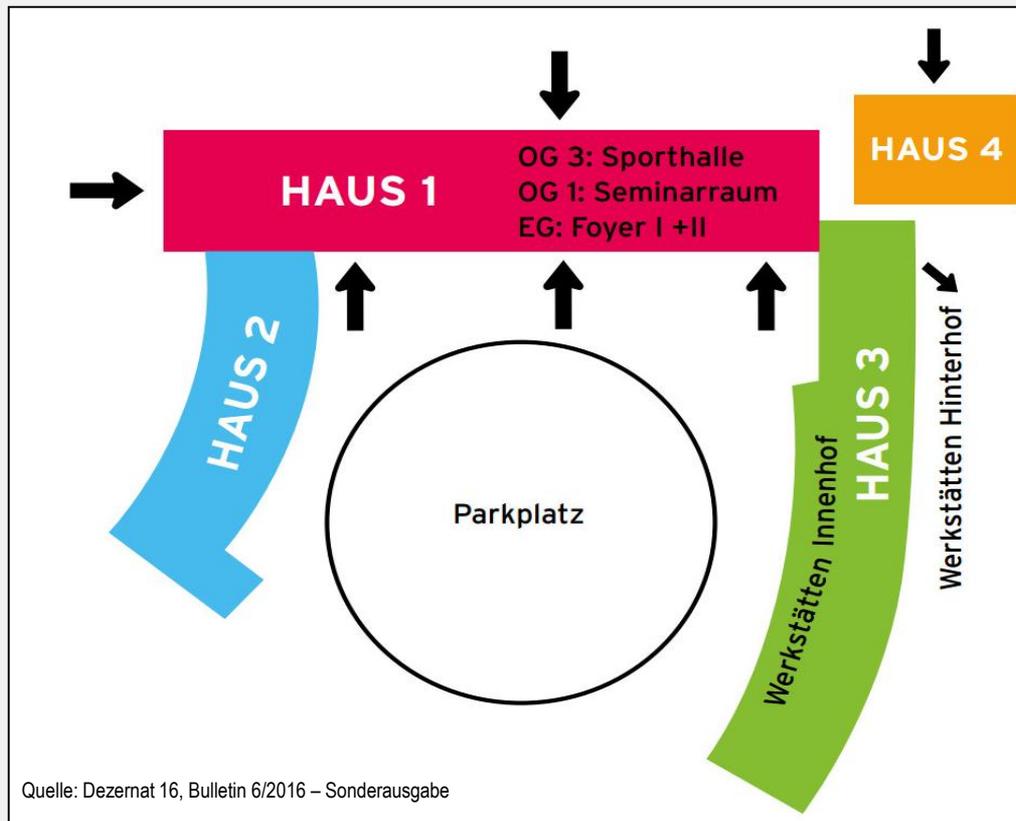


Zwischenevaluation zur Entwicklung des Kultur- und Kreativwirtschaftszentrums in der alten Feuerwache Heidelberg



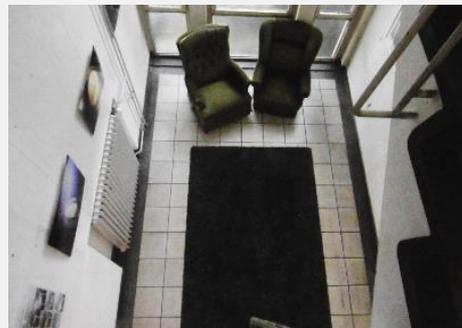
1 Ziele (1)

Aufgabe:

Einschätzung, inwieweit die mit der Gründung des „Dezernats 16 – Kultur- und Kreativwirtschaft in der alten Feuerwache Heidelberg“ verfolgten Ziele erreicht worden sind.

Die Konzeption benennt als Oberziel drei Dimensionen:

- es soll die Wahrnehmung Heidelbergs als kreative Stadt gestärkt werden,
- die Kreativen sind an die Stadt zu binden und
- es sollen mehr Neugründungen initiiert werden.



