

Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft

Evaluationsbericht zur Fortführung der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH

1. Anlass des Evaluationsberichts

Mit dem Beschluss vom 30. Juni 2009 zur Bürgerschaftsdrucksache 19/3442 („Aufbau des Kreativwirtschaftsclusters Hamburg“) hat die Bürgerschaft von der beabsichtigten Gründung der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH (HKG) Kenntnis genommen. Die Gesellschaft wurde am 25. Februar 2010 auf dem Registerblatt HRB 112845 in das Handelsregister beim Amtsgericht Hamburg eingetragen. Mit der Gesellschaft sollte eine zentrale Anlauf-, Beratungs-, Informations- und Servicestelle für alle Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft geschaffen werden.

Nach § 2 (4) des Gesellschaftervertrags der HKG ist die Dauer der Gesellschaft vorerst begrenzt bis zum 31. Dezember 2015. Über eine darüber hinausgehende Fortführung soll nach Durchführung einer Evaluation vor dem 31. Dezember 2015 entschieden werden.

Der hier vorgelegte Evaluationsbericht erfüllt die Bedingung des Gesellschaftervertrages und schafft die Grundlage, um über eine Verstetigung der HKG über den 31. Dezember 2015 hinaus zu entscheiden. Für die notwendige Entwicklungs-

analyse wird der Referenzzeitraum 1. März 2010 bis 31. Dezember 2013 herangezogen.

2. Zielsetzung der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH

Die Positionierung und Aufgaben der HKG wurden in Drucksache 19/3442 und im Gesellschaftervertrag festgelegt. Zur Konkretisierung und Operationalisierung der Aufgaben hat der Aufsichtsrat der HKG in seiner Sitzung am 27. September 2010 das Zielbild und das Unternehmenskonzept der Gesellschaft für die Jahre 2010 bis 2013 beschlossen. Daraus leiten sich die jährlichen Ziel- und Leistungsvereinbarungen ab, die die zuständige Behörde mit der HKG abschließt und die eine der Grundlagen der institutionellen Förderung sind.

Übergeordnetes Ziel der HKG ist es, als Dienstleistungsunternehmen die Rahmenbedingungen für die Kreativwirtschaft in Hamburg zu verbessern und so dazu beizutragen, dass in dieser noch jungen, aber stetig wachsenden Wirtschaftsbranche Arbeitsplätze geschaffen und gesichert werden. Schwerpunkt ist dabei die Entwicklung einer wirtschaftlich erfolgreichen

Existenzgrundlage bei Hamburgs Akteuren der Kreativwirtschaft sowie die Entfaltung der Innovationspotenziale dieser Wirtschaftsbranche – auch im öffentlichen Bewusstsein.

Mit der Einrichtung der HKG als „One-Stop-Shop“ für alle Hamburger Kreativen wurde der Erkenntnis Rechnung getragen, dass es für diesen sehr heterogenen, kleinteiligen Wirtschaftszweig passgenaue Unterstützungsangebote geben sollte. Der Evaluationsbericht orientiert sich an der Struktur der jährlichen Ziel- und Leistungsvereinbarungen zwischen der zuständigen Behörde und der HKG, da hier die operative Umsetzung der übergeordneten Ziele und Aufgaben beschrieben wird:

1. Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft,
2. Stärkung der Strukturen innerhalb der Hamburger Kreativwirtschaft,
3. Positionierung und Darstellung der Hamburger Kreativwirtschaft nach außen,
4. Entwicklung eines eigenen zukunftsfähigen Profils der Hamburger Kreativwirtschaft,
5. Erschließung neuer Marktpotenziale,
6. Einhaltung des Wirtschaftsplanes unter den vorgegebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bei wirtschaftlicher und sparsamer Unternehmensführung sowie Einwerbung privater Mittel.

Die unmittelbaren operativen Angebote der HKG richten sich an zwei Zielgruppen: an die Hamburger Akteure der Teilmärkte der Kreativwirtschaft sowie an die gesamte Hamburger Kreativwirtschaft als Wirtschaftsbranche mit eigenen Charakteristika.

Die HKG ist als übergeordnete Einrichtung für alle elf Teilmärkte (Architektur, Bildende Kunst, Theater/Tanz, Literatur, Design, Musik, Film, Presse, Rundfunk, Werbung, Software/Games) zuständig. Dabei stimmt sie sich eng mit jenen Einrichtungen ab, die sich auf einzelne Teilmärkte konzentrieren (z.B. designxport, die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein (FFHSH), nextMedia.Hamburg, RockCity, der Galerienverband). Grundsätzlich richtet sich das Angebot an sämtliche Strukturen des wirtschaftlichen Agierens in der Kreativwirtschaft (Selbstständige und Unternehmen über alle Strukturen und Größen hinweg) und an Unternehmungen in allen Phasen der wirtschaftlichen Entwicklung (von der Vorgründungsphase bis hin zum Traditionsunternehmen). In der operativen Umsetzung bilden die Angebote Schwerpunkte bei der Förderung von „Soloselbstständigen“, Kleinst- und Kleinunternehmen und

der Unterstützung von Unternehmungen von der Gründungsphase bis hin zu einer fünfjährigen Existenz. Diese Schwerpunkte entsprechen der besonderen Struktur der Kreativwirtschaft, die sehr viele kleine und kleinste Unternehmen ausbildet.

Die HKG positioniert die Hamburger Kreativwirtschaft als Gesamtbranche auf sämtlichen regionalen, nationalen wie internationalen Ebenen mit dem Ziel, das Potenzial dieses jungen Wirtschaftskomplexes sowohl bei den Akteuren selbst als auch in der Öffentlichkeit, den Medien, der Politik und der traditionelleren Wirtschaft bekannter zu machen.

Neben diesen Hauptzielgruppen sind auch die Verbände und Netzwerke der einzelnen Kreativwirtschaftsbranchen sowie die Hamburgische Verwaltung, sämtliche Fördereinrichtungen sowie Verbände, Interessenvertretungen und Clusterorganisationen anderer Wirtschaftsbranchen wesentliche Ansprechpartner für die HKG. In Kooperationen mit dem Hamburger Gründernetzwerk (u.a. Hamburger Existenzgründungsinitiative, Handelskammer) und anderen finanzgebenden Einrichtungen wie der Hamburgischen Investitions- und Förderbank (IFB) geht es dabei um eine abgestimmte Zusammenarbeit für die optimale Information, Vernetzung und Förderung von Akteuren der Kreativwirtschaft.

3. Evaluation der Zielerreichung

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Angebots- und Leistungsevaluation entlang der Zieldefinition dargestellt.

3.1 Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft

Bei der Entwicklung ihrer Angebote hat die HKG einen bedarfsorientierten, dialogischen Ansatz gewählt. Sämtliche Angebote und Instrumente werden in engem Austausch mit der Klientel entwickelt, um eine nachhaltige Verbesserung des Umfelds für wirtschaftliche Tätigkeit und wirtschaftlichen Erfolg sicherzustellen. Die Angebote zeichnen sich demzufolge durch besondere Kundennähe aus.

3.1.1 Verbesserung des Immobilienangebots

Geeignete Arbeitsräume und Experimentierfelder sind eine grundlegende Bedingung für kreatives Schaffen. Trotz zunehmender Wertschöpfung und steigender Beschäftigtenzahlen der Kreativwirtschaft besteht in Hamburg ein Mangel an bezahlbaren Räumen für diese Branchen. Eine der Kernaufgaben der HKG ist deshalb die Erschließung

und Sicherung von geeigneten Flächen und Arbeitsräumen für die Hamburger Kreativen, z.B. in Form von Büros, Ateliers, Produktionsräumen, Lagerflächen, Präsentations-/Ausstellungsräumen, Theater- oder Musikprobenräumen. Die Gesellschaft ist aktiv bei der Vermittlung sowohl von temporären Nutzungen als auch von langfristigen Nutzungen, und hat dafür folgende Instrumente geschaffen:

Individuelle Raumvermittlung:

In Beratungsgesprächen werden sowohl die Suchkriterien der Kreativschaffenden erfasst als auch die der Vermieter, nach deren Vorgaben die Suche nach geeigneten Mieterinnen und Mietern spezialisiert wird (siehe Anlage, Tabelle 1).

