



Kreativwirtschaftszentrum in der ehemaligen Feuerwache

Ein Entwicklungskonzept



Inhalt

Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg

Erstzunehmender Wirtschaftsfaktor Seite 1

Eigenschaften der Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

Klein, flexibel, innovativ Seite 1

Zielgruppen für ein Heidelberger Kreativwirtschaftszentrum

Existenzgründer im Fokus Seite 1

Vorteile eines Kultur- und Kreativwirtschaftszentrums für die Akteure

Preiswerte und flexible Raumangebote Seite 2

Förderung der Netzworkebildung Seite 3

Sechs gute Gründe – Zusammenfassung Seite 3

Weitere stadttökonomische Wirkungen

Kristallisationspunkt für Clusterbildung Seite 5

Neue Einkommens- und Beschäftigungsmöglichkeiten Seite 5

Verbindungsglied zwischen den Wissenschaftsstandorten Seite 5

Erhebliche Aufwertung des Quartiers Seite 5

Ideale räumliche Voraussetzungen

Function follows Form Seite 6

Betriebsstruktur

Betreiber/in als Hauptmieter/in der ehem. Feuerwache Seite 7

Aufgaben der Betreiber/in Seite 8

Aufgaben der Stabsstelle zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft Seite 8

Präsentation / Belegung / Vergabe der Räume

Transparenz Seite 8

Kriterien zur Vergabe der Räume

Synergieen – Kollaboration und Teilen Seite 9

Bauliche Maßnahmen

So wenig wie möglich – so viel wie nötig Seite 9

Zwischennutzung durch die Stadtverwaltung

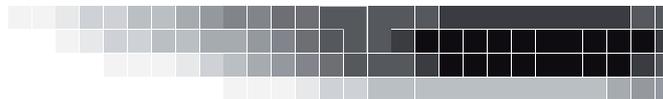
Leerstand vermeiden Seite 11

Interimsnutzung als Testphase für den Betrieb

Wichtige Erkenntnisse gewinnen Seite 12

Impressum

Text, Literatur- und Bildnachweise Seite 14



Kreativwirtschaftszentrum in der ehemaligen Feuerwache

Ein Entwicklungskonzept



ES GIBT EINE WACHSENDE ZAHL VON KREATIV- UND WISSENSARBEITERN.

Mit der Fortentwicklung digitaler Technologien, ihren dazu gehörigen Infrastrukturen und neuen digitalen Produktions-, Vertriebs- und Entwicklungsprozessen ergeben sich neue Formen der Wertbildung und der Wertschöpfung.

Ähnlich wie beim Übergang von der Agrar- zur Industriegesellschaft wandeln sich damit auch soziale Strukturen, Wertesysteme, Verhaltensmuster und nicht zuletzt der Arbeitsbegriff. Zum einen erfolgen zunehmend Übertragungen von standardisierten und Routinetätigkeiten auf technische Systeme. Zum anderen provoziert die durch die Digitalisierung entfachte Wissensexploration eine stärkere Spezialisierung. Spezialistentum bleibt aber aufgrund der rasanten Dynamiken immer unvollständig, so dass Kommunikationsplattformen, Face-to-Face-Situationen, Konferenzen immer wichtiger werden, um sein Wissen zu aktualisieren und Neues aufzunehmen. Volkswirtschaftlich schält sich in entwickelten Nationen der Arbeitstypus des sog. „Wissensarbeiters“ (von Streit 2011) heraus, eine der am stärksten wachsende Beschäftigten- und Mitarbeitergruppe (97% der Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands sind Freelancer).

Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg

Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) stellt mittlerweile einen ernstzunehmenden Wirtschaftsfaktor dar und generiert merkbare Einkommenschancen sowie zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten. Verschiedene Städterankings sowie die erreichten Umsatz- und Beschäftigtenzahlen zeigen, dass die Stadt Heidelberg eine weit überdurchschnittliche Attraktivität für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft besitzt. Insgesamt kann von rund 5.000 Erwerbstätigen in der KKW ausgegangen werden. Die erzielten Umsätze dürften mittlerweile bei rund 700 Mio. € liegen. Auch eine Befragung unter KKW-Unternehmen der Stadt Heidelberg bestätigt die insgesamt hohe Standortattraktivität, insbesondere mit Blick auf das Stadtimage, die infrastrukturelle Anbindung und die Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte.

Eigenschaften der Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

Charakteristisch für die KKW sind die vielen Klein- bzw. Kleinunternehmen einschließlich der vielen „Solo-selbstständigen“. Die Unternehmen bauen kaum auf Sachkapital. Sie gründen im Wesentlichen auf den

kreativen Ideen, der Motivation und dem Einsatz des jeweiligen Unternehmers. Darüber hinaus ist die Einbindung in Netzwerke elementar, und zwar mit Blick auf die Gewinnung von Mitarbeitern, häufig projektbezogen in Form freier Mitarbeit, mit Blick auf die Akquisition von Aufträgen, die Durchführung von Projekten, die Gewinnung von Nutzern und Kunden oder auch die Aufnahme innovativer Trends in der jeweiligen Teilbranche.

Aus den spezifischen Unternehmenseigenschaften folgt einerseits, dass die Schwelle zur Gründung neuer Unternehmen vergleichsweise niedrig ist, und andererseits, dass Unternehmen im Grundsatz auch räumlich mobil sind. Für die Wirtschaftsförderung lassen sich unter dem Ziel, die KKW in Heidelberg weiterzuentwickeln, daraus vor allem zwei Schlussfolgerungen ziehen: erstens Neugründungen von Unternehmen der KKW zu fördern und in der Gründungsphase zu unterstützen sowie zweitens die Standortbindung der etablierten Unternehmen zu erhöhen.

Zielgruppen für ein Heidelberger Kreativwirtschaftszentrum

Die Bedeutung neu gegründeter Unternehmen als eine wichtige Zielgruppe belegen neuere Studien zu den Gründungsaktivitäten in der KKW (siehe insbesonde-

DIE ZAHL DER SOLOSELBSTÄNDIGEN UND FREELANCER NIMMT KONTINUIERLICH ZU.

Der Trend der wachsenden Zahl unternehmerisch Selbständiger hat sich in den Mitgliedsstaaten der EU seit den 1990er Jahren stetig erhöht. Dieser Trend gilt auch für Deutschland, wo mittlerweile 11% der erwerbsfähigen Bevölkerung selbstständig ist (Statistisches Bundesamt 2010). Seit Anfang der 1990er Jahre hat die Selbstständigkeit kontinuierlich zugenommen. Die Anzahl der Selbständigen hat sich zwischen 1991 und 2010 um 40,2% erhöht und zwar von etwas über 3 Mio. auf 4,3 Mio. Im Jahr 2010 waren damit in Deutschland

fast 11% der erwerbsfähigen Personen selbstständig (Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse des Mikrozensus, 2010).

In jüngster Zeit wird nicht mehr nur von „Selbstständigen“, sondern zusätzlich von „Neuen Selbstständigen“ gesprochen. Damit wird ein Erwerbstyp beschrieben, der eigenverantwortlich, mit hohen Fachkenntnissen, Innovationsansprüchen und Kreativität oftmals als Solounternehmer agiert und oft noch von Zuhause oder von neuen Arbeitsorten seiner Tätigkeit nachgeht.

Dieser Begriff steht auch für neuartige Tätigkeitsprofile und Marktideen. Die deutliche Zunahme der Gründungen durch die „Neuen Selbstständigen“ geht auf sog. „moderne Dienstleistungen“ zurück. Hierfür spielt ein neues Verständnis der Selbstständigkeit als autonome und kreative Tätigkeit ebenso eine Rolle, wie die Chancen des „Quereinsteigs“, die z.B. in Beratungs-, Kultur- und Medienberufen gegeben sind.

