

Technische Universität Wien

Fakultät für Architektur und Raumplanung

Institut für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen

Modul Entwicklungssteuerung – Entwicklungssteuerung mit Projekten

Wintersemester 2017/2018

Jutta Kleedorfer

Dietmar Wiegand

ZWISCHENNUTZUNG – ORT | MARKE | KONZEPT

WER ETABLIERT WEN?!

abgegeben am: 08.02.2018

von:

Hannah Geskes, 01529328

Annika Michel, 01527611

Christiana Rauchwarter, 01228468

ZWISCHENNUTZUNG – ORT | MARKE | KONZEPT

WER ETABLIERT WEN?

0 INHALTSVERZEICHNIS

0	INHALTSVERZEICHNIS	2
1	EINLEITUNG.....	3
2	ETABLIERUNG DES ORTES DURCH ZWISCHENNUTZER	3
2.1	Was ist ein etablierter Ort?	3
2.2	Zwischennutzungen in der <i>Alten Post</i>	4
2.2.1	Historische Entwicklung und Standortfaktoren	5
2.2.2	Zwischennutzung – Kuration/ Konzept und Auswahlkriterien.....	6
2.2.3	Akteure	8
3	ETABLIERTE MARKEN ALS ZWISCHENNUTZER	9
3.1	Was ist eine (kulturell) etablierte Marke?	9
3.2	Etablierte Zwischennutzer: <i>Viennale und Markerei</i>	10
3.2.1	Historische Entwicklung und Markenfaktoren.....	10
3.2.2	Standort – Kuration/ Konzept und Auswahlkriterien	12
3.2.3	Akteure	13
4	ZWISCHENNUTZUNG ALS ETABLIERTES KONZEPT	14
4.1	Hypothesen:	14
4.2	Potentielle Nutzergruppen:.....	14
4.3	Interviewpartner.....	15
4.4	Fragestellungen.....	16
4.4.1	Wie findet man Raum?	16
4.4.2	Von wem bekommt man Immobilien?	16
4.4.3	Ist es als etabliertes Event einfacher einen Raum zu finden?	17
4.4.4	Wonach wird gesucht?	17
4.4.5	Aspekt Eventisierung.....	18
4.4.6	Öffentlicher Raum als Alternative	19
4.4.7	Hombase	19
4.4.8	Was kommt zuerst, Raum oder Konzept?	19
4.4.9	Wie arbeitet man mit dem geborgten Raum?	20
4.4.10	Besteht der Wunsch nach einem fixen Raum?	21
4.4.11	Verträge? Kosten? Miete?	21
4.4.12	Wurden schon Räume aus dem Dornröschenschlaf geholt?	21
5	DAS HUHN ODER DAS EI?! EIN FAZIT	22
6	ANHANG.....	24
7	QUELLEN	25

1 EINLEITUNG

Zwischennutzungen als Instrument der Stadtentwicklung sind aus dem heutigen Stadtbild fast nicht mehr wegzudenken, egal ob es dabei um die Aktivierung eines leerstehenden Hauses oder um temporäre Gestaltung einer Freifläche geht. Es scheint, als sei das „Konzept Zwischennutzung“ in der heutigen Zeit einfach *hipp* und *en vogue*, sprich: fast unvermeidlich für einen Investor oder die Stadt, um Standorte qualitativ entwickeln und gestalten zu können.¹

Meist handelt es sich bei den Zwischennutzern jedoch um verhältnismäßig kleine Interventionen, oft künstlerischer Natur, die zur Aufwertung der Flächen eingesetzt werden, wobei „die Wiedernutzung von Brachflächen [...] auch gerade im Hinblick auf das Ziel eines nachhaltigen Umgangs mit der endlichen Ressource Boden unerlässlich [ist]“.² Ziel ist dabei meist, qualitativ hochwertigen neuen Raum für die Allgemeinheit zu schaffen (sowohl öffentlich als auch halböffentlich), aber auch Start-Ups oder Kreativen eine Chance zur Etablierung ihres Vorhabens zu geben.

Was jedoch eher selten in das Blickfeld des Betrachters gerät, ist der Fakt, dass sich auch etablierte, große Marken ungenutzten Raum aneignen und somit zu Zwischennutzern werden können. Diese Arbeit soll sich dabei vor allem mit **kulturellen Institutionen als Marken mit Eventcharakter** (der Einfachheit halber nachfolgend „Marke“ genannt) beschäftigen, die in ihrer Veranstaltungsform von sich aus temporär sind. Es geht darum, das vielfältige Zusammenspiel von Marke mit Ort zu beleuchten und seine grundlegenden Prinzipien zu analysieren, mit der übergeordneten Frage: wer etabliert wen?

Im Zuge dieser Seminararbeit wurde zur Beantwortung der zentralen Frage einige Interviews geführt und Recherchearbeit geleistet, wichtig war dabei stets, die Symbiosen von Ort und Marke von allen Seiten zu beleuchten. In diesem Sinne wurde die Fragestellung um den Aspekt der „Zwischennutzung als etabliertes Konzept“ erweitert und geht der Frage nach, wie Gruppen der Kreativszene sowie Kulturevents sich regelmäßig temporären Raum aneignen und ob bzw. wie sie einen Nutzen daraus ziehen.

2 ETABLIERUNG DES ORTES DURCH ZWISCHENNUTZER

2.1 Was ist ein etablierter Ort?

*etablieren: [...] 2c) einen sicheren Platz innerhalb einer Ordnung oder Gesellschaft gewinnen, festen Bestand erlangen, sich festsetzen und breitmachen.*³

*Ort, der: 1a) lokalisierbarer, oft auch im Hinblick auf seine Beschaffenheit bestimmbarer Platz (an dem sich jemand, etwas befindet, an dem etwas geschehen ist oder soll). 1b) im Hinblick auf die Beschaffenheit besondere Stelle, besonderer Platz (innerhalb eines Raumes, eines Gebäudes o.Ä.).*⁴

Auch Orte können sich etablieren, sprich: sie können zu einem „Hotspot“ ihres Viertels werden, einem Treffpunkt oder einem Ort des Geschehens. Sie haben sich somit in ihrem Umfeld gegenüber anderen Objekten erfolgreich hervorgetan und ein bzw. mehrere Alleinstellungsmerkmal(e) entwickelt, durch welches sie sich „einen Namen gemacht haben“, also einen gewissen Wiedererkennungswert erlangten.

Etablierte Orte können je nach Größe bzw. „Öffentlichkeitsgrad“ der Nutzergruppe sehr unterschiedlich sein: für einen Freundeskreis kann beispielsweise das Wohnzimmer eines der Freunde ein etablierter Treffpunkt sein, ebenso gibt es aber auch in einer Stadt Areale, die sich jeweils für Teile der Bevölkerung zu Treffpunkten entwickeln. Gerade in diesem Fall ist es Voraussetzung, dass an dem Ort etwas passiert (er bespielt wird und Nutzungsangebote bereitstellt) und er einer breiten Öffentlichkeit zugänglich ist.

¹ Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hsg.): Zwischennutzungen. Temporäre Nutzungen als Instrument der Stadtentwicklung; Düsseldorf 2008, S. 8

² Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hsg.): Zwischennutzungen. Temporäre Nutzungen als Instrument der Stadtentwicklung; Düsseldorf 2008, S. 10

³ <https://www.duden.de/rechtschreibung/etablieren>, 03.12.2017

⁴ https://www.duden.de/rechtschreibung/Ort_Platz_Stelle_Ortschaft, 10.12.2017

Diese Erreichbarkeit zählt dabei zu den Standortfaktoren, die auch im Rahmen einer allgemeinen Standortanalyse untersucht werden. Unterschieden wird dabei in harte und weiche Faktoren, wobei die harten Faktoren eindeutig messbar sind. Sie beziehen sich auf Topographie, Bevölkerungsstrukturen, umliegende Nutzungen, Anbindung bzw. Erreichbarkeit und eventuelle neue Planungen den Ort betreffend. Die weichen Standortfaktoren hingegen beschäftigen sich eher mit subjektiveren Einschätzungen über Image, Kultur-, Wohn- und Freizeitangebote oder das Investitions- bzw. Wirtschaftsklima. Trotzdem sollten beide Bereiche in die Projektplanung miteinbezogen werden, da auch ein Projekt bzw. eine Zwischennutzung an einem Standort mit sehr guten harten Standortfaktoren scheitern kann, wenn es nicht auf die Wünsche der angestrebten Nutzergruppe eingeht und somit nicht an die weichen Standortfaktoren angepasst wird.



Abb. 1 Räume der Alten Post während der Zwischennutzung Parallel Festival

2.2 Zwischennutzungen in der Alten Post

Wie bereits erwähnt, scheint die (temporäre) Nutzung oder das Bespielen eines Ortes im Besonderen zur Etablierung desselben beizutragen. Dies soll im Folgenden und mit dem Fokus auf Zwischennutzungen im Sinne kultureller Institutionen als Marken mit Eventcharakter am Beispiel der *Alten Post* im ersten Wiener Gemeindebezirk, Postgasse 8-10, exemplarisch aufgezeigt werden. Ausgewählt wurde gerade dieser Standort, da im Zeitraum Frühsommer 2015 bis Spätsommer 2017 ca. 50 kulturelle Veranstaltungen in dem Gebäude mit ca. 25.000m² Nutzungsfläche stattfanden und die Alte Post sich innerhalb dieser Zeit relativ schnell zum angesagten Treffpunkt innerhalb Wiens entwickelte.

Mit dem Ziel, herauszufinden warum diese Etablierung einer kulturellen Örtlichkeit so schnell vonstattenging und wie vor allem die temporären Bespielungen dazu beigetragen haben, wurden nach einer Recherchephase verschiedene Interviews geführt, um persönliche Einschätzungen zum Etablierungsprozess zu erhalten. Wichtig war dabei, sowohl die Seite der Besitzer als auch die Seite der Zwischennutzer zu beleuchten. Um die Interviews anschließend vergleichen und bewerten zu können, war es wichtig, gezielte Fragen zu stellen und im direkten Gespräch jeweils entsprechende Themen zu behandeln. Dies erforderte eine Vorauswahl an Fragen und Interviewpartnern. Im Anschluss an die Interviews folgte der interne Austausch in der Gruppe (nicht alle

Teilnehmer konnten an allen Interviews teilnehmen) mit Diskussionen, Hypothesen und Ergebnissen, die in dieser Arbeit aufgezeigt werden sollen.

