2024

2024

Hamburg Kreativ Gesellschaft

KREATIVE STADTENTWICKLUNG
Vom Leerstand zum Highlight: Wie Zwischennutzungen die Stadt beleben – und Räume für Kreative auf Dauer erhalten bleiben.

NACHHALTIGES WACHSTUM
Das Hamburger Modelabel Jan ’n June verfolgt die Herstellung seiner Produkte vom Alpaka bis zur Strickerei – seit mehr als 10 Jahren. Ein Besuch im Showroom.

CROSS INNOVATION LAB
Öffentliche Oase: Ein innovatives Vermittlungsformat bringt Forschende des DESY mit Expert*innen aus der Kreativbranche zusammen.

INTERSEKTIONALES DESIGN
Wie können wir gerechter gestalten? Die Designer*innen Mawuto Dotou und Anna Unterstab bringen Antworten mit – und die richtigen Fragen.

LEBENDIGE STADT Sebastian König verbindet in seiner Illustration auf dem Poster Kreativität mit dem Urbanen, auf der Innenseite gibt die Hamburg Kreativ Gesellschaft einen Übersicht über ihre Immobilienprojekte.

Kreative sind nicht die Rettung – aber sie arbeiten dran

EGBERT RÜHL
Geschäftsführer der
Hamburg Kreativ Gesellschaft

In vielen Gesprächen, die wir mit Entscheider*innen in der Branche führen, bekommen wir gerade ein interessantes Feedback: Die Kreativwirtschaft erlebt in Krisenzeiten Konjunktur. Und zwar als Ansprechpartnerin für die Lösung großer gesellschaftlicher Fragen. Kreative Leistungen scheinen im Licht der Krise mehr Aufmerksamkeit zu erfahren, und viele wollen in ihnen einen Weg zu mehr gesellschaftlichem Zusammenhalt sehen – oder eine Stärkung in unserem Bemühen um ein nachhaltiges Leben.

Kreative als Retter*innen für Demokratie und Klima? Ich bin bei solchen großen Zuschreibungen vorsichtig. Denn natürlich sind auch Kreativunternehmen als Dienstleistende und B2B-Anbieter*innen von der allgemeinen Wirtschaftskrise betroffen. Ich glaube auch nicht an schnelle Lösungen, eine „Rettung“ in diesem Sinne. Ich weiß jedoch, dass die Kreativwirtschaft erhebliche Effekte anstoßen kann, die weit über ihre – ohnehin nicht unbeträchtliche – ökonomische Bedeutung hinausgeht. Und dafür gibt es gute Gründe. Kreative informieren, irritieren, unterhalten, gestalten. Sie können ihre Mitmenschen mit ihren vielfältigen Inhalten emotional erreichen. Auch in der Branche selbst gibt es den großen Wunsch, dieses Potenzial für positiven gesellschaftlichen Wandel einzusetzen. Ein Thema, das wir auf dem 2. German Creative Economy Summit auf Kampnagel vertiefen.

Ein weiterer Grund: Kreative können einen Weg aus dem Innovationsdilemma weisen, in dem viele Unternehmen und Organisationen stecken. Weil der ökonomische Druck wächst, machen sie ihre Geschäftsmodelle krisenfest – sie ziehen sich in ihr Kerngeschäft zurück.

Darin steckt aber ein großes Risiko: Ressourcen werden für die Sicherung der Gegenwart eingesetzt, die wir eigentlich für die Vorbereitung auf die Zukunft brauchen. Die Kreativwirtschaft wiederum ist einmalig gut darin, Innovationen anzustoßen – oft mit deutlich geringerem Initialaufwand als bei klassischen Forschungs- und Entwicklungsprozessen. Wir haben bei der Hamburg Kreativ Gesellschaft im Kontext von Cross Innovation viele positive Erfahrungen gesammelt – in Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft (S. 36).

Kreative sind vielleicht nicht die Rettung, aber sie arbeiten dran. Ganz praktisch spürt man das hier in Hamburg beispielsweise im Jupiter, der aus einer kreativen Zwischennutzung zu einem Ort geworden ist, an dem sich die Stadtgesellschaft in ihrer Vielfalt versammelt. Dafür Räume zu schaffen, sehen wir auch weiter als eine unserer wichtigsten Aufgaben (S. 12 und Poster).

In diesem Sinne: Bleiben Sie uns gewogen. ●

EXECUTIVE

Summary

Das waren die Themen des Jahres 2024: Highlights und Herausforderungen aus der Programmarbeit, Erfolgsgeschichten und Stimmen aus der Branche. **Ein Überblick**.

32 Labels

sind seit der Eröffnung des FABRIC – Future Fashion Labs im Mai bereits Teil des nachhaltigen Modenetzwerks geworden. Tendenz steigend. In der am besten ausgestatteten öffentlichen Werkstatt Europas wird entworfen, produziert und verkauft. Zudem etabliert sich das FABRIC in der Galleria Passage als zukunftsgerichteter Fashion-Hotspot und Ort für Workshops, Events und Community Building.

POLIS AWARD

Win-win für die Innenstadt von morgen

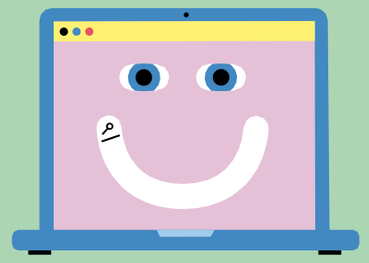
Eine Auszeichnung für Jupiter: Die Zwischennutzung des ehemaligen Karstadt-Sports-Gebäudes in der Hamburger Innenstadt gewinnt den ersten Preis in der Kategorie „Reaktivierte Zentren“ des renommierten polis Awards. Das Team hinter dem Programm Frei_Fläche nahm den Preis in Düsseldorf entgegen.

„Wir alle wachsen in Machtstrukturen auf, die von uns reproduziert werden, wenn wir uns nicht aktiv mit ihnen auseinandersetzen. Design ist davon nicht befreit.“

— Mawuto Dotou, Visual Concepter und Kommunikationsdesigner*in

Wie können wir gerechter gestalten? Mawuto Dotou und Anna Unterstab antworten in ihren Workshops im Design Zentrum Hamburg auf diese Frage – und in diesem Interview. Sie erklären, wie Kreative diskriminierungssensibler arbeiten können und welche Rolle Intersektionalität dabei spielt.

ZUM INTERVIEW: **S. 42**



27. AUGUST 2024

Wir sagen „Moin“ zur KI im Film

MEHR ZUM PROGRAMM: **S. 54**

Dem Wandel der Filmbranche durch KI stellt man sich am besten gemeinsam: In Kooperation mit der MOIN Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein hat die Hamburg Kreativ Gesellschaft die Veranstaltung „KI & Film“ organisiert. Den Auftakt bildete eine Keynote mit dem Thema „KI wird messy – warum du trotzdem dabei sein solltest“, gefolgt von Best-Practice-Beispielen. Für alle, die tiefer einsteigen wollten, boten zusätzliche Workshops die Gelegenheit zur intensiveren Auseinandersetzung.

Was heute gängiger ist, war zur Gründung des Fashionlabels Jan ’n June noch eine Ausnahme: modische Kleidung, nachhaltig produziert. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft begleitet das Modeunternehmen seit der ersten Stunde – und feiert das 10. Jubiläum mit einem Pop-up im FABRIC.

ZUM PORTRAIT: **S. 18**

MEHR ZU FABRIC: **S. 46 + POSTER**

„Als Gründerin hast du normalerweise keine Adresse am Sandtorkai – und nach Wellingsbüttel sind die Einkäufer*innen nicht so gern gekommen.“

— Juliana Holtzheimer, Gründerin von Jan ’n June

NEUEMEDIEN.ORG

Ein Selbstlernbaukasten für Medienmacher*innen

Gemeinsam mit dem Zukunftsverlag Neue Narrative hat nextMedia.Hamburg die Plattform neuemedien.org kreiert. Der kostenlose Selbtslernbaukasten ermöglicht es jungen Medienmacher*innen mit Tools, Templates und Übungen, das eigene Vorhaben anzuschieben und zu professionalisieren. Genutzt wird das Angebot u. a. vom atmo Umweltmagazin, dem Nachfolgeformat des Greenpeace Magazins.

THEMENFESTIVAL KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Eine Woche künstliche Intelligenz

Kostenlos, interaktiv, abwechslungsreich: Das erste Themenfestival KI im SPACE war ein voller Erfolg. Gemeinsam mit den Partnern Carlsen, Ströer, ARIC, nextReality, Rocket Beans und vielen weiteren organisierte nextMedia.Hamburg das fünftägige Format, bei dem renommierte Speaker*innen ihr Wissen teilten.

Prototyping für Content-Profis

MEHR ZUM PROGRAMM: **S. 50**

Im Prototyping Lab bringt nextMedia.Hamburg experimentierfreudige Unternehmen mit Studierenden der Hamburger Hochschulen zusammen, um gemeinsam innovative Prototypen zu entwickeln. Die studentischen Teams arbeiten dabei an echten technologischen Herausforderungen und werden von Tech-Expert*innen begleitet – 2024 für Spiegel, Geolino, Onilo, GEMA und den Carlsen Verlag.

„Unsere Wissenschaftler*innen sollen im Austausch ihre Forschung durch die Augen anderer sehen.“

— Zahra Saleh, Innovationsmanagerin bei DESY

Im Cross Innovation Lab treffen Kreativwirtschaft und Forschung aufeinander. Ausgewählte Kreative des Cross Innovation Hub arbeiten gemeinsam mit Mitarbeitenden von DESY an zukunftsträchtigen Ideen – und lernen gemeinsam dazu.

ZUR REPORTAGE: **S. 36**
ZUM CROSS INNOVATION LAB: **S. 49**

„Das erste Spiel sollte nicht zu ambitioniert sein – junge Teams sollten nicht versuchen, das nächste League of Legends zu entwickeln.“

— Manny Hachey, Angel-Investorin und Mitgründerin von Positive Impact Games

Ob Games-Gigant oder Indie-Studio: Die Games-Branche steht unter ökonomischem Druck. Doch wer es richtig anstellt, kann auch weiterhin erfolgreich sein. Wie das vor allem aufstrebenden Studios gelingt – und welche Rolle der Standort dabei spielt, weiß Manny Hachey.

ZUM INTERVIEW: **S. 32**

PROMPT BATTLE

Lasset den besten Prompt gewinnen

MEHR ZUM FORMAT: **S. 50**

Chance, Herausforderung, Zukunft: Mit dem Prompt Battle zeigt das Design Zentrum Hamburg eine weitere Ebene von KI auf. Das Experimentieren mit neuen Tools soll nämlich auch Spaß machen! In kurzweiligen Battles treten Laien und Professionals gegeneinander an, mit möglichst kreativen Prompts die besten Ergebnisse zu einem vorgegebenen Thema zu erzielen. Am Ende entscheidet das Publikum – und das nicht nur in der HafenCity. Das Prompt Battle war u. a. zu Gast bei der re:publica auf dem Reeperbahn Festival, beim Forward Festival im Jupiter und im SPACE.

Wir gehen wieder auf Stippvisite

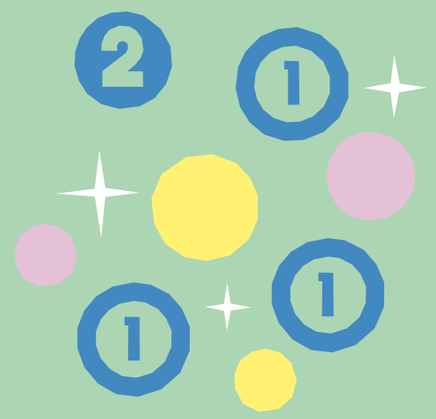
MEHR ZUM PROGRAMM: **S. 57**

Einst ein Lieblingsformat der Kreativ Gesellschaft, während Corona von einem Podcast ersetzt: Die Stippvisite ist zurück! Das nahbare Format ermöglicht es Studierenden und Berufseinsteiger*innen, Hamburger Kreativunternehmen kennenzulernen – und andersherum. Die Fachkräfte von morgen waren u. a. zu Besuch im Studio Hamburg, bei der OMR und dem Content Studio 27 Kilometer.

ERSTES MITGLIED

Willkommen im Club

Mit der Peter Schmidt Group begrüßt das Design Zentrum Hamburg sein erstes Member. Durch die Mitgliedschaft unterstützt die Unternehmensgruppe das Designgeschehen in Hamburg und findet sich im Gegenzug regelmäßig in der HafenCity ein. Denn das Design Zentrum bindet Mitarbeitende in Events ein – und konzipiert gemeinsam neue Formate. Das 2024 etablierte Mitgliedsmodell ist offen für Unternehmen, Organisationen und Einzelpersonen.



Preisregen für Hamburger Studios

Beim Deutschen Entwicklerpreis 2024 gewann Closer the Distance von Osmotic Studios in drei Kategorien: bestes Audiodesign, beste Story und Innovation. Everspace 2 von Rockfish Games wurde beim Deutschen Computerspielpreis 2024 als bestes deutsches Spiel ausgezeichnet, weitere Preise gingen an Fox-Assembly und Tivola Games. Pipapo Games und Symmetry Break Studio, unterstützt durch die Prototypenförderung und den Games Lift Inkubator von Gamecity Hamburg, erhielten Auszeichnungen als beste Newcomer bzw. Prototypen.

Innovative Antworten auf reale Fragen

ZUR CROSS INNOVATION CLASS: **S. 48**

Studierendenteams pitchen nachhaltige Innovationen für reale Herausforderungen von Unternehmen: Das ist die Cross Innovation Class. 2024 trafen interdisziplinäre Teams dreier norddeutscher Hochschulen auf Organisationen wie tesa oder die Stadt Norderstedt. Der Publikumspreis ging an „Franky“, ein On-demand-Abholsystem für Kleinstelektroschrott, dessen Prototyp für die Frankfurter Entsorgungs- und Service GmbH entwickelt wurde.

Fortschritt fürs Paloma-Viertel

Aus Ungewissheit wird bezahlbare Wohn- und Kreativfläche: Das Areal der ehemaligen „Esso-Häuser“ auf St. Pauli wird von der SAGA Unternehmensgruppe und der Quantum Immobilien AG übernommen und im Sinne sozialer Nachhaltigkeit umgestaltet. Management und Verteilung der darin geplanten Kreativimmobilie mit sieben Etagen obliegt künftig der Hamburg Kreativ Gesellschaft.

690.000 Euro

hat die Hamburg Kreativ Gesellschaft im Auftrag der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen an wegweisende Projekte für die Hamburger Innenstadt vergeben. Das Förderprogramm „Pilotprojekte“ ermöglichte 43 innovative Nutzungskonzepte mit maximal 50.000 Euro – 21 davon wurden im niedrigschwelligen Kurzverfahren mit bis zu 2.500 Euro gefördert. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft war für die Ausschreibung und Abwicklung zuständig.

Gemeinsam Banden bilden

Text oder Illustration, Design oder Mode: FLINTA*-Soloselbstständige und -Gründer*innen kreativer Branchen stehen oft vor den gleichen Herausforderungen. In einem geschützten Raum konnten sie sich beim FLINTA* Meet-up austauschen, ihre Erfahrungen teilen und von Verlegerin Harriet Dohmeyer Strategien lernen, sich online besser zu präsentieren. Das neue Format wurde in Zusammenarbeit mit Lara M. Gahlow konzipiert und wird 2025 fortgeführt.

Zur Lage der Nation

MEHR ÜBER DAS SCOOPCAMP: **S. 54**

Die Lage der Nation zu Gast bei nextMedia.Hamburg: Der populäre Politik-Podcast stand nicht nur auf der Bühne des scoopcamp, sondern gewann auch den dort verliehenen Scoop-Award 2024. Die Podcast-Macher Philip Banse und Ulf Buermeyer vereinen Kompetenz, Transparenz und Verständlichkeit, so Kultursenator Dr. Carsten Brosda bei der Preisverleihung. Im Zentrum der Fachkonferenz für Publisher mit rund 130 Besuchenden stand in diesem Jahr die Frage nach der Finanzierung von Journalismus.

Untermieter mit Geschichte

Das Molotow zieht um – an die Reeperbahn 136. Dem legendären Kiezclub drohte wegen eines Hotelbaus am Nobistor das Aus. Nun konnte die Räumlichkeit des ehemaligen Mondoo-Clubs durch die Hamburg Kreativ Gesellschaft bis 2040 angemietet und für Konzerte und Tanz zur Verfügung gestellt werden. Ein bedeutender Schritt gegen das Clubsterben der Stadt.