SOLOSELBSTÄNDIGE BESTIMMEN IMMER EINDEUTIGER DIE STRUKTUR IN DER KREATIVWIRTSCHAFT.

Laut Einschätzungen von DIW-Forschern heißt das, dass sich nahezu jederfünfte Hochschulabsolvent in der beruflichen Laufbahn selbstständig macht (vgl. Fritsch/Kritikos/Rusakova 2012: 9 auf der Basis von Mikrozensusdaten). Viele und vor allem junge und gut ausgebildete Menschen testen ihre Geschäftsideen, indem sie gründen. Dies trifft, wie jüngst eine KfW-Studie zeigt, vor allem in der Kreativwirtschaft zu (KfW Research - Standpunkt 2011).

Mit dieser Kleinteiligkeit geht auch eine neue Art der Entwicklung, Organisation und dem Management von relevantem Wissen einher. Es hebt sich signifikant gegenüber der industriellen Form von Arbeit ab, erfordert andere Kompetenzen und Fähigkeiten sowie Orte des Austauschs und Transfers. Eben weil relevantes Wissen immer eindrücklicher in diesen kleinteiligen Strukturen nicht hierarchisch

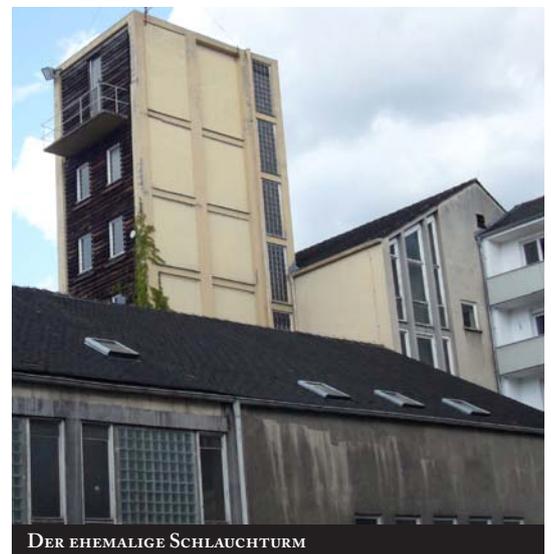


re KfW-Gründungsmonitor). Bundesweit waren in den letzten Jahren rund 13 % der Unternehmensgründer der KKW zuzurechnen. Der Anteil der KKW an den Bestandsunternehmen lag hingegen nur bei 7 %, d. h. die Gründungsrate in diesem Wirtschaftsbereich ist annähernd doppelt so hoch wie in der Gesamtwirtschaft. Zudem zeigen Gründungen in der KKW eine höhere Überlebenswahrscheinlichkeit als in der Gesamtwirtschaft, denn die Gründer weisen eine überdurchschnittlich hohe Qualifikation auf und verbinden mit ihrem Vorhaben ein hohes Maß an Selbstverwirklichung und somit persönlichem Engagement. Insgesamt heißt das auch, dass sich das Wachstum der KKW an einem Standort in hohem Maße aus Unternehmensneugründungen generiert.

Die Einrichtung eines Kreativwirtschaftszentrums in der ehem. Feuerwache ist nun als Maßnahme besonders geeignet, Unternehmensgründungen zu fördern sowie die bestehenden Unternehmen an den Standort zu binden und in ihrer Entwicklungsfähigkeit zu stärken. Darüber hinaus kann ein gut etabliertes Zentrum auch KKW-Unternehmungen aus der Region oder überregional anziehen. Mögliche Schwerpunkte des Zentrums zeichnen sich durch die Beschaffenheit der Räume ab in Richtung Design, Software / Games, Werbewirtschaft, Tanz, bildende Kunst und Musikwirtschaft und entsprechen damit dem bestehenden Raumbedarf lt. Erhebung auf der Internetplattform der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft.

Vorteile eines Kultur- und Kreativwirtschaftszentrums für die Akteure / die Unternehmen

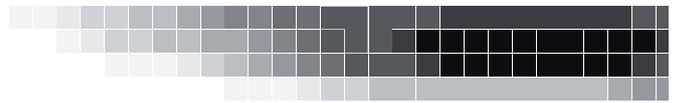
Ein zentraler Argumentationsstrang zu den positiven Wirkungen des Kreativwirtschaftszentrums auf die Kultur- und Kreativwirtschaft bezieht sich auf die Schaffung eines preiswerten und flexiblen Raumangebots.



DER EHEMALIGE SCHLAUCHTURM



DIE AUSSENSEITE DES WERKSTATTFLÜGELS



strukturiert ist, ist es anders als in etablierten kleineren und mittleren Unternehmen sowie Corporate Companies situationsabhängig. Dazu kommt, dass sich in und mit dem Internet neue sowie zugleich offene Kooperations- und Arbeitsformen herausbilden, die unter dem Schlagwort der „Open Innovation“ bekannt sind und an die neue Kooperationsformen binden.

**KREATIV- UND WISSENS-
ARBEITER ARBEITEN IN
OFFENEN SYSTEMEN.**

Dies trifft insbesondere für institutionell schwach verankerte oder gänzlich freie Kreativ- und Wissensarbeitskräfte zu, die damit neue Chancen der Profilierung abseits etablierter Berufs- und Karrierewege erfahren. Kreativ- und Wissensarbeiter nutzen dabei Kommunikationsmedien und Social Media, um ihr Know-how besser mit den Expertisen anderer Spezialisten zu verbinden und dabei zu neuem Wissen auf der Basis sog. Open Source Technologien zu kombinieren (erfolgreiche Bsp. sind die Entwicklungen von Softwareprogrammen wie z.B. dem Internetbrowser Firefox). Möglich sowie interessant für Einkommensoptionen wird dies durch dramatisch gesunkene Transaktionskosten für Koordination und Kommunikation. Dies ermöglicht wiederum die Zusammenarbeit in losen und informellen Projektnetzwerken im Gegensatz zur Berufspraxis in stabilen Hierarchien und preisgesteuerten Märkten (Benkler 2002, Grabher 2004). Neben der technischen Komponente werden aber individuelle Kriterien wie gegenseitige Wertschätzung, Vertrauen, Respekt, Toleranz und Anerkennung wichtiger. Da sich Wertschöpfung weniger auf formalisierten Strukturen innerhalb klar definierter Organisationen entfalten, als vielmehr in offenen Strukturen, kommt der Komponente Persönlichkeitsentfaltung als auch dem Stellenwert von innovativen Ideen eine größere Rolle als früher zuteil.

BLICK VOM EHEM. HOTEL METROPOL AUF DIE EMIL-MAIER-STRASSE: KREATIVACHSE ZWISCHEN DEN WISSENSSTANDORTEN

Die insgesamt durchaus hohen Umsätze, die in diesem Wirtschaftsbereich erzielt werden, dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein großer Teil der Unternehmen starker Konkurrenz ausgesetzt ist und eher niedrige bzw. in der Höhe stark schwankende Einkommen bezieht. Preiswerte Raumangebote sind daher elementar für die Standortwahl der Unternehmen. Entsprechende

Angebote sind in Heidelberg sehr knapp, was auch die Befragung unter den Heidelberger KKW-Unternehmen belegt: Vergleichsweise schlechte Noten erhält der Standort Heidelberg zur Höhe der Mietpreise und zur Verfügbarkeit von Räumen generell. Zudem häufen sich entsprechende Flächenanfragen an die Stadt Heidelberg.



DER BÜROFLÜGEL ZUR NORDSEITE

Neben den günstigen preislichen Konditionen spielt noch die Flexibilität im Raumangebot und in der Raumnutzung einschließlich der Nutzung einer gemeinsamen Infrastruktur (Telekommunikation, schnelles Internet, Hausmeisterdienste usw.) eine wichtige Rolle. Beispielsweise gewinnen für Soloselbständige sogenannte „Coworking-Spaces“ an Bedeutung, in denen zeitlich flexibel, etwa für eine Woche, ein einzelner Arbeitsplatz in einem größeren Büroraum angemietet werden kann. Projektabhängig können auch die Raumbedarfe von Unternehmen schwanken. Besprechungsräume, Ateliers oder Studios können auch gemeinsam von mehreren Unternehmen genutzt werden. Diese Flexibilität lässt sich nur in einem größeren Wirtschaftszentrum mit entsprechend vielfältigem Raumangebot herstellen.



