

## Vision Mannheim: BASF, Popakademie und nun?

Über die Zukunft der Häfen wird nicht nur in den Seehafenstädten Bremen oder Hamburg diskutiert, sondern auch im Binnenland – wie beispielsweise in Mannheim.



Die heutigen Binnenhäfen sind zu großen Teilen an ihren Standorten historisch gewachsene Verkehrsinfrastrukturen. Genauso wie militär- und bahneigene Gelände unterliegen die Hafenaareale einerseits Veränderungen in der Nutzungsanforderung und benötigen andererseits Investitionen zu ihrer Erhaltung. Daher ist bereits aus Gründen der Wirtschaftlichkeit ein effizienter und auf die heutigen Anforderungen abgestimmter Umgang mit diesen Arealen von Bedeutung. Die Reaktivierung alter Hafenaareale ist allerdings mit einigen besonderen Schwierigkeiten konfrontiert: kontaminierte Böden, denkmalgeschützte Gebäude, geschützte Spontanvegetation und besonders schwierige Konstruktionsbedingungen (Schubert 2007). Gleichzeitig bietet die Größe und Zentrumsnähe ein besonders Potential für eine Neuausrichtung der Stadt, vor allem für eine Justierung des Stadtimage (City-Branding-Areale nennt Kees Christiaanse diese). Die alten Gebäude und Raumstrukturen sind Träger authentischer Geschichte und bieten vor allem für die Kreativwirtschaft notwendige Freiräume, günstige Mieten und besondere Identifikationsangebote (Zukin, Florida, etc.).

Der Transformationsprozess des Industriebhafens Mannheims hat die Flächen, Hallen und Areale schon weitgehend erfasst und verändert. Aus dem „Haushafen“ der Firma BASF ist eine heterogene Gemengelage unterschiedlicher meist extensiver Nutzungen geworden. Der Strukturwandel von der Industrie- zur postindustriellen Stadt ist auch hier in vollem Gange und Mannheim positioniert sich als Popmusikkapitale und Kreativwirtschaftscluster mit Lebensgefühl und Atmosphäre in einer durch den Strukturwandel gezeichneten Region der Transformation (Ludwigsburg. „The sound of Mannheim“ ist zum Leitslogan einer Neuausrichtung der Stadt geworden, der der biederen 70er Jahre Innenstadt eine glitzernde Zukunft gegenüberstellen soll. Die Stadt Mannheim hat sich das Ziel gesetzt, attraktive und innovative regionale Unternehmen aus der Musikbranche zu einem Wirtschaftscluster zu entwickeln. Ausgangspunkt bildet dafür die Popakademie sowie der Musikpark. Damit ist zwischen Szene-Viertel und altem Hafen ein wichtiger Trittstein entstanden und in den aktuellen weitergehenden Überlegungen Mannheims die Kreativwirtschaft v.a. in den Branchen Medien und Nightlife als Leitbranche auszubauen spielen diese Hafenaareale die zentrale Rolle.

**Welche Chancen bieten diese Flächen für Mannheim als „Kreativmetropole des Vergnügens“ und welches sind die geeigneten Nutzung, die sich an diesen Orten etablieren können? Und mit welchen Konzepten und welcher Strategie kann Mannheim diese Entwicklung starten und unterstützen?**

## **ABLAUFPLAN**

### **1 Theoriephase - zu erarbeitende Hintergrundinformationen**

- Revitalisierung von Hafengebieten
- Bedeutung von Kunst und Kultur bei der Revitalisierung
- Referenzbeispiele (Liverpool, Manchester, Bremen...)
- Milieu- und Clusteransätze
- Strategische Planung

Form der Erarbeitung

- Wissenschaftliche Vorträge auf einer selbstorganisierten „Konferenz“ im Rahmen der Projektwoche
- Dokumentation und Sammlung in den „Proceedings“

### **2 Analysephase**

Fragen

- Welche Historie und Bedeutung hat das Areal?
- Welche Räume sind beständig, welche temporär oder verschwindend?
- Welche Chancen bietet die Hafenrevitalisierung für die Stadt und die Region vor dem Hintergrund der „Kreativmetropole“?
- Welche Projekte werden aktuell entwickelt?
- Wie sind die gegenwärtigen Entwicklungen zu bewerten?
- Inwieweit lassen sich die Erfahrungen aus den Referenzbeispielen auf den Standort übertragen?

### **3 Konzept**

*of course....*