2.2.1 Historische Entwicklung und Standortfaktoren

Das Areal, welches heute als *Alte Post* bezeichnet wird, besteht aus fünf Gebäudeteilen (Barbaratrakt, Dominikanertrakt, Festtrakt, Auwinkel Hof und Stöckl Gebäude) die über vier Innenhöfe miteinander verbunden sind und zwischen dem 17. und 19. Jahrhundert gebaut wurden. Alle fünf Teile waren ursprünglich zueinander abgegrenzt, was durch die unterschiedliche räumliche Ausgestaltung immer noch zu erkennen ist.⁵

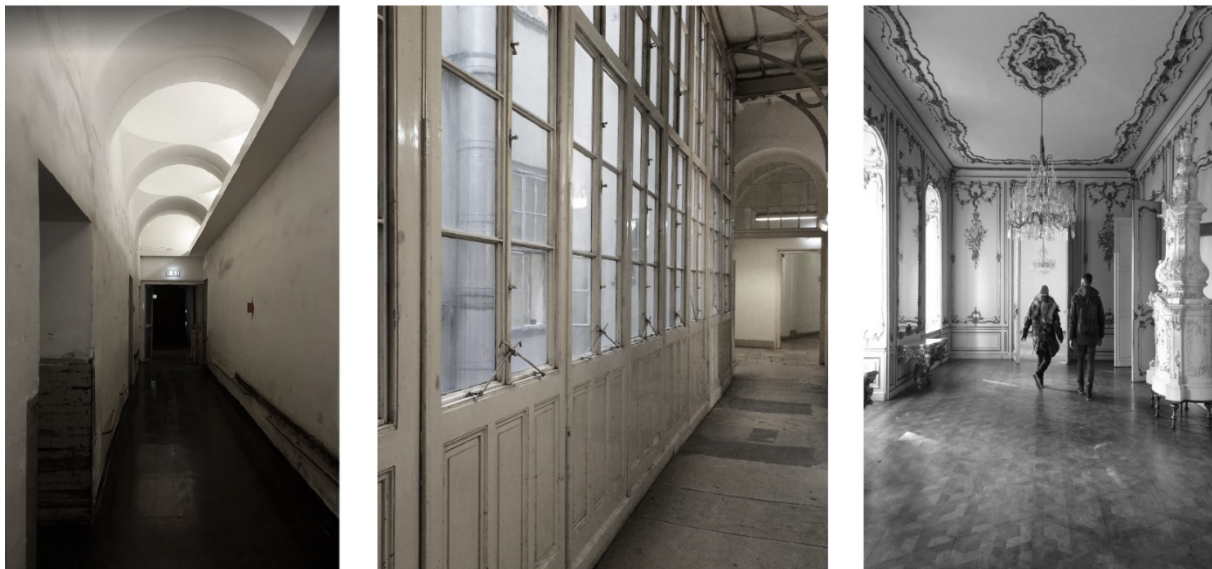


Abb. 2,3,4 Innenraumimpressionen Alte Post

Die jüngere Geschichte beginnt mit dem 1773 ausgeschriebenen Wettbewerb zur Errichtung eines neuen Hauptpostgebäudes auf dem Gelände, 1831 wurde es der obersten Postverwaltung überlassen. Diese ließ das Gebäude 1850-1854 mit den nördlich und südlich anschließenden Bauten (heutiger Barbaratrakt, Festtrakt, Auwinkel Trakt) nach Plänen von Paul Sprenger zum Hauptpostgebäude umbauen in das 1866 die Post- und Telegraphenverwaltung in das Gebäude einzog.⁶

Das gesamte Areal befand sich bis 2015 im Besitz der *Österreichischen Post AG*, allerdings wurde es ab 2011 nicht mehr genutzt. In dieser Zeit des Leerstands fanden bereits vereinzelt Zwischennutzungen in der Alten Post statt – zu diesen Pionieren gehörte zum Beispiel auch die *Viennale*, welche 2012 zum ersten Mal ihre Festivalzentrale in dem Gebäude ansiedelte.⁷

2015 stand das Areal schließlich zum Verkauf und wurde von der *Soravia Group* erstanden, welche plant dort mit dem *Post Palais* exklusive Eigentumswohnungen einzurichten. Mit an Bord geholt wurden außerdem Wertinvest und die *Motto Group*, um weiters ein luxuriöses Hotel und gehobene Gastronomie an dem Standort zu entwickeln. Insgesamt sollte „exklusive Services für gehobene Ansprüche“⁸ angeboten werden, um die Alte Post zu einem weiteren Impulsgeber des ersten Bezirkes zu etablieren.⁹

Um das erwünschte urbane, gehobene und kulturinteressierte Klientel bereits in der Zeit zwischen Kauf und Baubeginn an den Standort zu locken und somit im Vorfeld bereits eine gewisse Adressbildung zu erzielen, wurde insbesondere durch Wertinvest eine Zwischennutzung des Areals im Innen- und Außenbereich gewünscht.

⁵ Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017 und https://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Postgasse_8-12

⁶ Palmethofer, Lisa: Re:Zwischennutzung Alte Post. Wien, 12.12.2017, E-Mail: L.Palmethofer@montanatechcomponents.com

⁷ http://www.postpalais.at/wp-content/uploads/2017/02/PostPalais_Presse_06-2017.pdf und Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

⁸ <https://www.soravia.at/post-palais-verkaufsstart-fuer-hochwertige-stilaltbauwohnungen-und-moderne-penthouses/> und <http://www.postpalais.at/>

⁹ Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

Ein weiterer Vorteil beim Konzept der Zwischennutzung wurde in der somit feststehenden zeitlichen Beschränkung der Events gesehen – Konflikte durch einen anstehenden Auszug einer dauerhaften Einrichtung konnten weitestgehend ausgeschlossen werden, da allen Akteuren die fristgebundene Nutzung bewusst war und sie aufgrund ihrer Veranstaltungsformen auch keinen dauerhaften Standort benötigten. Die Zwischennutzung in der Alten Post wurde vor allem durch Daniela Enzi (Wertinvest) initiiert, weshalb die Kuration der Zwischennutzer und das allgemeine Programm vor allem von ihr und damit Wertinvest übernommen wurde.¹⁰

Die Etablierung der Alten Post hin zu einem in Wien bekannten Standort mit Charakter hängt stark mit den Standortfaktoren zusammen, da diese im Falle der *Alten Post* im Allgemeinen bereits sehr gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zwischennutzung bzw. Etablierung schufen. Außerdem wurde durch die Unterbringung der Festivalzentrale der Viennale bereits ein großer Schritt hin zu einer ersten Etablierung getan, da die Viennale als Kulturinstitution auch über die Grenzen Wiens hinaus bekannt ist und die *Alte Post* als Standort stets ebenfalls genannt wurde und somit indirekt auch von Werbung und Marketing der Viennale profitiert hat.¹¹

Im Nordosten des ersten Wiener Gemeindebezirkes liegt die Alte Post in direkter Nähe zum Donaukanal, auf einem nordsüdlich ausgerichteten Grundstück von ca. 7.500m². In ihrem Rücken befindet sich das international bekannte Gebäude der Österreichischen Postsparkasse, erbaut von 1904 bis 1906 nach Plänen von Otto Wagner.¹² Beide Gebäude verstärken aufgrund ihrer städtebaulichen Orientierung und ihrer damaligen Unzugänglichkeit für die Öffentlichkeit die Grenze zwischen Fleischmarkt- und Uraniaviertel.¹³

Mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist die Alte Post heute über die nahegelegene U-Bahn Station Schwedenplatz zu erreichen, aber auch die Stationen Stubentor oder Stephansplatz bieten eine Möglichkeit, zur Postgasse 8-10 zu gelangen. Alle umliegenden U-Bahn-Stationen decken zusammen drei der fünf U-Bahn Linien in Wien ab, außerdem bietet jede Station weitere Anschlussmöglichkeiten an Bim oder Bus.

Obwohl sich die *Alte Post* in der Inneren Stadt Wiens befindet, liegt sie in diesem Bezirk in einem etwas ruhigerem Viertel. Somit hat sie im Sinne eines Veranstaltungsortes ab 2015 eine Monopolstellung in ihrer näheren Umgebung inne und ist (mit Ausnahme der Österreichischen Postsparkasse) der einzige Besuchermagnet – trotzdem darf nicht vergessen werden, dass sich die *Alte Post* im ersten Bezirk Wiens befindet, der allein durch die Touristen rege frequentiert wird.

Auch der Zustand des Gebäudes, seine Atmosphäre bzw. sein Charme spielt für die erfolgreiche Umsetzung einer Zwischennutzung oder auch für das Finden von potentiellen Zwischennutzern eine Rolle. Allein die vorige Unzugänglichkeit der riesigen Bausubstanz hat bei Anrainern und Touristen, aber auch Künstlern oder Vereinen ein gewisses Interesse an dem Ort erweckt. Gerade im Bereich der Kreativen trug auch die „abgefuckte“¹⁴ Atmosphäre zur Faszination am Ort bei – dieser Charme, in Kombination mit der Variabilität der räumlichen Ausgestaltung von Prunksälen bis zu Büros, sei dabei inspirationsfördernd.¹⁵

2.2.2 Zwischennutzung – Kuration/ Konzept und Auswahlkriterien

Wie bereits beschrieben machte sich die Viennale diese Standortfaktoren bereits zunutze und brachte ihre Festivalzentrale insgesamt fünf Mal in der Alten Post unter, drei Mal bereits vor dem Kauf durch die Soravia Group. Dies führte zu einem ersten öffentlichen Bekanntheitsgrad des bis dato vollkommen unzugänglichen Areals. Im Unterschied zu anderen Standorten die nur ein einziges Mal bespielt wurden schaffte es die Alte Post jedoch weiterhin im Gespräch zu bleiben. Der erste Prestigeeffekt wurde weiter genutzt und ausgebaut, bis sich das Gebäude als Ort der Zwischennutzung und Kultur etablierte.¹⁶

¹⁰ http://www.postpalais.at/wp-content/uploads/2017/02/PostPalais_Presse_06-2017.pdf und Palmetschofer, Lisa: Re:Zwischennutzung Alte Post. Wien, 12.12.2017, E-Mail: L.Palmetschofer@montanatechcomponents.com

¹¹ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

¹² Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

¹³ Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmetschofer (Wertinvest)

¹⁴ Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmetschofer (Wertinvest), Zitat Daniela Enzi

¹⁵ Interview am 20.12.2017 mit Elvyra Geyer (Take Festival / Creative Headz)

¹⁶ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

Kuratorin der Zwischennutzungen war Daniela Enzi (Wertinvest), welche aufgrund ihrer Expertise bereits zahlreiche Kontakte und Erfahrung im Bereich der Zwischennutzung hatte. So wurden zum einen an frühere Zusammenarbeit mit Institutionen angeknüpft, wie zum Beispiel im Falle des Take Festivals (ein Festival für Mode und Kunst) mit dem bereits bei der Vienna Fashion Week im MQ kooperiert wurde.¹⁷ Zum anderen gab es aber auch, wie zum Beispiel bei der Marktere, „Mittelsmänner“ die Kontakt zwischen Enzi und der jeweiligen Institution herstellten, während wiederum weitere Akteure durch Eigeninitiative in Erscheinung traten und sich selbst mit einer Anfrage an Wertinvest wandten.

Dabei war die eigentliche Kuration laut Enzi nur „ein relativ kleiner Teil der Arbeit, allerdings ein sehr intensiver“.¹⁸ Im Frühjahr 2015 wurde mit der Organisation begonnen, im Oktober 2015 fand mit der Festivalzentrale der Viennale die erste temporäre Veranstaltung, koordiniert durch Wertinvest, statt. Dabei wurde den Organisationen oft bereits mitgeteilt, dass eine erneute vorübergehende Nutzung der *Alten Post* 2016/17 auch möglich sein könnte. Dies führte dazu, dass die Dramaturgie für das zweite Jahr der Zwischennutzung, auch aufgrund der rapid wachsenden Popularität der *Alten Post*, bereits schnell geplant war. Eventuelle Lücken zwischen den „großen“ Events/ Marken wurden durch kleinere bzw. private Veranstaltungen wie Firmenjubiläen oder Weihnachtsfeiern gefüllt, da keine Notwendigkeit bestand, größere Pufferzeiten einzuplanen. Falls ein Zwischennutzer doch bereits früher in die Lokalität wollte, um Aufbauarbeiten o.ä. zu leisten, wurde sich innerhalb der Akteursgruppen abgesprochen.¹⁹

Bezüglich der auszuwählenden Zwischennutzungen wurde 2015 von Seiten der Wertinvest ein Konzept erstellt. Wichtig war, dass die Projekte und deren „Spirit“ zur späteren Nutzung und Nutzergruppe passten. Ein Standort mit internationalem Flair, Kultur, gehobener Städtetourismus, gutem Essen und urbanem Lifestyle sollte entwickelt werden. Dabei konnte ein gutes Konzept der entsprechenden Zwischennutzer eine ungeklärte Finanzierung (jeder Zwischennutzer musste sich selbst finanzieren) wieder wettmachen, wie es beispielsweise bei der Parallel Vienna der Fall war. Der Imageaufbau sollte über drei Schienen funktionieren: zum einen war geplant bereits etablierte Festivals oder Kulturbetreiber in die *Alte Post* zu holen um sich deren Infrastruktur und Erfahrung zu Nutzen zu machen. Ihnen sollten die benötigten Räume kostenlos bzw. sehr günstig zur Verfügung gestellt werden. Durch ihre Bekanntheit und Exklusivität erhoffte man sich, genau die Nutzergruppe anzulocken, die sich auch nach der Zwischennutzung in der *Alten Post* ansiedeln sollte. Weiters sollten Räume punktuell und exklusiv an kommerzielle Veranstalter vergeben werden, dies dann auch zu angemessenen Mietpreisen. Ziel war, Einnahmen zu generieren und erneut ein interessantes Publikum anzuziehen. Als dritte Schiene war die Vergabe der *Alten Post* an „Avantgarde-Veranstaltungen“ oder/und Pop-Up Stores (auch gastronomischer Art) geplant.²⁰