DAS HAUPTGEBÄUDE AN DER EMIL-MAIER-STRASSE

Weitere Impulswirkungen eines Kreativwirtschaftszentrums auf die KKW in Heidelberg lassen sich insbesondere aus der Förderung der Netzwerkbildung ableiten. Auf die Vorteile kooperativer Netzwerke sowohl auf der Beschaffungs- als auch der Absatzseite wurde oben bereits hingewiesen. Dabei können Kooperationen sowohl zwischen gleichartigen Unternehmen, etwa im Rahmen der gemeinsamen Bearbeitung größerer Projekte, als auch in kreativitätsfördernder Ergänzung zwischen Partnern aus völlig unterschiedlichen Feldern er-

KOLLABORATION UND KOOPERATION MACHEN ÖKONOMISCH MITTEL- UND LANGFRISTIG SINN.

Insbesondere in sog. Open-Source-Projekten kristallisieren sich dagegen neue Koordinations- und Kooperationsmechanismen heraus, die vor allem beim produktivem Umgang mit neuem Wissen industriellen und großstrukturellen Organisationen als überlegen bewertet werden (Klotz 2009). Dies manifestiert sich an der weltweit wachsenden Bedeutung von sog. Coworking Spaces. Diese sich rasch vermehrenden und als Treibhäuser für Ideen und Innovationen wirkenden Arbeits- und Kommunikationsräume zeigen, welche physischen und lokalen Formen der Kooperation diese Leitidee hervorbringt. Kreativ- und Wissensarbeiter erwarten Transparenz im Umgang mit Information, Flexibilität durch ortsunabhängiges Arbeiten, Freiräume zur individuellen Gestaltung ihrer Work-Life-Balance sowie Anerkennung durch Gleichgesinnte in ihren Netzwerken.

KREATIVARBEITER BRAUCHEN KOMMUNIKATION, KOMMUNIKATION UND KOMMUNIKATION.

Laut DeskMag, dem Online-Branchenmagazin der weltweiten Coworking Szene, hat sich zwischen 2010-2011 in Europa die Zahl der Coworking Space verdoppelt. Es vermehren sich die Anzeichen, dass etablierte Unternehmen vor großen Herausforderungen stehen, junge Talente als Mitarbeiter zu gewinnen, da diese sich nicht immer auf produktivitätsraubende Hierarchien und interne Reibungsverluste einlassen und den Schritt in die Selbständigkeit nicht mehr als ein Makel oder nur aus Ermangelung von „Normalbiographien“ vollziehen.

Dynamisiert wird dieser statistisch belegte Trend durch die Digitalisierung, die in vielen Bereichen dafür gesorgt hat, dass die durch Monopolisten besetzten Markteintrittsmöglichkeiten, gewissermaßen die „Nadelöhre“ des Industriezeitalters, immer mehr wegfallen



folgen. Trotz Virtualisierung von Geschäftsbeziehungen haben sich insbesondere die räumliche Nähe von Unternehmen und damit schnelle und unkomplizierte Möglichkeiten zu persönlichen Kontakten als besonders förderlich für kooperative Netzwerkbeziehungen herausgestellt. Vielfältige Chancen eröffnen sich insbesondere in einem größeren Kreativwirtschaftszentrum, in dem hinreichend viele zueinander passende Unternehmen angesiedelt sind. Ein Stück weit kann hier die Kreativwirtschaftsförderung eine aktive Gestaltungsrolle durch eine entsprechende Auswahl der Mieter einnehmen.

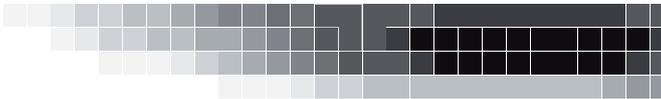
Zusammenfassend lassen sich insgesamt die folgenden Vorteile eines Kreativwirtschaftszentrums für die einzelnen Unternehmen der KKW in Heidelberg benennen:

- Passende Räumlichkeiten sind zunächst grundlegende Basis für eine erfolgreiche geschäftliche Entwicklung auch für die Unternehmen der KKW.
- Eher niedrige Mietpreise und Flexibilität im Raumangebot im Kreativwirtschaftszentrum kommen den Bedürfnissen der kleinen Unternehmen und Selbständigen in der KKW besonders entgegen, da Umfang der Aufträge und Projekte und damit auch die erzielbaren Einkommen in der Regel starken Schwankungen unterworfen sind.
- Die Nutzung einer gemeinsamen Basisinfrastruktur (schnelles Internet, Telekommunikation, Energie- und Wärmeversorgung, Hausmeisterdienste, ggfs. Bürodienste) bieten den Unternehmen darüber hinausgehende Kostenvorteile.
- Zudem eröffnet ein Kreativwirtschaftszentrum vielfältige Möglichkeiten der kooperativen Nutzung von Räumlichkeiten, etwa im Rahmen von Modellen des Co-Working und Co-Creation (Design-Thinking-Work-

shopräume) oder mit Blick auf Besprechungsräume, Tanzstudios, Probenräume, Werkstätten, Ateliers, Ausstellungsräume usw.

- Insbesondere bei passendem Branchenmix im Kreativwirtschaftszentrum ergeben sich für die einzelnen Unternehmen besondere Chancen, Verbundvorteile im Rahmen von Kooperationen zu entwickeln („Synergieeffekte“).
- Bei entsprechendem Erfolg des Kreativwirtschaftszentrums entwickelt sich dieses zur einer „Adresse“, aus der die angesiedelten Unternehmen bereits einen Vorteil ziehen können. Kennzeichnend für Leistungen der KKW ist, dass sich die Qualität ihrer Leistungen für Kunden vor der erstmaligen Inanspruchnahme oft nur schwer beurteilen lässt. Das positive Image, das eine „gute Adresse“ vermittelt, kann daher das Entstehen von Geschäftsbeziehungen erleichtern.





MUSIKER, KÜNSTLERAGENTEN, VERANSTALTER UND PRODUZENTEN: DAS BÜRO VON ONKEL LINA

und sich durch den Strukturwandel neue Markteintrittsoptionen ergeben. Denn einerseits fallen Markteintrittsbarrieren durch das sukzessive Scheitern von marktbeherrschenden Akteuren, ebenso sinkt der Kapitaleinsatz von neuen Marktteilnehmern (Friebe /Ramge 2008). Musik, für die man zum Beispiel vor zwanzig Jahren noch ein voll ausgerüstetes Tonstudio braucht, lässt sich heute hochwertig am Laptop produzieren.

KREATIVARBEITER VER- TREIBEN IHRE PRODUKTE WELTWEIT, BRAUCHEN ABER DICHTER LOCALE NETZWERKE.



OSKAR DAMMEL, PATRICK BISCHLER UND TOBIAS MÖLLER

onspunkt dar. Dieser bietet zudem durch die räumliche Konzentration eines erheblichen Teils der Szene, der Wirtschaftsförderung in Heidelberg den unschätzbaren Vorteil, mit relativ wenig Aufwand persönlichen Kontakt zu pflegen und darauf aufbauend in Kooperation mit den KKW-Unternehmen wirtschaftsfördernde Projekte zu entwickeln.

