

Colab Quarterly.

Ideen für die Stadt
von morgen.

**Munich
Urban
Colab**

Rethinking Creative City

Ausgabe 02



Editorial

01

Titelstory

Creative City nach Richard Florida. Was bleibt vom Optimismus - und wie kreativ ist München?

02

Clemens Baumgärtner

Interview: Warum die Kreativwirtschaft ein wichtiger Standortfaktor ist

04

MakerSpace

Reportage: Die Kreativwerkstatt für Tüftler, Künstler und Start-ups

06

Andrea Lissoni

Der Chef vom Haus der Kunst erläutert, wie Künstler München bereichern

09

Kreativquartier

Ein Ortsbesuch bei den Machern der Event-schmiede ZIRKA

12

Learnings

14

What's next

15

Editorial



Liebe Freundinnen und Freunde des Munich Urban Colab,

die kreative Stadt lebt von der Vernetzung verschiedener Akteure – und vom offenen Weiterdenken spannender Ansätze. Kreativität, das Überwinden und das In-Frage-Stellen überkommener Denkmuster, sind nicht nur kulturelle Nice-to-Haves, sondern auch für die Wirtschaft und das Wachstum einer Stadt zentral. Aus kreativem Denken und Handeln entsteht Neues, entstehen Innovationen. Und das ist auch ein Grund, warum das Munich Urban Colab im Kreativquartier verankert ist, in einem dynamischen Umfeld also, in dem Künstlerinnen und Künstler arbeiten, Musikschafter, Designerinnen und Fotografen. Der Austausch mit der Kreativszene im Quartier ist wichtig für uns – und wird sich in Zukunft hoffentlich noch verstärken. Denn auch die denkmalgeschützten Hallen nebenan, die Jutier- und Tonnenhalle werden für eine kulturelle Nutzung saniert. Dort schafft die Stadt Produktions- und Präsentationsorte für die freie Kunst-Szene aus allen Sparten. Warum dieser Austausch – und auch das reiche Münchner Kulturangebot – so wichtig sind für den Standort, erläutert Münchens Wirtschaftsreferent Clemens Baumgärtner in einem Interview in dieser Ausgabe. Der Künstler Felix Flemmer wünscht sich noch mehr Vernetzung zwischen Kulturszene und Startup-Welt. Und der noch recht neue Chef vom Haus der Kunst, Andrea Lissoni, erklärt uns im Interview, weshalb er diese Stadt ganz anders wahrnimmt als so mancher Münchenskeptiker – und wie er das Haus der Kunst in der Zukunft neu aufstellen will.

Im Mittelpunkt dieser Ausgabe vom Colab Quarterly steht aber vor allem auch der MakerSpace im Munich Urban Colab. Diese in München und Deutschland einzigartige High-Tech-Werkstatt bietet hervorragende Voraussetzungen für die Entwicklung und Umsetzung guter Ideen: Hier können Studierende ihre Ideen umsetzen und Start-ups unkompliziert Prototypen realisieren. Junge Unternehmen entwickeln hier Lösungen für die nachhaltige Stadt. Etablierte Münchner Firmen laden ihre Köpfe zu Kreativworkshops und Teambuildings in den MakerSpace ein. Und Münchens DIY-Szene und Künstler und Kreative nutzen den MakerSpace, um an den unterschiedlichsten Produkten und Projekten zu tüfteln, Bikinis und Dirndl zu schneiden oder Skier und SUPs zu bauen.

Das alles verstehen wir unter einer kreativen Stadt. Sehr breit gefasst? Ja – und zwar bewusst. Denn genau darum geht es. Die kreative Stadt ist eine, die Raum lässt für Neues, Ungewohntes, Überraschendes – gerade dann, wenn damit überkommene Grenzen überschritten werden, wenn der Blick sich weiten darf.

Viel Freude beim Lesen!

Sabine Hansky, Projektleiterin, und **Alexander Gutzmer, Kreativdirektor**

Kreative Klasse? Eher kreative Gemeinschaft

Das Konzept der kreativen Stadt ist seit Jahren populär. Mittlerweile wurde es verfeinert und aber auch kritisiert. Stadtforscher sagen heute: Um erfolgreich zu bleiben, müssen Städte kreative Gemeinschaften schaffen. Dafür braucht es eine offene Kultur, die auf Neugier basiert.

Text: Alexander Gutzmer

Es kommt nicht alle Tage vor, dass es Themen rund um die Entwicklung unserer Metropolen in die Abendnachrichten schaffen. Am 2. März war es mal wieder so weit. Das Heute-Journal berichtete über neue Ansiedlungen des Innovationskonzerns Apple in der Isar-Metropole. Eine Milliarde Euro zusätzlich will der Tech-Gigant in München investieren, wichtige Forschungseinrichtungen in der Landeshauptstadt ansiedeln, vor allem in mehreren Gebäuden rund um den Hauptbahnhof. Und das sicher auch, aber nicht nur „wegen der viel gepriesenen hohen Lebensqualität“ Münchens, so die Börsenreporterin Valerie Haller in dem Beitrag. Vielmehr sei das dichte Netzwerk an Forschungseinrichtungen, die bereits hier ansässigen IT-Experten und Chip-Designer sowie die bestehende Infrastruktur an Uni-

versitäten ein zentraler Wettbewerbsvorteil der bayrischen Metropole. Im Übrigen sei aber auch Apple-Chef Tim Cook erklärter Münchenfan. In der Tat: Cook liebt München, speziell das Oktoberfest. Von dort postete er sogar mal einen bayrischen Tweet: „Schee, dass ma wieder amoi gmiadlich zamsitzn“.

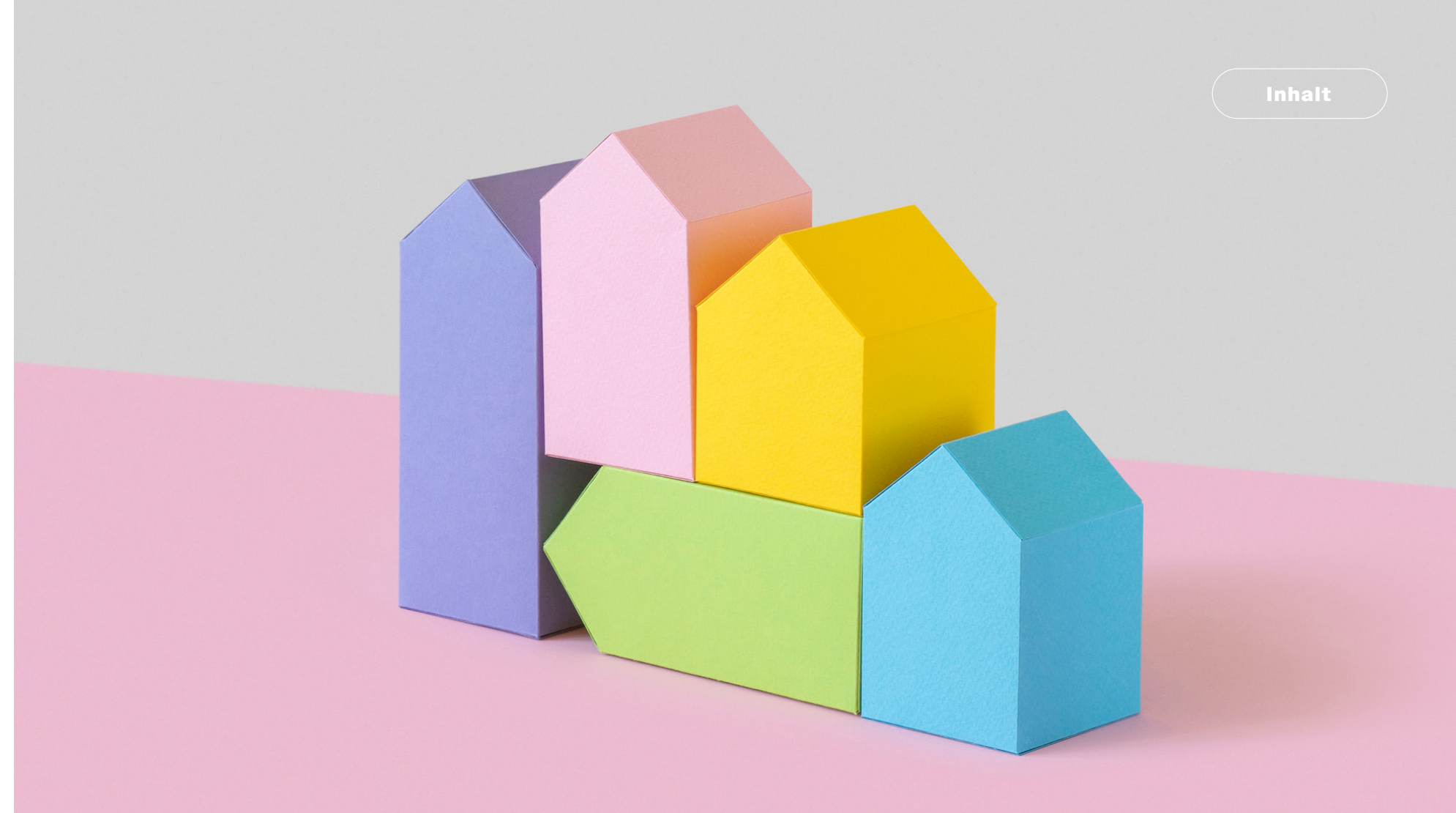
Ein Begriff, den Stadtforscher in Zusammenhängen wie dem obigen gerne verwenden, fiel in dem Beitrag nicht: Der der „kreativen Stadt“. Dabei würde er hier gut passen. Denn die Argumentation, dass sich Apple vermehrt in München ansiedelt, weil das Netzwerk stimmt, aber auch die Lebensqualität, ist ein Paradebeispiel für die Theorie der kreativen Stadt. Diese prägt seit ein bis zwei Jahrzehnten die Stadtforschung ebenso wie die regional orientierten Wirtschaftswissenschaft-