Komplett umgesetzt wurden diese drei Ansätze allerdings nicht, wobei vor allem der kommerzielle Ansatz kaum verfolgt wurde. Dem Konzept der Zwischennutzung widersprach außerdem die fixe Installation von drei Künstlerateliers (wobei einer von ihnen sich mit dem Auszug zum Baubeginn im Herbst 2017 sehr schertat) und die des Thonet Cafés inklusive Showroom. Im Endeffekt gab es für alle Zwischennutzer zumindest eine symbolische Miete, welche Enzi auch aufgrund eines „Verantwortungsbewusstsein“ der Organisationen gegenüber der *Alten Post* sehr wichtig war. Um jedoch nicht das Image einer neuen Party Location in Wien zu erhalten, wurden keinerlei Clubbing-Events zugelassen.²¹

¹⁷ Interview am 20.12.2017 mit Elvyra Geyer (Take Festival / Creative Headz)

¹⁸ Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmethofer (Wertinvest)

¹⁹ Interview am 20.12.2017 mit Elvyra Geyer (Take Festival / Creative Headz)

²⁰ Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

²¹ Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmethofer (Wertinvest)



Abb. 5, 6 Innenraumimpressionen Alte Post

Bereits vor der ersten Zwischennutzung durch Wertinvest leistete die Viennale durch die Unterbringung der Festivalzentrale in der Alte Post einiges an Vorarbeit und bereitete den Ort bereits auf temporäre Nutzungen vor.²² Durch Wertinvest und die Soravia Group wurden dann 2015 noch einmal leichte Reinigungen und Installationen (Abdichtungen der Fenster zur Straße hin, Sicherung der Leitungen und Adaption der sanitären Anlagen) durchgeführt. Da jedoch klar war, dass das Gebäude noch einmal komplett saniert werden würde, hatten die Künstler und Zwischennutzer fast vollkommene Freiheit in der Ausgestaltung bzw. Adaption der Alten Post an ihre Bedürfnisse. Dies wurde zunächst nicht in vollem Maße ausgenutzt, allerdings verlor sich diese Scheu schnell.²³

2.2.3 Akteure

Zusätzliche zu den Standortfaktoren zählen auch die verschiedenen Akteursgruppen als Erfolgsfaktoren dazu. Prinzipiell gibt es dabei bei der *Alten Post* im Bezug auf die Zwischennutzung einen fixen „Stamm“ an Akteuren, wobei der jeweilige Zwischennutzer diesen Stamm temporär ergänzt (siehe Kapitel 5: *Das Huhn oder das Ei?! Ein Fazit*). Der Einfluss/ die Macht und die Intensität der Interaktion der einzelnen Akteure können dabei je nach Vorhaben veränderlich sein: so hat beispielsweise die Soravia Group als Eigentümer der Alten Post starken Einfluss auf das Vorhaben, den Standort Alte Post attraktiver zu gestalten und aufzuwerten, übt allerdings im Vergleich weniger Macht auf das Vorhaben Markterei aus (siehe Anhang „Systemische Umfeldanalyse“).

Im Bezug auf die Zwischennutzungen in der Alten Post zählt Daniela Enzi zum Stamm der Hauptakteure, da durch sie die Idee zur intermediären Nutzung des Areals aufkam und auch umgesetzt wurde. Steter Kontakt bestand zur Soravia Group, die als Besitzer zwar stark mit dem Gebäude in Verbindung steht, aber bei der Zwischennutzung und deren Kuratation eine eher untergeordnete Rolle spielte. Der Ansprechpartner vor Ort war Herr Harbele, der als ehemaliger Portier ein „Überbleibsel“ der Post- und Telegraphenverwaltung ist. Er kooperierte stark mit Enzi, indem er aufgrund seiner Ortskenntnisse Besichtigungen mit den Zwischennutzern durchführte (jeder durfte sich die benötigten Räume selbst wählen) und auch beim Aus- und Einzug hilfreich war. In diesem Zuge kontrollierte er die in der Nutzungsvereinbarung genannte besenreine und leere Übergabe der Räume, wobei bemalte oder umgestaltete Wände jedoch bestehen bleiben durften. Auch manches Kunstwerk „überlebte“ den Auszug seiner Erschaffer.²⁴

Konflikte unterhalb der Zwischennutzer gab es weniger, im Gegenteil, oft wurde zusammengearbeitet und sich gegenseitig durch beispielsweise die Übernahme von technischer Ausstattung unterstützt. Eventuell kritische Situationen, wie zum Beispiel eine während der Parallel Vienna durchgeführte Entnahme von Mauerproben wegen des späteren Umbaus oder andere Überschneidungen zwischen Baustelle und Zwischennutzung wurden

²² Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

²³ Interview am 20.12.2017 mit Elvyra Geyer (Take Festival / Creative Headz)

²⁴ Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmethofer (Wertinvest)

kreativ gelöst; die im Falle der Mauerproben entstandenen großen Löcher in den Wänden wurden von den Künstlern einfach in die Kunstaussstellung integriert.²⁵

Darüber hinaus können auch die Medien als Akteursgruppe genannt werden, die zwar wenig direkte Macht auf die Zwischennutzung ausüben konnten, allerdings als Steakholder durchaus über Interaktion mit derselben verfügten. Gerade diese Gruppe hat der Alten Post den Stempel „der Exklusivität“ aufgedrückt, da die Auswahl der Zwischennutzer durch Enzi nur auf exklusiver und gehobener Basis getroffen würde. Enzi jedoch macht deutlich, dass sehr wohl jeder eine Chance auf die temporäre Nutzung der Alten Post gehabt hätte, sofern denn ein gutes Konzept vorläge. Die Veranstaltungen müssten eben nicht „wie aus dem Ei gepellt sein“²⁶, sondern sollten zum Ort passend und in ihrer Ausgestaltung individuell sein. Es ist zu erkennen, dass der Begriff der Exklusivität durchaus trotzdem mit der Alten Post in Verbindung steht, allerdings nicht in dem luxuriösen und gehobenen Kontext, wie die Medien es beschreiben.

Insgesamt wurde die Zusammenarbeit der Akteure als sehr partnerschaftlich beschrieben, die zusammen mit den vorteilhaften Standortfaktoren, wo vor allem die kontrastreichen interessanten Innenräume hervorgehoben werden, maßgeblich zum Erfolg der Alten Post beitragen. Auch die gute Lage innerhalb Wiens unterstützt die Entwicklung des Areals hin zu einer Marke (als ramponiert-charmanter Ort der Zwischennutzung). Durch die bereits bestehende räumliche Präsenz kommt es aufgrund der zusätzlichen Bespielung zur starken Adressbildung. Dies wiederum lockt weitere Zwischennutzer an, die wiederum die Adressbildung vorantreiben (siehe Kapitel 5: *Das Huhn oder das Ei?! Ein Fazit*).

3 ETABLIERTE MARKEN ALS ZWISCHENNUTZER

3.1 Was ist eine (kulturell) etablierte Marke?

*Marke, die: [...] 2a) unter einem bestimmten Namen, Warenzeichen hergestellte Warensorte. [...]*²⁷

Kulturveranstaltungen, die international, national oder sogar nur in einem bestimmten Viertel einer Stadt bekannt sind können zu einer etablierten Marke werden in dem sie über einen längeren Zeitraum oder durch eine große Anzahl von Besuchern Ansehen gewinnen konnten. Eine Kulturveranstaltung kann sich in manchen Fällen aber auch nur bei bestimmten Personengruppen etablieren und entwickelt sich somit nur in spezifischen Kreisen zu einer Marke. Gerade im Bezug auf Veranstaltungen in Zwischennutzungen gibt es viele die noch nicht einmal stadtbekannt sind jedoch sich in bestimmten Nischen der Kunst etabliert haben und somit einen Markencharakter erhalten auch wenn dies nur im kleinen Rahmen geschieht.

Zu dem Erfolg von kulturell etablierten Marken zählen viele verschiedene Faktoren, die sich über die Zeit auch verändern können. Zum einen sind es die allgemeinen Markenfaktoren sowie die Kuration einer Kulturveranstaltung die eine wichtige Rolle spielen. Zudem ist die Zusammenarbeit zwischen einer Veranstaltung/ Marke und bespielten Ort ein wesentlicher Erfolgsfaktor, der in dieser Arbeit genauer betrachtet wird.

²⁵ Interview am 20.12.2017 mit Elvyra Geyer (Take Festival / Creative Headz)

²⁶ Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmetschofer (Wertinvest)

²⁷ <https://www.duden.de/rechtschreibung/Marke#Bedeutung1a>, 03.12.2017

3.2 Etablierte Zwischennutzer: Viennale und Markterei

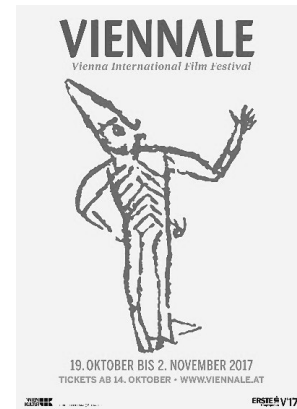
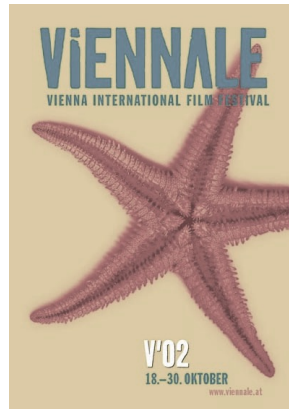


Abb. 7,8,9 Festivalarchiv Sujets

Im Zusammenhang mit der Frage *Wer etabliert wen?* wird in diesem Teil der Arbeit ein Fokus auf die *Viennale* gelegt und manche Aspekte mit der *Markterei* hervorgehoben, da sie beide in der Alten Post eine Zwischennutzung belegt haben, mit ganz anderen Voraussetzungen und Zielen. Die *Viennale*, auch außerhalb von Wien namhaft, ist in dem Sinne etabliert, als da sie auch bei Personengruppen von Bedeutung ist, die nie mit der Veranstaltung persönlich in Berührung getreten sind. Die *Markterei* hingegen hat eine sehr junge Geschichte und ist in bestimmten Kreisen und Vierteln etabliert, aber in einem viel kleineren Maßstab als die *Viennale*.

Durch die geleistete Recherchearbeit wurden die historischen Entwicklungen der beiden Events, sowie deren Hard Facts erarbeitet. Um zusätzlich eine persönliche Einschätzung erhalten zu können, wurden Interviews geführt, die die Zusammenarbeit der *Viennale* und der *Alten Post* im Fokus näher betrachten. Beide Veranstaltungen haben einen Event- und Markencharakter, diese werden anhand der historischen Entwicklung hervorgehoben. Die Rolle und die Auswahl des Standortes, sowie das Konzept der Zwischennutzung sind von großer Bedeutung und werden anhand einer Analyse ausgearbeitet. Außerdem werden die Hauptakteure und deren Interessen der *Markterei* mittels einer systemischen Umfeldanalyse genauer dargestellt.

