

Konzeptstudie Zentrum für Kreativwirtschaft Kassel

Langfassung

Auftraggeberin

Magistrat der Stadt Kassel, Kulturdezernat
Obere Königstraße 17
34117 Kassel

Ersteller

bb22 architekten + stadtplaner
Maheras Nowak Schulz Wilhelm PartG mbB
Niddastraße 84, 60329 Frankfurt am Main
felix.nowak@bb22.net
www.bb22.net

Beratung

Jakob Sturm, Beauftragter des Landes Hessen
für die Bereitstellung und Entwicklung von Räumen für Kreative

Stand: Mai 2023

Inhalt

1. EINLEITUNG

- 1.1 Anlass und Ziele
- 1.2 Vorgehen
- 1.3 Leitbild

2. AUSGANGSLAGE, POTENTIALE UND HANDLUNGSFELDER

- 2.1 Einordnung, Begriffe und Bedeutung
- 2.2 Kreativwirtschaft in Kassel: Eigenschaften und Potentiale
- 2.3 Studierende und Gründungspotentiale
- 2.4 Handlungsfelder
- 2.5 Stadtentwicklung und kreative Milieus in Kassel

3. AUSRICHTUNG, GRUNDKONZEPT UND NUTZUNGSPROFIL

- 3.1 Ergebnisse aus dem Workshop-Plenum
- 3.2 Grundkonzept in sechs Thesen
- 3.3 Zielgruppe: Schärfung, Abgrenzung und Ausdifferenzierung
- 3.4 Best-Practice-Projekt und lokale Bezüge

4. RAUMPROGRAMM

- 4.1 Raumkonzept und Raumtypen
- 4.2 Abgleich mit best-practice-Beispielen
- 4.3 Wachsendes Raumprogramm und Pop-up-Prototyp
- 4.4 Ableitung von Flächenbedarf

5. ORGANISATIONS-, KOSTEN- UND BETRIEBSMODELLE

- 5.1 Organisationsstruktur / Betreiberkonzept
- 5.2 Wirtschaftlichkeitsberechnung, Baukosten und Kostenmodelle

6. STANDORT- UND GEBÄUDETYPOLOGIEN

- 6.1 Standort und Gebäudetypologien
- 6.2 Bewertungsmatrix für Standortwahl

7. EMPFEHLUNGEN ZUM WEITEREN VORGEHEN

- 7.1 Verstetigung der Beteiligung
- 7.2 Pop-up-Prototyp
- 7.3 Standortsuche
- 7.4 weitere Planungsschritte

8. LITERATUR- UND QUELLENHINWEISE

1. Einleitung

1.1 ANLASS UND ZIELE

Ein Projekt der Kulturkonzeption Kassel 2030 ist das Rahmenkonzept für die „(De)Zentren für Kulturproduktion und ein Zentrum für Kreativwirtschaft“, erstellt 2020 vom Kulturdezernat der Stadt Kassel. Die Schaffung eines Zentrums für Kreativwirtschaft wurde als ein priorisierter Maßnahmenvorschlag in der Kulturkonzeption Kassel 2030 genannt.

Das Konzept ist Grundlage und Leitbild für diese vorliegende Studie für ein Zentrum für Kreativwirtschaft. Das Kulturamt der Stadt Kassel hat eine Konzeptstudie beauftragt, in der konzeptionelle, strukturelle und strategische Aspekte zur Planung für ein Zentrum für Kreativwirtschaft untersucht und erarbeitet sowie Bedarfe, Nutzungskonzept und Raumanforderungen dargestellt werden.

In einem iterativen Planungsprozess wurden grundlegende Ideen und ein fundiertes inhaltliches und organisatorisches Konzept in Varianten entwickelt und zusammengestellt, das der Auftraggeberin als Entscheidungsgrundlage für die weitere Ausgestaltung und Realisierung dienen kann. Die Studie liefert konkrete Ideen für die programmatische Ausrichtung, bauliche Dimensionierung, Standortplanung und den späteren Betrieb. Der Stadt Kassel wird ein Handlungsleitfaden mit mehreren Schritten zur Realisierung an die Hand gegeben: ein Konzept über eine schnell umsetzbare Erprobungs- und Aufbauphase, Entscheidungskriterien für Gebäude- und Standortwahl und ein dynamisches Nutzungs- und Raumprogramm.

1.2 VORGEHEN

Zunächst wurde eine Markt- und Umfeldanalyse, ausgehend von vorhandenen Studien und Konzepten durchgeführt und in einem fortlaufenden Beteiligungsprozess mit relevanten Akteuren Bedarfe, Ziele und Ausgestaltungsmöglichkeiten diskutiert. Danach wurde ein inhaltliches, räumliches und organisatorisches Gesamtkonzept abgeleitet und mit Kosten- und Betriebsmodellen unterlegt und überprüft. Begleitend wurden Best-Practice-Beispiele gesammelt, untersucht und bewertet. Es wurden ergänzende Expert*inneninterviews durchgeführt, sowohl mit Akteuren aus Kassel als auch externen Expert*innen. Raum-, Organisations-, und Kostenmodelle wurden in Varianten und Variablen aufgestellt und bewertet. Es wurden favorisierte Modelle als Entwicklungsziele vorgeschlagen und die nötigen Realisierungsschritte aufgezeigt. Für die Standortuntersuchung wurden abstrakte Gebäude- und Standorttypologien und eine Bewertungsmatrix entwickelt, anhand derer im weiteren Planungsverlauf und politischen Entscheidungsprozess ein Standort und Gebäude ausgewählt werden kann.

Die Konzeptstudie wurde von bb22 in einem engen Abstimmungsprozess mit dem Kernteam des Kulturdezernats/Kulturamts Kassel erstellt. Zusätzlich stand für den gesamten Prozess Jakob Sturm als Ansprechpartner und Berater im Auftrag des Landes Hessen für die Entwicklung von Kreativräumen zur Verfügung.

Parallel zur Erarbeitung der Konzeptstudie wurde ein Beteiligungsprozess durchgeführt, der inhaltlichen Input, Impulse und Korrektiv für die Konzeptstudie geben sollte. Gleichzeitig wurde begonnen, die Beteiligung und Aktivierung von relevanten Akteuren, Initiativen und Multiplikatoren fortzuführen, um sie in den weiteren Realisierungsprozess einzubinden. Es wurde zu einem großen Workshop-Plenum mit ca. 40 Personen eingeladen und vier Wochen später zu einem Vertiefungsworkshop in kleinerem Kreis mit ca. 10 Personen. Die Einladung der Akteure und Kenner*innen der Kreativwirtschaft sowie Vertreter*innen relevanter Institutionen und Initiativen erfolgte durch das Kulturdezernat. Es wurden jeweils die Zwischenstände der Studie vorgestellt und Anmerkungen und Hinweise für die weitere Planung aufgenommen.

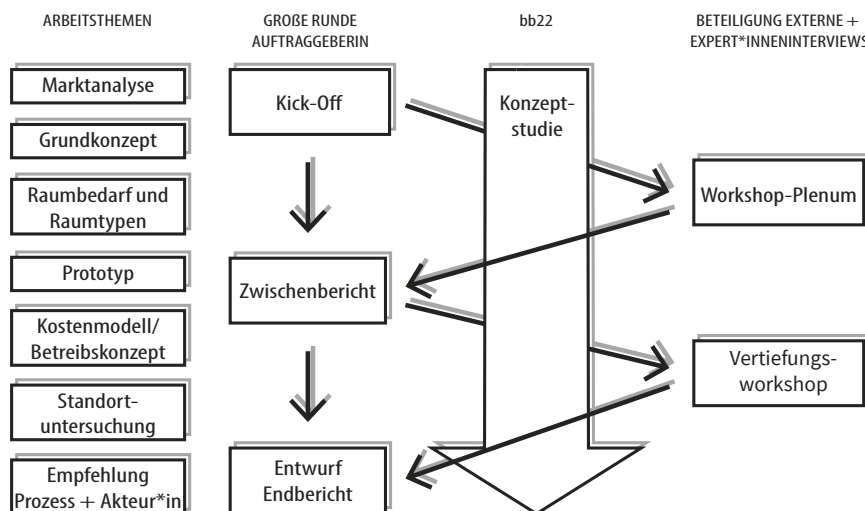


Abbildung: Arbeits- und Beteiligungsprozess

1.3 LEITBILD

Kulturkonzeption Kassel 2030

Für die Bearbeitung der Konzeptstudie wurde auf einer breiten konzeptionellen und wissenschaftlichen Datenlage aufgebaut und insbesondere an das 2020 vom Kulturdezernat erstellte Leitbild zur Umsetzung der Ziele und Projekte aus der Kulturkonzeption Kassel 2030 angeknüpft.

Die 2018/2019 veröffentlichte und beschlossene, vom Kulturdezernat in einem intensiven Prozess unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteur*innen, Expert*innen und Institutionen erstellte Kulturkonzeption Kassel 2030 soll die Grundlage und den Rahmen für die kulturelle Weiterentwicklung Kassels in den kommenden Jahren bilden. Die Schaffung eines Zentrums für Kreativwirtschaft wurde hier als ein priorisierter, im Erarbeitungsprozess entwickelter Maßnahmenvorschlag genannt.

Leitbild Dezentrale Standorte für Kulturproduktion und ein Zentrum für Kreativwirtschaft

Ein Projekt der Kulturkonzeption Kassel 2030 ist das Rahmenkonzept und Grundlage für Einzelkonzeptstudien Dezentrale Standorte „(De) Zentren für Kulturproduktion und ein Zentrum für Kreativwirtschaft“. Das Konzept ist auch Grundlage und Leitbild für diese vorliegende Studie für ein Zentrum für Kreativwirtschaft.

Das Leitbild unterscheidet in Kulturproduktion einerseits, die den ökonomischen Mehrwert zunächst nachrangig behandelt, den ergebnisoffenen künstlerischen Schaffensprozess in den Vordergrund stellt, Begegnungen ermöglicht und Diskurse anregt und andererseits die Kreativwirtschaft als marktorientierte Branche. Dementsprechend sollen die räumlichen Bedarfe und Angebote für die Kulturproduktion über die (De)Zentren für Kulturproduktion abgedeckt werden und Gründungsinitiativen und Akteure der Kreativwirtschaft das neue Zentrum für Kreativwirtschaft zur neuen Entwicklung von Netzwerken und Kooperationen, Beratung, Weiterbildung und Schnittstellen zu Gesellschaft, Wirtschaft und Märkten nutzen.

Während die (De)Zentren bereits existierende, meist selbstorganisierte Institutionen mit Ateliers, Arbeits- Ausstellungs- und Veranstaltungsräumen mit jeweils festen Mieter*innenstrukturen sind, soll das neue Zentrum für Kreativwirtschaft ein „Sprungbrett“ werden, als zentraler Ort für Netzwerke, Know-How und Austausch, räumliche Nähe, Wissens- und Ideentransfer. Es soll Raum und Ort für Kunstproduktion in eigenen oder gemeinsamen Ateliers und Werkstätten sowie für kreativwirtschaftliche Gründungen, Produkte und Projekte entwickelt werden. Das Zentrum soll für Kunstproduktion und Kreativwirtschaft passgenaue Angebote bereitstellen und Schnittstellen und Transfer ermöglichen. Die Förderangebote richten sich insbesondere an Akteur*innen, die am Anfang Ihrer beruflichen Laufbahn stehen. Für Absolvent*innen in Kreativberufen der Kasseler Hochschulen sollen Perspektiven für ein attraktives zukünftiges Arbeitsumfeld am Standort Kassel geschaffen werden.

2. Ausgangslage, Potentiale und Handlungsfelder

2.1 EINORDNUNG, BEGRIFFE UND BEDEUTUNG

Fragestellung und Rahmen

Als erster Schritt im Bearbeitungsprozess der Konzeptstudie wurde eine Markt- und Umfeldanalyse sowie die Sichtung, Bewertung und Zusammenführung der bestehenden Untersuchungen und Konzeptionen durchgeführt. Zunächst wurde ein umfassendes Bild des thematischen, räumlichen und organisatorischen Rahmens aufgestellt. Dadurch konnte das anschließend zu erarbeitende Gesamtkonzept auf ein solides argumentatives Fundament gestellt werden.

Der Stellenwert der lokalen Kultur- und Kreativwirtschaft, deren Zuwachspotentiale und thematische sowie lokal- und stadträumlich verorteten Schwerpunkte wurden zusammenfassend dargestellt, um daraus anschließend eine Zielrichtung für das Zentrum für Kreativwirtschaft ableiten zu können. Neben der Recherche und Auswertung vorhandener Daten und Studien wurden vertiefende Erkenntnisse aus Experteninterviews und den Workshopformaten mit relevanten lokalen Akteuren gewonnen.

Begriff, Abgrenzung und Teilmärkte

Gegenstand und Definitionsbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft (KuK) sind in Deutschland noch nicht abschließend vereinheitlicht. Diese Studie soll nicht gedanklich einengen, sondern neue Möglichkeitsräume aufzeigen. Zur Untersuchung wurde jedoch die von der Wirtschaftsministerkonferenz im Jahr 2011 abgestimmte Definition der Branche sowie die Teilmargliederung zugrunde gelegt, nach der die Branche alle Kultur- und Kreativunternehmen umfasst, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen bzw. kreativen Gütern befassen.

Die marktorientierte Kultur- und Kreativwirtschaft wird danach in folgende elf Teilmärkte untergliedert:

- Werbemarkt
- Designwirtschaft
- Software- und Games-Industrie
- Architekturmarkt
- Buchmarkt
- Pressemarkt
- Rundfunkwirtschaft
- Filmwirtschaft
- Kunstmarkt
- Markt für Darstellende Künste
- Musikwirtschaft

Nach dem weiter gedachten Schweizer Drei-Sektorenmodell lässt sich der gesamte Kultur- und Kreativsektor in einen marktwirtschaftlichen (Kultur- und Kreativwirtschaft), einen öffentlichen (öffentlicher Kulturbetrieb) und einen gemeinnützigen Bereich (freie Kulturszene) gliedern. Die drei Sektoren stehen eng miteinander in Verbindung und tragen zum Prosperieren untereinander und zu anderen Branchen und gesellschaftlichen Sektoren bei. Zahlreiche hybride Unternehmen und Projekte lassen sich jedoch nicht eindeutig einem Sektor zuordnen. Die Zürcher Hochschule für Künste definiert die Creative Economy nicht entlang von Teilbranchen, sondern über einen Kern („core“), eine erweiterte und eine umgebende Sphäre. Damit werden die eigentlichen kreativen Kernakteur*innen durch assoziierte Akteur*innen und die umgebenden Institutionen und Rahmenbedingungen beschrieben.

Die Begriffe „Kreatives Millieu“ oder „Cluster“ aus der Wirtschaftsgeographie versuchen die Bedeutung lokaler Unternehmensnetzwerke für die Generierung von Wissen und Innovation zu erklären (Zusammenhang Raum-Nutzungen-Akteure). Sie können auf regionaler oder stadträumlicher Ebene für eine räumliche Anhäufung von miteinander vernetzten Akteur*innen verwendet werden. Die Akteur*innen können Vorteile aus der räumlichen Nähe und gemeinsamen Innovations- und Lernprozessen entwickeln.

Bedeutung und Marktentwicklung in Hessen

Im Jahr 2020 erwirtschafteten die hessischen Kultur- und Kreativunternehmen einen Umsatz von rund 13,9 Milliarden Euro. In der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten ca. 5,7% der Beschäftigten. Der Umsatz ist 2020 gegenüber dem Vorjahr erstmals seit 2013 wieder zurückgegangen, was auf die Corona-Pandemie zurückzuführen ist. Viele Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft, insbesondere der Markt für Darstellende Künste, die Musikwirtschaft und die Filmwirtschaft, wurden schwer getroffen.

In der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft waren im Jahr 2020 rund 17.930 Unternehmen tätig, mindestens 125.000 erwerbstätige Personen, davon rund 79.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, 15.200 ausschließlich geringfügig Beschäftigte, etwa 17.930 Unternehmensinhaberinnen und -inhaber sowie über 12.000 freiberuflich künstlerisch und publizistisch Tätige in insgesamt weitgehend Klein- und Kleinstunternehmen. Die Aufnahme in die Wirtschaftsstatistik nur von Betrieben ab einem Umsatz von mindestens 17.500 € im Jahr führt zu einer erheblichen Unterschätzung der Akteur*innen und der Wertschöpfung der Branche.

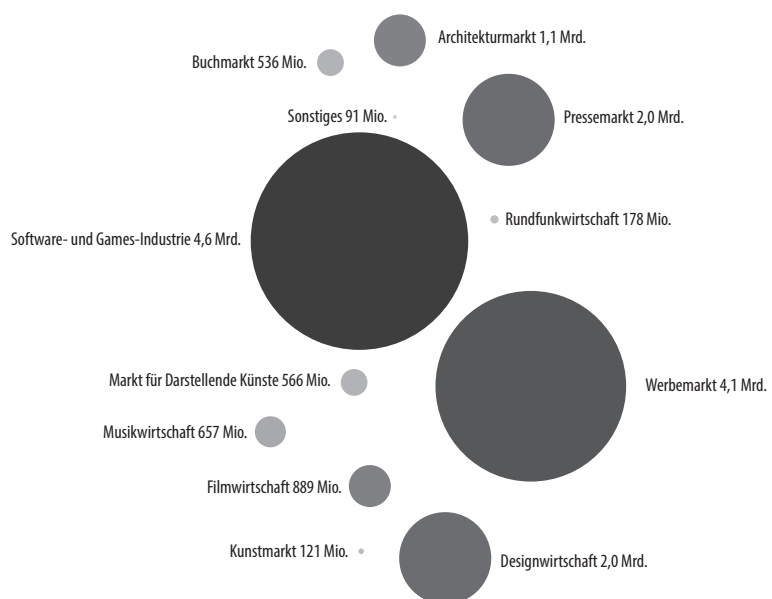


Abbildung: Umsätze Teilmärkte in Hessen 2022, eigene Abbildung auf Datengrundlage des Datenreports der Hessenagentur 2022

Die Zahl der Beschäftigten ging trotz Corona-Pandemie insgesamt nicht zurück, was an unterstützenden staatlichen Maßnahmen sowie an Steigerungen im Bereich der Software- und Games-Industrie (+6,5%) und dem Architekturmarkt (+2,0%) liegt. Als allgemeiner Trend lässt sich ein Wachstum der Branche insgesamt- und sogar eines Anteils der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten feststellen.

In Hessen gibt es starke Strukturunterschiede: die meisten Personen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen arbeiten in den Ballungszentren Frankfurt am Main, gefolgt von den größeren kreisfreien Städten Darmstadt, Wiesbaden, Offenbach und Kassel. Das stärkste Wachstum in den letzten Jahren hatte der Teilmarkt Software.

2.2 KREATIVWIRTSCHAFT IN KASSEL: EIGENSCHAFTEN UND POTENTIALE

Zur Darstellung der Lage, der Eigenschaften und Potentiale der Kreativwirtschaft in Kassel wurde eine umfassende Studie der Universität Kassel von 2011 mit aktuellen Daten des Statistischen Landesamts und der Hessenagentur auf Aktualität überprüft und ergänzt. Es wurden Absolvent*innenzahlen bei den Hochschulen Kassels und Unternehmensdaten bei der IHK Kassel-Marburg abgefragt. Parallel wurde eine qualitative Erhebung in einem Workshopverfahren und Experteninterviews durchgeführt.

Unternehmen, Umsätze und Beschäftigte

Im Jahr 2021 gab es in Kassel 1.192 Unternehmen, die der Kreativwirtschaft zuzuordnen sind. Davon waren 35% Architektur- und Ingenieurbüros, 19% Unternehmen der Informationstechnologie und 15% sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten. Es lässt sich feststellen, dass in Kassel wenige Unternehmen im Bereich Verlagswesen sowie Werbung und Marktforschung einen verhältnismäßig großen Umsatz erwirtschaften, wohingegen viele Unternehmen mit sonstigen freiberuflichen Tätigkeiten einen geringeren Umsatz erwirtschaften.

Beschreibung	Anzahl	Anteil	Umsatz	Anteil
	Unternehmen	%	(in Mio. EUR)	%
Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)	73	6	39	4,5
Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	21	2	109	12,7
Verlegen von Software	5	0	2	0,2
Herstellung von Filmen und Fernsehprogrammen, deren Verleih und Vertrieb; Kinos	22	2	•	
Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien	4	0	•	
Hörfunkveranstalter	1	0	•	
Fernsehveranstalter	-	-	-	
Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	222	19	164	19,1
Architektur- und Ingenieurbüros	416	35	291	33,8
Werbung und Marktforschung	90	8	183	21,3
Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	182	15	49	5,7
Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u.ä. Design	64	5	15	1,7
Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	86	7	8	0,9
Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	6	1	•	
Gesamt	1.192	100	860	100

Abbildung: Unternehmen und Umsätze der Kreativwirtschaft in Kassel 2021
 Punkt bedeutet: Datenschutzrechtlich entnommen, geringe Anzahl lässt Rückverfolgung zu, grau hinterlegt: höchster Anteil, schwarz hinterlegt: im Verhältnis geringer Anteil; eigene Darstellung, Datengrundlage: Statistisches Landesamt Hessen, Daten 2021

Die Unternehmen hatten insgesamt 6.036 Beschäftigte. In folgender Tabelle ist die Anzahl der Beschäftigten nach sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowie nach geringfügig Beschäftigten dargestellt. Auffällig ist hier, dass wenige Unternehmen des Verlagswesens verhältnismäßig viele Beschäftigte haben, wohingegen die sonstigen Freiberufler*innen nur sehr wenige Beschäftigte haben.

