

Inhalt

Ein Kasseler Modell: Dezentrale Standorte „(De)Zentren“ für Kulturproduktion und ein Zentrum für Kreativwirtschaft	3
(De)Zentren für Kulturproduktion	9
1. Leitbild.....	9
2. Ziele	11
3. Aufgaben und Leistungen	14
4. Zielgruppen.....	16
5. Anforderungen an eine Konzeptstudie	17
Zentrum für Kreativwirtschaft.....	18
1. Leitbild.....	18
2. Ziele	20
3. Aufgaben und Leistungen	22
4. Zielgruppen.....	25
5. Räumliche Verortung.....	26
6. Anforderungen an eine Konzeptstudie	29
Literatur- und Quellenverzeichnis	30
Impressum	31

Ein Kasseler Modell: Dezentrale Standorte „(De)Zentren“ für Kulturproduktion und ein Zentrum für Kreativwirtschaft

Dr. Susanne Völker
Kulturdezernentin



Kassel hat eine vielfältige, innovative und vernetzte Kunst- und Kreativszene. Akteur*innen aus den Bereichen Bildende Kunst, Darstellende Künste, Design und Gestaltung, Fotografie, Verlagswesen, Film, Architektur, Galerien, Musik, Medien und Mediendesign, Software und Spiele und vielem mehr entwickeln einzeln und gemeinsam, teils kurzfristig, teils in langjährigen Prozessen und Kooperationen Projekte und Netzwerke, die Kassels Kultur bereichern und den Kultur- und Kreativwirtschaftssektor stärken.

Kunst und Kultur brauchen Orte, Netzwerke, Know-How und Austausch. Zu diesem Zweck haben sich in vielen Städten bereits Zentren für die Kunst- und Kreativwirtschaft gegründet, die räumliche Nähe und damit Wissens- und Ideentransfer ermöglichen. In Kassel fehlen solche zentralen Angebote bislang.

In Einzelinitiativen haben sich Kunst- und Kreativschaffende in Projekten und Netzwerken organisiert, die teils nebeneinander her und teils gemeinsam arbeiten, gestalten und entwickeln. Gleichzeitig ist die Abteilung für Kulturförderung und -beratung des Kulturamtes eine langjährige Schnittstelle für den Wissenstransfer ebenso wie für die Vernetzung von Initiativen untereinander.

Die Kunsthochschule Kassel ist international vernetzt und bildet in künstlerischen, gestalterischen, kunstpädagogischen und wissenschaftlichen Studiengängen aus. Etwa 1.000 Studierende sind in den Studiengängen Bildende Kunst, Visuelle Kommunikation, Produktdesign, Kunstpädagogik und Kunstwissenschaft eingeschrieben. Darüber hinaus bilden das Institut für Musik der Universität Kassel und die Musikakademie der Stadt Kassel in Musik- und Instrumentalpädagogik, Komposition und Musikmanagement aus und die Bereiche von Schauspiel und Tanz verfügen in Kassel ebenfalls über eine Ausbildungsinfrastruktur. Das kreative Potenzial dieser Studierenden sowie Absolvent*innen trägt erheblich zu Kassels lebendiger Kunst- und Kulturszene bei, doch spätestens zum Zeitpunkt des Studienabschlusses stellt sich die Frage nach dem künftigen Arbeitsfeld und Wirkungsort.

Dabei kann sowohl der Weg der Kunstproduktion beispielsweise in eigenen oder gemeinsamen Ateliers und Werkstätten gewählt werden, deren Ergebnisse z. B. im Rahmen von Ausstellungen in Museen und Galerien präsentiert werden. Es kann aber ebenso

der Weg der Entwicklung von kreativwirtschaftlichen Gründungen und Unternehmungen verfolgt werden, die aus schöpferisch-kreativen Ideen Produkte und Projekte entwickeln und diese zur Marktreife bringen.

Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich tätig sind und sich der Entwicklung, Produktion, und/oder (medialen) Verbreitung von kulturellen und kreativen Gütern und Dienstleistungen widmen. Gemeinsamer Ausgangspunkt jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist das Schaffen von künstlerischen, kulturellen oder kreativen Inhalten, Werken oder Produkten. (siehe auch: Deutscher Bundestag 2007, S. 340ff., S. 348)

Beide Wege – die Kunstproduktion und die kreativwirtschaftliche Gründung – unterliegen teils grundsätzlich verschiedenen Mechanismen, Anforderungen, Beratungs- und Unterstützungsbedarfen und Netzwerken – bei aller inhaltlicher Nähe im Bereich der Kunst und Kultur. Um hier wirksam unterstützen zu können, müssen also sowohl die Bedarfe und Möglichkeiten der Kunstproduktion ermittelt und definiert werden als auch jene der Kreativwirtschaft. Beides soll in Einzelbetrachtungen im Folgenden passieren. Dabei handelt es sich um das Kasseler Modell – nicht Kunstproduktion und Kreativwirtschaft unter einem Begriff und in einer Struktur zu fassen, sondern für beide