Anmietung von größeren Mietflächen/Objekten für eine kleinteilige Untervermietung:

Weil es gerade für kleine Unternehmen oder für Unternehmen in der Gründungsphase mit kleinem Flächenbedarf sehr schwierig ist, geeignete und bezahlbare Räume zu finden, mietet die HKG in Einzelfällen nach Prüfung von Objekten und Mietkonditionen größere Flächen an, um diese in kleinen Einheiten an viele unterschiedliche Akteure aus der Kreativwirtschaft unterzuvermieten. Dieses Vorgehen bietet beiden Seiten Vorteile: Die HKG übernimmt den Organisations- und Verwaltungsaufwand und trägt gegenüber dem Vermieter das wirtschaftliche Risiko. Zwischen 2010 und 2013 hat die HKG als Hauptmieter insgesamt neun Mieteinheiten in Hamburg mit einer Gesamtfläche von 5.488 m² angemietet, in denen sich insgesamt 126 Untermieter(-Parteien) befinden (siehe Anlage, Tabelle 2).

Immobilienbank:

Für die spezifischen Belange der Kreativwirtschaft entwickelte die HKG Anfang 2011 eine Immobilienbank (www.kreativgesellschaft.org/immobilienbank). Das Datenbankgestützte Online-Tool dient dem Suchen und Anbieten von Immobilienobjekten im Hamburger Raum, sodass sich Angebot und Nachfrage auch selbstorganisiert finden. Die Datenbank wird von der HKG betreut, sukzessive erweitert und verzeichnet kontinuierlich steigende Nutzerzahlen (siehe Anlage, Tabelle 3).

Mietzuschuss aus dem Zwischennutzungsfonds:

Zur Förderung von temporären Nutzungen hat der Senat im Jahr 2009 den sogenannten Zwischennutzungsfonds mit einem jährlichen Volumen von 300.000 Euro aufgelegt. Dieser soll im Rahmen der Fortführung der HKG mit demselben

Volumen weiterhin genutzt werden können. Der Fonds, über den Mietzuschüsse in begründeten Einzelfällen für die Zwischennutzung von im Eigentum der Freien und Hansestadt Hamburg befindlichen Flächen gewährt werden, dient der Nutzungsintensivierung von leer stehenden Gebäuden und ermöglicht attraktive Mietkonditionen, die von städtischen Eigentümern auf Grund ihrer Bindung an die Hamburger Landeshausordnungsordnung (die zur Einnahme von marktüblichen Mieten verpflichtet) nicht offeriert werden können. Zudem werden durch die temporären Nutzungen Mieteinnahmen erzielt, die bei Leerstand nicht erzielt werden würden. Die bisherigen Erfahrungen können insgesamt als sehr positiv bewertet werden.

Arealentwicklung:

Die HKG ist in die Transformation von größeren Gebäuden oder von Arealen hin zu einer Nutzung durch Kultur und Kreativwirtschaft involviert. Damit sollen der anhaltend großen Nachfrage nach preisgünstigen Räumlichkeiten nachgekommen und vor allem langfristige Arbeits- und damit auch Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen werden. Für die Transformationsprozesse entwickelt die HKG auf das Objekt oder Areal zugeschnittene, partizipatorische Governance-Modelle. Aktuelle Beispiele umfassen u.a. den Transformationsraum Oberhafenquartier, die Entwicklung des „Hochwasserbassins“ in Hammerbrook, die Verstärkung der Nutzung der Viktoria-Kaserne sowie die Schaffung neuer Arbeitsflächen in der Speicherstadt (alle Beispiele im Detail siehe Anlage, zu Punkt 3.1.1).

Durch die Schaffung von Arbeitsflächen für kreative Akteure entstehen in der Hansestadt Arbeitsplätze. Dabei achtet die HKG auf eine Diversität der Nutzung, um die Möglichkeiten des Austauschs zu begünstigen. In einigen dieser Objekte sind selbstorganisierte Arbeitsgemeinschaften entstanden, die Synergieeffekte zeigen. Insgesamt hat die HKG in den Jahren 2010 bis 2013 circa 30.000 m² vermittelt (siehe Anlage, zu Punkt 3.1.1).

3.1.2 Verbesserung der Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für die kreativen Akteure

Auf Grund ihrer häufig sehr kleinteiligen Strukturen sind Kreativwirtschaftsunternehmen oft von externen Finanzierungsquellen abgeschnitten. Sie besitzen in der Regel wenig Eigenkapital; die Erfolgsaussichten ihrer Geschäftsideen sind schwierig zu bewerten. Auch werden Mittel i.d.R. nicht für klassische Sachgüter benötigt, sondern tendenziell eher für laufende Kosten. Banken

scheuen deshalb oft das Kreditrisiko. Hinzu kommt, dass geeignete vorhandene Fördermöglichkeiten von den Akteuren auch aus Unkenntnis oft nicht wahrgenommen werden. Aufgabe der HKG ist es daher, bestehende Finanzierungsangebote für Akteure der Kreativwirtschaft zu erschließen und neue Finanzierungsinstrumente zu entwickeln.

So hat die HKG eine Datenbank zur Orientierung über sämtliche Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für kreative Projekte aus allen Teilmärkten der Kreativwirtschaft erstellt. Der Finanzierungs-Finder ist seit 2011 online und nach der Immobiliendatenbank das Angebot auf der Internetseite der HKG mit der höchsten Nachfrage. Für 2014 ist eine Erweiterung des Finanzierungs-Finders geplant. Zusätzlich bietet die HKG Beratung zu Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten an, individuell und in der „Fragestunde“ (siehe Punkt 3.1.3).

Mit „Nordstarter“ (www.nordstarter.org) hat die HKG ein eigenes Finanzierungsinstrument für die Hamburger Kreativwirtschaft geschaffen. Die weltweit erste regionale Crowdfunding-Plattform ist seit Oktober 2011 online und hat im Evaluationszeitraum eine halbe Million Euro Förderung für künstlerisch-kreative Projekte generiert (siehe Anlage, Tabelle 4). Im monatlich stattfindenden Crowdfunding-Club werden am Beispiel der Plattform „Nordstarter“ der Ablauf und die Erfolgsfaktoren einer Crowdfunding-Kampagne erläutert. Die Teilnehmenden haben Gelegenheit, ihre Projekte vorzustellen, sich auf ihre Kampagne vorzubereiten und sich gegenseitig Feedback zu geben. Neben Wissensvermittlung finden ein intensiver Austausch und eine Vernetzung statt. Zusätzlich werden die Projekte auf Wunsch mit Beratung und Kommunikationsmaßnahmen unterstützt.

Um die Plattform herum entstanden im Jahr 2013 verschiedene Kooperationen mit dem Ziel, einzelne Teilbereiche der Kreativwirtschaft zu fördern, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und gemeinsam zusätzliche Mittel für sie zu generieren: Der Wettbewerb „design:funding“ wurde in Kooperation mit der Technischen Universität Hamburg Harburg (TUHH) und dem Netzwerk Hamburger Möbel angeboten. Hier wurden junge Designerinnen und Designer, die ihr Crowdfunding-Projekt erfolgreich abschlossen, mit regionalen Handwerksbetrieben vernetzt, um eine erste Kleinserie zu produzieren. Diese wurde anschließend bei den lokalen Vertriebspartnern zum Verkauf angeboten. Außerdem startete die HKG in Kooperation mit der Filmförderung Hamburg Schleswig-Hol-

stein und der Kurzfilm Agentur Hamburg den Wettbewerb „Crowd for shorts“. Filmemacherinnen und -macher aus Hamburg und Schleswig-Holstein stellten ihre Kurzfilmprojekte auf Nordstarter ein und warben um finanzielle Unterstützung. Die drei Projekte mit den meisten Unterstützern gewannen jeweils 1.000 Euro für die Realisierung ihres Films sowie ein Screening beim Internationalen KurzFilmFestival Hamburg 2014.

Zur Entwicklung weiterer kreativwirtschaftsspezifischer Finanzierungs- und Förderinstrumente werden außerdem regelmäßig Gespräche mit der Investitions- und Förderbank (IFB) geführt.

