

## DER LADEN Stuttgart

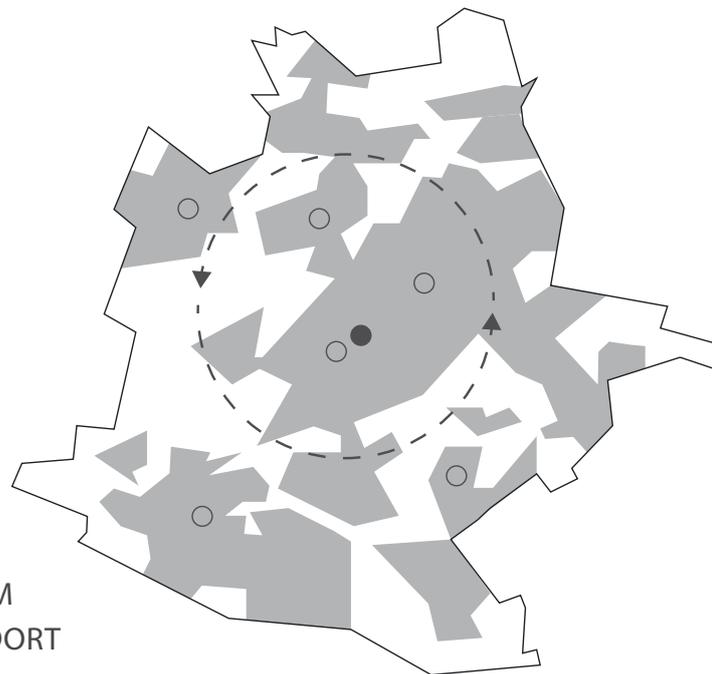
### AUSGANGSLAGE UND RAHMENBEDINGUNGEN

Stadttyp: Großstadt (609.600 Einwohner)  
Zentrentyp: Oberzentrum  
Start: 2007



Zentrumsfunktion

### LAGE DER INNENSTADT UND DES PROJEKTES IN DER STADT



- STADTZENTRUM
- PROJEKTSTANDORT



### AUSGANGSLAGE IM ZENTRUM - POTENZIALE UND PROBLEME DER ZENTRUMSENTWICKLUNG

Die Großstadt Stuttgart hat an verschiedenen Stellen im Stadtraum mit Leerstand zu kämpfen. Das Konzept „Der Laden“ nutzt diese leerstehenden Flächen. Im Stadtraum verteilte Leerstände werden von den Initiatorinnen bespielt, auch unkonventionelle Räumlichkeiten werden als Verkaufsfläche genutzt. Das Konzept ist nicht örtlich gebunden, es werden im Stadtgebiet verteilte Leerstände zwischengenutzt.

## PROJEKTANSATZ ZUR TRANSFORMATION



Themen und Maßnahmen

### ZIELSETZUNGEN

- (unkonventionelle) Orte zwischennutzen
- Neue Produkte an neuen Locations
- Plattform für Selbstgestaltetes, Unikates und Besonderes

### KURZBESCHREIBUNG

Das Konzept des ersten Pop-Up-Stores in Stuttgart existiert seit 2007. Die Initiatorinnen des Konzepts, zwei Designerinnen und eine Künstlerin, lassen ihren Laden immer wieder auftauchen und verschwinden. Alle vier bis acht Wochen wechseln sie den Platz. An jedem neuen Standort wird der Laden anders gestaltet und ein anderes Sortiment verkauft. Bei den verkauften Produkten handelt es sich grundsätzlich um Besonderes, Unikate und Selbstgestaltetes. Auf der Homepage können sich interessierte Eigentümer direkt an die Gruppe wenden, um ihre Flächen anzubieten.

### EINDRÜCKE



Foto: anderswo-stuttgart.de, 13. 12. 2015

Außenansicht „Der Laden“ Standort Innenstadt



Foto: dörr, waibl, großmann gbr

Außenansicht „Der Laden“ Standort Killesberg

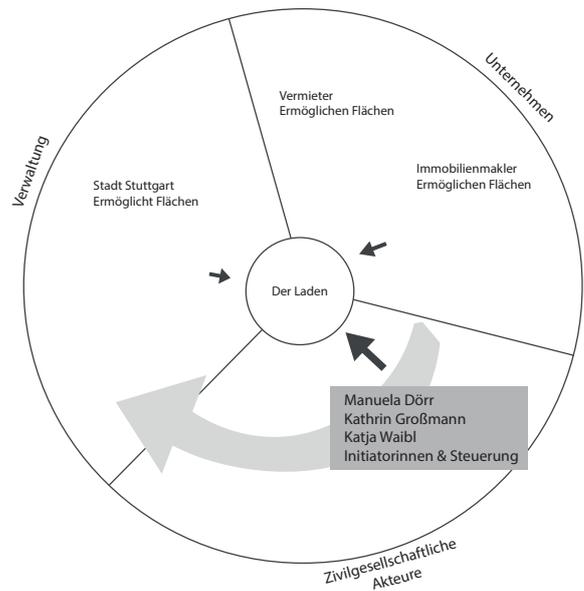
## PROJEKTANSATZ ZUR TRANSFORMATION



Akteursstrukturen

### SCHLÜSSELAKTEURE, GOVERNANCE, TRÄGERSTRUKTUREN UND PROZESSE

Manuela Dörr, Kathrin Großmann und Katja Waibl haben das Projekt zusammen initiiert und leiten es auch heute noch. Vermieter, Immobilienmakler, Interessierte und die Stadt Stuttgart werden auf der Homepage der Initiatorinnen des Projekts direkt dazu aufgefordert, geeignete Objekte für das Projekt an die drei Leiterinnen zu melden. Interessierte Künstler und Designer können zum Projektpartner werden und ihre Produkte mitverkaufen.



Finanzierung

### FINANZIERUNG

Das Konzept wird von den Initiatorinnen selbst finanziert.

Selbstfinanzierung → DER LADEN

## BEWERTUNG



Innovationen und Übertragbarkeit

### INNOVATIONS- UND INFORMATIONSGEHALT, ÜBERTRAGBARKEIT

Die Eigenleistung der drei Projektleiterinnen, immer wieder an unterschiedlichen Stellen im Stadtgebiet ein Geschäft zu eröffnen, ist bemerkenswert und erfordert besonderes Engagement. Leerstand kann auf diese Art und Weise temporär bewältigt werden. Durch das Konzept des Pop-Up-Stores werden teilweise unbekannte Orte mit einer neuen Bedeutung belegt und interessant gemacht

Nur kurzzeitig verfügbare Waren, in diesem Fall vier bis acht Wochen, gelten als exklusiv und sind begehrt. Das Konzept ist in jede Stadt übertragbar, in der es Leerstand gibt. Das Risiko einer unerwünschten Verstetigung von Zwischennutzungen kann durch zeitlich begrenzte Pop-Up-Stores umgangen werden.

### KONTAKT UND WEITERE INFORMATIONEN

Dörr, Waibl, Großmann GbR  
Römerstr. 50  
D-70180 Stuttgart

Quellen:  
[www.derladen-stuttgart.com](http://www.derladen-stuttgart.com)

Dieser Steckbrief entstand im Rahmen des Projektes TransZ ([www.transz.de](http://www.transz.de)).  
Autorenteam: Hochschule für Technik Stuttgart, Zentrum für Nachhaltige Stadtentwicklung.  
Kontakt: [christina.simon@hft-stuttgart.de](mailto:christina.simon@hft-stuttgart.de), [elisabeth.schaumann@hft-stuttgart.de](mailto:elisabeth.schaumann@hft-stuttgart.de)