

# Beauftragter für Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg

Tätigkeitsbericht 2010 | 11



## Vorwort | Anmerkungen

- Zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen all diejenigen, die sich (vorwiegend) erwerbswirtschaftlich orientiert mit der Schaffung, Produktion (1. Wertschöpfungsebene) und der Verteilung und/oder (medialen) Verbreitung (2. Wertschöpfungsebene) von kulturellen und/oder kreativen Dienstleistungen und/oder Produkten befassen.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft bildet einen Schwerpunkt in der wissensbasierten Ökonomie mit einem überdurchschnittlichen Beschäftigtenanteil und Umsatzzahlen in Höhe von jährlich fast 600 Mio. EUR in Heidelberg. Dieser Wirtschaftssektor besteht jedoch mit seinen insgesamt elf Teilmärkten aus außergewöhnlich heterogenen Strukturen und Anforderungen. Eine differenzierte Betrachtung und Behandlung der unterschiedlichen Branchen und deren Akteure ist daher dringend erforderlich.
- Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft plant nicht etwa „die Kunst unter ein wirtschaftliches Diktat zu stellen“. Sie soll auch nicht die öffentliche Kulturförderung ersetzen. Im Gegenteil: Die Rahmenbedingungen für kreatives Arbeiten sollen verbessert und gefördert werden. Davon profitieren nicht nur die Kreativen selbst, sondern die ganze Gesellschaft.



# 01 | Arbeitsfelder

- 1 | Strategien entwickeln
- 2 | Bewusstsein schaffen
- 3 | Akteure vernetzen
- 4 | Freiräume schaffen
- 5 | Ansprechpartner | Schnittstelle sein
- 6 | Impulse setzen



# 01.1 | Strategien entwickeln

- bottom up | der Heidelberger Weg
  - Bedarf ermitteln
  - bedarfsgerechte Angebote schaffen
  - authentisch gewachsenes Profil aufbauen
  - Zukunftsfähigkeit fördern



# 01.1 | Strategien entwickeln

- Wirtschaftsstarke Teilbranchen stärken
  - Buchmarkt | Literaturwirtschaft
  - Software | Games
- Gründerklima verbessern
- Kreative Ökonomie in die Stadtentwicklungsplanung einbeziehen



## 01.2.1 | Bewusstsein schaffen

- in der Öffentlichkeit
- innerhalb der KKW
- in der Wirtschaft
- in der Verwaltung
- in der Kommunalpolitik



## 01.2.2 | Bewusstsein schaffen

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Vorträge | Präsentationen
- Podiumsdiskussionen | Gesprächsformate
- Branchen- | Netzwerktreffen
- Gespräche | Roundtables | Workshops



# Anlage 01 zur Drucksache: 0193/2011/BV

## Wird Heidelberg als Literaturstadt vermarktet?

Frank Zumbach ist der 1979er Heidelberger für Kultur und Kreativwirtschaft. „Das ist mein Traum.“

Frank Zumbach ist der 1979er Heidelberger für Kultur und Kreativwirtschaft. „Das ist mein Traum.“

## HEIDELBERG



## Kultur statt Gasflaschen

Die Firma Brodbeck hat in der Hebelstraße einen Raum für Kreative entstehen lassen. Städtische Förderung ist ein großer Bestandteil.

Die Firma Brodbeck hat in der Hebelstraße einen Raum für Kreative entstehen lassen. Städtische Förderung ist ein großer Bestandteil.

## Wie kann man die Künstler fördern?

Produktionsleiter über „Kultur und Kreativwirtschaft“ im Forum für Kunst in Heidelberg – Lebhatte Publikumsbetreuung

Produktionsleiter über „Kultur und Kreativwirtschaft“ im Forum für Kunst in Heidelberg – Lebhatte Publikumsbetreuung



## HEIDELBERG

Frank Zumbach kommt als stellvertretender Rathaus- und Kultur- und Kreativwirtschaft

Frank Zumbach kommt als stellvertretender Rathaus- und Kultur- und Kreativwirtschaft

## „Viele Kreative sind auf Raumsuche“

Frank Zumbach: Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Frank Zumbach: Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Kreative in der Peripherie

WIKTOR OBIAS: Heidelberg ist ein Ort der Kreativität und Innovation. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

WIKTOR OBIAS: Heidelberg ist ein Ort der Kreativität und Innovation. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Der Aufbauhelfer

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

## FEUILLETON

## Klappen gehört zum Geschäft

Heidelberg und Mannheim setzen auf die Kreativwirtschaft und folgen damit einem bundesweiten Trend.

Heidelberg und Mannheim setzen auf die Kreativwirtschaft und folgen damit einem bundesweiten Trend.



## Freiräume für Kreativität

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Freiräume für Kreativität

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Freiräume für Kreativität

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Freiräume für Kreativität

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Freiräume für Kreativität

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.



## Freiräume für Kreativität

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.

Heidelberg schafft im „COLLABOR D1“ einen Ort für die Kreativwirtschaft. Die Stadt hat eine Aufgabe bei der Förderung von Kulturen und Kreativwirtschaft.





## 01.2.2.2 | Vorträge | Präsentationen

- Bürgerfest | Kreativwirtschaft Heidelberg
- IHK Rhein-Neckar | KKW im Dialog
- Heuer Dialog | Immobilienwirtschaft
- Universität Heidelberg | Soziologisches Institut
- AGD, Architektenkammer, Rotary Club, ...