„Wir erleben ein wachsendes Interesse der Immobilienwirtschaft an kreativen Nutzungen. Dazu trägt unser Förderprogramm Frei_Fläche erheblich bei, weil es leer stehende Gewerbeflächen für kreative Zwischennutzungen öffnet und dabei für positive Erfahrungen sorgt.“

— Dr. Katja Wolframm, Leitung Immobilien und Stadtentwicklung, Hamburg Kreativ Gesellschaft

Die Kreativ Gesellschaft hat sich längst als Akteurin in Fragen hamburgischer Stadtplanung etabliert. Im Interview mit Dr. Katja Wolframm, die den Dialog zwischen Stadt, Kreativen und Immobilienmarkt seit einem Jahrzehnt mitgestaltet, wird klar: Kreative Nutzungskonzepte sind gefragter denn je.

ZUM INTERVIEW: **S. 12**

WEITERE FREI_FLÄCHEN: **SIEHE POSTER**

„Die Struktur und die Unterstützung von Music WorX waren ein wichtiger Baustein für unser Weiterkommen.“

— Philipp Klotz,
Gründer von Polytone

Polytone macht hochwertige Musikinstrumente zugänglich und bietet Investor*innen eine attraktive Anlagemöglichkeit. Mit der Idee ist Gründer Philipp Klotz inzwischen in Hamburg ansässig – auch weil er bei Music WorX wichtige Kontakte knüpfte.

ZUM PORTRAIT: **S. 26**

MEHR ZUM INKUBATOR MUSIC WORX: **S. 48**

EINZELHANDELSSPRINTS

Kreative Lösungen für Osterstraße und Co.

Der Cross Innovation Hub hat es Einzelhändler*innen verschiedener Viertel ermöglicht, Lösungen für ihre Quartiere zu entwickeln. In drei Sonderformaten brachte er die Interessengemeinschaften mit Kreativen zusammen: im Grindelviertel, am Reiherstieg und in der Osterstraße. Letztere stellt den Einzelhandel durch umfangreiche Baumaßnahmen vor die Frage: Wie können wir Sichtbarkeit (zurück)gewinnen und damit umgehen, dass Laufkundschaft ausbleibt? Die Formate entstanden in Kooperation mit der Behörde für Wirtschaft und Innovation (BWI) sowie den zuständigen Bezirksämtern.

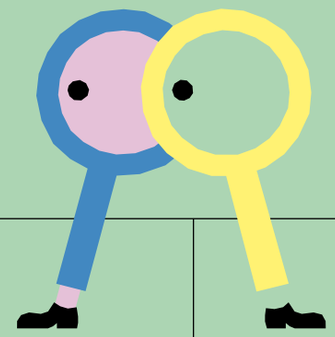
Eine folgenreiche Verbindung

Der Kinder- und Jugendbuchverlag Carlsen und das Wirtschaftsmagazin brand eins treffen im SPACE aufeinander – und vereinen ihre Kernthemen in einer neuen Publikation. weil. ist das erste Wirtschaftsmagazin für Kinder, gemeinsam weiterentwickelt am Kreativort von nextMedia.Hamburg in der Speicherstadt.

MEHR ZUM SPACE: **S. 50**

Ausblick

Was steht als Nächstes an? Diese Themen sind bereits angestoßen und werden im Jahr 2025 die Agenda der Hamburg Kreativ Gesellschaft bestimmen.



Social Design Days

Was kann Design für unser gesellschaftliches Miteinander tun? Social Design setzt sich mit gestalterischen Perspektiven auseinander, die auf einen achtsameren Umgang mit unseren Ressourcen, Mitmenschen und unserer Umwelt abzielen. Vom 16. bis 22. Juni 2025 bietet das Design Zentrum Hamburg der Disziplin eine Bühne – mit einer partizipativen Ausstellung, inspirierenden Talks und Workshops sowie mit Projekten an verschiedenen Orten in der Stadt.

Cross Innovation Day

Unter dem Motto „Perspektive wechseln – Wirtschaft nachhaltig gestalten“ zeigt der Cross Innovation Hub am 12. Juni 2025 neue Wege im Innovationsmanagement. Beim 2. Cross Innovation Day treffen Vertreter*innen von kleinen und mittleren Unternehmen, Konzernen, Politik und Verwaltung auf hochqualifizierte Expert*innen der Kreativwirtschaft und diskutieren über den Impact interdisziplinärer Zusammenarbeit – in Keynotes, Workshops, Prototypenausstellungen und exklusiven Networking-Events.

Cross Innovation @ Hamburg Sustainability Week

Die Hamburg Sustainability Week erweitert die gleichnamige Conference im Juni 2025 mit öffentlichen Events, Kampagnen und Innovationsprogrammen – und dient als Katalysator für nachhaltige Entwicklung in der Hansestadt. Mit dem Format „Sustainable Transformation“ bietet der Cross Innovation Hub Hamburger Unternehmen hier die Möglichkeit, mit ihren Herausforderungen und Zukunftsfragen im Nachhaltigkeitsbereich in einen Innovationsprozess mit Kreativ-Profis zu gehen.

Portside Game Assembly

Die Portside Game Assembly ist das neue B2B-Event für die Indie-Gamesbranche. Es findet vom 26. bis 27. Juni 2025 statt, wird von Gamecity Hamburg organisiert und umfasst Networking-Brunch, Conference und Industry Party. Die Conference richtet sich exklusiv an führende Indie-Entscheider*innen aus Europa, während Brunch und Party den Austausch mit der lokalen Gamesbranche in entspanntem Ambiente fördern. Das Event verbindet Innovation, Wissensaustausch und Networking.

Creative Business Academy 2.0

Wie machen Kreative ihre Geschäftsmodelle zukunftsfähig? Die Creative Business Academy bietet in einem achtmonatigen Programm wertvolle Unterstützung bei der strategischen Weiterentwicklung. In Workshops, Vorträgen und Peer-Learning wird praxisnah erarbeitet, wie Strategie, Akquise oder Technologie das eigene Unternehmen nachhaltig und marktorientiert stärken.

KI-Konferenz

Im November findet in Hamburg zum ersten Mal die KI-Fachkonferenz für die deutschsprachige Medien- und Digitalwirtschaft statt. Der Fokus liegt auf der Frage, wie Künstliche Intelligenz die Branche aktuell und in Zukunft verändert. Zielgruppe der Veranstaltung sind Entscheider*innen und KI-Strateg*innen, die Einblicke, Inspiration und praxisnahe Ansätze für den strategischen Umgang mit KI suchen.

„Räume sind Teil unserer DNA“

Mehr Raum für Hamburgs Kreative: Die Erfolgsgeschichte begann in einem sanierungsbedürftigen Schulungszentrum in Rothenburgsort, der ersten von der Hamburg Kreativ Gesellschaft verwalteten Immobilie. Heute vermittelt sie Räume in der ganzen Stadt – von spannenden Off-Locations bis zu innerstädtischen Premiumlagen – und ist gefragte Expertin für urbane Räume. Seit einem Jahrzehnt für diese Entwicklung mitverantwortlich: Dr. Katja Wolframm, Leiterin des Bereichs Immobilien und Stadtentwicklung.

ZUR PERSON

Dr. Katja Wolframm studierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Universität Lüneburg. Nach dem Studium ging es zweigleisig weiter: einerseits als Geschäftsführerin eines Ladens für handwerklich hergestelltes Modedesign, andererseits promovierte sie über das Thema „Region in der globalen Wirtschaft“. Bei der Hamburg Kreativ Gesellschaft ist sie zuständig für Fragen zu Gewerbeimmobilien, Zwischennutzungen und Ansprechpartnerin für Mietobjekte.

Die Erschließung und Vermittlung von Räumen für Kreative ist seit der Gründung ein zentraler Aufgabenbereich der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Was zeichnet die Expertise des Immobilienteams aus?

Wir blicken aus mindestens zwei Perspektiven auf das Thema Raum. Mit der Binnensicht der Kreativwirtschaft und dem damit verbundenen Ziel, passgenaue Arbeitsräume und Produktionsorte für die Akteur*innen der Branche zu finden. Und mit einer Außenperspektive, aus der kreative Orte ein enormes Potenzial für die Stadtentwicklung, für eine belebte Innenstadt und attraktive Quartiere bieten.

Warum ist das Thema Raum so essenziell für Kreative?

Jede Branche benötigt bestimmte Räume für optimale Arbeitsbedingungen. Tatsächlich gibt es in der Kreativbranche Raumbedarfe, die auf dem regulären Immobilienmarkt gar nicht zum Zuge kommen. Sei es, weil wir sehr preissensible Bereiche wie die bildenden oder darstellenden Künste haben. Oder weil mehrere Assetklassen in einer Nutzung kombiniert werden müssen: zum Beispiel ein Designstudio, das neben klassischen Büroarbeitsplätzen auch eine Werkstatt mit vier Metern Deckenhöhe für Prototypen benötigt. Für viele dieser Raumbedarfe verzeichnen wir eine Angebotslücke auf dem Markt.

Lassen sich dabei Entwicklungen erkennen?

Die Lücken und Handlungsbedarfe verschieben sich. Ein Beispiel: Zu Beginn haben wir viele Anfragen zu Einzelarbeitsplätzen bekommen. In den letzten Jahren wurden immer mehr Co-Working-Spaces eröffnet, sodass fast ein Überangebot herrscht. Manche Raumbedarfe lassen sich durch den Markt decken – für den anderen Teil braucht es Programme und Wirtschaftsförderer wie die Kreativ Gesellschaft.

„Institutionen wie das Molotow sind wichtig für eine Stadt: Es sind auch die Kultur- und Kreativorte, die Menschen dazu bewegen, für ihren Lebensmittelpunkt nicht die Provinz, sondern die Großstadt zu wählen.“

Ist es schwieriger geworden, Räume für die Kreativbranche zu erschließen?

Wir erleben tatsächlich ein wachsendes Interesse der Immobilienwirtschaft an kreativen Nutzungen. Dazu trägt unser Förderprogramm Frei_Fläche erheblich bei, weil es leer stehende Gewerbeflächen für kreative Zwischennutzungen öffnet und dabei für positive Erfahrungen sorgt. Frei_Fläche ist eine gute Übergangslösung für die Transformation von Innenstadt oder Quartierszentren – und bekämpft ganz konkret die negativen Effekte von Leerstand. Die Folgen der Coronapandemie haben neben dem Einzelhandel auch Auswirkungen auf den Büromarkt. Vermieter*innen und Eigentümer*innen stellen sich vermehrt die Frage: Wie bekomme ich einen funktionierenden Nutzungsmix innerhalb eines Objekts? Kreativwirtschaftliche Nutzungen sind immer öfter ein Teil der Antwort.

Was sind aktuell die größten Herausforderungen?

Hamburg ist eine wachsende und sich stark verdichtende Stadt. Neben dem Preisdruck ist deshalb die Verfügbarkeit von Flächen ein großes Thema. Es setzen Verdrängungseffekte ein und bestimmte Nutzungen lassen sich immer schwieriger unterbringen. Das merken wir besonders stark in der Musikwirtschaft. Die Kreativ Gesellschaft arbeitet deshalb mit der Stadt daran, Standorte für Clubs zu sichern und neue Orte zu entwickeln – zum Beispiel auf der Reeperbahn und im Oberhafen. Institutionen wie das Molotow sind wichtig für eine Stadt: Es sind auch die Kultur- und Kreativorte, die Menschen dazu bewegen, für ihren Lebensmittelpunkt nicht die Provinz, sondern die Großstadt zu wählen. Zu den Herausforderungen zählt auch das Thema Genehmigungen. Wenn Kreative und kreativwirtschaftliche Unternehmen in Immobilien gehen, dann passen die ursprünglichen Nutzungstypologien häufig nicht mehr. Weil auf dem gleichen Raum eben nicht nur Einzelhandel oder Büroarbeit stattfindet, sondern auch Produktion oder Veranstaltungen.

Diese Themen könnt ihr nicht allein lösen. Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit der Stadt?

Als Teil der Stadt Hamburg arbeiten wir sehr eng mit den Behörden und anderen städtischen Institutionen an Lösungen. Ein gutes Beispiel für Mut zum Experiment ist das Thema Innenstadt. Zum einen mit der Förderung von Pilotprojekten, die verborgene Potenziale der Innenstadt sichtbar machen. Und zum anderen mit dem FABRIC – Future Fashion Lab, das die Chancen urbaner Modeproduktion auslotet.

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft vermittelt und vermietet Räume in der ganzen Stadt. Welche Orte ragen dabei besonders heraus?

Der Jupiter in der Mönckebergstraße ist natürlich ein ganz besonderes Projekt. Allein schon durch die Größe und architektonischen Herausforderungen des ehemaligen Kaufhauses, das wir im Rahmen von Frei_Fläche für temporäre Kreativnutzungen geöffnet haben. Aber auch, weil sich Jupiter als kreativer und offener Ort für die Stadtgesellschaft als Ganzes etabliert hat. Einen anderen, aber gleichermaßen spannenden Ansatz verfolgen wir bei Kreativimmobilien wie dem Speicher M28. Hier versammeln wir ein Cluster aus Kreativunternehmen mit Technologieschwerpunkt.

Zum Abschluss ein Ausblick: Welche Immobilienthemen werden die Kreativ Gesellschaft in den kommenden Jahren besonders beschäftigen?

Räume für Kreative zu sichern und zu schaffen, bleibt eine wichtige Aufgabe – und ist Teil unserer DNA. Transformation ist dabei ein zentrales Konzept, das uns auch in Zukunft stark beschäftigen wird: von einzelnen Gebäuden, größeren Arealen oder der ganzen Innenstadt. Gerade in den Kreativarealen, also räumlichen Clustern für die Branche, sehen wir große Synergien und Potenziale für eine Stärkung der Kreativwirtschaft. Ob im Oberhafen, dem Hochwasserbassin im Hamburger Osten oder am Diebsteich. Die Stadt profitiert davon, gute Arbeitsbedingungen für Kreativschaffende zu bieten und sich so selbst als kreative Stadt zu positionieren. ●

Ob Möbel oder Mode: Im Jupiter können Kreative ihre Produkte mitten in der Stadt präsentieren.

● ÜBER DAS PROGRAMM

FREI_FLÄCHE
Mit dem Programm Frei_Fläche verwandelt die Hamburg Kreativ Gesellschaft Leerstände von Altona bis Bergedorf in temporäre Ateliers, Geschäfte, Ausstellungsorte und vieles mehr. Davon profitieren Kreative, weil sie – die oft attraktiv gelegenen – Räume kostengünstig mieten können. Immobilieneigentümer*innen vermeiden durch die kreative Zwischennutzung Leerstand und werten ihre Flächen auf. Das Konzept geht auf – und Frei_Fläche wird 2025 fortgeführt.

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Happy Birthday!

Der SPACE von nextMedia.Hamburg hat seinen ersten Geburtstag gefeiert – und was war das für ein Jahr! Mit diversen Nutzer*innen, von Soloselbstständigen über Start-ups bis hin zu etablierten Unternehmen, und einer Vielzahl von Austauschmöglichkeiten etabliert sich der Arbeitsort in der Speicherstadt als Anlaufstelle für die Media- und Techbranche.

Mehr als **7.000** Nutzer*innen

Über **190** Workshops und Events

33 Start-ups

13 Partner:
ARIC, Carlsen, dpa, Google, Jung von Matt, Meta, nextReality.Hamburg, Norddeutscher Rundfunk, NOZ, pilot, Rocket Beans, Snap, Ströer, Zeit Online

Nachhaltig zum Erfolg

Das Hamburger Label Jan ’n June startete 2014 als Vorreiter nachhaltiger Mode und hat sich durch kluges Wachstum am Markt etabliert. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft begleitet die Gründerinnen – auf dem Weg vom ersten Crowdfunding bis zum Jubiläums-Pop-up.

LINKS Juliana „Jula“ Holtzheimer wollte weder gründen noch einen Hund – nun sitzt sie glücklich mit Alfi in ihrem eigenen Showroom.

TEXT Isabelle Buckow

Manchmal entsteht eine Idee im Kopf, aber es braucht diese eine Besonderheit, die sie vom Wettbewerb abhebt. Etwas, das es so noch nicht gibt.