Die Stärkung der KKW in Heidelberg bedeutet zusätzliche Einkommens- und Beschäftigungsmöglichkeiten in diesem Wirtschaftsbereich. Darüber hinaus wird einer lebendigen Kultur- und Kreativszene ein positiver Einfluss auf das innovative Milieu einer Stadt oder einer Region insgesamt zugesprochen. Wie stark dieser Effekt ist, lässt sich letztlich nicht messen. Grundlegende Voraussetzung ist aber eine entsprechende Wahrnehmbarkeit, die sich im Rahmen eines Kreativwirtschaftszentrum für eine sehr kleinteilige KKW-Szene deutlich steigern lässt.

Andererseits stehen die Kanäle für Marketing und Vertrieb jetzt durch verschiedene Distributionsplattform im Internet (z.B. Etsy) potentiell allen offen. In der Summe führt das dazu, dass die Skalenvorteile von Großunternehmen erodieren und die effiziente Betriebsgröße sinkt. Es gibt Hinweise und Branchen- sowie Trendbeobachtungen, dass die Wirtschaftsstruktur insgesamt kleinteiliger und granularer sein wird, so dass Mikrobusiness und Free Agents (Soloselbständige) eine immer größere Rolle spielen werden, wie es innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft heute zum Beispiel bereits der Fall ist. Dort sind im Jahr 2010 28 % der insgesamt 1,4 Mio. Erwerbstätigen sogenannte Soloselbständige.

Der Wechsel von analoger zu digitaler Produktionsweise bringt es auch mit sich, dass sich gerade neue Geschäftsmodelle besser skalieren lassen, weil sich Kopien zu Kosten nahe Null anfertigen und verbreiten lassen. So kann etwa die Games-Industrie potentiell aus dem Stand einen weltweiten Markt bedienen. Doch auffälliger Weise bewirkt die Digitalisierung nicht ausschließlich eine Verlagerung in digital operierende Geschäftswelten. Die Auseinandersetzung um den Bedeutungsgewinn sozialer Orte in Innenstädten, an zentralen statt dezentral-suburbanen Arbeitsorten, die Zunahme an kommunikativen Orten des Wissenstransfers im Sinne von Tagungs-, Konferenz- und Begegnungsevents

Weitere stadtökonomische Wirkungen

In der Konsequenz liefern gute Entwicklungsbedingungen für die einzelnen Unternehmen die Voraussetzung, um den Wirtschaftsbereich in Heidelberg insgesamt voranzubringen und den „Cluster Kreativwirtschaft“ in Heidelberg zu stärken. Die Erfahrung zeigt darüber hinaus, dass Cluster generell Kristallisationspunkte benötigen, insbesondere für den Austausch und die Herausbildung einer „Clusteridentität“. Kristallisationspunkte wirken anziehend, sei es für die Entstehung neuer Aktivitäten und die Gründung neuer Unternehmen oder auch für umsiedlungsinteressierte Unternehmen aus anderen Regionen. Dies gilt im Besonderen für die kommunikationsintensive KKW. Ein Kreativwirtschaftszentrum, auch in der vorgesehenen Größe, stellt zweifelsohne einen solchen Kristallisations-

Das Quartier Bergheim-West kann mit einem Kreativwirtschaftszentrum als Verbindungsglied zwischen den Wissenschaftsstandorten Neuenheim und Bahnstadt, den Wirtschaftsstandorten Pfaffengrund und Wieblingen und dem Kulturstandort Altstadt dienen. Durch den Bezug zu beiden Bereichen können Veranstaltungen in der Ehemaligen Feuerwache Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur zusammenbringen um die drei Teilbereiche durch die wechselseitige Vernetzung weiter zu stärken.

Ein Kreativwirtschaftszentrum würde den Stadtteil Bergheim innerhalb der Stadtgrenzen erheblich aufwerten. Dient er bisher lediglich als Standort für Güter und Dienstleistungen des allgemeinen Gebrauchs und als Wohngebiet, kann sich der Stadtteil nach der

lassen sich als Ausdruck lesen, neben digitalen Welten analoge, sozial bestimmte sowie zugleich anregungsreiche, ansteuern zu können.

KREATIVE ORTE STELLEN IMMER AUCH NEUE ÖFFENTLICHKEITEN HER.

Aus der Szene der Trendbeobachter kommt daher seit einigen Jahren der Ruf, dass das Digitale gerade in die Welt der Atome zurückschwappt: "Atoms are the new bits", so der US-amerikanische Wirtschaftsautor Chris Anderson (Anderson 2010). Er beobachtet in einer jungen Szene von Start-Ups, Kreativproduzenten und Ideentüftler die Anwendung von sogenannten Fabbing- und Rapid-Prototyping-Technologien, mit Hilfe dessen sich hochkomplexe Produkte in der eigenen Garage oder in öffentlichen Werkstätten herstellen lassen. Chris Anderson sieht hinter dieser Trendbeobachtung eine High-Tech-Do-it-Yourself-Praxis, und wie er sagt, die "The next Industrial Revolution" heraufziehen: Es handelt sich dabei um individualisierte physische Produkte, die mit Hilfe dieser kostengünstigen Produktionstechnologie eine flexible Kleinserienproduktion ermöglichen.

DIE DO-IT-YOURSELF-ÖKONOMIE IST EINE REALWIRTSCHAFT.

Dadurch eröffnen sich nicht nur neue Absatzoptionen, sondern ebenso neue Berufsfelder und Anwendungsfelder für Gestalter, Ingenieure und Symbolproduzenten. So könnte das verarbeitende Gewerbe sowie das Handwerk mit Hilfe dieser Technologien ihre Industriestandorte überdenken und Verlagerungen in die kleinteilige Nischen der Innenstädte vornehmen.

NEUE ORTE FÜR KREATIV- UND WISSENSARBEITER – ODER: WARUM KOLLABORATION AN EINEM ORT?

Ein wesentliches Merkmal von neuen Formen des Arbeitens in Netzwerken ist die lose Kopplung unterschiedlicher Raumprogramme, die sich



Etablierung des Kreativwirtschaftszentrums in Verbindung mit einem Zentrum für Architektur und Design im ehemaligen Hotel Metropol als Standort einer „Kreativachse“ glaubwürdig als kreativer Hotspot Heidelbergs positionieren.

Function follows Form: Die ehem. Feuerwache bietet ideale räumliche Voraussetzungen

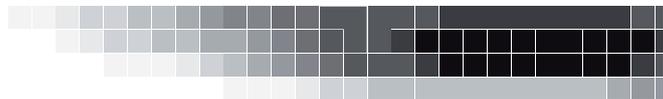
Die ehem. Feuerwache verfügt über nutzbare Flächen in Höhe von insgesamt ca. 4.500 qm. Anhand der Raumtypologie wird deutlich, für welche Nutzergruppen die Liegenschaft interessant ist: Die ehem. Feuerwache und die angrenzende ehemalige Bereitschaftsstelle der Polizei bietet Platz für insgesamt ca. 70 kleine bis mittelgroße Büros (à ca. 10 bis 40 qm). Diese lassen sich als Büroeinheiten mit drei bis neun Arbeitsräumen plus Toiletten- und Nebenräumen verwalten. Derzeit werden diese Flächen von Ämtern des Dezernats II genutzt. Für eine daran anschließende kreativwirtschaftliche Nutzung bietet sich eine Vermietung z.B. an kleine Design-, Medien- oder Software-Unternehmen insbesondere an Existenzgründer an.



Im Untergeschoss sollen acht Musikunterrichts- und Proberäume in einer Größe von 25 bis 42 qm installiert werden. Daneben lassen sich drei Raumeinheiten als Musikstudios à ca. 80 qm nutzen, dazu würde die Emil-Maier-Str. 18 über einen direkt angrenzenden Aufenthalts- und Wohnbereich für Musiker verfügen.

Die restlichen Räumlichkeiten des Kellergeschosses dienen als Lagerräume für die Studio- bzw. Proberäume oder als zusätzliche Flächen für Ateliers.