# 01.2.2.2 | Vorträge | Präsentationen



## 01.2.2.3 | Podiumsdiskussionen | Gesprächsformate

- Freiraum für Jugendkultur | DAI
- KKW im Gespräch | Hebelhalle
- Kulturförderung | Forum für Kunst
- Regionale KKW-Förderung | IT-FORUM
- KKW im Gespräch | Hochschule Mannheim



# 01.2.2.3 | KKW im Gespräch | Architektur



© Valentin Bachem



© Valentin Bachem

18. März 2011 | Hebelhalle

Veranstaltungsreihe in Kooperation mit Sebastian Dresel, Beauftragter für Kultur- und Kreativwirtschaften der Stadt Mannheim



## 01.2.2.4 | Teilnahme an Kongressen | Fachtagungen

- Stadt und Kulturwirtschaft | BMWi + Städtetag [Düsseldorf]
- Europäische Förderprogramme | MFG Ba-Wü [Stuttgart]
- Jahreskonferenz KKW | BMWi [Berlin]
- Create-Forum | CREATE10 | MFG Ba-Wü [Stuttgart]
- Regionalbüro KKW | Netzwerktreffen Ba-Wü [Stuttgart]
- Fachforum Mikrofinanzierung | RKW Ba-Wü | Monex [Mannheim]
- Kultur findet Stadt | Franziska Brantner | Europaparlament [Mannheim]
- Kulturfrühstück „Kultur in Deutschland“ | Staatssekretär Otto [Heidelberg]
- Innovationsforum | MFG Ba-Wü + KTS [Heidelberg]
- Denkfest | Festivalregion Rhein-Neckar [Schwetzingen]
- Creativity and Business Convention | c/o POP [Köln]



## 01.3 | Akteure Vernetzen

- Internetplattform
- Social Media Network
- Branchenhearings
- Netzwerktreffen
- Informationsveranstaltungen



# 01.3.1 | Internetplattform

Willkommen bei der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft

**1 Neue Räume für Kreative entdecken.**

Eine Studie hat ergeben, das es zu wenig Raum für Kreative in Heidelberg gibt...  
Durch eure aktive Teilnahme wollen wir erfahren welchen Raumbedarf ihr tatsächlich habt.  
**Und so funktioniert es ...**

Hier klicken!

Als Gast bietet Ihnen diese Seite eine Übersicht über Heidelberger Unternehmen aus den elf Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie haben die Möglichkeit, die Profile der Anbieter zu vergleichen um ggf. einen geeigneten Partner kontaktieren zu können.

Artikel suchen

Gefällt mir

Wer ist zurzeit online

Themenbereiche

- Aktuelles (64)
- Architekturmärkte (19)

- ca. 100 Unternehmen
- über 150 Nutzer
- über 30 Raumgesuche
- über 15 Raumangebote
- über 200 Veranstaltungen
- über 10 Jobangebote
- über 30 Bildungsangebote
- über 20 Förderprogramme
- über 15 Wettbewerbe





# 01.3.2 | Facebook-Community



- Veranstaltungshinweise
- Vernetzung regionale Aktivitäten
- Neue Beiträge Internetplattform
- Ausschreibungen
- Förderprogramme
- über 500 Einträge
- ca. 200 monatlich aktive Nutzer
- ca. 15.000 Beitragsaufrufe
- über 150 „Gefällt mir“ Angaben





# Branchenhearing „Buchmarkt | Literaturwirtschaft“



7.12.2010 | Deutsch-Amerikanisches Institut  
36 Teilnehmer

- Weitere Vernetzung ist erwünscht (z.B. weiteres Branchenhearing, Stammtisch)
- In Anlehnung an Kulturleitsystem: Kultur *wirtschafts*leitsystem konzipieren
- „Literaturhaus“: integriertes Konzept erarbeiten (Zentrum für Literatur & Medien)
- Profilierung als Stadt der Literatur

# Branchenhearing „Software | Games“



29.03.2011 | Studio Villa Bosch  
33 Teilnehmer

- Infrastruktur nicht ausreichend
- Kein Profil als Software-/Games-Standort
- Fachkräftemangel → Absolventen (Uni, SRH etc.) halten!
- Starker Bedarf an Vernetzung (erster „Kreativabend Software/Games“ und „Business-Frühstück“ bereits umgesetzt)

## 01.4 | Freiräume schaffen

- Raumbedarf ermitteln [qualitativ und quantitativ]
- Zwischennutzung von Leerständen ermöglichen
- Spielraum für Alternativkultur zulassen
- bedarfsgerechte Arbeitsräume anbieten
- PPP-Modelle zur Realisierung ausarbeiten
- Nutzungskonzepte für Brachflächen entwickeln



## 01.4.1 | Ermittlung Raumbedarf [qualitativ]

- Persönliche Befragung von Kreativen
- Bedarfsanalyse über Internetplattform
- Potenzialanalyse Brachflächen > spacebonding.net
  - Alte Feuerwache, Autohaus Kocher, Breitspiel 7
- Aspekte räumlicher Arbeitsbedingungen für kreatives Arbeiten
  - Unternehmen, Arbeitsgemeinschaften, Selbstständige, Freelancer
  - Ateliers, Studios, Proberäume, Probebühnen, Büros





< > Map View

### Alte Feuerwache Heidelberg

Nach der Zwischennutzung durch das Heidelberger Theater könnte die alte Feuerwache durch die Kultur und Kreativwirtschaft genutzt werden. Das Gebäude aus den 50er Jahren beinhaltet zur Zeit Büroräume, Werkstätten, Ateliers und Proberäume. Nutzfläche: ca. 3000qm

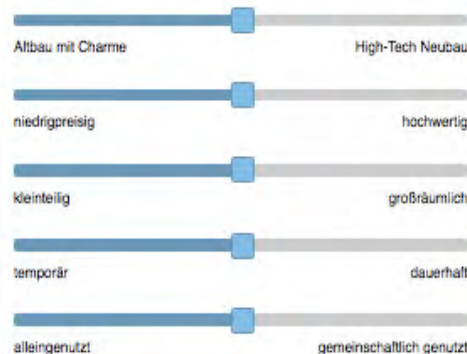
17 Interessenten

### Wie sieht dieser Ort aus?



### Alte Feuerwache

Wie sollte der Ort für Dich beschaffen sein?



Wie würdest Du diesen Ort nutzen? Wieviel Platz würdest Du benötigen?