Beschreibung	Anzahl Unternehmen	Anteil %	Insgesamt Beschäftigte	Anteil %	Davon SVB	Davon GEB
Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)	73	6	274	5	201	73
Verlegen von Büchern und Zeitschriften; sonstiges Verlagswesen (ohne Software)	21	2	579	10	-	-
Verlegen von Software	5	0	16	0	-	-
Herstellung von Filmen und Fernsehprogrammen, deren Verleih und Vertrieb; Kinos	22	2	-	-	-	-
Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien	4	0	-	-	-	-
Hörfunkveranstalter	1	0	-	-	-	-
Fernsehveranstalter	-	-	-	-	-	-
Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	222	19	1.455	24	1.398	57
Architektur- und Ingenieurbüros	416	35	1.861	31	1.701	160
Werbung und Marktforschung	90	8	447	7	384	63
Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	182	15	392	6	304	88
Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u.ä. Design	64	5	104	2	92	12
Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	86	7	639	11	589	50
Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	6	1	269	4	259	10
Gesamt	1.192	100	6.036	100	4.928	513

Abbildung: Unternehmen und Beschäftigte der Kreativwirtschaft in Kassel 2021
 Punkt bedeutet: Datenschutzrechtlich entnommen, geringe Anzahl lässt Rückverfolgung zu, grau hinterlegt: höchster Anteil, schwarz hinterlegt: im Verhältnis geringer Anteil; eigene Darstellung, Datengrundlage: Statistisches Landesamt Hessen, Daten 2021

Vergleich der Teilmärkte der Kreativwirtschaft in Kassel zu Hessen und Deutschland

Zur Darstellung von Vergleichen der Branche in Kassel mit Hessen und Deutschland wäre zuerst die Herstellung gleicher statistischer Gliederung und Kategorisierung nötig. Auf Bundes- und Landesebene wird eine Gliederung nach WZ 2008 gemäß Wirtschaftsministerkonferenz (Modell Söndermann 2012) verwendet. Dies ist für Städte und Gemeinden oder lokale Wirtschaftsverbände nicht zu übernehmen, da die Daten vom statistischen Landesamt aufgrund der kleinen Branche aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht in der gleichen Gliederungstiefe zur Verfügung gestellt werden können (z.B. Umsätze und Beschäftigte von einem Unternehmen der Branche in der Stadt). Deshalb wurden für diese Studie die Daten aus dem Unternehmensregister nach der Gliederungssystematik nach Wirtschaftszweigen (WZ) für den Bezirk Stadt Kassel dargestellt. Eine umfassende Vergleichbarkeit der Teilmärkte zu Hessen und Deutschland ist damit nicht gegeben.

Relevanz und Eigenschaften der Branche in Kassel: Studie der Universität Kassel von 2011

Das Projekt „Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Nutzung regionaler Entwicklungspotentiale“ der Universität Kassel in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung und regionalen Institutionen und Verbänden sollte die Bedeutung und Entwicklungspotentiale der Kreativwirtschaft sowie mögliche Maßnahmen zur Förderung bestimmen. Im Rahmen der Studie wurde eine umfassende Befragung der Branche und unter Studierenden relevanter Studiengänge in Kassel durchgeführt. Dabei wurden wichtige Erkenntnisse über die Eigenschaften, Bedarfe und Potentiale der Branche in der Region Kassel (Stadt und Landkreis) gewonnen.

Demnach umfasste 2011 die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel (Stadt und Landkreis) ca. 2.000 Betriebe und Freischaffende mit insgesamt 5.750 erwerbstätigen Personen, welche einen Umsatz von 475 Mio. Euro erwirtschafteten, eine Wertschöpfung von 2,75% des Bruttoinlandsprodukts in der Region. Für die Zuordnung der Teilmärkte wurde hier noch ein anderes Modell verwendet, in dem das Handwerk in Teilen mit aufgenommen wurde, was eine direkte Vergleichbarkeit mit den aktuellen jährlichen Hessenreports unmöglich macht. Außerdem ordnen sich viele Betriebe mehreren Teilmärkten zu, so dass die Summe der Teilmärkte bei über 100% liegt.

Die beschäftigungsintensivsten Teilmärkte waren das Verlagsgewerbe, Software- und Games-Industrie, Werbung und Design. 39% der Teilnehmer*innen der Befragung hatten einen jährlichen Umsatz unter 17.500 € und somit weitere erforderliche Einkommensquellen neben der Tätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Legt man die Definition der EU zur Größenklasse der Unternehmen an, sind fast alle Betriebe und Freiberufler der Größenklasse Kleinunternehmen zuzurechnen. Den größten Umsatz erzielte die Teilbranche Medien/Design/Werbung/Software, den kleinsten Umsatz die Teilbranche Kunst.

Die Unternehmen generierten einen auffällig hohen Umsatz in der Region (52% der Unternehmen erwirtschafteten mehr als 60% ihres Umsatzes in der Region), gleichwohl gab es einen bedeutenden Anteil von Unternehmen (24%), die weniger als 20% in der Region erwirtschafteten.

Die Unternehmen erwarteten eine jährliche Umsatzsteigerung von ca. 2-3 % in den nächsten Jahren.

Soziodemographische Eigenschaften der Kreativbranche

Als soziodemographische Merkmale der Kultur- und Kreativbranche konnte durch die Studie der Universität Kassel ein hoher Ausbildungsgrad und ein hoher Grad an autodidaktischer lebenslanger Weiterbildung ermittelt werden. Für die Innovationsaktivitäten (neue Produkt- und Dienstleistungsinnovationen sowie Prozess- und Innovationsverhalten) wurde ein höherer Wert als bei anderen Branchen festgestellt, allerdings seien zukünftige Innovationsaktivitäten stärker als in anderen Branchen durch mangelnde Ressourcen gehemmt.

In den Befragungen wurden Persönlichkeitsmerkmale und persönliche Ziele abgefragt und mit anderen Branchen verglichen. In der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigte sich ein deutlich höherer Wunsch nach persönlicher Unabhängigkeit, der Wille, Neuartiges zu erschaffen, Freude am kreativen Beruf und Selbstbestimmung und eine niedrigere Priorisierung von finanzieller Sicherheit und hohem Umsatz.

Als größtes Hemmnis für die Kultur- und Kreativwirtschaft wurde die Schwierigkeit genannt, Produkte und Leistungen zu angemessenen Preisen verkaufen zu können sowie eine insgesamt zu geringe Nachfrage und Kundenanzahl. Dadurch ergebe sich für viele Kreativschaffende die Notwendigkeit, Tätigkeiten in anderen Bereichen nachzugehen und so wiederum zu wenig Zeit für ihre eigentliche Tätigkeit zu haben.

2.3 STUDIERENDE UND GRÜNDERPOTENTIALE

Hochschulen und Absolvent*innenzahlen

Diese Konzeptstudie zielt insbesondere auf das Gründungspotential der von den Kreativstudiengängen in Kassel abgehenden Studierenden ab. Deshalb sind das Gründungspotential sowie die Möglichkeiten, die Studierenden nach dem Studium am Standort Kassel zu halten zu betrachten. Hierzu wurden die aktuellen Absolvent*innenzahlen der Hochschulen und die Ergebnisse der Befragung der Studie der Uni Kassel von 2011 zusammengetragen.

Die für die Kreativberufe relevantesten Bildungseinrichtungen mit Hochschulabsolventen in Kassel sind die Universität Kassel und die Kunsthochschule Kassel. Daneben gibt es noch die Musikakademie der Stadt Kassel, mehrere (Hochschul-) Akademien mit berufsbegleitenden- und Fernstudiengängen (AFAK Marketingakademie, FOM, IU, etc.) sowie weitere Hochschulen, die aber für Kreativberufe keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Im Jahr 2021 gab es an der Universität Kassel insgesamt 3.428 Absolvent*innen, davon 312 im kreativwirtschaftlich relevanten Fachbereich 06 Architektur-, Stadt- und Landschaftsplanung.

An der Kunsthochschule Kassel sind ca. 1.000 Studierende in den Studiengängen Bildende Kunst, visuelle Kommunikation, Produktdesign, Kunstpädagogik, Kunstwissenschaft eingeschrieben. Es gibt jährlich etwas über 100 Absolvent*innen. Es gibt keine statistisch erfasste Aussage darüber, was diese nach dem Studium machen und inwieweit sie in Kassel tätig bleiben. Es ist aber deutlich zu beobachten, dass viele Absolvent*innen die Kunst- und Kulturlandschaft der Stadt Kassel maßgeblich durch ihr Engagement (Ausgründungen etc.) prägen.

Mit jährlich etwa 15 Absolvent*innen ist die Musikakademie der Stadt Kassel Louse Spohr eher eine kleine Ausbildungsstätte. Laut Eigenauskunft der Musikakademie ist insbesondere die aktuelle gesetzliche Beschränkung für die Hessischen Musikakademien, ausschließlich künstlerisch-pädagogisch auf Bachelor-Niveau ausbilden zu dürfen (Bachelor of Music) nachteilig, so dass der Region wertvolle Kräfte verloren gehen, die in der Lage wären, eine Aufnahmeprüfung für

ein Masterstudium zu bestehen. Es wird geschätzt, dass etwa die Hälfte der Absolvent*innen in der Region bleibt, weil bereits während des Studiums aktiv an der Verknüpfung mit dem Arbeitsmarkt (Konzerte und Unterricht, vor allem an Musikschulen) gearbeitet wurde.



Abbildung: Absolvent*innenzahlen kreativwirtschaftlich relevanter Studiengänge 2021, Kassel

Neben Universität und Kunsthochschule gibt es eine Vielzahl kleinerer Bildungseinrichtungen und Akademien. Mehrere Vereine und Institutionen bieten Bildungsangebote und Räume für Kreative oder engagieren sich für die Vernetzung oder die Schaffung notwendiger Bedingungen.

Neigungen und Bedarfe der Studierenden: Befragung der Universität Kassel 2011

Im Rahmen der Studie der Universität Kassel 2011 wurde neben der Erhebung und Befragung der Kreativwirtschaft in der Region Kassel auch eine Befragung unter Studierenden der Kreativstudiengänge durchgeführt: 80% der Befragten wohnten in Kassel, 67% sind für das Studium nach Kassel gezogen, sie waren im Mittel 25 Jahre alt, 32% hatten ein- oder zwei selbstständig tätige Elternteile, 58% hatten bereits Praxiserfahrungen, die mit dem Studium in Zusammenhang standen (Job, Praktikum oder Hilfskraft an der Hochschule).

Die Ergebnisse der abgefragten Persönlichkeitsmerkmale ähnelten stark den Ergebnissen aus der Befragung der Kreativwirtschaft: hohe Gewichtung der Freude am kreativen Beruf, Selbstverwirklichung und Anerkennung, wenig Routinetätigkeiten und Sicherheit.

Auch wenn die Gründungsbereitschaft allgemein als eher niedrig angegeben wurde, konnten sich 20% vorstellen, eine Teilzeitarbeit aufzunehmen, um Zeit für eine selbstständige Tätigkeit zu haben und 30% würden gerne zunächst ein festes Arbeitsverhältnis eingehen, um sich später selbstständig zu machen. Als Gründungshemmnisse wurden das Risiko einer Gründung, die mangelnde Praxiserfahrung, zu hohe Belastung, fehlender Kontakt zu potentiellen Kunden, fehlendes wirtschaftliches Wissen sowie bürokratischer Aufwand genannt.

Zu den gewünschten Handlungsfeldern einer Gründungsförderung wurden am häufigsten genannt: Finanzierung, rechtliche Fragen, Arbeitsräume, Vermarktung, Büroorganisation und Betriebsführung. Ein Netzwerkaufbau und eine mögliche Gründung gemeinsam mit Partner*innen wurde gegenüber einer Gründung alleine eindeutig bevorzugt (Team mit anderen Kreativschaffenden oder auch mit Partner*innen aus anderen Berufsbranchen wie Ingenieurwesen oder Betriebswirtschaft). Allgemein bewerteten die Studierenden der kreativen Berufe die Vorbereitung auf die berufliche Praxis relativ schlecht und wünschten sich mehr Praxiserfahrung und mehr Vermittlung von kaufmännischen Fähigkeiten. 75% der Studierenden gaben an, von Angeboten und Maßnahmen, die an der Universität Kassel zur Unterstützung von Gründungen bereitgestellt werden, keine Kenntnis zu haben. Nur 9% der Studierenden war bekannt, dass die Universität Arbeitsräume für Start-ups zur Verfügung stellt. 56% der Studierenden hätten aber Interesse an Veranstaltungen, die auf selbstständige Tätigkeiten vorbereiten würden. Davon hatten viele Interesse an einer Zusammenarbeit mit anderen Fachrichtungen zur Entwicklung von Gründungsideen, hatten bereits Gründungsideen und / oder Bedarf an Unterstützung und Weiterentwicklung.

Bei einem hohen Anteil der Studierenden war der Verbleib nach dem Studium in Kassel unsicher. Gegen den Standort Kassel sprachen für die Studierenden das unzureichende Arbeitsplatzangebot im kreativen Bereich, mangelnde kreative Anregungen und die geringe Nachfrage nach kreativen Produkten. Für den Standort Kassel sprachen der Umstand, dass hier Familie und Freunde wohnen, vorhandene Netzwerke und die Lebensqualität. Am relevantesten und positivsten wurden die Standortfaktoren „geringe Lebenshaltungskosten“ und „Verkehrsanbindung“ bewertet.

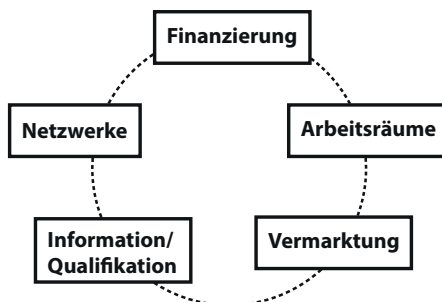


Abbildung: Handlungsfelder

2.4 HANDLUNGSFELDER

In der Studie der Universität Kassel 2011 wurden fünf mögliche wirtschaftspolitische Handlungsfelder aufgestellt und die Akteur*innen der Kreativwirtschaft zu den jeweils wichtigsten Interessen und Bedarfen gefragt:

- **Handlungsfeld Arbeitsräume:** 29% der Befragten gab an, ein Interesse an günstigeren Räumen zu haben, 21% gab an, Interesse an Räumen in zentraler Lage zu haben. 37% der Befragten gab an, Interesse an Räumen in einem Zentrum für Kreativwirtschaft zu haben, 22% gab an, Interesse an Nähe zu anderen Branchen zu haben (Vernetzung).
- **Handlungsfeld Finanzierung:** der größte Bedarf wurde bei Unterstützung bei Versicherungen und Beiträgen gesehen (38%), Zuwendungen wie Stipendien (24%) und der Unterstützung bei Materialeinkauf (23%). 13% gaben an, günstige Kredite zu benötigen, davon 85% Kredite über 10.000€.
- **Handlungsfeld Vermarktung:** als wichtigste Maßnahmen wurden die Berichterstattung in regionalen öffentlichen Medien (65%), Ausstellungen und Veranstaltungen (51%), eigene Homepage (44%), regionale und überregionale Fachmessen genannt. Weniger stark bewertet wurden insgesamt Internetplattformen und soziale Netzwerke im Internet - dies jedoch höher bei jüngeren Teilnehmenden.
- **Handlungsfeld Information/Qualifikation:** der größte Bedarf wurde im Themenfeld Vermarktung gesehen: Einwerben von Aufträgen (44%) und Erschließung regionaler und überregionaler Markt (43% und 40%). Außerdem, aber weniger stark, wurden weitere allgemeine Kompetenzen wie Internetpräsenz, Projektmanagement, Büroorganisation und Betriebsführung, Zeitmanagement und Finanzierung nachgefragt.
- **Handlungsfeld Netzwerke:** 48% der Befragten gab an, nicht in Netzwerken aktiv zu sein. Von den 52% netzwerkaktiven Befragten waren 39% nur in regionalen Netzwerken aktiv. Insgesamt 92% der Befragten gab jedoch an, im Falle von Förderung und Möglichkeiten ein Interesse sowohl an regionalen- wie auch überregionalen Netzwerken aus der Kultur- und Kreativwirtschaft und mit anderen Berufen zu haben.

Abschließend wurden die Kreativschaffenden zur Bewertung und Gewichtung der Handlungsfelder befragt. Am wichtigsten wurden Vermarktung, Netzwerke und Weiterbildung genannt, gefolgt von Finanzierung, Coaching und Betriebsorganisation. Arbeitsräume standen vor sozialer Unterstützung an vorletzter Stelle.

Zu möglichen konkreten Maßnahmen wurden dementsprechend am häufigsten Informations- und Vermarktungsmaßnahmen genannt, die Einrichtung von Ansprechstellen und Arbeitskreisen (Projektbegleitung, Beratung, Finanzierung, Raumsuche, etc.) und erst danach die Einrichtung eines Gebäudes und Räume für die Kreativwirtschaft oder weiterer Berufe. Bei einer Unterscheidung nach Gruppen ergaben sich z.B. große Unterschiede zwischen der Teilbranche Kunst und anderen Branchen. Die Kunstbranche hatte bei geringsten Umsätzen den größten Bedarf an Arbeitsräumen, den höchsten Frauenanteil, war am stärksten vernetzt und plante am meisten Standortverlagerungen. Die Branche „kreatives Handwerk“ sah hingegen die Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal und die Absatzmöglichkeiten zu angemessenen Preisen als größtes Hemmnis.

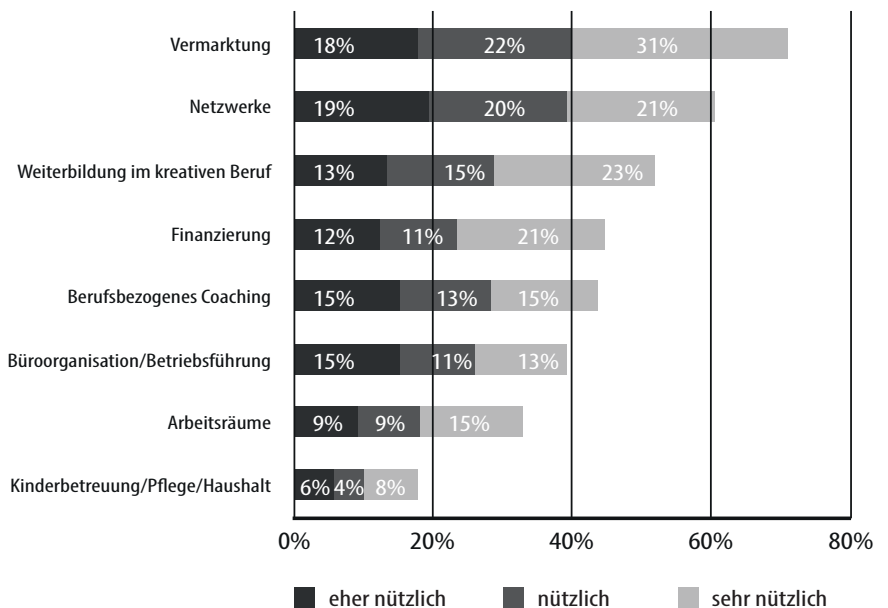


Abbildung: Bewertung wirtschaftspolitischer Handlungsfelder (Mehrfachnennung möglich); entnommen aus: M. Daskalakis: Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Nutzung regionaler Entwicklungspotenziale, Kassel, 2011, S. 71

2.5 KREATIVE MILIEUS, RÄUMLICHE SCHWERPUNKTE UND CLUSTER IN KASSEL

Studio UC / Klaus Overmeyer erarbeitete 2010 im Auftrag des Amt für Stadtplanung, Bauaufsicht und Denkmalschutz sowie dem Kulturamt der Stadt Kassel eine Konzeptstudie zur Förderung der Kulturwirtschaft in Kassel als Grundlage für die Ausrichtung der städtischen Planungsprozesse im Bereich Kulturwirtschaft. Im Vordergrund standen die stadträumlichen Pionierleistungen der „kreativen Milieus“ und ihr Anteil an der Entwicklung bestimmter Stadträume und eines „stadtgesellschaftlichen Klimas“, also als Faktor für städtische Transformationsprozesse und Revitalisierung brachgefallener Räume. Die Studie sollte Stadtentwicklung und Kulturwirtschaft verzahnen und konkrete Ansatzpunkte zur Entwicklung definieren.

Die Kreativen Milieus in Kassel wurden in fünf Typen unterschieden, kartiert und untersucht. Zu den räumlichen Schwerpunkten wurden die Institutionen, Nutzungen, Akteur*innen, Interaktionen, stadträumliche Einbindung und mögliche Entwicklungspfade dargestellt. Zu den einzelnen Institutionen und Projekten wurden Steckbriefe zu Profil und Entwicklungspotentialen angefertigt.

