

Auf dem Weg zu einem Netzwerk kreativwirtschaftlich genutzter Immobilien in Nordrhein-Westfalen

create
net
nrw

CreateNet.NRW – Netzwerk zur Stärkung kreativwirtschaftlich genutzter Standorte in NRW wurde gefördert vom Land Nordrhein Westfalen unter Einsatz von Mitteln aus dem EFRE.NRW.



EUROPAISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

2014

EFRE.NRW

Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

CreateNet.NRW 2016–2018

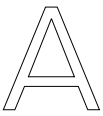
Bericht

Bericht

A Auf dem Weg zu einem Netzwerk kreativwirtschaftlich genutzter Immobilien	3
B Die Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen	4
1. Wo arbeiten die Kreativen?	4
2. Kreative bevorzugen urbane Stadtteile	4
3. Kreative bevorzugen Immobilien mit besonderer Atmosphäre	6
4. Kreative beeinflussen die Standortentwicklung	9
5. Kreative sind gut vernetzt, Immobilienbetreibende kaum	9
C Standorte der Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen	11
1. Recherche und Auswahl von 15+5 Standorten	11
2. Typologien	13
3. Ansiedlungsgründe der Kreativunternehmen	15
4. Räume und Strukturen	16
5. Fazit: Was macht einen Standort erfolgreich?	20
D Bausteine zur Gründung eines BetreiberInnen-Netzwerks	21
1. Netzwerkkarten	21
2. Gründe für StandortbetreiberInnen, sich zu vernetzen	21
3. Ausgangsmotivation der StandortbetreiberInnen	22
4. Handlungsfelder aus Sicht der Nutzenden	23
5. Grundmuster eines Netzwerkaufbaus	24
6. Phasen für die Netzwerkbildung	25
E Kreativwirtschaftsstandorte haben Vernetzungspotenzial	26

Anhang

Steckbriefe	
Standorte innerhalb von Nordrhein-Westfalen	28
Standorte außerhalb von Nordrhein-Westfalen	46
Register	
Interviewindex	54
Quellennachweis	55



Auf dem Weg zu einem Netzwerk kreativwirtschaftlich genutzter Immobilien

Kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien bieten ein besonderes Arbeitsumfeld für kleinere Unternehmen, die innovative und kreative Produkte und Dienstleistungen entwickeln, herstellen und vermarkten. Durch gemeinschaftlich genutzte Güter und Flächen, die Nähe zu KooperationspartnerInnen und ein attraktives Standortimage können Unternehmen profitieren. Die Möglichkeit für NutzerInnen zur Mitgestaltung, ein starkes Community Management durch die Betreibenden sowie der Austausch im Quartier bzw. Stadtteil fördern die Identifikation und die Zufriedenheit der Unternehmen mit „ihrem“ Standort. Zudem schaffen und prägen Unternehmen der Kreativwirtschaft besondere Orte und sie fördern lebendige Nutzungsmischungen.

Wenn man in Nordrhein-Westfalen Standorte der Kreativwirtschaft sucht, fällt es zunächst schwer, diese zu finden. Zum einen gibt es generell wenige überregional bekannte Häuser. Zum anderen haben kreativwirtschaftlich genutzte Standorte in Nordrhein-Westfalen bislang noch nicht viel Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erlangt. Durch das zweijährige Vorhaben unter dem Titel *CreateNet.NRW* möchten *netz NRW* und das *Institut für Raumforschung & Immobilienwirtschaft* dies ändern und den Fragen nachgehen: Was gibt es für Standorte in NRW? Wie sind diese genutzt? Wie sind sie entstanden? Welche Standortbetriebertypen gibt es? Welche Betriebsmodelle gibt es? Warum sind die NutzerInnen dort? Welche Gemeinsamkeiten haben die Standorte, was sind die Unterschiede? Gibt es Vernetzungsbedarf?

Der vorliegende Bericht stellt die wesentlichen Ergebnisse des Projekts dar. Er möchte aber auch die Grundlage für die Bildung eines Netzwerks der StandortbetreiberInnen legen. Wir denken, dass dies als Initialzündung für den Zusammenschluss von Kreativstandorten wirken kann – mit der Idee, gegenseitiges Interesse und Vertrauen aufzubauen und gemeinsame Arbeitsfelder zu identifizieren.

Das Projekt *CreateNet.NRW* möchte Lern- und Kommunikationsprozesse zwischen den einzelnen Standorten anregen, um die Standortbedingungen für die Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen weiter zu verbessern. Darüber hinaus kann eine gemeinsame Vermarktung der Standorte zur besseren Sicht- und Ansprechbarkeit führen und damit insgesamt zu einer stärkeren Profilierung des Landes als Standort der Kreativwirtschaft beitragen.

Zusammengefasst:

- × *CreateNet.NRW* analysiert kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien.
- × *CreateNet.NRW* legt Grundlagen zur Vernetzung der BetreiberInnen.
- × *CreateNet.NRW* will die Sichtbarkeit der Standorte in NRW verbessern.

Die Raum- und Wirtschaftswissenschaften haben sich in den vergangenen Jahren eingehend mit der wirtschaftlichen Bedeutung der Kreativwirtschaft auseinandergesetzt. In Nordrhein-Westfalen gibt es einige Kommunen und Regionen (z.B. Köln, Dortmund, Bochum, Bergisches Städtedreieck, Region Ostwestfalen), die in unregelmäßigen Abständen Studien zur lokalen ökonomischen Bedeutung der Kreativwirtschaft veröffentlichen. Als ein definierter Leitmarkt in NRW wird die Kreativwirtschaft durch Mittel aus dem *Europäischen Fonds für regionale Entwicklung* besonders gefördert, um den Herausforderungen in den Bereichen demografische Entwicklung, Gesundheit, Klima- und Umweltschutz, zunehmende Urbanisierung, Mobilität, Energieversorgung sowie Wissens- und Informationsgesellschaft zu begegnen.