Bereiche passgenaue Angebote zu entwickeln und Schnittstellen zu ermöglichen, die den Transfer zwischen beiden Bereichen begünstigen. Wir sprechen deshalb zum einen von (De)Zentren für Kulturproduktion, die an verschiedenen Orten im Stadtgebiet Ateliers, Werkstätten, Ausstellungs- und Workshopräume, kreativen Austausch und Kunstrezeption ermöglichen und sich dennoch als ein gemeinsames und durchlässiges Gefüge verstehen. Zum anderen bedarf es der Struktur eines Zentrums für Kreativwirtschaft, in dem am gemeinsamen Ort Netzwerke und Kooperationen entwickelt werden, Co-Working, Co-Thinking und Sharing-Community gelebt werden, internationale Vernetzung und digitaler Wandel umgesetzt werden können, Beratung sowie Aus- und Weiterbildung für das eigene Start-up erfolgen und die Schnittstellen zu Wirtschaft und Industrie entwickelt und gefestigt werden.

In Deutschland sind im Jahr 2018 in der Kultur- und Kreativwirtschaft rund 1,2 Millionen Menschen kernerwerbstätig, davon über 256.000 als selbstständige Freiberufler*innen oder gewerbliche Unternehmer*innen sowie 938.411 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Einschließlich der geringfügig Beschäftigten und geringfügig Tätigen sind knapp 1,7 Millionen Erwerbstätige in der Kultur- und Kreativbranche beschäftigt. Damit ist die Gesamtbeschäftigtenzahl im Vergleich zum Vorjahr um rund 1,9 Prozent gestiegen. Im Jahr 2018 erzielte die Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft

168,3 Mrd. Euro Umsatz und es gab rund 9.500 Unternehmensneugründungen. (siehe auch: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2019)

Zu unterscheiden ist hier vom Science Park Kassel, der sich in den vergangenen Jahren bereits eine wichtige Rolle in der institutionell-wirtschaftlichen Struktur Kassels als Inkubator für Start-Ups erarbeitet hat. Die dort angesiedelten Gründer*innen agieren in einem vornehmlich, aber nicht ausschließlich technisch geprägten Marktumfeld sowie im technischen Dienstleistungssektor, entsprechend der Schwerpunkte an der Universität Kassel. Diese Unternehmen unterscheiden sich in ihren Strukturen, Entwicklungsmechanismen, Zielsetzungen und Arbeitsweisen mitunter signifikant von den Gründungsfaktoren kreativwirtschaftlicher Unternehmungen.

Für Kassel spielt sowohl der Bereich der Kunstproduktion als auch der kreativwirtschaftliche Sektor eine große inhaltliche, strukturelle und wirtschaftliche Rolle. Vor diesem Hintergrund wurden sowohl ein Zentrum für Kulturproduktion als auch ein Zentrum für Kreativwirtschaft in die kulturelle Langzeitstrategie „Kulturkonzeption Kassel 2030“ aufgenommen, die im Dezember 2018 von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen wurde.

Gleichzeitig wurden beide Projekte mit den Haushalten ab 2019 mit entsprechenden Konzeptionsmitteln ausgestattet.

Die grundsätzliche Positionierung in Form von Leitbildern und Zielen sowie konkrete Umsetzungsvorhaben und ihre zugrundeliegenden Konzepte sind hier zusammengefasst.

Dafür gilt allen beteiligten Vor- und Mitdenker*innen sowie Unterstützer*innen herzlicher Dank.

(De)Zentren für Kulturproduktion

1. Leitbild

Kassel ist Kulturstadt. Im Zusammenspiel von Kunsthochschule, Kulturinstitutionen und Freier Szene hat sich im Zentrum Nordhessens eine vielseitige, gut vernetzte, kooperativ arbeitende und qualitätsvolle Kulturszene entwickelt. Diese Kulturszene trägt maßgeblich zur positiven Entwicklung Kassels bei. Dies tut sie in wirtschaftlicher und in touristischer Hinsicht ebenso wie im Hinblick auf das nachweislich positivere Image, das Kassel in Deutschland und dem internationalen Ausland aktuell genießt. Diese Szene besteht sowohl aus kulturellen Institutionen wie dem Staatstheater oder den städtischen Museen als aus den Freien Szenen.



Als Kulturproduzent*innen werden alle Kulturschaffenden verstanden, die als Teil dieser Freien Szenen professionell künstlerisch arbeiten. Der wesentliche Unterschied zu den Akteur*innen der Kreativwirtschaft liegt darin, dass die Arbeiten im Bereich der Kulturproduktion den ökonomischen Mehrwert zunächst nachrangig behandeln: Stattdessen wird hier zuerst der ergebnisoffene, künstlerische Schaffensprozess in den Vordergrund gestellt, der Begegnungen ermöglichen, Diskurse anregen, das Nachdenken und Reflektieren fördern und Empathie stärken kann. Maßgeblich durch die partizipative Erarbeitung und Verabschiedung der „Kulturkonzeption Kassel 2030“ wurde deutlich, wie wichtig dieser Bereich für die Entwicklung Kassels ist. Als Folge dessen wurde die Gründung eines „Zentrums für Kulturproduktion“ beschlossen.