Juliana „Jula“ Holtzheimer und Anna Bronowski kam diese Idee im Sommer 2013, kurz vor Abschluss ihres Mode-und-Designmanagement-Studiums. Sie saßen vor einer Bar im Hamburger Schanzenviertel und sprachen über die neue H&M-Tochter & Other Stories. „Da kündigen sie schon ein neues Konzept mit höherem Preispunkt und neuen Lieferketten an, aber nichts daran ist nachhaltig oder fair“, sagte eine der beiden Frauen. „Es kann doch nicht so schwer sein, schöne, bezahlbare Mode zu machen, die trotzdem nachhaltig und fair produziert ist!“

Unterstützung ab der ersten Stunde

Holtzheimer und Bronowski stellten einen Businessplan auf, entwickelten Ideen für Designs, Vertrieb, Logistik, bekamen ein Darlehen von ihren Eltern und sammelten 11.418 Euro über Nordstarter ein. Die von der Hamburg Kreativ Gesellschaft betriebene regionale Crowdfunding-Plattform war bis Ende 2019 eine wichtige Anlaufstelle für kreativwirtschaftliche Projekte. Im August 2014 gründeten sie ihr eigenes Modelabel Jan ’n June, benannt nach ihren Geburtsmonaten. Ihr Arbeitsplatz in den ersten vier Jahren:

● ZU DEN PERSONEN

Juliana „Jula“ Holtzheimer und Anna Bronowski lernten sich 2010 während ihres Mode-und-Designmanagement-Studiums an der AMD Hamburg kennen. Im August 2014 machten sie sich selbstständig und kreierten ihre ersten Kollektionen – in Annas Elternhaus. Als das Team von Jan ’n June wuchs, bewarben sich die Gründerinnen 2018 um einen Boden im Kreativspeicher M28 in der Speicherstadt. Noch im selben Jahr zogen sie ein. Heute arbeiten 18 Menschen im Atelier von Jan ’n June – und Bürohund Alfi.

„Für uns war es eine perfekte Starthilfe, so zentral einen Showroom zu haben. Es hat uns geholfen, professioneller zu wirken und uns zu festigen.“

das Elternhaus von Anna Bronowski in Wellingsbüttel, einem Stadtteil im Nordosten Hamburgs. „Wir mussten erst einmal Geld verdienen“, sagt Holtzheimer. Einen klassischen Investor wollten die Gründerinnen nicht, die Orientierungsberatung der Hamburg Kreativ Gesellschaft kam jedoch gerade richtig. „Der Experte der Kreativ Gesellschaft hat unsere Finanzfragen beantwortet und uns bei der Entwicklung der nächsten Schritte geholfen“, so Holtzheimer. „Das hat uns nach vorne gebracht.“

Lückenlos vom Alpaka bis zur Strickerei

Heute steht Juliana Holtzheimer im Showroom von Jan ’n June am Sandtorkai und sagt: „Wir hatten nie die Absicht, ein Label zu gründen. Geschweige denn selbstständig zu sein. Das hat sich einfach so ergeben.“ Es ist ein Vormittag Anfang Januar, Holtzheimer steht vor Kleiderständern, an denen Tops, Blusen, Pullover und Röcke hängen – die neue Herbst-Winter-Kollektion 2025/2026, soeben eingetroffen.

„Erstmals sind auch Stücke aus Alpakawolle dabei“, sagt Holtzheimer. Sie zieht einen auberginefarbenen Strickpullover von der Stange, fair und transparent produziert. Die gesamte Lieferkette des Pullovers lässt sich über einen QR-Code auf dem Etikett nachverfolgen, lückenlos vom Alpaka bis zur Strickerei. „Wir haben eine Eco-ID für jedes Kleidungsstück geschaffen“, sagt Holtzheimer. „Eine Art Personalausweis, den man mit dem Smartphone abrufen kann. Für uns gehört Transparenz zu nachhaltiger Mode dazu und war anfangs ohne Zertifizierung die einzige Möglichkeit, aufzuzeigen, wie ernst wir es meinen.“

Der schwarz-weiße QR-Code erfüllt nicht nur Holtzheimers und Bronowskis Bedürfnis nach Transparenz – er sorgte auch für eine kleine Revolution in der Modewelt. Denn 2014 galt für fast alle Jeans, Pullover, T-Shirts oder Unterwäsche: Herkunft unbekannt. „Der Bezug zu aktuellen Modetrends, die Nachhaltigkeit, der Preis – in dieser Kombination gab es das damals noch nicht“, sagt Holtzheimer. „Dadurch konnten wir Kund*innen gewinnen, die gern nachhaltiger und fairer konsumieren wollten, aber nichts fanden, das ihrem Stil entsprach.

Ein Showroom in bester Lage

Heute sitzt das Label mit Büro und Showroom mitten in der Speicherstadt – im Kreativspeicher M28, direkt am Fleet. Ein Fahrstuhl führt hinauf in den sechsten Stock, auf eine geräumige Loftetage. Während Holtzheimer im Showroom die neuesten Pullover und Blusen präsentiert, wird im Nachbarbüro an interaktiven Musikerlebnissen in VR getüftelt. Einst lagerten hier Kaffee, Kakao, Tabak und Kautschuk. Doch seit 2018 vermietet die Hamburg Kreativ Gesellschaft den umgebauten Speicher als Atelier-, Büro-, Werkstatt- und Ausstellungsfläche kostengünstig an Hamburger Kreativunternehmen. Eine Jury entscheidet über die neuen Mietenden.

OBEN Auf 35 Quadratmetern zeigte das Label ihre Designs im Pop-up-Raum des FABRIC.

RECHTS Mit Jan ’n June können sich Kund*innen von Kopf bis Fuß nachhaltig einkleiden.

OBEN Holtzheimer begutachtet die aktuelle Damenkollektion, bevor sie auf den Fashionshows präsentiert wird.

RECHTS Showroom und Büro: Im Kreativspeicher M28 findet das Label sein Zuhause.

„Gerade Kleidung ist ein Riesenhebel, wenn es darum geht, unsere Umwelt zu schützen.“

● ZU DEN PROGRAMMEN

INDIVIDUELLE ORIENTIERUNGSBERATUNG
Wer bereits gegründet hat oder eine konkrete Gründungsidee mitbringt, findet in der Orientierungsberatung der Hamburg Kreativ Gesellschaft die passende Unterstützung. Mögliche Themen einer Beratung sind etwa Wege zur wirtschaftlichen Weiterentwicklung, nächste Schritte und Fördermöglichkeiten.

IMMOBILIENVERMIETUNG
Vom Leerstand zum Kreativhotspot: Die Hamburg Kreativ Gesellschaft findet, entwickelt und vermittelt Flächen für kreative Nutzungen in ganz Hamburg. Das M28 in der Speicherstadt ist nur eine von vielen Immobilien, die langfristig an Kreative vermietet werden.

FABRIC POP-UP-SHOP
FABRIC bietet Raum für nachhaltige Mode und neue Wege in der Textilbranche. Teil des ganzheitlichen Konzepts ist ein Pop-up-Shop, der von ausgewählten Designer*innen und Modelabels wochenweise gemietet werden kann.

Als Holtzheimer und Bronowski von der Möglichkeit hörten, bewarben sie sich sofort – und zogen im Sommer 2018 ein. „Für uns war es eine perfekte Starthilfe, so zentral einen Showroom zu haben. Es hat uns geholfen, vor B2B-Kund*innen professioneller zu wirken und uns zu festigen“, sagt Holtzheimer. Inzwischen arbeiten sie hier mit einem 20-köpfigen Team. „Als Start-up hast du normalerweise keine Adresse am Sandtorkai – und nach Wellingsbüttel sind die Einkäufer*innen aufgrund der Entfernung nicht so gern gekommen.“

Das Label arbeitet heute mit sechs Betrieben aus Portugal, Bulgarien, der Türkei und – der ersten Produktionsstätte – Polen, viele davon zertifiziert nach Gobal Organic Textile Standards (GOTS). „So können wir die Fabriken zwei Mal im Jahr besuchen und bleiben eng in Kontakt.“ Die meiste Kundschaft kommt aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Bestellungen aus Frankreich und Niederlande nehmen zu. „Wir verkaufen nicht nur online, sondern auch in circa 150 Läden, die uns führen“, sagt Holtzheimer. „Die haben einen bestimmten Orderzeitraum.“ Und der startet jetzt. Für das Team von Jan ’n June heißt das: Präsentationen vorbereiten, Einkäufe koordinieren, Messen und Showrooms mit der neuen Kollektion besuchen. Es geht nach Berlin, danach nach Düsseldorf.

Jan ’n June im FABRIC

In Hamburg konnten Kund*innen die Fair Fashion des Labels an einem besonderen Ort bestaunen: im FABRIC – Future Fashion Lab, dem neuen Modehub der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Anlass war der 10. Geburtstag von Jan ’n June, zu dem Holtzheimer und Bronowski etwas Besonderes machen wollten: einen Pop-up-Store. „Das FABRIC begeistert mich schon von Anfang an“, sagt Holtzheimer, die sich mit ihrem Label dem Netzwerk angeschlossen hat, das sich auf nachhaltige Modeschöpfung fokussiert.

In den stylishen Räumlichkeiten in der Großen Bleichen konnten Kund*innen im Sommer drei Wochen lang durch die Kollektion von Jan ’n June stöbern und sie unverbindlich anprobieren. „Die Resonanz war gut“, sagt Holtzheimer, „unsere Kund*innen fanden es großartig.“

Die Vision von ihrem Abend damals im Schanzenviertel haben Holtzheimer und Bronowski verwirklicht – dass Mode und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen. Aber besser geht es immer, findet Gründerin Holtzheimer. Deshalb sollen bei Jan ’n June künftig noch mehr alternative Materialien eine Rolle spielen: „Gerade Kleidung ist ein Riesenhebel, wenn es darum geht, unsere Umwelt zu schützen.“ Mit Recycling-Plastik, -Baumwolle und -Mohair. Und mit dem kleinen QR-Code, der alles verändert. ●

Hamburgs Kreativbranche

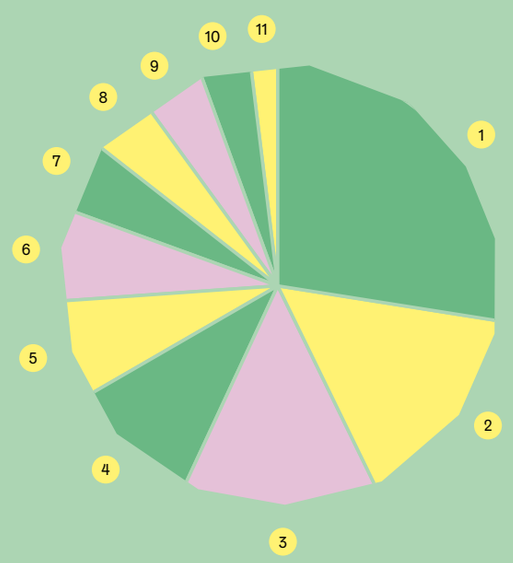
101.895 Menschen

arbeiten in der Hamburger Kreativwirtschaft

Davon sind **31.116** selbstständig tätig

rund 58 % davon mit einem Jahresumsatz von weniger als 22.000 Euro

Hier arbeiten Hamburgs Kreative



1. 32.548 Software/Games
2. 18.002 Design
3. 16.595 Werbung
4. 11.373 Presse
5. 8.514 Film
6. 7.646 Architektur
7. 5.881 Darstellende Kunst
8. 5.390 Musik
9. 5.168 Rundfunk
10. 4.332 Buch
11. 2.073 Kunst

Alle Daten entstammen dem Goldmedia Standortmonitor nach der Methodik des BMWK Kultur- und Kreativwirtschaft (Stand: Februar 2025). Die Daten beziehen sich auf das Jahr 2022.

11,42 Mrd. Euro

Umsatz wurden 2022 erwirtschaftet

davon **117,4 Mio. Euro** durch Kleinunternehmer*innen

Die umsatzstärksten Branchen

Diese Teilmärkte erwirtschafteten 2022 mehr als 1 Milliarde Euro Umsatz:

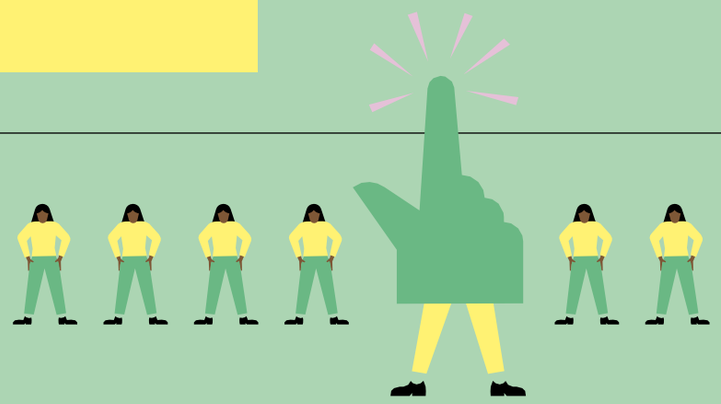
Software/Games
2.979.044.000 Euro

Werbung
2.931.615.000 Euro

Presse
2.408.778.000 Euro

Design
1.706.432.000 Euro

Jedes **7.** Unternehmen in Hamburg gehört zur Kreativwirtschaft



Ein Erfolgs-modell für alle Saiten

Mit Polytone macht Philipp Klotz hochwertige Instrumente für alle zugänglich. Die Idee: Privatanleger*innen investieren in wertbeständige klassische Instrumente, die Musiker*innen über eine Leasing-Plattform ausleihen und spielen können. Ein Win-win-Modell, das überzeugt.

LINKS Philipp Klotz im SPACE – hier knüpft der Unternehmer wertvolle Kontakte.

TEXT Marie-Louise Schlutius

„Ich habe lange nach dem idealen Kontrabass gesucht. Erst bin ich in ein kleines katalanisches Dorf gefahren. Zurück in Deutschland musste ich leider feststellen, dass das Instrument nicht hundertprozentig passte. Nachdem ich es wieder nach Spanien brachte, habe ich in Hamburg endlich den Kontrabass gefunden, der klanglich und ergonomisch perfekt zu mir passt“, erzählt die kolumbianische Musikerin Luisa Gonzalez, die an der Hamburgischen Staatsoper spielt.

Wie Gonzalez geht es vielen Musiker*innen: Hochwertige Instrumente sind für den künstlerischen Erfolg in der klassischen Musik unerlässlich. Während der Weg dorthin für Luisa Gonzalez besonders lang war, bleibt er für viele vor allem ein teures Privileg. Hier setzt Philipp Klotz an. Mit seinem Start-up Polytone ermöglicht er talentierten Künstler*innen unabhängig von ihrer finanziellen Situation, auf erstklassigen Instrumenten zu spielen.

Eine Sprache, die verbindet

Im Alter von fünf Jahren entdeckte Klotz seine Leidenschaft fürs Cello. In der zehnten Klasse ging er als Jungstudent nach Lübeck und spielte parallel in der Initiative Jugendkammermusik in Hamburg. Er tat es für sich – und verfolgte nie das Ziel, selbst hauptberuflich Musiker zu werden. Stattdessen studierte er Politik- und Wirtschaftswissenschaften in Lüneburg und London, arbeitete in Berlin und Myanmar.

„Die Idee, Lösungen zu finden, die auch meine Liebe zur Musik widerspiegeln, hat mich immer angetrieben“, erzählt Philipp Klotz. Musik ist für ihn nicht nur Klang, sondern eine universelle Sprache, die Menschen verbindet.

„Unsere Vision ist es, Musiker*innen die Freiheit zu geben, sich ganz auf ihre Kunst zu konzentrieren – ohne finanzielle Hürden.“

Ein hoher Preis

Anfang 2023 gründete Philipp Klotz Polytone und reagierte mit dem Start-up auf die steigende Nachfrage der rund 65.000 Streichinstrumentalist*innen in Deutschland. Für hochwertige Instrumente müssen sie oft weit mehr als 10.000 Euro auf den Tisch legen. Eine Violine des berühmten italienischen Geigenbauers Giuseppe Guarneri kann bis zu 30 Millionen Euro kosten. Denn: Weltweit existieren von ihm nur noch etwa 200 Exemplare.

„Die hohen Preise der Instrumente spiegeln ihre handwerkliche Qualität wider. Zudem steigt ihr Wert oft mit dem Alter. Um ihre Klangqualität zu bewahren, ist es notwendig, sie regelmäßig zu spielen“, sagt Klotz. Die klassische Musik in Deutschland ist laut dem Gründer weltweit führend – mit der höchsten Anzahl professioneller Orchester, steigenden Studierendenzahlen und großem internationalen Interesse.

Die Musik im Blick

Mit einer bezahlten Mitgliedschaft bei Polytone erhalten die Künstler*innen Zugang zu Instrumenten, die ihnen sonst oft verwehrt bleiben. „Unsere Vision ist es, Musiker*innen die Freiheit zu geben, sich ganz auf ihre Kunst zu konzentrieren – ohne finanzielle Hürden“, betont der Wirtschaftswissenschaftler. Auch Angebote wie persönliches Coaching, eine Instrumentenversicherung sowie Auftrittsmöglichkeiten gehören dazu.