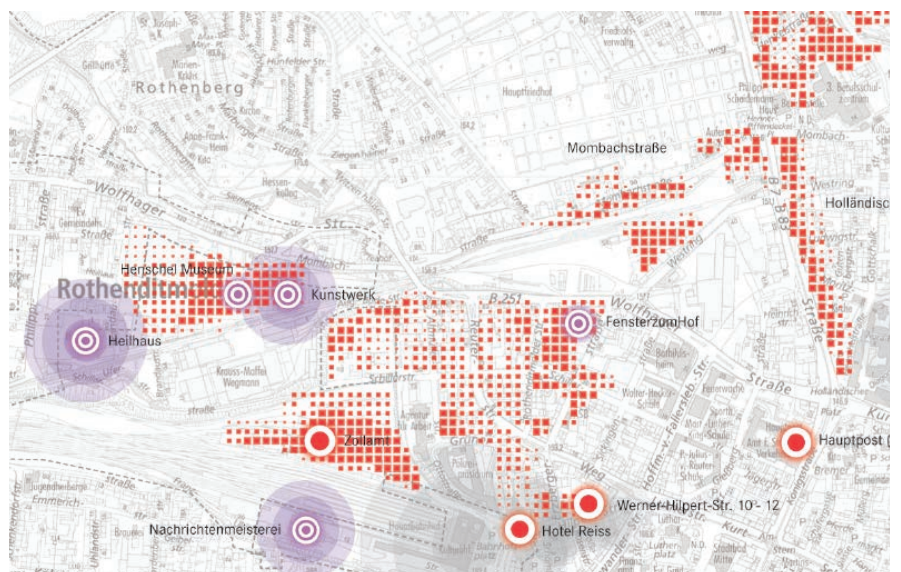


Abbildung: Schwerpunktbereiche, Studio UC/Overmeyer

Ein Ergebnis der Studie war, dass es in Kassel insgesamt einen Überschuss an potenziellen Atelier-, Wohn- und Arbeitsräumen gab, sich die überschaubare Anzahl kreativer Nutzer*innen aber auf wenige spezifische, und teilweise prekäre Räume konzentrierte. Es wurden eine übergeordnete Potentialraumanalyse sowie vertiefende Leerstandskartierungen aufgestellt.

Insgesamt beständen in Kassel vielerorts Isolationstendenzen und eine geringe Netzwerkbildung zur Konsolidierung von Standorten, eine Reihe von Projekten betreibe aber eine gezielte Bündelung von Programmen, Nutzungen und Kompetenzen und trage so zum Entstehen einer kritischen Masse bei, die sich für Entwicklung und Erhalt eines Standorts einsetzt. Die Entwicklungsdynamik hänge wesentlich von Schlüsselakteur*innen ab, die sich stark mit dem Projekt identifizieren und einen hohen zeitlichen und finanziellen Einsatz aufbringen.

Aus heutiger Sicht gilt es, die vorhandenen positive Dynamiken, Netzwerke und Schlüsselakteur*innen bereits für Planung und Konzeptionierung des neuen Zentrums für Kreativwirtschaft einzubinden. Idealerweise können über einen zu verstetigenden Beteiligungsprozess Expert*innen und Schlüsselakteure für den Aufbau von Organisationsstrukturen gewonnen werden.

Auch bei der vergleichenden Standortbewertung und der Überlegung zur Einbindung von Institutionen oder Gebäuden wurde auf die Ergebnisse dieser Studie eingegangen.

3. Grundkonzept und Nutzungsprofil

3. GRUNDKONZEPT UND NUTZUNGSPROFIL

Zur Ableitung eines Grundkonzepts aus den in der Aufgabenstellung genannten Zielen und der Markt- und Umfeldanalyse wurde ergänzend und vertiefend eine qualitative Erhebung von Wünschen, Vorstellungen und Bedürfnissen der Kreativwirtschaft in Kassel in einem Beteiligungs- und Workshopverfahren sowie in Einzelgesprächen und Expert*inneninterviews durchgeführt. Im Planungsprozess wurden die Ergebnisse integriert, in Zwischenständen rückgespiegelt und überprüft.

3.1 ERGEBNISSE AUS DEM GROSSEN WORKSHOP-PLENUM

Im großen Workshop-Plenum wurde als Zwischenstand der Studie die Markterhebung vorgestellt und anschließend an Thementischen die allgemeinen Ziele, Ausrichtung und Ausgestaltung des Zentrums für Kreativwirtschaft diskutiert. Die Diskussionsergebnisse der Thementische wurden abschließend in der großen Runde präsentiert und für die weitere Planung aufgenommen. Die Themen der Diskussionstische wurden gemäß den vorgestellten Handlungsfeldern gegliedert in die Schwerpunktbereiche Räume, Vermarktung und Öffentlichkeit, Netzwerke und Stadtteil und Soziales.

Tisch 1: Räume

Es wurden unterschiedliche Vorstellungen erarbeitet und vorgestellt: Die Räume sollten dauerhaft zugänglich (24/7) sein. Es sollte die Möglichkeit der eigenen Mitgestaltung und Ausgestaltung geben. Für die Anmietung der Räume wurde ein Stufenmodell der Mietpreise je nach beruflichem „Status“ vorgeschlagen. Es sollte Raum für feste und flexible Mieter*innen entstehen, sodass temporäre Bedarfe gedeckt werden können. Vorgeschlagene Räume waren unter anderem: Vernetzungsraum, Showroom, Multimedia-Raum, Werkstätten, Lagerräume und Co-Working. Die Co-Working-Fläche und die weiteren gemeinschaftlichen Flächen sollten zentral kuratiert werden. Auch die Möglichkeit zum Wohnen wurde gewünscht. Wichtig waren den Teilnehmenden preisgünstige Räume, die auch „unfertig“ sein dürfen.

Tisch 2: Stadtteil/Soziales

Das Zentrum für Kreativwirtschaft soll divers sein und gleichzeitig auch Diversität in den Stadtteil hineinbringen. Die Stadtgesellschaft soll mit einbezogen werden und es soll die Möglichkeit bestehen, nicht nur die eigene „Bildungsbubble“ anzusprechen. Das Zentrum für Kreativwirtschaft soll ein offener Ort sein und die Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft bilden. Das Zentrum soll sich stetig weiter entwickeln. Im Hinblick auf einen konkreten Stadtteil von Kassel wurde in der Bearbeitung festgestellt, dass der Ort zweitrangig ist und die Dringlichkeit darin besteht, dass überhaupt ein Ort zur Verfügung gestellt wird oder erschlossen werden kann.

Tisch 3: Vermarktung und Öffentlichkeit

Das Zentrum für Kreativwirtschaft soll Sichtbarkeit für regionale Akteur*innen vor Ort und digital erzeugen und lokale Netzwerke zum Austausch und Inspiration entwickeln. Für Vermarktung sind denkbar die Schaffung und Bereitstellung von Formaten und Räumen für Veranstaltungen, für eine eigene Community, zum gegenseitigen Austausch und für Beratung, Information und Qualifikation.

Eine „Peer-Beratung“ mittels Formaten wie Stammtisch, Mentoring, Treffen, Netzwerk ist denkbar. Ein Back-Office stärkt hierbei die Peer-Beratung und organisiert zudem auch Workshops zu den Themen Recht, Antragstellung, Finanzierung, Projektentwicklung etc. und etabliert regelmäßige öffentliche Treffen. Denkbare Formate für die öffentlichen Treffen könnten sein: Netzwerktreffen, Projektvorstellungen, Info-Veranstaltungen, Gesprächs- und Diskussionsformate, Ideen-Börse, Konferenzen und Tagungen. Für Kreativschaffende sind Stipendien, Anschubfinanzierung, Grundsicherung und Reisestipendien denkbar.

Grundsätzlich sollten die Angebote für die Information und Qualifikation niedrigschwellig sein und das Wissen gebündelt werden, da die Expertise bereits innerhalb des Gefüges von Kreativschaffenden vorhanden ist. Die Weitergabe von Wissen in Fortbildungen und Workshops sollte durch Vergütung honoriert werden. Es wurde hierbei die Einbindung der Community gewünscht.

Tisch 4: Netzwerke

Die Bildung von Netzwerken sollte nicht rein auf Kreativschaffende ausgerichtet sein, sondern vielmehr auch beweglich und durchlässig sein. Gezielte Events könnten das Netzwerk erweitern z.B. Pitch-Event, um Industrie und Handel und Kreativschaffende zueinander zu bringen oder einen Makerspace und eine Bühne für die Erweiterung des Netzwerkes um die Öffentlichkeit. Denkbar ist die Einrichtung von „Kreativschaffende in Residenz“ im Zentrum für Kreativwirtschaft oder bei Unternehmen zur kurzfristigen Fluktuation.



Abbildung: Teilnehmende des Workshops,
© Fiona Körner/ Kulturamt Stadt Kassel



Abbildung: Teilnehmende des Workshops,
© Fiona Körner/Kulturamt Stadt Kassel

3.2 GRUNDKONZEPT IN SECHS THESEN

Zusammenfassend lassen sich aus der Markt- und Umfeldanalyse sowie aus der qualitativen Erhebung Feststellungen formulieren, die in sechs Thesen als Grundkonzept und Nutzungsprofil aufgestellt werden.

Die Branche ist gemessen an ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit überdurchschnittlich bedeutsam als Impulsgeber für viele andere Branchen („Innovationsmotor“), zieht qualifizierte Mitarbeiter*innen und moderne Unternehmen an und trägt positiv zur Standort- und Stadtentwicklung sowie einer vielfältigen und integrativen Stadtgesellschaft bei. Sie ist flexibel, dynamisch und vernetzt (projektbezogen mit anderen Akteuren) und besitzt trotz oft mangelnder Ressourcen hohe Innovationsaktivitäten. Das Zentrum für Kreativwirtschaft soll folgende Handlungsfelder der Gründungsförderung bedienen: die Schaffung von Netzwerken, Information und Qualifikation, Vermarktung und die Bereitstellung von Arbeitsräumen.

Das Zentrum für Kreativwirtschaft ist ein:



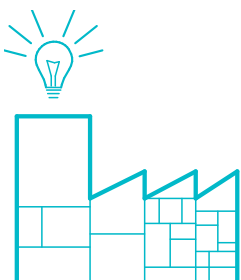
Offenes Haus:

Es ist vielfältig, niedrighschwellig, offen und barrierefrei. Starre Rollenverteilung zwischen Nutzer*in/ Förderer*in und Konsument*in / Exponent*in können sich auflösen.



Forum:

Es bietet Raum und Formate für Netzwerkbildung, Vermarktung, Ausstellung und Präsentation. Es ist ein Bindeglied zwischen Institutionen, Kreativwirtschaft und Gesellschaft. Es besitzt eine architektonische Präsenz und permeable Hülle.



Kraftwerk:

In Arbeitsräumen, Werkstätten und Projekträumen können Einzelne mit dem Support der Gemeinschaft große Schaffenskraft entwickeln. Kleine Individualbereiche und große Gemeinschaftsbereiche bieten Raum für Schaffung und Entfesselung großer kreativer Kräfte.



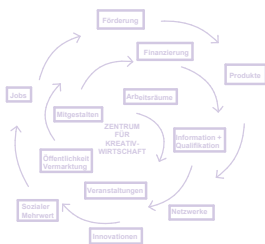
Inkubator/Förderinstrument:

Es ist ein Förderinstrument für förderbedürftige und förderungswürdige kreative und künstlerische Exzellenz (Stipendium, Konzeptvergabe, „artist in residence“, ...). Hierfür stellt es temporäre Räume zur Befähigung sowie Beratung, Coaching, Kurse und Betreuung für Information und Qualifikation zur Verfügung.



Back-Office:

Es ist Schnittstelle zu Stadt, Verwaltung, Bürokratie und Fördermitteln und bietet Know-How, Unterstützung und Infrastruktur für kaufmännische und formale Aufgaben.



Prozess:

Es entwickelt sich in einem sich selbst verstärkenden Prozess, wie ein Katalysator, als offener dynamischer Prozess mit Entwicklung, Engagement und einem hohen Grad an Mitgestaltung.

3.3 ZIELGRUPPE: SCHÄRFUNG, ABGRENZUNG UND AUSSDIFFERENZIERUNG

Im Verlauf der Beteiligung, der Ausarbeitung des Konzepts, in der Überprüfung mit der Auftraggeberin und im Abgleich mit den vorgegebenen Zielen kam immer wieder die Frage auf, für wen genau das Zentrum für Kreativwirtschaft Angebote und Räume zur Verfügung stellen soll. Insbesondere ging es um die Frage des Bedarfs an Förderung und einer Abgrenzung zu Akteur*innen ohne Förderbedarf. Deshalb wurde folgendes differenzierte Zielgruppenkonzept mit drei Unterzielgruppen aufgestellt, das auch als Grundlage für Raumprogramm und Kostenmodell dient.

Gründer*innen / Junge Start-ups

Hauptzielgruppe sind erwerbsorientiert Kreativschaffende aus den Kernteilmärkten der Kreativwirtschaft. Der Schwerpunkt liegt auf der Karrierestufe des Übergangs aus dem Studium in die ersten Jahre der (selbstständigen) Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung, aber ohne Altersbeschränkung der Personen. Studierende und Absolvent*innen sollen durch attraktive Angebote in Kassel gehalten werden, neue Gründerinnen und Gründer sollen angezogen werden. Schwerpunktmäßig für diese Zielgruppe sollen Räume, Schnittstellen und Betätigungsfelder für den Übergang zwischen Studium und Beruf bereitgestellt und geschaffen werden. Es ist von einer zeitlichen Begrenzung eines aufbauenden Förderzyklus auf beispielsweise drei Jahre auszugehen, einem Zeitraum zu dem Aufbau einer sich selbst tragenden Unternehmensstruktur. Zeitraum und Übergänge sollten nicht starr sein, sondern individuelle Entwicklungen und Konsolidierung ermöglichen.

Etabliertere Kreativwirtschaft

Eine weitergehende Eingrenzung auf Tätigkeitsschwerpunkte (handwerklich analog / wissensbasiert digital ...) soll vorerst nicht getroffen werden, vielmehr soll möglichst die ganze Breite und Vielfalt der Branche (inhaltliche Ausrichtung und Schwerpunkt, Karrierestufe, Höhe der Umsatzerwartungen und Unternehmensgröße) abgebildet werden um Austausch, Synergien und Lernprozesse anzustoßen.

Deshalb soll auch der „etablierteren Kreativwirtschaft“ ohne großen Förderbedarf Fläche und Raum zur Verfügung stehen. Hierunter sind junge Unternehmen zu verstehen, die das anregende Umfeld des Zentrums nutzen und ihrerseits durch Know-How bereichern (wie in einem „Mehrgenerationenhaus“). Junge Unternehmen, die den aufbauenden Förderzyklus durchlaufen haben und noch gerne weiter am Standort und im Gebäude bleiben möchten, können dies zu marktüblichen Mieten tun, soweit genügend Platz im Gebäude ist.

Förderungswürdige erwerbsorientierte Künstler*innen

Die erwerbsorientiert künstlerisch Tätigen haben mit teilweise deutlich geringeren Umsatzerwartungen auch längerfristig einen allgemein höheren Förderbedarf. Auch wenn nicht die Schaffung eines „Atelierhauses“ geplant ist, soll Raum und Förderung für rein kulturelle und künstlerische Tätigkeiten im Kontext von Kreativwirtschaft aber auch ohne primäre wirtschaftliche Ausrichtung vorgesehen werden.

3.4 BEST-PRACTICE-PROJEKTE UND LOKALE BEZÜGE

Vergleichbare Modelle und lokale Bezüge in Gradienten

Es wurden vergleichbare „Kreativzentrumsmodelle“ („Best-Practice-Modelle“) untersucht, die im Folgenden diagrammatisch und steckbrieflich dargestellt und zum Vergleich herangezogen werden. Zusätzlich wurden steckbriefhaft einige relevante Institutionen und Initiativen aus Kassel dargestellt, zu denen das zukünftige Zentrum für Kreativwirtschaft im Bezug stehen könnte.

Die Untersuchung vergleichbarer „Kreativzentrumsmodelle“ und lokaler Projekte erfolgte zunächst zur allgemeinen Orientierung und im fortschreitenden Planungsprozess verstärkt vergleichend nach den unterschiedlichen Merkmalen von Ausrichtung, Organisationsstruktur, Raumangebote, und Kostenstruktur.

Bei der Darstellung von Kreativwirtschaftszentren konnte ein Gradient der Ausrichtung in „gründungsorientiert“ und „soziokulturell orientiert“ sowie oftmals ein direkter Zusammenhang zu den Organisationsformen „top-down“ und „bottom up“ festgestellt werden. Diese Organisationsformen werden im Weiteren detaillierter beleuchtet.

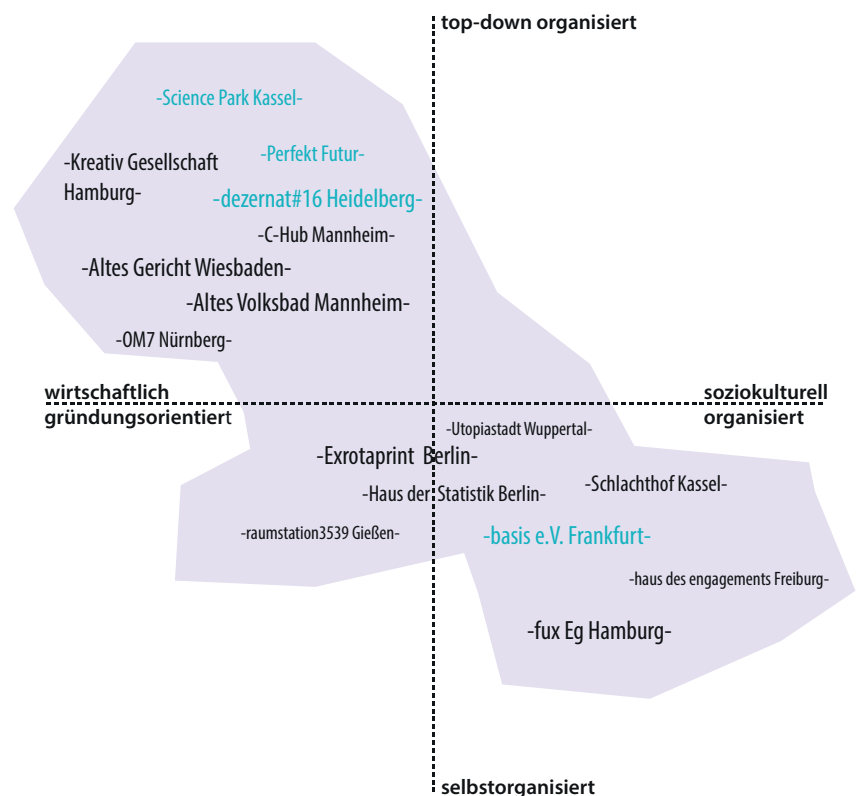


Abbildung: Gradiente Kreativzentren

**Beispielprojekt Dezernat #16
Heidelberg**

Dezernat#16

Ort:	Heidelberg
Ausrichtung:	Kultur- und Kreativzentrum
Selbstverständnis:	„Günstige Mieten und verschiedene Unterstützungsangebote sorgen für ein geringes unternehmerisches Risiko von Selbstständigen, Freiberuflern, Künstlerinnen und Künstlern. So werden aus Ideen und Experimenten erfolgreiche Produkte und Dienstleistungen.“
Gebäudetypus:	Bestandsgebäude - Ehemals Feuerwache
Raumangebot:	Foyers, Meetingräume, Theaterprobenraum, Medienraum, Co-Working, Seminarraum, Büroräume, Cafe
Fläche:	3000 qm
Mietpreis:	Kaltmiete: 5 Euro pro qm Nebenkosten: 2,5 Euro pro qm
Mietzeitraum:	5 Jahre
Betreibermodell:	Heidelberger Dienste gGmbH Soziales Dienstleistungsunternehmen der Stadt Heidelberg
Förderung:	Städtisch gefördert.
Finanzierung:	Mieteinnahmen



Im Dezernat#16 arbeiten 80 Mietparteien als freiberufliche Künstler*innen, Architekt*innen, Fotograf*innen, Galerist*innen, Mediendesigner*innen, Softwareentwickler*innen, Redakteur*innen und Musiker*innen auf 3000 qm. Die Kreativschaffenden im Dezernat#16 sind sowohl im Hauptberuf als auch im Nebenberuf dort tätig. Das Dezernat#16 bietet neben kostengünstigen Mieten auch unterschiedliche Unterstützungsangebote für die Anfangszeit der Selbstständigkeit und Entwicklung von Produkten sowie Dienstleistungen.