(nur wenn du eingeloggt bist, wird deine Bewertung auch gespeichert)

ABSENDEN

## 01.4.2 | Ermittlung Raumbedarf [quantitativ]

- Persönliche Anfragen
- Anfragen über Internetplattform
- Abgleich und Ergänzung mit / durch Wirtschaftsförderung





## 01.4.3 | Hilfe bei der Vermittlung von Räumen

- Raumbedarf | Raumangebote über Internetplattform
- Besichtigung und Vermittlung
- Beratung bei der Suche nach Alternativen
- In mind. 5 Fällen erfolgreich vermittelt
- In über 20 Fällen in der lfd. Beratung / Vermittlung



## 01.4.4 | Kreativwirtschaftszentren

- COLABOR 01 [Breidenbach/Studios]
  - Städtische Liegenschaft [ehem. Breidenbach]
  - Temporäre Zwischennutzung | Dauer: 3 Jahre
  - Zielgruppe: Alternativkultur | Künstler | Musiker
  - Moderierter Freiraum ohne Steuerung
  - Start: Juli 2011





## 01.4.4 | Kreativwirtschaftszentren

- COLABOR 02
  - Private Liegenschaft [z.B. ehem. Landfried]
  - Langfristige Nutzung
  - Zielgruppe: Software | Games | Design
  - Co-Working | Präsentation | Konferenzen | evtl. Büros
  - Geplanter Start: Januar 2012



## 01.4.4 | Kreativwirtschaftszentren

- COLABOR 03
  - Städtische Liegenschaft [ehem. Feuerwache]
  - Zwischennutzung | Dauerhafte Nachnutzung
  - Zielgruppe: Design | Kunst | Musik | Handwerk
  - Ateliers | Werkstätten | Studios | Proberäume
  - Möglicher Start: 2013



## 01.4.4 | Kreativwirtschaftszentren

- Heidelberger Zentrum für Literatur & Medien
  - Neubau oder dauerhafte Nachnutzung
  - Zielgruppe: Buchmarkt | Literatur | Medien
  - Gründer- und Medienzentrum | Literaturhaus
  - Kulturwirtschaftliche und kulturelle Nutzung
  - Mögliche Realisierung: 2015



## 01.5.1 | Ansprechpartner für Akteure aus der KKW

- über 80 Beratungsgespräche
- davon über 30 Unternehmensbesuche



## 01.5.2 | Schnittstelle in die Verwaltung

- monatliche Abstimmung mit Projektgruppe „Kreative Stadt“
  - Dezernat III
  - Amt für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung
  - Amt für Stadtentwicklung und Statistik
  - Kulturamt
  - Amt für Öffentlichkeitsarbeit
- Creative–Gouvernance–Prozesse anregen
  - Ämterübergreifende Arbeitsgruppe „Temporäre Zwischennutzung“



## 01.6.1 | Aktive Beteiligung an Kulturprojekten

- REISE ZUM MOND [Temporäre Rauminszenierung]  
9. April 2011 | meier Lange Nacht der Museen | Landfried Areal
- MUT ZUR WUT [Int. Plakatwettbewerb und Ausstellung]  
15. August – 14. September 2011 | Öffentlicher Raum | Kunst/Halle
- 40 Jahre TORCH [Tibute-Festival]  
26. September – 2. Oktober 2011 | diverse Veranstaltungsorte  
[Ausstellung | Musical | Stadtführungen | Street Art | Abschlusskonzert]



## 01.6.2 | Bewerbung „UNESCO Creative Cities Network“

- Impuls durch BM Dr. Joachim Gerner
- Prüfung der Wettbewerbsbedingungen
- Abstimmung mit der Deutschen UNESCO Kommission e.V.
- Ermittlung eines Botschafters „Creative City of Literature“
- Zusammenstellung Bewerbungskomitee
- Organisation und Moderation des Bewerbungsprozesses
- Prozessbeginn: 6. Juli 2011



## 02 | Evaluierung

- Öffentliche Befragung und Auswertung
- Statistische Auswertung Nutzung der Internetplattform



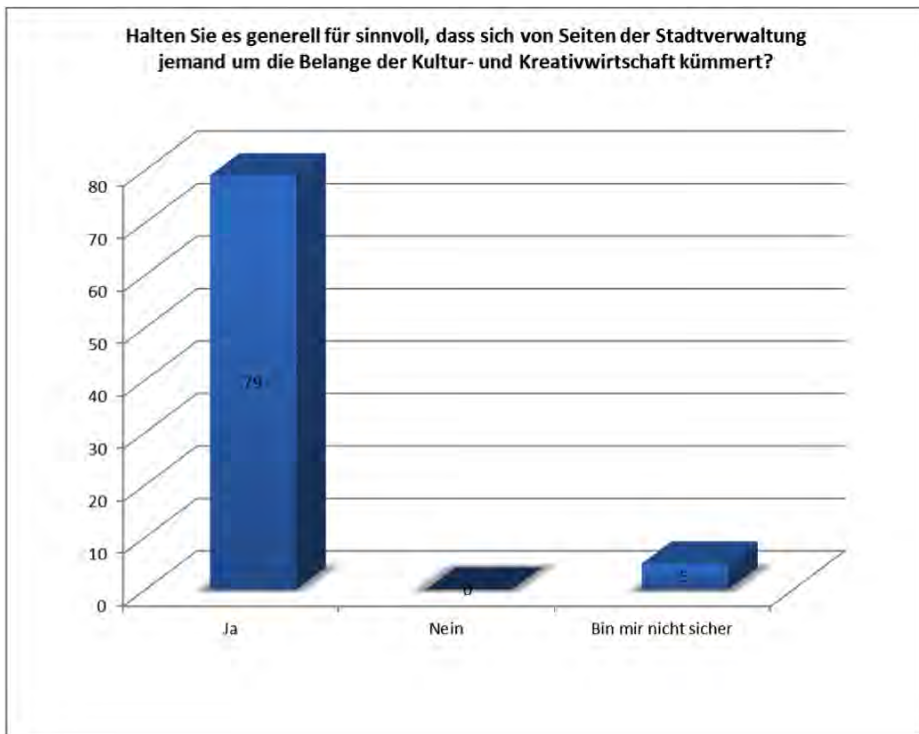


## 02.1 | Onlinebefragung

- Befragung per Mail und Facebook auf Internetplattform
- Befragungszeitraum: 10. – 17. Mai 2011
- ca. 800 Befragte
- Rücklauf: 85/800 > **über 10% Rücklaufquote**
- 3 Angestellte | 16 Unternehmer | 13 Freelancer | 48 anonym
- Vertreter aus allen 11 Teilmärkten
- vor allem Design | Software | Werbewirtschaft | Kunstmarkt



## Hohe Zustimmung zur generellen Notwendigkeit eines KKW-Beauftragten.



Basis n=85



## Hoher Anteil der Befragten überdurchschnittlich zufrieden.

Haben Sie den Eindruck, dass Herr Zumbruch in den letzten sieben Monaten insgesamt etwas bewegen konnte?