3.1.3 Beratung und Coaching

Individuelle Beratung und „Fragestunde. Kompakte Beratung für Kreative“

Die HKG bietet individuelle Beratungen an, die in großer Zahl in Anspruch genommen werden. Das Angebot richtet sich an Gründerinnen und Gründer sowie an Selbstständige in der Kreativwirtschaft, die ihre Selbstständigkeit weiterentwickeln wollen. Bearbeitet werden grundlegende Themen wie Profilentwicklung und -schärfung, Marketing, Akquise und Vermarktung, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten in der Kreativwirtschaft. Zusätzlich wurde eine alle vierzehn Tage stattfindende Kleingruppenberatung entwickelt – die „Fragestunde. Kompakte Beratung für Kreative“ –, die bis zu acht Teilnehmenden offensteht und regelmäßig ausgebucht ist. Im Schnitt werden seit 2011 jährlich rund 300 Beratungsgespräche mit einzelnen Personen durchgeführt. Darüber hinaus wurde für Studierende der diversen kreativen Studiengänge eine speziell auf deren Bedürfnisse ausgerichtete Sprechstunde an den Hochschulen etabliert, die seit 2011 regelmäßig stattfindet und durch Mittel aus dem EFRE kofinanziert wird (siehe 3.1.5).

Coachingprogramm:

Um Selbstständigen und kleinen Unternehmen ein Coaching in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen zu ermöglichen, bietet die HKG seit Januar 2013 einen „Coach- und Expertenpool für die Kreativwirtschaft“ an. Als Instrument der beruflichen Weiterqualifizierung werden die Coachings bis zu 90 % bezuschusst. Für dieses Projekt erhält die HKG Mittel aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) aus der Förderperiode 2007 bis 2013. Das finanzielle Gesamtvolumen des Coachingpools beträgt rund 280.000 Euro für die achtzehnmonatige Laufzeit. In einem aufwändigen Auswahlverfahren wurden 18 qualifizierte Coaches mit betriebswirtschaftlichem Fachwis-

sen, Coachingkompetenz und kreativwirtschaftlicher Erfahrung für den Pool ausgewählt. Das Format eignet sich dazu, kleine Unternehmen und Soloselbstständige der Hamburger Kreativwirtschaft nach dem zweiten Jahr ihrer Selbstständigkeit darin zu unterstützen, ihren Betrieb unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu konsolidieren und Wachstum und Innovationsvorhaben kompetent zu entwickeln. Nach Auswertung der Beurteilungen betreffen die inhaltlichen Effekte vor allem die unternehmensinterne Optimierung, wie den Zugewinn von mehr Struktur und Effizienz bei organisatorischen Abläufen, Akquisetätigkeiten oder den gezielteren Einsatz von Marketingtools. Teilweise lassen sich bereits materielle Effekte wie ein wachsender Kundenstamm, eine bessere Auftragslage oder höhere Gewinne feststellen.

2013 wurden 118 Sondierungsgespräche mit Antragstellerinnen und Antragstellern geführt und 76 Coachingverträge abgeschlossen. Ziel war es, im Rahmen des Programms bis Mitte 2014 circa 120 Coachings zu realisieren. Da die Nachfrage gleichbleibend hoch war, hat die HKG eine Verlängerung des Programms bis zum 31. Dezember 2014 erreichen können und bemüht sich um eine Neubewerbung auch für die kommende Förderperiode des Europäischen Sozialfonds, die im Januar 2015 startet.

Rechtsberatung:

Die Arbeit der Selbstständigen in der Kreativwirtschaft ist mit Entscheidungen verbunden, die auch rechtliche Dimensionen umfassen. Da die HKG keine eigene Rechtsberatung anbieten kann, die Nachfrage aber groß ist, organisiert die HKG seit November 2013 in Kooperation mit der „Media Law Clinic“ der Universität Hamburg eine kostenlose Beratung durch Studierende der Rechtswissenschaft zu Themen des Internetrechts für Soloselbstständige, Gründer, Start-Ups und kleinere Agenturen aus der Kreativwirtschaft.

Urheberrecht:

Das Urheberrecht erhielt gerade in jüngster Zeit zunehmend praktische Relevanz für Kreative. Insbesondere durch die neuen Möglichkeiten der digitalen Vervielfältigung stehen Kreative vor der Herausforderung, ihre immateriellen Leistungen und Produkte zu schützen, gleichzeitig aber das Netz als Instrument der Monetarisierung zu nutzen. Die HKG hat zu diesem Thema den Ratgeber „Kreative Leistungen schützen. Geistiges Eigentum in der Kreativwirtschaft“ herausgegeben, der einen Überblick über die verschiedenen gesetz-

lichen Regelungen zum Schutz geistigen Eigentums bietet.

3.1.4 Weiterbildungsangebote

Die Workshops der HKG richten sich an Akteure aller Teilmärkte und sind darauf ausgerichtet, die ökonomischen Fähigkeiten der Teilnehmenden zu stärken. Die HKG plant und organisiert diese Weiterbildungsangebote und lässt sie von beauftragten externen Referenten durchführen. Aktuell entsteht in Zusammenarbeit mit Einrichtungen aus verschiedenen Teilmärkten zusätzlich ein abgestimmtes Workshop- und Weiterbildungsangebot, das sich an den Bedarfen einzelner Teilmärkte der Kreativwirtschaft ausrichtet. Sowohl 2012 als auch 2013 fanden jeweils durchschnittlich 35 Workshops mit jährlich durchschnittlich 350 Teilnehmerinnen und Teilnehmern statt.

Im Rahmen des Nordwind Festivals auf Kampnagel fand 2013 außerdem erstmals ein internationaler Workshop, die sogenannten „Starter Days“ zum Thema „Storytelling“ für junge Unternehmerinnen und Unternehmer, Studierende und Absolventen aus Hamburg, Dänemark und Schweden statt.

3.1.5 Angebote für Studierende und Absolventen

Bei den Studierenden und Absolventen der Hamburger Hochschulen mit kreativen Studiengängen handelt es sich um eine Zielgruppe mit besonderem Förderbedarf, da sie im Rahmen ihres Studiums zwar künstlerisch-kreativ hervorragend ausgebildet, aber auf die spezifische Situation in ihrem Arbeitsmarkt (als Arbeitnehmer oder Unternehmer) oft nicht ausreichend vorbereitet werden. Um sie in den Hamburger Arbeitsmarkt zu integrieren oder die Ausgründungen von Absolventen zu fördern und so diese hochqualifizierten Fachkräfte am Standort zu halten, bietet die HKG verschiedene Förder- und Veranstaltungsformate an (siehe Anlage, Tabelle 5), die mit Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) gefördert werden. Die Europäische Kommission sah die notwendigen Voraussetzungen der erleichterten Unternehmensgründung, einer frühzeitigen clusterübergreifenden Vernetzung der Studierenden und eines verstärkten Ideentransfers zwischen Hochschulen und der Kreativwirtschaft als erfüllt an. Das Gesamtvolumen des Programms in der Laufzeit vom 1. Oktober 2010 bis zum 31. Mai 2014 betrug rund 310.000 Euro. Auf Grund der positiven Resonanz werden die Angebote übergangsweise aus Eigenmitteln der HKG weitergeführt. Im Rahmen der neuen Förderperiode des EFRE (2014–2020) sind in der

Prioritätsachse I (Innovation) von Seiten der Kulturbehörde Mittel zur Förderung von Wissensanwendung und Innovation in Unternehmen und Clustern beantragt. Träger dieser Fördermaßnahme wäre wieder die HKG.

In der Veranstaltungsreihe „Butter bei die Fische“ werden den Teilnehmenden unternehmerische Kompetenzen vermittelt, um sie auf die Selbstständigkeit vorzubereiten. Da die Reihe in Kooperation mit unterschiedlichen Hochschulen und Universitäten angeboten wird, lernen die Studierenden und Absolventen sich untereinander kennen und können sich zielführend vernetzen. Kooperationspartner der Reihe sind: Hochschule für bildende Künste Hamburg (HFBK), Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW), Universität Hamburg, HafenCity Universität Hamburg (HCU), Hochschule für Musik und Theater Hamburg/Institut für Kultur- und Medienmanagement (HfMT-KMM) und die Hamburg Media School (HMS). Das Angebot steht allen Studierenden und Absolventen offen, sodass auch Angehörige der zahlreichen privaten Bildungseinrichtungen die Reihe besuchen und davon profitieren. In 2011 wurden 20 Veranstaltungen mit insgesamt 434 Teilnehmenden durchgeführt, in den zwei folgenden Jahren erhöhte sich sowohl die Anzahl der Veranstaltungen als auch der Teilnehmenden auf 24 Veranstaltungen und 623 Teilnehmende in 2012 sowie 21 Veranstaltungen und 541 Teilnehmende in 2013.