Die Stadt Heidelberg beauftragte die eigene Tochtergesellschaft Heidelberger Dienste gGmbH mit dem Betrieb des Kultur- und Kreativzentrums und stellte die in städtischer Hand befindliche Immobilie zur Verfügung. Die Mieteinnahmen aus der Raumvermietung an Kreativschaffende und die externe Vermietung des Veranstaltungssaals finanzieren den Betrieb. Bei der Gründung in 2013 war das Dezernat#16 auf zehn Jahre Erprobung ausgelegt, welche aktuell nach Ablauf verlängert werden. Die Raumvergabe wird mittels einer Warteliste durch die Heidelberger Dienste gGmbH gesteuert. Die Nutzflächen werden unmittelbar von der Heidelberger Dienste gGmbH verwaltet und vermietet (Ateliers, Probenräume, Medienräume und Büros). Der Co-Working-Bereich und das Café werden als eigene Einheiten unabhängig bewirtschaftet. Der Bedarf an Räumen für Kreativschaffende mit geringen Mieten und einem Ort des Neben- und Miteinanders ist im Dezernat#16 von Beginn bis dato stark nachgefragt.

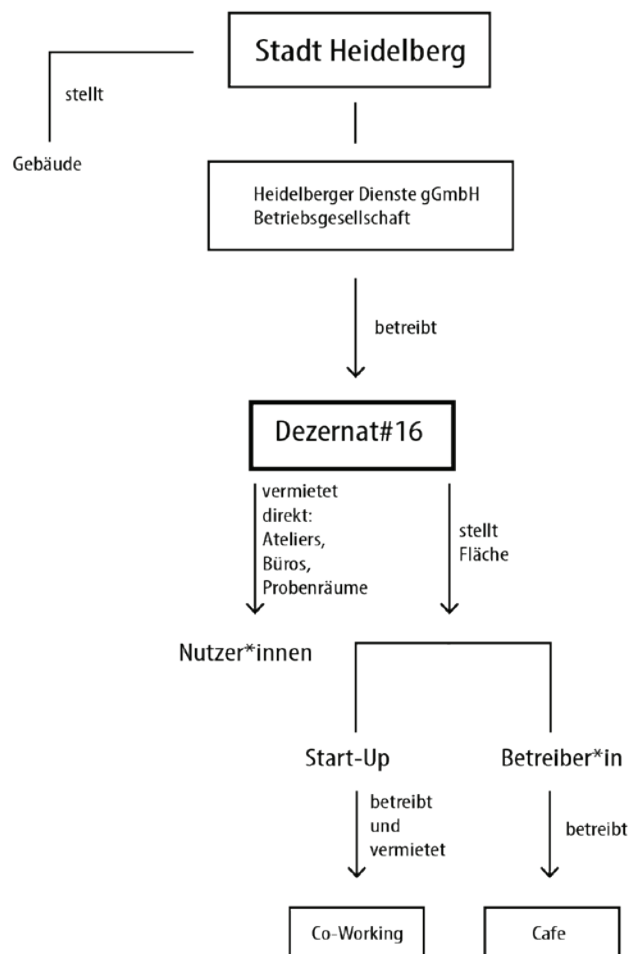


Abbildung: Organigramm Dezernat#16

Beispielprojekt Science Park Kassel

Science Park

Ort:	Kassel
Ausrichtung:	Innovations- und Gründungszentrum
Selbstverständnis:	„Als Gründungs- und Innovationszentrum liegt unser Fokus darauf, „Ideen erfolgreich zu machen!“ So unterstützen wir die Gründenden von der Idee bis zur Etablierung am Markt.“
Gebäudetypus:	Neubau
Raumangebot:	Büros, Werkhallen, Ateliers
Fläche:	6000 qm
Mietpreis:	Kaltmiete: 7 Euro pro qm Büro (zzgl. MwSt.) Nebenkosten: 3,60 Euro pro qm Büro (zzgl. MwSt.)
Mietzeitraum:	3 Jahre (Erweiterbar auf max. 5 Jahre)
Betreibermodell:	Science Park Kassel GmbH
Rolle der Stadt:	Teilhaberin
Förderung:	EUROPÄISCHE UNION: Investition in Ihre Zukunft
Finanzierung:	Trägt sich seit der Fertigstellung des Neubaus selbst.



Der Science Park formiert sich als Gründungs- und Innovationszentrum der Stadt Kassel und Universität Kassel. Seit 2015 stellt der Neubau auf über 6000 qm Fläche für Büros, Ateliers, Werkstätten, Co-Working, Innovationskantine und Veranstaltungsräume zur Verfügung. Die räumliche Ausgestaltung ist zeitlos funktional und flexibel in der Nutzung. Der Science Park liegt in der unmittelbaren Nähe zur Universität Kassel und richtet sich an Ausgründungen von der Universität Kassel und an Unternehmen, die eine direkte Nähe zur Hochschule suchen. Dabei „stellt der Science Park die Schnittstelle zwischen Universität und der Start-Up Szene Kassels dar“. Zusätzlich zu den Raumangeboten sind Unterstützungsangebote und Gründungsangebote sowie ein Netzwerk zur Verknüpfung Bestandteil des Angebots.

Die Dépa Forschungskantine ist Ort des Aufeinandertreffens und Austauschs für Start-Ups, Studierende und Gäste. Sie stellt einen wesentlichen Baustein als Treffpunkt unterschiedlicher Akteur*innen dar. Seit Corona lässt sich für den Science Park ein starkes Bedürfnis nach gemeinschaftlichen Räumen für Team-Building, Treffen und Austausch feststellen.

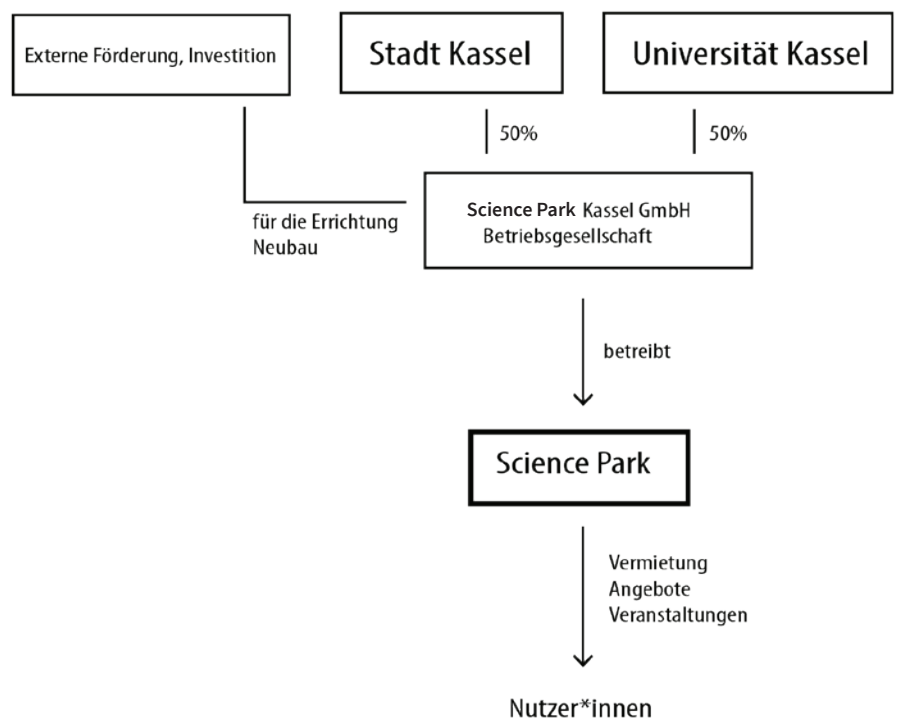


Abbildung: Organigramm Science Park

**Beispielprojekt basis e.v.
Frankfurt**



basis e.v.	
Ort:	Frankfurt am Main
Ausrichtung:	Kultur- und Kreativwirtschaft
Selbstverständnis:	„generelles Anliegen der Arbeit von basis ist die Vermittlung künstlerischer Inhalte und die Befragung der Rolle der Kunst in der Gesellschaft.“
Gebäudetypus:	Bestandsgebäude - Landesbildstelle
Raumangebot:	Offener Projektraum, Studios, Werkstätten, Raumvermittlung, Leseraum
Fläche:	6000 qm
Mietpreis:	Kaltmiete: 6 Euro pro qm Nebenkosten: 4 Euro pro qm
Mietzeitraum:	6 Jahre
Betreibermodell:	basis e.v.
Förderung:	Städtisch gefördert (stellt das Gebäude)
Finanzierung:	Mieteinnahmen

Der basis e.v. in Frankfurt am Main wurde 2005 gegründet und bietet auf 6000 qm Arbeitsfläche Arbeitsräume, Werkstätten und offene Projekträume für 150 Mieter*innen. Die gemeinschaftliche Fläche wird nach Bedarf temporär als Veranstaltungs- und Ausstellungsraum genutzt. Durch Ausstellungen und Veranstaltungen gibt es Vernetzungsmöglichkeiten und Ort der Begegnung für die Professionalisierungsphase junger Kreativschaffender.

Das Gebäude wird von der Stadt Frankfurt zur Verfügung gestellt. Der Betrieb ist mit Mieten von 6 Euro pro Quadratmeter, zuzüglich 4 Euro Nebenkosten selbsttragend. Für den operativen Betrieb gibt es eine kuratorische Stelle, eine Stelle für Haus-, Raumverwaltung und

Organisation und eine halbe Stelle für Hausmeistertätigkeiten, Technik und Aufbau. Austauschprogramme verstetigen die Vernetzung über den regionalen Wirkungsbereich hinaus und fördern mittels mehrmonatiger Arbeitsstipendien den Blick auf neue Perspektiven und die internationale Vernetzung.

Als erweiterter Baustein wurde die Leerstandsagentur RADAR zur Vermittlung von Räumen geschaffen. RADAR ermöglicht die Suche nach Gewerberäumen für Kreative und organisiert projektgebundene Zwischennutzungen. Eigentümer*innen von Gewerberäumen werden von RADAR bei kleineren Umbauten gefördert bzw. erhalten von der Stadt Frankfurt kleinere Umbaupauschalen.

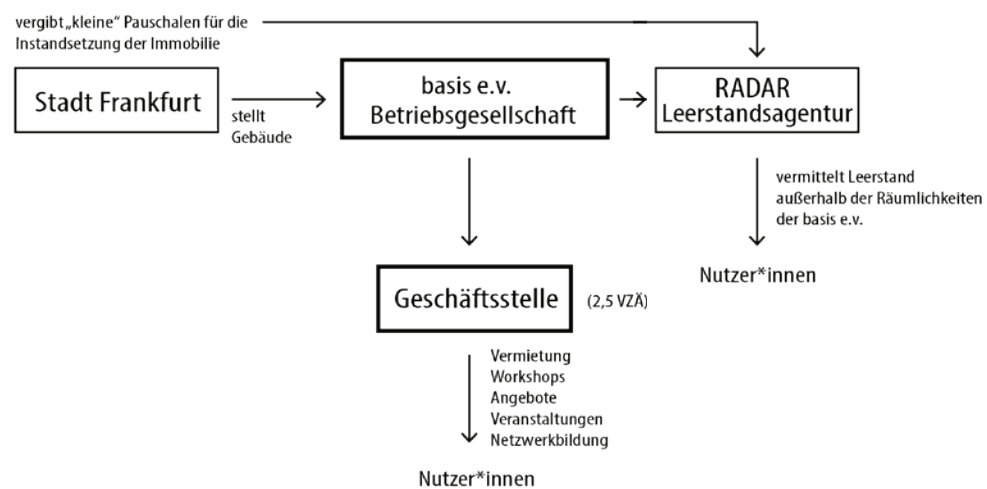


Abbildung: Organigramm basis e.V.

Beispielprojekt PerfektFutur
Karlsruhe

PerfektFutur	
Ort:	Karlsruhe
Ausrichtung:	Zentrum für Kreative Gründer*innen
Selbstverständnis:	„Ich werde ein Existenzgründer gewesen sein“ – unter diesem Motto eröffnet das Perfekt Futur Start-Up-Unternehmen aus der Kultur- und Kreativbranche neue Möglichkeiten in Karlsruhe.“
Gebäudetypus:	Bestandsbau
Raumangebot:	Büros (Frachtcontainer)
Fläche:	2000 qm (68 Frachtcontainer a 13 qm)
Mietpreis:	Kaltmiete: 8,84 Euro qm (Frachtcontainer - 3 Jahre), 13,07 Euro qm (Frachtcontainer - 4 Jahre), 15,38 Euro qm (Frachtcontainer - 5 Jahre) Nebenkosten: ...
Mietzeitraum:	3 Jahre (max. 5 Jahre)
Betreibermodell:	Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG
Förderung:	Stadt Karlsruhe
Finanzierung:	Mieteinnahmen



Das Gründerzentrum für Kreativwirtschaft PerfektFutur in Karlsruhe ist Teil des über 7 Hektar großen ehemaligen Schlachthofareals. Das Ensemble bietet unterschiedliche Raumangebote und begann im Jahr 2006 als Konversion. Das Gründerzentrum richtet sich an die Kultur- und Kreativbranche in Karlsruhe. In der ehemaligen Schweinemarkthalle wurde ein Konzept aus mehreren gleichbleibenden Raumeinheiten gewählt, welche miteinander gekoppelt werden können. Die definierten Raumeinheiten ergeben sich aus 70 ausrangierten Seefrachtcontainern, die als Arbeitsräume von unterschiedlicher Größe angemietet werden können. Die Container werden unmöbliert vermietet. Ausstellungs-, Präsentations- und Besprechungsflächen ergeben sich in den Zwischenräumen. Ein Cafébereich ermöglicht das Arbeiten und Netzwerken außerhalb des eigenen Mietraums.

Das PerfektFutur wird durch die Tochtergesellschaft Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG, in Kooperation mit K3 Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro betrieben. Das K3 ist für die Organisation und Entwicklung von Workshop-, Veranstaltungs- und Angebotsformaten zuständig. Die Angebote richten sich thematisch an die Kreativschaffenden und begleiten auf dem Weg zur wirtschaftlichen Selbstständigkeit. Auch übernimmt das K3 die Strukturierung der zu vermietenden Container und verwaltet die Wartelisten zur Raumvergabe. Es werden pro Nutzer*in maximal 3 Container zu je 13 qm vermietet. Die Miete beträgt im ersten Jahr 115 Euro pro Monat und ist auf die ersten 3 Jahre begrenzt. In den Folgejahren 4 und 5 erhöht sich die Miete auf 170 und 200 Euro. Die Mietzeit ist auf maximal 5 Jahre begrenzt und im Anschluss besteht die Möglichkeit auf dem Areal in einem Wachstums- und Festigungszentrum weitere Räumlichkeiten anzumieten. Es sind rund 30 Mietparteien aus unterschiedlichen Teilmärkten der Kreativwirtschaft auf 2200 qm Brutto-Grundfläche (BGF) im PerfektFutur tätig. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Design, Medien, Werbung, Mode, Software und Games.

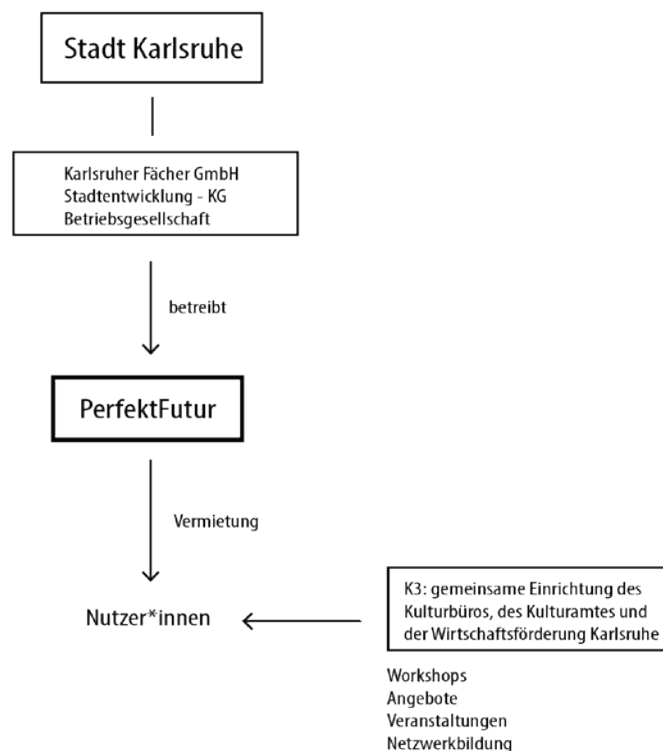


Abbildung: Organigramm PerfektFutur

4. Raumprogramm

4.1 RAUMKONZEPT UND RAUMTYPEN

Für das neue Zentrum für Kreativwirtschaft ist ein Gebäude als Kristallisationspunkt nötig, mit Raum für Begegnung und Entfaltung der Aktivitäten. Es wird ein räumliches Modell angenommen, das sich sowohl zeitlich und in der Größe wie auch organisatorisch dynamisch entwickeln kann. Es kann in kleiner Form erprobt werden, sich vergrößern und je nach Gebäude und Standort mit optionalen Bausteinen ergänzt werden. Dem Raumprogramm wird ein Konzept aus vier unterschiedlichen Bereichen zugrunde gelegt: Kern, Peripherie, Satelliten und optionale Bausteine.

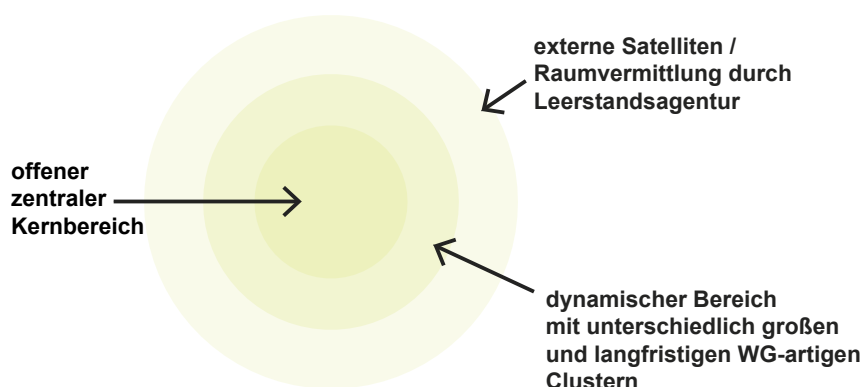


Abbildung: Räumliches Modell aus Kern, Peripherie und Satelliten

Kern (dauerhaft)

Die zentralen, gemeinschaftlich genutzten und für das Funktionieren des Zentrums für Kreativwirtschaft insgesamt erforderlichen Bereiche liegen im sogenannten „Kern“. Der Kern sollte von seiner räumlichen Struktur offen und zugänglich sein, in seiner Anmutung wie eine „offene Landschaft“ zum niedrigschwelligen Flanieren und Begegnen. Der Ausbaustandard des Kerns soll funktional, ansprechend und attraktiv sein. Für den offenen und öffentlich zugänglichen Kernbereich sind folgende, weitgehend gemeinschaftlich genutzte Räume und Raumtypen geplant:



Eigene Abbildung mit Fotos aus:
 Werkspoor Factory - Zecc Architekten
 (https://www.archdaily.com/948850/werkspoor-factory-zecc-architekten?ad_medium=office_landing&ad_name=article)
 und Ingenieurbüro Umbau –
 EctorHoogstadArchitekten (<https://www.baunetzwissen.de/boden/objekte/buero-verwaltung/umnutzung-einer-industriehalle-zum-ingenieurbuero-3319301>)

Open Space

Der „Open Space“ ist das „Wohnzimmer“ des Zentrums für Kreativwirtschaft. Hier befinden sich im offenen Zwischenraum zwischen den definierten Räumen im Kernbereich der Eingangsbereich, Foyer und niedrigschwelliger offener Raum für Aufenthalt, Begegnung, kurzzeitige Aktionen wie Veranstaltungen und Ausstellungen, Produktpräsentationen, Arbeiten und Austausch.

Eigene Abbildung mit Foto aus: Cafeteria refettorio gastromotiva – metro arquitetos (<https://www.archdaily.com/976668/design-at-all-scales-getting-to-know-metro-arquitetos-work>) und Raumlabor (<https://raumlabor.net/open-space/>)



Café

Das Café / Cafeteria ist als „Esszimmer“ der zentrale Ort täglicher niedrigschwelliger Begegnung, offener Bereich für Aufenthalt, Essen und Trinken, mit gastronomischem Angebot, aber ohne Konsumzwang. Das Café sollte in engem programmatischem Zusammenhang mit dem Zentrum für Kreativwirtschaft betrieben werden und ist für das Funktionieren von zentraler Bedeutung. Es sollte offen und öffentlich zugänglich sein, mit starkem Bezug zum öffentlichen Außenraum und auch von Besucher*innen genutzt werden.