3.2.1 Historische Entwicklung und Markenfaktoren

Die *Viennale*, das *Vienna International Film Festival* hat schon eine fast 60 jährige Geschichte der Zwischennutzung. Gegründet wurde die vorerst privat finanzierte *Viennale* im Jahr 1960 von Mitgliedern des Verbands Österreichischer Filmjournalisten und dem Künstlerhauskino als Reaktion für die fehlende Plattform um moderne internationale sowie österreichische Filme zu präsentieren. Während Theater und Oper in Wien als die wichtigsten Bestandteile des Kulturangebots angesehen wurden, war das Kino hingegen ein

V'60	Künstlerhaus
V'62	Wiener Festwochen
V'63 - V'68	Urania
V'71	Forum Kino
V'73 - V'74	Gartenbau- Kino
V'79	Erweiterung Außenbezirke
V'93	Urania, Metro, Stadtkino, Künstlerhaus
V'97 - V'04	Gartenbau-Kino + diverse Locations
V'05 - V'08	Urania + diverse Locations
V'09 - V'11	Badeschiff am Wiener Donaukanal
V'12 - V'16	Alte Post
V'17	Kunsthalle Wien

Abb. 10 Festivalzentralen Viennale 1960-2017

,Kunstphänomen minderer Art, als Freizeitvergnügen für den «g'schupften Ferdl» und seinesgleichen; amerikanische Kaugummikultur, die unschön an den Fußsohlen der Bildungsbürger klebte. Die heimische Filmproduktion bestand größtenteils aus Theaterkomödien, bäuerlichen Schwänken, Fremdenverkehrsfilmern, Wiener musikalischen Komödien und Revuefilmen von Franz Antel.'²⁸

²⁸ <https://web.archive.org/web/20170424073537/http://www.viennale.at/sites/default/files/WAS%20WAR.WAS%20IST..pdf> 10.12.2017

Die erste Viennale lautete ‚Internationale Festwoche der interessantesten Filme des Jahres 1959‘²⁹ indem eine breit gefächerte Auswahl an Filmen präsentiert wurden und fand im Wiener Künstlerhaus seine erste Zwischennutzung. In den darauffolgenden Jahren wurde das Filmgenre eingeschränkt und auf bestimmte Themen fokussiert, angefangen im Jahr 1962 mit dem Titel ‚Festival der Heiterkeit‘, in dem Komödien des letzten Jahres präsentiert wurden. Die Viennale entwickelte sich unter Leitung von Hans Hurch über die Jahre zu einem Nischen-Festival, die sich von anderen Filmfestivals unterscheidet indem sie unter anderem Filme präsentiert, die wenig bekannt sind, wie zum Beispiel experimentelle und Dokumentarfilme. Die Kuration der Filme hat sich durch das sorgfältig ausgesuchte Programm zu einer Marke entwickelt, die über Zeit Anerkennung auch im politischen Feld erreichen konnte. ‚Die Stadt Wien hatte ihre Viennale mittlerweile lieb gewonnen und war in einer Zeit, in der Filmfestivals weltweit als kultureller Standortfaktor galten, auch bereit «ein Geld in die Hand zu nehmen».³⁰ Mittlerweile finden bei dem 14-tägigen Festival rund 300 Vorstellungen statt, mit einem Rekord von 98.200 Besuchern im Jahr 2014. Die Auslastung der Kinosäle liegt in den letzten paar Jahren bei rund 70% - 80%.³¹

Die *Markerei* hingegen hat eine viel jüngere Geschichte einer Veranstaltung/ Marke in Wien. Gegründet vom Büro de Martin im Jahr 2016 als Nachbarschaftsmarkt, um Konsumenten und Produzenten wieder näher aneinander zu bringen, etablierte sich die Markerei bislang nur an dem Standort der *Alten Post*. Durch den Bezirksvorsteher des 6. Bezirks kam der Kontakt zwischen Thomas de Martin von der Markerei und der Wertinvest zustande.³² Jedoch war von Anfang an bekannt, dass die Markerei die Alte Post nur auf bestimmte Zeit als Zwischennutzung bespielen kann – seit dem Ende der Zwischennutzungen in der Alten Post such sie deshalb einen fixen Standort in Wien. Dass sich die Markerei in einer Zeitspanne von eineinhalb Jahren so etabliert hat, kann nicht wenig an dem Standort liegen, der sich sehr gut als ‚Markthalle‘ bespielen lässt. Auch wenn die Markerei bei weitem nicht so namhaft wie die Viennale ist, hat sie sich in bestimmten Kreisen soweit etabliert, dass sich bis zu 5.000 Besucher an einem Wochenende dort einfanden.

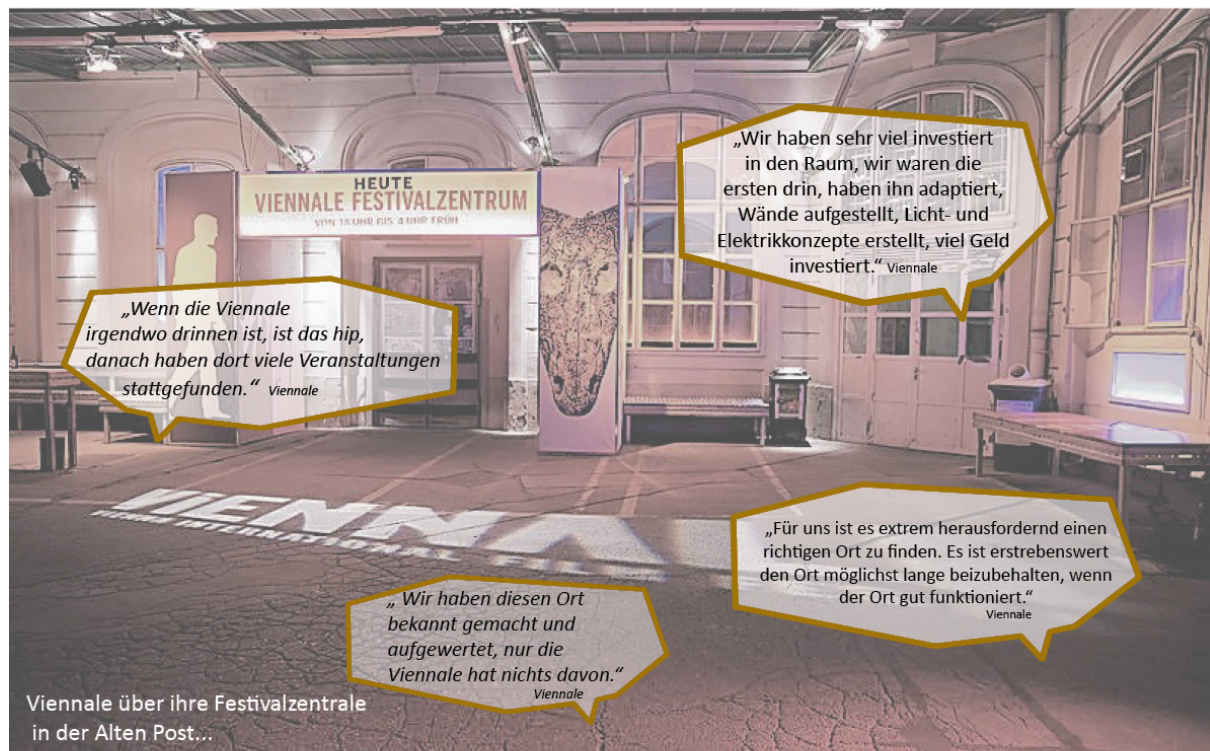


Abb. 11 Festivalzentrale der Viennale in der Alten Post

²⁹ <https://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Viennale> 06.01.2018

³⁰ <https://web.archive.org/web/20170424073537/http://www.viennale.at/sites/default/files/WAS%20WAR.WAS%20IST..pdf> 10.12.2017

³¹ <https://www.trend.at/leben/kultur/die-viennale-phaenomen-mit-nischen-publikumsrekorden-253392> 06.01.2018

³² Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmethofer (Wertinvest)

3.2.2 Standort – Kuration/ Konzept und Auswahlkriterien

Die Auswahl des Standortes für der Festivalzentrale der Viennale wird maßgeblich durch die Lage in Wien bestimmt, da es Teil des Konzeptes ist, die Besucher nach den Filmvorstellungen in den Kinos schnell in eine optimalerweise gut und zügig erreichbare Festivalzentrale zu leiten, in der verschiedene Veranstaltungen jeden Abend stattfinden. Diese Veranstaltungen sind unter anderem Filmgespräche, Ausstellungen und Partys. Bei der Alten Post hat diese fußläufige Verbindung vom Gartenbaukino zum Beispiel ideal funktioniert, genau wie bei der Festivalzentrale der Viennale im Dachgeschoss der *Urania* und dem *Badeschiff*, die sich alle in direkter Nähe der Kinos befinden.³³

Die Suche nach dem richtigen Ort für die Festivalzentrale ist trotz der langjährigen Erfahrung stets herausfordernd. Aus diesem Grund ist es von Seiten der Viennale erstrebenswert den Veranstaltungsort möglichst lang beizubehalten, wenn einmal ein gut funktionierender Standort gefunden wurde. Die etablierte Marke der Viennale ist natürlich mittlerweile in Wien gut vernetzt, jedoch muss man sich auch teilweise auf die eigene Recherche nach leerstehenden Immobilien verlassen. Die Suche nach dem passenden Objekt hat sich laut Eva Rotter (Viennale) allerdings über die Jahre kaum erschwert, da ‚immer alles in Bewegung [...] und nichts fix ist‘.³⁴

Finanziell aufwendig ist vor allem die Gestaltung eines Ortes, der sowohl für Eröffnungspartys als auch Lesungen und Ausstellungen funktionieren muss. Als klar war, dass die Viennale die Räume der Alten Post nicht mehr mieten konnte, ging die erneute Suche nach einem passenden Ort los, welche schlussendlich zur Kunsthalle im *MuseumsQuartier* endete. Wie sich später erwies, war die Umsetzung der Viennale 2017 in der Kunsthalle ein großer Erfolg, jedoch war zwischenzeitlich nicht klar ob die finanziellen Mittel ausreichen würden, um die sehr große, leerstehende Fläche der Kunsthalle komplett für die Viennale zu adaptieren.

Die Anforderungen an eine Festivalzentrale sind sehr vielseitig, da der Ort einerseits eine gewisse Größe vorweisen sollte, um tausende (Party-)Besucher unterzubringen und andererseits für kleinere Veranstaltungen wie Buchpräsentationen oder Lesungen geeignet sein soll. Dabei ist die Akustik eines solchen Ortes bei verschiedenen Veranstaltungen entscheidend, da der Raum für Partys und deren Lautstärke genauso geeignet sein soll.