- Ja, meine Erwartungen wurden sogar übertroffen.
- Ich finde, alles in allem hat er etwas bewegen können.
- Ich habe keine Veränderung feststellen können.

Basis n=85



# Deutlichste Verbesserungen sehen die Akteure in den Bereichen "Vernetzung" und "Schaffung eines öffentlichen Bewusstseins für die KKW in Heidelberg"



Basis n=85



## Wo sehen die Befragten konkreten Handlungsbedarf?

- Ich halte eine weitere Vertiefung der bereits begonnenen Maßnahmen für sehr wichtig und für alle Beteiligten sehr förderlich.
- Heidelberg als kreativen Standort auch überregional in das Bewusstsein junger Künstler und Kreativer zu befördern.
- Mehr Veranstaltungen zur Vernetzung.
- Vernetzung vor allem außerhalb der bisherigen Zirkel vorantreiben; junge Kreative einbinden in die Entwicklungen; Visionen entwickeln bzw. Umstände fördern, die diese möglich machen.
- Das die Stadt Heidelberg sich noch stärker einsetzt, um die prekäre Raumnot der TW-HD zu beenden.
- Persönliche Beratung UND Vermittlung von Fördermöglichkeiten.
- Weiter das öffentliche Bewusstsein für die KKW schärfen und die verschiedenen Disziplinen vernetzen - Ihnen eine Plattform und Beteiligung, z.B. auch bei für die Öffentlichkeit sichtbaren 'Projekten', wie z.B. die Zukunft der Stadt als kreative 'Hochburg' (?) einräumen.
- Herr Zumbach sollte ein finanzielles Budget zur Förderung der Kreativwirtschaft bekommen.
- In der paritätischen Raum- und Fördermittelverteilung.
- Vernetzung innerhalb der Verwaltung, abgestimmt auf die Zielpunkte der Kreativwirtschaft.
- In der allgemeinen Wertschätzung durch Verwaltung und OB. Was es braucht, ist eine klare Vision, bzw. Strategie seitens OB und GR. Das wäre gut für unsere Stadt, denn KKW ist definitiv DER kulturelle und ökonomische USP.
- Mehr gemeinsame Veranstaltungen, z.B. Business Dates, um Kreative und Interessenten zusammenzubringen.
- Mehr Räumlichkeiten für Kunstprojekte.



Fast die Hälfte der Befragten haben direkte Hilfe in Anspruch genommen.



Basis n=85



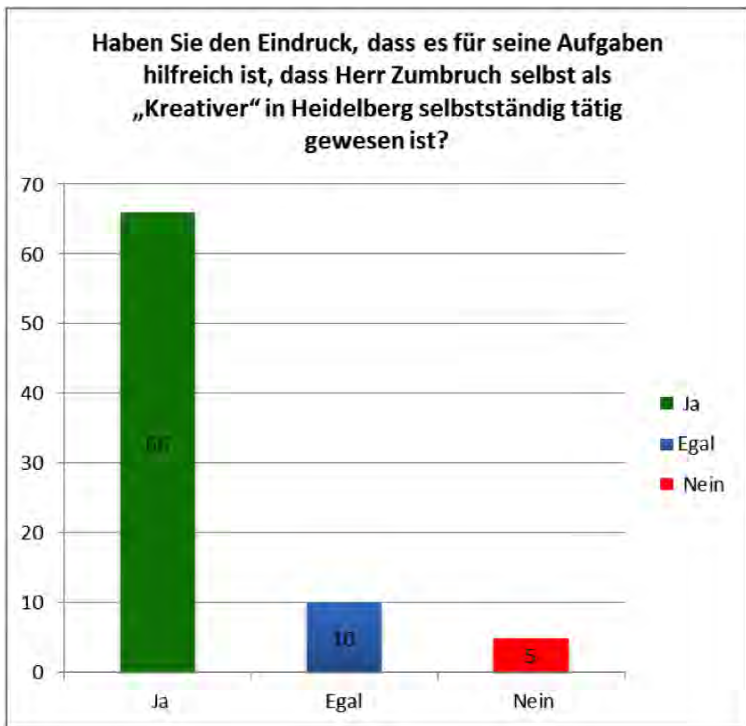
## Statements der Befragten: "Bei was genau konnte Ihnen Herr Zumbruch weiter helfen?"

Wenn nicht angegeben, anonymer Herkunft:

- „Besichtigung in Frage kommender Räume.“
- „Mut zur Wut
- „„Durch Herrn Zumbruch haben wir Kontakt zu unterschiedlichen Personen und Institutionen aufnehmen können, was uns in der Entwicklung und Durchführung unseres Projektes sehr unterstützt und sehr förderlich ist.“
- „Er hat meine Ausstellungen bei Kunstmassnahmen weitergeleitet.“
- „Netzwerken und Informationsaustausch.“
- Monobloc Design: „Kontakte innerhalb Heidelbergs Dienstleister, Vermittlung von Kontakten zur Vermietung unserer Räumlichkeiten, Mithilfe zur Realisierung einer Ausstellung in der Halle\_02.“
- Helge Thomas: „Bei der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten und Vernetzung mit anderen Kreativen.“
- „Herr Zumbruch erkennt sehr genau, wo die Probleme liegen und wie man die Situation verbessern könnte. Leider scheint er nicht im nötigen Umfang die erforderliche Unterstützung von anderen Stellen zu bekommen.“
- Arne Kaiser: „Vernetzung mit Akteuren der Stadt Heidelberg und der KKW, Unterstützung bei Raumsuche“
- CCDesign: „Infos über Co-Working Räume.“



Mehrheit der Befragten bewertet Herkunft des Beauftragten aus KKW selbst als hilfreich.