Eigene Abbildung mit Fotos aus: MVRDV House (https://www.detail.de/de/de_de/buero-als-kleine-stadt-mvrdv-house-in-rotterdam-32552)

Coworking

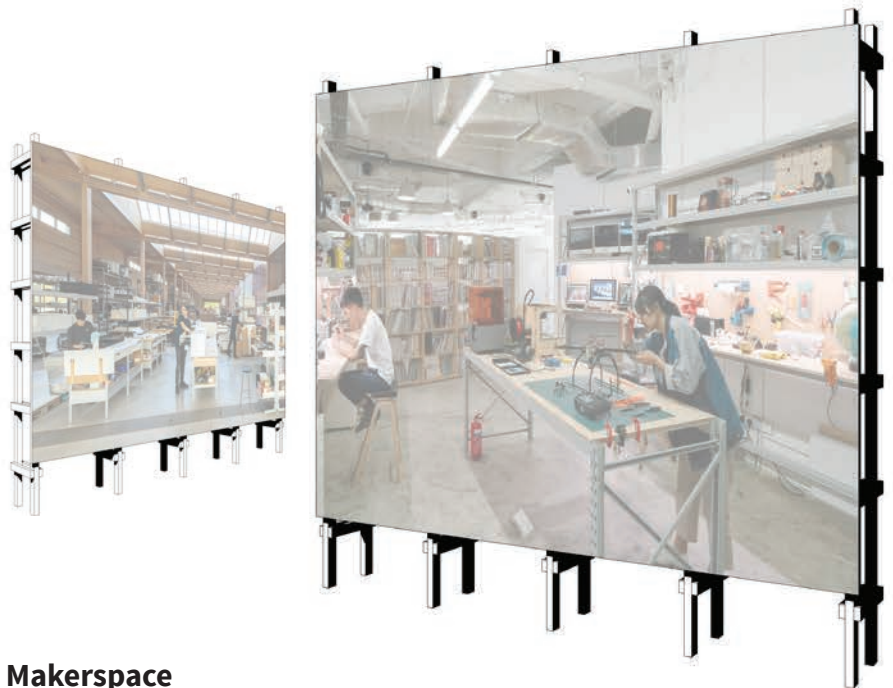
Der gemeinschaftliche Coworking-Bereich ist das „Büro“ des Zentrums für Kreativwirtschaft: hier befinden sich Arbeitsplätze mit Büroinfrastruktur in engem räumlichem Bezug zu Café und interner Verwaltung. Es soll sowohl eine große offene Fläche vorgesehen werden wie kleine Telefon- und Meetingkabinen (offene Arbeitslandschaft und einzelne abgetrennte Besprechunginseln). Hier ist eine Ausstattung mit Schreibtischen und Büroinfrastruktur vorzusehen (Drucker, Scanner, Fotokopierer, Telefon, Büromaterial). Die Nutzung und Beteiligung sollte für alle Nutzer*innen des Zentrums als Standard empfohlen werden und über feste Beiträge getragen werden. Über gemeinschaftlich und individuell genutzte Möbel kann eine flexible und vielfältige Bürolandschaft mit einem hohen Grad an Selbstorganisation entstehen.

Eigene Abbildung mit Fotos aus: TSLA – John Lim (<https://officesnapshots.com/2017/08/03/secret-little-agency-offices-singapore/>) und Co-Working Stuttgart (https://www.detail.de/de/de_de/maximale-vielfalt-coworking-space-in-stuttgart-35693)



Seminar-, Meeting- und Veranstaltungsraum

Es sind flexibel offen- und koppelbare Räume für Besprechungen, Seminare, Workshops und Veranstaltungen vorgesehen. Als Ausstattung sollte eine Bestuhlung und Tische vorgesehen werden, sowie Beamer, flexible Präsentationswände und eine grundlegende Veranstaltungstechnik (Licht und Ton). Die Räume werden temporär genutzt. Das Raummanagement erfolgt zentral. Die Räume können auch für externe Veranstaltungen gebucht und vermietet werden.



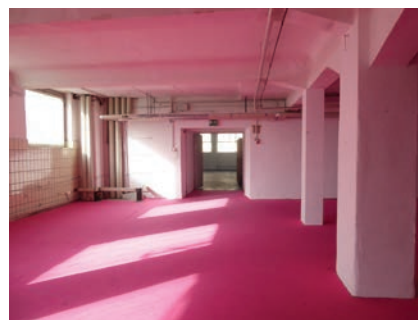
Eigene Abbildung mit Foto aus: TSLA
 – John Lim (<https://officesnapshots.com/2017/08/03/secret-little-agency-offices-singapore/>)

Makerspace

Der Makerspace ist die „Werkstatt“ des Zentrums für Kreativwirtschaft. In dem soliden und widerstandsfähig ausgebauten Bereich soll individuell und gemeinsam nutzbare Infrastruktur, Geräte, Materialien und Werkzeug (auch zum Ausleihen) vorhanden sein.

Der Raum kann temporär oder für einen begrenzten Zeitraum genutzt werden und sollte wie die anderen Kernbereiche zentral- aber mit einem hohen Grad an Mitgestaltung organisiert werden.

Im Raumprogramm sind in den Kernflächen Räume für die interne Verwaltung und Infrastruktur sowie Nebenräume enthalten (kleines Büro, Technikraum, Toiletten). Management und Betrieb, Gestaltung sowie Koordination der Nutzungszeiträume für den Kernbereich und die dazugehörigen Räume erfolgen zentral über die Trägerstruktur des Zentrums für Kreativwirtschaft. Für den Kern wird eine Fläche von 900 qm angenommen. Je nach gewähltem Gebäude und Standort soll die räumliche Verbindung in den öffentlichen Raum, in den Außenraum (Hof oder Garten) sowie in die peripheren Bereiche (weitere Etagen oder Gebäudeteile) offen und fließend gestaltet werden. Es soll ein gestalterisch anspruchsvoller und behutsamer Umgang mit dem Bestandsgebäude angestrebt werden, so dass das Gebäude im Prozess entwickelt, mitgestaltet und angeeignet werden kann.



Beispielhafte Abbildungen für die Raumtypen Atelier, Werkraum, Projektraum, Laden, Büro und Ausstellungsraum.

Foto 1: Kreativzentrum in Karlsruhe aus <https://perfekt-futur.de/>. Foto 2 und 3: eigene Fotos aus kreativwirtschaftlich genutzten Räumen in Kassel. Foto 4: eigenes Foto aus dem Projekt Wohnbüro in Offenbach

Peripherie (dynamischer Bereich)

In engem räumlichem Zusammenhang zum Kern, aber in gewisser Unabhängigkeit in Betrieb und Erweiterbarkeit sind dynamische periphere Bereiche vorgesehen: unterschiedlich große Räume zur Nutzung als Atelier, Werkraum, Projektraum, Laden, Büro und Ausstellungsraum. Die Räume können durch Einzelpersonen oder Gruppen für unterschiedliche Dauer (z.B. ein Monat bis drei Jahre) angemietet werden. Für das Raumvergabeverfahren und die Mietpreise wird ein gestaffeltes Modell nach Mietdauer und Förderwürdigkeit entwickelt. In der „Peripherie“ befinden sich individuell- oder WG-artig in Gruppen genutzte Räume zur dauerhaften Anmietung. Der Bereich der Peripherie kann je nach verfügbarem Gebäude und je nach Entwicklungsstand des Kreativzentrums kleiner oder größer sein. Der Ausbaustandard des Bereichs „Peripherie“ kann je nach verfügbarem Gebäude niedrig sein. Für diesen Bereich kann ein höherer Grad an Selbstgestaltung durch die Nutzer*innen vorgesehen werden. Für die drei Zielgruppen „Gründer*innen/junge Start-ups“, „etabliertere Kreativwirtschaft“ und „förderungswürdige erwerbsorientierte Künstler*innen“ sollen durch Konzeptvergabe, Querfinanzierung und steigende Beitragszahlungen z.B. nach 3 Jahren zielgerichtete geförderte gestaffelte Mietpreise angeboten werden.

Optionale Bausteine

Je nach verfügbarem Bestandsgebäude und Standort ist eine Vielzahl von im Betrieb unabhängig aber in inhaltlicher Synergie funktionierender optionaler Nutzungen denkbar: Kita, Quartiersbüro, Sporteinrichtungen, Stadtteilbibliothek, Kreativkaufhaus, Läden, Gewerbe, Handwerk, Wohnungen, Filmstudio, großer Veranstaltungssaal... Diese optionalen Bausteine sind für den Kernbetrieb nicht notwendig, können aber zur Entwicklung einer noch größeren Strahlkraft beitragen und dem Zentrum für Kreativwirtschaft eine weitere inhaltliche Prägung geben.

Satelliten

Ohne notwendigen räumlichen Zusammenhang und organisatorische Abhängigkeit ist die Entwicklung von „Satelliten“ denkbar: über eine im Zentrum für Kreativwirtschaft ansässige Leerstandsagentur werden gemäß dieser Idee Räume im Stadtgebiet vermittelt, mittels Förderung instandgesetzt und in individuelle Mietverhältnisse zwischen Gebäudeeigentümer*innen und Nutzer*innen überführt. Hier werden die ausgeförderten Gründer*innen in die Stadt „ausgewildert“.

4.2 VERGLEICH ZU BEST-PRACTICE-PROJEKTEN

Die Betrachtung der bereits initiierten und erprobten Best-Practice-Projekte lässt kein allen Projekten gemeinsames und übergeordnetes System zur Ableitung von Raumgrößen, Nutzung, Ausformulierung der Raumqualitäten, technische Ausgestaltung, Betreibermodell und finanzieller Aufwendung erkennen. Unterschiedliche Rahmenbedingungen führen zu teils eigenständigen Merkmalen und unterschiedlichen Ausdifferenzierungen der Best-Practice-Projekte. Inhaltlich ist jedoch allen Zentren gemein, dass sie die Förderung einer ersten Selbstständigkeit und Gründung fördern.

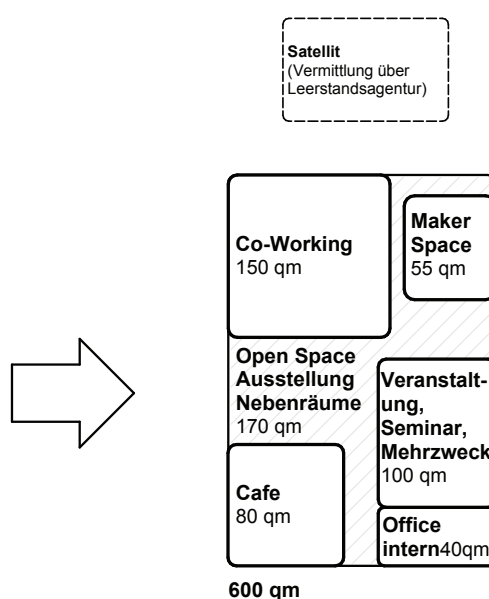
Die Befragung der gewählten Zentren lässt erkennen, dass sich die Bedarfe im Vorfeld nur schwer erheben ließen und mit dem späteren Betrieb nicht zwangsläufig einhergehen. Hervorgehoben wurde bereits zu Beginn die Frage nach einer möglichen Anschlussvermittlung, bzw. den Verbleib der Kreativschaffenden im Anschluss an die Zeit im Zentrum für Kreativwirtschaft zu planen. Auch zeigt die Erfahrung, dass die Größe der Zentren sich aus der jeweils zur Verfügung stehenden Bestandsimmobilie ergab und teils nach wenigen Jahren bereits nach weiteren Flächen zur Erweiterung gesucht wurde. Aufbauend auf dieser Erfahrung wird vorgeschlagen, die Idee des flexiblen und wachsenden Raummodells zu verfolgen. Die Größe der Zentren bewegt sich zwischen 2000 qm und 6000 qm. Zentren wie in Heidelberg und in Karlsruhe verorten sich in einem ähnlich dichten Stadtgefüge wie Kassel, sodass sich die Größe für das Zentrum für Kreativwirtschaft in Kassel an diesen Größen orientiert. Die Durchmischung und Überlagerung von Kernnutzungen mit offenem Raum zur Erprobung und Aneignung durch die Akteur*innen lässt Räume eigenständig werden und eine anregende Nutzungsvielfalt entstehen. Die Überlagerung von zusätzlichen Bausteinen soll zur Interaktion und Lebendigkeit im Zentrum für Kreativwirtschaft anregen. Für Vernetzung und Austausch sind niedrigschwellige Nutzungen für Veranstaltungen (auch von und für Externe), die Präsentation von aktuellen Arbeitsprozessen und Produkten sowie das Café als zentraler Begegnungsort wichtig.

4.3 WACHSENDES RAUMPROGRAMM UND POP-UP-PROTOTYP

Zur Fundierung, Aufbau und Erprobung des Nutzungs- und Raumkonzepts sowie der Aktivitäten und Strukturen als Institution wird die Einrichtung eines Pop-up-Prototyps vorgeschlagen. Hierzu sollten in einem leerstehenden Gebäude, das im Idealfall bereits zur Verfügung steht und für eine kulturelle Nutzung vorgesehen ist, als räumlichem Kristallisationspunkt das zukünftige Zentrum für Kreativwirtschaft erprobt und aufgebaut werden. Im Pop-up-Prototyp sollen die Funktionen des gemeinschaftlichen Kerns sowie erste Ansätze der peripheren Bereiche untergebracht werden.

Als Förder- und Initialimpuls soll eine Fläche angemietet, eine Stelle als VZÄ sowie ein Budget für Projekte und Infrastruktur für den Zeitraum von einem Jahr zur Verfügung gestellt werden. Es kann eine Fläche von 600 qm und ein Projektbudget von 10.000 € für die Umsetzung von Maßnahmen in den o.g. Handlungsfeldern angenommen werden. Die Ausgestaltung des Pop-up-Prototyps kann flexibel auf verfügbare Fläche und Budget reagieren und erfolgt im Prozess in Abstimmung zwischen Kulturamt, Initiativgruppe und ggf. Hochschule.

Raumprogramm Pop-up-Prototyp



4.4 ABLEITUNG VON FLÄCHENBEDARF

Es wird ein wachsendes Raumprogramm zur Fundierung, Erprobung und offenen Entwicklung in mehreren Phasen vorgeschlagen.

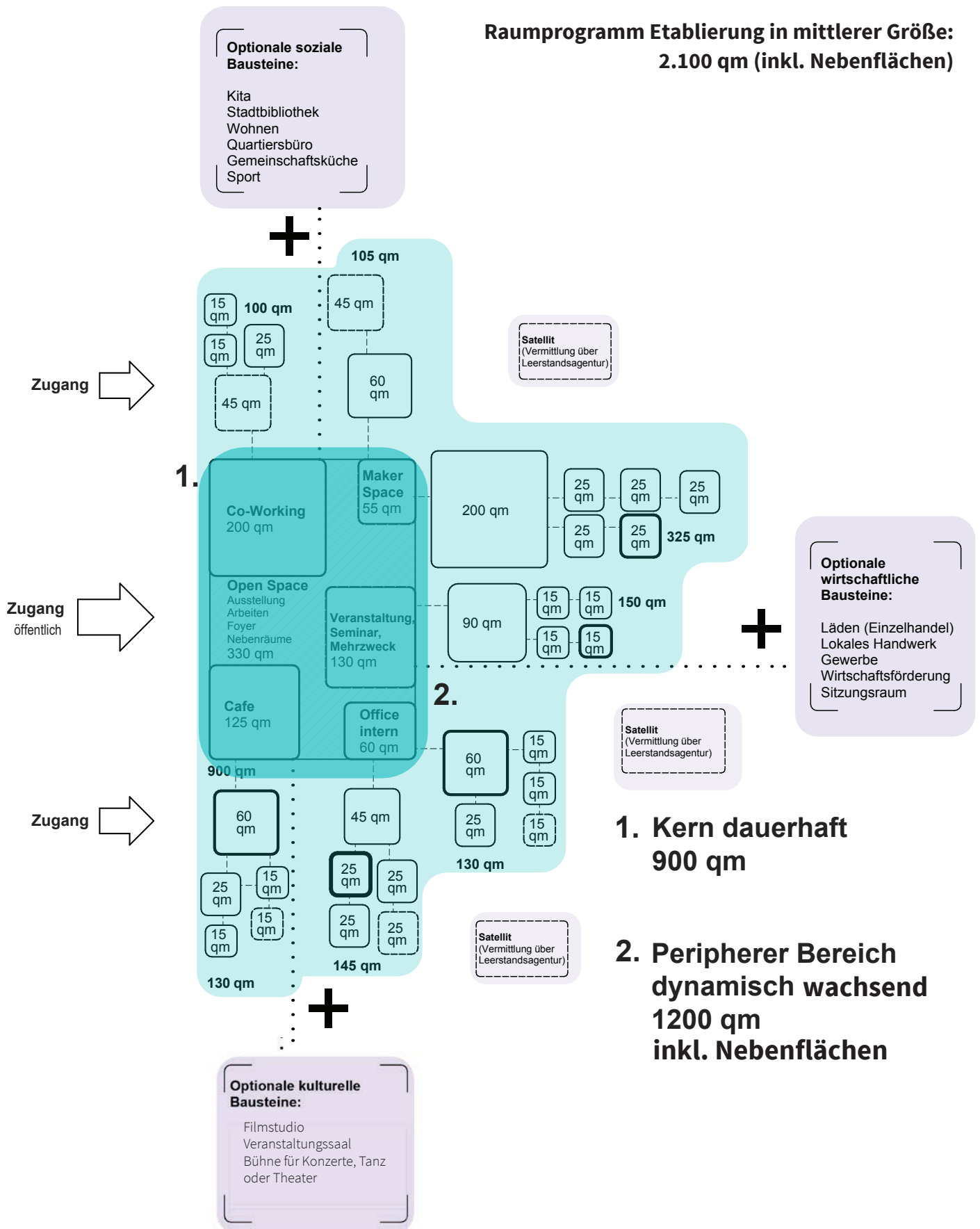
Für die Herleitung des Flächenbedarfs werden folgende Ansätze und Annahmen aufgestellt und zu einem kohärenten Gesamtmodell integriert:

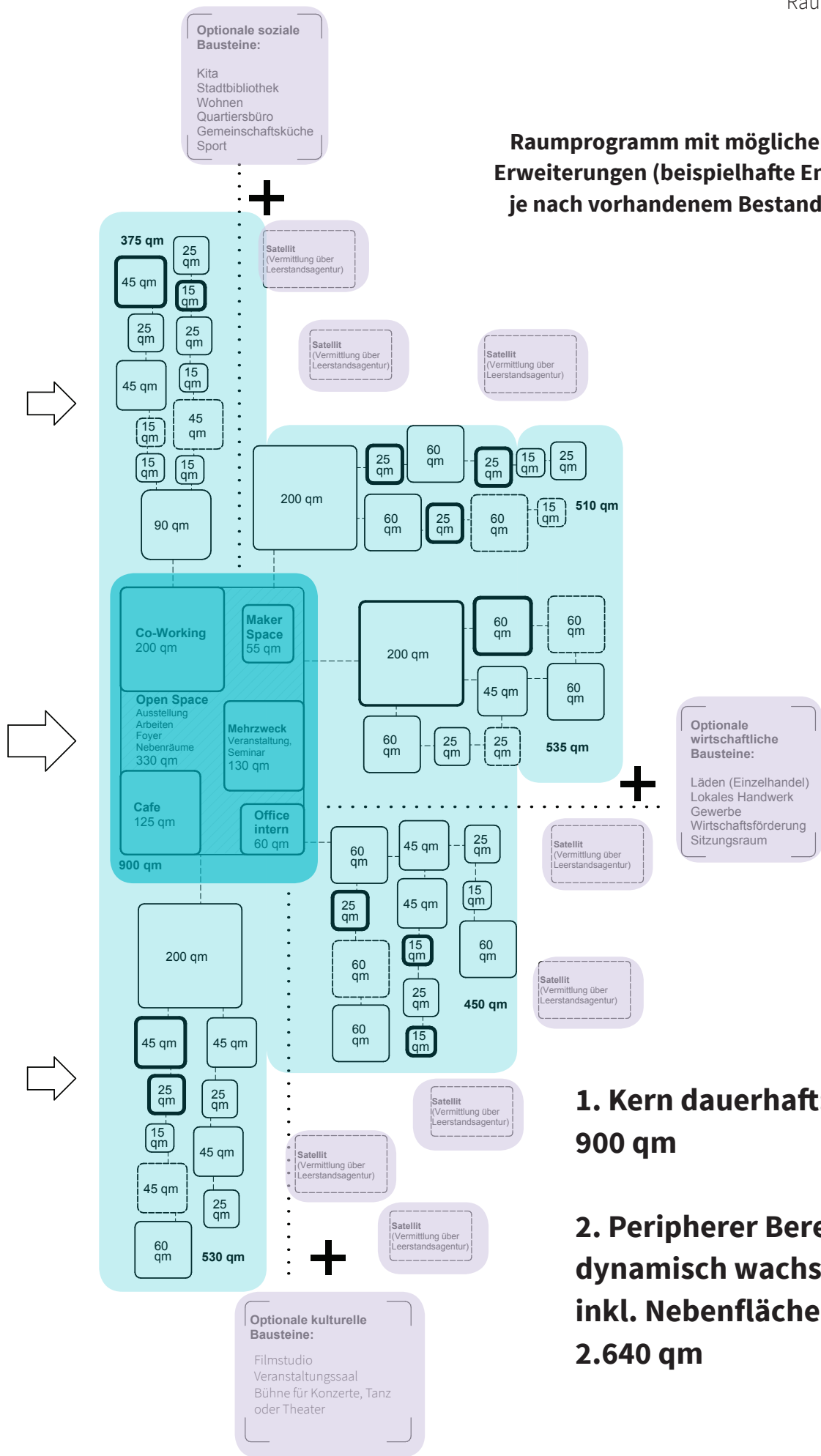
- Es werden funktionsfähige Raumgrößen für einen gemeinschaftlichen offenen Kern gemäß der Raumtypen angenommen.
- Es wird eine Gesamtentwicklung in mehreren Phasen vorgesehen: Phase 1 - Pop-up-Prototyp, Phase 2 - Etablierung mit mittlerer Größe, Phase 3 - gewachsene Struktur mit weiteren Flächen.
- Für den peripheren Bereich wird ein dynamisches Raummodell aufgestellt (individuell mietbare Räume mit unterschiedlicher Nutzungsdauer). Es wird ein Nutzungsinteresse von 10% der relevanten Absolvent*innen für die Dauer von 3 Jahren angenommen, zusätzlich jeweils 1/3 für etabliertere Kreativwirtschaft und für förderungswürdige erwerbsorientierte Künstler*innen.
- Die Ermittlung des Flächenbedarfs sollte als nicht abschließend und endgültig betrachtet werden, sondern vielmehr als Prozess: ein attraktives Zentrum für Kreativwirtschaft wird eine immer stärkere Nachfrage erzeugen.