ten – und die Lokalpolitik vieler Städte. Eingeführt hatte den Terminus der US-Forscher Richard Florida. Seine These: Städte unterscheiden sich nicht nur in Sachen Wohlstand und Lebensqualität, sondern auch in der Art, wie dieser Wohnstand zustande kommt. Es gibt Städte, die diesbezüglich zukunftsfähiger aufgestellt sind, weil sie eine hohe Konzentration kreativer wirtschaftlicher Erzeugnisse aufweisen: Innovation und High-Tech-Produkte, -Lösungen und -Services, aber auch künstlerische Erzeugnisse. Hervorgebracht wird all dies durch eine „kreative Klasse“, also eine Schicht gut ausgebildeter Wissens- und Innovationsträger. Diese kommen nicht alle aus dem Tech-Bereich. Vielmehr umfasst die kreative Klasse auch Designer, Werber oder sogar Künstler. Sie gemeinsam prägen

den kreativ-innovativen Nährboden erfolgreicher Metropolen¹.

Kreative Stadt – das Konzept muss verfeinert werden

Florida hat in der Folge von zwei bis drei Erfolgsbüchern ein (sorry, we know, no jokes with names) „flori“-erendes Beratungsgeschäft aufgebaut. Dies und die Tatsache, dass nicht alle Städte, die seinen Thesen folgten, sich zu neuen schillernden Inseln von Wohlstand und Innovation entwickelt haben, führte dazu, dass die Konzepte der kreativen Stadt und der diese tragenden kreativen Klasse heute differenzierter und mitunter auch kritisch gesehen werden. Jene Städte aber, die damit erkennbar Erfolg haben, arbeiten weiter mit dem Ansatz. Auch die Wissenschaft denkt diesen konstruktiv weiter. In einem



aktuellen Paper stellen Forscher ein eigenes Modell vor, dass kreativ-produktive Städte anhand dreier verwandter Einflussstrukturen definiert, die zusammen über die kreative Dynamik einer Metropole entscheiden². Sie heben darin vor allem darauf ab, dass nicht nur die Vernetzung der institutionellen Wissensträger wie Universitäten oder großer Unternehmen entscheidend ist für die intellektuelle Produktivität einer Stadt. Auch nicht allein die Kunst- und Underground-Szene spielen hier die Kernrolle. Vielmehr sind nicht zuletzt Orte der Kreativität und semi-institutionalisierte Kreativzentren ausschlaggebend dafür, wie vital sich eine Metropole entwickelt. Wie die Autoren schreiben, bieten „Gemeinschaften, communities, in denen Wissenstransfer stattfindet, das größte Potential für Kreativität und Innovation in einer kreativen Stadt“. Wissenstransferprozesse, die in das lokale Milieu eingebettet sind und von persönlichen Kontakten leben, „spielen demnach, wie in der Innovationsgeographie auch, in der „Anatomie der kreativen Stadt“ eine zentrale Rolle“.

Wichtig vor allem: Das Konzept der produktiven Gemeinschaft. „Gemeinschaften entstehen im Middleground, der Akteure von Upper- und Underground zusammenbringt und vernetzt. Hier wird das implizite Wissen, also die kreative Spontaneität des Undergrounds, durch zunehmende Kodifizierung in explizites Wissen, also gemeinsames Verständnis umgewandelt, das den formalen Organisationen und Institutionen des Uppergrounds erlaubt, die Produkte auf den Markt zu bringen.“

Auf den Middleground kommt es an

Implizites und explizites Wissen zusammenbringen, Kreativakteure unterschiedlicher Provenienz vernetzen – das ist letztlich eine ziemlich gute Beschreibung genau dessen, was das Munich Urban Colab ausmacht. Dieses bildet ein Beispiel für genau jenen Middle Ground, auf dem es laut Barmeyer und Co. ankommt. Hier prallen ja die Ideenproduzenten unterschiedlicher Herkunft aufeinander. Hier trifft der Künstler aus dem nahen Kreativquartier auf die Startup-Unternehmerin oder den Forscher.

»Ein reichhaltiger Middleground benötigt diese Räume, an denen Ideenaustausch auch auf globaler Ebene stattfindet, damit das lokale Milieu von frischen Ideen, neuem Wissen und Praktiken aus anderen Communities profitieren kann.«

- Christoph Barmeyer und Co.

Der Wissenstransfer findet dabei in beide Richtungen statt. Einerseits inspirieren lokale Formen- und Ideenschaffer wie Künstler die Unternehmerinnen, Topmanager oder Wissenschaftler. Letztere müssen offen sein für die Inspiration von außen, dürfen nicht im technologischen oder betriebswirtschaftlichen stillen Kämmerlein verharren. Sie müssen neugierig sein auf die Stadt, die Gesellschaft, die Kunst. Andererseits bieten die globalen Institutionen aber auch den Künstlern neue Einblicke. Barmeyer und Co. schreiben: „Ein reichhaltiger Middleground benötigt diese Räume, an denen Ideenaustausch auch auf globaler Ebene stattfindet, damit das lokale Milieu von frischen Ideen, neuem Wissen und Praktiken aus anderen Communities profitieren kann.“

Das ist ein kluger und durchaus neuer Gedanke: Auch gute Kunst entsteht nicht im luftleeren Raum, möglichst weit ab von allen wirtschaftlichen oder technologischen Einflussgrößen. Sie gedeiht dann am spannendsten, wenn sie von der Konfrontation mit der Realität einer Technologiegesellschaft profitiert und sich mit dieser kritisch-konstruktiv auseinandersetzt. Die Basis auch dafür bietet das Munich Urban Colab. Darauf weist in unserem Beitrag auch Florian Küster hin, Chef des MakerSpace im Colab. Der MakerSpace ist für Künstler eine



Chance, mit Hilfe der dortigen Hochleistungsmaschinen zu anderen Kunstwerken zu gelangen. Die Kunstschaffenden können mit Apparaten, wie sie auch von der Industrie eingesetzt werden, experimentieren – und damit eine Kunst schaffen, die der Industrie mithilfe von deren eigenen Geräten den Spiegel vorhält. Hierfür braucht es aber eine Kultur, die auf Neugier basiert.

München und Montreal – zwei kreative Städte

Darüber hinaus gilt: Das Rezept für den Erfolg kreativer Städte ist nicht nur die Existenz verschiedener kreativer Player, sondern deren Kultur des Austausches. Darauf weisen auch Barmeyer und Co. in ihrem Beitrag hin. Dieser liefert im Übrigen auch eine spannende empirische Analyse zweier hochkreativer Städte – München und Montreal. Beide weisen Parallelen auf, aber auch Unterschiede. Was auch gar nichts macht.