Obwohl die Festivalzentrale nicht an einem etablierten Ort stattfinden muss bzw. sollte, ist es wichtig, dass der Ort repräsentativ genug und in der Stadt gut vernetzt ist: ‚Wir haben es gerne, wenn ein Ort nicht zu ‚fancy‘ ist, sondern wir wollen gerne etwas, das ruhig ein bisschen ‚räudig‘ ist, nicht so super-stylish, die Viennale ist das nicht‘ laut Eva Rotter, Geschäftsführerin der Viennale.³⁵

Im Zusammenhang mit der Zwischennutzung in der *Alten Post* hat die Viennale den Standort komplett aufgewertet. Sie hat den Standort als erstes entdeckt und aus dem „Dornröschenschlaf“ gehoben - sie hat sehr viel investiert, um ihn neu zu gestalten und für Zwischennutzungen herzurichten. Da die Viennale mittlerweile sehr etabliert ist, profitiert sie kaum noch von einem Standort als Impulsgeber. Im Gegensatz dazu profitieren die Orte nicht unwesentlich von einer Bespielung durch die Viennale. Vor allem in der Alten Post war der Zusammenhang mit der Viennale ausschlaggebend für die Aufwertung des Standortes und die weiteren Nutzungen, die nach der Viennale folgten. Ähnlich ist es bei der Kunsthalle, die durch die Viennale tausende Besucher über die zwei Wochen in das Gebäude besucht haben: ‚Die Kunsthalle als Ort und als Institution hat auch was davon, weil sie belebt wird, es gibt dem Standort eine neue Energie, es kommen neue Leute hin, die sonst nicht in die Kunsthalle kommen würden. Es kommen vielleicht andere Publikumsschichten, die durch die Viennale den ersten Schritt in die Halle nehmen, die Hemmschwelle wurde dadurch ein wenig genommen‘ so Rotter, nur würde die Viennale mittlerweile nicht mehr von dem Standort profitieren.³⁶

³³ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

³⁴ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

³⁵ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

³⁶ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

In direkter Folge der Zwischennutzung der Viennale in der Alten Post profitierte unter anderem auch die Markterei. Der Standort als Impulsgeber für weitere Veranstaltungen ist von besonders hoher Bedeutung bei neuen, unbekannten Veranstaltungen wie der Markterei, die erst im Laufe des Events Kunden gewinnen müssen. Dies geschieht zügiger an einem Standort, der durch andere erfolgreiche Events selbst einen Namen gewinnen konnte. Auch wenn die Alte Post zwar in Wien als Poststelle bekannt war bekam sie frühestens durch die Viennale als Veranstaltungsort einen Namen, was dazu führte, dass Besucher der Viennale wahrscheinlich in direkter Folge an weiteren Veranstaltungen in der Alten Post teilnehmen würden.

Die Anforderungen an einen Standort und dessen Standortfaktoren sind, wenn auch in kleinerem Maßstab, für Veranstaltungen wie der Markterei fast von höherer Bedeutung, da sie sich zumindest für die ersten paar Jahre nur mit dem Standort identifizieren und somit das Zusammenspiel von Projekt Markterei und Alte Post gut funktionieren muss um den ersten Erfolg zu gewährleisten. Während die Viennale ein Konzept ist, das auf eine bestimmte Art und Weise damit geboren wurde, zwei Wochen im Jahr wechselnde Standorte temporär zu bespielen, ist anzunehmen, dass die Markterei nur im Zusammenhang mit einem Standort wie der Alten Post funktioniert, da dieser fixe und bereits etablierte Standort positive Auswirkungen auf das Konzept eines Marktes hat.

3.2.3 Akteure

Trotz des Charakters einer oft kurzen Zwischennutzung spielen ab einer bestimmten Größe der Veranstaltung viele verschiedene Akteure eine wichtige Rolle. Sowohl intern als auch extern trägt das Zusammenspiel dieser Akteure wesentlich zum Erfolg und des Wiederkehrens der Veranstaltung bei. Nicht unwesentlich ist dabei die Geschäftsform, in der die Marke agiert und nach außen auftritt, sowie die wesentliche Rolle der Sponsoren und Marketingpartner.

Die *Viennale* als Organisation ist ein Verein, der nicht auf Gewinn berechnet wird und dessen Vermögen nur im Sinne des Vereinszwecks verwendet werden kann.³⁷ Schon bei der zweiten Ausführung der Viennale im Jahr 1962 konnte die Viennale, die bis zu diesem Zeitpunkt privat finanziert wurde, finanzielle Unterstützung der Stadt Wien gewinnen, woraufhin sie sich 1964 als Verein konstituierte. Zu dem Zeitpunkt wurde ein Trägerverein mit der Stadt Wien gegründet. Interessant bei der Viennale ist, dass sie in eine Geschäftsleitung und eine künstlerische Leitung aufgeteilt wurde, die durch die Etablierung der Veranstaltung essentiell geworden ist. Nur die Kombination aus beiden Leitungen führt zu der erfolgreichen Ausführung jedes Jahr aufs Neue.

1) Ein Verein im Sinne dieses Bundesgesetzes ist ein freiwilliger, auf Dauer angelegter, auf Grund von Statuten organisierter Zusammenschluss mindestens zweier Personen zur Verfolgung eines bestimmten, gemeinsamen, ideellen Zwecks. Der Verein genießt Rechtspersönlichkeit (§ 2 Abs. 1).³⁸

(2) Ein Verein darf nicht auf Gewinn berechnet sein. Das Vereinsvermögen darf nur im Sinne des Vereinszwecks verwendet werden.³⁹

Die Rolle der Sponsoren ist vor allem bei Veranstaltungen wie der Viennale trotz des etablierten Markencharakters essenziell für das alljährliche Stattfinden der Viennale. Der Hauptsponsor, die *Erste Bank AG*, die seit über zehn Jahren die Viennale gesponsert hat, spielt eine wesentliche Rolle in der Planung, die schon im Dezember jeden Jahres startet: 'Es entsteht eine Art Abhängigkeitsverhältnis mit Sponsoren'⁴⁰ Obwohl die Viennale von der Stadt subventioniert wird, ist nur die Hälfte des Budgets damit gedeckt und die Suche nach passenden Geld- sowie Leistungssponsoren startet erneut. Leistungssponsoren sind unter anderem Automarken, Fluglinien oder Hotels, die für eine Großveranstaltung zur Verfügung stehen müssen. Der Organisationsaufwand, der diese ganzen Aspekte mit sich bringt, erklärt die Aufteilung in geschäftliche sowie künstlerische Leitung, da

³⁷ <https://www.viennale.at/de/impressum> 10.12.2017

³⁸ <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001917> 10.12.2017

³⁹ <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001917> 10.12.2017

⁴⁰ Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Viennale)

nur deren Zusammenspiel zum Erfolg führt. Dass eine etablierte Marke in manchen Hinsichten mit denselben Problemen konfrontiert wird wie eine neue, kleinere Veranstaltung, wird mit der Organisation die hinter einer Marke steht klarer.

Im Gegensatz zur Viennale ist die Markterei ein Projekt des ‚Büro de Martin‘ welches als Einzelunternehmen von Thomas de Martin geführt wird. ‚Inhaber des Unternehmens ist eine einzige natürliche Person, die das Unternehmen auf eigenen Namen und eigene Rechnung betreibt. Der Einzelunternehmer kann Eigentümer oder Pächter des Unternehmens sein. Diese Leistungserbringung kann aber nicht nur durch einen Arbeitnehmer, sondern auch durch einen selbständigen Subunternehmer erfolgen‘⁴¹

Bei dem Konzept der Markterei spielen die einzelnen Produzenten die ihre regionalen Produkte verkaufen eine wesentliche Rolle. Das Zusammenspiel von Produzenten, Kunden sowie der Alten Post als Standort ist der maßgebende Erfolgsfaktor der Markterei. Die einzelnen Händler profitieren von der Markterei als eine Plattform um in direkten Kontakt mit Kunden zu treten und belegen somit eine Art Zwischennutzung in der Markterei. Die Markterei wiederum profitiert von der Alten Post, die von anderen bekannteren Veranstaltungen etabliert wurde. Die Produkte der lokalen Händler etablieren die Markterei indem sie entsprechend gute Qualität an die Kunden bringen. Der Kreislauf der Etablierung einer Marke passiert an diesem Beispiel in verschiedenen Maßstäben von jungen Unternehmen, die ein Konzept frisch auf den Markt bringen bis hin zur Wertsteigerung der Alten Post die sich zur hochwertigen Immobilie entwickelt. Das gegenseitige Profitieren der Alten Post, der Markterei sowie der Viennale wird somit sichtbar ohne dass beide Veranstaltungen in Kontakt miteinander treten müssen.

4 ZWISCHENNUTZUNG ALS ETABLIERTES KONZEPT

Im gegenständlichen dritten Teil der Arbeit sollten Hypothesen zur Zwischennutzung in Zusammenhang mit etablierten Marken und den Vorteilen der temporären Nutzung aufgestellt und belegt werden. Zur Bewertung der Hypothesen wurde durch die Verfasser das direkte Gespräch mit Akteuren gesucht, die bereitwillig Rede und Antwort standen.

4.1 Hypothesen:

Zahlreiche Vereine/Marken nutzen die Zwischennutzung sehr gezielt um überhaupt an Raum zu kommen, der dem finanziellen Rahmen entspricht.

Für große Vereine/Marken ist es einfacher an Raum im Sinne der Zwischennutzung zu kommen als für den Einzelnen.

Manche Vereine/Marken nutzen das Konzept der Zwischennutzung als Konzept für ihre Arbeit.

4.2 Potentielle Nutzergruppen:

Auf Basis der Annahme, dass zumindest zwei Gruppen von Nutzern sich sehr bewusst der Zwischennutzung bedienen um Ihre Vereinsarbeit zu leisten, wurden Interviewpartner aus folgenden Gruppen gesucht und zum Gespräch gebeten:

⁴¹ <https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Einzelunternehmen.html> 10.12.2017

Kreative Szene der freien bildenden und darstellenden Kunst, der Einfachheit halber im nachfolgenden Teil mit Kreativszene zusammengefasst.

Diese freie Szene verfügt meist über keinen angestammten Raum zum Arbeiten und/oder Präsentieren und benötigt daher immer wieder Raum zum Erarbeiten und Ausarbeiten von Konzepten sowie für ihre Darbietungen. Der Raum wird eigentlich permanent gebraucht, wenn nicht für Performances dann zum Arbeiten oder Üben. Gleichzeitig steht die Szene unter dem hohen finanziellen Druck, eine Arbeit überhaupt umsetzen zu können. Das Konzept des geborgten Raumes kommt ihr in beiden Aspekten entgegen. Der Raum wird günstig zur Verfügung gestellt und kann die Arbeit im Sinne des kreativen Prozesses beeinflussen und stärken. Diese Gruppe nutzt demnach den häufigen Raumwechsel, wobei der Raum zudem meist nicht für künstlerische Darbietungen erdacht wurde, als kreative Herausforderung für ihre Arbeit und profitiert zudem von geringen finanziellen Belastungen.

Kulturevents. Diese finden meist jährlich in einem bestimmten Zeitraum statt. In der restlichen Zeit finden alle Vor- und Nachbereitungen statt.

Der temporäre Charakter macht es vielen Kulturveranstaltungen unmöglich sich dauerhaft Raum für ihre Veranstaltungen zu sichern, weil dieser die meiste Zeit im Jahr weitgehend ungenutzt wäre und so das Budget unnütz belasten würde.

Diese Nutzergruppe sucht demnach regelmäßig nach nutzbarem und günstigem Raum zur Ausrichtung von Veranstaltungen.

4.3 Interviewpartner

Kreativszene:

Sirene Operntheater entstand 1998 aus der Zusammenarbeit von Kristine Tornquist und Jury Everhartz als Podium für neues Musiktheater und produziert seit 2002 unter diesem Namen. Inzwischen hat Sirene 22 Uraufführungen mit 46 Opern und Kurzopern auf die Bühne gebracht, außerdem noch einige experimentelle Projekte produziert. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei der Zusammenarbeit mit Autoren und Komponisten aus und in Österreich. 2017 erhielt Sirene Operntheater den österreichischen Musiktheaterpreis.⁴²

Zuletzt setzte das Team mit Studenten der Angewandten Kunst Wien die Reise durch ein verlassenes Haus in Szene. Als Ort der Aufführung diente das ehemalige k.u.k. Post- und Telegraphenamt in der Zollergasse 31, 1070 Wien.⁴³

theatercombinat ist eine Compagnie zur Produktion unabhängiger Kunst- und Theaterarbeiten geleitet von der Künstlerin und Regisseurin Claudia Bosse. Sie versammelt Schauspieler, Performer und Tänzer sowie Theoretiker, Sound- und Medienkünstler, Architekten, bildende Künstler und Techniker zur Erforschung und Umsetzung theatraler Konzepte, die das Theater über seine Grenzen treiben und neue und provokante Weisen der Kommunikation mit dem Publikum, dem Raum und der Organisation von Öffentlichkeit initiieren.⁴⁴

Zuletzt performte das Team die Uraufführung des Singspiels *Poems of the Daily Madness* in der Nordbahn-Halle in der LeystraÙe 157, 1020 Wien⁴⁵ sowie das performative Monument *Explosion der Stille- a silent chorus* im öffentlichen Stadtraum am Wiener Praterstern⁴⁶.