Zielgruppe 1: "Gründer*innen/ junge Start-ups"	jährlich gesamt	10% als Nutzer*innen	für 3 Jahre
1/3 der Absolvent*innen Fachbereich 06 der Universität Kassel	104		
Absolvent*innen Kunsthochschule	100		
Summe:	204	20	60
Zielgruppe 2: "etabliertere Kreativwirtschaft"			20
Zielgruppe 3: "förderungswürdige erwerbsorientierte Künstler*innen"			20

Abbildung: Zielgruppen

**Raumprogramm Etablierung in mittlerer Größe:
2.100 qm (inkl. Nebenflächen)**





Raumprogramm mit möglichen späteren Erweiterungen (beispielhafte Entwicklung je nach vorhandenem Bestandsgebäude)

1. Kern dauerhaft: 900 qm

2. Peripherer Bereich dynamisch wachsend inkl. Nebenflächen: 2.640 qm

5. Organisations-, Kosten- und Betriebsmodelle

5.1 ORGANISATIONSSTRUKTUR

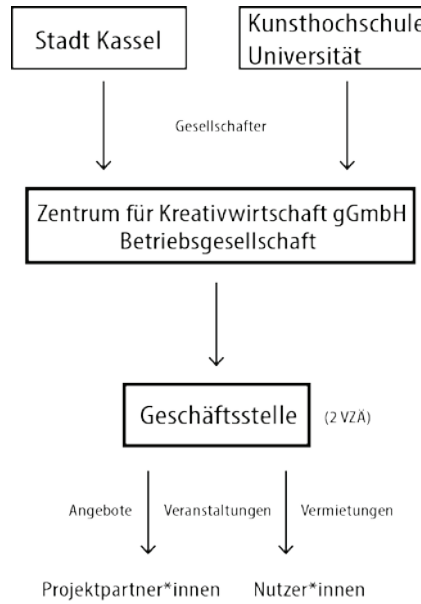
Es sind mehrere Organisations- und Betriebsmodelle aus vergleichbaren Best-Practice-Beispielen untersucht, verglichen und bewertet worden. Die Organisationsmodelle wurden nach den Kriterien der Intensität der Mitbestimmung der Nutzer*innen kategorisiert in „Top-Down“ (Betreiber-gesellschaft ohne direkte Mitbestimmung) und „Bottom-Up“ (selbstorganisierter Betrieb durch einen Verein, Genossenschaft, o.ä.). Vergleichbare Gründerzentren sind oftmals als städtische Tochtergesellschaft organisiert. Dies ermöglicht einen effizienten und direkten Zugriff und Steuerung („Top-Down“). Allerdings fehlt die Möglichkeit tiefgreifender Mitgestaltung und Übernahme von Eigeninitiative der Nutzer*innen hier völlig. In anderen Projektbeispielen wurde nach teilweise jahrelangem Engagement, Erprobung, Zwischennutzung und Aufbau einer Initiativgruppe ein Gebäude dauerhaft zur Verfügung gestellt („Bottom-Up“). Der größte Vorteil an Bottom-Up-Modellen ist die starke Identifikation, Einbringung von Engagement und Möglichkeiten der Mitgestaltung durch die Nutzer*innen. Ursprüngliche Konzepte können so gemeinsam mit den Nutzer*innen an veränderte Bedarfe angepasst und lebendig weiterentwickelt werden.

Für das Zentrum für Kreativwirtschaft in Kassel wird als realistischer und optimaler Mittelweg zwischen „Top-Down“ und „Bottom-Up“, die Schaffung einer Betreiber-gesellschaft vorgeschlagen, in der die Stadt Kassel, die Universität Kassel und die Kunsthochschule sowie ein zu gründender Verein der Nutzer*innen als Gesellschafter vertreten sind. Der Verein sollte aus den bereits existierenden Initiativen und dem begonnenen Beteiligungsprozess hervorgehen.

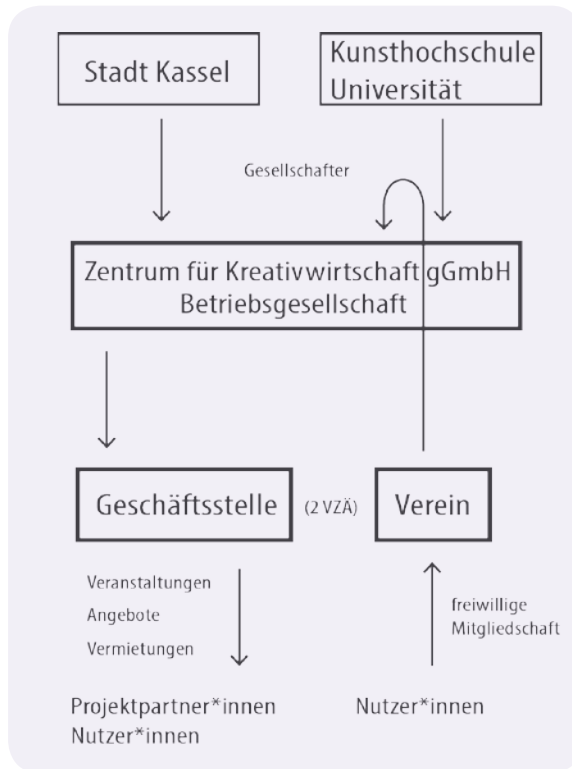
Die Gesellschaft betreibt das Zentrum für Kreativwirtschaft nach Kauf und Sanierung eines Gebäudes möglichst kostendeckend. Kauf und Sanierung (oder Miete für 25 Jahre - vergleichbare Summe) muss als Förderung durch die Stadt Kassel und ggf. die Universität/Land erfolgen. Eine Geschäftsstelle mit zwei Vollzeitäquivalenten (VZÄ) übernimmt das Raum- und Gebäudemanagement, Leerstandsagentur, Kuratierung, Veranstaltungen und Angebote zur Fortbildung und Netzwerkbildung sowie Formate für Begegnung, Austausch und Vermarktung.

Parallel wird die operative Arbeit ehrenamtlich durch den Verein unterstützt, der zur Mitbestimmung und Mitgestaltung Arbeitsgruppen (AGs) zu verschiedenen Bereichen bilden kann (Organisation, Netzwerke, Vermarktung, Öffentlichkeitsarbeit, Diversität, soziale Wirkung, ...).

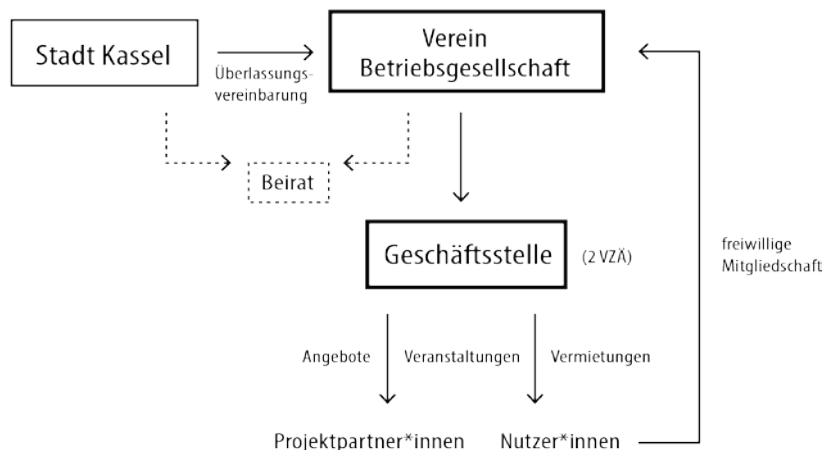
Modell „Top-Down“
 klassisches Betriebskonzept bei zahlreichen vergleichbaren Gründerzentren, Betrieb und Entscheidungen erfolgen durch die Mittel zur Verfügung stehenden Institutionen. Ohne Beteiligung der Nutzer*innen



Vorgeschlagene Organisationsstruktur als Mischmodell:
 gemeinsame Betreibergesellschaft mit einem zu gründenden Verein der Nutzer*innen



Modell „Bottom-Up“:
 als Betriebsgesellschaft fungiert ein mietgliedergetragener Verein oder eine Genossenschaft. Sie bekommt ein Gebäude von der Stadt (und ggf. Universität) zur Nutzung überlassen (gemeinsame Unterzeichnung einer Überlassungsvereinbarung). Stadt und ggf. Universität können im Rahmen eines Beirats weiterhin Einfluss auf Entscheidungen nehmen.



5.2 KOSTENMODELLE IN VARIANTEN

Aufbauend auf dem Nutzungs- und Raumkonzept wurde die Abschätzung des notwendigen Investitionsvolumens vorgenommen und als Wirtschaftlichkeitsberechnung ein Kostenmodell aufgestellt. Das Kostenmodell ist ein grobes, aber kohärentes Modell aus Ausgabenseite und Einnahmenseite: Investitions- und Betriebskosten einerseits sowie Mieterträgen, Zuschüssen und sonstigen Einnahmen andererseits. Das Modell basiert auf den groben Kostenannahmen gemäß dem Planungsstand (keine detaillierte Baukostenberechnung). Als Modell können im weiteren Planungsverlauf Mietpreisvarianten, Zuschüsse und Querfinanzierungsmöglichkeiten flexibel „hoch und runter“ reguliert werden. So können gleichermaßen die Anforderungen der Zielgruppen (kostengünstige Räume), die Anforderungen an ein wirtschaftlich solide funktionierendes Gebäude und mögliche Zuschüsse und Belastung der öffentlichen Hand berücksichtigt und abgewogen werden.

Bereits ohne endgültige Standort- und Gebäudeentscheidung können Kostenmodelle in Varianten aufgestellt und verglichen werden. Dafür werden folgende Annahmen getroffen, die im weiteren Planungsverlauf und Entscheidungsprozess überprüft und verfeinert werden sollten:

Bestand und günstige Instandsetzung

Es wird ein Bestandsgebäude erworben und mit möglichst geringem Aufwand instand gesetzt. Alternativ ist die Anmietung eines Gebäudes möglich. Solange Standort und Gebäude nicht feststehen, sollte von einer etwa gleichen Höhe für Kauf und Eigensanierung, Kauf eines sanierten Gebäudes oder Miete für 25 Jahre ausgegangen werden. In dieser Planungsphase sollten nicht Kaufmodell und Mietmodell als Varianten diskutiert werden. Welcher Weg am günstigsten ist, sollte in den nächsten Schritten und in Verhandlung mit Gebäudeeigentümern ermittelt werden.

In den relevanten Lagen in der Kasseler Innenstadt liegen die Bodenrichtwerte zwischen 100 und 700 €/qm. Aus der Annahme eines zweigeschossig bebauten Grundstücks mit einer Auslastung von 0,6 sowie Nettogrundfläche $\times 1,3 =$ Brutto-Grundfläche (BGF) wird der Kaufpreis von gerundet 1.000 €/qm Nettogrundfläche abgeleitet.

Für den Kernbereich werden höhere Investitionskosten als für die peripheren Bereiche angenommen (Ausbaustandard Kern: energetisch modernisiert und gemäß Anforderungen Nutzungsänderung zu Aufenthaltsräumen. Ausbaustandard periphere Bereiche: minimal instand gesetzter Bestand, flexible Innenausbaustrukturen in Eigenleistung). Die Investitionskosten werden von der Stadt Kassel und ggf. von der Kunsthochschule/Universität Kassel übernommen und möglicherweise durch Fördermittel finanziert.

Selbsttragende Bewirtschaftung

Das Gebäude wird der Betreibergesellschaft überlassen. Bewirtschaftung und Betrieb sollen selbsttragend sein. Eine bis zwei Stellen als VZÄ werden als dauerhaft extern (u.a. von der Stadt Kassel) bezuschusst angenommen (für inhaltliche Arbeit, Netzwerkarbeit und/oder Gebäude- und Raummanagement sowie Leerstandsagentur), um möglichst niedrige Mietpreise anbieten zu können.

Es werden unterschiedliche Mietpreise (gestaffelte Miete) für die Räume im peripheren Bereich und eine niedrige Personenpauschale zur Finanzierung des gemeinschaftlichen Bereichs angesetzt. Es wird langfristig eine durchgehende Auslastung von 90% angenommen (Faktor Spalte 3). Es sollte aber davon ausgegangen werden, dass anfangs die Auslastung niedriger, eher wie im Modell 4 sein kann (max. 60% Auslastung) und die Auslastung Jahr um Jahr wächst. Dadurch ist für die Aufbauphase möglicherweise weiterer Zuschussbedarf über die zwei VZÄ hinaus gegeben.

Variable Kostentreiber sind die Annahme der Höhe der Nebenkosten und die Annahme einer Personenpauschale. Hier sollte im weiteren Prozess diskutiert werden, ob beispielsweise auch unbeheizte Räume gewünscht werden und ob eine Personenpauschale zusätzlich, unabhängig von Raummiete erhoben werden soll. Um dauerhaft niedrige Mietpreise anbieten zu können, ist die Förderung des Gebäudes (Kauf und Überlassung oder dauerhafte Anmietung) sowie die Förderung von einer oder zwei Stellen als VZÄ nötig.

In den folgenden Kostenmodellen werden abschnittsweise die einmaligen Investitionskosten, die monatlichen Kosten und die monatlichen Einnahmen dargestellt. Die fortlaufende Subventionierung (Kosten für die Stadt) der Personalkosten / Geschäftsstelle sind auf der Einnahmenseite verbucht.

Die Kostenmodelle sind nur beispielhafte Annahmen und müssen im weiteren Erprobungs- und Realisierungsprozess überprüft und fortgeführt werden.

Kostenmodell 1 (zum Raumprogramm „Etablierung in mittlerer Größe“, Seite 53)

In Variante 1 sind niedrige Investitions- und Betriebskosten angenommen sowie die Subventionierung der vollständigen Personalkosten (2 VZÄ), um möglichst geringe Mietbelastung für die Nutzer*innen gewährleisten zu können.

Zentrum für Kreativwirtschaft				
Investitionskosten (einmalig)	€/qm	Faktor	Nettogrundfläche NGF	Summe
Investition, einmalig				
Kauf Gebäude + Grundstück	1.000,00 €		2.100,00	2.100.000,00 €
Instandsetzung Kern	2.000,00 €		900,00	1.800.000,00 €
Instandsetzung periphere Bereiche	600,00 €		1.200,00	720.000,00 €
Baunebenkosten 25%				630.000,00 €
Unvorhergesehenes 15%				378.000,00 €
gesamt Investition einmalig	2.337,14 €		2.100,00	4.908.000,00 €
alternativ Miete monatlich	7,79 €		2.100,00	16.359,00 €
alternativ Miete 25 Jahre	7,79 €		2.100,00	4.908.000,00 €

Bewirtschaftungskosten Gebäude und Betrieb (monatlich)				
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom, Reinigung) Kern	3,50 €		900,00	3.150,00 €
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom) peripherer Bereich	2,50 €		1.200,00	3.000,00 €
alternativ Miete 25 Jahre				
Instandhaltungskosten (Baukosten/80 Jahre/ 12Monate)	0,50 €		2.100,00	1.050,00 €
Personalkosten Geschäftsstelle Management Gebäude und Räume, Kuratierung, Veranstaltungen, Formate	4.000,00 €		2,00 VZÄ	8.000,00 €
Externe Kosten, Projektkosten, Nebenkosten, Beratungen, Veranstaltungen	2.000,00 €		1,00 psch.	2.000,00 €
gesamt	6.000,00 €			17.200,00 €

Einnahmen (monatlich)				
Förderung extern VZÄ Geschäftsstelle	2,00		4.000,00€ psch.	8.000,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "junge Start-ups"	3,00 €	0,90	600,00 m ²	1.620,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "Künstler*innen im Kontext"	3,00 €	0,90	300,00 m ²	810,00 €
Miete höher + NK peripherer Bereich "etabliertere Kreativwirtschaft"	9,00 €	0,90	300,00 m ²	2.430,00 €
Personenpauschale monatlich	30,00 €	0,90	100,00 Pers.	2.700,00 €
Miete niedrig + Betriebskostenbeitrag Café	6,50 €	0,90	125,00 m ²	731,25 €
Einnahmen Veranstaltungen, Kooperationen			psch.	1.000,00 €
gesamt				17.291,25 €

Saldo monatlich Betrieb	
Ausgaben	17.200,00 €
Einnahmen	17.291,25 €
Saldo	91,25 €

Kostenmodell 2 (zum Raumprogramm „Etablierung in mittlerer Größe“, Seite 53)

In Variante 2 wird die Hälfte der Personalkosten (1 VZÄ) durch eine etwas höhere Mietbelastung durch die Nutzer*innen finanziert.

Investitionskosten: siehe Kostenmodell 1

Bewirtschaftungskosten Gebäude und Betrieb (monatlich)			
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom, Reinigung) Kern	3,50 €	900,00	3.150,00 €
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom) peripherer Bereich	2,50 €	1.200,00	3.000,00 €
alternativ Miete 25 Jahre			
Instandhaltungskosten (Baukosten/80 Jahre/ 12Monate)	0,50 €	2.100,00	1.050,00 €
Personalkosten Geschäftsstelle Management Gebäude und Räume, Kuratierung, Veranstaltungen, Formate	4.000,00 €	2,00 VZÄ	8.000,00 €
Externe Kosten, Projektkosten, Nebenkosten, Beratungen, Veranstaltungen	2.000,00 €	1,00 psch.	2.000,00 €
gesamt	6.000,00 €		17.200,00 €

Einnahmen (monatlich)			
Förderung extern VZÄ Geschäftsstelle	1,00	4.000,00€ psch.	4.000,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "junge Start-ups"	4,50 € 0,90	600,00 m ²	2.430,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "Künstler*innen im Kontext"	4,50 € 0,90	300,00 m ²	1.215,00 €
Miete höher + NK peripherer Bereich "etabliertere Kreativwirtschaft"	10,00 € 0,90	300,00 m ²	2.700,00 €
Personenpauschale monatlich	45,00 € 0,90	100,00 Pers.	4.050,00 €
Miete niedrig + Betriebskostenbeitrag Café	6,50 € 0,90	125,00 m ²	731,25 €
Einnahmen Veranstaltungen, Kooperationen		psch.	1.000,00 €
gesamt			16.126,25 €

Saldo monatlich Betrieb	
Ausgaben	17.200,00 €
Einnahmen	16.126,25 €
Saldo	- 1.073,75 €

Kostenmodell 3 (zum Raumprogramm „Etablierung in mittlerer Größe“, Seite 53)

In Variante 3 werden höhere Investitionskosten, höhere Instandhaltungskosten und höhere Personalkosten angenommen.

Zentrum für Kreativwirtschaft				
Investitionskosten (einmalig)	€/qm	Faktor	Nettogrundfläche NGF	Summe
Investition, einmalig				
Kauf Gebäude + Grundstück	1.200,00 €		2.100,00	2.520.000,00 €
Instandsetzung Kern	2.000,00 €		900,00	1.800.000,00 €
Instandsetzung periphere Bereiche	900,00 €		1.200,00	1.080.000,00 €
Baunebenkosten 25%				720.000,00 €
Unvorhergesehenes 15%				432.000,00 €
gesamt Investition einmalig	2.605,71 €		2.100,00	5.472.000,00 €
alternativ Miete monatlich	8,69 €		2.100,00	18.249,00 €
alternativ Miete 25 Jahre	8,69 €		2.100,00	5.472.000,00 €

Bewirtschaftungskosten Gebäude und Betrieb (monatlich)				
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom, Reinigung) Kern	4,00 €		900,00	3.600,00 €
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom) peripherer Bereich	2,50 €		1.200,00	3.000,00 €
alternativ Miete 25 Jahre				
Instandhaltungskosten (Baukosten/80 Jahre/ 12Monate)	1,50 €		2.100,00	3.150,00 €
Personalkosten Geschäftsstelle Management Gebäude und Räume, Kuratierung, Veranstaltungen, Formate	5.500,00 €		2,00 VZÄ	11.000,00 €
Externe Kosten, Projektkosten, Nebenkosten, Beratungen, Veranstaltungen	2.000,00 €		1,00 psch.	2.000,00 €
gesamt	7.500,00 €			22.750,00 €

Einnahmen (monatlich)				
Förderung extern VZÄ Geschäftsstelle	1,50		5.500,00€ psch.	8.250,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "junge Start-ups"	5,50 €	0,90	600,00 m ²	2.970,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "Künstler*innen im Kontext"	5,50 €	0,90	300,00 m ²	1.485,00 €
Miete höher + NK peripherer Bereich "etabliertere Kreativwirtschaft"	12,00 €	0,90	300,00 m ²	3.240,00 €
Personenpauschale monatlich	55,00 €	0,90	100,00 Pers.	4.950,00 €
Miete niedrig + Betriebskostenbeitrag Café	8,00 €	0,90	125,00 m ²	900,00 €
Einnahmen Veranstaltungen, Kooperationen			psch.	1.000,00 €
gesamt				22.795,00 €

Saldo monatlich Betrieb	
Ausgaben	22.750,00 €
Einnahmen	22.795,00 €
Saldo	45,00 €

Kostenmodell 4 (zum Raumprogramm „Etablierung in mittlerer Größe“, Seite 53)

In Tabelle 4 wird eine Auslastung und Mieteinnahme von nur 60% und eine entsprechende angenommene Reduzierung der Betriebskosten auf 80% angenommen. Das monatliche Defizit würde in diesem Fall knapp 4.000 € betragen und wäre durch die Betreibergesellschaft selbst nicht zu kompensieren.