Jede Stadt hat ihr eigenes Ökosystem mit Stärken, aber auch eigenen Entwicklungspotenzialen. Die vergleichsweise mäßig ausgeprägte Subkultur in München wäre ein solches. Aber daran lässt sich arbeiten. Es ist alles eine Frage des Mindsets. Grundsätzlich stimmt der in München. Was ja auch Tim Cook so sieht.

¹ Richard Florida 2003: Cities and the Creative Class. City & Community, 2,1, Seite 8

² Christoph Barmeyer, Maria Wilhelm und Allain Joly 2020: Wie sich Kreativität entfaltet. Städtische Innovations-Ökosysteme in Montreal und München. Zeitschrift für Kanada-Studien 40, Seite 179-202



Haus der Kunst: Impression aus der Werkschau der Künstlerin Joan Jonas

„Innovation entsteht aus der Freiheit der Gedanken“

Das Nachdenken über die kreative Stadt hat auch eine klar ökonomische Komponente, das Stichwort: Kreativwirtschaft. Für letztere ist in München Wirtschaftsreferent Clemens Baumgärtner zuständig. Grund genug für Sabine Hansky und Alexander Gutzmer, ihn in seinem Büro am Sendlinger Tor zu besuchen – und ihn beim tollen Blick über die Stadt zu deren Creative Economy zu befragen.

Alexander Gutzmer: Herr Baumgärtner, Sie kommen gerade von der South by Southwest in Austin, einer Art Weltmesse der Creative Economy. Was waren Ihre Eindrücke?

Das ist ja ein wirklich spannendes Phänomen – eine Innovationsmesse in einem sehr konservativen Bundesstaat. Über ganze Straßenzüge sind die Veranstaltungen verteilt. Ein bisschen ähnelt die South by Southwest der IAA in unserer Innenstadt, mit dem Unterschied, dass die Präsenz im Stadtbild da drüben niemand kritisiert.

Gutzmer: Ist die Veranstaltung so einzigartig wie ihr Ruf?

Nicht immer. Klar, da gibt es alles, zu jedem Thema zeigen sich Start-ups mit einer kreativen Lösung. Aber die meisten Firmengründungen aus den USA kochen auch nur mit Wasser.

Und unser Start-up Reverion, das sich dort präsentiert hat, kann allemal mithalten. Leider haben sie im Pitchwettbewerb nicht gewonnen.

Sabine Hansky: Warum nicht?

Die Präsentation des Gewinners war einfach stark. Wir Deutschen tun uns manchmal etwas schwer damit, Werbung für uns selbst zu machen. Auch München hat hier Nachholbedarf.

Hansky: Vielleicht wird die Stadt weltweit auch zu sehr mit dem Oktoberfest verbunden?

Da sehe ich keinen Widerspruch. Das Oktoberfest ist klar positiv konnotiert. Gemütlichkeit und Technologiezentrum

Interview

Clemens Baumgärtner

Clemens Baumgärtner ist seit März 2019 Referent für Arbeit und Wirtschaft in der Landeshauptstadt München. Seit 1996 sitzt er für die CSU im Bezirksausschuss Untergiesing-Harlaching, 2012 bis 2020 war er dessen Vorsitzender. Baumgärtner hat Jura mit dem Schwerpunkt Europäisches und Internationales Wirtschaftsrecht an der LMU studiert und als Rechtsanwalt in einer Münchner Wirtschaftskanzlei gearbeitet. Geboren wurde er am 14. Juli 1976 in München, er ist verheiratet und hat zwei Kinder.



schließt sich doch nicht aus. Es gehört sogar zusammen. Eines der größten Bierfeste der Welt findet im chinesischen Qingdao statt. Niemand würde sagen, dass Qingdao deshalb nicht technologisch innovativ ist.

Gutzmer: Qingdao ist auch ein wichtiges Forschungscluster – wie München in Deutschland.

Stimmt, in Sachen Forschung brauchen wir uns sicher nicht zu verstecken. Gerade unsere Forschungsinstitute sind hier zu nennen. Aber manchmal könnten diese noch etwas wirtschaftsnäher agieren. Mitunter stehen sich Max Planck oder Fraunhofer selbst etwas im Weg.

Hansky: Sie forschen, bringen ihre Erkenntnisse aber zu wenig auf die Straße.

Da können die Institute sich bei der UnternehmerTUM etwas anschauen. Ganz wichtig: Der Wissenstransfer hängt nicht zuletzt an Personen, an Persönlichkeiten. Die Institute verheddern sich manchmal in ihren politischen Ränkespielen. Es fehlt jemand, der mal mutige Entscheidungen fällt, zum Beispiel einen exzellenten Professor durchboxt, auch wenn dieser nicht bei allen beliebt ist.

Hansky: Kommen wir mal zur Kreativwirtschaft im engeren Sinn. Wie sehen Sie hier die Position Münchens?

Auf jeden Fall sehr positiv. München hat leider ein Wahrnehmungsproblem. Die Stadt gehört zu den erfolgreichsten Standorten der Kreativwirtschaft, aber keiner weiß darüber richtig Bescheid. Als Stadt haben bei diesen Themen eine doppelte Berührungslage, weil das Kulturreferat für klassische Kulturformen wie Theater zuständig ist, wir vor allem für die Kreativwirtschaft. Aber beides hängt zusammen. Und der Austausch funktioniert meist gut. Das Munich Urban Colab ist das beste Beispiel hierfür. Das Thema Smart City hängt eben eng mit Stadtkultur zusammen.

Gutzmer: Womit wir dann auch bei Richard Florida und seiner Idee der Creative Class wären.

Richtig. Man muss sich in einer Stadt wohlfühlen, dann kommen auch die Unternehmer mit ihren Ideen. Dafür braucht es Kultur. Und Kultur heißt ja nicht nur Oper, sondern umfasst im weitesten Sinn die Lebensqualität einer Stadt. Hier liegt sicher eine Stärke Münchens. Und: Zu Kultur gehören auch bayrische Blasmusik und gutes Essen. Von starren Beschränkungen halte ich hier gar nichts.

Gutzmer: Kultur bedeutet auch, dass die unterschiedlichen Schichten einer Stadt einen Weg finden, sich auszutauschen. Verharrung in eigenen Blasen wäre das Gegenteil davon.

Und hier hat München schon einen guten Nährboden. Übrigens ist dies ein Punkt, an dem ich mit Florida nicht übereinstimme: Sein Kulturbegriff bezieht sich primär auf bestimmte Eliten. Um die geht es aber nicht nur. Kultur muss für alle da sein – dann kann eine Stadt als Creative City gelten. Und das haben wir hier. Wo sonst können Sie am Sonntag für einen Euro in Weltklasse-Museen gehen wie bei uns in die Pinakothek der Moderne?

Hansky: Und da geht dann eben auch der BMW-Ingenieur hin.

Genau, die Unternehmen und ihre Köpfe haben ein Interesse an Kultur. Übrigens ist die BMW-Welt das meistbesuchte Tourismusziel Bayerns, noch vor den bayrischen Schlössern. BMW ist dabei einer der wichtigsten Förderer der Staatsoper. Die Interaktion von Wirtschaft und Kultur hält diese Stadt lebendig. Und wir fördern diesen Austausch – nicht zuletzt mit unserem Kompetenzteam Kultur und Kreativwirtschaft.

Hansky: Auch wir im Colab merken, wie wichtig dieser Austausch ist. Denn so entsteht Innovation. Das ist ja sicher auch der Grund, weshalb die Stadt das Colab neben das

»München hat ein Wahrnehmungsproblem. Die Stadt gehört zu den erfolgreichsten Standorten der Kreativwirtschaft, aber keiner weiß darüber richtig Bescheid«

• Clemens Baumgärtner

Kreativquartier positioniert hat.

Wobei ich glaube, dass diese Vernetzung in München fast selbstverständlich ist. Diese Stadt praktiziert eben den freien Austausch, den Austausch freier Geister. Dazu gehört auch, dass die Kultur mal die Wirtschaft kritisch hinterfragt. Genau da liegt der Unterschied zwischen einer freien Gesellschaft und repressiven Ländern. Alles kann, nichts muss.