Im Folgenden wird der inhaltliche Rahmen ausformuliert, der den (De)Zentren für Kulturproduktion zu Grunde liegt. Dadurch soll eine inhaltliche Grundlage geschaffen werden, die mehrere Zwecke erfüllt:

- Bestimmung der Ziele und Zwecke der (De)Zentren für Kulturproduktion
- Definition der hierbei angesprochenen Nutzer*innen
- Abgrenzung zum Zentrum für Kreativwirtschaft
- Rückkopplung an die Ziele der „Kulturkonzeption Kassel 2030“
- Einbindung nichtstädtischer Partner (wie etwa der Kasseler Kunsthochschule)

2. Ziele

Die (De)Zentren für Kulturproduktion sollen räumliche und infrastrukturelle Möglichkeiten schaffen, um die Kulturproduktion in Kassel zu stärken und weiterzuentwickeln. Dies ist gerade deshalb wichtig, da mit dem Ende des Kunststudiums an der Kasseler Kunsthochschule für die Studierenden in der Regel der Zugang zum Raumangebot und der Infrastruktur der Kunsthochschule wegfallen. Da aber Absolvent*innen zu Beginn ihrer künstlerischen Laufbahn nur selten über die finanziellen Mittel verfügen, um zu regulären Konditionen ein geeignetes Atelier, eine Werkstatt oder ein Studio zu beziehen, wollen die (De)Zentren für Kulturproduktion diese Angebotslücke schließen. Gleichzeitig verstehen sich die (De)Zentren für Kulturproduktion als Teil einer Qualifikationskette, die mit der künstlerischen Ausbildung beginnt und in der die verschiedenen (De)Zentren für Kulturproduktion als weitere Professionalisierungsschritte mitgedacht werden.

Die (De)Zentren für Kulturproduktion sind explizit nicht zwangsläufig als zentrale Institution und zentraler Einzelstandort gedacht, sondern vielmehr als dezentrales Gesamtangebot, welches sich über verschiedene Kasseler Stadtteile erstreckt: Dabei sind bereits vorhandene Solitärstandorte einzelner Sparten so wichtig wie auch neu zu entwickelnde Standorte, mit denen strukturelle Lücken geschlossen werden sollen. Beispielsweise ist der Kulturbunker Kassel im Bereich Musikproduktion im Vorderen Westen ein wichtiger Bestandsort, wohingegen mit

dem aktuellen Potentialstandort „Kreativ Fabrik“ im Schiller-
viertel für den Bereich Bildende Kunst eine strukturelle Lücke im
Netzwerk für lokale Kulturproduktion geschlossen werden
kann. Ein zusätzlicher Mehrwert ergibt sich zukünftig in den
(De)Zentren für Kulturproduktion, wenn

Bestandsorte sowie neu zu erschließende Standorte einerseits
als wichtige Kompetenzstandorte innerhalb ihrer eigenen
Sparte fungieren, aber auch spartenübergreifend und standort-
übergreifend vernetzt kooperieren: Auf diese Weise lässt sich
die gebündelte Stärke der Kasseler Kulturproduktion noch wei-
ter ausbauen und regional wie auch weit überregional überzeu-
gend darstellen.

Zentrales Anliegen der (De)Zentren für Kulturproduktion ist es
deshalb, die professionelle Kulturproduktion zu unterstützen, in
dem die dafür passenden Räume und Infrastrukturen zu niedri-
gen Kosten angeboten werden. Welche Anforderungen Raum-
konzepte und Ausstattung erfüllen sollen, muss im Rahmen der
Konzeptionsstudien zu den einzelnen (De)Zentren für Kultur-
produktion im Detail geklärt werden. Hier soll insbesondere der
Aspekt der „Sharing Community“ insofern berücksichtigt wer-
den, als dass Werkzeuge, Maschinen und Räume von mehreren
Künstler*innen genutzt werden können, um so auch Kooperati-
onen und Synergien zu fördern und zu stärken.

Gleichzeitig soll geprüft werden, ob und unter welchen Bedin-
gungen externe Partner einbezogen werden sollten.

Denkbar wäre beispielsweise, Gastronomie und / oder einen Kunst- und Kunsthandwerkhandel zu integrieren und dadurch die Anziehungskraft des jeweiligen Orts für Kulturproduktion noch zu steigern.

Die räumliche Planung der (De)Zentren für Kulturproduktion läuft deshalb nicht zwingend auf einen zentralen Ort hinaus, sondern basiert auf einem dezentralen Ansatz. Anders als beim Zentrum für Kreativwirtschaft ist die Vernetzung und Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaft im Bereich der Kulturproduktion keine durchgehende Grundvoraussetzung. Auch die räumliche Anbindung an potentielle Kunden gehört im Bereich der Kulturproduzent*innen nicht zum Alltag, sondern ist überwiegend auf bestimmte Orte und Anlässe hin organisiert (z. B. Ausstellungen, Kunstmessen, Galerie- und Atelierrundgänge). Dies kann bei der Entwicklung geeigneter Standorte bedacht werden.

Im Unterschied zum Zentrum für Kreativwirtschaft sind die Standorte der (De)Zentren für Kulturproduktion von Akteur*innen vor Ort selbst organisiert und von einer jeweils eigenen, aber zentral geförderten Struktur getragen. Der Nutzungszeitraum für die Akteur*innen ist grundsätzlich ohne zeitliche Begrenzung und kann von kurzfristigen Zwischennutzung bis hin zu langjährigen Schaffensstandorten reichen.