⁴² <https://www.sirene.at>, 04.02.2018

⁴³ https://www.sirene.at/die_reiseL=0, 04.02.2018

⁴⁴ <http://www.theatercombinat.com/tc-chronik/index.htm>, 04.02.2018

⁴⁵ <http://www.theatercombinat.com/projekte/poems/pdm.htm>, 04.02.2018

⁴⁶ <http://www.theatercombinat.com/projekte/silentchorus/explosionderstille.htm>, 04.02.2018

Kulturevents:

Die Vienna Design Week ist Österreichs größtes Designfestival.[...] Entstehungs- und Produktionsprozesse offenzulegen und das experimentelle Arbeiten vor Ort anzuregen sind Kernelemente des Festivalkonzepts. Das von Lilli Hollein kuratierte Event ging im Herbst 2017 in seine elfte Runde.⁴⁷

2017 wählte die Vienna Design Week den 15. Wiener Gemeindebezirk Rudolfsheim-Fünfhausen zum Fokusbezirk. Im Bezirk gab es erstmals zwei Festivalzentralen: Festivalzentrale Süd am Sparkassenplatz 4 und Festivalzentrale Nord im Blauen Haus am Europaplatz beim Westbahnhof.⁴⁸

Die **Wiener Festwochen** haben ihren Ursprung in den 1950er Jahren. *Nach der Isolation Wiens und Österreichs durch Austrofaschismus und Nationalsozialismus galt es, sich erneut mit der Welt zu vernetzen, die Stadt und das Land wieder in einen internationalen Diskurs von Kunst und Kultur zu bringen, wieder Leben, Offenheit und die Idee einer Zukunft zu propagieren. [...]*⁴⁹

Die Festwochen präsentieren sich als spartenübergreifendes Kunstfestival in der Stadt und sehen ihre Aufgabe darin einen Rahmen für neue Allianzen in der Kunst zu schaffen.

4.4 Fragestellungen

Im Folgenden werden Themen der Interviews zusammengefasst und vergleichend je Nutzergruppe dargestellt um die tatsächlichen Aspekte der zuvor aufgestellten Hypothesen zu beleuchten und diese zu bewerten/belegen.

4.4.1 Wie findet man Raum?

Diese Frage wurde von allen Interviewpartnern sehr ähnlich beantwortet. Man beruft sich primär auf bestehende Kontakte sowie Eigeninitiative. Das Besuchen von Abendveranstaltungen, bei denen man bekannte Gesichter aus der Szene trifft und sich austauscht, gehört ebenso zum Vorgehen wie das aktive Scouting nach vermeintlich verlassen oder ungenutzt aussehenden Immobilien bei gezielten Stadterkundungen. Eigentümer werden über das Grundbuch ausfindig gemacht und direkt angesprochen, später beispielsweise auch Bezirksvorsteher als potentielle Befürworter einbezogen. Auch der Name Dipl.-Ing. Jutta Kleedorfer, als Projektkoordinatorin für Mehrfach- und Zwischennutzung der Stadt Wien fiel im Zusammenhang mit der Immobiliensuche mehrfach. Außerdem gehört es zum Jobprofil, das politische Geschehen und die Immobilienbranche ständig zu beobachten.^{50 51 52 53}

4.4.2 Von wem bekommt man Immobilien?

Die potenziellen Zwischennutzer unterscheiden hier leerstehende Immobilien die zum Verkauf stehen von jenen, für die es ein konkretes Projekt gibt, dass sich aber zurzeit in Planung oder im Genehmigungsverfahren befindet. Letztere Gruppe gilt in Zwischennutzerkreisen als „sicherer“, weil sich der zeitliche Rahmen für Planung und/oder Genehmigung recht klar abschätzen lässt und so auch die Zwischennutzung einen klaren absehbaren Rahmen erhält. Bei zum Verkauf stehenden Immobilien hingegen ergibt sich immer wieder das Problem mit definitiven Zusagen, weil die Verkäufer wissen, dass bestehende Verträge mit Zwischennutzern potentielle Käufer abschrecken.^{54 55}

⁴⁷ <http://www.viennadesignweek.at/festival.php>, 04.02.2018

⁴⁸ <http://www.viennadesignweek.at/festival.php?id=23#hook23>, 04.02.2018

⁴⁹ <http://www.festwochen.at/ueber-uns/>, 04.02.2018

⁵⁰ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin theatercombinat

⁵¹ Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz, Gründer sirene operntheater

⁵² Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, Vienna Design Week

⁵³ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

⁵⁴ Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz, Gründer sirene operntheater

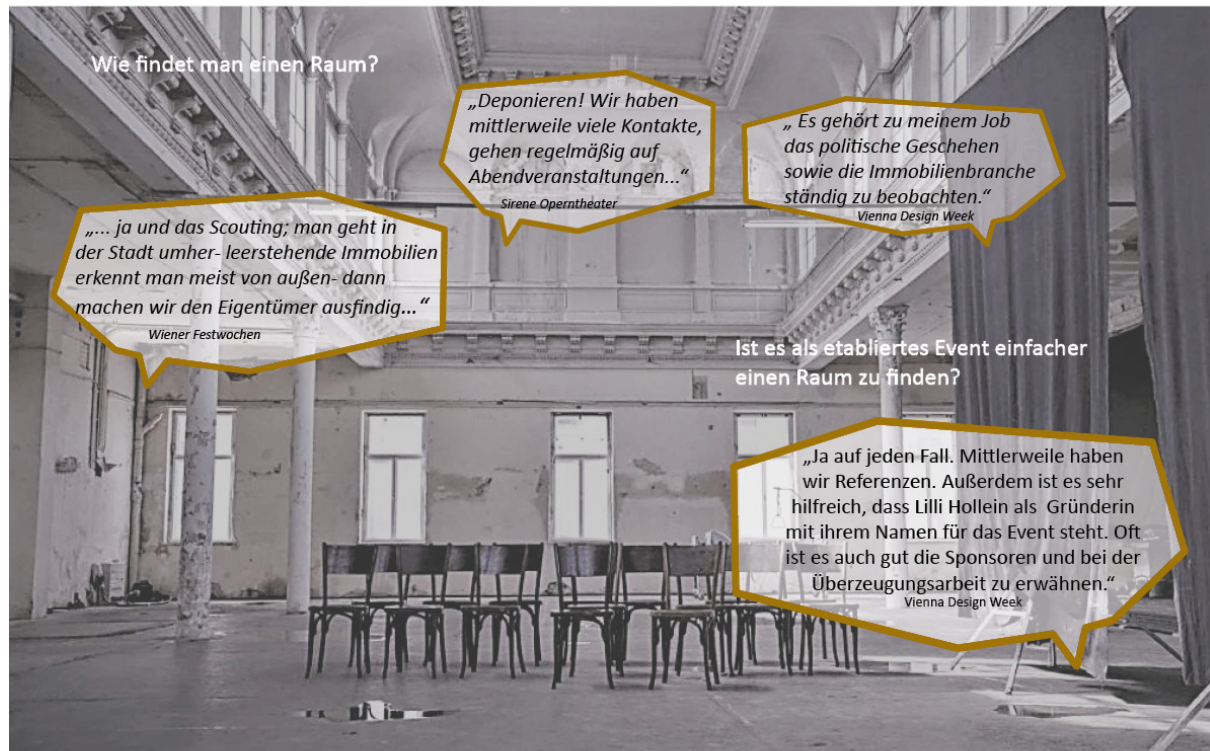


Abb. 12 Zwischennutzung Gschwandtner

4.4.3 Ist es als etabliertes Event einfacher einen Raum zu finden?

Diese These hat sich im Zuge der Gespräche mit beiden anerkannten Kulturevents (Vienna Design Week und Wiener Festwochen) bestätigt.

Die Veranstalter berufen sich bei der Überzeugung der Eigentümer gerne auf vorangegangene Jahre, in denen die Zusammenarbeit mit diversen Raumgebern gut funktioniert hat sowie ihre bekannten Sponsoren, die ebenfalls hinter dem Konzept stehen. Der temporäre Charakter unterstützt das Wohlwollen der Eigentümer und verschlägt die Bedenken, dass man den Ort nach Ablauf der vereinbarten Frist nicht wieder räumen würde, weitgehend.^{56 57}

4.4.4 Wonach wird gesucht?

Wonach gesucht wird, unterscheidet sich je nach Nutzergruppe stark.

Für die Veranstalter von Kulturevents sind die Anforderungen jedes Jahr gleich und sehr pragmatisch. Der wesentlichste Aspekt ist die Größe der Immobilie um die Vielzahl von Besuchern überhaupt fassen zu können. Da Festivalzentralen von den Initiatoren auch als Orte der Begegnung verstanden werden, spielt eine gute Erreichbarkeit und/oder die Möglichkeit zur exponierten Integration der meist brachliegenden Flächen/ Räume in den Stadtraum eine große Rolle. Hinzu kommen diverse Sicherheitsaspekte, die im Vorfeld weitgehend gewährleistet sein müssen oder auf eigene Kosten hergestellt werden, um die notwendige Veranstaltungsgenehmigung zu bekommen. Außerdem muss der allgemeine Zustand gut und die Immobilien zum Konzept der kunst- und designaffinen Veranstalter und ihrer Zielgruppe passen.^{58 59}

Die Anforderungen der Kreativen Szene sind hingegen abhängig vom jeweiligen Projekt und diverse praktische Aspekte ordnen sich oft den künstlerischen Vorstellungen unter. Man sucht Räume die das Konzept unterstreichen und seine Umsetzung begünstigen. Man erarbeitet Konzepte, wie die geborgten Räume, die meist

⁵⁶ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, Vienna Design Week

⁵⁷ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, Vienna Design Week

⁵⁸ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

⁵⁹ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, Vienna Design Week

⁶⁰ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

nicht für künstlerische Darbietungen konzipiert wurden als solche genutzt werden können. Das klassische Verständnis der Beziehung zwischen Bühne und Publikum bzw. Kunst und Betrachter wird meist völlig aufgebrochen und neu interpretiert. Sowohl *theatercombinat* als auch *sirene* haben während der Gespräche eine Vorstellung der Räume, die für die nächsten Projekte gesucht werden, gegeben. Diese reichen von abstrakten, übergeordneten Aspekten bis hin zu konkreten Ideen für Standorte in Abrissgrundstücken oder einer alten Werft.^{60 61} (siehe dazu Kapitel 4.4.8 „Was kommt zuerst, Raum oder Konzept?“ und Kapitel 4.4.9 „Wie arbeitet man mit dem geborgten Raum?“)



Abb. 13 Vienna Design Week 2013

4.4.5 Aspekt Eventisierung

Das kürzlich aufkeimende Phänomen der Eventisierung wurde bei den Gesprächen mit den Zwischennutzern mehrfach angesprochen. Es beschreibt den derzeit vorherrschenden Trend immer mehr werdender *Happenings* (Veranstaltungen von kurzer Dauer, die sich dafür beispielsweise monatlich oder quartalsweise wiederholen) in der Stadt. Auch diese Events greifen gerne auf temporär nutzbaren Raum zurück, der Aspekte wie eine entsprechende Größe und gute Erreichbarkeit erfüllt.⁶²

Gleichzeit sind alte, verlassenen (Industrie-)Immobilien mit „ruinen-schick“ heute salonfähig geworden und werden von immer mehr Veranstaltern aller Milieus angefragt.⁶³

Mit dem Trend der Eventisierung erwachte auch zunehmendes Interesse an Zwischennutzungsimmobilien und mit der gesteigerten Nachfrage ging der Gedanke der ökonomischen Vermarktung einher. So wurden in den letzten Jahren vermehrt spezielle Agenturen damit betraut, die Vergabe leerstehender Räume so zu managen, dass man eher von Vermietung spricht und der Profit stimmt.⁶⁴

Natürlich ist dieses Phänomen nicht überall in gleichem Ausmaß spürbar, aber generell kann von höherer Konkurrenz und folglich höherem finanziellen Druck auf Zwischennutzer gesprochen werden. Vor allem

⁶⁰ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin theatercombinat

⁶¹ Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz, Gründer sirene operntheater

⁶² Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

⁶³ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin theatercombinat

⁶⁴ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

Nachfrager von Raum, für kulturelle Veranstaltungen, die mit kleineren Budgets das Auslangen finden müssen, sind von den Schattenseiten des Booms betroffen und oft benachteiligt.