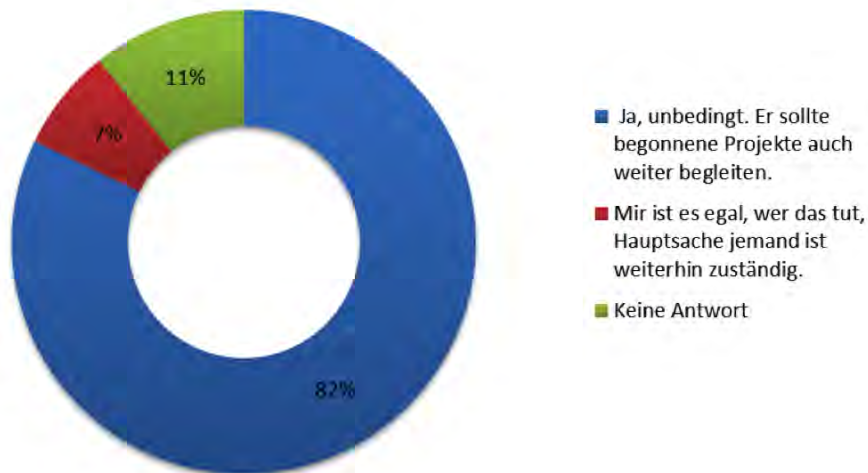
Basis n=85





# Deutliche Mehrheit der befragten Akteure spricht sich für eine Verlängerung der Position eines KKW-Beauftragten in Heidelberg aus.

Sollte Herr Zumbruch Ihrer Meinung nach über die 12 Monate seines Werk- / Dienstvertrages hinaus weiter in seiner Position tätig bleiben?

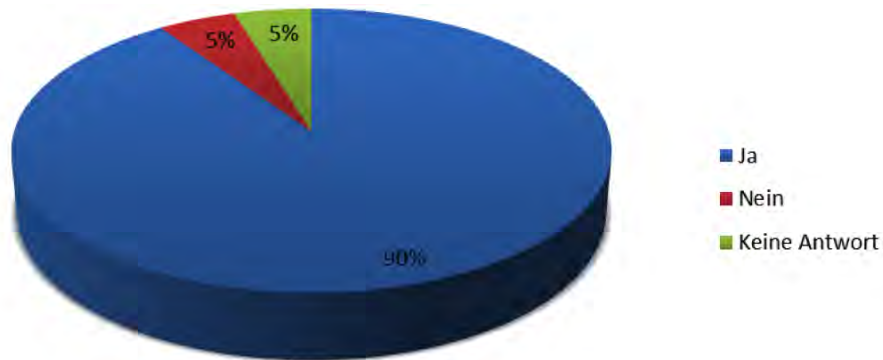


Basis n=85



## Hohe Akzeptanz der Internetplattform unter den befragten Akteuren

Halten Sie die Internetplattform „Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg“ für sinnvoll?