1 Ziele (2)

Weitere Unterziele:

- die Entwicklung guter Rahmenbedingungen für Unternehmen aus der Kreativwirtschaft und für Kreativakteure,
- die Schaffung eines attraktiven, anregenden Umfelds für die Kultur- und Kreativwirtschaft,
- die Schärfung des Profils der Kreativwirtschaft Heidelbergs durch die Positionierung als Literaturstadt und die Vertiefung der Vernetzung innerhalb der Branche der Kreativwirtschaft, mit Wissenschaft sowie anderen Wirtschaftsbrachen.

Unter Berücksichtigung des im April 2013 vom Gemeinderat beschlossenen Belegungsschlüssels für das Dezernat 16.



2 Auswertung der Anmeldestatistik (1)

Branchenzugehörigkeit (Selbsteinschätzung mit möglicher Mehrfachnennung)

Branche	Anzahl
1 Musikwirtschaft	86
2 Buchmarkt	18
3 Kunstmarkt	72
4 Filmwirtschaft	36
5 Rundfunkwirtschaft	12
6 Markt für Darstellende Künste	43
7 Designwirtschaft	99
8 Architekturmarkt	19
9 Pressemarkt	20
10 Werbemarkt	58
11 Software-/Games-Industrie	39
12 Sonstige	74

2 Auswertung der Anmeldestatistik (2)

Anzahl der Umzüge aus dem Dezernat 16 seit 2013 mit Angaben zum Zielgebiet sowie Anzahl der Geschäftsaufgaben:

Zielgebiet	Anzahl
Heidelberg Stadtgebiet	7
Berlin	3
Hamburg	1
Frankreich	1
Niederlande	1
Gesamt seit 2013 Ohne Berücksichtigung von Betrieben im Geschäftsfeld Coworking	13
Auszüge mit Geschäftsaufgabe seit 2013 (insgesamt)	8

Quelle: STADTart 2017, nach Angaben der Heidelberger Dienste gGmbH (HDD), Stand 16.12.2016

3 Befragungsergebnisse (1)

Anzahl und prozentuale Anteile der Mieter des Dezernats 16 nach Teilmärkten

Branche	Anzahl der Mieter	Anteil der Mieter in Prozent
1 Musikwirtschaft	8	16 %
2 Buchmarkt	0	0 %
3 Kunstmarkt	10	20 %
4 Filmwirtschaft	1	2 %
5 Rundfunkwirtschaft	0	0 %
6 Markt für Darstellende Künste	4	8 %
7 Designwirtschaft	8	2%
8 Architekturmarkt	1	8 %
9 Pressemarkt	0	0 %
10 Werbemarkt	2	4 %
11 Software-/Games-Industrie	5	10%
12 Sonstige	11	22 %
Gesamt	50	100 %

3 Befragungsergebnisse (2)

34 Mieter haben an der telefonischen Befragung teilgenommen (Stand 16.12.2016, bei insgesamt 60 Mietern nicht ganz 60 %), bei gegenwärtig wieder 76 Mietern liegt der Wert bei rund 45 %

Zeitpunkt des Einzugs:

Jahr		Dienstleistungsbezogene Kreative		Kulturbezogene Kreative	
2013	41 %	6	43 %	8	40 %
2014	35 %	7	50 %	5	25 %
2015	15 %	1	7 %	4	20 %
2016	9 %	-	-	3	15 %
Gesamt	100 %	14	100 %	20	100 %

Quelle: STADTart 2017, telefonische Befragung N=34

3 Befragungsergebnisse (3)

Einschätzung der Umsatzentwicklung seit Einzug ins Dezernat 16 nach Kategorien:

Umsätze/Mieter	Dienstleistungsbezogene Kreative	Kulturbezogene Kreative	Gesamt
Stabil (bis 10 %)	5	7	12
Leicht steigend (11 – 20 %)	1	5	6
Stark steigend (mehr als 20 %)	8	7	15
Sinkend	-	-	-
Gesamt	14	19	34

Quelle: STADTart 2017, telefonische Befragung N=34

3 Befragungsergebnisse (4)

Einschätzung der Gesamtentwicklung des Dezernats 16:

