkaufsraum mit ausgewählten Produkten – schafft Sichtbarkeit und eine Vertriebsplattform vor Ort.

Beispiele Designbüros, Holz-, Kunststoff- und Metallbearbeitungswerkstätten, Schreinerei, Keramikwerkstatt, Buchbinderei, Vergolder, FabLab, 3D-Printing, Druckerei

Berlins Design-Szene in Zahlen:
3.600 Unternehmen, mehr als **700 Mio. € Umsatz**
 jährlich, über **10.000** Erwerbstätige



(Produkt-) Design: Konzeption

- Flächenbedarf: Büros/Studios mit geringem FB (30–100 m²), Werkstatt 500 m²
- Frequenzbedarf vor Ort: gering
- Tagesablauf/ Beispielung: tagsüber
- Teile der Wertschöpfungskette: Ideenentwicklung, Konzeption von Produkten, Produktion von Einzelstücken
- Synergien: Kooperation Designer unterschiedlicher Fachrichtungen, mehr Sichtbarkeit, Ausstellungsfläche außerhalb des Büros, Akquise von Aufträgen, Benutzung der Design-Großwerkstatt
- Mietpreissegment: Werkstätte inkl. kleinem Verkauf 7,50 €/m²

(Produkt-) Design: Kuratierter Verkauf

- Flächenbedarf: ab 100 m²
- Frequenzbedarf vor Ort: hoch, spezifisches und zufälliges Publikum
- Tagesablauf/ Beispielung: ganztägiger Verkauf
- Teile der Wertschöpfungskette: Präsentation von Einzelstücken der Designer vor Ort
- Synergien: Sichtbarkeit, kurze Vertriebswege, Design Shows, Messen, temporäre Showrooms
- Mietpreissegment: Einzelhandel bis zu 10 €/m²

Designhafen Mode



2.230 Berliner Unternehmen in der Modewirtschaft, Zahl seit 2000 um **30%** gestiegen, höchste Dichte an Modeunternehmen in Deutschland, ca. **800** überwiegend junge DesignerInnen mit **18.500** Beschäftigten

Innerhalb des Designhafens erhält die Modewirtschaft einen besonderen Platz. Kleinteilige Raumstrukturen für Ateliers und Studios vereinen Entwurf und Fertigung. Angesprochen sind etablierte wie kleine Labels, insbesondere Modedesigner und Manufakturen, die umweltfreundliches Design entwickeln.

Beispiele Modedesigner, Agenturen, Magazine, Showroom und Conceptstores

Eigene Plattformen für nachhaltig und ökologisch produzierte Mode – wie **GREENShowroom** und die **Ethical Fashion Show** – während der Fashionweek zeigen deren Aktualität

Quelle: Kurzinformationen der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung, 2014



Mode: Entwurf und Fertigung

- Flächenbedarf: Büros/Studios mit geringem FB (50–100m²)
- Frequenzbedarf vor Ort: gering
- Tagesablauf/Bespielung: tagsüber
- Teile der Wertschöpfungskette: Modeschöpfung, Produktion von Einzelstücken
- Synergien: Designer unterschiedlicher Fachrichtungen, gemeinsame Konzeption, Produktion und Warenbestellung, Benutzung der Design-Großwerkstatt
- Mietpreissegment: Werkstätten inkl. kleinem Verkauf 7,50 €/m²

Mode: Showroom und Conceptstore

- Flächenbedarf: ab 50m²
- Frequenzbedarf vor Ort: hoch, spezifisches und zufälliges Publikum
- Tagesablauf/ Bespielung: ganztägiger Verkauf
- Teile der Wertschöpfungskette: Präsentation von Kollektionen
- Synergien: Verkauf, Präsentation von Arbeiten, die im Areal hergestellt worden sind, Fashion Shows, Messen oder temporäre Showrooms in Veranstaltungsräumen
- Mietpreissegment: Einzelhandel bis zu 10 €/m²

Arbeiten



Im lebendigen und kreativen Umfeld des KKQ finden Unternehmen eine optimale Arbeitsumgebung und gleichzeitig eine vielfältige Gemeinschaft interessanter Menschen aus den Bereichen Kreativwirtschaft, Kunst und Nachhaltigkeit. Temporär vermietete Co-Working-Spaces reagieren flexibel auf Raumanforderungen für Konferenzen, Labs, Inkubatoren und Workshops.

