

Reflectie: De 'Holzmarkt 25' in Berlijn - over initiatieven van lokale gemeenschappen

De 'Holzmarkt' is een terrein in het centrum van Berlijn, gelegen aan de oevers van de rivier de Spreek. Sinds 2012 is het terrein gebruik voor allerlei activiteiten rondom kunst, cultuur en gastronomie: Er zijn 'Biergärten', cafés en bars, kleine restaurants, kunstprojecten, concerten, en er zijn kleine bedrijven en creatieve ondernemers gevestigd. Verder zijn er originele winkels, een muziekstudio, een kinderopvang en een co-working space. Het hele jaar door vinden er evenementen plaats, zoals festivals, concerten, theatervoorstellingen, markten en debatten.



'Holzmarkt 25' in Berlijn, gelegen aan de Spree

Lees verder over de 'Holzmarkt' in Berlijn

300 jaar geleden werd dit terrein gebruikt als marktplaats voor houthandel, vandaar de naam. In de loop der tijd waren er meerdere bestemmingen. Voor dat het terrein door kunstenaars en overige creatievelingen in gebruik werd genomen was het een braakliggend stuk grond. Er was wel de Bar 25

gevestigd, een technoclub die bekend was bij fans van het Berlijnse nachtleven. Nadat een Zwitserse investeerder het terrein had gekocht met de intentie om er woningen te realiseren, hebben de initiatiefnemers van 'Holzmarkt 25' hem kunnen overhalen om het terrein aan hen te verkopen zodat zij op het terrein hun plan voor een creatief, sociaal en duurzaam project konden realiseren. Volgens de 'makers' van de 'Holzmarkt' is het project nooit af, maar blijft het in ontwikkeling, dat ging en gaat stapsgewijs. De Holzmarkt moet het vooral een plek in de stad blijven die 'anders' is.

Sinds 2012 wordt aan dit creatieve en sociale project gewerkt en de Holzmarkt is nu een levendige ontmoetingsplek, in het begin vooral voor de locals, inmiddels weten ook steeds meer toeristen de 'Holzmarkt' te vinden. Het is een plek om te relaxen met een drankje, te genieten van cultuur, om te dansen, om met vrienden af te spreken of juist om nieuwe mensen te ontmoeten. Ondanks de centrale ligging is er op het terrein niets te merken van de drukte van de stad, het terrein voelt als een oase midden in de stad. Qua sfeer lijkt de 'Holzbar' op een grote strandbar, met houtsnippers op de grond, strandstoelen, lange biertafels, vlonders aan het waters en de vele kleine bars en cafés.



Het is natuurlijk typisch Berlijns: braakliggende terreinen midden in de stad, maar tegenwoordig zijn ook in Berlin de binnenstedelijke terreinen duur en gewild, zeker de terreinen langs de rivier de Spree. 'Zwischennutzung' kwam/komt in Berlin op veel terreinen voor: het tijdelijke gebruik van een braakliggend terrein, tot de definitieve functie wordt ontwikkeld. Voor de Holzmarkt is het echter de bedoeling om er een blijvend creatief, sociaal en duurzaam project te realiseren, niet als tijdelijke maar als blijvende functie, ontwikkeld en beheerd (ook financieel) door de gebruikers zelf.

De makers zien de Holzmarkt als een ‘stedelijk dorp’: open naar de stad, kleinschalig en groen, ontstaan vanuit een bottom-up initiatief van lokale gemeenschappen, niet door ontwikkelaars of stedelijk beleid van bovenaf. Dit blijft ook zo: Dankzij een langdurig erfpachtrecht en de coöperatieve organisatievorm is speculatie met het terrein uitgesloten. De partners van de lokale gemeenschappen zijn de ‘Genossenschaft für Urbane Kreativität’ (GuK eG), de ‘Stiftung Abendrot’ als erfpachtgever en de ‘Umweltbank’. Het gebied wordt ontwikkeld door de Holzmarkt Betriebsgesellschaft. De coöperatie beheert het gebied, neemt programmatische beslissingen en bewaakt de oprichtingsidealen. De financiering van investeringsprojecten wordt gedragen door bijdragen van de leden van de GuK eG, met als doel een waardebehoudende rente op het geïnvesteerde kapitaal. De bouw en exploitatie van de gebouwen vallen onder de erfpachtmaatschappijen van de Holzmarkt. De operationele bedrijven van de Holzmarkt, zoals het restaurant, de club en het evenementen- en locatiebedrijf, zijn zelfstandige bedrijven. De Holzmarkt-coöperatie heeft een meerderheidsbelang in de erfpachtmaatschappijen en een blokkeringsminderheid in de operationele bedrijven op de Holzmarkt.

De Holzmarkt in Berlijn is een mooi voorbeeld van een bottom-up initiatief van een lokale gemeenschap: Het project is ontstaan uit de behoefte van lokale kunstenaars en ondernemers om een alternatieve ruimte te creëren die niet gedomineerd wordt door commerciële vastgoedontwikkelaars of stedelijke planning van bovenaf. De ervaringen van de Holzmarkt dienen als inspiratie voor andere bottom-up initiatieven in Berlijn, en in andere steden. Een voorbeeld voor bottom-up initiatieven van lokale gemeenschappen zijn ook de Community Gardens, in Berlijn bijvoorbeeld de ‘Prinzessinnengarten’, maar er zijn inmiddels over de hele wereld gemeenschappelijke tuinen opgezet door lokale bewoners. De gemeenschappelijke tuinen bieden niet allen verse groente, fruit en kruiden maar dragen ook bij aan het bevorderen van sociale contacten en aan duurzaamheid.