Mit der Veranstaltungsreihe „Stippvisite“ soll der kreative Nachwuchs frühzeitig mit Hamburger Unternehmen vernetzt werden. Studierende besuchen potenzielle Arbeit- und Auftraggeber, um Unternehmen kennen zu lernen und Kontakte zu knüpfen. Unternehmen profitieren von dem Format, da sie zukünftige Fachkräfte auf ihr Unternehmen aufmerksam machen können und sich durch ihre Ratschläge die Qualität der Bewerbungen verbessert. Dieses Format wurde erstmalig in 2013 durchgeführt mit insgesamt 145 Teilnehmenden und 14 Unternehmen.

Seit 2012 bietet die HKG eine Summer School an, in der Studierende durch Workshops und Exkursionen auf die anstehende Selbstständigkeit vorbereitet werden. 2013 bildete die zweiwöchige Summer School den Auftakt zu dem Semesterprojekt „Curare – eine professionelle Ausstellung kuratieren, organisieren, präsentieren und der Öffentlichkeit kommunizieren“. Studierende und Absolventen arbeiteten an diesem konkreten Projekt in Kooperation mit dem Sammler Rik Reinking, der HKG und dem Career Center der Universität Hamburg. Das Resultat, die Ausstellung „Hidden

Tracks“, eröffnete am 7. Dezember 2013 im Pop-Up-Store der HKG in der Grindelallee 117 in Eimsbüttel.

3.2 Stärkung der Strukturen innerhalb der Hamburger Kreativwirtschaft

Die Kreativwirtschaft gilt als ein sehr heterogener Wirtschaftszweig. Ziel der HKG ist es, mit geeigneten Formaten die Identifikation der Akteure mit ihrem Wirtschaftssektor sowie die Selbstvertretungskräfte dieser Branche zu stärken.

3.2.1 Vernetzung

Zahlreiche Kreative arbeiten als Soloselbstständige (Gründerinnen und Gründer, die keine weiteren sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beschäftigen) oder in kleinsten Unternehmen und sind auf Vernetzung angewiesen, um ihre Arbeit und ihre Angebote in ein Bezugssystem einzuordnen. Das Netzwerk fungiert als potenzieller Auftraggeber, Projektpartner und Resonanzraum der eigenen Arbeit zugleich. Mit den in regelmäßigen Abständen stattfindenden „Kreuz & Quer-Vernetzungstreffen“ vernetzt die HKG die Teilmärkte der Kreativwirtschaft miteinander und mit anderen Wirtschaftsbranchen. In 2012 wurden 16 Kreuz & Quer-Vernetzungstreffen mit rund 377 Teilnehmenden veranstaltet, im darauf folgenden Jahr bereits 21 Treffen mit 549 Teilnehmenden.

Dem großen Interesse der Akteure an Vernetzungsangeboten trägt das von der HKG im Jahr 2010 entwickelte Internetportal „Kreative Seiten Hamburg“ Rechnung – ein Online-Branchenverzeichnis der Hamburger Kreativwirtschaft. Das Portal bietet die Möglichkeit, die eigenen Leistungen und Produkte zu präsentieren und sich lokal mit anderen Akteuren zu vernetzen. Gleichzeitig bietet das Portal der möglichen Kundschaft einen Überblick über die Hamburger Kreativwirtschaft. Zusätzlich finden sich Informationen über die Teilmärkte, ihre Einrichtungen und Verbände sowie eine Projekt- und eine Jobbörse.

Ein weiteres Veranstaltungsformat zur Vernetzung der Teilmärkte war das „11bar Kreativ Camp“, das im Jahr 2011 in Zusammenarbeit mit dem „Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes“ organisiert wurde und auf der aktiven Mitarbeit der Teilnehmenden basiert.

Professionelle Netzwerke, die eine Begleitung der HKG in Anspruch nehmen wollen, werden betreut und unterstützt, so das Netzwerk „JAZZ MOVES“, eine Initiative der Hamburger Jazzszene, welche den Export und Austausch des Hamburger Jazz stärkt. Aus Kreuz & Quer-Vernetzungstreffen gin-

gen ein Netzwerk von Theaterschaffenden („Netzwerk freies Theater“) und ein branchenübergreifendes Netzwerk zum Thema „Nachhaltigkeit“ hervor. Darüber hinaus hat die HKG das Netzwerk „Hamburg lebt Kino!“ für Hamburger Filmproduktionsfirmen unterstützt.

3.2.2 Interessenverband der Hamburger Kreativwirtschaft: „Hamburg Hoch Elf“

Parallel zur Gründung der HKG initiierte die damalige Behörde für Kultur und Medien die Bildung einer Vereinigung der Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft. Daraus entstand eine Interessenorganisation, die sich im November 2010 die Rechtsform eines Vereins mit dem Namen „Hamburg Hoch Elf“ gab. Diese bundesweit erste Interessenvereinigung der Kreativwirtschaft wird von der HKG in den Anfangsjahren finanziell und organisatorisch unterstützt. Zusätzlich ist dem Vorstand von „Hamburg Hoch Elf“ ein Sitz im Aufsichtsrat der HKG vorbehalten, wodurch u.a. die Wahrung der Interessen der Kreativwirtschaftsakteure gewährleistet ist. Auf diese Weise ist eine Plattform entstanden, die übergeordnete (Konvergenz-)Themen behandelt, der Kreativwirtschaft als Sprachrohr dient, entsprechende Verbands- und Lobbyarbeit leistet und die Wahrnehmung der Branche erhöht sowie für eine identitätsstiftende Vernetzung innerhalb der Teilmärkte sorgen will.

3.2.3 Förderung zur Stärkung der Strukturen

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft fördert in geringem Umfang Brancheninitiativen, die dazu beitragen, Wirtschaftlichkeit zu erhöhen, Vernetzung zu verbessern oder Leistungen der Branche öffentlich sichtbar zu machen. Förderungen gingen im Zeitraum 2010 bis Ende 2013 im Einzelnen an:

Ateliers für die Künste

Affordable Art Fair/Galerien für Hamburg
(Teilnahme der Hamburger Galerien an der AAF)

AG Junge Architekten

Animation Award

Bühnenflug

(Hamburger freie Kindertheatergruppen)

Byte FM

Film Sound Hamburg

(Internationale Sommerakademie)

Hamburg Hoch Elf

Hamburg lebt Kino! – Netzwerk Hamburger

Filmproduktionsfirmen

HANS Musikpreis

Hanse Rendezvous

Hanseatische Materialverwaltung

Interview Lounge

Jazz Moves

KurzFilmFestival

LiveKomm

Möbelkooperative

Nordwind Festival

P/ART (Producers Art Fair)

Schönes Hamburg

Social Media Week Hamburg

South by Southwest (SXSW)

Hervorzuheben ist hier besonders der Hamburger Musikpreis HANS, der auf die vielfältige und qualitativ hochwertige Musikszene in Hamburg aufmerksam macht und von der HKG auch in Form von Beratung und Kommunikationsmaßnahmen für den Veranstalter unterstützt wird.

Bereits bei der ersten Ausgabe im März 2012 war die HKG zudem Partner der Social Media Week Hamburg und unterstützt die Veranstaltung seither finanziell, inhaltlich und organisatorisch. Die Social Media Week wird weltweit in über 20 Städten ausgetragen und auch im Jahr 2014 mit stetig wachsendem Programm und Erfolg fortgeführt.

3.3 Positionierung und Darstellung der Hamburger Kreativwirtschaft

Die Kreativwirtschaft erfährt eine stark wachsende Aufmerksamkeit durch Politik, Verwaltung und Medien. Hamburg hat mit seiner Strategie zur Förderung der Kreativwirtschaft früh einen eigenen Weg eingeschlagen, der national und international große Beachtung findet. Die HKG positioniert die Hamburger Kreativwirtschaft und den Hamburger Förderansatz in einem schnell wachsenden internationalen Netzwerk.

3.3.1 Maßnahmen zur Positionierung und Darstellung der Hamburger Kreativwirtschaft

Nach ihrer Gründung präsentierte sich die HKG den elf Teilmärkten in elf Auftaktveranstaltungen mit dem Ziel, in einen zielführenden Dialog mit den Unternehmen und Vertretungen der Kreativwirtschaft einzutreten und dabei auch die speziellen Herausforderungen, Bedarfe und Wünsche für ihren jeweiligen Arbeitsbereich kennenzulernen. Auf Basis dieses fortgesetzten Dialogs entwickelt die HKG ihre Angebote und Instrumente.