Beispiele Agenturen, Kanzleien, Versicherungen, Verbände, NGOs, Stiftungen



Büros (langfristige Vermietung)

- Flächenbedarf: jeweils ab 20 m²
- Frequenzbedarf vor Ort: keiner
- Tagesablauf/Bespielung: ganztägig, morgens und mittags Kantine
- Teile der Wertschöpfungskette: Projektabwicklung, Kundengespräche vor Ort
- Synergien: kreativer Austausch/Kooperationen mit anderen Unternehmen, evtl. Materialbedarf
- Mietpreissegment: Bürofläche 12 €/m²

Co-Working (temporär)

- Flächenbedarf: jeweils ab 30 m² bis mehrere 100 m²
- Frequenzbedarf vor Ort: Auslastung wünschenswert
- Tagesablauf/ Bespielung: Vermietung tages-, wochen- und monatsweise an Gruppen
- Teile der Wertschöpfungskette: Vermietung (Workshops, Präsentationen)
- Synergien: boesner-Workshops, Konferenzen, Meetings, Labs
- Mietpreissegment: ca. 12 €/m²

Ausstellungen und Veranstaltungen



Flächen, auf denen Produktionen aus den Werkstätten gezeigt werden, Diskurse öffentlich werden, und so der Output des Ortes publikumswirksam präsentiert und überregionale Ausstellungs- und Kunstprojekte der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Modulartig nutzbare Räume, die auf Kunst zugeschnitten sind, z. B. temporäre Ausstellungen, Installationen.

Beispiele Private Kunstsammlung, Modulartige Ateliers, Galerie, Projektraum

Vermietung für Veranstaltungen und Kunst

- Flächenbedarf: ab 20 m² bis mehrere 100 m²
- Frequenzbedarf vor Ort: Auslastung wünschenswert
- Tagesablauf/ Bespielung: Vermietung tagsüber und abends
- Teile der Wertschöpfungskette: temporäre künstlerische Produktion, künstlerische und unternehmerische Präsentation (Messen), Events, kurzfristiger Verkauf, Kunstinstitutionen oder Kunsthochschulen bespielen Flächen, andere Teile werden vermietet
- Synergien: Image als Kunstort, interessante Unternehmen und Organisationen werden angezogen, Unternehmen positionieren sich als kunst- und gesellschaftsnahe Institutionen
- Mietpreissegment: 5 bis 10 €/m²

Esswelten



In den Esswelten finden Mieter, Nachbarn und Laufpublikum eine gastronomische Versorgung über den ganzen Tag. Es werden Frühstück, Mittagstisch und Abendessen zu moderaten Preisen angeboten, regionale Lebensmittel verarbeitet und Raum für Treffen und zum Verweilen geboten.

Beispiele Läden, Café, Kantine, Streetfood, Lebensmittelproduktion

- Flächenbedarf: ab 50 m²
- Frequenzbedarf vor Ort: hoch, gezielt und spontan
- Tagesablauf/Bespielung: Hohe Frequenz zum Abend und am Wochenende
- Teile der Wertschöpfungskette: Herstellung, Verarbeitung, Präsentation, Catering, Belieferung an Café, Veranstaltungen, Konferenzen etc. im Haus, Preisniveau muss an den Bedarf und die Kaufkraft des Bezirks angepasst werden
- Mietpreissegment: Einzelhandel 10 €/m²

Kinderwelten



Francesca Schellhaas / PHOTOCASE

Für ein familienfreundliches Arbeiten wird direkt vor Ort eine Kita mit Ganztagsbetreuung eingerichtet werden. Der Campus lädt zum Spielen ein und wird ergänzt durch kulturelle Bildungsangebote, z. B. Design-Workshops und einen Leseclub.

- Flächenbedarf: ab 200m²
- Frequenzbedarf vor Ort: keiner, Auslastung wahrscheinlich
- Tagesablauf/Bespielung: ganztägige Kita mit Schwerpunkt frühkindliche Bildung (z. B. bilingual, Musik- oder Tanzschule, Kunstkurse)
- Synergien: besonders interessant für diejenigen, die im KKQ arbeiten, Kita kann evtl. Veranstaltungsräume nutzen
- Mietpreissegment: 8 bis 10 €/m²

Urban Gardening



Urban Gardening Projekte begrünen zum Teil den Campus und haben das Potenzial für den Einbezug der Nachbarschaft. Gemüse und Kräuter können in der lokalen Gastronomie verarbeitet werden.

Die hier skizzierten Möglichkeiten sowie weitere Ideen zu Wohnen, Leben, Arbeiten und Mobilität in einem „Raum für Leben und Kunst“ möchten wir gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern vor Ort weiterentwickeln und umsetzen.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns, von Ihnen zu hören!

Raum für Leben und Kunst
Standortkonzept für ein Berliner Kunst- und Kreativquartier

© boesner GmbH Berlin und
Institut für Strategieentwicklung (IFSE)

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Hergen Wöbken
Tel + 49. 30. 40 574 833
hergen.woebken@ifse.de

boesner

Michael Harnacke
Geschäftsführer

boesner GmbH
Nunsdorfer Ring 31
12277 Berlin
T + 49 30 - 75 65 67 72
F + 49 30 - 75 65 67 55
berlin@boesner.com



Hergen Wöbken
Geschäftsführer

Institut für Strategieentwicklung (IFSE)
Windscheidstraße 18 (zweites Hinterhaus)
10627 Berlin
T + 49 30 - 40 57 48 33
F + 49 30 - 40 57 48 35
hergen.woebken@ifse.de