Reflecterend op de relatie tussen dergelijke bottom-up initiatieven van lokale gemeenschappen en de niet-fysieke ‘S’-en uit het gedachtegoed van EVM (Erfgoed Verandert Mee) zien wij diverse raakvlakken. Ter herinnering: de niet-fysieke ‘S’-en zijn Story, Sense, Surroundings, Stakeholders, Solvability en Sustainability (zie voor een uitgebreidere toelichting onze eerdere Nieuwsbrieven).

De ‘Story’ en de ‘Sense’:

De ‘Story’ is niet de ‘Sense’: Een van de discussies die we binnen onze werkgroep hebben gevoerd ging over het verschil tussen Story en Sense. We hebben het eerder behandeld, dus nu alleen heel beknopt: De Story is het verhaal dat verbonden is aan het gebouwde erfgoed en gaat over echte gebeurtenissen die vastgelegd zijn en/of verifieerbaar zijn. De Sense gaat over de gevoelens die mensen bij het gebouwde erfgoed hebben. Ze zijn niet verifieerbaar, maar wel waar! Beiden zijn belangrijk en we raden dus elk projectteam aan om beide te onderzoeken. Over het ontstaan en de verdere ontwikkeling van de ‘Holzmarkt 25’, de ‘Prinzessinnengarten’ en talrijke andere bottom-up initiatieven zijn prachtige verhalen te vertellen, nog veel meer dan hierboven geschetst. Het zijn feiten, het is allemaal echt gebeurd, en wat is het mooi dat er pioniers met zo veel energie en creativiteit aan de slag zijn gegaan en hoe indrukwekkend zijn de resultaten! Wat in de ‘Story’ niet is opgenomen zijn alle emoties die erbij kwamen kijken, tijdens alle ups en downs tussen de pioniers zelf en tijdens de gesprekken en bijeenkomsten met

andere betrokkenen, bijvoorbeeld bewoners uit de omgeving, maar ook vrienden en familie. De trots om samen iets bereikt te hebben, de teleurstelling als iets niet is gelukt, de gemeenschappelijke verantwoordelijkheid voelen – dat is de **‘Sense’** en die is net zo waar en net zo belangrijk als de **‘Story’**.

De ‘Surrounding’:

Bottom-up initiatieven van lokale gemeenschappen ontstaan vaak midden in de gebouwde omgeving, er zijn al bewoners in de omgeving, mensen werken in de omgeving, er zijn bezoekers. Niet iedereen is even sterk betrokken, de mate van betrokkenheid verandert ook gedurende de tijd, maar al met al is de lokale gemeenschap bij dergelijke initiatieven veel sterker betrokken en sluiten de projecten daarom wel beter aan bij de behoeften en wensen van de lokale bevolking. Als omstandigheden en behoeften in omgeving veranderen kunnen lokale bottom-up initiatieven sneller en flexibeler reageren, in tegenstelling tot de gestandaardiseerde projecten van ontwikkelaars en stedelijk beleid van bovenaf.

De ‘Stakeholders’ en de ‘Solvability’:

Bottom-up initiatieven worden vaak in gang gezet door kunstenaars en creatievelingen en ontstaan uit de directe ervaringen en ideeën van mensen die veel met elkaar te maken hebben en gemeenschappelijke idealen delen. Dit leidt tot innovatieve en creatieve projecten, met verrassende uitkomsten en mogelijk zijn ze ‘nooit af’, zoals de initiatiefnemers van de ‘Holzmarkt25’ over hun project zeggen. Het nemen van eigen verantwoordelijkheid geeft de initiatiefnemers en de doorzetters de kans om de eigen leefomgeving op een manier in te richten die bij hun idealen past en mogelijk zelfs de kans om mede-eigenaar te worden. Andere stakeholders zijn echter onmisbaar: partijen die dit allemaal mogelijk maken, zoals bij de ‘Holzmarkt 25’ een stichting voor de langdurige erfpacht, een bank die mee wil helpen aan de financiering, een overheid die wel bereid is om mee te denken en mee te werken, exploitanten van cafés/bars/restaurants en er moeten uiteraard ook bezoekers zijn om het project succesvol te maken.

De ‘Sustainability’:

Tot de gemeenschappelijke idealen hoort vaak ook de ambitie om duurzaamheid een grote rol in het project te geven, zo ook bij de ‘Holzmarkt 25’. Er worden duurzame materialen gebruikt voor de inrichting van het terrein en voor de gebouwen en er wordt gekozen voor duurzame catering (biologisch, lokaal). De gevonden oplossingen voor producten die worden aangeboden en voor de evenementen op het terrein zijn niet alleen creatief en sociaal maar ook duurzaam.

Bronnen: www.berlijn-blog.nl/holzmarkt ; www.holzmarkt.com ; [Prinzessinnengarten » About Prinzessinnengarten](#)