Die wirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft für Nordrhein-Westfalen wird aus dem *Kreativ Report NRW* deutlich. Dieser Report ist auch maßgeblich für die definitorische Abgrenzung der Kreativwirtschaft gegenüber anderen Branchen. Die gesamte Branche erwirtschaftet ein Umsatzvolumen von ca. 36 Mrd. Euro pro Jahr. Von 2010–2015 sind die Umsätze um etwa zwei Milliarden Euro (+6%) gestiegen. Die umsatzstärksten Teilmärkte sind die Software-/Games-Industrie (+33%), der Markt für darstellende Kunst (+31%) und der Architekturmarkt (+18%). In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind ca. 340.000 Erwerbstätige beschäftigt. Die Zahl der Erwerbstätigen ist zwischen 2010–2015 um rund 25.500 Personen (+10%) gestiegen. Damit ist sie eine der beschäftigungsstärksten Branchen in Nordrhein-Westfalen und wächst dynamischer als im Bund (+5%).

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ist eine wichtige Branche für AkademikerInnen. Rund 27% der dort Beschäftigten haben einen Hochschulabschluss. Die Branche ermöglicht aufgrund ihrer flexiblen Arbeitsformen eine hohe Vereinbarkeit von Familie und Beruf. In der nordrhein-westfälischen Kultur- und Kreativwirtschaft sind ca. 148.000 Frauen (51%) beschäftigt und damit deutlich mehr als in der Gesamtwirtschaft (45%).¹ Aus der hohen wirtschaftlichen Bedeutung der Branche und der Einsicht, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft auch imagebildend ist für Nordrhein-Westfalen, kommt der *Kreativ-Report NRW* zu folgendem Schluss:

„Um langfristig den Kreativstandort Nordrhein-Westfalen zu sichern, muss das vorhandene Kreativpotenzial sichtbar gemacht und nach außen kommuniziert werden. Eine sichtbare Vermarktung der Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land bewirkt, dass das Image als Kreativstandort gesteigert wird und verstärkt so die Attraktivität des Standorts für qualifiziertes Personal und Unternehmen.“²

Das Projekt *CreateNet.NRW* möchte mit seinem Ansatz einen Beitrag dazu leisten, die Standorte der Kreativwirtschaft im Land sichtbarer zu machen und damit die Standortbedingungen der Branche als Ganzes zu stärken.

B.1 Wo arbeiten die Kreativen?

Es gibt zahlreiche nationale und internationale Studien³ zu den Standortfaktoren der Kreativwirtschaft. Laut der Studie „Räume für die Kreativwirtschaft“ von *Creative.NRW* arbeiten etwa 36% der KreativunternehmerInnen von zu Hause aus und 42% extern in einem Umkreis von weniger als 10 km Entfernung. Knapp ein Viertel der UnternehmerInnen haben keinen festen Arbeitsort. Knapp 20% der Befragten gaben an, Schwierigkeiten bei der Suche nach einer passenden Immobilie gehabt zu haben. Als Gründe, die es schwierig machen, wurden benannt: Zu hohe Mietkosten, unregelmäßiges Einkommen als KreativunternehmerIn, seitens der Immobilienbetreibenden vermutete Lärmbelästigung durch die kreativen Tätigkeiten, die Nachfragekonkurrenz in angesagten Vierteln sowie zu wenig Parkplatz- und/oder Lagerflächen.

Lediglich 15% der Kreativen seien zufrieden mit ihrem Arbeitsplatz konstatierte die Auswertung von *Creative.NRW* (2011). Mehrheitlich positiv würden dabei die Kriterien Erreichbarkeit, Infrastruktur, Ambiente und technische Ausstattung bewertet. Eher negativ beurteilten die Befragten die Offenheit der Vermietende und die Nähe zu anderen Kreativen. Bei vielen Kreativen besteht der Wunsch nach einer stärkeren räumlichen Vernetzung mit anderen Kreativen, insbesondere in den Großstädten. Das sei vorteilhaft für die Optionen auf gegenseitigen Austausch und Kooperationen in gemeinsamen Aufträgen.⁴ Die Verfügbarkeit qualifizierter MitarbeiterInnen, die Nähe zu anderen Unternehmen der gleichen Branche, das Standortimage und die Lage ihrer Arbeitsstätte im Stadtraum sind den Unternehmen wichtig.⁵

Untersuchungen zu den räumlichen Anforderungen der Kultur- und Kreativszene zeigen, dass die größte Herausforderung für die Kreativunternehmen darin besteht, für sie geeignete Arbeitsräume und Netzwerke zu finden und zu gestalten. Auch die Quantität von bezahlbaren und flexiblen Arbeits- und Ausstellungsräumen wird bemängelt.⁶

Für die genauere Darstellung der Standortbedingungen, die die Kreativwirtschaft bevorzugt, unterscheiden wir im Folgenden nach quartiers- und immobilienbezogenen Faktoren.