3. Aufgaben und Leistungen

Im Folgenden werden die Aufgaben, Leistungen und Zielgruppen definiert, die durch die (De)Zentren für Kulturproduktion erfüllt, erbracht und angesprochen werden sollen. Grundlage für diese Definitionen ist zum einen das Leitbild, das in einem vorgelagerten Schritt bereits entwickelt wurde. Die im Rahmen der „Kulturkonzeption Kassel 2030“ dokumentierten Anforderungen an ein Zentrum, das der Förderung der Kulturproduktion gewidmet ist, werden als Grundlage zur Zieldefinition der (De)Zentren für Kulturproduktion genutzt.

Die Möglichkeit, bezahlbare Räume in ausreichender Größe und mit der notwendigen technischen Ausstattung anmieten zu können, ist einer der größten Bedarfe der Kasseler Kulturproduzent*innen. Im Unterschied zu den oft nicht materialintensiven Arbeiten im Bereich der Kreativwirtschaft, benötigt der Sektor der Kulturproduktion Räume, in denen Materialien gelagert, bearbeitet, Leinwände aufgespannt, Farben gemischt, Proben abgehalten oder Aufnahmen gemacht werden können. Hierfür ist oftmals auch mehr Fläche notwendig, als sie von Akteur*innen der Kreativwirtschaft benötigt wird. Da aber gerade im Kulturbereich die erzielten Einkommen oftmals nicht ausreichen, um entsprechende Räume auf Basis von Marktpreisen anzumieten, sollen die (De)Zentren für Kulturproduktion Ateliers, Werkstätten, Studios oder Proberäume zu „Kulturpreisen“ (4 € bis 5 € pro qm) anbieten. Zu klären ist, ob diese „Kulturpreise“ für Räume in den (De)Zentren für Kulturproduktion über die

bestehenden Förderinstrumente abzubilden sind, inwiefern externe Partner zur Finanzierung eingebunden werden können oder alternative Wege dafür gefunden werden müssen.

Eine weitere Anforderung, die im Rahmen der Kulturkonzeption von Kulturschaffenden artikuliert wurde, ist die Möglichkeit auf einen gemeinsam genutzten Geräte-Pool zugreifen zu können. Da gerade im Bereich der Bildenden Kunst und Bildhauerei Maschinen und Geräte eingesetzt werden, die in der Anschaffung teuer sind und nicht täglich zum Einsatz kommen, kann somit eine Vielzahl von Nutzer*innen ohne zusätzliche Kosten auf diese Werkzeuge zugreifen. In jedem Raum-Cluster der (De)Zentren für Kulturproduktion soll es deshalb einen solchen Geräte-Pool geben, der speziell auf die Bedürfnisse der dort angesiedelten Kulturproduzent*innen zugeschnitten ist.

Eine starke Parallele zum Zentrum für Kreativwirtschaft besteht darin, dass auch die (De)Zentren für Kulturproduktion „Ermöglichungsorte“ sein sollen. Das bedeutet, dass das Raumangebot und die technische Infrastruktur durch zusätzliche Angebote ergänzt werden. Dazu zählen beispielsweise eigene Präsentations-, Aufführungs- bzw. Ausstellungflächen, die den Nutzer*innen der (De)Zentren für Kulturproduktion exklusiv zur Verfügung stehen. Hierüber sollen auch die Sichtbarkeit und dadurch der Stellenwert von Kultur in Kassel erhöht beziehungsweise gestärkt werden.

Das hier dargestellte Aufgaben- und Leistungsprofil der (De)Zentren für Kulturproduktion ist sowohl auf die Bedürfnisse

von langjährigen, etablierten und neu beginnenden Kulturproduzent*innen zugeschnitten als auch auf ausgebildete Berufseinsteiger*innen. Das Profil soll maßgeblich dazu beitragen, Künstler*innen besonders nach Beendigung ihres Studiums in Kassel zu halten oder zu einem späteren Zeitpunkt zur Rückkehr zu motivieren, indem ihnen eine aussichtsreiche Perspektive für die Entwicklung ihrer Karrieren gegeben wird und Netzwerke und Synergien mit etablierten Kasseler Künstler*innen befördert werden.

4. Zielgruppen

Die (De)Zentren für Kulturproduktion richten sich mit ihren Angeboten an professionell arbeitende Künstler*innen, die am Anfang ihrer Karriere oder im Verlauf ihrer Künstler*innen-Biografie stehen. Damit sind Studierende sowie Absolvent*innen der Kasseler Kunsthochschule ebenso angesprochen wie die Teilnehmer*innen künstlerischer Kooperationsprojekte oder Akteur*innen aus dem kreativhandwerklichen Bereich. In allen Fällen muss durch ein entsprechendes Profil deutlich gemacht werden, wie durch die Nutzung der (De)Zentren für Kulturproduktion die eigene künstlerische Arbeit als Berufsperspektive weiterentwickelt werden soll und welche Erfahrungen in diesem Bereich von den Kandidat*innen bereits gemacht wurden. Eine zeitliche Befristung der Mietverträge ist in den (De)Zentren für Kulturproduktion nicht grundsätzlich vorgesehen.