Gutzmer: Beispielsweise in China „kann“ nicht alles. Ökonomen argumentieren, dass diese Unfreiheit ab einem gewissen Entwicklungsstadium auch das Wirtschaftswachstum bremst.

Ein plausibler Gedanke. Man sieht etwa an Russland, wie Unfreiheit die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung verhindert. Das Klima ist für Ideenproduktion einfach nicht gut. Innovation entsteht aus der Freiheit der Gedanken.

Gutzmer: Stichwort Ideenproduktion – in München soll für diese nicht zuletzt auch die Munich Creative Business Week zuständig sein.

Die MCBW spielt hier eine gigantische Rolle. Sie stellt den Standort München als Kreativhub dar. Ich sehe die Creative Business Week als Leistungsschau, in der die Kreativen der Stadt zeigen, was sie können.

Gutzmer: Ist die MCBW unsere South by Southwest?

Ach, von solchen Gedankenspielerien halte ich wenig. Wir brauchen keinen Klon vom Silicon Valley, der dann Isarvalley heißt. Und wir brauchen keine Kopie der South by Southwest. Wir sind München. Die MCBW hat ihr eigenes Profil. Das soll sie schärfen.

Gutzmer: Wann war die MCBW für Sie erfolgreich?

Ganz einfach: Wenn sie möglichst viele Menschen erreicht.

Hansky: Wichtig ist doch, dass man um ein spannendes Programm immer wieder ringt, dass man neue Dinge ausprobiert. Das sagt ja schon das Motto: Why Disruption Unleashes Creativity.

Ob man das nun Disruption nennt oder Innovation, ist mir letztlich egal. Fest steht: Die MCBW ist kein Selbstzweck, und die Kreativszene darf sich nicht nur mit sich selbst befassen. Es geht um einen gesellschaftlichen Mehrwert. Den möchte ich auch dieses Jahr wieder sehen.



Just make it!

Kreative Städte sind solche, in denen kluge Köpfe etwas Neues erschaffen – ob nun neue Technologien, Kunst oder erfolgreiche Start-ups. Dabei hilfreich: Orte, an denen physische Prototypen schnell erstellt werden können. Ein solcher Ort ist der MakerSpace im Munich Urban Colab. Besuch in einem besonderen Ideenlabor

„Aura“ ist tote Materie, aber zugleich auch sehr lebendig. Oberflächlich betrachtet handelt es sich zwar lediglich um eine Lampe in Form einer spacig wirkenden Quale. Doch die hat es in sich. Die kinetische Lichtskulptur funktioniert wie ein lebendiger Organismus: Kleine physische Impulse erwecken sie zum Leben. Sie ändert dann ihre Form und Farbe. „Aura“ zeigt damit, wie Nassim Laarmann erläutert, „Ihre Gefühle gegenüber denen, die sie erforschen“. So entsteht ein neues Verständnis für die Abhängigkeit von Mensch und Maschine. „Wir lernen, mit der Maschine zu kommunizieren, und entdecken so ihre emotionale Welt“, so die Künstlerin und Designerin Laarmann. „Aura“ ist ein Kunstwerk. Dieses konnte Nassim Laarmann nur realisieren, weil sie auf die avancierten Maschinen im Münchner „MakerSpace“ zurückgreifen konnte. Es ist von daher ein

Beispiel für die wichtige Rolle, die MakerSpaces, also öffentlich zugängliche Kreativwerkstätten, in unserer Gesellschaft spielen können: Sie geben unserer Kreativität Raum und ermöglichen es uns, einfach physische Designexperimente zu starten und eigene Prototypen zu erstellen. Künstlerinnen und Künstlern geben sie die Gelegenheit, mit neuen Technologien zu arbeiten – und damit auch zu neuen Formen und technologisch komplexeren Kunstwerken zu gelangen. Kunst und Technologie nicht als Gegensatz, sondern in einer engen Produktivbeziehung. MakerSpaces sind insofern wichtige Elemente kreativer Städte. Zugleich steht der Münchner MakerSpace, der zu UnternehmerTUM gehört und unter anderem im Erdgeschoss des Munich Urban Colab sein Domizil hat, auch für ein zentrales Ziel von UnternehmerTUM insgesamt: „Wir wollen Studierenden



MakerSpace-Stipendien für Künstler und Kreative

Die 1.200m² große Hightech-Werkstatt MakerSpace im Munich Urban Colab ist ein Paradies für Künstler und Kreative: Neben modernen 3D-Druckern, Lasercuttern und diversen Maschinen in der Holzwerkstatt und im Elektroniklabor gibt es eine Textilwerkstatt, Labore für IoT und Robotik. Das perfekte Umfeld für die Umsetzung Deiner Idee!

Das Munich Urban Colab, die Landeshauptstadt München und der MakerSpace bieten zehn Künstlern und Kreativen ein sechsmonatiges Stipendium für die kostenlose Nutzung von Maschinen, Werkzeugen und Software und zwei kostenlose Kurse der Kategorie A/B.

Voraussetzung:

Eine gute Idee oder ein konkretes Projektvorhaben

Bewerbungsunterlagen:

Beschreibung der Idee oder des Projektes (max. zwei Seiten, evtl. mit Bildmaterial)
Kurzbiografie

Wir freuen uns auf Eure Bewerbung!

Am besten per Mail: info@maker-space.de

die Chance geben, schnell praktische Fähigkeiten zu erlernen“, erläutert Florian Küster, Leiter der MakerSpace GmbH und verantwortlich für die zwei Standorte im Munich Urban Colab und in Garching. Die Studierenden „sollen Hands-On-Fähigkeiten entwickeln, um keine bloßen Powerpoint-Künstler zu werden“. Idealerweise werden einige von ihnen auch Unternehmer.

Angsa: Roboter räumt Gründflächen auf

Julius Lutzer zum Beispiel hat noch als Studierender gemeinsam mit Kommilitonen die Firma „Filics“ direkt aus dem MakerSpace heraus gegründet. Jetzt hilft er Unternehmen weltweit dabei, ihre Logistik effizienter zu gestalten. Auch das Unternehmen „Angsa Robotics“ hat seinen Ursprung im MakerSpace. Drei TUM-Alumni haben unter diesen Namen einen vollautomatisierten Hightech-Roboter entwickelt, der Grünflächen von Kleinmüll befreit.



Der Laufband-Schreibtisch von Walkolution – ein Stück kreative Atmosphäre im MakerSpace

Gerade in einem Gründerzentrum wie dem Colab ist ein MakerSpace als Angebot eminent wichtig. Es beschleunigt Gründungen rasant, wenn kreative Köpfe ihre Ideen schnell und unkompliziert bauen können – und somit auch schnell Feedback potenzieller Kunden einholen können. Gerade die Marktfähigkeit innovativer Startups wird so gesteigert.

Zugleich steht der MakerSpace aber auch etablierten Unternehmen offen. Sie können dort Teambuilding-Workshops gestalten und damit die Kreativität und Ideen bei den Mitarbeitern fördern. Es erweitert den eigenen Horizont, einfach mal out of the box zu denken und Hands on zu arbeiten. Viele Unternehmen nutzen die Gestaltungsräume als Incentive für ihre Mitarbeiter – der Triebwerkshersteller MTU zum Beispiel. Das Unternehmen lässt seine Mitarbeiter dort regelmäßig an eigenen Produktideen tüfteln. „Wir möchten unsere Erfinder-Community in der Umsetzung ihrer innovativen Ideen noch mehr stärken“, heißt es dazu aus MTU-Kreisen.

Viele Mitarbeiter großer Unternehmen können im MakerSpace eigene Prototypen herstellen. Und manchmal entfalten diese eine riesige Wirkung. Die BMW-Mitarbeiterin Stella Clarke zum Beispiel begann im MakerSpace, mit elektronisch aufgeladenen Partikeln zu experimentieren, die ihre Farbe ändern können – „E ink“ genannt. Was spielerisch begann, mündete letztlich in dem Visionsfahrzeug „BMW i Vision Dee“, das auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas in diesem Jahr für Furore sorgte.

Und damit ist das Potenzial der neuen Technologie noch nicht erschöpft. Küster: „Das ist auch für den Bausektor nutzbar. Gebäude können ihre Farbe womöglich künftig der Außentemperatur anpassen.“ Bei Hitze hell, bei Kälte dunkel – das wäre ein echter Schritt Richtung Klimaneutralität der Immobilienbranche.