B.2 Kreative bevorzugen urbane Stadtteile

Die Mehrzahl der Kreativwirtschaftsunternehmen favorisiert innenstadtnahe, urbane Stadtquartiere, die eine gute Verkehrsanbindung – innerstädtisch wie überregional – haben. Die Anbindung an das Autobahnnetz und den Schienen- und Flugverkehr ist vor allem für Unternehmen in Teilmärkten mit überregionaler Ausrichtung von Bedeutung.⁷

Oft spielt zudem die Nähe zum Wohnort eine größere Rolle, vor allem bei GründerInnen und FreiberuflerInnen. Wenn sich die Unternehmen gefestigt und etabliert haben und ggf. den Standort wechseln, tritt dieses Kriterium in den Hintergrund.⁸

Eine Befragung der *TU Berlin* von über 2.000 Berliner Unternehmen der Kreativwirtschaft bestätigt die hohe Bedeutung guter Erreichbarkeit des Unternehmensstandorts. Deutlich weniger wichtig seien die Wohnortnähe oder die Nähe zu KundInnen oder KooperationspartnerInnen. Eher unwichtig seien die soziale Infrastruktur und Fördermaßnahmen vor Ort.⁹

Die räumliche Nähe zu ProjektpartnerInnen, ZulieferInnen und freien MitarbeiterInnen ist jedoch auch vorteilhaft. „Kreative Räume weisen wegen ihrer Nutzungsmischung günstige Rahmenbedingungen für die zumeist projektmäßig organisierten Kleinunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft auf.“¹⁰ Die räumliche Nähe verliert allerdings mittlerweile an Bedeutung, da etablierte Kooperationen über internetbasierte Dienste und Plattformen aufrechterhalten werden können.¹¹ Bei Kleinunternehmen und Freelancern trägt die Nähe zu anderen Kreativen dazu bei, sich nicht isoliert zu fühlen und Teil einer kreativen Community zu sein.¹²

Regionalökonomische Untersuchungen zur Standortwahl der Unternehmen beschreiben drei Ansätze: Cluster, kreative Milieus und Kreative Klasse (Creative Class).¹³ Laut der Clustertheorie nach Porter entsteht durch Vernetzung und das Zusammenwirken verschiedener Menschen eine innovationsfördernde Dynamik mit vielen Vorteilen: höhere Produktivität, eine Zunahme an Unternehmensgründungen, Einsparungen durch räumliche Konzentration (Lokalisation), ein gemeinsamer Absatzmarkt verschiedener Branchen (Urbanisation), Arbeitsteilung mit niedrigen Transaktionskosten (Kooperation), Kommunikations- und Führungsvorteile sowie positive Auswirkungen auf das Marketing eines Standorts. Die Theorie der kreativen Milieus beschreibt zusätzlich, dass soziokulturelle Faktoren und Netzwerke vor Ort zu kollektiven Lernprozessen führen, die Innovationen hervorbringen. Voraussetzung für solch ein kreatives Milieu sind u.a. Experimentierräume, Treffpunkte und ein Austausch in freier, toleranter Atmosphäre. Laut Theorie der Creative Class nach Richard Florida sind die Städte in der Verantwortung, diese Standortfaktoren für die Kreative Klasse zu bereiten und zu gestalten, um deren wirtschaftliche Entwicklung zu gewährleisten.

Kreative Unternehmen suchen nach offenen und toleranten Räumen in der Stadt. Der Unternehmensstandort in einem bestimmten Quartier und in einer bestimmten Immobilie werden zu einem wichtigen Aspekt der Unternehmenskommunikation und zu einem wirtschaftlichen Faktor: Sie strahlen auf das Image des Unternehmens aus und erhöhen die Aufmerksamkeit von potenziellen KundInnen und BesucherInnen.¹⁴

In einer Befragung der Kreativwirtschaft am *Alten Schlachthof* in Karlsruhe z.B. haben rund 80% der befragten Unternehmen den Aspekt „Positive Effekte auf das Image“ als wichtigsten Standortnutzen für das eigene Unternehmen gewertet. An zweiter und dritter Stelle – ebenfalls hoch bewertet – wurden die Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen vor Ort sowie der „kreative Impuls bzw. Austausch mit anderen Unternehmen“ genannt.¹⁵

Das Angebot an Kulturwirtschaft im Umfeld, bspw. unscheinbar wirkende Proberäume, Buchhandel,

Musikkneipen und Galerien, sind unverzichtbarer Bestandteil eines urbanen Milieus, das zur Stabilisierung von Stadtquartieren einen wichtigen Beitrag leistet.¹⁶

Ein etablierter Standort mit historischer Bedeutung kann auf junge Unternehmen unterstützend wirken, insbesondere wenn ein Standortmarketing, Quartiersarbeit und Veranstaltungen inszeniert werden...[Kreative] suchen um spezielle Arten von Immobilien, wie alte Lager- oder Fabrikhallen, zum anderen interessieren sie sich für neue Nutzungsformen.“¹⁷

Diesen Trend zu Umnutzungen bestätigen auch die Zahlen der Soziokulturellen Zentren, von denen ca. die Hälfte in Gebäuden untergebracht sind, die zuvor (schwer-) industriell oder gewerblich genutzt wurden.¹⁸ Die Stadtforscherin Jane Jacobs (1916–2006) brachte es auf den Punkt: „Neue Ideen brauchen alte Gebäude.“

Kreativstandorte in Köln und Dortmund

Um einen Eindruck davon zu bekommen, wie viele kreativwirtschaftlich genutzte Standorte in einer nordrhein-westfälischen Großstadt potentiell vorhanden sind, haben wir für die Städte Köln und Dortmund exemplarisch recherchiert, an welchen Adressen sich Unternehmen der Kreativwirtschaft konzentrieren. Die beiden Großstädte wurden ausgewählt, weil sie eine unterschiedliche wirtschaftliche Entwicklung vollzogen haben. Köln als Stadt, in der seit vielen Jahrzehnten die Kultur- und Medienwirtschaft gefördert wird und die sich so zu einer der wichtigsten Branchen entwickelt hat. Die industriell geprägte Ruhrgebietsstadt Dortmund hingegen befindet sich im Strukturwandel. Zwar hat der Dienstleistungssektor hier in den vergangenen Jahrzehnten deutlich an Bedeutung gewonnen, die Kultur- und Kreativwirtschaft jedoch spielt wirtschaftsstrukturell noch eine eher nachgeordnete Rolle.