Polytone setzt auf erstklassige Instrumente, die für die klassische Musik unverzichtbar sind. Investor*innen können gezielt in einzelne Instrumente oder in einen diversifizierten Pool einzahlen und profitieren von jährlichen Renditen aus den Mitgliedsbeiträgen – eine Anlageform, die nicht nur kulturellen Wert schafft, sondern auch von der potenziellen Wertsteigerung älterer, gut erhaltener Instrumente getragen wird.

Hamburg lockt mit Netzwerk und Förderung

Kurz nach der Gründung in Berlin nahm Polytone am Inkubatorprogramm Music WorX der Hamburg Kreativ Gesellschaft teil – ein zentraler Schritt für die Entwicklung des Projekts vom Konzept zum erprobten Geschäftsmodell. Philipp Klotz betont: „Die Struktur und die Unterstützung von Music WorX waren ein wichtiger Baustein für unser Weiterkommen.“

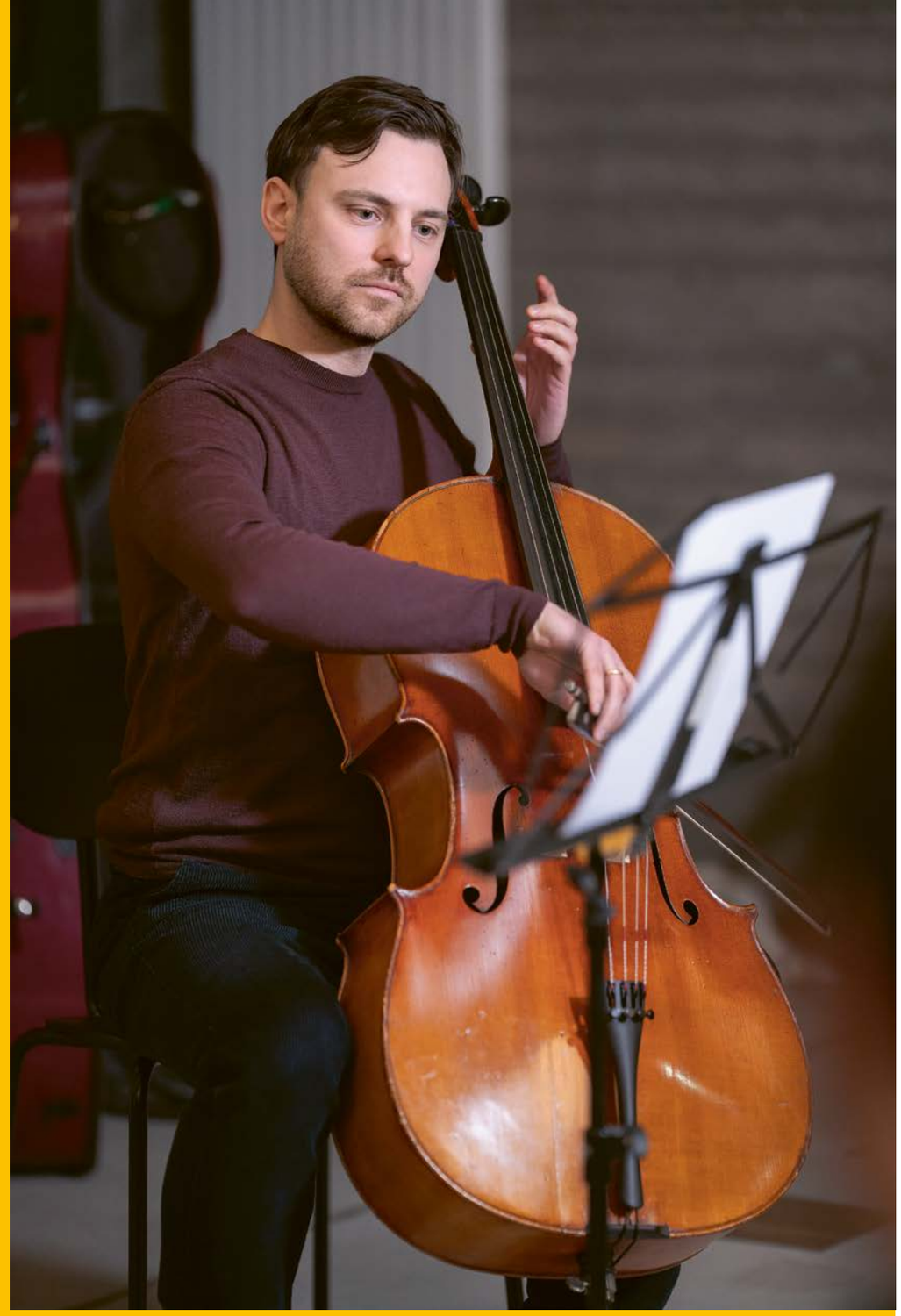
● ÜBER DIE PROGRAMME

MUSIC WORX
Music WorX ist das Inkubatorprogramm der Hamburg Kreativ Gesellschaft für Start-ups an der Schnittstelle von Musik und Technologie. Das dreimonatige Programm bietet agile Starthilfe und nachhaltige Vernetzung – zum Beispiel mit den hochkarätigen Mentor*innen, die die Teams begleiten.

WORKSPACE FÖRDERUNG
Die Workspace Förderung bietet kostenlose Arbeitsplätze im Innovationsraum SPACE. Start-ups profitieren sechs Monate lang von Arbeits-, Workshop- und Meetingräumen und können eigene Events veranstalten. Dabei arbeiten sie in unmittelbarer Nähe zu anderen Gründer*innen und den Partnerunternehmen des SPACE.

OBEN Sein Konzept konnte Klotz im Inkubatorprogramm Music WorX weiterentwickeln.

LINKS Je älter, desto wertvoller: eine Investition in Instrumente lohnt.



Polytone-Gründer Philipp Klotz übt Cello, seit er fünf Jahre alt ist.

„Die Stadt bietet uns die perfekte Mischung aus kulturellem Netzwerk und unternehmerischer Unterstützung.“

ZUR PERSON

Philipp Klotz begann im Alter von fünf Jahren mit dem Cellospiel. Während seiner Schulzeit wurde er als Jungstudent an der Musikhochschule Lübeck gefördert, wo er neben dem regulären Schulunterricht eine intensive musikalische Ausbildung erhielt. Nach dem Abitur studierte Philipp Klotz Kultur, Politik und Wirtschaft an der Leuphana Universität Lüneburg und verbrachte Studienzeiten in Spanien und London, immer mit dem Cello im Gepäck. Seine internationale Karriere führte ihn auch nach Myanmar, wo er für die UNESCO in den Bereichen Existenzgründungsförderung und Pressefreiheit tätig war. Dort spielte er in einem Orchester und einer Kammermusikgruppe, denn die Musik half ihm stets, sich einzuleben.

Music WorX ist ein öffentlich geförderter Inkubator, der sich speziell an Start-ups aus dem Bereich Musik und Technologie richtet. Hier konnte Polytone die Beziehungen zu Mentor*innen, Investor*innen und Institutionen stärken. Das beste Beispiel: Agnes Chung, Mentorin bei Music WorX und Mitgründerin von musicube, ist nun Mitglied im Beirat des Start-ups. Über das Speed-Mentoring ergaben sich zudem nützliche Kontakte, die schließlich zur Aufnahme in das Förderprogramm „InnoFinTech“ führten.

Bis Ende 2023 war Polytone in der Berlin ansässig. Anfang 2024 zog Philipp Klotz mit seinem Start-up nach Hamburg – ein bewusster Schritt, um das Unternehmen weiter voranzubringen. „Die Stadt bietet uns die perfekte Mischung aus kulturellem Netzwerk und unternehmerischer Unterstützung“, betont Klotz. Durch die Workspace Förderung von nextMedia. Hamburg im SPACE und den Austausch mit anderen Kreativen in der HafenCity ist Polytone längst in der Hansestadt angekommen.

Sehbare und hörbare Investition

Es hat sich herumgesprochen, dass Polytone eine Möglichkeit bietet, hochwertige Instrumente zugänglich zu machen. Die steigende Nachfrage zeigt sich in einer immer länger werdenden Warteliste mit Interessent*innen aus Dänemark, Frankreich, Österreich und Deutschland. 2024 konnte Polytone unter anderen die Kontrabassistin Luisa González unterstützen. „Es ist mein Traum, eines Tages Künstler*innen dieselbe Chance zu geben, die auch ich bekommen habe“, sagt sie. Der kolumbianischen Musikerin liegt es am Herzen, die nächste Generation von Talenten zu unterstützen – und irgendwann nicht nur Musikerin, sondern auch Polytone-Investorin zu sein.

Mit innovativen Ansätzen wie Polytone wird die Kreativwirtschaft in Hamburg gezielt gefördert. Ein Konzept, das nicht nur Musikschaffende, sondern auch Investor*innen inspiriert, die ihre Anlage auf den Bühnen der Stadt sehen und hören können.

Level für Level

Manny Hachey beobachtet seit mehr als einem Jahrzehnt die Gamesbranche – als Angel-Investorin, Mentorin im Programm Games Lift und Beraterin im Pitch Level Up der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Sie erklärt, wie kleine Studios besser starten – und welche Unterstützung das Ökosystem in Hamburg bietet.

Die Gamesbranche hat schon bessere Zeiten erlebt. Geht es gerade allen schlecht oder bietet die Krise auch Chancen für kleinere Studios?

Die Krise betrifft vor allem große Unternehmen, die unrealistische Wachstumsziele hatten. Ich bin mir aber trotzdem nicht sicher, ob sie kleineren Studios Chancen bietet, schließlich sind Entwicklung und Vermarktung eines Spiels zwei verschiedene Dinge. Die derzeitige Situation macht es vielleicht einfacher, talentierte Entwickler*innen zu finden, aber besonders für kleinere Studios ist es weiterhin herausfordernd, am überfüllten Markt sichtbar zu werden. Auf der Plattform Steam werden Tausende von Spielen pro Jahr veröffentlicht. Und mehr Start-ups bedeuten auch mehr Wettbewerb um Fördermittel und Publisher.

„Damit Hamburg ein Zentrum für Spieleentwicklung bleibt, müssen wir die besten Programme anbieten.“

In deiner Rolle als Mentorin und Angel-Investorin siehst du eine Menge Pitches für neue Spiele. Was braucht es, um dein Interesse zu wecken?

Ein unterhaltsames Konzept und das dazugehörige Team. Viele Angel-Investor*innen entscheiden subjektiv. Wir suchen nach Spielen, die wir selbst gerne spielen würden. Aber letztlich überzeugt nicht nur die Idee, sondern auch die Frage, ob das Team in der Lage ist, sie erfolgreich umzusetzen.

Welche Rolle spielen Förderprogramme wie die Prototypenförderung der Hamburg Kreativ Gesellschaft bei der Gründung neuer Studios?

Eine enorm wichtige: Games und insbesondere Indie-Games sind – wie alle anderen kulturellen Medien auch – auf öffentliche Mittel und Unterstützung angewiesen. Sie ermöglichen es jungen Teams, Ideen umzusetzen. Es gibt inzwischen deutschlandweit eine ganze Reihe solcher Angebote. Hamburg braucht attraktive Programme, um mit Regionen wie Nordrhein-Westfalen oder Bayern konkurrieren zu können und Talente zu halten. Damit Hamburg ein Zentrum für Spieleentwicklung bleibt, müssen wir die besten Programme anbieten.

Wie können kleine Studios langfristig erfolgreich sein?

Indem sie ein Spiel herausbringen! Dann noch eins und dann noch eins. Beim vierten Spiel haben sie vielleicht schon ein paar Fans und eine Community aufgebaut. Dann werden sie feststellen, dass die Publisher offener dafür sind, Projekte zu besprechen. Ganz wichtig: Das erste Spiel sollte nicht zu ambitioniert sein – junge Teams sollten nicht versuchen, das nächste League of Legends zu entwickeln, sich dabei verschulden und monatelang Publishern hinterherjagen. Kleinere, realistische Projekte können zu nachhaltigem Erfolg führen.

Als du in den Investitionssektor für Videospiele eingestiegen bist, hast du auch ein neues Studio gegründet. Warum hast du beides gleichzeitig gemacht?

Unser Studio Positive Impact Games ist die erste Investition, die wir getätigt haben. Wir wollten nicht in junge Teams investieren, ohne zu wissen, wie man es am besten macht. Wie spielen Verträge, Eigenkapital und deutsches Recht zusammen? Mit unserem Studio riskieren wir unser eigenes Geld. All die Lektionen, die wir – manchmal auf die harte Tour – lernen, sind Dinge, die wir in Zukunft anderen Start-ups beibringen können. Wir planen, innerhalb der nächsten fünf Jahre in junge Teams zu investieren, insbesondere in Deutschland.

ZUR PERSON

Manny Hachey ist Führungskraft mit über 15 Jahren Erfahrung in den Bereichen Spieleentwicklung, Business Operations und Investition. Derzeit leitet sie das Accelerator-Programm bei Xsolla, hat Dutzende von Start-up-Gründungen betreut und ist ein aktives Mitglied des PlayCap Angel Investor Syndicate. Hachey ist außerdem Mitbegründerin von Positive Impact Games, einem Hamburger Studio. Als engagierte Fürsprecherin aufstrebender Entwickler*innen arbeitet sie mit dem Games Lift Incubator von Gamecity Hamburg und Pitch Level Up zusammen, um kleine Studios zu unterstützen, die sich international etablieren wollen.

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Erster German Creative Economy Summit versammelt die Kreativwirtschaft in Hamburg

Die Kreativwirtschaft ist ein entscheidender Wirtschaftsmotor für Deutschland – und kam beim German Creative Economy Summit erstmals zusammen. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft versammelte Vertreter*innen aller Teilmärkte auf Kampnagel, um über Schwerpunktthemen wie kreative Stadtentwicklung und KI zu sprechen. Bei der ersten Ausgabe konnten rund 850 Vertreter*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik den über 170 Speaker*innen zuhören, zwischen acht Bühnen wechseln und sich beim entspannten Networking zusammenfinden. Am Ende des zweitägigen Events war klar: Das Format geht in die zweite Runde.

„Ich fand es spannend, lost zu sein“

Im Cross Innovation Lab mit DESY und der HAW Hamburg machen sich Kreative und Forscher*innen gemeinsam auf den Weg. Das Ziel: eine Oase.

LINKS Zu Gast bei der Wissenschaftsinstitution DESY: Hier zeigen die Forschenden den Kreativen, woran sie arbeiten.

TEXT Lara M. Gahlow

Das Deutsche Elektronen-Synchrotron (kurz: DESY) und das Design Zentrum Hamburg sind zehn Kilometer voneinander entfernt – und doch trennen die Menschen, die hier wirken, Welten. Die Mitarbeiter*innen des DESY betreiben Grundlagenforschung: Sie arbeiten mit Lasern, Beschleunigern und Photonen. Ihre Arbeit ist evidenzbasiert, die Ergebnisse falsifizierbar. Im Design Zentrum Hamburg, das hier stellvertretend für so viele kreative Orte in der Stadt steht, wird ergebnisoffen, innovativ und kreativ gearbeitet.

Können diese beiden Herangehensweisen voneinander profitieren? Das wird im Cross Innovation Lab (CIL) des Cross Innovation Hub auf die Probe gestellt. Über mehrere Wochen tüfteln vier Expert*innen aus dem Pool der Kreativen mit Forschenden des DESY an einer gemeinsamen Idee: einer Oase, die Forschung, Bildung und das Verweilen im öffentlichen Raum verbinden soll.

Von Filterkaffee und Linkin Park

An einem Montagmorgen im September spürt man eine entspannte Vertrautheit zwischen den Teilnehmenden, die sich bei Filterkaffee und Streuselkuchen über das Œuvre von Linkin Park unterhalten. Man merkt: Die Forschenden des DESY und die Expert*innen aus dem Pool der Kreativen konnten sich in den vier Projekteinheiten, die bereits hinter ihnen liegen, kennenlernen. Doch so friedlich war es nicht von Anfang an, erzählt Michael Schieben, der das Projekt seitens des CIL als Co-Facilitator begleitet. Dazu später mehr.

Auf welche Fragen weiß DESY die Antwort?

Zunächst muss man verstehen, was das Ziel des Pilotprojekts ist. Eine der Initiator*innen von DESY ist Zahra Saleh, die in der Abteilung Innovation & Technologietransfer arbeitet. Die Aufgabe der Innovationsmanagerin ist es, die Grundlagenforschung des DESY mithilfe transdisziplinärer Zusammenarbeit in eher unübliche Anwendungsbereiche zu überführen – wie etwa Mode oder Nachhaltigkeit. „Wir möchten unser Spektrum erweitern und versteckte Potenziale in unserer Forschung entdecken“, sagt Saleh. Sie treibt die Hoffnung an, dass sich im DESY wichtige Antworten auf Fragen verstecken, die andere Branchen umtreiben. Ein erfolgreiches Praxisbeispiel: Modedesignerin Jennifer Johnson kam in die Forschungseinrichtung und entwickelte mit einem DESY-Wissenschaftler ein Sprühverfahren, um ein Material gegen starke Sonneneinstrahlung zu imprägnieren und so seine Träger*innen besser zu schützen – sogar ein Label entstand. Ein Paradebeispiel für Cross Innovation und einen „Outside-in-Prozess“, bei dem eine Frage von außen an das Forschungsinstitut herangetragen wird.