Lösungen anbieten – das ist die Mission vom MakerSpace, es ist aber auch die Mission vom Munich Urban Colab insgesamt. Nicht im Lamentieren verharren, sondern konstruktiv grübeln, anpacken, ausprobieren, bauen. Einfach mal einen

Prototyp entwerfen, den dann kontinuierlich verbessern – und nach Möglichkeit schnell auf den Markt bringen. Das ist die Haltung, die alle MakerSpaces weltweit vereint.

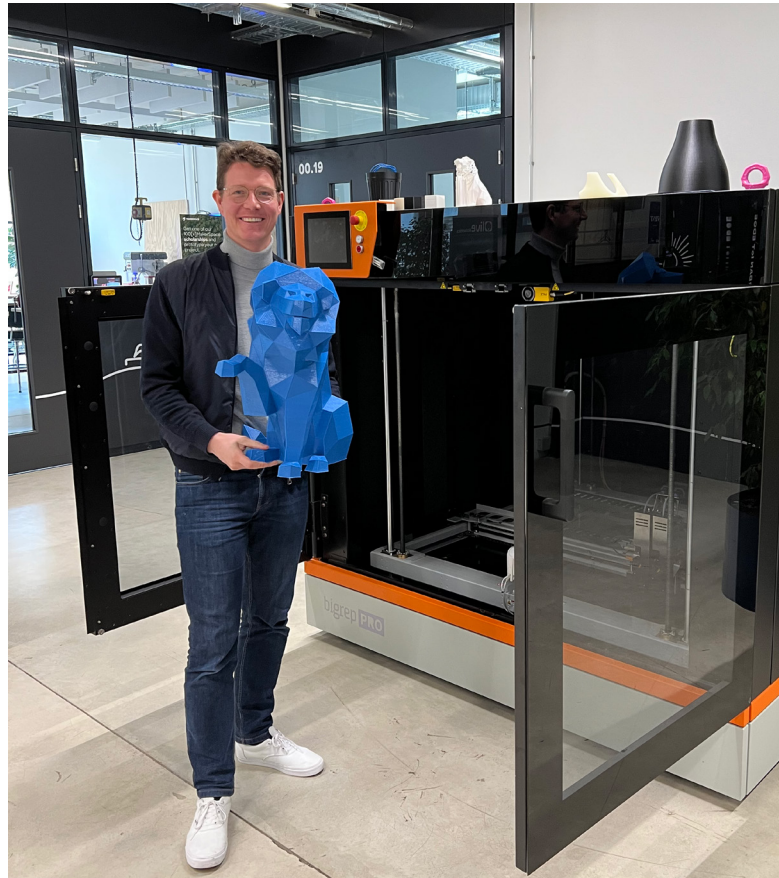
»Mit unserer technischen und infrastrukturellen Ausstattung sind wir sicher europaweit einzigartig.«

- Florian Küster

MakerSpaces haben sich inzwischen viele Städte gegeben, in Deutschland etwa auch Hamburg, Berlin, Heilbronn oder Paderborn. Der Münchner MakerSpace ist mit satten 3.000 Quadratmeter Größe und 37 Mitarbeitenden aber ein Stück weit unique. Küster: „Mit unserer technischen und infrastrukturellen Ausstattung sind wir sicher europaweit einzigartig.“ Wie zum Beleg führt er mich zu einem einen beeindruckenden 3D-Drucker der Firma bigRep. In kurzer Zeit kann dieser komplexe Drohenbauteile ebenso herstellen wie den detailfeinen Kunststoff-Löwen, den Küster mir zeigt. „Öffentlich zugängliche 3D-Drucker mit diesen Funktionen gibt es in Deutschland nur wenige“, sagt er, durchaus stolz. Dass die Münchner diesen nun nutzen können, liegt nicht zuletzt an der Kooperation des Colabs mit der Koehler Group aus dem Schwarzwald, die den Drucker zur Verfügung stellt.

Inspirierendes Umfeld

Währenddessen wird es hinter ihm mal kurz etwas lebhaft. Zwei junge Männer diskutieren eine Idee, die sie an ihrem Computer visualisieren. Es sind die Gründer von „SynthesEyes“, die hier gerade an einer Weiterentwicklung ihres Produktes arbeiten, einem synthetischen computergestützten Tool für hochpräzise Augen-Operationen. „Das Umfeld hier im Maker-



„Angsa Robotics“ entwickelte einen vollautomatisierten High-tech-Roboter, der Grünflächen von Kleinmüll befreit.



Florian Küster am 3D-Drucker

Space und im Munich Urban Colab insgesamt hilft uns sehr“, sagen sie. Vor allem der Austausch mit anderen Gründern inspiriert und sorgt für Motivation, wenn mal eine Durststrecke zu überstehen ist.

Häufig beginnen die Initiativen spielerisch, zum Beispiel mit einem Think Make Start, das Studenten zum Experimentieren ermutigt. Kommerziell werden die Initiativen erst später. Dahinter steht das Zusammenspiel von Forschungserkenntnissen und Stiftungen, wie der Zeidler Forschungsstiftung, die seit Jahren Entrepreneurship gezielt fördert. Dabei geht es Studierenden auch um die ganz großen Themen, etwa den Klimawandel. Küster: „Bei vielen unserer Gründungen ist schon etwas Weltverbesserung mit im Spiel.“ Das gilt auch für die Initiative „TUM Carbon Removal“, die sich aktuell im MakerSpace im Aufbau befindet. Die Idee ist so einfach wie genial: Eine Maschine entnimmt Kohlendioxid aus der Atmosphäre und speichert dieses in Trockeneis.

Magnet für Tech-Talente

Die Marktreife zu erlangen ist für solche Großlösungen in Sachen Klimawandel nicht leicht. Insgesamt versteht sich der MakerSpace durchaus als Sprungbrett für werdende Erfolgfirmen. „Wir sind ein Magnet für Tech-Talente und fördern die nächste Gründergeneration, daran lassen wir uns messen“, sagt er. Und das gehe besonders gut „im branchenübergreifenden Verbund mit etablierten Unternehmen wie BMW, Siemens, Panasonic, Würth und Infineon, die unsere Mission mit High-Tech Produkten, Expertise und Kapital unterstützen“.

Der MakerSpace profitiert von der Mutterorganisation UnternehmerTUM, welche der Kreativschmiede den Rücken frei hält – auch finanziell. Florian Küster: „Wichtiger als Rendite ist es für uns, dass wir die Kreativität in der Stadt mobilisieren, jungen Gründern wirklich helfen – und fokussiert zur Stärkung des Standortes München und Deutschland insgesamt beitragen.“

Lösung für Deutschlands MINT-Problem?

Das ist auch dringend nötig. Wir wissen: Wirtschaftlicher Erfolg eines Landes hängt nicht zuletzt von seiner Innovationskraft im Technologiesektor ab. Dafür braucht es schon in der Schule Faszination für technische Fächer. Aber gerade diese „MINT“-Fächer sind in Deutschland nicht gerade in Mode. Das möchte Küster mit seinem Team ändern. Demnächst rufen sie deshalb gemeinsam mit einer Stiftung ein eigenes MINT-Stipendium für Schülerinnen und Schüler aus. Diese sollen niedrigschwellig mit komplexen Maschinen experimentieren und sich selbst ausprobieren. „So wächst eine neue Erfinderkultur“, glaubt Florian Küster.

Das Interesse der Münchner Stadtgesellschaft ist grundsätzlich da. 1.500 Mitglieder hat der MakerSpace aktuell, Tendenz steigend. 125 Kurse halten die Münchner jeden Monat ab. Und Florian Küster ist überzeugt, dass das erst der Anfang ist. „Es gibt einen Sog der praktischen Kreativität. Lassen Sie uns die Konsumentenhaltung aufgeben. Wer einmal einen Prototypen selbst erstellt hat, hat Lust auf mehr.“

Andrea Lissoni ist ein italienischer Kurator, Herausgeber und Hochschullehrer. Seit April 2020 ist er künstlerischer Direktor im Haus der Kunst in München. Gemeinsam mit dem kaufmännischen Geschäftsführer Wolfgang Orthmayr bildet er in der Institution am Englischen Garten eine Doppelspitze.