Für Köln wurden insgesamt 157 Adressen ermittelt: 125 Standorte mit 3–4 Unternehmen, 30 Standorte mit 5–8 Unternehmen und 2 Standorte mit mehr als 9 Unternehmen am Standort. Die folgende Abbildung der räumlichen Verteilung in Köln macht deutlich, dass es mehrere Cluster von Kreativstandorten gibt. Die meisten Unternehmen haben ihren Sitz in den innerstädtischen Quartieren innerhalb des Kölner Grüngürtels (Neustadt Nord, Neustadt Süd, Altstadt Nord). Das zweite Cluster befindet sich westlich der Innenstadt in Ehrenfeld (Bickendorf, Ossendorf) und das dritte Cluster östlich des Rheins in Mülheim. Insbesondere die räumliche Lage der ersten beiden Cluster bestätigen die These, dass Unternehmen der Kreativwirtschaft Quartiere bevorzugen, die über eine hohe Dichte und vielfältige kulturelle, gastronomische und soziale Angebote verfügen.

In Dortmund wurden insgesamt 12 Adressen gefunden. 9 Standorte mit 3–4 Unternehmen, 2 Standorte mit 5–8 Unternehmen und ein Standort mit mehr als 9 Unternehmen. Wie die Abbildung zeigt, haben sich auch in Dortmund die meisten Standorte in der Innenstadt innerhalb des Walls bzw. in den angrenzenden Stadtteilen (Unionviertel, Hafen, Saarlandstraßenviertel) entwickelt.

Die Analyse* der beiden Städte bestätigt zwei Vermutungen: Zum einen stützen die Ergebnisse die These, dass die Kreativwirtschaft urbane, innenstadt-nahe Quartiere bevorzugt. Zum anderen wird deutlich, wie bedeutend die allgemeine wirtschaftsstrukturelle Entwicklung der einzelnen Kommunen ist.

B.3 Kreative bevorzugen Immobilien mit besonderer Atmosphäre

Bei der Standortwahl spielt neben den Ansprüchen an das Quartier auch die Immobilie eine große Rolle. Ausstattung, Atmosphäre, Größe, Flexibilität in der Raumgestaltung, der Mietpreis sowie die Immobilienentwicklung bzw. der -betrieb sind dabei wichtige Kriterien und werden nachfolgend genauer beleuchtet.

Standortentscheidungen fällen kreativwirtschaftliche Unternehmen jedoch meist wenig formalisiert und ohne alternative Standortüberlegungen. „Handelt es sich um Existenzgründungen, sind diese stark biografieabhängig und finden zumeist ohne explizite Standortwahl überwiegend am aktuellen Wohnstandort statt.“¹⁹