Investitionskosten: siehe Kostenmodell 3

Bewirtschaftungskosten Gebäude und Betrieb (monatlich)				
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom, Reinigung) Kern	4,00 €	0,80	900,00	2.880,00 €
Betriebskosten (Verbrauchskosten, Heizung, Strom) peripherer Bereich	2,50 €	0,80	1.200,00	2.400,00 €
alternativ Miete 25 Jahre				
Instandhaltungskosten (Baukosten/80 Jahre/ 12Monate)	1,50 €		2.100,00	3.150,00 €
Personalkosten Geschäftsstelle Management Gebäude und Räume, Kuratierung, Veranstaltungen, Formate	5.500,00 €		2,00 VZÄ	11.000,00 €
Externe Kosten, Projektkosten, Nebenkosten, Beratungen, Veranstaltungen	2.000,00 €		1,00 psch.	2.000,00 €
gesamt	7.500,00 €			21.430,00 €

Einnahmen (monatlich)				
Förderung extern VZÄ Geschäftsstelle	1,50		5.500,00€ psch.	8.250,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "junge Start-ups"	5,50 €	0,60	600,00 m ²	1.980,00 €
Miete niedrig + NK peripherer Bereich "Künstler*innen im Kontext"	5,50 €	0,60	300,00 m ²	990,00 €
Miete höher + NK peripherer Bereich "etabliertere Kreativwirtschaft"	12,00 €	0,60	300,00 m ²	2.160,00 €
Personenpauschale monatlich	55,00 €	0,60	100,00 Pers.	3.300,00 €
Miete niedrig + Betriebskostenbeitrag Café	8,00 €	1,00	125,00 m ²	1.000,00 €
Einnahmen Veranstaltungen, Kooperationen		1,00	psch.	- €
gesamt				17.680,00 €

Saldo monatlich Betrieb	
Ausgaben	21.430,00 €
Einnahmen	17.680,00 €
Saldo	- 3.750,00 €

6. Standort- und Gebäudetypologien

6. STANDORT- UND GEBÄUDETYPLOGIEN

Im Verlauf der Aufstellung der Kulturkonzeption Kassel 2030, der Ausschreibung und Beauftragung der Planungsleistungen dieser Konzeptstudie sowie im Zeitraum der Ausarbeitung haben sich wiederholt neue Konstellationen zu priorisierten Standorten und Gebäuden sowie vielfältige mögliche Optionen ergeben, so dass Entscheidung und Festlegung hier nicht mehr einziges anzustrebendes Ziel sein sollte. Vielmehr soll diese Konzeptstudie Ziele, strategische Möglichkeiten und Entscheidungsgrundlagen aufweisen. Dazu wurden fünf abstrakte Standort- und Gebäudetypologien definiert. In diesen Typologien kann das Raumprogramm und Anforderungsprofil in unterschiedlicher Ausprägung umgesetzt werden. Die Typologien zeigen auch beispielhaft, wie eine Umsetzung jeweils aussehen könnte und welche Vor- und Nachteile bestünden. Der Auftraggeberin wird für den weiteren Planungs- und Entscheidungsprozess eine Bewertungsmatrix zur Standortauswahl an die Hand gegeben. Die Entscheidung für einen Standort und ein Gebäude ist abhängig vom politischen Willen sowie von der Verfügbarkeit von Gebäuden und Verhandlungsergebnissen mit den Eigentümern. Auch hier kann mit dem Instrument des Pop-up-Prototyps und der Möglichkeit einer fließenden Verstetigung oder Umsteuerung eine einfache Erprobung durchgeführt werden, ohne von langwierigen Entscheidungsprozesse für endgültige und starre Lösungen abhängig zu sein.

Fabrik

Ehemaliges Fabrikgebäude (Werkhalle) in peripherer Lage, mögliche Stadtteilentwicklung als städtebauliche Wirkung, das Zentrum muss (auch durch Größe und Angebote) eigenständig Strahlkraft entwickeln und mit wenig zu erwartendem externem Impuls aus dem Umfeld Wirkung entwickeln. Denkbare räumliche Strukturen für das Zentrum für Kreativwirtschaft sind flexiblen Boxen im Innern. Baulicher Aufwand: Hülle wird vorausgesetzt, Innenleben wird im Prozess gestaltet, je nach Größe koppelbar mit Veranstaltungshalle. Die meist weit spannenden Tragwerke ermöglichen eine große Bewegungsfreiheit im Inneren. Die Proportionen der Baukörper sind überwiegend flächige und länglich gestreckte Volumen mit großzügigen lichten Raumhöhen. In der Regel handelt es sich um eingeschossige Bauwerke. Erschlossen werden die Baukörper über mehrere Öffnungen in der Längsseite. Die Lage weist oft

einen hohen Außenflächenanteil auf. Die industrielle Nutzung geht mit einem geringen Ausbaustandard der Hülle und Infrastruktur einher. Die historische Bestandshülle sollte erhalten bleiben und die thermische Ertüchtigung mittels eingestellter Baukörper erfolgen. Die eingestellten Baukörper zonieren den großflächigen Innenbereich und ermöglichen das Koppeln von verschiedenen Raumzonen. Je nach Größe ließen sich auch großformatige Bausteine (z.B. eine Veranstaltungshalle) realisieren. Insgesamt würde mit der Aktivierung eine hohe Stadtteilentwicklung einhergehen, um aufgrund der Größe solcher Areale eine eigenständige Strahlkraft entwickeln zu können. Die innerstädtische Anbindung und Erreichbarkeit sollte bei der Konzeption mitbedacht werden.

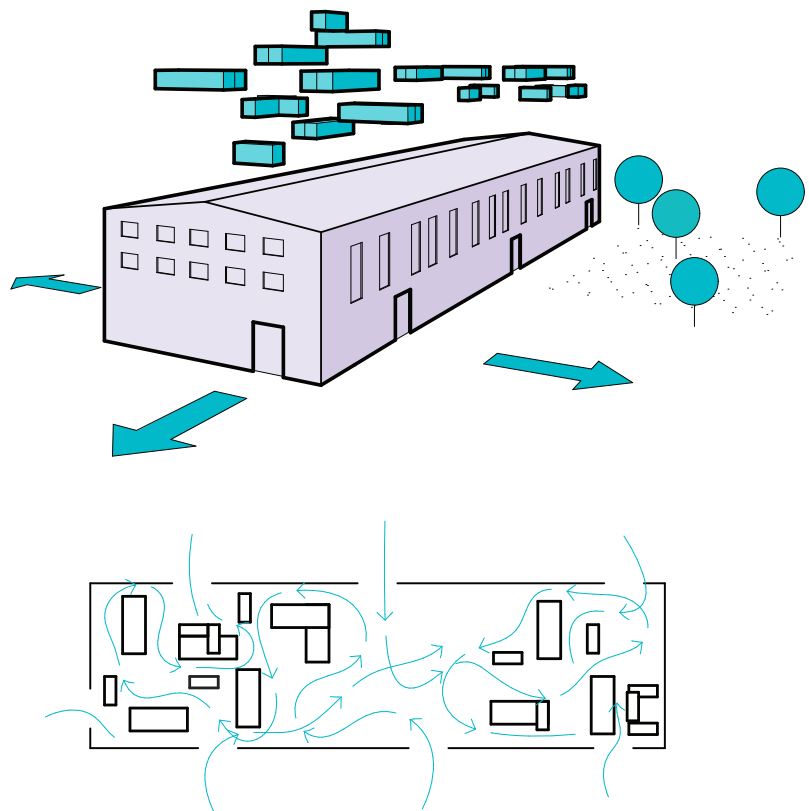


Abbildung: Typologie Fabrik

Kaufhaus

Ehemaliges Kaufhaus in zentraler Lage an stark frequentierter Fußgängerzone, repräsentativ und nah zu großen zentralen Institutionen der Hochkultur. Nutzungsdiversifizierung in kommerzieller Lage als städtebauliche Wirkung. Denkbare räumliche Struktur für das Zentrum für Kreativwirtschaft: große flexible Flächen mit flexibler modularer Innenaufteilung. Je nach Größe ist eine Kopplung mit einer öffentlichen Einrichtung wie Bibliothek oder mit einer fortbestehenden oder neu zu entwickelnden Kaufhausstruktur („Kreativkaufhaus“) denkbar.

Das Kaufhaus ist eine monofunktionale Typologie, welche strukturell auf den Verkauf von Ware ausgelegt ist. Die städtebauliche und architektonische Ausformulierung spielt eher eine untergeordnete Rolle. Der Innenraum bzw. die Geschossflächen werden zumeist durch eine zentrale Rolltreppe erschlossen und eine sekundäre Erschließung in Form von Treppenhäusern ist bereits vorhanden. Der Bestand verfügt über ein grundlegendes Maß an technischer und infrastruktureller Ausstattung. Eine Umwidmung als Zentrum für Kreativwirtschaft würde von den großflächig gestapelten Flächen und deren Nutzungsneutralität profitieren. Aufgrund der Lage des Gebäudes ist eine repräsentative und sichtbare Erdgeschosszone vorhanden, die als „Schaufenster“ funktionieren kann. Die direkte Nähe zu weiteren großen Institutionen stärkt das kulturelle Umfeld und kann zur Diversifizierung und Reaktivierung der Innenstadtzone beitragen.

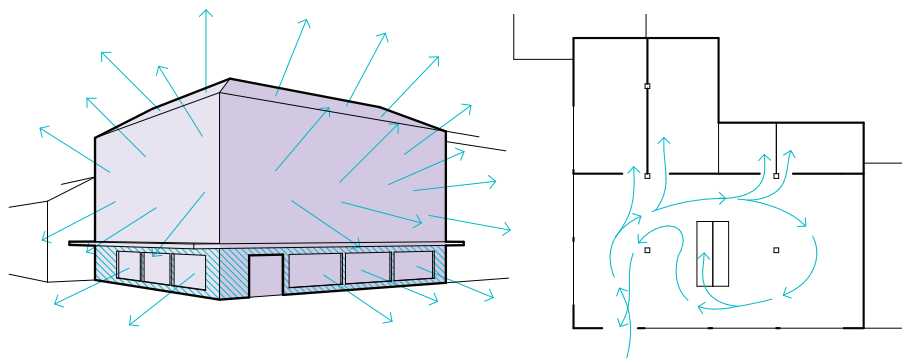


Abbildung: Typologie Kaufhaus

Manufaktur

Ehemaliges Lager- oder Werkgebäude nahe der Innenstadt mit mittleren Impulsen und Wirkung auf ein heterogenes Umfeld. Räumliche Strukturen für ein Zentrum für Kreativwirtschaft sind große flexible Flächen, minimale Instandsetzung, veredelter Rohbau wird zur Verfügung gestellt für flexiblen modularen Innenausbau in Eigenregie.

Bestandsgebäude, welche für mittelgroßes produzierendes Gewerbe genutzt wurden, liegen im Zwischenbereich des städtischen Gefüges. Sie weisen zumeist unterschiedliche Ausbaustandards auf und sind teils großformatige Baukörper mit tiefen Grundrissen über mehrere Geschosse hinweg. Die Erdgeschosszone wird durch Laderampen und größere Öffnungen zur Anlieferung geprägt, mit teils vorgelagerten Anlieferungs- und Parkflächen. Diese Flächen bieten zusätzlichen Raum zur Transformation. Im Inneren erlauben das klare Stützraster und die robusten Oberflächen einen modularen Innenausbau in unterschiedlichen Qualitäten, sodass ein veredelter Rohbau zur Verfügung gestellt werden könnte. Das Stützraster und dessen Flexibilität bieten den Bestandsgebäuden eine gewisse Nutzungsneutralität.

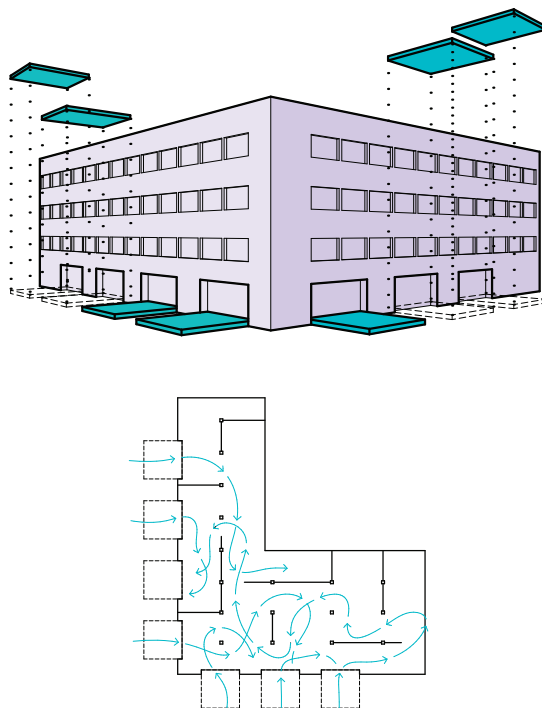


Abbildung: Typologie Manufaktur

Bürohaus

Ehemaliges Büro- und Verwaltungsgebäude in peripherer oder zentraler Lage in der Innenstadt mit mittleren Impulsen und Wirkung auf ein heterogenes Umfeld. Denkbare räumliche Struktur für ein Zentrum für Kreativwirtschaft sind die flexible Öffnung und Kopplung vieler kleiner Einheiten an Fluren.

Die meisten größeren Büro- und Verwaltungsgebäude in Kassel liegen in den Zwischenbereichen und im städtischen Zentrum. Die Baukörper sind mehrgeschossig, mit überwiegend geringen Tiefen, sodass gestreckte und/oder abgewinkelte Bauvolumen entstehen. Die Baukörper sind meist rational und streng gegliedert, im Inneren wie im Äußeren. Es sind geringe lichte Höhen und gekammerte Grundrisse zu erwarten. Der Ausbaustandard ist aufgrund der vorherigen Nutzung jedoch recht hoch. Mit der Entwicklung als Zentrum für Kreativwirtschaft sollte es zu einer Auflösung der Strenge und der einzelnen Raumzellen kommen. Eine einfache Instandsetzung als veredelter Rohbau, neben teilweise zu erhaltenden Bestandsraumstrukturen, kann einen modularen Innenausbau in Eigenregie erlauben.

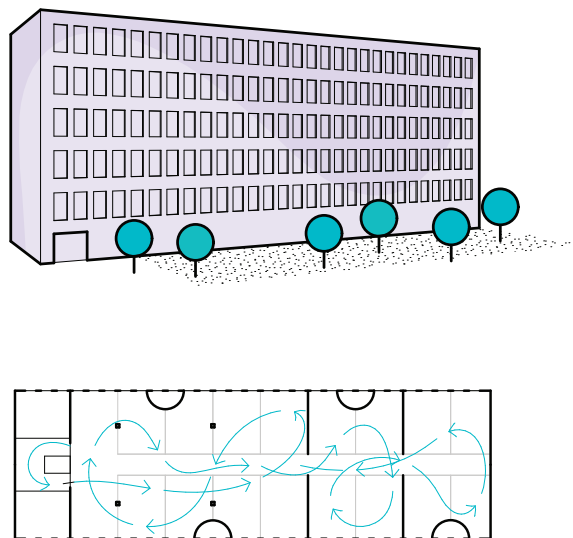


Abbildung: Typologie Bürohaus

Entwicklungsstrategie Cluster

Diese Typologie beschreibt als einzige nicht ein einzelnes Gebäude sondern eine Entwicklungsstrategie zu einem Cluster aus mehreren Gebäuden. Bestehende und neue Institutionen würden unter dem Begriff „Zentrum für Kreativwirtschaft“ neu zusammengefasst und entwickelt. Von dem Zentrum würde ein neuer Entwicklungsimpuls für einen Bereich Kassels ausgehen, der möglicherweise bereits jetzt Räume und Institutionen kultureller und kreativwirtschaftlicher Nutzung aufweist. Das Cluster verbindet verschiedene Nutzungen und Bestandsbaukörper inhaltlich, als auch städtebaulich. Hier würde die direkte Aktivierung des Umfelds als Ankunfts- und Schaffungsort räumlich und öffentlich wahrnehmbar. Der ausgehende Entwicklungsimpuls stärkt einen zentralen Raum in Kassel. Die unterschiedlichen Bestandsbauten treten als eigenständige Stadtbausteine und Zeitzeugen der Impulse in Erscheinung, werden aber durch die inhaltliche Ausrichtung zusammengefasst. Die baulichen Maßnahmen würden sich auf einzelne Objekte oder Räumlichkeiten beziehen, welche wiederum unterschiedliche Qualitäten und Nutzungen aufweisen können. Der städtische Zwischenraum könnte als Schauplatz für die Akteur*innen des Zentrums für Kreativwirtschaft dienen. Die Anzahl der Baukörper und Räumlichkeiten würde sich ggf. mit der Entwicklung des Bedarfs erweitern.

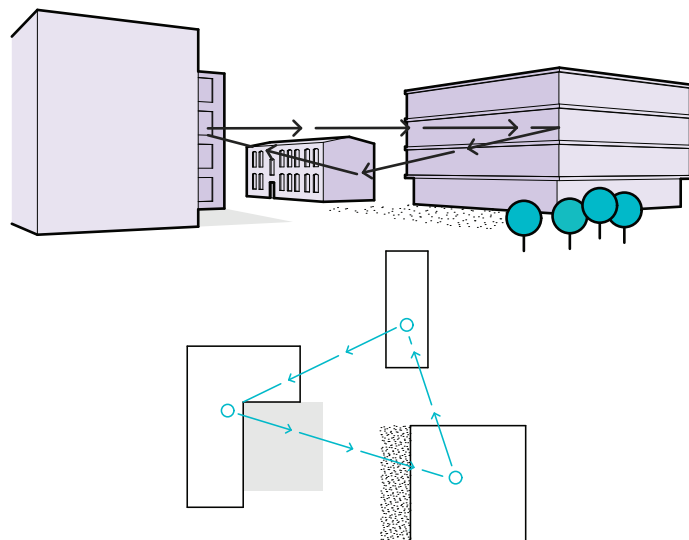


Abbildung: Typologie Cluster

6.2 BEWERTUNGSMATRIX FÜR STANDORTWAHL

Diese Studie kann für den weiteren Planungs- und Entscheidungsprozess eine beispielhafte Bewertungsmatrix an die Hand geben, anhand derer mehrere zur Auswahl stehende Standorte objektivierbar verglichen und bewertet werden können. Voraussichtlich wird der Entscheidungsprozess jedoch vor allem von aktuell verfügbar stehenden Gebäudeoptionen, dem politischen Willen und Ergebnissen und Verstetigungen aus dem Erprobungsprozess mit einem Pop-up-Prototyp erfolgen. Weitere Planungen und Untersuchungen zu diesem Thema sind jedoch denkbar. Insbesondere könnten die unterschiedlichen Möglichkeiten und Potentiale der Standort- und Gebäudetypologien noch weiter untersucht werden, um möglicherweise noch ganz neue und bisher nicht ins Blickfeld gerückte Kombinationsmöglichkeiten mit innovativen privaten oder öffentlichen Projekten und Kooperationspartnern aufzuweisen (Kreativkaufhaus, Stadtbibliothek, Jugendzentrum...).

Die nachfolgende beispielhafte Bewertungsmatrix sollte im weiteren Planungsverlauf überprüft und diskutiert werden. Eine unterschiedliche Gewichtung der verschiedenen Faktoren ist zu erwägen.