Abb. 14 Festivalzentrale der Wiener Festwochen 2017, in den Gösserhallen

4.4.6 Öffentlicher Raum als Alternative

Theatercombinat arbeiten auch immer wieder im und mit öffentlichen Raum. Claudia Bosse (*theatercombinat*) sieht den öffentlichen Raum aber keineswegs als Alternative zum immer schwieriger aufzutreiben Leerstand. Denn das Arbeiten im öffentlichen Raum könne nie diese Tiefe erreichen.⁶⁵

4.4.7 Homepage

Alle Nutzergruppen haben irgendwo ihre Homebases von denen aus, abseits von Shows und den Eventwochen gearbeitet wird.

Im Fall der Kulturevents sind das ansehnliche Büros in den Wiener Innenbezirken. Die Kulturszene bedient sich auf hier der Zwischen- und Mehrfachnutzung. Die Räume dienen als Büro, Lager, Atelier und Proberaum.^{66 67 68}
69

4.4.8 Was kommt zuerst, Raum oder Konzept?

Alle Gesprächspartner meinen zuerst den Raum zu suchen, wobei die Suche natürlich nach den jeweiligen Aspekten beruht und das Konzept dann im Detail mit den gefundenen Raum abzustimmen (siehe auch Kapitel 4.4.4 „Wonach wird gesucht?“ und Kapitel 4.4.9 „Wie arbeitet man mit dem geborgten Raum?“).

Es ist ein Trugschluss zu glauben, die *Vienna Design Week* wurde nur im zuvor definierten Fokusbezirk nach Immobilien suchen. Aufgrund der Schwierigkeit einen geeigneten Ort für die Festivalzentrale zu finden laufen die Such nach Fokusbezirk und Festivalzentrale parallel.⁷⁰

⁶⁵ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin *theatercombinat*

⁶⁶ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin *theatercombinat*

⁶⁷ Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz, Gründer *sirene operntheater*

⁶⁸ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, *Vienna Design Week*

⁶⁹ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, *Wiener Festwochen*

⁷⁰ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, *Vienna Design Week*

Die *Wiener Festwochen* beleuchten bei der Auswahl der Festivalzentrale alle Aspekte, machen vor der Entscheidung eine Begehung im großen Rahmen mit Vertretern aller Abteilungen (Kuratoren, Finanzen, künstlerische Intendanz, Bühnentechnik,...) und wägen schließlich anhand der Kosten-Nutzen-Frage ab, da die Zentrale gerne auch mehrfach bespielt wird.⁷¹

Für „the Poem of the Daily Madness“ meint Claudia Bosse (theatercombinat) erstmals einen Raum mit konkreten Anforderungen gesucht und gefunden zu haben. „Die Idee war ein großer, weiter, weitgehend stützenloser Raum um das Konzept mit den langen Stoffbahnen umzusetzen.“⁷²



Performance „Poem of the Daily Madness“ von Theatercombinat, 2017
Abb. 15

4.4.9 Wie arbeitet man mit dem geborgten Raum?

Künstlergruppen beklagen, dass Raum heute nur noch für Shows und einen knappen Einarbeitungszeitraum davor leistbar bzw. aufzutreiben ist. Ein längeres Arbeiten *mit* dem Raum, wie noch zu Beginn der Vereine sei heute nicht mehr denkbar. Die ganze Arbeit sei heute anderes, als noch zur Zeit der Gründung der Vereine. Man denke den physischen Raum vorerst neutral, entwickelt ein Konzept und sucht dann nach einem Darbietungsraum, der die Arbeit bestmöglich unterstreicht, so Claudia Bosse/theatercombinat.⁷³ (siehe auch Kapitel 4.4.5 „Aspekt Eventisierung“ und Kapitel 4.4.8 „Was kommt zuerst, Raum oder Konzept?“)

Trotzdem versteht man den Raum im besten Fall als Co-Autor einer Arbeit.⁷⁴

⁷¹ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

⁷² Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin theatercombinat

⁷³ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin theatercombinat

⁷⁴ Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse, Gründerin theatercombinat



Abb. 16 Kulturstandort F23 in Liesing, ehemalige Sargfabrik

4.4.10 Besteht der Wunsch nach einem fixen Raum?

Für die Kulturevents steht das Thema gerade wegen des Eventcharakters nicht zur Frage aber auch die Kulturszene verneint, wenn auch zurückhaltend.

Der Aspekt des „Hüpfens“ von einer zur nächsten Zwischennutzung sei zwar anstrengend mache aber den Reiz der Arbeit aus, so Jury Everhartz (Sirene).⁷⁵

4.4.11 Verträge? Kosten? Miete?

Keiner der Gesprächspartner hat ausführlich von Verträgen und Kosten erzählt. Folgendes kann dennoch festgehalten werden:

Auch wenn der Raum mietfrei zur Verfügung gestellt wird, kommen auf die Nutzer oft Kosten zu. So übernehmen diese beispielsweise jegliche Kosten die im Zusammenhang mit Adaptierungsmaßnahmen für die Sicherheit oder Barrierefreiheit und in weiter Folge für eine Veranstaltungsgenehmigung entstehen.^{76 77 78}

4.4.12 Wurden schon Räume aus dem *Dornröschenschlaf* geholt?

Bleibt abschließend noch die Gretchenfrage, ob das Bespielen von Leerstand die Immobilien aus dem Dornröschenschlaf holt. Diese wurde weitgehend bejaht. Die *Vienna Design Week* berichtete dazu von Anrufen der Eigentümer, die dies belegen.⁷⁹

Die *Wiener Festwochen* meinen beispielsweise, die alte Sargfabrik F23 in Liesing wach geküsst zu haben, die heute als Kulturstandort und Grätzltreff fungiert.⁸⁰

⁷⁵ Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz, Gründer sirene operntheater

⁷⁶ Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz, Gründer sirene operntheater

⁷⁷ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, Vienna Design Week

⁷⁸ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

⁷⁹ Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth, Vienna Design Week

⁸⁰ Interview am 28.11.2017 mit Mag. Margit Mois, Wiener Festwochen

5 DAS HUHN ODER DAS EI?! EIN FAZIT

“In the 21st century, branding ultimately will be the only unique differentiator between companies. Brand equity is now a key asset.”⁸¹

In Bezug auf eine Markenentwicklung kann die Beziehung zwischen Marke/Nutzer und Ort als Marke/physischer Ort nur als gegenseitige Beeinflussung verstanden werden. Trotzdem gibt es gewisse Umstände, die eine positive Markenentwicklung vereinfachen können, wie beispielsweise im Falle einer Zwischennutzung das Bespielen eines bereits etablierten Ortes.

Insgesamt lassen sich drei Schemata feststellen, wie sich die Beziehung zwischen Ort und Marke im Sinne der Etablierung darstellt. Zum einen kann der Ort von einer bereits bekannten Marke profitieren, die den Standort nutzt. Die Markenbekanntheit und das bestehende Klientel sowie ihre erprobte Strategie können dem Ort zu einem höheren Bekanntheitsgrad verhelfen.

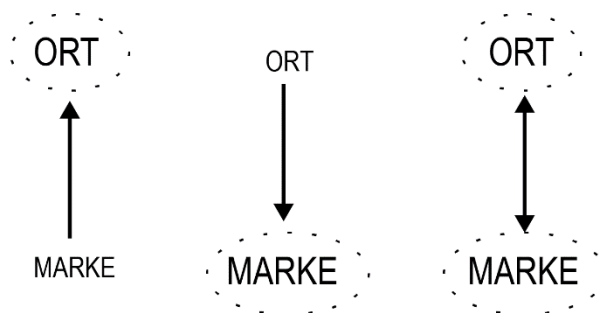


Abb. 17 Schema: Wer etabliert wen?

Im Gegensatz funktioniert es auch umgekehrt als das ein neues Konzept von einem bereits etablierten Standort profitiert und seinen Markencharakter entwickelt. Eine fixe Besuchergruppe entdeckt etwas Neues an dem ihr bekannten Ort und wird somit automatisch zum potentiellen Kundenkreis.

Marke und Ort können sich jedoch auch auf Augenhöhe begegnen und voneinander profitieren. Dies setzt voraus, dass sowohl Standort als auch Markenkonzept bereits etabliert sind und eine Symbiose eingehen.

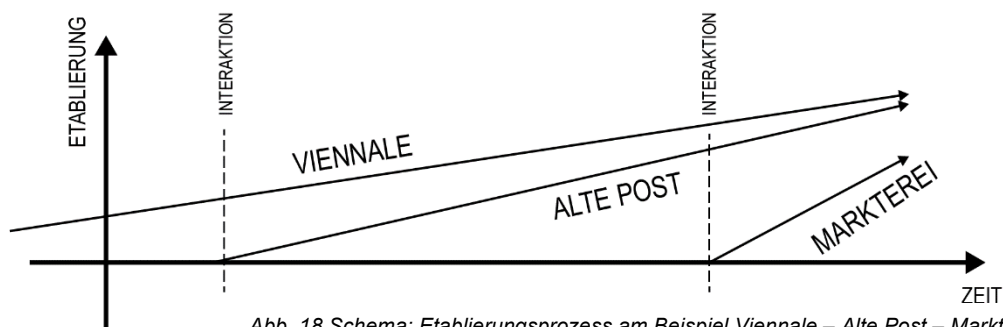


Abb. 18 Schema: Etablierungsprozess am Beispiel Viennale – Alte Post – Markterei

- Marke profitiert von Ort
- Ort profitiert von Marke
- Ort und Marke treffen sich auf einer Ebene und profitieren gegenseitig voneinander (Viennale und Alte Post: eine „Symbiose“)

⁸¹ Fortune Magazine, zitiert bei Esch, F.-R., 2005, S.1

Im Zuge der Interviews wurde deutlich, dass der Einzelfall im Sinne der Bewertung der drei Schemata von den beiden Seiten (Ort und Marke) unterschiedlich dargestellt wird. Dies hängt wohl wesentlich mit dem Selbstbild des eigenen Etablierungsgerades zusammen und ist geprägt von subjektiven Einschätzungen der Akteure.

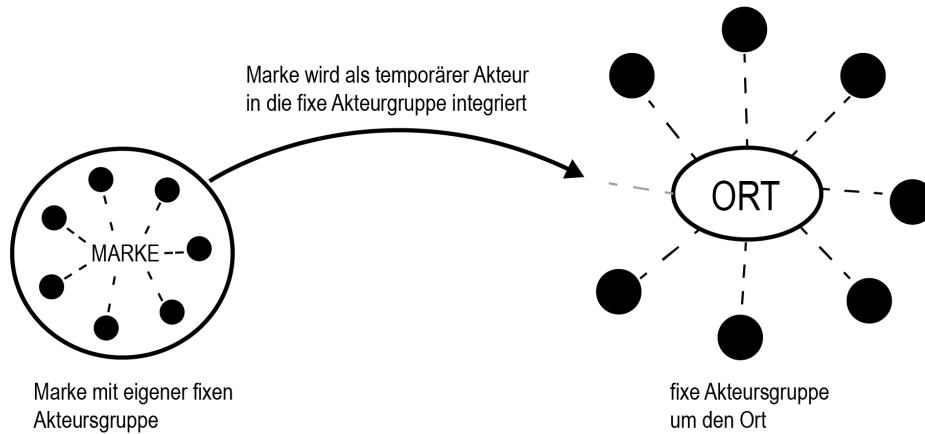


Abb. 19 Schema: Interaktion der Akteursgruppen, siehe weiterführend Anhang: Systemische Umfeldanalyse

Das Wechselspiel der gegenseitigen Etablierung stellt sich zeitlich gesehen als Spirale dar, deren Start- und Endpunkt kaum objektiv zu definieren ist, da der Übergang von Konzept zur etablierten Marke fließend ist (siehe Kapitel 3.1: Was ist eine (kulturell) etablierte Marke).