5. Anforderungen an eine Konzeptstudie

Für jedes konkrete Vorhaben im Zusammenhang der (De)Zentren für Kulturproduktion an neuem oder Bestandsstandort sind die Fragen nach konkreten Nutzungen und Schwerpunktsetzungen im Sinne einer Potentialanalyse ebenso zu beschreiben wie die konkreten technischen und Raumanforderungen, die jeweilige Betriebsstruktur sowie etwaige städteplanerische Dimensionen. Die Abteilung Kulturförderung und -beratung des Kulturamts ist hierbei ein wichtiger Partner und Unterstützer für die Entwicklung der einzelnen Standorte. Entsprechende Konzeptmittel stehen im Budget des Kulturamts bereit.

Zentrum für Kreativwirtschaft

1. Leitbild

Der Sektor der Kreativwirtschaft umfasst zahlreiche Branchen, von Werbung, Gestaltung und Produktdesign bis hin zur Produktion von Computerspielen oder audiovisueller Medien. Im Verlauf der zurückliegenden 20 Jahre ist ihre gesamtwirtschaftliche Bedeutung kontinuierlich gestiegen. Auch für die kommunale Wirtschaft werden die Unternehmen aus der Kreativwirtschaft immer bedeutsamer. Dieser Wirtschaftsbereich ist von Solo-Selbstständigen, Kleinst-Unternehmen und kleinen Mittelständlern geprägt. Für die Kreativwirtschaft sind weiterhin eine hohe Technikaffinität, kreative Entwicklungsprozesse, eine hohe Digitalkompetenz, dezentrale Arbeitskonzepte und Arbeitsformen kennzeichnend. Ihre Abgrenzung zur Kultur (-Wirtschaft) liegt im Wesentlichen in der ausdrücklich gewerblichen und gewinnorientierten Ausrichtung der agierenden Akteur*innen und Gewerke. Diese agieren als reguläre Marktteilnehmende, deren Produkte im Bereich der kreativen Wertschöpfung angesiedelt sind. Laut dem Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen ebenso wie dem Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur umfasst die Kreativwirtschaft insgesamt elf Branchen.



Als Kulturstadt, Ausrichter der bedeutendsten Ausstellung zeitgenössischer Kunst, der documenta, und Standort einer bedeutenden Kunsthochschule beheimatet Kassel bereits seit vielen Jahren eine wachsende Kreativwirtschaft. Bereits im Jahr 2010 wurde in einer Studie der Universität Kassel das kreativwirtschaftliche Potential der Stadt deshalb als hoch eingeschätzt. Schließlich wurde im Rahmen der über einjährigen Entwicklung der „Kulturkonzeption Kassel 2030“ als eines der Ziele definiert, ein Zentrum für Kreativwirtschaft zu gründen und dafür die entsprechenden Voraussetzungen zu schaffen.

Im Folgenden wird der inhaltliche Rahmen ausformuliert, der dem Zentrum für Kreativwirtschaft zu Grunde liegt:

- Bestimmung der Ziele und Zwecke des Zentrums für Kreativwirtschaft
- Definition der hierbei angesprochenen Nutzer*innen
- Abgrenzung zu den (De)Zentren für Kulturproduktion
- Rückkopplung an die Ziele der „Kulturkonzeption Kassel 2030“
- Einbindung nicht-städtischer Partner (wie beispielsweise der IHK oder lokaler Unternehmen aus kulturellen Bereichen wie der Veranstaltungsbranche)

2. Ziele

Eine wichtige Grundlage des Zentrums für Kreativwirtschaft ist die große politische, gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Wertschätzung, die den Akteur*innen dieses Wirtschaftszweigs in Kassel entgegengebracht wird. Eine weitere Motivation für das Zentrum für Kreativwirtschaft ist die Überzeugung, dass in Zukunft Wertschöpfungsprozesse verstärkt in immateriellen und kreativen Prozessen stattfinden werden. Konzepte, Ideen und Innovationen werden in Zukunft für unsere Wirtschaft ebenso viel Wert wie Stahl, Rohöl und Maschinen haben. Dieser Wert der Kreativwirtschaft auch für die Entwicklung zur Wissensgesellschaft findet derzeit in den Startvoraussetzungen für die jungen Kreativen noch kaum Berücksichtigung. Darüber hinaus basiert das Zentrum für Kreativwirtschaft auf der Erkenntnis, dass in diesem Wirtschaftsbereich die gegenseitige Vernetzung und der Austausch eine Grundbedingung für Erfolg bilden.

Das Zentrum für Kreativwirtschaft möchte besonders Akteur*innen der Kreativwirtschaft, die noch am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen, Möglichkeiten zu genau dieser Vernetzung und dem Austausch mit Gleichgesinnten bieten. Gleichzeitig soll eine räumliche und technische Infrastruktur vorgehalten werden, auf Basis derer die Nutzer*innen des Zentrums für Kreativwirtschaft ihre Geschäftsideen erfolgreich weiterentwickeln und professionalisieren können. Weitere Unterstützungen sollen die Zentrum für Kreativwirtschaft-Nutzer*innen beispielsweise über Mentoring-Programme Gastvorträge oder Kooperationen mit externen Partnern erfahren.