Basis n=85

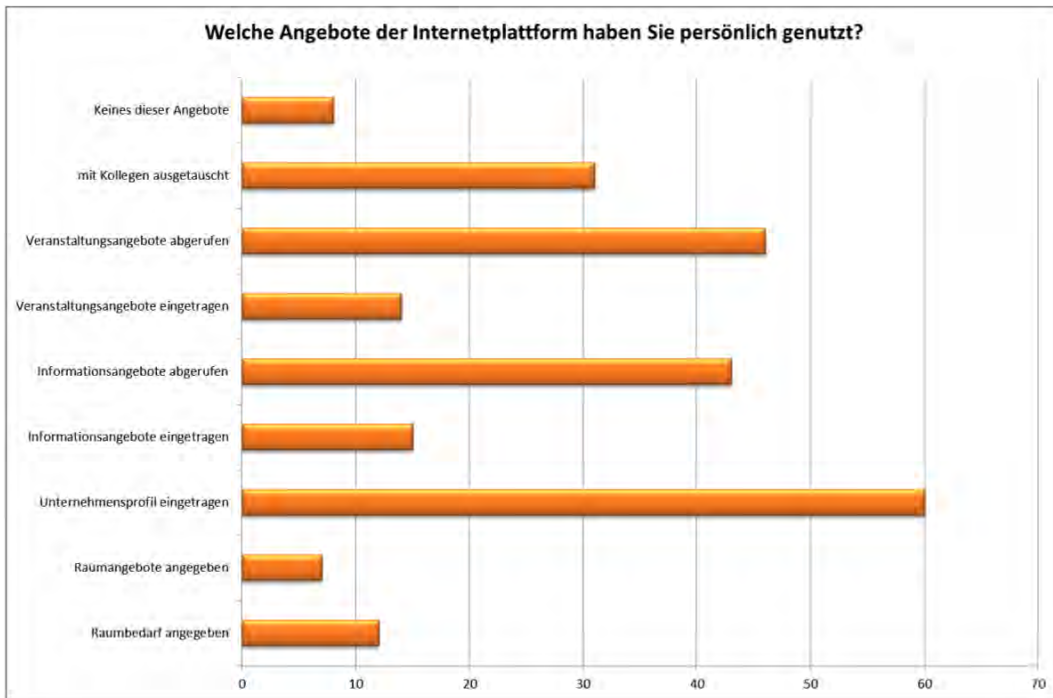


## Verbesserungsvorschläge für Portal

- Mehr Öffentlichkeitarbeit mit dem Zweck, damit mehr Leute zu erreichen
- Ich habe das Gefühl, dass die beteiligten Personen ohnehin schon Kontakt hatten. Ich weiß über keine neuen Kontakte, die entstanden wären.
- Die Startseite ist viel zu überfrachtet. Zu viele Informationen. Weniger und übersichtlicher ist mehr. News nur anteasern, max. 400 Zeichen. Loginformular in den Header einbauen. Ist eine Artikelsuche rechts nötig, wenn es oben ein Suchfeld gibt? Impressum, Kontakt, Twitter, Facebook in die Fußzeile, Links raus (ich kann mir nicht vorstellen, dass da schon jemals jemand darauf geklickt hat), Veranstaltungen auf eine Extraseite?, Wer ist online und wer war zuletzt aktiv in die Fußzeile? und Ganz wichtig: Themenbereiche verschlanken und zusammenfassen.
- Wenn das alles aufgeräumt ist würde ich am Einführenden Text arbeiten. Er ist zu lang. Menschen lesen nicht gerne lange Texte am Bildschirm. Das wird maximal überflogen.
- Möglichkeiten des Eintrages von Raumangeboten besser differenzieren.
- Es kommt sehr solide und nüchtern daher; falls das Ausdruck der HD Kreativwirtschaft ist, sieht es ja nicht besonders verlockend aus. Für meine Begriffe: Zu viel Text, zu wenig Kreatives; und der Schreibfehler bei den "Voluntären" sollte auch mal weg
- Solche Portale ermöglichen lediglich das Schmoren im eigenen Saft – von außen interessiert sich so gut wie niemand dafür.
- Newsletter mit Teasern zu neuen Beiträgen
- Vernetzung über die Stadtgrenzen hinaus. Mehr Einbindung in soziale Plattformen wie Facebook, Twitter, Xing. Dort laufen im Moment die meisten Aktivitäten zusammen.
- Newsletter mit Infos zu agierenden Kreativen und mehr Austausch.
- Facebook als alleinige Plattform wäre ausreichend, eine alleinige Plattform wird sich bei so einer kleinen Zielgruppe schwer animieren lassen.



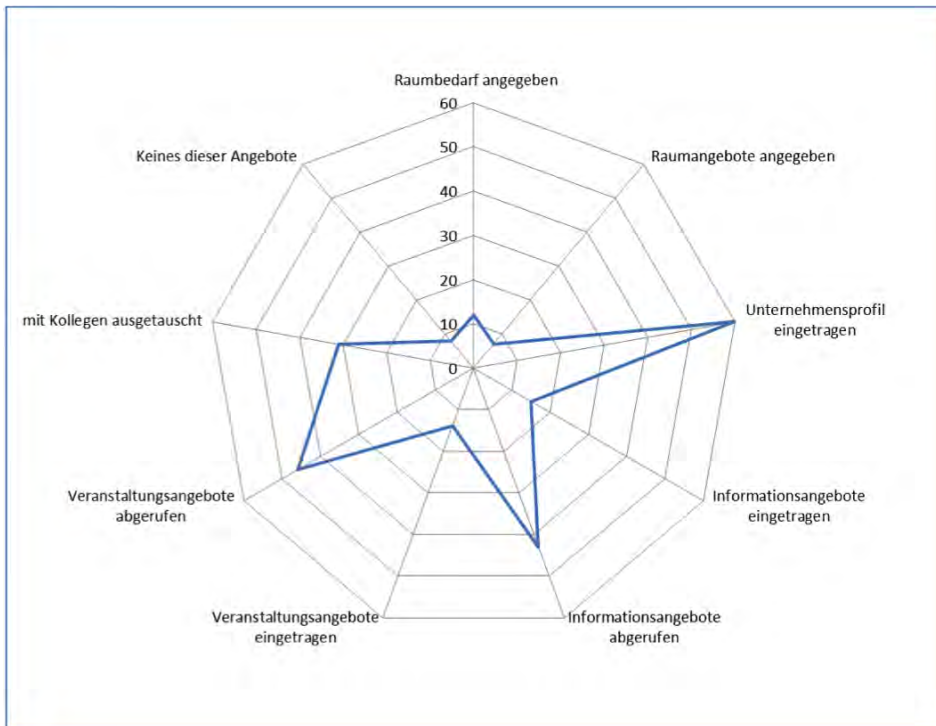
# Hauptnutzungsmotivation für Internetplattform: Unternehmensprofil, Abruf von Informationen und Veranstaltungsangeboten.



Basis n=85



# Wenig Raumbedarf angegeben, obwohl das als dringendstes Problem geschildert wird.



Basis n=85

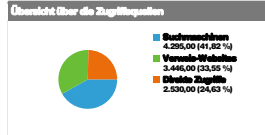
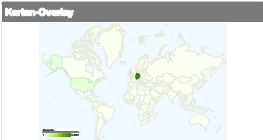
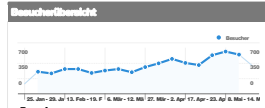
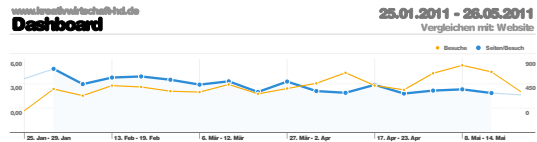


## 02.2 | Auswertung Internetplattform

- über 6.000 Besucher
- über 10.000 Besuche
- fast 40.000 Seitenaufrufe
- Beliebteste Seiten:
  1. /2011/05/evaluierung
  2. /2011/02/neue-freiraume-fur-kreativitat-im-colabor-01
  3. /profile/unternehmen-der-woche/
  4. /2011/03/kultur-und-kreativwirtschaft-im-gespracharchitektur/
  5. /members/
  6. /umfragen/raumnachfrage/

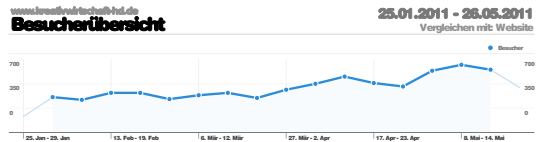


# 02.2 | Anlage 01 zur Drucksache 0183/2014/EV



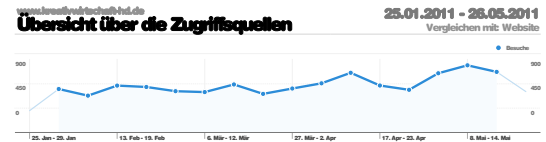
### Content-Übersicht

Seiten	Seitenaufrufe	Seitenaufrufe %
/	6.837	17,38 %
/members/	1.457	3,70 %
Anfragen/vorausangebot/	986	2,51 %
/activity/	818	2,08 %
/liveblog-kultur-	729	1,85 %