ATELIER DES BERLINER KÜNSTLERS PETER ROBERT KEIL IN DER EHEMALIGEN SCHLOSSEREI IM WERKSTATTFLÜGEL

an dem physischen Ort, dem Coworking Space, berühren und direkt überschneiden. Es sind reale und gleichsam virtuelle Orte der Vergemeinschaftung von sich zunehmend professionalisierenden kreativen Wissensarbeitern. Der Charakter dieser Räume wird wesentlich durch die Operationspraktiken und Prozessverläufe der Wissensarbeiter bestimmt: Sie sind weniger auf Repräsentation ausgerichtet, vielmehr sollen sie aufgrund der flexiblen Nutzungsdauer sachlich und nüchtern zunächst drei Dinge bereitstellen: Strom, W-Lan und einen Sitzplatz.

NEUE ARBEITSORTE MÜSSEN MIT UND DURCH DIE NUTZER ENTWICKELT UND GETRAGEN WERDEN.

Der erste Teil der ehem. Fahrzeughalle, der vom Theater als Foyer genutzt wurde, bietet sich mit einer Gesamtgröße von 500 qm als Veranstaltungsfläche für Ausstellungen, Workshops, Vorträge oder kleine Kongresse bzw. Messen an. Der vom Theater als Lounge genutzte Raum würde als gemeinschaftlich genutzter und ggf. bewirteter Aufenthalts- und Kommunikationsbereich dienen.

Der zweite Teil der ehem. Fahrzeughalle (vorm. Holzwerkstatt) ließe sich als – ggf. gemeinschaftlich genutztes – Großlager mit Zufahrt über Rolltore zum Be- und Entladen nutzen. Die weiteren Räume im Erdgeschoss (im Werkstattflügel), die bis zu 215 qm umfassen, sollen als Ateliers für Künstler und Handwerker mit großem Platzbedarf dienen.

Im Zwischengeschoss könnten die vom Theater als kleine Kantine genutzten Räumlichkeiten auch zukünftig für die gastronomische Versorgung der Mieter in der ehem. Feuerwache genutzt werden.

Das erste Obergeschoss verfügt über acht Räume mit einer Größe von jeweils ungefähr 35 qm, die als gemeinschaftlich nutzbare Büro- oder Seminarräume dienen können. Diese könnten z.B. die interessierten Software-, Internet- und Design-Agenturen beziehen.

Im zweiten Obergeschoss befinden sich drei weitere mögliche Büroräume zwischen 75 und 80 qm, sowie die 275 qm große ehemalige Sporthalle (mit Schwingboden), der als Prohebühne von den interessierten Tanzschulen oder theaterpädagogischen Einrichtungen genutzt werden könnte. Auch die gemeinschaftliche Nutzung als Projektfläche im Sinne eines Co-Creation-Raumes (z.B. für Design-Thinking-Prozesse) käme dort in Frage.

Die Betriebsstruktur

Die Stadt Heidelberg vermietet die Liegenschaften Emil-Maier-Straße 16 – 18 für eine Dauer von 5 Jahren an einen Betreiber im Sinne eines Hauptmieters und Hausverwalters. Dieser erhält vergünstigte Mietkonditionen und verpflichtet sich im Gegenzug, bestimmte Aufgaben zur Gewährleistung des Betriebs des Kreativwirtschaftszentrums zu übernehmen. Dabei ist es entscheidend, dass die Betreiberin / der Betreiber ein Zentrumsmanagement einsetzt, welches mit den besonderen Anforderungen der Akteure aus der Kultur- und Kreativwirtschaft vertraut ist. Besondere Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich von modernen Arbeitsformen sowie die Bereitschaft zum Aufbau und Betrieb eines Coworking Spaces innerhalb des Kreativwirtschaftszentrums sind hier gefragt. Zudem bedarf es der Fähigkeit zur Moderation zwischen den Mietern. Die Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg ist dabei als Kooperationspartner zu berücksichtigen, der eher eine supervisorische Position einzunehmen hat. Die Evaluierung und strategische Weiterführung des gesamten Projektes stellt dabei eine der wichtigsten Aufgaben für sie dar.



Diese Coworking Spaces bedeuten zunächst ‚nebeneinander arbeiten‘. Doch das wäre nur die eine Seite eines rasant wachsenden und um sich greifenden Phänomens. Coworking verbindet Arbeits- und Kommunikationsprozesse, in dem sich diese Praktiken nicht nur digital verorten, sondern ebenso an konkreten Arbeitsräumen. Erstmals formierten sich Coworking Spaces durch lose Netzwerkbeziehungen von Computerfreaks. In dem sie sich mit ihren Computern vernetzten, Plattformen im Web aufbauten, verdichteten sie ihre Interaktionsprozesse. Temporären Meetings folgte der Gang in Cafés mit W-Lan Anschluss. Irgendwann kristallisierte sich die Idee heraus, dass man für diese Praxis ebenso eigene Räume definieren könnte: die Idee war geboren, die Community existierte und man zog mit seiner Kerngruppe in günstig zu mietende Fabriketagen. Mittlerweile besetzen auch Akteure unter dem Vorzeichen Coworking das Feld, die als Dienstleister Räume aktivieren und den zahlreichen Mikrounternehmern der Kreativwirtschaft günstige und flexibel nutzbare Arbeitsräume anbieten (z.B. Seats to meet in Holland). Sie verfolgen das Ziel, das Konzept des Coworking Space auch für andere Berufsgruppen und angestellte Personen zu öffnen, um eine Flexibilisierung von Arbeitszeit und -raum zu ermöglichen und damit mehr Selbstbestimmung zuzulassen.

Coworking Spaces bestehen demzufolge aus thematisch fokussierten Gemeinschaften respektive deren Arbeitsinfrastrukturen. Dazu gehören ein konkreter Arbeitsort und eine digitale Plattform. Der Ort kann flexibel auf die verschiedenen Projektarbeiten abgestimmt werden. Die Arbeitsplätze in Form eines gemieteten Arbeitstischs können kurzfristig und spontan angemietet werden. Die Räume weisen sich oftmals durch einen improvisierten Charakter aus. Ihr flexibler Charakter korrespondiert mit dem Anspruch der Nutzer, einen freien Denkraum ebenso wie einen sozialen Raum zu haben, in dem Gespräche möglich sind und der gegebenenfalls auch Rückzugsorte bereithält.

KREATIVWIRTSCHAFTSZENTREN SIND KREUZUNGSWEGE VON SOZIALEN NETZWERKEN.

Präsentationsräume mit Café- und Loungeanschluss runden die kommunikativen Erwartungshaltungen in der Regel ab. Voneinander unabhängige und projektweise arbeitende Programmierer, Schriftsteller oder Designer teilen sich hier nicht nur gemeinsam eine Büroinfrastruktur, sondern unterstützen sich gegenseitig bei Bedarf auch mit branchenspezifischen Hilfeleistungen. Nebenbei entwickelt sich ein soziales wie berufliches Netz.

Neue Formen des Arbeitens in Netzwerken sind nicht nur eine Reaktion auf kleinteilige und mikrounternehmerische Arbeitsformen in der Kreativwirtschaft. An diesen Verdichtungsräumen eröffnet sich ein basarartiger Tauschhandel mit immateriellen Gütern und individuellen Kompetenzen. Ein Steuerberater erhält für die Erstellung einer Jahressteuererklärung von einem Webdesigner die Erstellung seiner Visitenkarten im Web, während ein Innenarchitekt bei der Erstellung eines Auftrags mit einem Sounddesigner kooperiert. Im Rahmen dieser neuen Arbeitsformen sind Prozesse des Zufalls, des Spontanen, auf der Basis hochgradig vernetzter Akteure, essentiell.