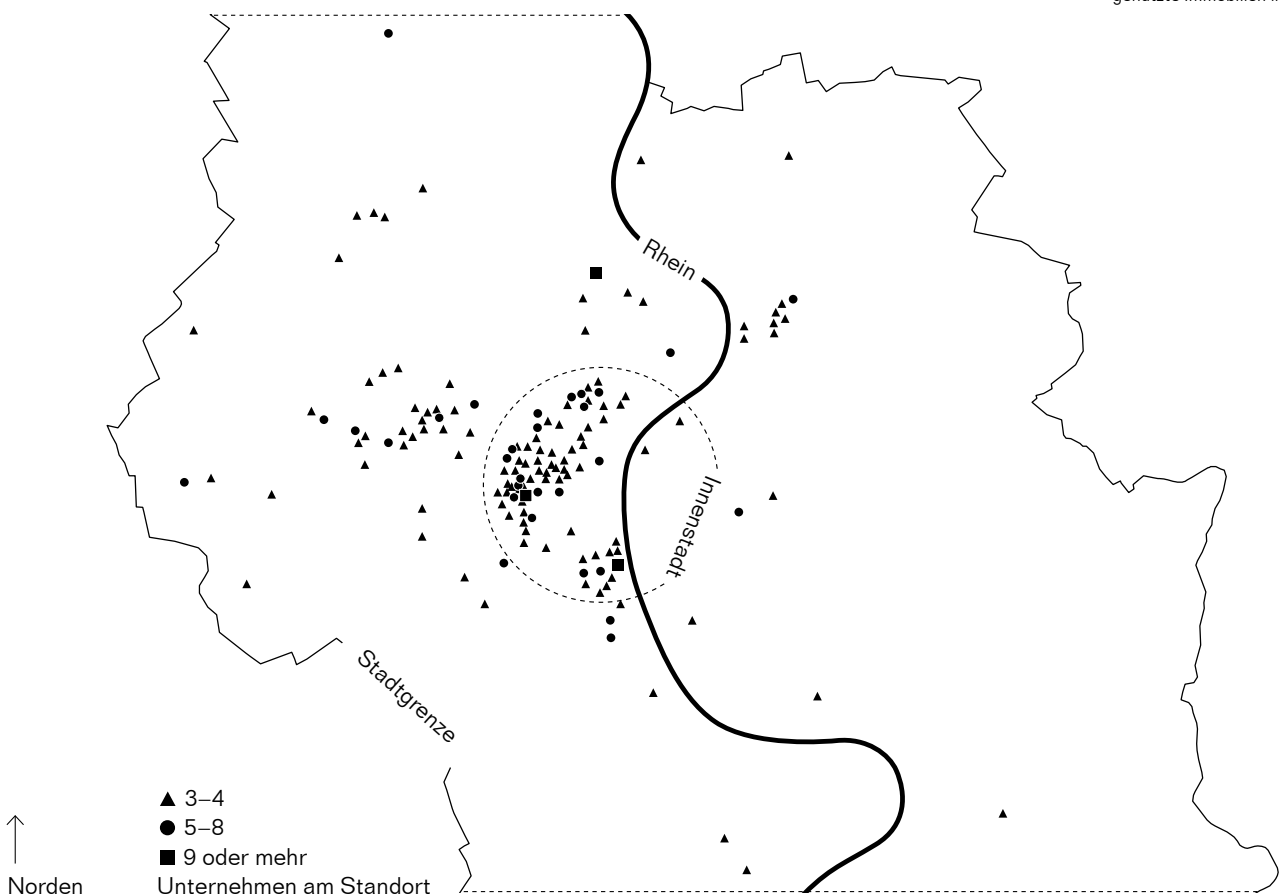
Ausstattung

Tendenziell sind die Anforderungen der Unternehmen an die Ausstattung der Räumlichkeiten eher gering. Wichtig ist ein neutraler Raum, der Spielraum für die eigene Gestaltung und Nutzung lässt. Bedeutend sind auch eine sehr gute Internetverbindung und Elektroausstattung sowie eine angenehme Arbeitsatmosphäre (z.B. viel Licht, hohe Decken). Gestellte und geteilte Bürogeräte wie Drucker, Kopierer, Fax, Scanner etc. sind willkommene Add-ons. Darüber hinaus gibt es natürlich in der Bandbreite der Kreativunternehmen einige Wirtschaftszweige (z.B. Kunst und Musik), die spezielle (technische) Anforderungen an ihre Arbeitsräume stellen.²⁰

*Die Standorte wurden ermittelt durch die Auswertung von Telefonbuch.de (Stand 2017) sowie von Daten der Firma Klick-Tel (2014). Entsprechend unserer Definition eines kreativwirtschaftlichen Standorts (s. Kapitel C) wurden in der untersten Klasse nur Immobilien aufgeführt, die 3–4 Unternehmen an einer Adresse beherbergen. Mittelgroße Standorte verfügen über 5–8 Unternehmen und große Standorte über 9 Unternehmen an einer Adresse.

Köln

Abbildung 1: Kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien in Köln



Atmosphäre

Wichtig ist, dass die Immobilie die Unternehmensleitung emotional anspricht: Wenn es „Liebe auf den ersten Blick ist“, rücken kleinere funktionale Nachteile der Räumlichkeiten und der Immobilie in den Hintergrund.²¹ Als attraktiv werden häufig solche Immobilien empfunden, die sich im Umbruch befinden und dadurch selbst gestaltbar sind. Gerne angenommen werden z.B. alte Industrieliegenschaften, die große Flächen bieten und neue Nutzungskonzepte zulassen. Die beliebtesten Quartiere und Immobilien sind Orte, die sich in einem Übergang zwischen alter Nutzung und neuer Planung befinden. Wenn die Nachfrage von InvestorInnen noch gering ist, bleiben die Preise für die Unternehmen der Kreativwirtschaft finanzierbar.²² Vereinzelt gewünscht werden auch preiswerte und temporär verfügbare Hallen und Werkstätten für Filmproduktionen, Malerei, Installationskunst, Bildhauerei sowie Studios für Musikproduktionen.²³

Größe

Aufgrund der Bandbreite der Kreativwirtschaft lassen sich hinsichtlich der nachgefragten Flächen nur grob verallgemeinernde Aussagen treffen: Eine nicht repräsentative Befragung aus dem Jahr 2009 von 48 Unternehmen aus dem Ruhrgebiet ergab, dass knapp 60% der befragten Unternehmen Büroflächen von bis zu 100m² nutzen.²⁴ 37% arbeiteten auf einer Fläche von unter 50m², 27% nutzten Flächen über 150m². Tendenziell werden also eher kleinere Einheiten von den Kreativwirtschaftsunternehmen nachgefragt.

Flexibilität

Unternehmen der Kreativwirtschaft benötigen je nach Teilmarkt Büro- und Veranstaltungsräume, Ausstellungsflächen, Produktions-, Lager-, und Verkaufsflächen oder Proberäume. Von Belang ist daher eine möglichst flexible und vielseitige Flächennutzbarkeit oder die Nutzung einer Immobilie in Standortgemeinschaften. Für projektorientierte Arbeiten sollte die Flächeninanspruchnahme mit den Anforderungen der Unternehmen wachsen und schrumpfen können.