München konservativ? Ein Mythos

Seit 2020 ist Andrea Lissoni Chef im Haus der Kunst. Seine Idee: Das Haus als dezentrale Produktivschmiede, die Kreative aller Branchen vernetzt. Sabine Hansky und Alexander Gutzmer sprachen mit ihm – auch – über München

Alexander Gutzmer: Andrea, Du bist seit Mai 2020 im Haus der Kunst. Was sind Deine Ziele – und wo steht das Haus heute?

Mir schwebt, einfach gesagt, ein Ort vor, an dem Zukunft geschieht. Wir müssen überkommene Stereotypen über Bord werfen. Das Haus der Kunst muss mehr sein als eine riesige Kunsthalle, die nur fragt, was die nächste Ausstellung ist. Ich möchte ein Haus der Künste formen. Gerade für junge Künstler hängen die Disziplinen heute zusammen. Wir wollen ein Medium werden, eine Art Radar für neue Themen und Positionen.

Sabine Hansky: Keine Schauen mehr mit Bildern an den Wänden?

Klar ist: Die Kunstwelt verliert zunehmend ihre Zentrierung auf Objekte. Das hat natürlich mit der Digitalisierung zu tun. Es geht darum, einen Begriff zu finden für das Multiverse und unsere immer stärker multiversale Kultur.

Hansky: Und da geht die Stadtgesellschaft mit?

Ja, weil ein Teil dieser Haltung darin besteht, die Player der Stadt miteinander zu verbinden. Die Provokation liegt aber natürlich im neuen Selbstverständnis des Hauses. Aber dieses wird sowieso herausgefordert. Vergessen wir nicht: Eine Grundsanierung steht an. Demnächst wird das Haus der Kunst als Gebäude für eine Weile schließen. Damit werden wir zur ortlosen Institution – was sehr spannend ist.

Gutzmer: Euer Programm aus vielen verschiedenen, mal größeren, mal auch kleinen Events fordert das Publikum.

Die Münchnerinnen und Münchner spüren, dass hier etwas Neues entsteht. Wir produzieren ja alle Projekte selbst, vermeiden also den globalen Transport von Megakunstwerken. Was wir machen, wirkt glaubwürdig. Und unsere Besucherzahlen steigen, liegen heute über dem Stand vor der Pandemie.

Hansky: Euer Programm ähnelt in gewisser Weise dem Munich Urban Colab. Auch wir wollen ja die Kreativen der Stadt zusammenbringen. Das ist nicht immer einfach, weil die Eliten in dieser Stadt gefühlt ein wenig nebenher existieren.

Dagegen kann man aber etwas tun. Ich bin von Beginn an durch die Institutionen gezogen und habe die Leute kennengelernt: den Zoochef, den Chef der Oper. Ich versuche, die örtliche Kulturlandschaft zu verstehen – und unsere eigene Institution so transparent und porös wie möglich zu gestalten.

Hansky: Konntest Du von Deiner Erfahrung an anderen Orten profitieren?

Absolut. Es waren nämlich immer auch Orte in Transformation. Das galt für den HangarBicocca in Mailand genauso wie für die Tate Modern. In London wurde damals gerade die neue Erweiterung eröffnet. Das heißt, es ging um die Integration von Stadt und Haus – und darum, wie man Ideen des Urbanismus in die Tate hineinholt.

Gutzmer: Und das trägst Du nun nach München?

Ja, Es geht immer intersektionelle Ansätze. Ich verstehe Kunst als größeren Rahmen, der Musik umfasst, Performances, ja ganze Lebensformen. Wie das geht, sieht man an unseren letzten Ausstellungen. Nehmen wir nur mal Joan Jonas. Sie hat durch ihr kontinuierliches Experimentieren mit Performance, Video und Installation die Grenzen der Kunst in den letzten fünf Jahrzehnten immer wieder verschoben und neue Wahrnehmungsmodi erprobt. Das passt in unsere Zeit.

Gutzmer: Warum?

Wir leben in der Matrix. Das müssen wir akzeptieren. Auch die Kunst muss neue Diskurse etablieren. Es gilt, Themen wie KI zu erforschen. Das wird auch für uns im nächsten Jahr eine große Herausforderung.

Hansky: Du sagst, Du möchtest das Haus zu einem der Künste machen. Wie sieht das aus?

In London habe ich viele Konversation zwischen der Bildenden Kunst und dem Film initiiert. London ist eine sehr filmgetriebene Stadt. In München ging es für mich von Beginn an um Musik. Die Musik ist hier einfach ungemein präsent. In diesem Haus, unten im P1, haben Giorgio Moroder und Donna Summer gemeinsam den Pop revolutioniert. Mit ECM sitzt das vielleicht wichtigste Jazzlabel der Welt in der Stadt. Und in den 90ern war die Technoszene kaum irgendwo so präsent wie hier. Diese Ressourcen müssen wir nutzen.

Gutzmer: Was heißt das konkret?

In unserem Westflügel bringen wir die Menschen zu diesem Thema immer wieder auf entspannte Weise zusammen. Wir haben das Sound-Residence-Programm „Tune“ gestartet. Ein Künstler bleibt einen Monat lang bei uns, bewegt sich durchs Haus, lernt unsere Leute kennen.

Hansky: Interessant, dass Du die Musik in München für stärker hältst als den Film. In Deutschland sieht sich München schon als Filmstadt.

Es gibt hier eine Filmindustrie, aber die unabhängige Kreativität ist meinem Eindruck nach nicht so ausgeprägt. Und ehrlich gesagt muss ich auch überlegen, wie ich das Haus fülle. Mit Film Screenings erreiche ich höchstens einmal monatlich 150 Leute. Musik geht besser. Und das Publikum bewegt sich im Raum, läuft, tanzt, spricht und kann sich treffen und kennenlernen.

Gutzmer: Du hast ein anspruchsvolles Transformationsprogramm beschrieben. Wie viel von Deinen Zielen hast Du schon erreicht?

Das ist natürlich eine Reise. Herausfordernd ist nicht zuletzt die Transformation im Haus. Hier arbeiten kluge



↑
Haus der Kuns: letzte Ausstellung „Joan Jonas“



»München konservativ? Ein Mythos, der vor allem von den Münchnern selber immer wieder aktiviert wird. Diese Stadt hat spannende Kreative und gute Ideen. Aber sie befindet sich manchmal in inneren Blockade. Ich stoße hier mit neuen Ansätzen überall auf offene Ohren, auch jenseits des Kulturbetriebes.«

- Andrea Lissoni

Menschen, die aber im Kern darauf trainiert wurden, Ausstellungen abzuliefern. Jetzt ist das Tempo höher und die Zielsetzung breiter. Es geht auch darum, weniger wissenschaftlich zu werden. Die deutsche Museumslandschaft ist strukturell sehr nah dran am akademischen Betrieb. Ohne Dokortitel erreicht Ihr in Deutschland wenig.

Gutzmer: Ja, Deutschland kann recht strukturkonservativ sein. Und München besonders – oder?

München konservativ? Ein Mythos, der vor allem von den Münchnern selber immer wieder aktiviert wird. Diese Stadt hat spannende Kreative und gute Ideen. Aber sie befindet sich manchmal in inneren Blockade. Ich stoße hier mit neuen Ansätzen überall auf offene Ohren, auch jenseits des Kulturbetriebes. Ein Beispiel: Die Installation „True Love will find you in the End“ von Cyrill Lachauer haben wir mit dem Naturkundemuseum Biotopia und der Stiftung Kunst und Natur realisiert.

Hansky: Klingt alles spannend, aber nicht direkt niedrigschwellig...

Wir arbeiten permanent am Thema Zugänglichkeit. In Kooperation mit der Stiftung Augustinum arbeiten wir mit behinderten Künstlern. Wir müssen als Kulturszene aber die Frage beantworten, was wir überhaupt unter Zugänglichkeit verstehen. Es kann nicht nur um Logistik gehen.

Hansky: Stichwort Zugänglichkeit – was plant Ihr denn mit dem Gebäude? Dieses gibt sich traditionell ja auch eher verschlossen.

Auch hier ist Kooperation Trumpf. Das Haus ist ja die Tür zum Englischen Garten, dem wahrscheinlich größten öffentlichen Stadtpark der Welt. Wir öffnen uns dem Park. Den Anfang bildet unsere neue visuelle Identität. In den Farben sehen Sie die Elemente des Parks: Gras, Himmel, Erde.