Aufgaben der Betreiberin / des Betreibers sind:

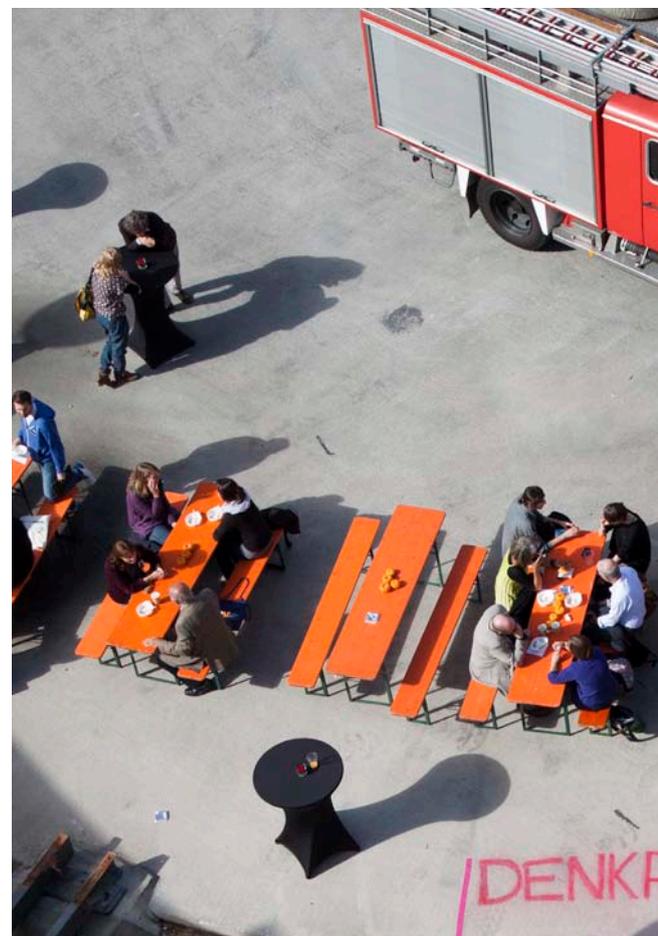
- Hausverwaltung / Vermietung der Räume
- Vorstellung, Bewerbung der Räume
- Ansprechpartner/in für Mieter/innen (bei Fragen zu den Arbeitsräumen / zum Gebäude)
- Auswahl geeigneter Mieter/innen nach Auswertung der relevanten Vergabekriterien
- Inhaltliche Unterstützung bei der Internen / externen Kommunikation und Vernetzung der Akteure, wie z.B. Pflege einer gemeinsamen Internetplattform, Newsletter, Pressearbeit etc.
- Übernahme / Koordination von Dienstleistungen wie z.B. Reinigungs-, Sicherheitsdienste etc.
- Schließ- und Pfortendienste
- Facility Management

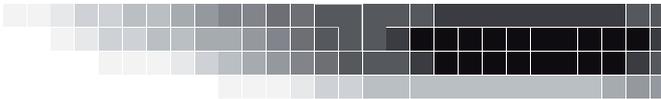
Aufgaben der Stabsstelle zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft sind:

- Vorstellung, Bewerbung der Räume
- Entwicklung von relevanten Kriterien zur Vergabe der Räume
- Beratung bei der Auswahl geeigneter Mieter/innen
- Unterstützung bei der Planung, Vermittlung, Koordination und Durchführung von Angeboten für die Mieter/innen, wie z.B. Netzwerkveranstaltungen, Werkstätten, Beratung
- Evaluierung des Entwicklungs- und Nutzungsmodells
- Erarbeitung eines weiterführenden Konzeptes gemäß Evaluierung

Präsentation / Belegung / Vergabe der Räume

Die zu vermietenden Räume der ehem. Feuerwache sollen u.a. auf der Internetplattform der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft präsentiert werden. Zur transparenten Vergabe der Räume sollen Kriterien entwickelt werden. Dazu wird die Branchenzu-





SPACE BONDING – BÜRO ZUR ENTWICKLUNG VON BÜRGERBETEILIGUNGS-SOFTWARE FÜR KOLLABORATIVE STADTENTWICKLUNG

KREATIVWIRTSCHAFTS-ZENTREN WERDEN DANN ZU EINEM WICHTIGEN ORT, WENN SIE EINEN ÜBERSCHUSS AN MÖGLICHKEITEN, INFORMATIONEN UND IDEEN ANBIETEN.

Die Verdichtung an einem Ort hat katalytische Wirkung und kreiert für alle Beteiligten einen strategischen Mehrwert: Die Heterogenität der individuellen Kompetenzen macht nicht nur Spaß, sie generiert neue Formen der Innovation, die wir als Low-Tech im Gegensatz zu den bekannten High-Tech und finanzintensiven Innovationsbereichen (Bio-, Nano- oder Halbleitertechnologie) ansprechen. Der Begriff Low-Tech bezieht sich auf ein technisches Verständnis, das sich unter den Maßstäben Funktion, Herstellung, Bedienung und Robustheit durch Einfachheit auszeichnet.

gehörigkeit, ihr Tätigkeitsprofil sowie Größe etc. der Unternehmung der Interessenten abgefragt. Relevant für die Vergabe ist ebenfalls das Interesse an der Zusammenarbeit, an anderen Dienstleistungen und Produkten im unmittelbaren Arbeitsumfeld im Sinne einer bestmöglichen Ausschöpfung synergetischer Potenziale. Die erste Bewerbungsphase sollte spätestens

zu Beginn der Instandsetzung der ehem. Feuerwache beginnen. Für die erste Bewerbungsphase sind vier bis sechs Wochen geplant.

Kriterien zur Vergabe der Räume

Relevant für die Berechtigung zur Anmietung von Räumen ist entweder die Zugehörigkeit zu einem der elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft oder die Erbringung von Dienstleistungen, die für Kreative besonders nützlich sind, wie z.B. spezialisierte Unternehmens- und Steuerberatungen. Dabei geben die meisten Räume aufgrund ihrer Beschaffenheit und Größe die Art der Nutzung vor. Mögliche Kollaboration der Mieter/innen und die Förderung von Synergien sollen eine besondere Relevanz bei der Vergabe der Räume haben. Dabei kann es sich um die gemeinschaftliche Nutzung von Räumen und/oder der Infrastruktur handeln oder um die Bereitschaft, Wissen mit anderen Kreativen zu teilen um so neue Problemlösungsansätze generieren zu können. Kommunikation und Austausch mit anderen Akteuren im Kreativwirtschaftszentrum sind ausdrücklich gewünscht.

Nun zu glauben, ohne externe Steuerung emergieren gleichsam diese neuen Formen des Arbeitens gänzlich spontan, würde übersehen, dass sich bei diesen neuen Arbeitskulturen im Grunde genommen um kuratorisch inszenierte Orte handelt. Die Betreiber von Coworking Spaces z. B. weisen sicher nicht durch rein altruistische Motive aus. Sie haben nur die richtige Idee zu einem richtigen Zeitpunkt entwickelt und diese in einen sich durch den ökonomischen Wandel transformierenden Stadtkörper platziert. Die dadurch ausgelöste Flexibilität in der Nutzung der zunehmend porösen Stadtstrukturen (Leerstand, Nischen, Brachen) erfolgt von unten, und erst langsam erkennen Immobilienbesitzer die Chance, die Kreativen nicht nur als „Trockenwohner“ zu instrumentalisieren, sondern dauerhafte Provisorien der postmodernen Stadtnutzung einzurichten. Dass die entsprechenden Orte durch die den verstärkten ‚Traffic‘ einer bestimmten Szene gleichzeitig auch sozial, kulturell und damit auch in ihrem monetären Wert aufgewertet werden, ist eine Begleiterscheinung, die gegebenenfalls auch zur Gentrifizierung führen kann.

Bauliche Maßnahmen

Die ehemalige Feuerwache wurde in den 1950er Jahren errichtet. Der Gebäudebestand weist derzeit einen dem Alter entsprechenden Zustand auf: u.a. bei der Wärmedämmung der Dachflächen. Die Fenster sind zum Teil einfachverglast, Bodenbeläge und Türen sind erneuerungsbedürftig, der Brandschutz ist verbesserungswürdig, es fehlt eine zentrale Schließanlage.