Das Zentrum für Kreativwirtschaft sollte an einem zentral gelegenen Ort beheimatet sein und neben seinen Funktionen für die Kreativwirtschaft zu einem Begegnungsort für alle werden, die sich für Zukunft, Innovation, Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft begeistern. Deshalb wird es auch wichtig sein, dass Gastvorträge oder beispielsweise Produktpräsentationen für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Der Austausch mit der Stadtgesellschaft soll hier integraler Bestandteil des Konzepts sein.

Da das Zentrum für Kreativwirtschaft das Ziel verfolgt, gerade Berufseinsteiger*innen eine Perspektive zu bieten, sollte die Nutzungsdauer begrenzt sein. Denkbar sind hier etwa Mietverhältnisse, die auf drei Jahre mit der Möglichkeit einer einjährigen Verlängerung limitiert werden. Hier sollte ein ausgewogenes Verhältnis zwischen der Qualität der Unterstützung und

Förderung der Zentrum für Kreativwirtschaft-Nutzer*innen und ihrer Anzahl sowie der Dauer angestrebt werden.

Das Zentrum für Kreativwirtschaft sucht den bewussten Austausch mit wichtigen Kultur- und Kreativinstitutionen wie der Kasseler Kunsthochschule, der documenta oder der mhk ebenso wie mit erfolgreichen Akteur*innen der lokalen Kreativwirtschaft. Ziel ist es, die Expertise und Kompetenzen dieser Institutionen für die Akteur*innen des Zentrums für Kreativwirtschaft nutzbar zu machen.

3. Aufgaben und Leistungen

Im Folgenden werden die Aufgaben, Leistungen und Zielgruppen definiert, die durch das Zentrum für Kreativwirtschaft erfüllt, erbracht und angesprochen werden sollen. Grundlage für diese Definitionen ist zum einen das Leitbild, das in einem vorgelagerten Schritt bereits entwickelt wurde. Weiterhin ist die Studie „Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Nutzung regionaler Entwicklungspotentiale“ (fortan „Studie“ genannt) von Maria Daskalakis aus dem Jahr 2011 sowie die in 2018 verabschiedete „Kulturkonzeption Kassel 2030“ Grundlage für die Bestimmung der hier aufgeführten Ziele.

Im Bereich der Kreativwirtschaft entstehen Mehrwerte oftmals über Kooperationen und Synergien unterschiedlicher Akteurs-

gruppen. Dies wird auch durch die Umfrageergebnisse der Studie bestätigt, in der 92 Prozent der Befragten angaben, Interesse an einer Förderung von Netzwerken zu haben.

Deshalb soll das Zentrum für Kreativwirtschaft die Vernetzung und den Austausch der kreativwirtschaftlich arbeitenden Akteur*innen in Kassel aktiv befördern. Dies soll sowohl dadurch geschehen, dass diese an einem zentralen Ort angesiedelt werden wie auch dadurch, dass Räume zur Begegnung und zum Austausch innerhalb dieser gemeinsam genutzten Raumstruktur bereitgestellt werden. Typischerweise sind diese „Vernetzungsflächen“ an attraktive gastronomische Angebote gekoppelt, die ebenfalls von Außenstehenden genutzt werden können. Dadurch wird eine Öffnung und eine Erweiterung der Wirkung des Zentrums für Kreativwirtschaft nach außen erzielt. Über regelmäßige Präsentationen der Mieter*innen im Zentrum für Kreativwirtschaft soll der gezielte Austausch über Projekte, Produkte oder Dienstleistungen, die dort entwickelt werden, gefördert werden. Darüber werden gezielte Kooperationen mit internen oder externen Akteur*innen angeregt.

Neben den räumlichen Angeboten zur Vernetzung und zum Austausch wird im Zentrum für Kreativwirtschaft eine Infrastruktur angeboten, die auf die Bedürfnisse der Kreativwirtschaft zugeschnitten ist. Dazu zählen Einzelbüros, Co-Working-Bereiche und Besprechungsräume ebenso wie technische Voraussetzungen wie Glasfaser-Internet-Zugänge, moderne Präsentationstechniken und eine moderne und modulare Raumgestaltung. Hierbei geht es auch maßgeblich darum, das Zentrum für Kreativwirtschaft zu einem „Ermöglichungsort“ zu

machen, in dem alle räumlichen und technischen Voraussetzungen für optimales, kreatives Arbeiten geschaffen werden, die sich gerade diejenigen normalerweise nicht leisten können, die am Beginn ihrer Karriere stehen. Bereits vorhandene Potentiale sollen dadurch forciert und in ihrer Entwicklung unterstützt werden.

Eine weitere Aufgabe liegt in der Professionalisierung und fortlaufenden Qualifizierung der Mieter*innen. Dies entspricht ebenfalls dem in der Studie erfassten Wunsch von 82 Prozent der befragten Kreativschaffenden, durch Fortbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen gefördert zu werden. Zu diesem Zweck werden in Zusammenarbeit mit externen Partnern aus den Bereichen Kultur und Wirtschaft, der Kasseler Kunsthochschule sowie der Universität Kassel Fachvorträge und Mentoring-Programme angeboten. Dadurch soll praxisnahes Wissen zur Verfügung gestellt, Erfahrungen geteilt und neue wissenschaftliche Erkenntnisse vermittelt werden. Darüber hinaus soll es ein breites Unterstützungsangebot in enger Zusammenarbeit mit externen Partnern geben, das gezielt die grundlegenden Herausforderungen des kreativwirtschaftlichen Unternehmertums adressiert: Finanzierung, Gesellschaftsformen, Marketing, Patentrecht oder den Aufbau von Organisationsstrukturen zum Beispiel. In jedem dieser Bereiche sollen gezielte Beratungen und Coachings durch externe Partner möglich sein.