Gutzmer: was macht Ihr mit dem Gebäude selbst?

Grundlegend umbauen können wir es nicht. Aber wir können seine Perspektive verändern. Zunehmend bespielen wir die dem Park zugewandte Außenseite. Mel Bochners Spruchband „The Joys of Yiddish“ zum Beispiel hängt jetzt auf der Parkseite.

Gutzmer: David Chipperfield hatte ja schon vor Jahren Pläne zur Umgestaltung vorgelegt.

Die Pläne wird man nochmal anschauen müssen. Die Kunst hat sich ja in den letzten zehn Jahren weiterentwickelt.

Hansky: Ebenso wie das Bild des Kurators.

Den Kurator, so wie wir ihn kennen, gibt es ja in Europa noch gar nicht so lange, erst seit vielleicht 20 Jahren. Vorher war der Job eher der des Konservators. Wir sind quasi privilegiert: Dadurch, dass wir keine eigene Sammlung haben, konnten wir von Beginn an die Entwicklung des neuen Kuratortyps mit prägen. Inzwischen zieht hier eine Spezialisierung ein. Die Themen: indigene Kunst, Ökologie, Community Engagement, Digitalisierung.

Gutzmer: Und das alles unter der Headline „Zukunft geschieht“. Was ist denn die größte gesellschaftliche Herausforderung für die Zukunft?

In einem Wort: Togetherness. Es geht um den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Den muss und kann die Kunst mit fördern. Dafür braucht es übrigens keine großen Namen, keinen Basquiat, Warhol oder Banksy. Es braucht aber den Mut, auch große Themen anzugehen, zum Beispiel das Metaverse. Keine Institution traut sich da so richtig ran. Wir nehmen diese Herausforderung an.



„Weil so etwas Neues entsteht“

Kreativität heißt, die Konfrontation unterschiedlicher Disziplinen zuzulassen. Das ist der Ansatz der Initiative „ZIRKA“ im Kreativquartier, direkt neben dem Munich Urban Colab. Ein Ortsbesuch

Das Ambiente der voluminösen Industriehalle hat etwas Surreales. Eine einsame, riesige Topfpflanze steht verloren im Raum. Gleich links am Eingang in einer Kabine eine junge Frau am DJ-Pult, kurzhaarig, wild gestikulierend hinter ihren Decks. Man hört sie nicht. Irgendwo wird gehämmert.

Hier, mitten im Kreativquartier in München, wird die Idee der kreativen Stadt realer als irgendwo sonst. Hier treffen Künstler auf Modemacher auf Fotografen. Oder auf Grafikdesigner wie Felix Flemmer. Er ist einer der Initiatoren des Kollektivs „ZIRKA“, des „Zentrums für interdisziplinäre Raum- und Kulturarbeit“. Eine Gruppe junger Menschen wollen unter diesem Label aus dem Unbestimmten, dem Rauhen des Kreativquartiers

etwas Neues entstehen lassen. „Genau das ist die Idee hinter dem Namen. Zirka benennt das nicht komplett Vorbestimmte, Durchdachte“, erklärt mir Felix, ein hochgewachsener junger Mann mit Baseball-Cap. Die Idee ist immer die Vernetzung verschiedener Disziplinen. „Weil so etwas Neues entsteht.“

Das ZIRKA macht sich die Erschließung, Neugestaltung und Bespielung der ehemaligen Halle 23 zur Aufgabe. Den Raum haben die Macherinnen und Macher vom Münchner Gewerbehof gemietet. Ein Zentrum für Kultur und kreatives Arbeiten soll hier entstehen – oder vielmehr, ist bereits entstanden. Seit Januar 2022 bieten die Betreiber Arbeitsräume in Form von Ateliers, Büros, Studios und Werkstätten an. Kollektive,



Labels und Firmen aus den Bereichen Kunst, Kunstvermittlung oder Musik werden angesprochen. Handwerks-Initiativen sind ebenso willkommen wie Filmemacher oder Eventveranstalterinnen. Außerdem kann man die beeindruckende Industriearchitektur auch für Produktionen, Workshops oder andere temporäre Nutzungen mieten.

„In einem Satz gesagt: Wir wollen hier einen Ort mit Charakter schaffen“, sagt Felix Flemmer. Insgesamt über 20 einzelne Räume befinden sich in den alten Hallen. Und das Konzept findet Anklang. So sind die Coworking-Spaces, die auch zum Angebot gehören, längst komplett vermietet. Offenbar wollen junge Kreative Münchens genau solche Orte. Anders als das Klischee, kann diese Stadt eben doch nicht immer nur Schickimicki und Hochglanz. „Wir wollen etwas Positives zum Kulturbetrieb Münchens beitragen – und vielleicht auch zur Identität der Stadt, sagt Felix Flemmer, während wir durch die Hallen schlendern. Gerade kommt ein Mann in Barbour-Jacke herein, offenbar ein Filmmensch. Er blickt sich angetan um. „Das hier hat was“, sagt er.

Wie viel Kommerz ist zu viel?

Etwa 15 Künstlerinnen und Künstler arbeiten momentan im ZIRKA. Zwei Plattenlabels sitzen dort, ein Modeatelier, aber auch eine Werkstatt für Metallbau. Damit ist die Plattform eine Mini-Ausgabe des Kreativquartiers insgesamt – und eine Art Vorzeigeort für die Idee der kreativen Stadt. Aber: Man darf sich das nicht komplett konfliktfrei vorstellen. Gerade bildenden Künstlerinnen und Künstlern ist nämlich mitunter jegliche Kommerzialisierung zuwider.

„Vielleicht kommt die Skepsis auch vom Begriff Kreativität her“, sagt Felix. „Im Englischen spricht man mehr von Cultural Work.“ In der Tat: Sprache prägt auch hier den Diskurs. Der Terminus Kreativindustrie hat, von Adorno geprägt, ja durchaus eine kritische Note. Aber vielleicht ist dieses Stück kritischer Perspektive auch genau das, was die Kreativindustrien von

anderen Branchen unterscheidet, ja was sie interessanter macht. Gegensätze sind eben nicht immer spannungsfrei, aber potenziell hochproduktiv.

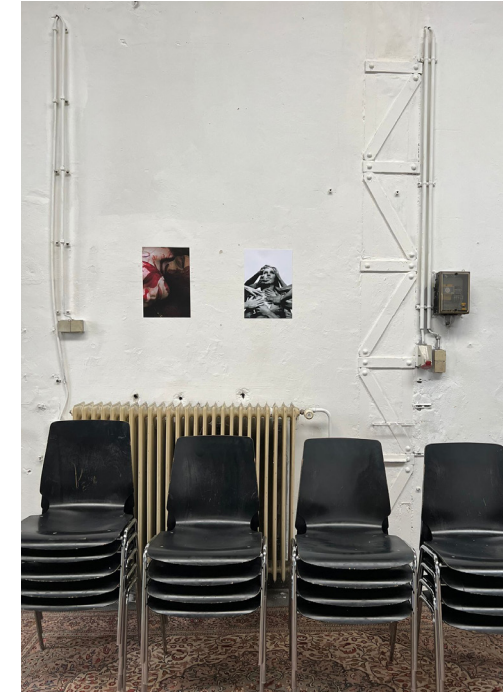
Menschen wie Felix Flemmer jedenfalls scheint die Spannung, die bei ZIRKA und im Kreativquartier insgesamt herrscht, zu inspirieren. „Wir sind hier immer an Schnittstellen unterwegs“, sagt er. Übrigens auch, was die eigenen Biografien angeht. Im ZIRKA sind junge Menschen aktiv, die am Beginn eigener Karrieren stehen. „Wir fangen ja alle gerade an, mit dem, was wir machen, auch Geld zu verdienen. Viele von uns haben in den letzten Jahren Parties organisiert, Kunst oder Musik gemacht. Das Zirka ist auch der Ort, wo diese Hobbies ein Stück professioneller werden.“

Gemeinsames Mindset

Der Versuch, aus Ideen etwas wachsen zu lassen, ist auch etwas, das das Kreativquartier mit dem Nachbarn, Munich Urban Colab verbindet. Klar, damit treffen unterschiedliche Kulturen aufeinander – hier die Tech-Startups, dort die Künstlerschmieden. Doch ein gemeinsames Mindset gibt es. Felix Flemmer will in den kommenden Monaten nach weiteren Anknüpfungspunkten zu seinem High-Tech-Nachbarn suchen. Mal schauen, was da geht“, sagt er.