Um neben den vielen Unterschieden das Gemeinsame der verschiedenen Branchen in den Fokus zu rücken sowie ein gemeinsames Bewusstsein zu etablieren, führte die HKG am 11.

November 2011 die Leuchtturmveranstaltung „wildWechsel – Salon der Hamburger Kreativwirtschaft“ im Oberhafen durch, an der rund 900 Personen teilnahmen. Eröffnet wurde die Veranstaltung durch den Ersten Bürgermeister, die Grundsatzzrede hielt Wolf Lotter, der Co-Gründer des Wirtschaftsmagazins „brand eins“.

Das jährlich stattfindende Sommerfest der HKG ist seither das größte Vernetzungstreffen für die Kreativwirtschaft in Hamburg. Dafür wählt die Gesellschaft immer neue Orte mit besonderem kreativem Entwicklungspotenzial aus. Das Sommerfest 2014 im Oberhafenquartier wurde von rund 1.000 Akteuren der Hamburger Kreativwirtschaft besucht.

3.3.2 Veröffentlichung des Kreativwirtschaftsberichts der Freien und Hansestadt Hamburg

Im Frühjahr 2012 veröffentlichte die Hamburg Kreativ Gesellschaft den ersten Kreativwirtschaftsbericht für Hamburg mit dem Anspruch, die Hamburger Kreativwirtschaft in ihrer Gesamtheit abzubilden. Dafür wurden der öffentliche, der private und der intermediäre Sektor statistisch untersucht, eine Standortanalyse auf Grundlage von Expertenbefragungen durchgeführt sowie individuelle Fallbeispiele von Akteuren der Hamburger Kreativwirtschaft geschildert.

Folgende Handlungsempfehlungen zur Förderung der Hamburger Kreativwirtschaft leitet der Bericht aus seiner Analyse ab:

- Wahrnehmung und Anerkennung erhöhen,
- Qualifikation, Professionalisierung und Vernetzung verbessern,
- Finanzierungsmöglichkeiten schaffen,
- Immobilien erschließen,
- Selbstorganisation und Steuerung unterstützen.

Dies bestätigt die Schwerpunktsetzung in der Angebotsstruktur der HKG. Um Entwicklungstendenzen zu beobachten und die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen abschätzen zu können, ist der nächste Bericht für das Jahr 2015 geplant.

3.3.3 Resonanz der HKG

Neben der kontinuierlich steigenden Nachfrage nach den unterschiedlichen Angeboten spiegelt sich die Relevanz der HKG auch in der medialen Wahrnehmung bei der unmittelbaren Zielgruppe, aber auch bei Multiplikatoren und der Öffentlichkeit wieder.

Die von der Gesellschaft genutzten Kommunikationswege wie Webseiten, Newsletter, eigene Pro-

file bei Xing und Facebook sowie Aktivitäten via Twitter, Sound Cloud und Vimeo werden intensiv genutzt: Die Anzahl der Medienberichte hat stark zugenommen und stieg von 18 Berichten in 2010 auf 54 Berichte im Jahr 2013. Webseiten wurden von Beginn an intensiv besucht mit steigender Nutzungsfrequenz: von 46.760 Besucherinnen und Besuchern auf der Webseite der HKG (www.kreativgesellschaft.org) im Jahr 2011 auf 87.543 im Jahr 2013. Die Crowdfunding Webseite (www.nordstarter.org) hatte 2012 insgesamt knapp 10.000 Besucherinnen und Besucher, im Jahr 2013 waren es bereits knapp 73.000. Die Beteiligung an Social Media Netzwerken ist ebenfalls erfolgreich verlaufen, mit einem Zuwachs auf über 5.000 „Fans“ auf Facebook in 2013. Auch auf Twitter wuchs die Anzahl der Follower stetig auf knapp 1.000 in 2013.

Die HKG wird regelmäßig zu Veranstaltungen und Messen eingeladen, bei denen sie die Hamburger Kreativwirtschaft und die Aufgaben und Angebote der Gesellschaft im Besonderen vorstellt. Dazu gehört die Teilnahme am jährlich stattfindenden Gründertag von Handwerks- und Handelskammer, dem Art Directors Club (ADC) Festival im Oberhafen oder lokalen Wirtschaftsmessen wie der „B2B Nord“ oder der „phase:zwei“.

Auch erfährt die Arbeit der HKG hohe Beachtung im In- und Ausland und wird regelmäßig als Best Practice Modell herangezogen. So waren bislang Delegationen aus zahlreichen europäischen Ländern zu Gast in Hamburg, um sich über die Arbeit der HKG zu informieren. Auf Grund ihrer Expertise wird die HKG in Arbeitsgruppen auf EU-Ebene (u.a. European Creative Industries Alliance) eingebunden und regelmäßig auf internationale Tagungen eingeladen (siehe auch Punkt 3.3.5).

3.3.4 Der Kongress zur Zukunft der Arbeit: „Work in Progress“

Mit dem jährlichen Kongress „Work in Progress“ bietet die HKG eine Plattform, um sich transdisziplinär und branchenübergreifend mit dem Wandel und der Zukunft der Arbeit im Übergang zur Informationsgesellschaft auseinanderzusetzen. Es wird davon ausgegangen, dass die Kreativwirtschaft eine modellhafte Branche für den Wandel der Arbeitswelt darstellt und ihre Akteure exemplarisch von Veränderungen berichten können, von denen der kontinuierliche gesellschaftliche Wandel insgesamt profitieren kann, z.B. durch Co-Working-Spaces, neue Arbeitszeitmodelle und neue Formen des Ressourcenmanagements.

Der Kongress mit zahlreichen Vorträgen, Diskussionen, künstlerischen Beiträgen und Workshops fand im Jahr 2012 zum ersten Mal unter dem Titel „Die Kreativwirtschaft als Blaupause für eine zukünftige Arbeitswelt?“ in Kooperation mit Kampnagel statt. Zentrales Thema im Jahr 2013 war „Strategien für die Arbeitswelt von morgen“. Vor- und Mitdenkende, die Arbeit neu definieren und leben, stellten Ansätze vor, die auf den gesellschaftlichen Wandel reagieren, beleuchteten Chancen und Risiken und halfen, Veränderungen der heutigen Arbeitsgesellschaft genauer zu verstehen. Im ersten Jahr besuchten ca. 400 Personen den zweitägigen Kongress, die Besucherzahl konnte 2013 auf ca. 500 gesteigert werden, obwohl der Kongress auf einen Tag verdichtet wurde. Unter dem programmatischen Titel „Gute Arbeit“ fand der Kongress 2014 zum dritten Mal statt und war mit ca. 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ebenso gut besucht wie im Vorjahr.

3.3.5 Nationale und internationale Vernetzung von Förderern der Kreativwirtschaft

Als eine der ersten Einrichtungen zur Förderung von Kreativwirtschaft in Deutschland lud die HKG am 27. November 2012 zu einem ersten „Nationalen Meeting für Förderer der Kreativwirtschaft“ nach Hamburg ein. Bei diesem Treffen standen vor allem Vernetzung und der Austausch miteinander im Fokus. Der Einladung folgten Förderer aus fast allen Bundesländern.

Auch die Präsentation ihrer Arbeit auf internationalen Kongressen und Festivals sowie konkrete Kooperationsprojekte führt die HKG regelmäßig mit dem Ziel durch, die nationale und internationale Vernetzung zu stärken und die Rahmenbedingungen der Förderung von Kreativwirtschaft mitzugestalten. Die HKG hat dazu u.a. teilgenommen an der „Final Conference of Rethinking Entrepreneurship“ in Bilbao/Spanien vom 28. bis 30. September 2011, an Rumäniens erster Veranstaltung zum Thema Kreativwirtschaft, dem „Creative Industries Forum“ in Bukarest (23. bis 25. Oktober 2013) und als einziger deutscher Kooperationspartner an einer gemeinsamen Konferenz der fünf nordischen Botschaften – „Creative North“ – am 27. Mai 2013 in Berlin.

Im Rahmen des Branchentreffs des Reeperbahnfestivals 2013, dem Reeperbahn Campus, organisierte die HKG ein internationales Meeting für Förderer von Kreativwirtschaft, bei dem erstmalig auch der Kontakt zu außereuropäischen Organisationen entstand. Beim „Nordwind Festival 2013“ organisierte die HKG zudem eine international

besetzte Podiumsdiskussion zum Thema „Internationalisierung der Kreativwirtschaft“.