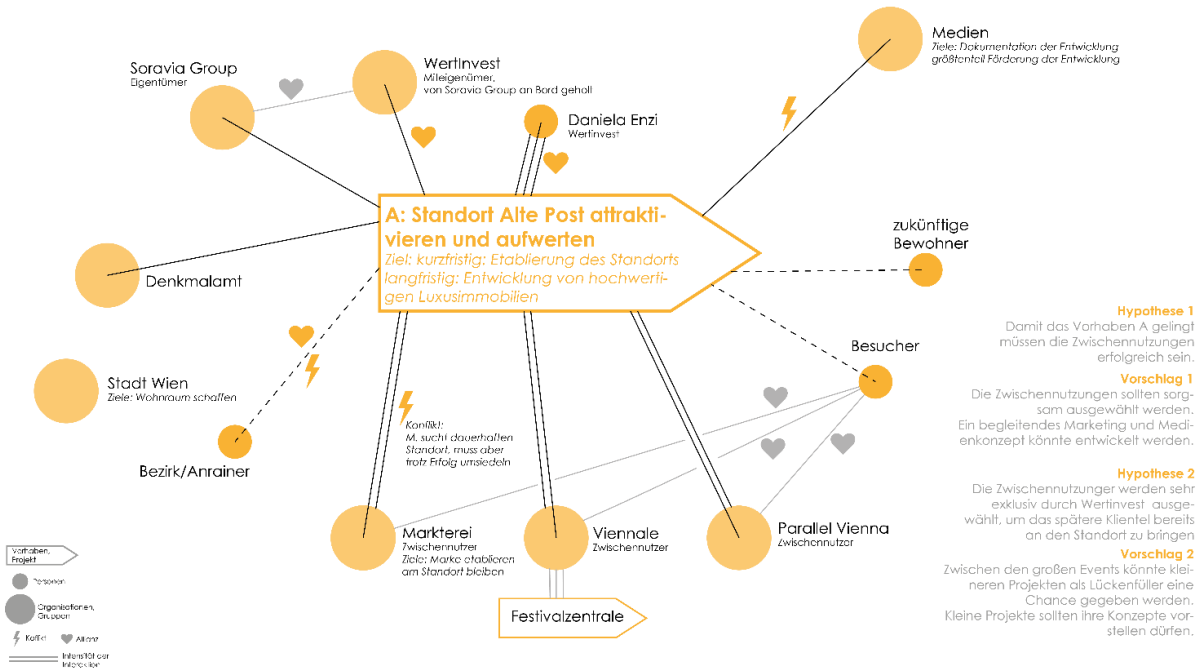
6 ANHANG

Modul Entwicklungssteuerung | Seminar Prozesssimulation

Alice Buri, Hannah Geskes, Annika Michel
 01025628 01529328 01527611

Die Alte Post befindet sich im ersten Wiener Gemeindebezirk, Nähe Schwedenplatz, direkt im Rücken der Postsparkasse. Nach Auszug der zentralen Post- und Telegraphenverwaltung kaufte die Soravia Group 2015 zusammen mit Wertinvest das Areal.

Langfristiges Ziel ist der Umbau zu einem luxuriösen Hotel in Kombination mit hochwertigen Wohnen. Bis dahin wird das Gebäude zur Zwischennutzung freigegeben um den Standort bekannt zu machen und aufzuwerten.



Die Markerei ist ein Projekt des Büros de Martin und ist Teil des Zwischennutzungsprogramms der Alten Post. Die Idee des wöchentlichen Markts besteht im Wesentlichen darin Produzenten und Konsumenten wieder näher zueinander zu bringen.

Durch den Erfolg von bis zu 5.000 Besuchern an Wochenenden sieht man eine langfristige Etablierung der Markerei in Wien.

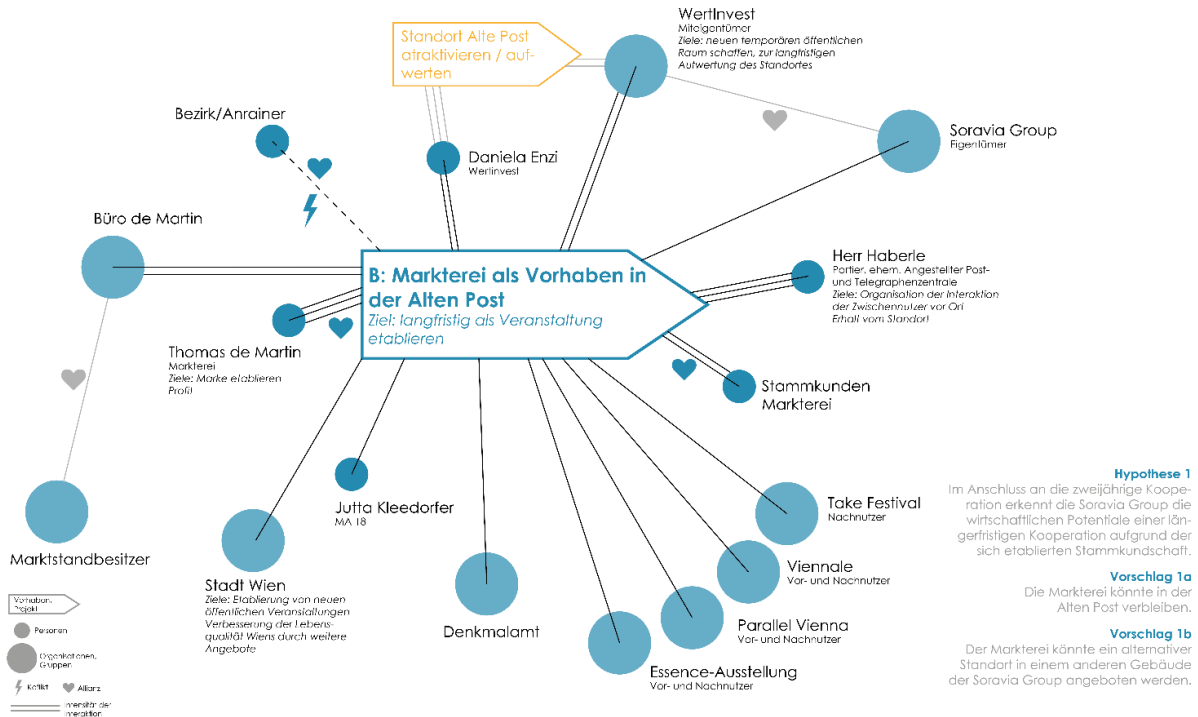


Abb. 20 Systemische Umfeldanalyse. Seminar Prozesssimulation (Modul Entwicklungssteuerung, WiSe 2017/18)

7 QUELLEN

7.1 Interviews

Interview am 23.11.2017 mit Daniela Enzi (Wertinvest) und Lisa Palmetshofer (Wertinvest)

Interview am 20.12.2017 mit Elvyra Geyer (Take Festival / Creative Head)

Interview am 12.01.2018 mit Eva Rotter (Geschäftsführerin der Viennale)

Interview am 06.12.2017 mit Jury Everhartz (sirene operntheater / Gründungsmitglied)

Interview am 28.11.2017 mit Claudia Bosse (theatercombinat / Gründungsmitglied)

Interview am 01.12.2017 mit Alexandra-Maria Toth (Vienna Design Week / Teil des Kernteams, u.a. zuständig für die Festivalzentralen)

Interview am 07.12.2017 mit Mag. Margit Mois (Wiener Festwochen / künstlerische Referentin des Intendanten)

7.2 Literatur- und Internetquellen

Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hsg.): Zwischennutzungen. Temporäre Nutzungen als Instrument der Stadtentwicklung; Düsseldorf 2008

Palmetshofer, Lisa: Re:Zwischennutzung Alte Post. Wien, 12.12.2017, E-Mail: L.Palmetshofer@montanatechcomponents.com

<https://www.duden.de/rechtschreibung/etablieren>, 03.12.2017

https://www.duden.de/rechtschreibung/Ort_Platz_Stelle_Ortschaft, 10.12.2017

https://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Postgasse_8-12, 10.12.2017

http://www.postpalais.at/wp-content/uploads/2017/02/PostPalais_Presse_06-2017.pdf

<https://www.soravia.at/post-palais-verkaufsstart-fuer-hochwertige-stilaltbauwohnungen-und-moderne-penthouses/>, 10.12.2017

<http://www.postpalais.at/>, 10.12.2017

<http://www.marktereit.at/>, 10.12.2017

<https://www.volume.at/events/kategorie-uebersicht/detailansicht/m07/41961/>, 10.12.2017

<https://www.viennale.at>, 29.11.2017

<https://www.viennale.at/de/festival/archiv>, 29.11.2017

<https://www.viennale.at/de/festival/geschichte>, 29.11.2017

<https://www.sirene.at>, 04.02.2018

https://www.sirene.at/die_reisel=0, 04.02.2018

<http://www.theatercombinat.com/tc-chronik/index.htm>, 04.02.2018

<http://www.theatercombinat.com/projekte/poems/pdm.htm>, 04.02.2018

<http://www.theatercombinat.com/projekte/silentchorus/explosionderstille.htm>, 04.02.2018

<http://www.viennadesignweek.at/festival.php>, 04.02.2018

<http://www.viennadesignweek.at/festival.php?id=23#hook23>, 04.02.2018

<http://www.festwochen.at/ueber-uns/>, 04.02.2018

7.3 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <https://www.redbull.com/at-de/parallel-vienna-alte-post>

Abb. 2 Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

Abb. 3 Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

Abb. 4 Enzi, Daniela: Bespielung interimistisch Alte Post (PPP). Wien, März 2015 und November 2017

Abb. 5 http://www.co-vienna.com/de/imageviewer/parallel_vienna_2015_alte_post_2/, 20.12.2017

Abb. 6 <http://www.artefakt-sz.net/kritik/ein-rundgang-durch-die-alte-post-parallel-vienna-2015>, 20.12.2017

Abb. 7 <https://www.viennale.at/de/festival/archiv/sujets>

Abb. 8 <https://www.viennale.at/de/festival/archiv/sujets>

Abb. 9 <https://www.viennale.at/de/festival/archiv/sujets>

Abb. 10 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <https://www.viennale.at/de/festival/archiv>

Abb. 11 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle:
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Viennale_2015_Festivalzentrum_alte_Hauptpost_a.jpg

Abb. 12 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <https://thegap.at/die-kreativen-raeume-machen-leerstand-zugaenglich/>

Abb. 13 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <https://kurier.at/kultur/vienna-design-week-mehr-als-nur-glamour/822.458>

Abb. 14 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <https://kurier.at/kultur/performeum-eroeffnet-es-fehlte-nur-das-lsd/264.915.139>

Abb. 15 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <https://www.nordbahnhof.org/events/claudia-bosse-theatercombinat-28/>

Abb. 16 von den Verfassern selbst erstellt, Bildquelle: <http://www.motocircle.at/location/f23-sargerzeugung-liesing/>

Abb. 17 von den Verfassern selbst erstellt

Abb. 18 von den Verfassern selbst erstellt

Abb. 19 von den Verfassern selbst erstellt

Abb. 20 selbst erstellt (Alice Buri, Hannah Geskes, Annika Michel)