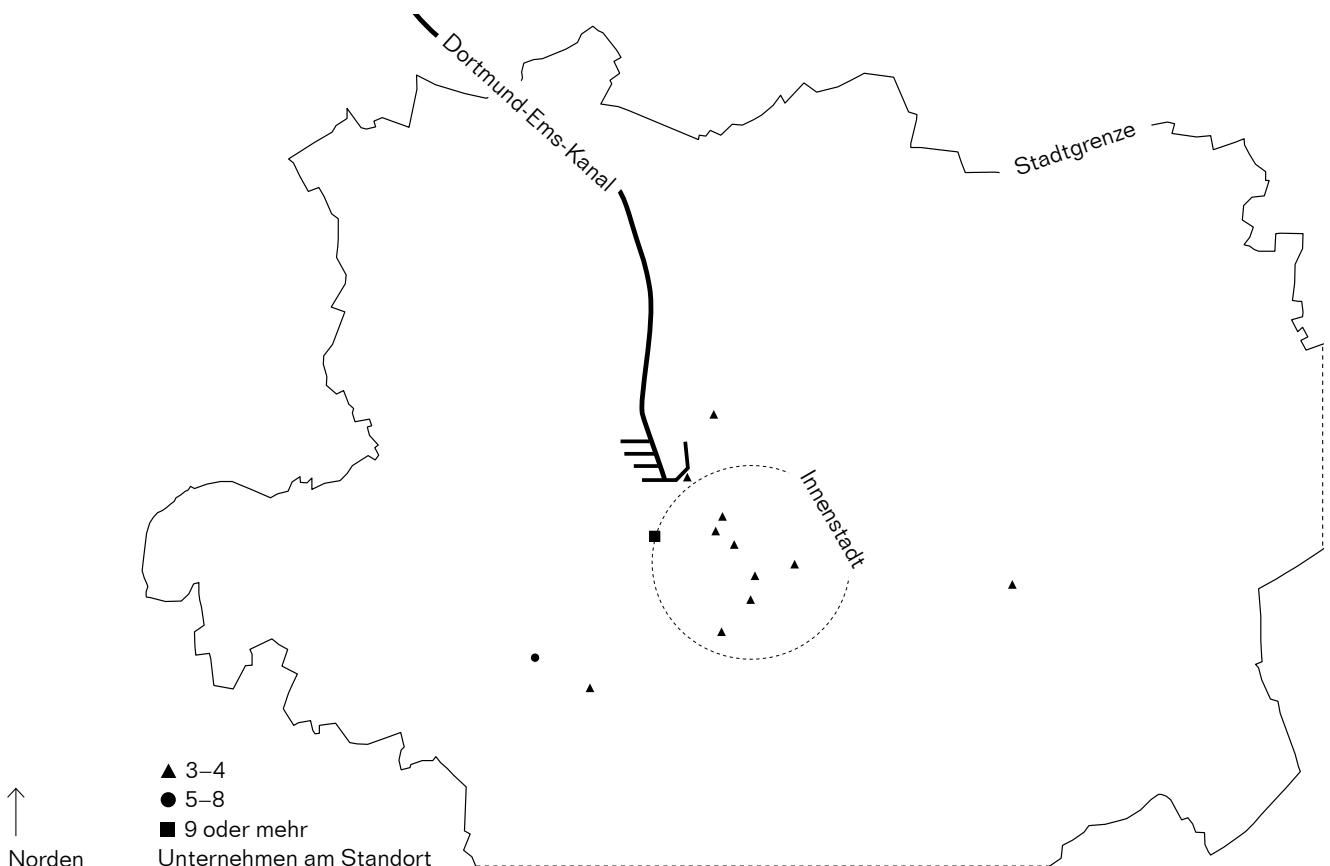
Immobilien eignen sich unterschiedlich gut für die Aneignung durch die Nutzenden. Räume, die in sich eine Flexibilität ausstrahlen, großzügigen und hellen Kubaturen, Gebäude, die selbst eine Skulptur oder einen stadträumlichen Komplex darstellen, spezifische (Arche-)Typen von Baukörpern, die halböffentliche Räume erzeugen – sie alle wirken attraktiv auf Kreative.²⁵

Kreative Räume, wie sie in alten Industrie- und Gewerbegebäuden zu finden sind, funktionieren nicht statisch und ihnen kann auf Dauer nicht per se eine kreative Funktion zugewiesen werden. Sie sind einer ständigen Veränderung durch ihre NutzerInnen unterworfen. „Diese Veränderung ist geradezu notwendig, um immer wieder neue Entwicklungen zu ermöglichen.“²⁶

Flexibilität sollten auch die Mietverträge zeigen, d.h. diese sollten den Unternehmen kurze Kündigungsfristen einräumen und ggf. die Miete im Verlauf des Mietverhältnisses bis zum üblichen Mietpreis staffeln.

Dortmund

Abbildung 2: Kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien in Dortmund



Das gilt insbesondere für junge und kleine Unternehmen, die über geringere finanzielle Ressourcen verfügen.²⁷

Preise

Ein sehr wichtiges Standortkriterium ist der Mietpreis für die Immobilie. Dabei gilt es zu beachten, dass die Teilmärkte der Kreativwirtschaft heterogen sind und die Preissensibilität stark differenziert ist. Etablierte Unternehmen der Branche sind durchaus in der Lage, höhere Mietpreisniveaus zu tragen, Kleinstunternehmen und GründerInnen häufig nicht.²⁸ Der Mietzins ist also nicht selten „das Zünglein an der Waage“, d.h. wenn die funktionalen und atmosphärischen Anforderungen an die Immobilie erfüllt sind, wird der Mietpreis als Kriterium herangezogen.²⁹

Immobilienentwicklung und -betrieb

Die Immobilienwirtschaft steht der Kreativwirtschaft noch größtenteils mit „gemischten Gefühlen“ gegenüber. Einerseits erwartet die Immobilienwirtschaft durch die Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft nicht unbedingt nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Andererseits vermuten die ImmobilieneigentümerInnen und -betreiberInnen, dass durch Kreative das Interesse anderer MieterInnen/KäuferInnen an der Immobilie geweckt wird, dass sich der Standort generell positiv entwickelt und die Immobilie dadurch

aufgewertet wird. Gleichwohl hält die Immobilienwirtschaft vergleichsweise wenige spezialisierte Immobilientypen wie Hallen, Ateliers oder Studios bereit, die durch die Kreativwirtschaft nachgefragt werden.³⁰ Zudem haben die meist kleinteiligen Vermietungen und vielfältigen individuellen Wünsche an die Raumnutzung, insbesondere Coworking-Angebote, einen hohen Verwaltungsbedarf.