Des Weiteren ist die HKG seit 2012 in der „European Creative Industries Alliance“ (ECIA) vertreten. Bei der ECIA als Zusammenschluss regionaler Kreativwirtschaftsförderer aus ganz Europa erarbeitet sie bis Anfang 2015 gemeinsam mit europäischen Partnern im Auftrag der Kommission für Unternehmen und Industrie zukünftige Richtlinien zur Förderung von Kreativwirtschaft. Es ist geplant, die internationale Zusammenarbeit in geeigneten Themenbereichen strategisch auszubauen.

3.4 Entwicklung eines eigenen zukunftsfähigen Profils der Hamburger Kreativwirtschaft

Die Freie und Hansestadt Hamburg geht mit der Gründung der HKG einen eigenständigen Weg und folgt dem Ansatz einer dialogischen, dienstleistungsorientierten, sektoren- und teilmarktübergreifenden Kreativwirtschaftsförderung. Darauf erhält die HKG bundesweit wie international eine positive Resonanz (siehe auch Punkt 3.3.3) und wird regelmäßig als Best Practice Beispiel herangezogen.

Die HKG war bei ihrer Gründung im Frühjahr 2010 eine der ersten Einrichtungen ihrer Art in Deutschland. Gleichzeitig ist die deutsche Förderlandschaft überschaubar und vernetzt. Es zeigt sich deutlich, dass die HKG neben dem „Projekt Zukunft“ der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung in Hinsicht auf Angebote und Aktivitäten weiterhin eine der führenden Einrichtungen für die Förderung von Kreativwirtschaft in Deutschland ist. Auch im europaweiten Vergleich ist die HKG eine der wenigen Fördereinrichtungen, die Unternehmen einen Allround-Service anbietet und sie damit in den unterschiedlichen Phasen des Unternehmertums (von der Vorgründung bis zum Wachstum) betreut. Einen ähnlich umfassenden Service bietet zum Beispiel das „Catalan Institute for the Cultural Companies“ (ICEC) in Barcelona an, das aber personell (137 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter inklusive der örtlichen Filmförderung mit ca. 50 Personen; HKG: durchschnittlich sechs Vollzeitstellen) wie finanziell (64 Mio. Euro; HKG: durchschnittliche institutionelle Förderung in Höhe von 750.000 Euro) über deutlich mehr Ressourcen verfügt.

3.5 Erschließung neuer Marktpotenziale

Leistungen und Produkte entstehen in der Kreativwirtschaft oftmals ohne umfangreiche Markt- und Bedarfsanalysen. Umso entscheiden-

der scheint es daher für die Akteure, Marktpotenziale auf Messen und Veranstaltungen zu sondieren und Kontakte aufzubauen.

3.5.1 Unterstützung von Initiativen zur Markterschließung

Die HKG fördert Unternehmen und Initiativen mit dem Ziel, Präsentationen auf nationalen wie internationalen Leitmesse wie der South by South West (Musik, Interactive, Film; USA), midem (Musik; Frankreich), Jazzahead (Jazz; Bremen), tanzmesse nrw (Düsseldorf; Tanz), Affordable Art Fair (Hamburg; Bildende Kunst) möglich zu machen und damit auch den Einstieg in deutsche und internationale Märkte zu erleichtern.

Der Wettbewerb „Music Works“, den die für Kultur zuständige Behörde in Zusammenarbeit mit der HKG seit 2011 durchführt, zielt darauf ab, neue innovative Geschäftsmodelle aus allen Bereichen der Hamburger Musikwirtschaft an der Schnittstelle zwischen Musik und Digitalisierung zu erkennen und zu fördern. Neben dem Preisgeld von insgesamt 50.000 Euro erhalten die Wettbewerbsteilnehmenden Unterstützung in Form von Beratungsleistungen, Vernetzungs- und Vermittlungsangeboten und eine erhöhte öffentliche Aufmerksamkeit. Einige der Preisträgerinnen und Preisträger der vergangenen Jahre konnten sich in der Zwischenzeit erfolgreich am Markt platzieren.

Die HKG hat es sich zum Ziel gesetzt, zunehmend auch die Zusammenarbeit mit anderen Wirt-

schaftsbranchen zu stimulieren. Mit ersten Veranstaltungen, z.B. für Design und Handwerk, wurde bereits begonnen. Diese Schnittstellen-Stimulierung wird als ausgesprochen relevant angesehen, da kreative Innovationen eine Vielzahl von Spillover-Effekten erzielen und somit Mehrwert für andere Wirtschaftsbranchen und gesellschaftliche Bereiche schaffen (siehe auch Punkt 4.2).

3.6 Einhaltung des Wirtschaftsplanes unter den vorgegebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bei wirtschaftlicher und sparsamer Unternehmensführung sowie Einwerbung privater Mittel

Die Verwendungsnachweise und das Berichtswesen waren zu jedem Zeitpunkt ordnungsgemäß. Nach jährlicher Prüfung durch ein Wirtschaftsprüfungsunternehmen entsprechen die Jahresabschlüsse 2010 bis 2013 den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags. Die Prüfungen haben zu keinen Einwendungen geführt.

Als Fördereinrichtung ist die Gesellschaft nicht primär gewinnorientiert, sondern muss ihren Etat optimal nutzen, um ihre Aufgaben effektiv und effizient zu erfüllen. Bei gleichbleibendem Zuschuss durch den Gesellschafter ist es der HKG gelungen, das Gesamtbudget durch Einwerbung von Drittmitteln und Eigeneinnahmen in den Jahren 2010 bis 2013 stetig zu erhöhen und somit den Umfang und die Qualität ihrer Angebote und Aktivitäten kontinuierlich auszubauen.

Tabelle 1 (Währungsangaben in Euro)

Budget-Management	2010 (ab 1.3.2010)	2011	2012	2013
Zuwendungen der FHH	577.515,56 (95,5 %)	935.700,00 (83,6 %)	773.700,00 (70 %)	857.700,00 (66,1 %)
Eigeneinnahmen	8.740,11 (1,5 %)	106.726,81 (9,5 %)	250.128,21 (22,5 %)	309.600,00 (23,9 %)
Drittmittel (EFRE, ESF)	18.192,95 (3,0 %)	76.886,35 (6,9 %)	84.164,83 (7,5 %)	129.000,00 (10 %)
Umsatzerlöse	604.448,62	1.119.313,16	1.107.993,04	1.296.300,00
Jahresergebnis	0,00	+ 72,42	- 2.892,90	+3.500,00

Dass die HKG ihre Mittel so effektiv und effizient wie möglich einsetzt, zeigt sich unter anderem darin, dass der Anteil der Personalkosten und der

gesamten Fixkosten im Verhältnis zu den variablen Kosten, die hier für die inhaltliche Arbeit stehen, vergleichsweise sehr gering ist.

Tabelle 2 (Währungsangaben in Euro)

Kosten	2010 (ab 1.3.2010)	2011	2012	2013
Personalkosten	221.568,45 (36,5 %)	346.126,41 (31 %)	357.206,26 (32 %)	368.500,00 (28,4 %)
Stellen laut Stellenplan	6,5	6,25	6,00	5,5 ²⁾
Sonstige Fixkosten	68.598,45 (11,3 %)	92.341,84 (8,2 %)	92.902,84 (8,4 %)	95.300,00 (7,4 %)
Summe Fixkosten	290.166,90 (48 %) ¹⁾	438.468,25 (39 %) ¹⁾	450.109,10 (40,6 %) ¹⁾	463.800,00 (35,8 %) ¹⁾
Variable Kosten (Angebote, Programme, Instrumente, etc.)	289.550,31 (48 %) ¹⁾	655.644,36 (58,6 %) ¹⁾	618.476,03 (55,8 %) ¹⁾	799.000,00 (61,6 %) ¹⁾

Die Prozente beziehen sich auf die jeweiligen Gesamtumsatzerlöse pro Jahr

1 Die Summe ergibt nicht 100 %, weil die Abschreibungen in dieser Darstellung fehlen.

2 Es wurden keine Kapazitäten abgebaut, sondern auf Wunsch eines Stelleninhabers eine abhängige Beschäftigung in eine selbstständige Beschäftigung umgewandelt.