### Technische Profile

Browser	Besuche	% Besuche	Verbindungs geschwindigkeit	Besuche	% Besuche
Firefox	5.214	50,76 %	Unbekannt	8.504	82,80 %
Safari	2.379	23,16 %	DSL	978	9,52 %
Internet Explorer	1.856	18,07 %	Dialup	301	2,93 %
Chrome	465	4,53 %	T1	287	2,79 %
Opera	218	2,12 %	Cable	197	1,92 %



### Häufigste Zugriffsquellen

Quellen	Besuche	% Besuche	Keywords	Besuche	% Besuche
google (organic)	4.248	41,36 %	kreativwirtschaft heidelberg	178	4,14 %
(direct) (none)	2.530	24,63 %	kreativwirtschaft hd	79	1,84 %
facebook.com (referral)	1.288	12,54 %	sebastian luly	66	1,54 %
heidelberg.de (referral)	1.108	10,79 %	denidest	41	0,95 %
google.de (referral)	370	3,60 %	kreativwirtschaft-hd	39	0,91 %

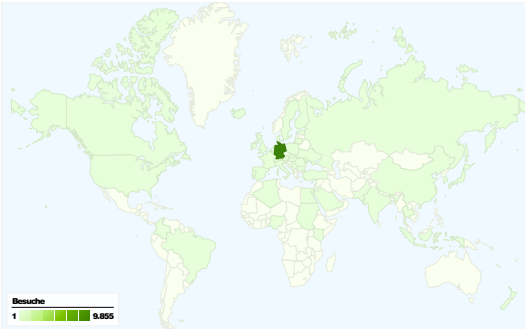


# 02.2 | Anlage 01 zur Drucksache 0183/2014/EN

## Auswertung Internetplattform

### Karten-Overlay

25.01.2011 - 26.05.2011  
Vergleichen mit Website



10.271 Besuche wurden über 57 Länder/Gebiete vermittelt.

#### Website-Nutzung

Land/Gebiet	Besuche	Seiten/Besuch	Durchschn. Besuchszeit auf der Website	% Neue Besuche	Absprungrate
Germany	9,855	3,91	00:02:10	60,84 %	52,70 %
Austria	79	1,75	00:00:55	93,67 %	69,62 %
Switzerland	66	2,22	00:01:18	97,06 %	70,59 %
United States	32	1,59	00:01:09	90,62 %	62,50 %
United Kingdom	22	1,50	00:02:28	90,91 %	77,27 %
France (not set)	21	2,62	00:02:48	90,48 %	76,19 %
China	19	1,84	00:00:54	78,95 %	63,16 %
Spain	13	3,31	00:04:54	69,23 %	30,77 %
Italy	11	2,27	00:00:19	100,00 %	63,64 %
					1-10 von 57

4

Google Analytics

### Beliebteste Zielseiten

25.01.2011 - 26.05.2011  
Vergleichen mit Website



10.271 Besuche rufen die Website über 1.131 Seiten auf.

Seite	Besuche	Absprünge	Absprungrate
/	3.887	1.504	41,13 %
/2011/05/evaluation-der-arbeit-des-beauftragten-kultur-und-kreativwirtschaft/	184	101	65,58 %
/2011/02/neue-freiräume-ka-kreativität-im-collabor-01/	181	99	65,56 %
/profilunternehmen-der-woche/	181	96	63,58 %
/2011/03/kultur-und-kreativwirtschaft-im-gesprach-architektur/	109	58	53,21 %
/members/	96	27	28,12 %
Anfragen/vraumfrage/	86	25	26,32 %
/liveblog-kultur-kreativwirtschaft-gesprach-architektur/	82	62	67,39 %
/2011/01/allo-samsin-im-dal/	77	70	90,91 %
/2011/04/constance-kurz-und-frank-riegende-datenfresser-der-chaos-computer-club-Miart-auf/	77	48	62,34 %
/creative-ökonomie/der-heidelberg-weg/	77	29	37,66 %
/2011/03/heidelberg-branchemeeting-software-games?/	65	36	55,38 %
/2011/01/martin-luther-king-j-gegen-die-martin-luther-king-01-b-w/	64	40	62,50 %
/2011/01/abstimm-diesel-ist-selbst-1-12-2010-beauftragter-ka-kultur-und-kreativwirtschaften-der-stadt-mannheim/	64	51	79,69 %
/tag-veranstaltungskaufmann-frau/	64	40	62,50 %
/2011/02/betreiberin-fur-das-collabor-01-gesuch/	65	35	63,64 %
/2011/03/software-games-kreativabend-1-0/	65	32	58,18 %
/creative-ökonomie/creative-stadt/	65	41	77,36 %
/service/forbesprogramme/	60	25	50,00 %
Anfragen/vraumangebot/	49	14	28,17 %
/2011/02/architektenkammer-25-premierungen-in-heidelberg/	46	34	75,56 %
/2011/05/ideenfest-zweitortland/	49	18	41,86 %

1

Google Analytics

### Content-Übersicht

25.01.2011 - 26.05.2011  
Vergleichen mit Website



Die Seiten auf dieser Website wurden insgesamt 36.339 Mal angezeigt.

36.339 Seitenaufrufe

28.733 eindeutige Zugriffe

83,40 % Absprungrate

#### Beliebteste Webseiten

Seiten	Seitenaufrufe	% Seitenaufrufe
/	6.837	17,38 %
/members/	1.457	3,70 %
Anfragen/vraumangebot/	986	2,51 %
/activity/	818	2,08 %
/liveblog-kultur-kreativwirtschaft-gesprach-architektur/	729	1,85 %

5

Google Analytics





[www.heidelberg.de/kreativwirtschaft](http://www.heidelberg.de/kreativwirtschaft)