Auch kreative UnternehmerInnen sind daran interessiert, auf welche Weise sich ein Standort entwickelt, welche Personen diese Entwicklung beeinflussen und wie sie sich einbringen können. Abhängig von den eigenen Präferenzen werden eher Standortprojekte bevorzugt, die auf Bottom-up-Initiativen beruhen, z.B. aus ehemals besetzten Gebäuden und Selbsthilfeengagement heraus entstanden und beteiligungsorientiert aufgebaut sind.

Nachgefragt werden aber auch Immobilien, die von Seiten der Stadt bzw. der Wirtschaftsförderung mit zielgerichtetem Entwicklungsinteresse für die Kreativwirtschaft initiiert und mit öffentlichen Ressourcen, z.B. in Raummieten und Betrieb, unterstützt werden.

Exkurs: Neue AnbieterInnen – Neue Konkurrenz?

Neben den klassischen Standorten für die Kreativwirtschaft, die in diesem Projekt behandelt werden, gibt es die sogenannten Coworking Spaces, die eine ähnliche Nachfrage wie die Standorte der Kreativwirtschaft bedienen. Diese existieren seit den frühen 2000er Jahren und werden immer beliebter. Während es 2007 weltweit nur 14 Coworking Spaces gab, stieg die Anzahl 2016 auf 11.000 Spaces an. Für 2020 werden über 26.000 Spaces prognostiziert.³¹

Die Coworking Spaces werden meist von Unternehmen betrieben, die auf regionaler, nationaler oder internationaler Ebene agieren. Solche Unternehmen mieten meist Büroflächen an, bauen sie zu einem Coworking Space um und vermieten sie dann z.T. wesentlich teurer weiter.³² Im Rahmen einer Internetrecherche konnten acht Coworking-Ketten, die in Deutschland agieren und über mehrere Standorte verfügen, identifiziert werden.

Zu den größten international agierenden Unternehmen zählen das amerikanische Unternehmen *WeWork* (15 Spaces in Deutschland³³), *Regus* aus Luxemburg (in 32 Städten deutschlandweit vertreten³⁴)

und *Mindspace* aus Israel (in 13 Städten weltweit tätig³⁵). Hinzu kommen die Unternehmen *rent24* aus Berlin (38 Standorte weltweit³⁶), *ImpactHub* (vier Standorte in Deutschland³⁷) und *betahaus* mit vier Standorten weltweit³⁸ – es eröffnete 2009 den ersten Coworking Space in Deutschland.³⁹ Die MieterInnen dieser Standorte können meist auf die jeweiligen firmeninternen globalen Netzwerke ihres Community Managements zugreifen.

Neben diesen global agierenden Unternehmen gibt es auch solche, die sich auf Deutschland beschränken, wie *Design Offices*⁴⁰ oder die Sparte *OfficePods* der Firma *Sirius Facilities*⁴¹. Regional agiert das 2013 in Dortmund gegründete Unternehmen *WorkInn*; es verfügt derzeit über vier Standorte – bis Anfang 2019 sind drei weitere geplant.⁴²

In den Coworking Spaces werden meist verschiedene Optionen angeboten, die in ihren Mietkosten stark variieren: Die Nutzung von Gemeinschaftsbüros/Lounges, eines eigenen Schreibtisches, eines eigenen Büros oder sogar die Anmietung ganzer Stockwerke durch einzelne Unternehmen. Meist sind bestimmte Services in diesen Mietverträgen inklusive, wie eine

Kaffeeküche, Putzservice, Internet und Drucker. Außerdem finden dort meist Veranstaltungen statt, die der Vernetzung der MieterInnen dienen sollen wie beispielsweise After-Work-Partys und Workshops.

Zu den NutzerInnen dieser Immobilien zählen aber nicht nur Freelancer oder Start-ups, sondern auch traditionelle Unternehmen, die den Kontakt zu Start-ups und Kreativen suchen. Bei *WeWork* mieten sie rund 30% der Flächen. Damit versuchen sie von Start-ups zu lernen, um im Wettbewerb der Innovationen mithalten zu können.⁴³

Künftig werden voraussichtlich nicht nur mehr Unternehmen in diesem Bereich entstehen und sich die bereits bestehenden AnbieterInnen standortbezogen ausweiten, sondern sie werden auch in andere Lebensbereiche übergreifen. So betreibt *WeWork* bereits an zwei Standorten in den USA die Sparte *WeLive* – eine flexible Vermietung möblierter Apartments.⁴⁴ Auch *rent24* hat bereits einen konkreten Plan für das sogenannte *Coliving*. Außerdem hat *WeWork* mit *WeGrow* bereits die erste Schule des Unternehmens eröffnet, in der Kinder individuell gefördert werden sollen.⁴⁵