Das Konzept des Coworking ist jedoch so flexibel angelegt, dass es sich an die jeweiligen Gegebenheiten und Veränderungen anzupassen weiß. Auffällig ist, dass sich an diesen Orten schnell ein sozio-kulturelles, 'Ökosystem' entwickelt.

KREATIVWIRTSCHAFTS-ZENTREN LASSEN SICH NICHT PLANEN, SIE MÜSSEN WIE EIN ÖKOLOGISCHES ÖKOSYSTEM WACHSEN.

Das Konzept der Coworking Spaces kann unterschiedliche Ausprägungen haben. Zum einen gibt es Orte, deren Identitäten durch ihre Betreiber herausgearbeitet und mit einer impliziten Wertestruktur versehen werden. Hier wird der Ort gegebenenfalls auch als Marke aufgebaut, unter deren Dach unterschiedliche dort entstandene, bzw. durchgeführte Projekte präsentiert werden können. Solche Orte sind in der Regel stark Community-gebunden und treten auch nach außen als eine Wertegemeinschaft auf. Andere Initiativen wiederum sehen sich eher als Bindeglied zwischen Mensch und Ort mit dem Ziel, „neue Orte für neues Arbeiten“ zu entwickeln. Hier ist der Anspruch weniger ideologisch-marktorientiert als vielmehr pragmatisch: Man sucht Gleichgesinnte außerhalb der eigenen vier Wände.

WARUM KOLLABORATION AN EINEM ORT?

Teilen steht angesichts wachsender Wettbewerbe um knappere Budgets eigentlich nicht auf der Tagungsordnung. Weil in Zeiten der wirtschaftlichen Krise, knapper Ressourcen, der verkürzten Halbwertszeit von Wissen sowie der Unklarheit über den nächsten Trend nicht gerne abgegeben wird. Entgegen dieser Sichtweise gibt sich ein Trend zu erkennen, exklusives Wissen nicht für sich zu schützen, sondern zu teilen, da es zum einen keinen signifikanten Wettbewerbsvorteil mehr verschafft.



Um die Liegenschaft als Kreativwirtschaftszentrum nutzbar zu machen, sind folgende Baumaßnahmen notwendig: Elektroinstallationen, Fenster- und Dachinstandsetzungsarbeiten mit Gerüststellung – auch für Betonsanierungsarbeiten – sowie Entwässerungsarbeiten an der Bodenplatte im Hof und Ausbau zu Proberäumen im Untergeschoss. Diese Instandsetzungsmaßnahmen werden durch das Gebäudemanagement der Stadt Heidelberg vorgenommen und werden mit Mitteln aus dem Bauunterhalt der Stadt Heidelberg finanziert.



CROWDFUNDING DINNER DER KEIL COLLECTION



DER BUND DEUTSCHER ARCHITEKTEN DISKUTIERT ÜBER ...



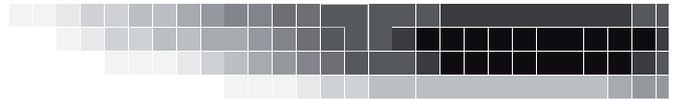
... DEN HUGO-HÄRING-PREIS FÜR AUSGEZEICHNETE BAUKULTUR



NETZWERKTREFFEN ARCHITEKTUR + DESIGN



DENKFEST: WORKSHOP KUNST UND GESELLSCHAFT



Zum anderen geben sich komplexe ökologische und gesellschaftliche Probleme zu erkennen, die nicht mehr mit Hilfe selektiver und technokratischer Expertenlösungen bewerkstelligt werden kann: Und genau da macht Kollaboration nicht nur Sinn, es verschafft mehreren Akteuren einen Vorteil, denn Teilen macht monetär betrachtet auf längere Sicht Sinn!

SHARING SCHAFFT NEUE SOZIALE ORTE.

Eine jüngere Generation in technik- und kreativaffinen Milieus macht sich seit mehreren Jahren auf den Weg zu zeigen, dass Teilen nicht nur das Gute und Schöne bedient, ehrenwert und moralisch erhebend ist, sondern dass es monetär Sinn macht, sozialen Mehrwert bietet und darüber hinaus auch noch gesellschaftlich en vogue ist. Anders als die alten Kader der etablierten Funktionssysteme Bankenwelt, Politik und Großhandel, die um Steuersätze, Schuldentilgung und Kreditrettungsschirme feilschen, gibt sich eine wachsende „sharing community“ zu erkennen, den Besitzstandswahrem ein alternatives Modell vorzuführen.

GESUCHT WERDEN MUSS EIN ENTWICKLUNGSMODELL, WENIGER EIN BETREIBERMODELL.

Diese innovativen Kollaborationsformen finden nicht nur in bekannten Bereichen von Ökologie, Ernährung oder Softwareentwicklung und sogar der Automobilität statt. Bei Local Motors aus Detroit arbeitet eine virtuelle Gruppe an Autoentwicklungen, welche durch crowdfunding zu realen Fahrzeugen werden. Man kollaboriert beim Prototyping von zukunftsfähigen Autos und teilt das Wissen im Zuge der Bewertung anderer Ideen. Auf Tamyca teilen die Nutzer ganz konkret ihre eigenen Autos in der direkten Nachbarschaft. Insgesamt wächst die Gruppe von Menschen, die lieber Autos teilen als sie zu besitzen, sodass auch BMW und Daimler mit car2go und drivenow darauf setzen, ihre Modelle nicht nur zum Kauf, sondern auch zur flexiblen Miete anzubieten.

DESIGN-THINKING-WORKSHOP ZUR ENTWICKLUNG DES EHEM. HOTELS „METROPOL“ ALS ZENTRUM FÜR ARCHITEKTUR + DESIGN

Zwischennutzung durch die Stadtverwaltung

Die ehemalige Feuerwache wurde im August 2012 vom Theater und Philharmonischen Orchester der Stadt geräumt. Somit standen zunächst große Teile des Gebäudekomplexes leer.

Als Ausweichquartier zum Palais Graimberg, das derzeit dringend notwendig saniert wird, haben im September 2012 das Stadtplanungsamt sowie weitere Ämter des Baudezernats für eine Dauer von voraussichtlich 16 Monaten den Büroflügel der ehem. Feuerwache sowie das ehem. Bereitschaftspolizeigebäude bezogen. Die Räume im Werkstattflügel sowie das gesamte Hauptgebäude der ehem. Feuerwache bleiben davon unberührt, so dass die Zwischennutzung durch die städtischen Fachämter in der frühen Betriebsphase des Kreativwirtschaftszentrums keine Auswirkung auf das Potenzial an Proberäumen, Ateliers und Bewegungsräumen, sondern lediglich auf die Anzahl von vorwiegend kleinteiligen Büronutzungsmöglichkeiten hat. Nach Auszug der Fachämter kann das Kreativwirtschaftszentrum um diese Räume erweitert werden.



FORMAD E. V.: FÖRDERUNG VON ARCHITEKTUR UND DESIGN



GET-TOGETHER IM HOF DER EHEM. FEUERWACHE



DENKFEST DER FESTIVALREGION RHEIN-NECKAR



POSTERS FOR TOMORROW: DESIGN FOR GENDER EQUALITY

Teilen bedroht nicht das einmal erworbene Wissen sowie Güter und Infrastrukturen, es optimiert sie und schafft soziale Mehrwerte zwischen Menschen mit ähnlichen Zielen und Einstellungen. In diesen Gemeinschaften wird relativ unideologisch und praxisnah nach alternativen Formen der Wissensproduktion gesucht.

SOZIALE INNOVATIONEN SIND AN DIE FORMIERUNG VON NEUEN GEMEINSCHAFTEN GEKOPPELT.