Cross Innovation Hub und DESY bauen einen Leuchtturm

„Unsere Wissenschaftler*innen sollen im Austausch ihre Forschung durch die Augen anderer sehen“, sagt Saleh. Dieser Perspektivwechsel sei nicht nur für die eigene Forschung wichtig, sondern auch bei der Akquise neuer Fördergelder und Kooperationspartner*innen. So dient das Lab als Proof of Concept und soll belegen, dass die Zusammenarbeit mit neuen Stakeholder*innen das Forschungszentrum voranbringt. Im nächsten Schritt muss auch Salehs Abteilung Räume für die Forschenden schaffen: finanzielle, zeitliche und wortwörtliche. Ein langer Prozess, den das DESY gemeinsam mit der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaft (HAW) im Rahmen des Projekts „Transferwelten“ geht.

Außerdem bauen der Cross Innovation Hub und DESY hier einen gemeinsamen Leuchtturm: Das Projekt beweist auch, dass Kreative wichtige Impulsgeber*innen für die Wissenschaft sind. Neuland für den Cross Innovation Hub, der bereits mehrfach erfolgreich Lab-Formate mit Wirtschaft und Verwaltung umgesetzt hat und sich nun in die Forschung vorwagt. Geht das auf?

Es ist spannend, lost zu sein

Ganz so einfach war es nicht, denn Teil eines ergebnisoffenen Prozesses ist Unsicherheit. Ein Umstand, den viele Kreative aus ihrer Arbeit kennen. Denn oft beginnen kreative Prozesse mit einer offenen Fragestellung, auf die sie sich frei und innovativ einlassen. „Ich war total ergebnisoffen“, bestätigt Industriedesignerin Mechthild Ubl, „und fand es spannend, lost zu sein.“ Und gleichzeitig spürt sie, dass ihre neuen Teamkolleg*innen die Unsicherheit weit weniger gewohnt sind.

Das zeigt zum Beispiel das Brainstorming, mit dem die Ideenfindung begann. Grundprinzip der Methode ist, alle Ideen erst einmal wertfrei anzunehmen. „Man hat jedoch im Prozess sofort gemerkt, dass die Umsetzbarkeit bei DESY immer gleich mitgedacht wird“, beschreibt Hannah Kemper vom Cross Innovation Hub die Session. „Da wurden Ideen direkt in komplexe Formeln übersetzt, berechnet – und für nicht machbar erklärt“, ergänzt Facilitator Michael Schieben lachend. Wieder andere Ideen werden aber neugierig verfolgt und zeigen, dass die Methoden des Cross Innovation Labs wirken.

Während am Anfang also die gegensätzlichen Herangehensweisen im Fokus stehen, verstehen die Kreativen die Möglichkeitsräume des Forschungszentrums besser und die DESY-Mitarbeitenden lernen, Ungewissheit und Ambiguität zuzulassen. „Wissenschaftler*innen wissen meistens genau, was sie wollen“, sagt der teilnehmende Ingenieur David Reuther. Im Lab sei der Prozess viel ergebnisoffener und er genieße, dass im Programm so viele freie Fragen gestellt werden. „Das wird auch für uns immer wichtiger“, sagt er, denn die Grundlagenforschung sei inzwischen so ausdifferenziert, dass der Wissenstransfer auch unter den DESY-Mitarbeitenden wachsen müsse.

Das Ergebnis ist ein trojanisches Pferd

Wer das Lab begleitet, erkennt schnell: Der Prozess ist hier mindestens genauso wichtig wie das Ergebnis. Doch woran arbeitet das Team denn nun? SOLR (Sustainable Oasis für Learning and Recharge) ist ein Ort im öffentlichen Raum, der Solarstrom erzeugt. Dafür müssen Nutzer*innen, die beispielsweise ihr Handy laden möchten, an einem Nachhaltigkeitsquiz teilnehmen. Ein trojanisches Pferd, das dank Gamification-Ansatz wichtige Aufklärungsarbeit über Nachhaltigkeit und die Arbeit des DESY leisten soll. Zudem bietet SOLR für DESY die Möglichkeit, Zukunftstechnologien zu testen und ihre Arbeit für die Öffentlichkeit sichtbarer zu machen. Teilnehmerin Christina Schwemmbauer, die eigentlich zu dunkler Materie forscht, demonstriert den raschen Fortschritt des Projekts: Noch vor fünf Workshoptagen war die Idee nicht mehr als eine offene Fragestellung. Jetzt trägt die Forscherin das Konzept in einem überzeugenden Elevator Pitch vor. Das ausgearbeitete Konzept ist die perfekte Grundlage zur Akquise von Fördergeldern. Und so wird hoffentlich eine Oase entstehen, die zeigt: Sie können viel voneinander lernen, Kreativwirtschaft und Wissenschaft. ●

OBEN Teilnehmende des Lab beim Feldforschungstag im Forschungszentrum DESY. Unter ihnen die Industriedesigner*innen Mechthild Ubl (2. v. l.) und Sebastian Mends-Cole (3. v. r.) aus dem Pool der Kreativen des Cross Innovation Hub.

UNTEN DESY-Innovationsmanagerin Zahra Saleh beim Workshop. Sie betreut das BMBF-geförderte Projekt „Transferwelten“.

● ÜBER DAS CROSS INNOVATION LAB

Beim Cross Innovation Lab treffen Institutionen – von Wirtschaftsunternehmen bis städtische Einrichtungen – auf Kreativ-Expert*innen aus dem Pool des Cross Innovation Hub. In einem vom ihm gestalteten und geleiteten Prozess profitieren die Teilnehmenden von den innovativen Denkweisen und kreativen Arbeitsprozessen der Kreativwirtschaft. Der Prozess ist sowohl ergebnisoffen als auch lösungsorientiert und wird anschließend mit in den Arbeitsalltag der teilnehmenden Institutionen genommen. Das Lab mit DESY war das erste Programm, an dem eine Forschungseinrichtung mit einem Vorhaben teilgenommen hat. Zuvor waren Wissenschaftler*innen nur als Sparringspartner*innen involviert.

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Games on the road

Mit dem „Road to“-Programmen bringt Gamecity Hamburger Spieleentwickler*innen mit ihren Projekten und Studios zu den wichtigsten nationalen und internationalen Events. 2024 machten sich 21 Entwickler*innen und Teams auf zur Nordic Game in Malmö, zur gamescom in Köln und absolvierten zwei Heimspiele bei der Hamburg Games Conference und der Polaris Convention. Vor Ort konnten sie sich der Presse und Öffentlichkeit präsentieren, neue Geschäftskontakte knüpfen und Kooperationen eingehen. Gleichzeitig zeigt das Programm: Hamburg ist und bleibt einer der führenden Gamesstandorte Europas.

Wie können wir gerechter gestalten?

Produkte und Prozesse sind für manche Menschen komfortabel, während sie andere ausschließen. Im Design Zentrum Hamburg geben Mawuto Dotou und Anna Unterstab Workshops zu Intersektionalität und Gestaltung – und vermitteln kreativen Ansätze, um diskriminierende Strukturen zu brechen.

● ZU DEN PERSONEN

In die Welt des Kommunikationsdesigns bringt Mawuto Dotou soziale und sozialpolitische Perspektiven. Dabei vermischt sich persönliche Hingabe immer wieder mit beruflicher. Wissen aus Freelancing und Lehre gibt die Kommunikationsdesigner*in beim Mentoring-Programm der Hamburg Kreativ Gesellschaft weiter – und bietet im Design Zentrum gemeinsame Workshops mit Anna Unterstab an. Die wiederum lehrt Informationsdesign und arbeitet an der Schnittstelle von Kommunikationsdesign und sozialer Transformation. In Unterstabs Buch „Design intersektional unter die Lupe nehmen“ benennt sie Gestaltung zwar als einen Komplizen von Diskriminierung, aber auch als ein Werkzeug zum Widerstand.

Mawuto und Anna, wie können durch Gestaltung bestimmte Machtverhältnisse reproduziert werden?

Anna: Ähnlich wie Sprache ist Design ein System, das unsere Umwelt stark prägt und eine Norm mitkonstruiert. Objekte oder Räume werden oft so geplant, dass sie für bestimmte Gruppen leichter zu nutzen sind als für andere. Das klingt vielleicht erst mal unschuldig. Wenn aber eine Schwarze Person im Alltag ständig keine Seife aus automatischen Seifenspendern bekommt, weil diese oft besser auf helle Haut reagieren, reiht sich das ein in diverse Diskriminierungserfahrungen.

Mawuto: Wir alle wachsen in Machtstrukturen auf, die von uns reproduziert werden, wenn wir uns nicht aktiv mit ihnen auseinandersetzen. Design ist davon nicht befreit.

Welche Verantwortung tragen dabei Gestalter*innen?

Mawuto: Wir sind die ausführende Kraft. Unsere Aufgabe ist es, rassistische, diskriminierende, sexistische und gender-binäre Strukturen nicht nachzuahmen. Das erfordert Wissen, Austausch und Recherche. Viele belächeln zum Beispiel die Schriftart Comic Sans, die allerdings für Menschen mit Sehbeeinträchtigung sehr gut lesbar ist. Solche Dinge erfahren wir erst, wenn wir miteinander sprechen.

Anna: Die Realisation, dass Design nicht neutral ist, können wir auch als Chance begreifen, kritisch zu hinterfragen: Wen zentriere ich mit meinem Design und wieso? Was könnten intersektionale Ansätze sein?

Was genau bedeutet es, intersektional zu gestalten?

Anna: Intersektionalität kommt ursprünglich aus der Schwarzen Frauenbewegung in den USA und beschreibt die Überschneidung verschiedener Formen von Diskriminierung. Das Konzept kann als eine Art Lupe verstanden werden, durch die man fast alle Bereiche betrachten kann. Ein intersektionaler Blick auf Design ist auch ein politischer Blick auf Design. Aus der Behindertenbewegung gibt es da zum Beispiel den Slogan: „Nothing about us without us.“

Mawuto: Es geht darum, sich in der eigenen Arbeit mehr Perspektiven marginalisierter Personen zu öffnen und Gestaltetes so für mehr Menschen zugänglich zu machen.

Ihr beschreibt das als einen fortlaufenden Prozess, der sich nicht einfach per Checkliste abhaken lässt. Was meint ihr damit?

Mawuto: Zum einen ist so eine Checkliste problematisch. Nur weil jemand im Gestaltungsprozess mit mir gesprochen hat, kann die Person nicht automatisch das Antirassismus-Kästchen abhaken. Zum anderen gibt es keinen gradlinigen Lösungsweg, denn sonst wären viele Probleme bereits behoben. Wir haben bloß Ansätze, mit denen wir versuchen, etwas besser zu machen.

Anna: Wichtig finde ich auch, dass es eine gewisse Fehlerfreundlichkeit und Gesprächskultur gibt. Es ist okay, dass du nicht alles richtig machst – schon gar nicht sofort. Ausschlüsse zu verlernen, ist ein langfristiger Prozess.

Habt ihr trotzdem konkrete Vorschläge, wie Designer*innen ihre Arbeitsprozesse intersektionaler machen können?

Mawuto: Ein erster Grundsatz wäre, mit Leuten zu gestalten, anstatt über sie hinweg. Ein zweiter, Fragen zu stellen, und ein dritter, im Team zu arbeiten. Gemeinsam kommen wir weiter als allein. Außerdem lohnt es, sich mit Theorien und Praktiken marginalisierter Personen zu befassen.

Anna: Die Auseinandersetzung ist für viele Designer*innen erst mal einschüchternd. Doch auch wenn dem Thema eine gewisse Schwere anhaftet, darf es trotzdem Spaß machen.

Was können Kreative aus anderen Branchen von diesen Ansätzen lernen?

Mawuto: Ehrlicherweise würde ich da gar nicht groß unterscheiden. Es geht, branchenunabhängig, um einen offeneren Blick. Ein Bewusstsein für das Thema zu entwickeln, ist die halbe Miete. Menschen, die kreativ arbeiten, sollten sich unbedingt mit anderen Disziplinen auseinandersetzen!

Und wie könnten städtische Einrichtungen dazu beitragen, dass unsere Kreativwirtschaft inklusiver wird?

Anna: Gerade Organisationen, die den Anspruch haben, die Hamburger Stadtgesellschaft zu repräsentieren, sollten in ihren Teams weniger homogen und weiß sein. Da gibt es noch viel Luft nach oben.

Mawuto: Gebärden-Dolmetscher*innen bei Vorträgen engagieren oder marginalisierte Personen auch bei mehr Talks sprechen lassen, die sich nicht explizit um Diversität drehen. Soli-Tickets für Menschen mit weniger Geld anbieten. Es geht einfach darum, Plattformen und Mitgestaltungsmöglichkeiten für verschiedene Gruppen zu eröffnen. Welche Ideen habt ihr für das nächste Jahr, liebe Kreativ Gesellschaft? ●

Über uns

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Hamburgs Wirtschaftsförderung für Kreative: Die Vision der Hamburg Kreativ Gesellschaft ist es, die Hansestadt zum attraktivsten Kreativstandort Deutschlands zu machen. Damit die Branche stark und die Stadt zukunftsfähig bleibt, fördert sie Kreativschaffende vom Start-up über Selbstständige bis zum etablierten Unternehmen mit Immobilienangeboten, Innovationsprogrammen, Weiterbildungsformaten, Vernetzungsevents und finanzieller Unterstützung.

Facts & Figures

Etat
11,5 Millionen EUR*
*Prognose November 2024

Ausgaben
5.031 TEUR Programm
3.222 TEUR Personal
2.731 TEUR Immobilien
491 TEUR Administration

Einnahmen
8.557 TEUR Mittel der FHH
2.286 TEUR Eigeneinnahmen
632 TEUR Europäische Mittel

Kollegium
59 Mitarbeitende**
** Stichtag 31.12.2024

1,3 Mio. EUR Fördergelder hat die Kreativ Gesellschaft im Jahr 2024 direkt und indirekt an Kreativschaffende vergeben.

Mehr als **12.000 Menschen** hat sie in Seminaren, Workshops, Vernetzungsveranstaltungen oder Konferenzen direkt erreicht.

Mehr als **566 Medienberichte** wurden über die Arbeit der Kreativ Gesellschaft veröffentlicht.

485 Menschen haben 2024 die Beratungen der Kreativ Gesellschaft in Anspruch genommen.

Mitgliedschaften

EFCE – European Federation for the Creative Economy
Europäische Interessenvertretung der Kreativwirtschaft und ihrer Förderer, ehemals European Creative Business Network (ECBN).

EIT Culture & Creativity – Initiative des Europäischen Instituts für Innovation und Technologie (EIT)
Wissens- und Innovationsgemeinschaft zur Stärkung und Umgestaltung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft.

ICE – Innovation by Creative Economy
Gemeinnütziger Verein für Forschung und Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands.

Fördernetzwerk Kultur- und Kreativwirtschaft
Netzwerk öffentlicher Fördereinrichtungen für die Kreativwirtschaft in Deutschland.

Games Germany
Kooperation von sechs Förder- und sieben Netzwerkinstitutionen der Gamesbranche aus verschiedenen Teilen Deutschlands.

Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH

Alleinige Gesellschafterin:
Freie und Hansestadt Hamburg

Zuständige Fachbehörde:
Behörde für Kultur und Medien

Aufsichtsrat: Matthias Berg (Geschäftsführender Vorstand bei Hamburg School of Ideas e. V.), Claudia Fischer-Appelt (Geschäftsführerin bei karlanders GmbH), Tobias Goevert (Abteilungsleiter Stadtentwicklung bei der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen Hamburg), Dr. Pit Hosak (Abteilungsleiter Kunst, Kreativwirtschaft, Erinnerungskultur und Kulturprojekte bei der Behörde für Kultur und Medien Hamburg), Steffi Keller (Abteilungsleiterin Bestandsmanagement bei der Finanzbehörde Hamburg), Jana Schiedek (Staatsrätin bei der Behörde für Kultur und Medien Hamburg), Dr. Claas Schüddekopf (Leiter Amt Medien bei der Behörde für Kultur und Medien)

Teams

Beratung & Weiterbildung

Die sechs Kolleg*innen im Team Beratung & Weiterbildung begleiten Kreative aus allen Branchen bei ihrer professionellen Entwicklung. Dazu gehören gezielte Coachings, individuelle Beratungen, Events zu Trendthemen und digitale Formate wie ein Podcast und eine Online-Academy.
Ansprechpartnerin:
Isabel Jansen, Isabel.Jansen@kreativgesellschaft.org

Immobilien & Stadtentwicklung

Das 14-köpfige Team ist für alle Fragen rund um die kreativwirtschaftliche Nutzung von Räumen zuständig. Es erschließt neue Flächen, ist Ansprechpartner für Raumsuchende und kooperiert mit diversen Partner*innen aus dem öffentlichen und privaten Immobiliensektor.
Ansprechpartnerin:
Dr. Katja Wolframm, Katja.Wolframm@kreativgesellschaft.org

Kommunikation

15 Kolleg*innen kommunizieren das gesamte Angebot der Hamburg Kreativ Gesellschaft von A wie Academy bis Z wie Zwischennutzung. Sie sind das Sprachrohr in die Community und machen Angebote digital und analog sichtbar.
Ansprechpartner:
Jean Rehders, Jean.Rehders@kreativgesellschaft.org

Organisation & Verwaltung

Das Team Organisation & Verwaltung sorgt für einen reibungslosen Ablauf hinter den Kulissen. Sechs Mitarbeitende verantworten die Bereiche Rechnungs- und Finanzwesen, Personal, Organisation und Administration sowie IT-Management.
Ansprechpartnerin:
Svenja Siemsen, Svenja.Siemsen@kreativgesellschaft.org

Cross Innovation Hub

Der Cross Innovation Hub setzt neue Impulse im Innovationsmanagement. Das elfköpfige Team bringt in diversen Formaten Wirtschaft und Kreativwirtschaft zusammen, um in Innovationsprozessen neue Produkte, Services oder Geschäftsmodelle entstehen zu lassen und Unternehmen krisenfest zu machen.
Ansprechpartnerinnen:
Raffaela Seitz, Raffaela.Seitz@kreativgesellschaft.org
Louisa Steinwärder, Louisa.Steinwaerder@kreativgesellschaft.org

nextMedia. Hamburg

nextMedia.Hamburg ist die erste Adresse und Wirtschaftsförderung für Medien- und Digitalunternehmen. Mit neuartigen und netzwerkgetriebenen Angeboten fördern acht Kolleg*innen die Entwicklung neuer Geschäftsideen und treiben Innovationen voran.
Ansprechpartnerin:
Dr. Nina Klaß, Nina.Klass@nextmedia-hamburg.de

Design Zentrum Hamburg

Das vierköpfige Team des Design Zentrum Hamburg ist Knotenpunkt für mehr als 17.000 Hamburger Designer*innen. Es unterstützt mit diversen Angeboten wie Nachwuchsförderung, Ausstellungsmöglichkeiten, Vernetzungstreffen und Beratungsangeboten.
Ansprechpartnerin:
Laura Rohloff, Laura.Rohloff@design-zentrum-hamburg.de

Gamecity Hamburg

Das Team aus sechs Kolleg*innen ist Ansprechpartner für die Hamburger Gamesbranche und setzt passgenaue Angebote für sie um. Dazu gehören Förderprogramme, Networking-Veranstaltungen und Nachwuchsprogramme.
Ansprechpartner:
Dennis Schoubye, Dennis.Schoubye@gamecity-hamburg.de

Zum Stichtag 31. Dezember 2024. Gezählt wurden Personen, die in den Abteilungen arbeiten bzw. deren Aufgaben übernehmen.
Es handelt sich nicht um Vollzeitäquivalente. Doppelzählungen sind möglich, wenn Personen in verschiedenen Abteilungen arbeiten.

Immobilien & Stadtentwicklung

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft vermittelt Flächen für temporäre Zwischennutzungen oder langfristige Zwecke und begleitet Hamburger Stadtentwicklungsprozesse als Expertin für urbane Räume.

Frei_Fläche

Seit Juli 2021 verwandelt die Kreativ Gesellschaft Leerstände von Altona bis Bergedorf in temporäre Ateliers, Geschäfte, Ausstellungsorte und vieles mehr. Davon profitieren Kreative, Immobilieneigentümer*innen – und die Stadt. Die größte Zwischennutzung, der Kreativplanet Jupiter, hat sich längst zu einem Hotspot mitten in der Innenstadt entwickelt. Das Konzept geht auf: Das erfolgreiche Förderprogramm wird 2025 fortgeführt.

Raumvermietungen temporär und langfristig

Ob Atelier, Büro, Theaterprobenraum, Werkstatt oder Verkaufsfläche – die Kreativ Gesellschaft vermittelt und vermietet Arbeitsräume an Kreative zur temporären wie langfristigen Nutzung.

Stadt- und Arealentwicklung

Um Gewerbeflächen für die Kreativwirtschaft langfristig zu sichern und anbieten zu können, ist die Kreativ Gesellschaft in Stadt- und Quartiersentwicklungen involviert. In urbanen Räumen wie dem Oberhafen, dem Hochwasserbassin oder der Speicherstadt hat sie Flächen langfristig erschlossen und vermietet. Beim Brief- und Paketverteilzentrum am Diebsteich steht die Arealentwicklung an. In einem ersten Schritt hat die Kreativ Gesellschaft die Nutzungsgenehmigung für eines der Gebäude beantragt.

Neu FABRIC – Future Fashion Lab

Hamburgs neuer Fashion Hub lotet die Potenziale urbaner Textilproduktion und Wertschöpfung in der Innenstadt aus. Im FABRIC wird auf drei Etagen nachhaltige Mode entworfen und produziert, verkauft und präsentiert. Mehr als 30 Members – Designer*innen, Modelabels und Unternehmen – arbeiten hier gemeinsam an den Zukunftsthemen der Branche. FABRIC wird durch Fördermittel der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen sowie des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen ermöglicht.

Förderung & Finanzierung

Die Förderprogramme der Hamburg Kreativ Gesellschaft geben vielversprechenden Projekten aus der Kreativwirtschaft finanziellen Anschub.

Prototypenförderung

Die Hamburger Prototypenförderung unterstützt Entwickler*innen und Spielestudios bei der Erstellung von Prototypen für digitale Spiele. 2024 wurden Fördergelder in Höhe von 372.000 Euro an fünf vielversprechende Projekte ausgezahlt. Seit 2020 hat Gamecity Hamburg so 31 Projekte mit 1,8 Millionen Euro unterstützt.

Hamburger Labelförderung

Hamburg ist Musikstadt. Damit das so bleibt, unterstützt die Labelförderung in Zusammenarbeit mit der Behörde für Kultur und Medien jedes Jahr die Arbeit kleiner Musiklabels. Sie begleitet die Entwicklung der Künstler*innen und fördert Produktionsprozess und Marketing mit 2.000 bis 10.000 Euro.

Workspace Förderung

Die Workspace Förderung bietet kostenlose Arbeitsplätze für Start-ups und Gründer*innen im Innovationsraum SPACE. Die Geförderten können für sechs Monate Arbeits-, Workshop- und Meetingräume nutzen, eigene Events veranstalten und in unmittelbarer Nähe zu anderen Start-ups und im Austausch mit Partnerunternehmen wie dem Carlsen Verlag, Rocket Beans, Ströer, Google, dem Norddeutschen Rundfunk oder Jung von Matt arbeiten.

Finanzierungsfinder

Der Finanzierungsfinder ist das Online-Tool für die einfache Suche nach aktuellen Fördermöglichkeiten für die Hamburger Kreativwirtschaft. Hier finden Suchende Förderungen von Stadt und Staat, privaten und öffentlichen Stiftungen und Vereinen sowie Kredite, Darlehen und Beteiligungen.

Innovation & Inkubatoren

In den Innovationsformaten und Inkubatoren stehen neue Ideen im Mittelpunkt: Die Programme ermöglichen Innovationsprozesse, geben Impulse und blicken in die Zukunft.

DIE INKUBATOREN

Media Lift

Media Lift ist der Inkubator für Geschäftsideen aus dem Bereich Content und Technologie. Mit neuen Geschäftsmodellen für die Branche absolvierte 2024 der sechste Batch das Programm, bei dem die Teams bis zu 15.000 Euro Förderung, Arbeitsplätze im SPACE, Netzwerk- und Mentoringangebote, individuell abgestimmte Workshops und professionelle Trainings erhielten.

Games Lift

Games Lift ist das Angebot für Spieleentwickler*innen, die ihre Konzepte aufs nächste Level bringen möchten. Hierbei helfen neben 15.000 Euro Anschubfinanzierung auch Workshops und Mentoring mit internationalen Expert*innen, Arbeitsplätze im SPACE und der Zugang zu einem Coaching-Netzwerk.

Music WorX Inkubator

Start-ups an der Schnittstelle von Musik und Technologie werden durch Music WorX gefördert. Das dreimonatige Programm bietet agile Starthilfe und nachhaltige Vernetzung. Auch 2024 haben vier Teams Music WorX absolviert – und die hochkarätige Jury im Pitch von ihren Ideen überzeugt.

Cross Innovation Class

In der Cross Innovation Class treffen Studierende verschiedener Fachbereiche auf Wirtschaftsunternehmen. In interdisziplinären Teams entwickeln sie ein Semester lang innovative Prototypen zum Fokusthema Nachhaltigkeit. Unternehmen bekommen einen unvoreingenommenen Blick von außen und arbeiten mit Nachwuchskräften zusammen. Studierende lernen alle Phasen der Produktentwicklung kennen, bekommen Praxiserfahrung und treffen potenzielle Arbeitgeber*innen.

Cross Innovation Lab

Trends und Kund*innenbedürfnisse verändern sich beinahe täglich. Komplexe Lösungen sind gefragt, damit Unternehmen im globalen Wettbewerb konkurrenzfähig bleiben. Im Cross Innovation Lab werden neue Prozesse, Services oder Produktinnovationen in Unternehmen in der Frühphase angeschoben.

Starter Workshops Innovationskultur

Beim Starter Workshop Innovationskultur werden innerhalb eines halben Tages die wichtigsten Grundlagen vermittelt, wie Innovationsarbeit in den Arbeitsalltag eines Unternehmens integrieren werden kann. In rotierenden Tischgesprächen mit Kreativ-Expert*innen werden Probleme identifiziert und erste Lösungsansätze erarbeitet.

Pop-up Office

Wie können wir heute die Arbeitswelt von morgen gestalten? Das Pop-up Office bietet ein Weiterbildungsformat, das sich dem Thema New Work widmet und Organisationen dabei unterstützt, ihr Arbeitsumfeld neu zu gestalten.

Attack Your Business or Product

Das Format stellt aktuelle Geschäftsmodelle und Produkte auf die Probe und denkt sie radikal neu. In einem geschützten Kollaborationsraum mit weiteren Unternehmen durchlaufen die Teilnehmenden einen intensiven 2,5-tägigen Prozess. Immer an der Seite: Kreativ-Profis, die Wissen neu kombinieren und die Unternehmen produktiv herausfordern.

Neu Time-to-Market Boost

Im Time-to-Market Boost werden Unternehmen dabei unterstützt, bestehende Prototypen auf die Straße zu bringen. An vier Formattagen werden Konzepte mit Zielgruppen getestet, mit Kreativen optimiert, interne Fallstricke sondiert und angegangen. Das Ziel: ein marktreifer Prototyp und ein konkreter Aktionsplan für die Markteinführung.

Neu KI-Sprints

KI wird zunehmend zum Wettbewerbsfaktor für kleine und mittlere Unternehmen. Doch im Gegensatz zu großen Konzernen haben diese oft begrenzte Ressourcen. Mit einem Team aus Kreativen und KI-Expert*innen unterstützen die KI-Sprintformate dabei, maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln: von einfachen Automatisierungen bis zu komplexeren Anwendungen.

Innovation & Inkubatoren

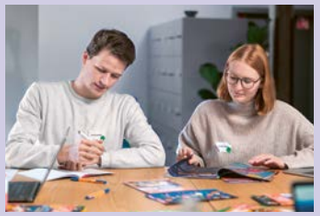
Neu Emergency-Sprint

Steigende Unsicherheiten und tiefgreifende Marktveränderungen stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Der Emergency-Sprint unterstützt Wirtschaftsunternehmen dabei, herausfordernde Situationen proaktiv in Chancen zu verwandeln. Gemeinsam mit Kreativen werden konkrete zukunftsfähige Lösungen entwickelt, die Organisationen widerstandsfähiger und innovativer machen.

SPACE

Der SPACE ist ein Innovationsraum für alle kreativen Köpfe und Unternehmen aus den Bereichen Content und Technologie. Im Herzen der Hamburger Speicherstadt bietet er auf 630 Quadratmetern ein umfassendes Angebot für kollaboratives Arbeiten, Events, Workshops, Content Creation, Technologiewissen und Networking. Der SPACE wird gefördert von der Behörde für Kultur und Medien Hamburg und dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE).

Prototyping Lab



Experimentierfreudige Unternehmen treffen auf talentierte Studierende der Hamburger Hochschulen. Die studentischen Teams entwickeln gemeinsam Prototypen, die auf reale technologische Herausforderungen der Unternehmen antworten. Sie werden dabei durch namhafte Branchen-Expert*innen unterstützt.

Gamecity XP Boost

Die Eventreihe richtet sich an Akteur*innen der Gamesbranche, die ihren Horizont erweitern möchten. In Online-Panels werden aktuelle Trends und Tipps diskutiert. Die Themen der Gamecity XP Boosts 2024 waren „The Importance of Genre on Steam“ und „Steam Demos Done Right“.

Neu Prompt Battle

Aus Text entstehen Bilder: Im spielerischen Wettkampf tauchen Kreativschaffende beim Prompt Battle im Design Zentrum in die Welt der KI-Bildgenerierung ein. Wer bereits erste Erfahrungen im Prompten gesammelt hat, kann seine Skills live auf die Probe stellen – Neugierige schauen im Publikum zu und stimmen über die besten Kreationen des Abends ab.

Kommunikations-projekte

Hallo, Hamburg! Maßgeschneiderte Kampagnen verschaffen der Kreativwirtschaft in Hamburg Sichtbarkeit.

Predictions 2025

Von KI-Prognosen über Mobile Games bis zur stillen Social-Media-Revolution durch das Fediverse – die Predictions blicken in die Zukunft der relevantesten Technologien, Innovationen und Entwicklungen der Medien- und Digitalbranche. 20 Expert*innen gaben auch ihre Prognosen für das Jahr 2025 ab.

Frei_Fläche

Mehr als 70 Einzelhandelsflächen wurden im Rahmen des Programms Frei_Fläche an Kreativschaffende vermittelt: vom Mode-Pop-up bis zur Kunstgalerie. Mit einer Kampagne wurde die kreative Zwischennutzung – und damit verbundene Events – auf Screens im öffentlichen Nahverkehr sichtbar gemacht.

Neu Meet the Designers

Nice to meet you! Mehr als 17.000 Menschen arbeiten in Hamburgs vielfältiger Designbranche. Das Video-Reportageformat Meet the Designers porträtiert kreative Köpfe aus unterschiedlichen Disziplinen und begleitet sie bei ihrer Arbeit.

Beratung & Weiterbildung

Mit den Beratungs- und Weiterbildungsangeboten bilden sich Hamburger Kreativschaffende aller Branchen an 365 Tagen im Jahr weiter.

BRANCHENSPEZIFISCHE PROGRAMME

NextMedia.Beratung

Expertise und Verknüpfung, jede Woche wieder – bei der Beratungssprechstunde von nextMedia.Hamburg erhalten Einzelpersonen und Teams Feedback zu ihren Projekten und Hinweise zu passenden Workshop-, Coaching-, Qualifizierungs- und Förderangeboten. Die Sprechstunde dient auch der Vernetzung mit relevanten Akteur*innen der Hamburger Medien- und Digitalwirtschaft.

Pitch Level Up

Einmal im Jahr bietet der Pitch Level Up die Chance, den eigenen Pitch mithilfe von direktem Expert*innen-Feedback aus verschiedenen Bereichen der Gamesindustrie zu perfektionieren.

Schulpraktikum Games

2024 fand das dreiwöchige Schulpraktikum Games gleich zweimal statt. Je 16 Schüler*innen der 9. Klassen waren in den Unternehmen InnoGames, Fishlabs, Square Enix und Tivola Games sowie an der HAW Hamburg zu Gast und wurden dabei durch Medienpädagog*innen der Initiative Creative Gaming betreut.

Neu Open Classroom

Seit über 30 Jahren bildet die Akademie Mode & Design (AMD) junge Talente aus. Im FABRIC profitiert ein noch größeres Publikum bei der Vortragsreihe Open Classroom von dem wertvollen Wissenstransfer – und holt die Expertise der AMD-Dozierenden vom Campus ins Future Fashion Lab.

