

Exposé zur Bachelorarbeit
Das Potenzial der Kreativwirtschaft für eine integrative Stadtteilentwicklung – Chance oder Risiko für Köln Mülheim?

Baris Senay

Hintergrund

Der Stadtteil Köln-Mülheim ist von starken wirtschaftlichen Umbrüchen und soziokulturellen Problemen gekennzeichnet. Dabei wird eine Korrelation zwischen der soziokulturellen Entwicklung und dem wirtschaftlichen Strukturwandel betont (Stadt Köln 2009: 8). Um eine Verbesserung der Situation für Stadtteil und Bewohner zu erzielen, wurde das integrierte Handlungskonzept *Mülheim 2020* entworfen. Das Strukturförderprogramm beinhaltet 48 Programme, die im Zeitraum 2009-2014 zu realisieren waren. Die Programmschwerpunkte fokussieren sich auf die Bereiche lokale Ökonomie, Bildung und Städtebau. Der Strukturwandel vom Industriestandort zum Zentrum für Medien- und Kreativwirtschaft in Köln-Mülheim ist weit fortgeschritten. Mülheim gehört zu den relevanten Standorten der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Köln. So sollen weitere Förderung und Ausbau der Kreativwirtschaft positive Impulse für den Stadtteil und seine Entwicklung geben. Mit Hinblick auf die Stärkung der lokalen Ökonomie wird der Kreativwirtschaft somit eine zentrale Rolle zugeschrieben (Stadt Köln 2009: 3). Der Stadtteil verfolgt einen integrativen Ansatz und fordert die Einbindung von verschiedenen Bevölkerungsgruppen in die Kreativwirtschaft (Stadt Köln 2009: 11).

Theorie

Sowohl lokales Wirtschaftswachstum, internationale und interregionale ökonomische Konkurrenzfähigkeit, als auch die Integration von allen Bevölkerungsgruppen und städtischen Teilräumen sind essentielle Bestandteile einer nachhaltigen Stadtentwicklung (BBR 2007: 5). Der Strukturwandel von einer fordistisch geprägten Industriegesellschaft zu einer post-industriellen Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft stellt die Städte vor neue Herausforderungen. Zur Bewältigung der strukturellen Veränderungen avanciert die Kreativwirtschaft zunehmend zum neuen Hoffnungsträger der Städte (Kunzmann 2009: 44). Die Kreativwirtschaft und ihre immense Popularität sind insbesondere auf Publikationen von Richard Florida und Charles Landry und ihren Werken wie *The Rise of the Creative Class* (Richard Florida) oder *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (Charles Landry) zurückzuführen (Hessler 2007: 8). Gerade Floridas Thesen finden sich in vielen städtischen und ökonomischen Anstrengungen wieder (Glaeser o.J.). Florida propagiert einen kausalen Zusammenhang zwischen der *creative class* und

positiver ökonomischer Entwicklung. Eine entscheidende Rolle der Städte sieht Florida in der Anziehung und Bindung von Hochqualifizierten (Florida 2004). Kritiker werfen ihm eine marktliberale Strategie vor, die eine Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse aus dem Blick verliert (Schuster 2011: 214). Typisch für die Kreativwirtschaft ist jedoch der hohe Anteil an Hochqualifizierten (von Streit 2011: 32). Das erfolgreiche Zusammenspiel von steigender Bedeutung der Kreativwirtschaft für die Städte und Stadtentwicklung, und dem Ziel einer integrierten Stadtentwicklung ist demnach fraglich.

Fragestellung

Immer mehr Städte setzen auf die Kreativwirtschaft um aktuelle und zukünftige Anforderungen zu bewältigen. Allerdings ist neben der ökonomischen Entwicklung, die Überwindung von Benachteiligung und Ausgrenzung ein weiterer wesentlicher Pfeiler der nachhaltigen Stadtentwicklung (BBR 2007: 5). Mit zunehmender Bedeutung der Kreativwirtschaft sollte somit überprüft werden, inwiefern sie auch Bevölkerungsgruppen und Personen ohne formal hohe Qualifikation oder besondere (künstlerische) Begabung mit einbeziehen kann. Daraus ergeben sich zwei zentrale Fragestellungen:

1. Was sind die Potenziale von mittel- und niedrigqualifizierten Personen in der Kreativwirtschaft?
2. Was sind die Barrieren für die Integration von mittel- und niedrigqualifizierten Personen in die Kreativwirtschaft?

Methoden/Empirie

Zunächst sollen die prägenden Charakteristika von Köln-Mülheim dargestellt werden. Zentral für meine Arbeit sind dabei die (schwache) sozioökonomische Struktur und der Status quo der Kreativwirtschaft. Die Forschungsfragen sollen mittels eines qualitativen Ansatzes untersucht werden. Die Untersuchung soll durch Leitfadeninterviews mit Experten aus Kreativwirtschaft und Politik erfolgen. So können die Forschungsfragen aus zwei unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und im Weiteren eine mögliche Diskrepanz zwischen den Vorstellungen der Kreativwirtschaft und der Politik offenbart werden.