Ein weiterer Bedarf, der in der Studie und vor allen Dingen in der Kulturkonzeption von Kreativschaffenden formuliert wurde und der im Zentrum für Kreativwirtschaft aufgegriffen werden

soll, ist eine verstärkte Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft. Deshalb ist vorgesehen, dass das Zentrum für Kreativwirtschaft seine Mieter*innen aktiv in den Bereichen Marketing, Veranstaltung und Öffentlichkeitsarbeit unterstützt. Zu diesem Zweck werden eine eigene Homepage ebenso wie eigene Social-Media-Profile betrieben. In regelmäßigen Abständen werden außerdem die Medien über Presseinformationen und Pressegespräche über die Entwicklungen im Zentrum für Kreativwirtschaft informiert. Ein auch für die Öffentlichkeit geöffnetes Veranstaltungsprogramm ergänzt diese Bemühungen.

In der Gesamtheit der hier beschriebenen Aufgaben und Leistungen wird deutlich, dass mit dem Zentrum für Kreativwirtschaft das Ziel verfolgt wird, die regionale Kreativwirtschaft grundlegend zu stärken und die Strukturen für ein nachhaltiges Wachstum in diesem wichtigen Wirtschaftsbereich zu schaffen. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung der Kreativwirtschaft auch für den Standort Kassel sollen Akteur*innen dadurch motiviert werden, in Kassel zu bleiben und ihre berufliche Entwicklung hier voranzutreiben.

4. Zielgruppen

Die Mieter*innen des Zentrums für Kreativwirtschaft sollten am Beginn ihrer kreativwirtschaftlichen Karriere stehen. Damit einher geht, dass sich die entsprechenden Kandidat*innen in unterschiedlichen Formen und Konstellationen um einen Platz im

Zentrum für Kreativwirtschaft bewerben können: sowohl als Einzelperson, als mehrköpfige Akteursgruppe, die noch unentschieden ist, in welcher Gesellschaftsform sie zukünftig firmieren möchte oder als bereits gegründete GmbH, gGmbH oder Verein. Das bedeutet auch, dass sich auch Studierende bereits für das Zentrum für Kreativwirtschaft bewerben können, soweit sie alle Kriterien, die an Mieter*innen angelegt werden, erfüllen.

Ein wesentliches Merkmal aller Mieter*innen des Zentrums für Kreativwirtschaft sollte sein, dass sie alle an einem Produkt oder einer Dienstleistung arbeiten, die sie nach abgeschlossener Entwicklung vermarkten möchten. Dabei ist unerheblich, ob sie damit eine Gewinnabsicht verfolgen oder ihre Leistungen beispielsweise im caritativen Bereich anbieten möchten. Entscheidend ist ausschließlich, dass sie anstreben, ihr Produkt oder ihre Dienstleistung zur Marktreife zu bringen.

5. Räumliche Verortung

Mit Blick auf vergleichbare Projekte in anderen deutschen Städten ist auffällig, dass der räumlichen Verortung eines Zentrums für Kreativwirtschaft bereits in der Planungs- und Konzeptionsphase eine große Bedeutung zukommt. Diese leitet sich aus mehreren Faktoren ab, über welche die Zentren in die sie umgebenden Stadtteile wirken. Diese sind:

- Anziehung kreativer Zielgruppen
- Aufwertung von Stadtteilen

- Ansiedlung von Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten im Umfeld des Zentrums
- Stärkerer Zuzug von kulturrainen Mieter*innen

Diese Beobachtung erklärt auch, weshalb in der überwiegenden Zahl an vorbereitenden Studien zur Errichtung eines Zentrums für Kreativwirtschaft stadtplanerische Perspektiven mit einbezogen bzw. Stadtplanungs- und Placemaking-Büros an den vorbereitenden Studien beteiligt wurden. Auch in der von der Stadt Kassel 2009 beauftragten „Konzeptstudie zur Kulturwirtschaft in Kassel“ wurde die positive Wechselwirkung untersucht, die sich aus der langfristigen Ansiedlung kulturwirtschaftlicher Akteur*innen und den jeweiligen Quartieren und Stadtteilen entwickelt. Demnach fungieren solche Akteur*innen, Standorte und Zentren als Impulsgeber und Motor bei der Entstehung kreativer Milieus: einer urbanen und wirtschaftlichen Dynamik, die sich ausgehend von kulturwirtschaftlichen Standorten auch auf die unmittelbar benachbarten Branchen und lokalen Ökonomien positiv auswirkt. Eine solche Wechselwirkung lässt sich beispielsweise bei den Galerien der Kasseler Südstadt gut nachvollziehen. Die Ansiedlung eines kreativwirtschaftlichen Zentrums hat in anderen Städten oftmals den Anstoß zu tiefgreifenden und nachhaltig positiven Veränderungen in Stadtteilen gegeben. In vielen Fällen ist die Gründung eines solchen Zentrums auch an die Entwicklung beziehungsweise Umnutzung eines historischen Gebäudes im Bestand des Stadtgefüges gekoppelt. Tatsächlich stellen Neubauten für Zentren für Kreativwirtschaft die Ausnahme dar. Es ist vielmehr der klar erkennbare Bruch mit der Geschichte eines Gebäudes und eines