Design-Sprechstunde

Die offene Design-Sprechstunde bietet Designer*innen individuelles Feedback, zeigt Möglichkeiten zur Vernetzung auf, gibt Hinweise zu Weiterbildungen und hilft dabei, neue Märkte zu erschließen.

Portfolioberatung

In der kostenfreien Beratung erhalten Studierende, Berufsschüler*innen und Absolvent*innen kreativer Studiengänge wie Kommunikationsdesign oder Fotografie professionelles Feedback im Direktgespräch zum eigenen Portfolio.

Design-Workshops

Bei Workshops können sich Gestalter*innen direkt im Design Zentrum in designrelevanten Themenfeldern weiterbilden – im Jahr 2024 mit den Schwerpunkten Portfolio, intersektionale Gestaltung und KI.

Fragestunde

Für grundlegende Fragen zur Selbstständigkeit ist die regelmäßig stattfindende Fragestunde in kleiner Gruppe offen. Die bedarfsorientierten Themen umfassen Profil und Markt, Akquise, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

Beratung Selbstständigkeit

Das kostenfreie individuelle Beratungsangebot richtet sich an erfahrene Selbstständige in der Kreativwirtschaft, die über Finanzierung, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Vernetzung ins Gespräch kommen.

Cyber Law Clinic

In Kooperation mit der Cyber Law Clinic der Universität Hamburg bietet das gleichnamige Programm eine kostenlose erste Orientierung zu Fragen des Internetrechts und gewerblichen Rechtsschutzes.

Crowdfundingberatung

Die gute Vorbereitung eines Crowdfundingprojekts ist die beste Grundlage, um es erfolgreich zu finanzieren. Beim monatlichen Crowdfunding Club und in der individuellen Erstberatung lernen Kreative, wie ihre Kampagne ein Erfolg wird.

Coach- und Expert*innenpool

Mit den Coaches der Kreativ Gesellschaft stärken Kreative ihre betriebswirtschaftlichen Kompetenzen. Das Besondere: Alle Coaches verfügen nicht nur über BWL-Wissen, sondern auch über langjährige Erfahrung in der Kreativwirtschaft. Thematische Schwerpunkte können in den Bereichen Strategie, Produktentwicklung, Vertrieb, Marketing und Finanzierung gesetzt werden.

Mentoring-Programm

Das Mentoring-Programm für Selbstständige verbindet Berufseinsteiger*innen mit erfahrenen Personen aus der Kreativbranche. Ziel ist es, verschiedene Generationen zusammenzubringen, Wissen auf Augenhöhe auszutauschen und von den gegenseitigen Erfahrungen zu profitieren.

DIGITALE ANGEBOTE

Podcast Kreativstarter*innen

Kreativstarter*innen ist der Podcast für den Berufseinstieg in der Hamburger Kultur- und Kreativbranche. Hörende tauchen ein in verschiedene Kulturinstitutionen, Medienhäuser und Kreativunternehmen.

Online Academy für Selbstständige

Ob Steuern oder Businessplan: Gerade am Anfang stehen Selbstständige vor vielen Herausforderungen. Antworten bietet die kostenlose Online Academy. Zu 15 Themen klären Mitarbeitende der Hamburg Kreativ Gesellschaft im kompakten Videoformat die wichtigsten Fragen rund um den Einstieg in das eigene Business.

NeueMedien.org

Gemeinsam mit dem Wirtschaftsmagazin Neue Narrative hat nextMedia.Hamburg den kostenlosen Baukasten für Medienorganisationen NeueMedien.org weiterentwickelt. Das Selbstlern-Toolkit enthält Übungen, Tipps und Templates für Gründungs- und Transformationsvorhaben und unterstützt in den Bereichen Basics, Organisationsentwicklung, Produkt, Content und Marketing.

Vernetzung & Kongresse

Kongresse, Panel-Diskussionen und weitere Events bringen Kreativschaffende zusammen, die von Input, Austausch und Netzwerken profitieren.

Neu German Creative Economy Summit

Der German Creative Economy Summit (GCES) feierte am 6. und 7. März 2024 Premiere als bundesweiter Kongress der Kreativwirtschaft. 850 Expert*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik diskutierten Zukunftsthemen in 90 Veranstaltungen mit 170 Speaker*innen. Nach einem erfolgreichen Auftakt folgt die Fortsetzung am 5. und 6. März 2025.

Neu KI & ...

Wie beeinflusst Künstliche Intelligenz die unterschiedlichen Bereiche der Kreativwirtschaft? Dieser Frage geht die mehrteilige Veranstaltungsreihe KI & ... nach. 2024 fand der Branchenimpuls in Zusammenarbeit mit der MOIN Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein statt und bot praxisnahe Einblicke sowie Raum für Austausch über die Auswirkungen von KI auf die Filmwirtschaft.

Neu KI Barcamp

Das KI Barcamp bietet der Hamburger Kreativwirtschaft eine Plattform für Austausch, Wissensvertiefung und Vernetzung. Das Besondere an Barcamps: Die Teilnehmenden sind dazu eingeladen, selbst Themen einzubringen und die Veranstaltung nach eigenen Wünschen mitzugestalten.

Neu Start-up Matchdays

Bei den Matchdays kommen vielversprechende Hamburger Start-ups mit Partnerunternehmen aus dem nextMedia.Hamburg-Netzwerk zusammen. So können beide Seiten mit geringem Kosten- und Ressourcenaufwand potenzielle Kooperationsmöglichkeiten prüfen.

Neu Challenge Days

Die Challenge Days sind ein niedrigschwelliges Austauschformat, das Fachkräften die Möglichkeit bietet, sich zu wechselnden praxisnahen Herausforderungen auszutauschen. Im Mittelpunkt steht der offene Dialog mit Expert*innen, die ähnliche Fragestellungen bearbeiten. 2024 fanden zwei Challenge Days im SPACE statt. Die Themen: die Implementierung von KI-Prozessen in Unternehmen sowie Organisationsentwicklung.

Textile Week

Neue Materialien, innovative Produktionsprozesse, smarte Technologien: Aktuelle Entwicklungen im Textildesign prägen nicht nur die Modewelt, sondern sämtliche Industriebranchen. Dieser besonderen Disziplin widmet sich alle zwei Jahre die Textile Week im Design Zentrum – 2024 in Kooperation mit Vertreter*innen des Gastlands Schweden.

Senator’s Roundtable

Der jährlich stattfindende Senator’s Roundtable bringt den Senator für Kultur und Medien und Entscheider*innen der Hamburger Spielebranche an einen Tisch.

scoopcamp

Das scoopcamp, die Konferenz für die Publisher*innen der Zukunft, fand 2024 zum zweiten Mal in Zusammenarbeit mit einem deutschlandweiten Board aus 11 Medienunternehmen statt. Im Fokus des ganztägigen Programms stand die Frage nach der Finanzierung von Journalismus. Über 20 Expert*innen gaben Input, während das Fachpublikum die Möglichkeit hatte, sich auszutauschen.

Neu Themenfestivals

Bei den zwei Themenfestivals im SPACE kamen insgesamt über 350 Teilnehmende zusammen. Unter den Schwerpunkten KI und Attention Economy trafen sich Expert*innen aus der Medien- und Digitalbranche, um in inspirierender Festivalatmosphäre zu diskutieren. Workshops, Panels und Fireside Chats boten Raum für tiefgehenden Austausch und innovative Impulse.

Design Thirstday

Design und Drinks: Der Design Thirstday ist das Get-together der Hamburger Designbranche. An ausgewählten Donnerstagen kommen Designer*innen zu kurzen Impulsen, Musik und Getränken zusammen, um sich auszutauschen und Kontakte zu knüpfen.

Design Talks

Ein Abend, ein Thema, neue Perspektiven. Regelmäßig geben Speaker*innen aus der Designbranche in Vorträgen und Projektpräsentationen spannende Einblicke in ihre Arbeit und designrelevante Themen, zum Beispiel in die Zukunft von Kunststoff oder den Umgang mit KI bei gestalterischer Arbeit.

Neu Design Visits

Exklusive Einblicke in Produktionsstätten und Handwerksbetriebe bekommen Gestalter*innen bei den Design Visits. Während der Besuche können sie neue Kontakte knüpfen und Wissen für zukünftige Projekte sammeln – 2024 zum Beispiel in der Textilproduktion „Made auf Veddel“.

Neu Fashion Walk

Der Fashion Walk führt an Orte der Textilproduktion und Modeschöpfung. Im neuen Format des Future Fashion Labs FABRIC bekommen Designer*innen und Modeinteressierte wertvolle Einblicke von Expert*innen aus der Branche, direkt am Ort des Geschehens – 2024 unter anderem beim Hamburger Label Omen.

Neu Fashion Talk

Welche Themen bewegen die Modebranche? Bei den Fashion Talks wird FABRIC zum Diskursraum, Ort der Ideen und der Vernetzung. Dafür sorgen die Impulse der fachkundigen Speaker*innen, die verschiedene Perspektiven auf das jeweilige Fokusthema bieten.

Road to Programme

Hamburg Games Conference, Nordic Game Conference in Malmö, Gamescom und Polaris: 2024 konnten 21 Gamesteams auf vier Messen und Konferenzen ihre Spiele an einem gemeinsamen Stand präsentieren und Kontakte knüpfen.

Pop-up Design Market

Das Design Zentrum öffnet seine Räume für gut Gestaltetes aus Hamburg: Lokale Designer*innen können kostenfrei teilnehmen und in entspannter Atmosphäre ihre Produkte aus Mode, Interior, Schmuck und Illustration verkaufen.

Vernetzung & Kongresse

Kooperations-veranstaltungen

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft nahm auch 2024 ihren Vernetzungsauftrag in der Gamesbranche wahr: Bei einem deutschlandweiten Steam-Sales-Event der global wichtigsten Verkaufsplattform für PC-Spiele mit über 69 Millionen aktiven Nutzenden nahmen über 250 Spiele deutscher Studios teil.

Hamburg Games Conference

Die Hamburg Games Conference bringt seit 2010 deutsche und internationale Vertreter*innen der Gamesbranche als eine der bedeutendsten B2B-Veranstaltungen Europas zusammen. 2024 trafen sich über 350 Gäste verschiedener Nationen zum Thema „Gaming meets Business“. Die Veranstaltung fand in Kooperation mit GRAEF Rechtsanwälte und Super Crowd Entertainment statt.

Gamecity Impulse

2024 gaben zwei Expert*innen bei Gamecity Impulse zu den Themen Accessibility in Games und Diversity. Sie sprachen über Best Practices von Barrierefreiheit in Videospielen sowie über Optimierungsansätze bei der Gender-Auswahl und Repräsentation für Videospiel-Charaktere.

Gamecity Treff

Der Gamecity Treff bietet der Hamburger Gamesbranche in einem entspannten Setting Möglichkeiten für Austausch und Vernetzung. Im Mai traf sich die Branche im Jupiter. Unterstützt wurde der Treff von Bigpoint, Bytro und Techniker Krankenkasse. Der zweite Gamecity Treff fand im Herbst im Umfeld der Polaris Convention statt, unterstützt durch Photon/Exit Games.

Neu FLINTA* Meet-ups

Das FLINTA* Meet-up für Selbstständige und Gründer*innen bringt Kreative seit 2024 zusammen, um gemeinsam eine bessere Auslastung und Sichtbarkeit zu erreichen und sich zu vernetzen. Das etablierte FLINTA* Games Meet-up fand dreimal statt und bot Personen der FLINTA*-Community aus der Gamesbranche die Gelegenheit, sich in zwanglosem Ambiente auszutauschen und zu vernetzen.

Game Playtest Night

2024 fand erneut eine Playtesting-Session statt. In Kooperation mit der Gaming-Location Play Bay konnten sich Hamburger Entwickler*innen für eine offene Playtesting-Session mit insgesamt rund 50 Testspieler*innen registrieren, um schnell und unkompliziert User-Feedback zu sammeln.

Neu Zukunft jetzt! Innovationskultur für den Mittelstand

Innovation muss nicht das große Investment sein – viel wichtiger ist eine gelebte Innovationskultur. Beim Impuls-Workshop des Cross Innovation Hub erhielten Mittelständler*innen aus der Wirtschaft wertvolle Impulse von Innovationsexpert*innen und Kreativen, um Innovationsarbeit auch im Tagesgeschäft möglich zu machen.

NACHWUCHSANGEBOTE

Gamecity @Campus

Zu Besuch bei Hamburger Hochschulen und Ausbildungseinrichtungen: Gamecity @Campus informiert über die Möglichkeiten, die der Gamesstandort Hamburg zu bieten hat. 2024 besuchte Gamecity Hamburg die FH Wedel, Macromedia und die Kunstschule Wandsbek.

Portfolio Slam

Ein überzeugendes Portfolio ist wichtig, doch was ein solches ausmacht, ist für Design-Studierende und -Berufsstarter*innen nicht immer ersichtlich. Mit dem Portfolio Slam bringt das Design Zentrum Licht ins Dunkel – und holt gleichzeitig junge Designer*innen auf die Bühne.

City of Content Tour

Bei der City of Content Tour haben 30 Content Creator die Möglichkeit, hinter die Kulissen von erfolgreichen Hamburger Medien- und Digitalunternehmen zu blicken. 2024 machte die Tour bei Trustpilot, der pilot Agenturgruppe, fischerAppelt und Bauer Media halt.

20 aus 23

Jährlich zeigt das Ausstellungsformat die 20 besten Design-Abschlussarbeiten, nominiert von Lehrenden der staatlichen Hamburger Hochschulen und privaten Akademien. Der Award gibt angehenden Designer*innen die Chance, sich einem größeren Publikum zu präsentieren, und vernetzt sie mit der Branche.

Game Starter

Bei Game Starter werden Berufsbilder der Spielebranche mithilfe eines Online-Expert*innenpanels vorgestellt. 2024 konnten Interessierte in die Bereiche Gameplay Programming, Games Journalism, Games Production und Game Localization hineinschnuppern.

Stippvisite

Die Stippvisite ist zurück! Die Kreativ Gesellschaft nimmt Interessierte wieder mit zu erfolgreichen Hamburger Kultur- und Kreativwirtschaftsunternehmen – für spannende Einblicke in Arbeitskulturen, Jobprofile und Einstiegsmöglichkeiten.

Neu Omg Fashion! Upcycling-Contest

Der Upcycling-Contest im Future Fashion Lab lädt zum kreativen Wettstreit ein – und schafft parallel Bewusstsein für den nachhaltigen Einsatz von Ressourcen. Die teilnehmenden Modedesigner*innen entwerfen neue Outfits aus gebrauchten Textilien, die vom Kooperationspartner Hanseatic Help zur Verfügung gestellt werden. Die Gewinner*innen kürt das Publikum in der finalen Show.