4. Fazit

Hamburg ist es mit der Gründung der HKG gelungen, einen One-Stop-Shop für Hamburger Unternehmen und Entrepreneure der Kreativwirtschaft zu schaffen. Die Angebote der HKG werden von den Akteuren der Kreativwirtschaft seit Gründung aktiv angenommen sowie als relevant und passgenau eingeschätzt. Die Zahl der Personen, die die HKG als Anlaufstelle für die verschiedensten Anliegen wahrnehmen, und die Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen sind in den Jahren seit 2010 kontinuierlich gestiegen. Es ist gelungen, Akzeptanz und Interesse bei allen elf Teilmärkten der Kreativwirtschaft zu erreichen – bei den marktorientierteren Teilmärkten ebenso wie bei den Künsten. Mit vielen ihrer Angebote schließt die HKG Lücken im Hamburger Angebot zu Themen wie Qualifizierung, Förderung und Immobilienvermittlung. Durch die Vielzahl kundenspezifischer, aufeinander abgestimmter Angebote, aber auch in ihrer Funktion als Mittler und Übersetzer zwischen den unterschiedlichen, meist eigenwilligen Milieus der Kreativen und den deutlich formaleren Anforderungen der Verwaltung, der Finanzsphäre, der Immobilienakteure, der Politik und der Kammern gelingt es der HKG, die Rahmenbedin-

gungen für die Kreativwirtschaft in der Stadt Hamburg stetig zu verbessern. Die HKG befördert Innovation, Entrepreneurship und nachhaltiges Wachstum und trägt mittel- und unmittelbar zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei.

Der Senat kommt abschließend zu der Feststellung, dass sich die Gründung der HKG und ihre Ausrichtung bewährt haben. Er beabsichtigt daher, die Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH unbefristet fortzuführen.

5. Ausblick

Kreativwirtschaft ist nicht nur zum festen Bestandteil sämtlicher moderner Metropolen weltweit geworden. Vielmehr ist zu erwarten, dass dieser Wirtschaftszweig weiterhin an Bedeutung gewinnen wird. Der Kreativwirtschaftsbericht aus dem Jahr 2012 belegt, dass die Kreativwirtschaft schon heute mit mindestens 80.000 Erwerbstätigen und einem Jahresumsatz von über 10 Mrd. Euro ein wichtiger Teil der Hamburger Wirtschaft ist. Hamburg ist sowohl beim Gesamtumsatz der Kreativwirtschaft als auch bei der Anzahl der Beschäftigten in den umsatzstarken Teilmärkten der Kreativwirtschaft auf Platz eins der deutschen

Städte, muss aber weiterhin aktiv daran arbeiten, diese Position zu halten.

Die Bedeutung und die Potenziale der Kreativwirtschaft reichen zudem weit über die wirtschaftliche Stärke hinaus. Das ist einer der Gründe, weshalb sich nicht nur die Bundesregierung, sondern auch viele andere Länder und die Europäische Kommission intensiv mit Fragen zur Förderung der „Creative Economy“ und ihrer Innovations- sowie Spilloverpotenziale befassen.

Hamburg hat eine vorbildliche Förderstruktur aufgebaut, die mit maßgeschneiderten, unbürokratischen Aktivitäten und Angeboten auf die speziellen Bedürfnisse der Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft eingeht und so für Stabilität und stetige Weiterentwicklung sorgt. Der Hamburger Senat möchte diese Förderung erhalten und ausbauen. Die HKG als der zentrale Baustein in dieser Förderarchitektur soll deshalb verstetigt und weiterentwickelt werden.

Deshalb definiert der Senat für die HKG perspektivisch folgende Schwerpunkte:

Entrepreneurship stärken

Eine der Spezifika der Kreativwirtschaft ist es, dass sich hier überdurchschnittlich viele kleinste und kleine Unternehmen finden, darunter sehr viele Soloselbstständige und Freiberufler. Ihnen eine passgenaue Unterstützung anzubieten, trägt dazu bei, den deutschen – und europäischen – Rückstand im Entrepreneurship auszugleichen. Die HKG hat schon jetzt mit ihren operativen Förderformaten zur Stärkung der Entrepreneurship beigetragen, die deshalb gezielt fortgesetzt und ausgebaut werden sollen. Besondere Schwerpunkte sollen dabei auf folgenden Ansätzen liegen:

- Schaffung geeigneter Finanzierungsformate durch Ausbau der Crowdfundingplattform „Nordstarter“, Entwicklung neuer, maßgeschneiderter Finanzierungsformen sowie der Stärkung von „Investor-Readiness“;
- Erschließung neuer Märkte sowohl zwischen den Teilmärkten der Kreativwirtschaft als auch zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftszweigen;
- Internationalisierung durch Ausbau der Messförderung sowie weiterer Aufbau internationaler Netzwerke.

Innovationspotenziale und Spillover Effekte nutzbar machen

Die Kreativwirtschaft liefert Inhalte zu den sich laufend erneuernden technologischen Entwick-

lungen, die dadurch erst ihre Anwendbarkeit generieren. Damit agieren die Akteure oft auf Höhe der digitalen Veränderung oder sind selbst die Produzenten neuer Angebote. Auch mit Blick auf soziale und Prozessinnovationen nimmt die Kreativwirtschaft eine paradigmatische Rolle ein. Dieses Erneuerungs- und Innovationspotenzial soll die HKG weiter zur Entfaltung bringen durch eine gezielte Förderung der Innovationskultur in Unternehmen und Netzwerken. Darüber hinaus soll die Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftszweigen und Gesellschaftsbereichen vernetzt werden, um die Innovations- und Lösungsstrategien der Kreativwirtschaft auch in anderen Feldern wirksam werden zu lassen. Hierfür ist bereits im Rahmen der kommenden Förderperiode des EFRE von Seiten der Kulturbehörde in der Prioritätsachse I (Innovation) ein Projekt zur Förderung von Wissensanwendung und Innovation in Unternehmen und Clustern angemeldet, als dessen Träger die HKG fungieren soll.

Wahrnehmung und Internationalisierung verbessern

Eine weitere Besonderheit der Kreativwirtschaft ist es, Effekte weit über den engeren wirtschaftlichen Fokus hinaus beeinflussen zu können. Kreative sowie Künstlerinnen und Künstler sind in der Lage, besondere und innovationsfreudige Milieus zu schaffen, die sich in vielen Bereichen nachhaltig positiv auf die gesamte Entwicklung Hamburgs auswirken können. Voraussetzung hierfür ist, dass nötige Freiräume erhalten und die Milieus nicht für vordergründige Aktivitäten instrumentalisiert werden. So soll sich die HKG weiterhin verstärkt darum kümmern, dass die Kreativwirtschaft als gleichberechtigter, aber besonderer Teil des Hamburger Gesellschafts- und Wirtschaftslebens wahrgenommen wird.

Gleichzeitig entsteht in Hamburg zunehmend eine Nachfrage von internationalen potenziellen Kooperationspartnern aus der Kreativwirtschaft und von Fördereinrichtungen für diesen Wirtschaftszweig. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft soll deshalb mit geeigneten Partnern und in geeigneten Feldern ihre internationale Zusammenarbeit ausbauen und Hamburgs Position und Wahrnehmung in diesem Zweig stärken.

Immobilienangebot weiter ausbauen

Bei der spezifischen Hamburger immobilienwirtschaftlichen Situation mit dem vergleichsweise geringen Angebot und hohen Preisen wird ein zentrales Thema auch weiterhin die Entwicklung, Vermittlung und Anmietung von Immobilien für

die Kreativwirtschaft ein zentrales Aufgabengebiet der HKG bleiben. In diesem Zuge wurde zwischen dem Landesbetrieb Immobilienmanagement und Grundvermögen (LIG) und der für die Kultur zuständigen Behörde vereinbart, dass der Zwischennutzungsfonds in Höhe von bis zu 300.000 Euro p.a. für Flächen und Räume, die sich im Allgemeinen Grundvermögen befinden,

für die Jahre 2015 und 2016 fortgeschrieben werden kann.

6. **Petition**

Der Senat beantragt, die Bürgerschaft wolle von den Ausführungen dieser Drucksache Kenntnis nehmen.