Bewertung	Dienstleistungsbezogene Kreative	Kulturbezogene Kreative	Gesamt	
Sehr positiv	0	2	2	6 %
Positiv	8	10	18	55 %
Neutral	4	6	10	30 %
Negativ	2	1	3	9 %
Sehr negativ	0	0	0	0 %
Gesamt	14	19	33	100 %

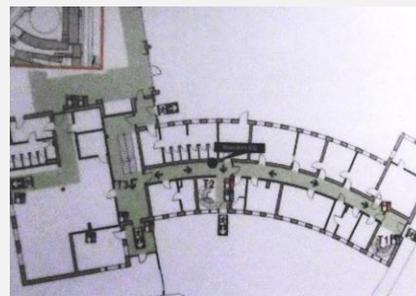
Quelle: STADTart 2017, telefonische Befragung N=34

4 Zusammenfassung der Ergebnisse (1)

Die Auswertungsergebnisse der telefonischen Befragung unter den Mietern des Dezernats 16 lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Das Dezernat 16 ...

- ... wird vor dem Hintergrund unterschiedlicher Anforderungen der „kulturbezogenen Kreativen“ und der dienstleistungsbezogenen Kreativen“ punktuell unterschiedlich eingeschätzt
- ... hat die Erwartungen der Mieter an ein Gründerzentrum weitgehend erfüllt
- ... hat in den Jahren seit der Eröffnung in 2013 bei dem überwiegenden Teil der Mieter zur Stärkung der wirtschaftlichen Basis der Betriebe beigetragen
- ... hat als Inkubator zudem zur Intensivierung der Zusammenarbeit der Mieter untereinander beigetragen



4 Zusammenfassung der Ergebnisse (2)

Das Dezernat 16 ...

- ... wird in der Gesamteinschätzung der Mieter überwiegend positiv bewertet
- ... wirkt trotz der bislang kurzen Laufzeit von vier Jahren schon heute als „Durchlauferhitzer“ für Existenzgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt
- ... wirkt seitens der Mieter auch als „Lernort“ für Existenzgründungen angenommen (in Abhängigkeit von der Existenzgründungsphase)
- ... bedarf nach Einschätzung der Mieter insbesondere einer Renovierung bzw. Verschönerung des Gebäudes und einer Verbesserung des Gebäudemanagements



5 Einschätzung der mit der Gründung des Dezernats 16 verfolgten Oberziele

Oberziele	Einschätzung und Beleg	Kommentar
Wahrnehmung Heidelbergs als „kreative Stadt“ stärken	<p><i>Teilweise erreicht</i></p> <p>Die Auswertung von Publikationen lässt darauf schließen, dass dies im regionalen Kontext bei interessierten Zielgruppen erfolgt ist</p>	Solche Prozesse dauern zumeist deutlich länger als drei/vier Jahre und stellen sich erfahrungsgemäß erst bei einer Vielzahl an Maßnahmen mit derselben Zielrichtung ein
Kreative an Standort binden	<p><i>Nahezu voll erreicht</i></p> <p>Die anhaltend hohe Anzahl an Interessenten, die geringe Anzahl an Verlagerungen zeigen, dass das Zentrum dazu einen großen Beitrag geleistet hat</p>	Vermutlich hätten manche der Nutzer auch andernorts in der Stadt einen Standort gefunden. Bei alternativen Raumangeboten in der Region und gleichzeitig guter Erreichbarkeit wären jedoch auch einige abgewandert
Mehr Neugründungen erreichen	<p><i>Nahezu voll erreicht</i></p> <p>Die verlagerten Betriebe, weitere Verlagerungen, die Erfolge des Coworking-Bereichs zeigen dies</p>	Sicherlich hätten einige der Mieter auch ohne das Zentrum am Standort Heidelberg gegründet. Doch hat das Dezernat 16 die Rahmenbedingungen für eine zusätzliche Anzahl an Neugründungen verbessert