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Hongkongstraße 5
20457 Hamburg

Kontakt
info@kreativgesellschaft.org
Tel. +49 - 40 - 237 24 35-0

kreativgesellschaft.org
facebook.com/kreativgesellschaft
instagram.com/kreativgesellschaft
linkedin.com/company/kreativgesellschaft

Ein Unternehmen der Freien und Hansestadt Hamburg

Impressum

Herausgeberin
Hamburg Kreativ Gesellschaft,
vertreten durch Egbert Rühl, Geschäftsführung

Projektleitung
Lara M. Gahlow (für brueder creative cooperative),
Clara Tischer (Hamburg Kreativ Gesellschaft)

Redaktionelle Beratung
Urs Spindler (brueder creative cooperative)

Bildredaktion
Malte Spindler (brueder creative cooperative)

Design
Hendrik Schneider / Stick Up Studio
(für brueder creative cooperative)

Text
Isabelle Buckow, Lara M. Gahlow, Philipp Götz, Miriam Hinternesch, Iris Jonak, Anna Jäger, Paula Lauterbach, Marie-Louise Schlutius, Clara Tischer

Lektorat
Gustav Mechlenburg

Illustration
Sebastian König

Druckerei
Optimal Media GmbH

Papier
115 g/m² Fly 05, 240 g/m² Fly 05

Bildnachweise
Seiten 3, 13, 45 – Oliver Reetz
Seiten 5, 10 (oben), 18, 21 (unten), 22, 26, 29 (oben) – Bettina Theuerkauf
Seiten 6, 7, 9 (oben), 15, 16 (unten links), 21 (oben), 29 (unten), 30, 34, 35, 36, 39, 42, 46, 48 (unten), 49 (oben), 50, 52, 53, 54, 57 (unten) – Jan-Marius Komorek
Seiten 9 (unten), 48 (oben) – Sascha Wysk
Seiten 10 (unten), 16 (oben und rechts) – Laura Müller
Seite 33 – Johanna Besseling
Seiten 40, 41, 56 – Senta Gohr
Seite 47 – Brita Sönnichsen
Seite 49 (unten) – Kim Zoe Spix
Seiten 51, 55 – moodmacher
Seite 57 – Christina Czybik

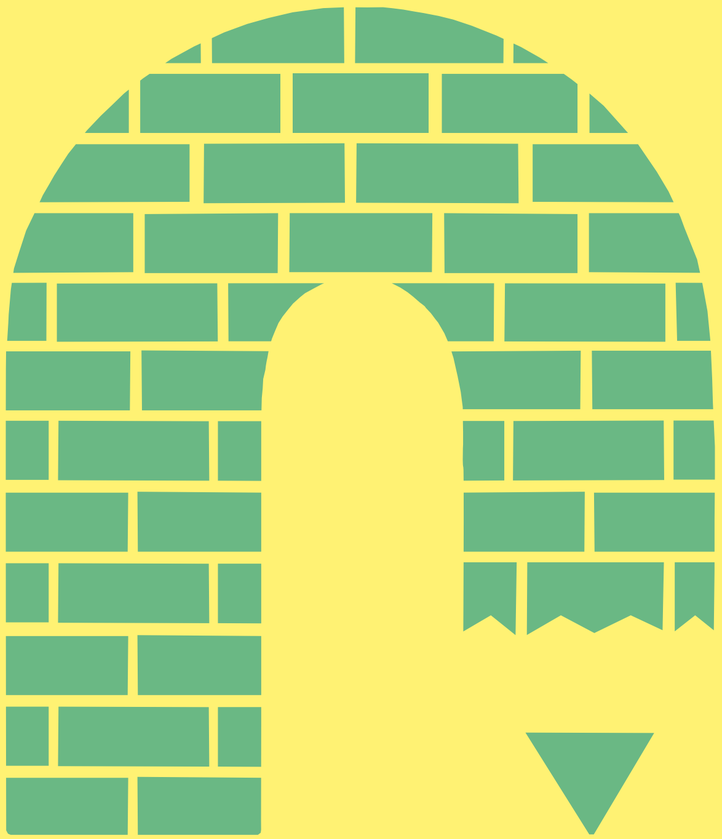
Poster Innenseite:
Oben links, oben rechts, unten – Jan-Marius Komorek
Oben Mitte – Miguel Ferraz

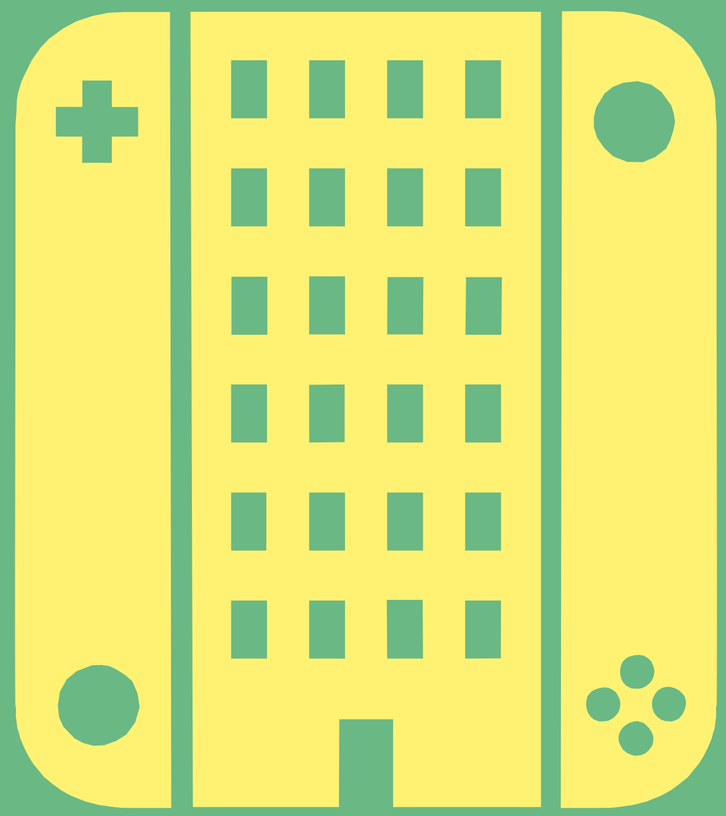
Danke an das gesamte Team der Hamburg Kreativ Gesellschaft 2024

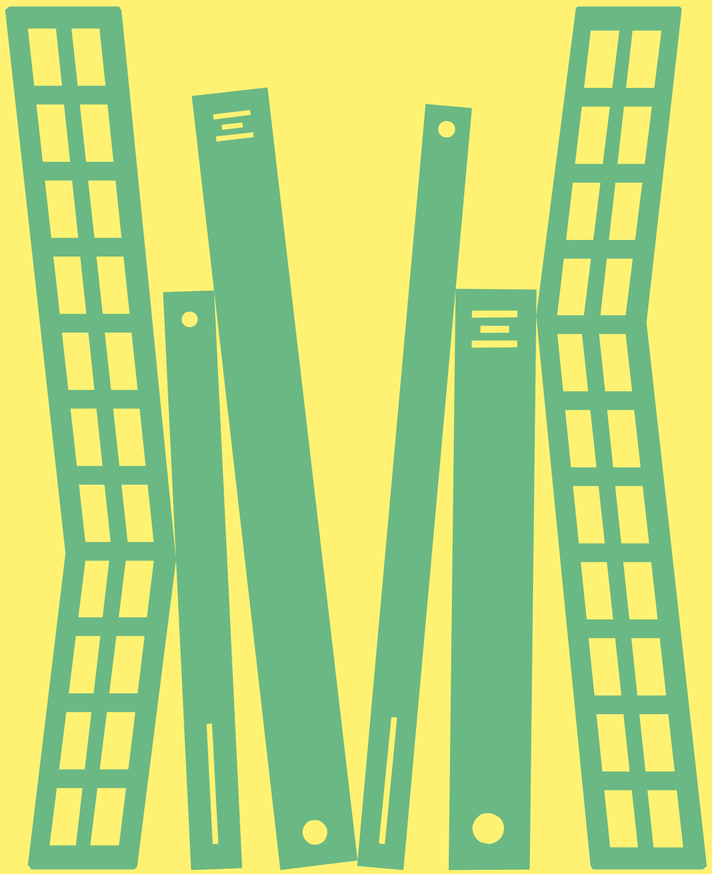
Fatmanur Avci, Marc Behlau, Celina Behn, Helene Berling, Clara Bökelheide, Cigdem Boom-Aker, Christina Cornehl, Ninu Dramis, Carolin Eberle, Susanne Eigenmann, Markus Engel, Annika Fitz, Amanda Förtsch, Olga Frick, Lena Gaul, Senta Gohr, Philipp Götz, Annika Grote, Judith Große-Schulte, Miriam Hinternesch, Lena Hübers, Karla Hübner, Anna Jäger, Sören Jakob, Sophia Jänicke, Isabel Jansen, Iris Jonak, Kim Lea Kaufmann, Hannah Kemper, Julius Kenntner, Nina Klaß, Malte Koch, Jan-Marius Komorek, Agnieszka Kreft, Helen Krüger, Paula Lauterbach, Rouven Leonavicius, Lilian Lyons, Bruno Marks, Hauke Neumann, Friederike Netzow, Kirsten Nord, Michael Ohnmacht, Alina Mira Orth, Andreas Rautenberg, Jean Rehders, Julia Reichel, Laura Rohloff, Egbert Rühl, Patrick Sanchez del Solar, Patrick Scheckelhoff, Margarete Schneider, Dennis Schoubye, Marie Schreiber, Anabel Schwarz, Louisa Schwope, Raffaela Seitz, Svenja Siemsen, Lisa Spelge, Kim Zoe Spix, Louisa Steinwärder, Stephan Thiel, Clara Greta Tischer, Christoph Umhau, Sean Weingarten, Clara Marie Weinreich, Nicole Wittek, Katja Wolframm, Louisa Zwenger

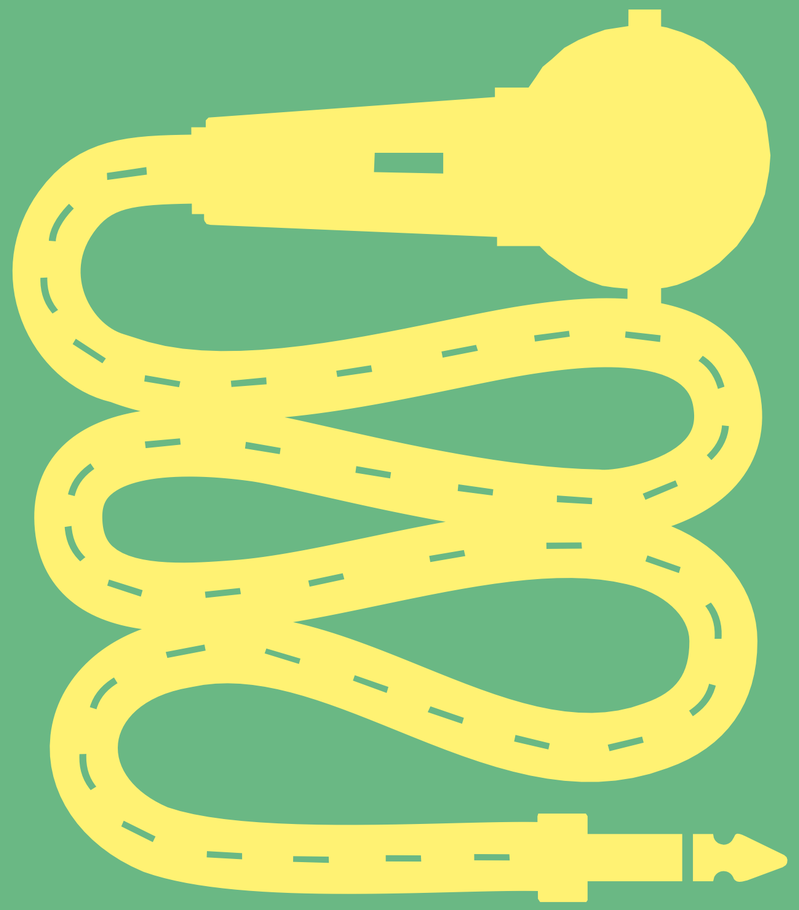
Hamburg Kreativ Gesellschaft

Jahresbericht 2024









Räume für die Kreativwirtschaft – und die ganze Stadt

Hamburgs Kreative sind stets auf der Suche nach Räumen abseits des gewerblichen Immobilienmarkts, während Leerstand immer mehr Stadtteile betrifft. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft hat es sich als Vermittlerin zur Aufgabe gemacht, beides zusammenzubringen – und Kreativen zu Strahlkraft in Hamburgs urbanen Zentren zu verhelfen.

Frei_Fläche

Das Förderprogramm bringt Kreativschaffende mit Vermieter*innen zusammen, die temporär ihre Flächen zur Nutzung anbieten. (Mehr dazu im Interview auf S. 12)

90 zwischengenutzte Freiflächen (seit Programmstart 2021)
42.052 m² in Zwischennutzung*

Objekte für längerfristige Nutzungen**

Einzelne Räume, ganze Gebäude und großflächige Areale für die längerfristige Nutzung durch Kreativschaffende ab vier Wochen bis hin zu vielen Jahren.

15 Objekte im Bestand
20.272 m² Gesamtmietfläche
672 Arbeitsplätze in den Objekten
100 % Auslastung

Objekte für kurzzeitige Nutzungen**

Räume für die kurzzeitige Zwischennutzung durch Kreativschaffende – von wenigen Stunden bis zu vier Wochen.

3 Objekte
238 m² in Zwischennutzung*
54 Nutzungen in 2023

Jupiter Mönckebergstraße 2–4

Der Kreativplanet Jupiter bereichert seit 2022 Hamburgs Innenstadt: mit Kunst, Kultur, Shops und Bar auf sechs Etagen. Ermöglicht durch das Programm Frei_Fläche der Hamburg Kreativ Gesellschaft, ist aus der temporären Umnutzung eines leer stehenden Kaufhauses eine feste Kultur- und Kreativinstitution im Stadtzentrum geworden. Mit einem Mix aus dauerhaften Nutzungen und wechselnden Angeboten bleibt Jupiter immer in Bewegung. Auch 2025 geht die Reise weiter – dafür stellte die Hamburger Bürgerschaft mit dem Doppelhaushalt 2025/2026 510.000 Euro bereit.

Oberhafenquartier

Das Oberhafenquartier hat sich seit 2011 zu einem lebendigen Hotspot für die Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt. Die behutsame Sanierung der ehemaligen Güterhallen und Bahnhofsgebäude bewahrt den industriellen Charakter des Ortes, während kreativwirtschaftliche Akteur*innen neue Impulse setzen. Dazu gehören Galerien und kreative Werkstätten ebenso wie ein Co-Working-Space für Filmschaffende. Ende 2024 wurde die Ausschreibung für neun weitere Kreativflächen und eine Clubnutzung veröffentlicht. Gemeinsam mit der HafenCity Hamburg GmbH ist die Hamburg Kreativ Gesellschaft für die Entwicklung des Kreativquartiers verantwortlich und übernimmt entsprechend ihrer Expertise vor allem den inhaltlichen Fokus und die Akquise neuer Nutzer*innen.

Satellit

In direkter Nachbarschaft des Jupiter entsteht ein Schaufenster für die Kreativwirtschaft. Das Immobilienunternehmen Tishman Speyer revitalisiert das denkmalgeschützte Klöpperhaus in der Hamburger Innenstadt – und übergibt das Erdgeschoss einer notwendigen Baustelleneinrichtung an die Hamburg Kreativ Gesellschaft. Akteure aus der Kreativwirtschaft können die rund 100 Quadratmeter große Fläche wochenweise mieten und für Ausstellungen, Pop-up-Shops oder als Showroom nutzen.

FABRIC – Future Fashion Lab Große Bleichen 21

Nachhaltige Mode trifft zukunftsfähige Geschäftsmodelle: Im FABRIC – Future Fashion Lab wird gestaltet, produziert und verkauft. Auf rund 700 Quadratmetern der denkmalgeschützten Galleria Passage ist ein temporäres Mode-Ökosystem entstanden, mit Showroom und Veranstaltungsfläche, Werkstatt und Arbeitsplätzen sowie einem Pop-up-Shop mit Café. Das Projekt wird von der Hamburg Kreativ Gesellschaft gemeinsam mit der Stadt Hamburg als Prototyp des Programms Verborgene Potenziale Innenstadt entwickelt und läuft bis Herbst 2025.

Miet- und Entwicklungsobjekte:

1. Altes Finanzamt Altona, Große Bergstraße 264
2. Bahrenfelder Straße 260
3. Colonnaden 72
4. Dehnhaide 55
5. Gerhofstraße 36–38
6. Hochwasserbassin Süderstraße 112–114
7. Hufnerstraße 20
8. Kastanienallee 9
9. 3001 Kino, Schanzenstraße 75/77
10. Kronsaalsweg 20
11. Marschnerstraße 21
12. Peutestraße 22
13. Speicher M28, Am Sandtorkai 27/28
14. Wandsbeker Chaussee 284–286
15. Wartenau 16
16. Oberhafenquartier, Stockmeyerstraße 41–43

Frei_Flächen:

1. Alter Wall 12
2. Baakenhafen, Versmannstraße 16–24, Baakenallee 25
3. City Center Bergedorf, Bergedorfer Straße 105
4. Colonnaden, Colonnaden 72, Gustav-Mahler-Platz 1
5. Erikastraße 95
6. Galleria Passage, Große Bleichen 21
7. Großer Burstah 44
8. Hamburger Hof, Jungfernstieg 26–28
9. Hamburger Meile, Hamburger Straße 27
10. Hanseviertel, Große Bleichen 30/36
11. International Coffee Plaza, Am Sandtorpark 2
12. Karl Schneider Passagen, Heußweg 37
13. Levantehaus, Mönckebergstraße 7
14. Osterstraße 116
15. Poelchaukamp 21
16. Springer Quartier, Fuhlentwiete 3
17. Stadthöfe, Stadthausbrücke 6
18. Quarree Wandsbek, Quarree 8–10

Räume zur temporären Nutzung:

1. Oberhafenquartier, Seminarraum Mittelbau, Stockmeyerstraße 41–43
2. Pop-up-Raum, Grindelallee 129
3. Satellit Pop-up-Space, Lange Mühren 1

* inkl. Mehrfachzählungen, wenn über eine Fläche unterschiedliche Nutzungsverträge abgeschlossen wurden

** zum Stichtag 31. Dezember 2024