Stadtteils, der zur Attraktivität der Zentren in anderen Städten beiträgt. Ein Beispiel hierfür ist das DEZERNAT #16 in Heidelberg, welches das Gebäude einer ehemaligen Feuerwache in das kreativwirtschaftliche Zentrum der Stadt verwandelt hat und damit gleichzeitig die Veränderung des Stadtteils, in dem es sich befindet, hin zu einem neuen Kreativquartier forciert.

Teil der Konzeptstudie sollte daher auch eine Untersuchung der Möglichkeiten und der damit verbundenen Wirkungsperspektiven eines Zentrums für Kreativwirtschaft hinsichtlich seines Standorts sein. Leitende Fragestellungen in diesem Zusammenhang könnten sein:

- Vor- und Nachteile der Umnutzung im Bestand befindlicher Immobilien
- Vor- und Nachteile eines Neubaus
- Abschätzung der Auswirkungen auf die Entwicklung der Stadtteile, die als Quartiere für das zu errichtende Zentrum für Kreativwirtschaft in Frage kommen
- Wie lässt sich ein Zentrum für Kreativwirtschaft in bestehende Stadtentwicklungspläne eingliedern?

6. Anforderungen an eine Konzeptstudie

Für ein Zentrum für Kreativwirtschaft kann bereits auf umfassende Materialien und Studien zurückgegriffen werden, auf die hier bereits teilweise an verschiedenen Stellen Bezug genommen wurde. Auch gibt es bereits erfolgreiche best-practice-Projekte, zu denen entsprechende Kontakte bestehen. Inhalt einer Konzeptstudie für Kassel sind neben der Potentialanalyse die räumlichen und technischen Bedarfe, die architektonische und städteplanerische Dimension sowie die Personal- und Betriebsstruktur. Entsprechende Konzeptmittel für weitergehende externe Beratung sind im Budget des Kulturamts vorgesehen.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2019. Kurzfassung. Berlin 2019; online abrufbar: https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2019/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk.pdf?__blob=publication-File&v=10 (letzter Zugriff: 4. Februar 2021).

Deutscher Bundestag: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. Drucksache 16/7000. Berlin 2007; online abrufbar: https://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/themen/2007_Enquete_Kommission_-_Kultur_in_Deutschland_Bericht.pdf (letzter Zugriff: 4. Februar 2021).

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen: Zukunftsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft; online abrufbar: <https://wirtschaft.hessen.de/wirtschaft/kultur-und-kreativwirtschaft> (letzter Zugriff: 11.02.2021).

Maria Daskalakis: Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Nutzung regionaler Entwicklungspotenziale. Kassel 2011; auch online: <https://portal.ub.uni-kassel.de/kup/d/9783862191543> (letzter Zugriff: 4. Februar 2021).

Maria Daskalakis: Kurzfassung der Studie: Ökonomische Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Kassel: Identifizierung und Nutzung regionaler Entwicklungspotenziale. Hrsg. von Wirtschaftsförderung Region Kassel GmbH. Kassel 2011; auch online: <https://www.ihk-kassel.de/blueprint/servlet/resource/blob/4016168/15a35bc227b523e9d5943bb52166b7a0/studie-zur-kultur-und-kreativwirtschaft-2011--data.pdf> (letzter Zugriff: 4. Februar 2021).

Stadt Kassel / Kulturdezernat (Hrsg.): Kulturkonzeption Kassel 2030. Kassel 2019; auch online: https://www.kassel.de/buerger/kunst_und_kultur/kuko-dokumente.php.media/33532/kulturkonzeption.pdf (letzter Zugriff: 4. Februar 2021).

Magistrat der Stadt Kassel / Stadtplanung, Bauaufsicht und Denkmalschutz, Kulturamt und Studio UC Klaus Overmeyer (Hrsg.): Förderung der Kulturwirtschaft in Kassel – Konzeptstudie. Kassel 2010.

Impressum

Herausgeber:

Stadt Kassel
Kulturdezernat / Kulturamt
Obere Königsstraße 17
34117 Kassel
www.kassel.de

Redaktion: Susanne Völker, Moritz Micallef, Tobias Hartung, Annkatrin Hanf

Bildnachweise:

- S.1 © Stadt Kassel, Foto: Sarah Menzel / KolorCubes
- S.3 © Stadt Kassel, Foto: Anja Köhne
- S.9 © Adobe Stock, Foto: Philippe Marchand
- S.19 © unsplash.com, Foto: Headway

In den hier veröffentlichten Texten wurde der Beschluss der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Kassel *Zur Geschlechtergerechten Sprache in der Verwaltung - 101.18.1608* - vom 28. September 2020 umgesetzt.

März 2021