Innerhalb wissens- und ideenbasierter Ökonomien - und damit auch in der Kreativbranche - entstehen Kulturen neuer Arbeits- und Lebensformen, die - ob nun im Gewand vorindustrieller Organisationsstrukturen oder als informelle Netzwerke - als Kulturen sozialer Teilhabe beschrieben werden können. Sie bemessen sich an der Fähigkeit und Bereitschaft des Einzelnen, sich mit seinen kreativen und sozialen Ressourcen in eine Gemeinschaft einzubringen.

Damit basiert die kreative Netzwerkgesellschaft in weiten Teilen auf einer Ökonomie der Kontribution (Beitrag) und Reputation (Anerkennung). Formen der Wertschöpfung, die aus der sozialen Sphäre resultieren, werden hervorgebracht und in komplexen, arbeitsteiligen Gemeinschaftsprozessen auch ökonomisch weiterentwickelt. Dadurch werden neue Formen der Kompetenz relevant, mitunter geht das damit einher, dass formale Qualifikationserträge - Abschlüsse, Zertifikate etc. - weniger wichtiger werden und Netzwerkwissen bedeutsamer und relevanter. Im Zeitalter der Konnektivität ist die Anwendung von Open Source ein zentrales Organisationsprinzip.



DAS MODELABEL EVA WAVE NUTZT RÄUME ALS LAGER



DER BERLINER PETER R. KEIL BLEIBT DREI MONATE HIER



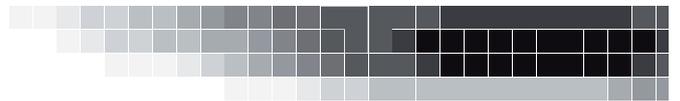
FÜHLT SICH WOHL: M. BURGBACHER VON SPACE BONDING

Interimsnutzung als Testphase für den Betrieb

Seitdem das Theater und Orchester Heidelberg die ehem. Feuerwache verlassen hat, finden dort Veranstaltungen wie bspw. das Denkfest der Festivalregion Rhein-Neckar, die Gründungs- und Mitgliederversammlungen des formAD e.V. zur Förderung von Architektur, Design und Kommunikation, eine Architekturausstellung zum großen Hugo-Häring-Preis für ausgezeichnete Baukultur oder die internationale Designausstellung „Posters for Tomorrow“ zum Thema Gleichstellung von Mann und Frau statt.

In der Zeit bis zum Betriebsbeginn des Kreativwirtschaftszentrums - vom 1. Januar bis 31. März 2013 - läuft eine dreimonatige Testphase. In diesen Zeitraum haben sich Akteure zur kreativwirtschaftlichen Zwischennutzung im Gebäude eingemietet. Es handelt sich hierbei um Musiker/innen, Software-Entwickler, Künstleragenturen, Designer/innen, Fotografinnen und bildende Künstler/innen sowie um Modelabels, Event-Dienstleister u.a..

Weitere geplante Veranstaltungen bis Ende März 2013 sind u. a. mehrere Kreativ-Workshops, Netzwerktreffen der Kultur- und Kreativwirtschaft, Informationsveranstaltungen, eine Werkschau des Künstlers Peter Robert Keil, ein Pre-Event zum Heidelberger Innovationsforum mit Vortrag über Design-Thinking, ein bw:con Business Round Table mit Experten aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Präsentation der Longlist des WeldeKunstpreises für Fotografie mit Juriesitzung.



Es ermöglicht eine kollektive Intelligenz, in der Solidarität und Wettbewerb Hand in Hand gehen.

Die dabei entstehenden neuen Vergemeinschaftungen und Kollaborationen müssen aber immer wieder hergestellt und gewissermaßen kuratiert werden, sie funktionieren dabei sowohl virtuell als auch real-wirksam und lassen sich durch den Begriff der Schnittstelle genauer erfassen. Da bei haben die auf den Plattformen des Web 2.0 erprobte Selbstermächtigung professioneller Amateure und ihrer Netzwerke auf andere Institutionen übergreifen – und somit den Begriff Soziale Innovation auf die Agenda gebracht.

DAS STUDIO DER FOTOGRAFIN SABINE ARNDT (ENJOY YOUR FAMILY) IM WERKSTATTFLÜGEL DER EHEMALIGEN FEUERWACHE



SELBST EIN VW KÄFER LÄSST SICH IN DEN RÄUMEN BEMALEN.



MARTIN HOMANN GIBT AUCH SCHLAGZEUGUNTERRICHT

Es geht einerseits um Innovationen, die die Institutionen des Gemeinwesens verbessern und dabei insbesondere die Belange der Schwächeren und Marginalisierten verfolgen. Gleichzeitig ist gemeint, dass diese sozialen Innovationen in einem partizipatorischen Prozess mit vielen Beteiligten entstehen, angepasst und weiterentwickelt werden. Auch hier steht das erprobte Modell der Open-Source-Software Pate, das verschiedene Rollen kennt und unterschiedliche Grade des Engagements zulässt.



GUTE STIMMUNG IM BÜRO VON ONKEL LINA



IN DER BEWIRTETEN LOUNGE TREFFEN SICH DIE KREATIVEN



Impressum

Herausgeberin

Stadt Heidelberg

Texte

„Ökonomische Impulswirkungen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft durch ein Zentrum in der ehemaligen Feuerwache der Stadt Heidelberg“

Institut für Südwestdeutsche Wirtschaftsforschung, Leonberg

„Eckpunkte und Kriterien für die Entwicklung eines Kreativwirtschaftszentrums in Heidelberg“

Prof. Dr. Bastian Lange, Malte Bergmann / Multiplicities-Berlin

Bildnachweise / Fotos:

Sabine Arndt

Chris Beltran

Bund Deutscher Architekten

formAD e.V.

Mircea W. Gutu

Keil Collection

Oliver Mezger

Björn Pospiech

Stadt Heidelberg

Frank Zumbach

Stand: 22. Januar 2013

Literatur

Anderson, Chris (2010): *In the Next Industrial Revolution, Atoms Are the New Bits*. In: *Wired* Januray: S. <http://bit.ly/4UKqPx>.

Benkler, Yochai (2002): *Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm*. In: *The Yale Law Journal*, 112, S. 369-446.

Friebe, Holm / Ramge, Thomas (2008): *Marke Eigenbau: der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion*. Frankfurt/Main [[u.a.]: Campus-Verl.

Fritsch, Michael, Alexander Kritikos / Alina Rusakova, 2012: *Selbstständigkeit in Deutschland: Der Trend zeigt seit langem nach oben*. In: *DIW Wochenbericht* Nr. 4. Berlin: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung. Abrufbar unter: <http://bit.ly/UtoeAx> (28.11.2012).

Grabher, Gernot (2004): *Learning in Projects, Remembering in Networks?: Communitality, Sociality, and Connectivity in Project Ecologies*. In: *European Urban and Regional Studies* 11, Vol. 2: S. 103-123.

Klotz, Michael (2009): *IT-Compliance - Ein Überblick*. Heidelberg: dpunkt-Verlag.

von Streit, Anne (2011): *Entgrenzter Alltag – Arbeiten ohne Grenzen? Das Internet und die raum-zeitlichen Organisationsstrategien von Wissensarbeitern*. Bielefeld: Transcript.

Datenquellen

KfW-Gründungsmonitor 2011

Statistiken der Bundesagentur für Arbeit

Statistisches Bundesamt: *Ergebnisse des Mikrozensus*

KfW Bankengruppe, 2011: *Jung, beständig, solo und urban: Gründer in der Kreativwirtschaft*. Presseerklärung. Abrufbar unter: <http://bit.ly/110uQsF> (28.11.2012).

Statistiken der Bundesagentur für Arbeit

Statistisches Bundesamt: *Ergebnisse des Mikrozensus*