5 Einschätzung der mit der Gründung des Dezernats 16 verfolgten Unterziele (1)

Unterziele	Einschätzung und Beleg	Kommentar
<p>Entwicklung guter Rahmenbedingungen für Unternehmen aus der Kreativwirtschaft und für Kreativakteure</p>	<p><i>Nahezu voll erreicht</i></p> <p>Mit dem preisgünstigen Raumangebot im Dezernat 16 besteht in angespannten Immobilienmärkten eine zentrale Rahmenbedingung für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zusammen mit anderen Aspekten (z. B. der Lage) schlägt sich dies in einer überwiegend positiven Umsatzentwicklung nieder</p>	<p>Zu diesem Ergebnis haben u.a. die Beratungen und sonstigen Aktivitäten seitens der Stabsstelle sowie weitere Veranstaltungen im Dezernat 16 beigetragen</p>
<p>Schaffung eines attraktiven, anregenden Umfelds für die Kultur- und Kreativwirtschaft</p>	<p><i>Nahezu voll erreicht</i></p> <p>Nach Einschätzung der Mieter bietet das Dezernat 16 ein günstiges Umfeld für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Insbesondere wird die Zusammenarbeit der Mieter erleichtert</p>	<p>Bei einer insgesamt positiven Gesamtentwicklung besteht nach Einschätzung der Mieter dennoch ein gewisser Handlungsbedarf</p>

5 Einschätzung der mit der Gründung des Dezernats 16 verfolgten Unterziele (2)

Unterziele	Einschätzung und Beleg	Kommentar
Schaffung eines Profils der Kreativwirtschaft Heidelberg durch Positionierung als Literaturstadt	<p><i>Kaum erreicht</i></p> <p>Die aktuelle Belegung des Dezernats 16 zeigt, dass kaum einer der Mieter aus dem Literaturmarkt kommt, jedoch sind andere Mieter mit diesem Teilmarkt über Dienstleistungen verbunden</p>	<p>Solche Ziele bedürfen eines besonderen „langen Atems“, insbesondere bei tradierten Standortstrukturen. Zudem sind dabei Literaturveranstaltungen wichtiger</p>
Vertiefung der Vernetzung innerhalb der Branche, mit Wissenschaft sowie anderen Branchen	<p><i>Teilweise erreicht</i></p> <p>Die identifizierte Zusammenarbeit zwischen den Mietern des Dezernats 16 macht deutlich, dass mit dem Zentrum für manche Mieter eine Vernetzung innerhalb der Branche erleichtert worden ist</p>	<p>Erfahrungsgemäß benötigt die Vertiefung von Vernetzungen mehr als vier Jahre. Es kann davon ausgegangen werden, dass in der folgenden Stabilisierungsphase die Vernetzung zunimmt</p>

6 Handlungsvorschläge

Urbane Orte bzw. Einrichtungen wie das Dezernat 16 werden als niederschwelliges Angebot für die Kultur- und Kreativwirtschaft dringend benötigt (nach HDD derzeitig rund 220 Arbeitsplätze)

Vorschläge zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung des Dezernats 16 bzw. der Branche:

- Aktualisierung und Erweiterung der Anmeldestatistik (Monitoring),
- Modifizierung der Vermietungsregelungen,
- Optimierung des Gebäudemanagements,
- „Wiederbelebung“ einer jährlich durchzuführenden Mieterversammlung,
- Anpassung und Ausdifferenzierung des Beratungsangebots für Existenzgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Trennung der Vermietung im Dezernat 16 zwischen „Kulturbezogenen Kreativen“ und „Dienstleistungsbezogenen Kreativen“ der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Erarbeitung eines überlokalen integrierten Standortkonzepts der Kultur- und Kreativwirtschaft (u.a. mit Campbell-Barracks, „Landfried-Komplex“)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



STADTart

Büro für Planung - Beratung - Kommunikation

Dipl.-Ing./Stadtplaner NW Ralf Ebert

Gutenbergstraße 34, 44139 Dortmund

Fon: 02 31 / 5 84 49 95 - 0, Fax: 02 31 / 5 84 49 95 - 27

Mail: mail@stadtart.com

www.stadtart.com

Beratung

Prof. Dr. Elmar Konrad

Direktor des Instituts für unternehmerisches Handeln der Universität Mainz