Evaluationsbericht zur Fortführung der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH

Zu 3.1.1 Verbesserung des Immobilienangebots

Tabelle 1

Direkt durch die Kreativ Gesellschaft vermittelte Flächen zur Zwischen- und langfristigen Nutzung in m ²	2011	2012	2013
Vermittelte (unterschiedliche) Objekte	14	26	17
Mieter (-gruppen)	63	39	63
Vermittelte Flächen (insgesamt)	6.992 m ²	5.099 m ²	10.080 m ²
Erfasste Nachfragen	178	268	477

Tabelle 2

Objekte/Kreativ Gesellschaft als Hauptmieter	m ²	Anzahl Untervermietungen (Stand 31.12.2013)
Billhorner Deich	1.205	34
Finkenau	264	12
Ehem. Finanzamt Altona/Große Bergstraße (1. und 2. OG)	1.045	22
Kastanienallee	935	5
Friedrichsberger Straße	919	24
Hahntrapp/Hopfenmarkt (mehrere temporäre Untervermietungen)	217	15
Grindelallee (mehrere temporäre Untervermietungen)	203	7
Halle 4, Oberhafen (temporär)	700	7
Gesamt	5.488	126

Tabelle 3

Immobilienbank	2011	2012	2013
Besucher auf der Immobilienbank	44.777	57.553	68.907
Eindeutige Seitenaufrufe	24.034	28.706	34.699
Eingeloggte Benutzerinnen und Benutzer	754	1.364	2.031
Objekte Bestand online/davon angezeigt	87/49	167/94	178/95

Beispiele einer Arealentwicklung

Transformationsraum Oberhafenquartier (östliche HafenCity)

Das 6,7 Hektar große Oberhafenquartier besticht durch seine zentrale innerstädtische Lage und seinen Wasser- und Kulturmeilenbezug. Laut Masterplan-überarbeitung 2010 soll hier – ausgehend von den Bestandsgebäuden – ein neues Kultur- und Kreativquartier entstehen. Im März 2011 wurde ein zweitägiges Auftaktsymposium zum Thema „Transformationsräume, Kultur und Kreativität“, gemeinsam von der HKG, der HafenCity Hamburg GmbH und der Internationalen Kulturfabrik Kampnagel veranstaltet. Auf der Basis von Beiträgen von renommierten Expertinnen und Experten standen Wechselwirkungen von Kultur, Kreativität und Kreativwirtschaft sowie Fragen der Prozessgestaltung im Mittelpunkt des Symposiums. Der international besetzte Kongress bildete den Startpunkt für eine offene Entwicklung des Oberhafenquartiers.

In einem ersten Ausschreibungsverfahren wurde 2012 eine Lagerhalle mit 600 m² an die Hanseatische Materialverwaltung (www.hanseatische-materialverwaltung.de) vergeben, um Erfahrungen zu sammeln und erste Impulse für das Quartier zu setzen. Ab 2014 stehen weitere ca. 6.000 m² Hallenfläche für Kunst- und Kreativnutzungen zur Verfügung. Für die Belegung dieser Flächen kommt das spezifizierte Transformationsverfahren zum ersten Mal zur Umsetzung. Dabei ist die HKG für die inhaltlichen und prozessualen Fragen verantwortlich und die HafenCity Hamburg GmbH als Eigentümerin des Geländes für die baulichen, rechtlichen und finanziellen Fragen. Gemeinsam wurde ein Angebotsverfahren für Nutzungskonzepte für Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft, Gastronomie und Ausstellungen im Oberhafenquartier veröffentlicht. Im Frühjahr 2014 hat eine überwiegend mit externen Fachleuten besetzte Auswahljury erste Empfehlungen für potenzielle Nutzerinnen und Nutzer erarbeitet. In einer zweiten Stufe werden aktuell durch die HKG Gespräche geführt, um individuelle Wünsche und Möglichkeiten bestmöglich in Einklang zu bringen.

Entwicklung des „Hochwasserbassins“ in Hammerbrook

Das Areal des Hochwasserbassins befindet sich in Hamburg-Hammerbrook in der Süderstraße. Das Areal umfasst drei Gebäude (ca. 4.500 m² Bruttogeschossfläche), die um einen Hof herum angeordnet sind. Diese ehemaligen Gebäude der Hamburger Wasserwerke sollen für eine Dauer von 20 Jahren an Akteure der Kreativwirtschaft vermietet werden. In einem jurierten Interessenbekundungsverfahren im Spätsommer 2012 sind die Nutzergruppen ausgewählt worden. Damit werden preislich und inhaltlich attrak-

tive Räume für Ateliers, Werkstätten, Büros und Projekte zur Verfügung gestellt. Die Laufzeit der kreativwirtschaftlichen Nutzung ist zeitlich beschränkt, da der gesamte Gebäudekomplex Teil eines neuen Grünzugs ist, der vom Berliner Bogen bis zum Elbpark Entenwerder reichen wird.

Verstetigung der Nutzung der Viktoria-Kaserne für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Im Sommer 2010 hat die Finanzbehörde in enger Abstimmung mit der Kulturbehörde den Nutzerinnen und Nutzern eines Gebäudes in der Großen Bergstraße in Altona (Frappant), das zwischenzeitlich abgerissen wurde, größere Teile einer ehemaligen Polizei-Kaserne (Altona, Bodenstedtstraße/Ecke Zeiseweg) zur Nachnutzung angeboten.

In der Viktoria-Kaserne hat sich aus dieser Zwischennutzung ein Arbeits- und Produktionsstandort von Kreativschaffenden unterschiedlichster Disziplinen entwickelt. Aktuell arbeiten alle beteiligten städtischen Einrichtungen daran, diese Nutzung langfristig zu sichern, in dem das Gebäude an die Genossenschaft der Nutzer verkauft werden soll. Die HKG unterstützt dieses Vorhaben in enger Kooperation mit den Fachbehörden seit Anbeginn, in dem sie den Prozess begleitet, moderiert und Zugang zu nötigen wie hilfreichen Kontakten herstellt.

Neue Flächen in der Speicherstadt

Die HKG bietet in Zusammenarbeit mit der zuständigen Behörde und dem Verein „Ateliers für die Künste“ im Speicherblock M27 der historischen Speicherstadt auf insgesamt acht Böden (ca. 5.300 m²) Arbeitsflächen für Künstlerinnen, Künstler und Akteure der Kreativwirtschaft an. Damit wird der Drucksache 20/4388 „Konzept für die künftige Entwicklung der Speicherstadt“ entsprochen, in dem vorgesehen ist, dass insgesamt 10.000 m² zu festgeschriebenen günstigen Konditionen als Arbeitsräume für die Kreativwirtschaft geschaffen werden sollen. Bevor die Flächen vom Eigentümer, der Hamburger Hafen und Logistik AG für die angestrebte Nutzung ausgebaut werden können, wurde zunächst die Nachfrage für diese Flächen ermittelt. Zu diesem Zweck hat die Hamburg Kreativ Gesellschaft in Kooperation mit dem Verein „Ateliers für die Künste“ Anfang 2014 eine Bedarfsermittlung mittels dreier Sammelbesichtigungen durchgeführt, um die Nachfrage nach diesem von der Lage her attraktiven, von der baulichen Struktur schwierigen Objekt festzustellen. Auf Grund der insoweit positiven Rückmeldungen werden aktuell durch die Beteiligten, insbesondere der HHLA, die Umbauplanungen vertieft – mit dem Ziel, ab 2016 in die Vermietung gehen zu können.

Zu 3.1.2 Verbesserung der Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für die kreativen Akteure

Tabelle 4

Nordstarter	Stand 31.12.2012	Stand 31.12.2013
Projekte insgesamt seit Oktober 2011	46	138
Davon Projekte erfolgreich	24	70
Erfolgsquote	52 %	51 %
Eingeworbene Mittel	117.335 Euro	352.752 Euro
Durchschnittlich erworbene Mittel pro Projekt	4.889 Euro	5.039 Euro

Zu 3.1.5 Angebote für Studierende und Absolventen

Tabelle 5

Angebote für Studierende	2011		2012		2013	
	Anzahl Veran- staltungen	Anzahl Teil- nehmer	Anzahl Veran- staltungen	Anzahl Teil- nehmer	Anzahl Veran- staltungen	Anzahl Teil- nehmer
„Butter bei die Fische“ Veranstaltungen zur Wissens-vermittlung	20	434	24	623	21	541
„Stippvisite“ – Veranstaltungen zur Vernetzung mit Unternehmen					14	145
Sprechstunde an Hochschulen	68		81		60	
Durchführung von Semesterprojekten zur Vernetzung/ Ideentransfer	2	12	1	13	2	30