Ansonsten will sich das ZIRKA auch noch stärker für die Stadtgesellschaft öffnen, mit kulturellen Events aller Art. Ein festes Programm für die kommenden Monate gibt es noch nicht. Schon heute aber finden auf dem Gelände immer wieder spannende kulturelle Veranstaltungen statt. Konzerte, Parties, Ausstellungen, Lesungen, Podiumsdebatten, Filmscreenings. Unter dem Label „Feet Become Ears“ kann man hier sogar Kammermusik hören. Wer also Lust auf ein wenig kreative Vernetzung hat, dem sei der Blick auf die Website empfohlen:

www.zirka.space



» Wir wollen hier einen Ort mit Charakter schaffen«

• Felix Flemmer

Learnings



19. JANUAR

Transformation als Chance

Mit der Entwicklung Steinhausens zu einem produktiven Stadtquartier befasste sich ein Workshop des Referats für Arbeit und Wirtschaft im Colab. Fazit: Die derzeitige Insellage des Gewerbebandes muss schnell überwunden werden. Dabei gilt es, die Sichtbarkeit des Gebietes durch Markenbildung und Aktivierung zu erhöhen. So würden Menschen auf Steinhausen aufmerksam und in das Gebiet gezogen.



14. FEBRUAR

Frauen, habt mehr Selbstbewusstsein!

Damit Frauen mehr Einfluss und Sichtbarkeit in Stadtplanung und Architektur bekommen, braucht es mehr Selbstvertrauen, Netzwerke, Mentorinnen und Vorbilder. Davon zeigte sich im Rahmen des Formates „Inspiration & Talk“ die Wiener Stadtwissenschaftlerin Katja Schechtner überzeugt. Sie sprach sich in ihrem Vortrag auch für Quoten zur Förderung weiblicher Führungskräfte aus.



28. FEBRUAR

Community entsteht bei Coffee & Croissant

Mehr als 100 Mieter und Partner aus der Colab-Community starteten mal wieder gemeinsam mit Kaffee, Croissants und guten Gesprächen in den Tag. Unkomplizierter geht Netzwerken nicht. Und es zeigt sich immer wieder, wie im Colab eine echte Ideencommunity entsteht und wächst.

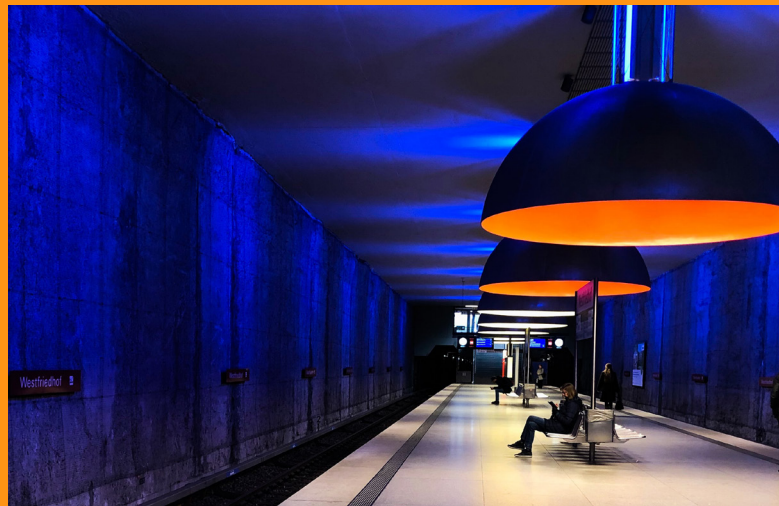


21. MÄRZ

Mobilität als Vorteil im Städtewettbewerb

Zum zweiten Mal präsentierte die Landeshauptstadt im Format „Meet the City“ ihr Team und innovative Projekte. Fokusthema diesmal: Mobilität in der Stadt. Es gab Einblicke in den Cluster für die Zukunft der Mobilität in Metropolregionen, MCube. Die MVG berichtete über Innovation und Transformation. Der digital hub mobility von UnternehmerTUM stellte Projekte vor. Man sieht: München will Mobilität zum Wettbewerbsvorteil machen.

What's next



25. APRIL, 18:30 UHR

Inspiration & Talk: Wie schaut er aus, der attraktive Nahverkehr der Zukunft?

Was gibt es Neues bei Bus, Tram und U-Bahn? Welche Pläne hat die Stadt für einen attraktiven ÖPNV? Welche Angebote gibt es bereits in Frankfurt, und welche Ideen haben Start-up-Unternehmer? Darüber diskutieren Entscheider aus München und Frankfurt mit innovativen Start-ups.



9. MAI, 17 UHR

Panel „Creative City“ zur MCBW

Wie entsteht Innovationen – und welche Rolle spielen Künstler und Kreative für die Stadt München? Damit befasst sich diese Quarterly-Ausgabe, und darüber debattieren wir im Rahmen der Munich Creative Business Week auch im Colab. Auf dem Panel sitzen unter anderem die Künstlerin Tamiko Thiel, der Direktor vom Haus der Kunst, Andrea Lissoni, und der Leiter des Teams Kultur- und Kreativwirtschaft, Olaf Kranz.



23. MAI, AB 16 UHR

Diversity Day

Anlässlich des bundesweiten Diversity Day findet auch im Colab ein Community-Event statt. Meet the City, Colab Connect, Women Start-up – all unsere Formate verschreiben sich an diesem Tag der Förderung der Diversität in Unternehmen und Gesellschaft. Denn klar ist: Zwar haben wir hier schon viel erreicht, aber es bleibt noch einiges zu tun.



20. JUNI, 18:30 UHR

Inspiration & Talk: Stress and the City

Macht die Stadt krank? Mit dieser Frage befassen sich im Juni der Bestseller-Autor Mazda Adli von der Berliner Charité, Caroline Jung-Sievers von der LMU und der Allgemeinarzt Rudolf Tille. Worin genau besteht der „Stadtstress“? Wie können wir Städte so konzipieren, dass sie für möglichst viele Bewohner ein gutes Leben ermöglicht? Und was kann jeder von uns tun für unsere mentale Gesundheit in der Stadt?

Impressum

Inhalt

Herausgeber

Munich Urban Colab GmbH

Kreativdirektion

Prof. Dr. Alexander Gutzmer

Projektleitung

Sabine Hansky

Art Direktion

Lisa Löwenstein

Redaktionsbeirat

Julia Christiansen

Claudia Frey

Amelie Mettenheimer

Mark Stabel

Dr. Ursula Triebswetter

Adresse

Munich Urban Colab GmbH
Freddie-Mercury-Straße 5
80797 München

Fotografie

Cover	Stocksy (Jovo Jovanovic)
Seite 1	Munich Urban Colab (Bert Willer)
Seite 2	Stocksy (Yaroslav Danylchenko)
Seite 3	Haus der Kuns (Maximilian Güter)
Seite 4	Clemens Baumgärnter (Privat)
Seite 6	Aura (Nassim Laarmann)
Seite 7	Alexander Gutzmer
Seite 8	Alexander Gutzmer
Seite 9	Andrea Lissoni (Maximilian Güter)
Seite 9–11	Haus der Kuns (Maximilian Güter)
Seite 12	Alexander Gutzmer
Seite 13	Alexander Gutzmer
Seite 14	Christin Büttner Luiza Puiu Munich Urban Colab (Bert Willer) Sabine Hansky
Seite 15	unsplash (Mister B.) Haus der Kuns (Maximilian Güter) pexels (Anna Shvets) pexels (Metehan Demirkaya)

Munich Urban Colab

Kontakt

redaktion@munich-urban-colab.com

www.munichurbancolab.com

Adresse

Redaktion Colab Quarterly
Munich Urban Colab GmbH
Freddie-Mercury-Straße 5
80797 München

**Das Munich Urban Colab ist ein Gemeinschaftsprojekt
von UnternehmerTUM und Landeshauptstadt München**

Eine gemeinsame
Initiative

**UNTER
NEHMER
TUM**



Landeshauptstadt
München