	Faktor		
	Prüfstandort 1	Prüfstandort 2	Prüfstandort 3
1. Stadt- und sozialräumliche Kriterien (Ebene Stadtraum)	0	0	0
1.1 Städtebauliche Strahlkraft / Stadtreparatur	0	0	0
Kann das Bestandsgebäude an diesem Prüfstandort von überdurchschnittlich weitem gesehen werden?	0	0	0
Kann das Bestandsgebäude an diesem Prüfstandort eine überdurchschnittliche städtebauliche Strahlkraft und Identität entwickeln?	0	0	0
Sind Prüfstandort und / oder Bestandsgebäude in weiten Teilen der Stadtgesellschaft bekannt?	0	0	0
Hat das Bestandsgebäude eine erhaltenswerte stadtbildprägende architektonische Eigenheit?	0	0	0
1.2 Sichtbarkeit im Stadtraum und Blickbezüge	0	0	0
Ragen zwei oder mehr Gebäudekanten über die umgebende Gebäudeflucht?	0	0	0
Hat das Gebäude / der Prüfstandort drei oder mehr Fassaden zum öffentlichen Raum?	0	0	0
Bestehen prägnante Blickbezüge zwischen dem Prüfstandort und wichtigen öffentlichen Räumen oder Gebäuden, entlang von Straßen oder Plätzen?	0	0	0
1.3 Anbindung, Erreichbarkeit und Sicherheit	0	0	0
Gibt es keine Gefahr und Barriere durch eine unmittelbar am Hauptzugang des Prüfstandorts verlaufende stark befahrenen Straße?	0	0	0
Liegt der Prüfstandort direkt an einer stark frequentierten Fußgängerzone?	0	0	0
Liegt der Prüfstandort direkt angrenzend an mehr als einer öffentlichen Freifläche (Platz oder Fußgängerzone)?	0	0	0
Liegt eine ÖPNV-Haltestelle in weniger als 50 Metern entfernt?	0	0	0
Ist der Prüfstandort bequem mit dem Fahrrad erreichbar, barrierefrei und / oder Teil eines frequentierten Schulwegs?	0	0	0
Ist die direkte Umgebung barrierefrei und orientierbar gestaltet sowie abends beleuchtet?	0	0	0
Ist das Gebäude oder das Umfeld kein angstbesetzter Raum?	0	0	0
Bietet der Prüfstandort eine direkte Zufahrtsmöglichkeit?	0	0	0

1.4 Aktivierung der Erdgeschosszonen und des angrenzenden öffentlichen Raums	0	0	0
Können durch Umbau und / oder Umnutzung zwei- oder mehrere bisher inaktive Seiten im Erdgeschoss aktiviert werden?	0	0	0
Kann eine Aktivierung der EG-Zone einen Mehrwert für die direkte Umgebung bedeuten (z. B. Platz und öffentlichen Raum beleben)?	0	0	0
Kann durch die Ansiedlung des Zentrums für Kreativwirtschaft hier größerer struktureller Gebäudeleerstand in der Innenstadt behoben werden?	0	0	0
1.5 Interaktion und Bezüge zu nah liegenden Nutzungen und Akteuren	0	0	0
Befinden sich in unmittelbarer Nähe des Prüfstandorts weitere Nutzungen, mit denen interagiert werden kann?	0	0	0
Befinden sich in unmittelbarer Nähe des Prüfstandorts potentielle Kooperationspartner?	0	0	0
Befindet sich in unmittelbarer Nähe eine Bildungs- oder Kulturinstitution?	0	0	0
1.6 Stadtklimatische Verbesserung und mögliche Freiflächen für Spiel und Umweltbildung	0	0	0
Hat der Prüfstandort Potentialflächen für Dach- und Fassadenbegrünung?	0	0	0
Hat der Prüfstandort einen Außenraum mit Freiflächen (über 100 qm), die entsiegelt und / oder begrünt werden können?	0	0	0
Kann der Außenraum des Prüfstandorts oder die unmittelbare Umgebung für Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung genutzt werden?	0	0	0
Gibt es die Möglichkeit der Einrichtung von Dachgärten oder Dachflächennutzung für Aufenthalt und Spiel (über 100 qm)?	0	0	0
Gibt es lärmabgewandte Seiten des Gebäudes und ruhige Außenflächen oder lassen sich diese einrichten?	0	0	0
2. Architektonische Kriterien (Ebene Grundstück / Gebäude)	0	0	0
2.1 Größe des Prüfstandorts und Bestandsgebäude, Erweiterbarkeit	0	0	0
Sind im Bestandsgebäude mind. 4.000 qm Nett Nutzfläche vorhanden und nutzbar?	0	0	0
Kann im Bestandsgebäude ohne Erweiterung oder massiven Umbau weitere Nutzfläche flexibel zur Verfügung gestellt werden?	0	0	0
Müssen für die (Um)nutzung keine aufwendigen Bauarbeiten am Gebäude vorgenommen werden? (z. B. Aufstockung oder Umbau Technikgebäude)	0	0	0
Kann ein großer Saal als Versammlungsstätte (über 200 Personen) eingerichtet werden?	0	0	0
Es besteht die Kombinationsmöglichkeit mit einem weiteren Teilprojekt?	0	0	0
2.2 Zugänglichkeit, Erschließung, Raumzusammenhänge und Barrierefreiheit	0	0	0
Ist das Erdgeschoss gemäß Vorschlag Nutzungskonzept vollständig für das Zentrum für Kreativwirtschaft nutzbar?	0	0	0
Ist eine niedrighschwellige Zugänglichkeit zu allen erforderlichen Räumen möglich ("offenes Haus")?	0	0	0
Gibt es mehrere und ausreichende Möglichkeiten der inneren und äußeren barrierefreien Erschließung (Treppen, Rampen, Fahrstuhl, Rolltreppen) oder lässt sich diese problemlos herstellen?	0	0	0
Hat das Gebäude mehrere flexibel nutzbare Zugänge?	0	0	0
Lassen sich funktionale Raumzusammenhänge herstellen (Blickbezüge, effizienter Betrieb, niedrighschwellige Interaktion)?	0	0	0
2.3 Räumliche Flexibilität für verschiedene Nutzungskonstellationen	0	0	0
Weist der Prüfstandort durch seine Typologie und Größe die Möglichkeit auf, weitere Nutzungen aus Handel / Gewerbe / Wohnen / Vereine / Wissensgesellschaft / soziale Akteure zu integrieren?	0	0	0
Ist Fläche und Struktur des Innenraums räumlich flexibel?	0	0	0
Lassen sich die Räumlichkeiten und Flächen im Inneren je nach Bedarf vergrößern / verkleinern / verändern?	0	0	0
Befinden sich auf dem Prüfstandort bereits weitere Nutzungen, mit denen interagiert werden kann?	0	0	0
Lassen sich auf dem Prüfstandort Räumlichkeiten oder Bereiche schaffen, die sich als Treffpunkte ("offenes Haus", auch außerhalb der Öffnungszeiten) eignen (Hof, Foyer, Vorplatz, etc.)?	0	0	0
Können an diesem Prüfstandort neuartige lokale Konzepte einbezogen und angegliedert werden (Verzahnung, Typologie)?	0	0	0
Kann an diesem Prüfstandort Gastronomie angegliedert werden (Verzahnung)?	0	0	0
2.4 baulich-technische Anforderungen: Gebäudetechnik, Brandschutz, Schallschutz, Statik	0	0	0
Erfüllen die vorgesehenen Flächen des Bestandsgebäudes augenscheinlich die Anforderungen von Aufenthaltsräumen an Belichtung, Belüftung und Heizung?	0	0	0
Sind Gebäudetechnik, Dämmung und Heizung des Bestandsgebäudes unter dem Aspekt von niedrigen Betriebskosten und Energieeffizienz bereits ohne Baumaßnahmen ausreichend und nutzbar?	0	0	0
Können die Anforderungen an Gebäudetechnik, Belichtung und Belüftung baulich hergestellt werden?	0	0	0
Sind Rettungswege für Sondernutzung und Versammlungsstätte (Saal) vorhanden oder können problemlos eingerichtet werden?	0	0	0
Gibt es ausreichend natürlich belichtete und belüftete Räume ohne äußere Lärmbelastung oder lassen sich diese herstellen?	0	0	0
maximal erreichbare Punktzahl: 48			
Summe	0	0	0
Wertung Platz	0	0	0

Abbildung: Tabelle Kriterien Standortwahl

7. Empfehlungen zum weiteren Vorgehen

Schrittweise Umsetzung

Die Bedingungen in Kassel, Gebäude, Institutionen und Initiativen, die vorhandenen Impulse und Vorentscheidungen zeigen: die Zeit ist reif für ein Zentrum für Kreativwirtschaft in Kassel. Ausgehend von den vorliegenden Untersuchungen und Studien, der Kulturkonzeption Kassel 2030 und den Impulsen aus dem Beteiligungsprozess wird empfohlen, ein neues Zentrum für Kreativwirtschaft in Kassel einzurichten.

Es wird eine Umsetzung in mehreren folgenden Schritten empfohlen. Federführend für die Stadt Kassel sollte eine Projektgruppe eingesetzt werden, in der bei Bedarf neben dem Kulturamt auch Personen aus anderen relevanten Ämtern mitwirken sollten (bspw. Liegenschaftsamt, Stadtplanung).

7.1 VERSTETIGUNG DER BETEILIGUNG

Ergebnisse aus dem Beteiligungsprozess

Im Planungsverlauf dieser Konzeptstudie wurden im Beteiligungsprozess und in Einzelgesprächen der Zwischenstand der Konzeptstudie vorgestellt und diskutiert. Vom Kulturamt wurde zu einem zweiten allgemeinen Beteiligungstermin ein kleinerer Personenkreis eingeladen. Es wurden einige inhaltliche Schärfungen der Ausrichtung, der Ausdifferenzierung der Zielgruppen und insbesondere Organisationsformen und Formen der Mitgestaltung diskutiert. Hierbei herrschte große Einigkeit darüber, dass grundsätzlich eine Versteigerung der Beteiligung und Mitwirkung anzustreben sei.

Beirat und Initiativgruppe

Es wird die Einrichtung eines Beirats empfohlen, in dem die Projektgruppe der Stadt Kassel, eine sich bildende Initiativgruppe der Nutzer*innen und lokalen Expert*innen aus der Kreativwirtschaft, die Universität/Kunsthochschule Kassel, ggf. die Wirtschaftsförderung Region Kassel und die IHK Kassel-Marburg sowie externe sachkundige Experten vertreten sind. Der Beirat berät die Stadt Kassel hinsichtlich der Standortsuche sowie der Ausarbeitung der Modelle zu Kosten, Architektur, Organisation und Betrieb.

Zur Verstetigung der bisherigen Beteiligung, einem Aufgreifen der vorhandenen Impulse und dem Aufbau einer Initiativgruppe für die Mitwirkung an der Organisationsstruktur wird die Beauftragung einer externen Moderation vorgeschlagen.

Die Moderation sollte Erfahrung in Projektsteuerung, Kenntnisse der Eigenschaften und Bedarfe der Kreativwirtschaft und Erfahrungen mit Gruppenaufbau im Zusammenhang mit Immobilienentwicklung haben. Es wird die Durchführung eines regelmäßigen Initiativgruppentreffens empfohlen. Die Initiativgruppe soll sich, unterstützt durch die Moderation, aufbauend auf dem eingeladenen Personenkreis aus dem bisherigen Beteiligungsprozess zusammenfinden und zu einem festen Verhandlungs- und Projektpartner der Stadt Kassel werden. Die Moderation sollte sobald wie möglich beginnen und wird zunächst für den Zeitraum von einem Jahr vorgesehen. Inhaltlich wird in diesem Zeitraum an der Konkretisierung und Umsetzung des Zentrums gemäß der Konzeptstudie gearbeitet sowie an der Umsetzung und Erprobung durch den Pop-up-Prototyp.

Der Aufwand für die Moderation wird wie folgt abgeschätzt: Durchführung von sechs Treffen und vier Beiratssitzungen inkl. Vor- und Nachbereitung für jeweils 1.200 € = für 12 Monate 12.000 € netto zzgl. MwSt.

Die Initiativgruppe konstituiert sich ehrenamtlich und unabhängig von Stadt Kassel/Kulturamt. Sie wird fester Verhandlungs- und Kooperationspartner der Stadt Kassel und berät die weitere Ausgestaltung und Realisierung des Zentrums für Kreativwirtschaft sowie den Pop-up-Prototyp in einer regelmäßigen Beiratssitzung. Die Initiativgruppe (Kreativwirtschaft und Nutzer*innen) und die ämterübergreifende Projektgruppe (Stadt Kassel) sollten in direktem Austausch und in enger Abstimmung an den weiteren Realisierungsschritten arbeiten. Zu den Beiratssitzungen können weitere potentielle Kooperationspartner sowie externe beratende Expert*innen eingeladen werden.

Gemäß dem Organisationsmodell „Mischmodell“ könnte aus der Initiativgruppe der Verein als Gesellschafter an der Betriebsgesellschaft hervorgehen, aus dem Beirat eine Gesellschafterversammlung. Für die Stadt Kassel sollten Vertreter*innen der relevanten Ämter im Beirat sitzen.

7.2 PROTOTYP

Pop-up-Prototyp

Wie in Kapitel 4 beschrieben soll der Pop-up-Prototyp zur Fundierung, Aufbau und Erprobung des Nutzungs- und Raumkonzepts sowie der Aktivitäten und Strukturen realisiert werden. Die Standortwahl für den Prototyp sollte möglichst schnell und unkompliziert erfolgen und keine Festlegung für die langfristige Standortwahl für das Zentrum für Kreativwirtschaft bedeuten. Es sollte auf ein aktuell kurzfristig verfügbares Gebäude zurückgegriffen werden und es sollten aktive Projektinitiativen in Kassel eingebunden werden.

7.3 STANDORTSUCHE UND -WAHL

Standortwahl

Die Standortwahl ist abhängig von den verfügbaren Gebäuden, den politischen Zielsetzungen und Synergieeffekten. Zur objektiven und nachvollziehbaren Bewertung von potentiellen Standorten und Gebäuden wird der Auftraggeberin die Bewertungsmatrix (in Kapitel 6) an die Hand gegeben. Es wird empfohlen, die Bewertungsmatrix im Beirat zu diskutieren, potentielle Standorte und Gebäude zu identifizieren und anhand der Matrix zu bewerten. Für die Standortsuche, Prüfung und Auswahl sollte eine Abstimmung mit den einschlägigen Ämtern, insbesondere Hochbau- und Gebäudebewirtschaftung und Stadtplanung erfolgen, sowie mögliche gezielte (Vor-) Verhandlungen mit Gebäudeeigentümern.

Je nach gewähltem Standort ergeben sich möglicherweise neue Kooperations- und Kombinationsmöglichkeiten mit weiteren öffentlichen oder privaten Projekten.

7.4 WEITERE PLANUNGSSCHRITTE

Nach dem Beschluss für die Realisierung des Zentrums für Kreativwirtschaft sollte die einzurichtende ämterübergreifende Projektgruppe folgende weitere Planungsschritte initiieren:

Überprüfung und Schärfung des Konzepts

Parallel zur Erprobung im Pop-up-Prototyp sollte das gesamte vorliegende Betriebskonzept (Beteiligte, Kostenmodelle, Raumprogramm, Angebote und Aktivitäten) durch den Beirat, bzw. gemeinsam durch Initiativgruppe und Projektgruppe weiter verifiziert, diskutiert und ggf. weiter geschärft werden. Bereits während der Erprobung können mögliche weitere Kooperationspartner und Institutionen aktiviert und eingebunden sowie das Konzept mit Leben gefüllt werden.

Finanzplanung

Für die Realisierung des Zentrums für Kreativwirtschaft müssen ausgehend von den ermittelten/geschätzten Finanzbedarfen und den Erfahrungen aus dem Prototypen die nötigen Finanzmittel beziffert und beantragt bzw. bereitgestellt werden.

Objektplanung

Nach der Standortwahl stehen zur Realisierung die Planungsschritte auf Gebäudeebene an (Objektplanung: insbesondere Architektur und Fachplanungen). Für die Umnutzung und Umgestaltung eines Bestandsgebäudes sind Architektur-Planungsleistungen zu beauftragen (sämtliche Leistungsphasen von Vorentwurf über Ausführungsplanung, Ausschreibung und Vergabe bis Bauleitung) sowie die erforderlichen Fachplanungen (Brandschutz, Wärmeschutz...).

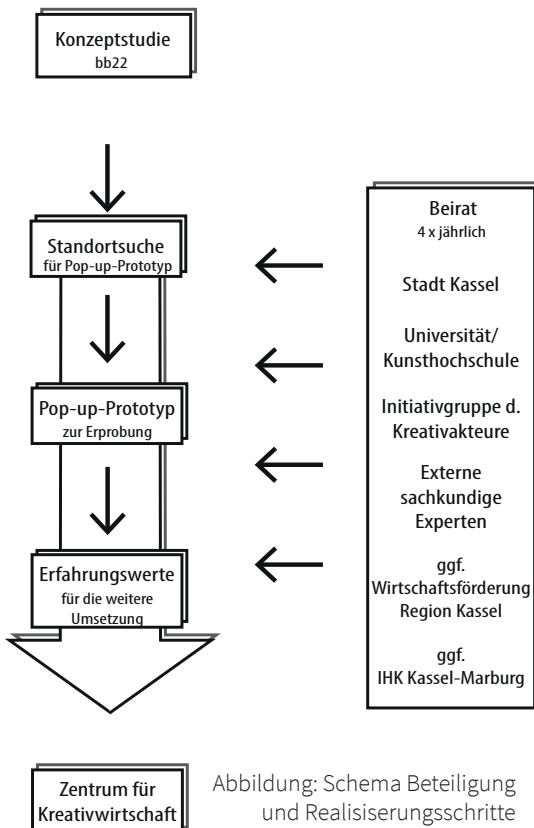
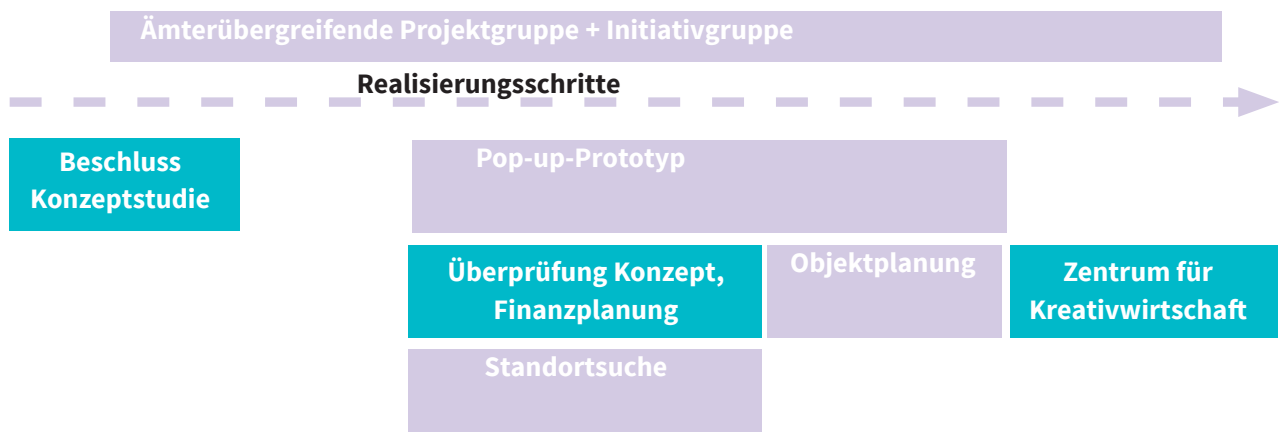


Abbildung: Schema Beteiligung und Realisierungsschritte



8. Literatur- und Quellenhinweise

8. LITERATUR- UND QUELLENHINWEISE

- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (Hrsg.) (2021): Kreativität und Verantwortung - 6. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (Hrsg.) (2022): Datenreport 2022 Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, Schader Stiftung (Hrsg.) (2008): Kulturwirtschaft Fördern - Stadt Entwickeln - 3. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht
- Universität Kassel (2021): Zahlen und Fakten. <https://www.uni-kassel.de/uni/universitaet/profil/zahlen-und-fakten#c725>
- Deskalakis, Maria (2011): Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel - Identifizierung und Nutzung regionaler Entwicklungspotentiale, Kassel
- Studio UC / Klaus Overmeyer im Auftrag des Magistrat der Stadt Kassel, Amt für Stadtplanung, Bauaufsicht und Denkmalschutz, Kulturamt (2010) Förderung der Kulturwirtschaft in Kassel - Konzeptstudie
- Stadt Kassel, Kulturdezernat / Kulturamt (2021): Dezentrale Standorte „(De)Zentren“ für Kulturproduktion und ein Zentrum für Kreativwirtschaft - Rahmenkonzept und Grundlage für Einzelkonzeptstudien - Ein Projekt der „Kulturkonzeption Kassel 2030“
- Stadt Kassel, Kulturdezernat (2019): Kulturkonzeption Kassel 2030
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009): Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland
- IHK Kassel-Marburg, Referentin für Kreativwirtschaft Andrea Nehring (2023): Zahl der Mitgliedsunternehmen nach Teilmärkten
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Hrsg. (2020): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020

Sämtliche Abbildungen und Fotos sind von bb22 architekten + stadtplaner, soweit nicht anders gekennzeichnet. Insbesondere die nicht eigenen Fotos zu Beispielprojekten sind mit der Internetquelle versehen.

bb22 architekten
+ stadtplaner

Maheras Nowak Schulz Wilhelm PartG mbB
Niddastraße 84, 60329 Frankfurt am Main
felix.nowak@bb22.net
www.bb22.net

Team: Felix Nowak, Johannes Gerstenberg, Joel Jöbgen
Mai 2023