# 03 | Projektfinanzierung | Sachmittelbeschaffung

Anlage 01 zur Drucksache: 0193/2014/BV

## Kostenneutrale Sachmittel

Internetplattform: „heidelberg.de/kreativwirtschaft“	
Konzeption:	540,00
Anpassung Layout:	280,00
Programmierung, Erstellung:	3.200,00
Hosting, Domain: 16,- EUR / monatlich x 9	144,00
Pflege: 20,- EUR / Std. à wöchentlich 12,5 = 1.000,- / Monat x 9	9.000,00
	<hr/>
	13.164,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>15.665,00</b>
Magazin „Kreative Stadt“	
Layout, Satz, 20 Seiten DinA 4 à 100,00 / Seite	2.000,00
Produktion 20 Seiten 4c, 300 Exemplare à 3,00	900,00
	<hr/>
	2.900,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>3.451,00</b>
Einladungen, Flyer	
Layout, Satz, Produktion, Verbreitung	
Branchenhearing „Software / Games“, 500 Exemplare	500,00
Branchenhearing „Buchmarkt / Literatur“, 500 Exemplare	500,00
Kultur- und Kreativwirtschaft im Gespräch, 1.000 Exemplare	800,00
Flyer zur Internetplattform „Kreativwirtschaft“, 5.000 Exemplare	1.000,00
Verteilung in Displays in Heidelberg, „Trend“ / „Kultur“	400,00
	<hr/>
	3.200,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>3.808,00</b>
Videoclip zur Ausschreibung „COLABOR 01“ (Dreh, Schnitt, Postprod.)	800,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>952,00</b>
Präsentationsstand Bürgerfest mit Farbdrucker, Medien-Oparatorin vor Ort, Bildwand 5 Std. unter Anleitung eines Künstlers inkl. Speditionskosten	5.000,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>5.950,00</b>
Statistikgutachten Colabor 01, Hebelstraße 18	300,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>357,00</b>

Raummiete Branchenhearing „Buchmarkt / Literatur“ (mit Bewirtung) DAI	700,00
Raummiete Branchenhearing „Software / Games“ (ohne Bewirtung) Studio Villa Bosch	3.200,00
Raummiete „Kultur- und Kreativwirtschaft im Gespräch“ HebelHalle	800,00
	<hr/>
	4.700,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>5.593,00</b>
Umfrage „Heidelberg / Kreative Stadt“ Max-Weber-Institut für Soziologie	1.000,00
Potenzialanalyse „Flächen für Kreativwirtschaft in Heidelberg“ Spacebonding	5.000,00
Mündliche Befragung „Interview zu 1 Jahr KKW-Beauftragter“ René Kaufmann	1.000,00
	<hr/>
	7.000,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>8.330,00</b>
<b>Gesamt</b>	<b><u>44.106,00</u></b>
Mit freundlicher Unterstützung von:	
Baier Digitaldruck Lutz Berger Dots united, Agentur für neue Medien Deutsch-Amerikanisches Institut EML / Studio Villa Bosch René Kaufmann, Woitzik Contemporary Fahrwerk Ambient Media Spedition Fels Ingeniergesellschaft Hacker & Muncke HebelHalle Matthias Jaksz Cédric Pintarelli Spacebonding.net, Plattform zur kollaborativen Stadtentwicklung Universität Heidelberg, Max-Weber-Institut für Soziologie werbeagenten.de	

## Sponsoringakquise

„Reise zum Mond“, KKW im Landfried-Komplex im Rahmen der meier Langen Nacht der Museen	
Räume (Firma Landfried: 800 qm)	1.000,00
Inszenierung / Sound- / Lichttechnik (Fours licht + ton)	6.000,00
Künstlerhonorare (Bartmes, Fullmoon Boys, me on/off, EinKollektiv, Felix Schubert, Henning Stünitz, steady work by dear friends, ...)	3.000,00
	<hr/>
	10.000,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>11.900,00</b>
MUT ZUR WUT, Plakate, die den Mund aufmachen GIM (Hauptsponsor) Boarding House (Unterbringung Jury) Qube Heidelberg (Tagung & Verpflegung Jurysitzung)	5.000,00 600,00 400,00
	<hr/>
	6.000,00
zzgl. 19% MwSt.	<b>7.140,00</b>
<b>Gesamt</b>	<b>19.040,00</b>
<b>Übertrag „Sachmittel“</b>	<b>44.106,00</b>
<b>Total</b>	<b>63.146,00</b>
Stand: 1. Juni 2011	



# Danksagung

- Matthias Jaksz für seine ausgezeichnete, zuverlässige und unentgeltliche Unterstützung als Assistenz
- der gesamten Stadtverwaltung, besonders der dezernatsübergreifenden Arbeitsgruppe „Kreative Stadt“ für die effektive Zusammenarbeit
- Baier Digitaldruck für den Druck des Magazins „Kreative Stadt“
- Lutz Berger für seine Filme, seine Ideen und seine Inspiration
- Dots united, Agentur für neue Medien für die Einrichtung der Internetplattform
- dem Deutsch-Amerikanischen Institut für die Räumlichkeiten und die Verpflegung zum Branchenhearing „Buchmarkt | Literaturwirtschaft“
- EML / Studio Villa Bosch für die Räumlichkeiten und die Verpflegung zum Branchenhearing „Software | Games“
- René Kaufmann, Woitzik Contemporary für die Evaluation der Online-Befragung
- Fahrwerk Ambient Media für Produktion und Verteilung von diversen Flyern zu KKW-Veranstaltungen
- der Spedition Fels für den Transport des Farbdruckers (Baier Digitaldruck) zum Bürgerfest
- der Ingeniergesellschaft Hacker & Muncke für das Statik-Gutachten des Gebäudes in der Hebelstraße 18.
- dem Unterwegstheater für Räumlichkeiten der Hebelhalle zur Veranstaltungsreihe „KKW im Gespräch“
- Spacebonding.net, Plattform zur kollaborativen Stadtentwicklung für die Entwicklung des Bipol-Tools zur Potenzialflächen-Analyse
- Universität Heidelberg, Max-Weber-Institut für Soziologie für die Aufnahme meiner Fragen in ihre Erhebungen
- Barbara Grobe für die Erlaubnis, ihr Signet „Brennender Löwe“ zu verwenden
- werbeagenten.de für die Gestaltung des Corporate Design und für Unterstützung bei Layout und Produktion verschiedenster Werbemittel
- dem Qube Heidelberg und dem Boarding House Heidelberg für Tagungsräume und Unterbringung
- und vielen anderen ...