B.4 Kreative beeinflussen die Standortentwicklung

Von kreativwirtschaftlich genutzten Immobilien können starke Impulse für eine Quartiersentwicklung ausgehen. Die *Alte Samtweberei*, ein Pilotprojekt der *Montag Stiftung Urbane Räume*, verfolgt z.B. den Grundgedanken, Initialkapital ins Viertel zu bekommen, um einen Aufwertungsprozess für das Quartier zu erreichen. *Utopiastadt* in Wuppertal bietet zahlreiche Projekte und Netzwerke, die das Umfeld des Bahnhofes mit einbeziehen (z.B. durch Urban Gardening). Der *Union Gewerbehof* ist in viele Aktivitäten im Stadtteil eingebunden bzw. hat diese angestoßen. Das *Unperfekthaus* bietet viele Möglichkeitsräume zum Ausprobieren eigener Ideen und viele thematische Netzwerke und Veranstaltungen auch für nicht ansässige Kreative. Häufig sind es die Kreativunternehmen und BetreiberInnen, die Stadtentwicklungsprozesse „von unten“ anstoßen und vorantreiben.⁴⁶ Kulturelle und kreativwirtschaftliche Aktivitäten tragen dazu bei, das Image eines Stadtteils zu beleben, aufzuwerten und zu prägen. Die Umnutzung und neue Wertschätzung von Gebäuden mit Geschichte, Authentizität und Charakter erzeugt hohe Symbolkraft für die Entwicklung eines Standorts bzw. Quartiers.⁴⁷

Creative.NRW wirbt deshalb dafür, orts- und nutzerInnenspezifische Stadtteilentwicklung unbedingt beteiligungsorientiert anzustoßen: „Denn fest steht: Der Ort an sich ist nicht kreativ, sondern die Menschen, die diesen Ort zu einem kreativen Quartier machen.“⁴⁸

Temporäre Zwischennutzungen können das Startsignal zur Entwicklung eines „schwierigen“ Gebäudes sein und eine erfolgreiche Strategie darstellen, um Immobilien kreativ und bedarfsbezogen zu gestalten. Dabei spielen Leerstände eine attraktive Rolle, als Möglichkeit und Ressource für kulturelle und kreative Milieus, auch um sich unternehmerisch auszuprobieren.⁴⁹ Für nicht kapitalintensive Gründungen ist das eine gute Option, um Businesspläne in die Praxis umzusetzen und auf ihre Wirksamkeit zu testen. *Utopiastadt* in Wuppertal bspw. hat diese Idee als wichtiges Element in ihrem Betriebskonzept aufgenommen.

„Durch die Programmierung von Orten bzw. deren gezielte Ausformung mit Atmosphären erweisen sich die Akteure der Kreativwirtschaft als Raumproduzenten und soziale Architekten des Post-Urbanen.“⁵⁰

B.5 Kreative sind gut vernetzt, Immobilienbetreibende kaum

Die Vernetzung innerhalb der Kreativwirtschaft, insbesondere die Bildung und Unterstützung von Netzwerken ist ein zentraler Ansatz zur Stärkung der Kreativwirtschaft. Vor diesem Hintergrund sind in den letzten Jahren zahlreiche lokale und überregionale Netzwerke und Initiativen entstanden. Die Idee *CreateNet.NRW* wurde in Abgrenzung bzw. Ergänzung zu bestehenden Netzwerken und Initiativen entwickelt, da die BetreiberInnen kreativwirtschaftlich geprägter Orte bislang kaum Berücksichtigung fanden.

Als Landeskompetenzzentrum und Ansprechpartner für Beschäftigte, Unternehmen, Selbstständige, Institutionen und Kommunen bildet *Creative.NRW* das Netzwerk der Kreativen in Nordrhein-Westfalen. Es vermittelt Kontakte und Wissen, bietet Service-Angebote, gibt Impulse für Innovationen und Wachstum in Wirtschaft und Gesellschaft und arbeitet an der Verbesserung der Rahmenbedingungen für erfolgreiches kreatives Arbeiten. *Creative.NRW* versteht Kreativwirtschaft „nicht nur als bedeutenden Wirtschaftsfaktor, sondern auch als Innovationsmotor für andere Branchen, als wichtiges Element einer zukunftsfähigen Stadtentwicklung und als Partner für die Entwicklung von neuartigen, nicht allein technikgetriebenen Lösungen gesellschaftlicher Herausforderungen.“⁵¹

Auf der Ebene der Städte, Regionen und des Bundes sowie auf internationaler Ebene gibt es unterschiedliche Netzwerke. Diese richten sich an Kreativwirtschaftsunternehmen. Einen direkten Bezug zu Stadtentwicklungsfragen konnte lediglich bei einem Netzwerk festgestellt werden: *e.c.c.e. Das european centre for creative economy* versteht sich als „Moderator und Impulsgeber für eine kulturbasierte Stadt- und Quartiersentwicklung“.⁵² Der Fokus von *ecce* liegt auf der Förderung von Quartieren, in denen sich Kulturwirtschaft konzentriert und damit zur Profilierung und Entwicklung des Quartiers beiträgt, sowie auf der Weiterentwicklung der individuellen KünstlerInnenförderung. Die immobilienbezogene Perspektive bzw. die überregionale Vernetzung der Standortbetreibenden stehen hier nicht im Vordergrund.

Des Weiteren gibt es lokale und regionale Branchennetzwerke, die GründerInnen und lokale Unternehmen der Kulturwirtschaft unterstützen, wie bspw. die *Designmetropole Aachen*, das *Netzwerk Kreativwirtschaft im Kreis Wesel*, das *Netzwerk Kreativwirtschaft Ostwestfalen*, die *Paderborner Kreaturen*, *Web de Cologne*, *MediaLAB.NRW*, *Kreative Klasse Ruhr* etc. Diese sind von den Nutzenden oder von der öffentlichen Hand initiiert und finanziert.

Auch kommunale oder regionale Wirtschaftsförderungen wie die *Business Metropole Ruhr*, die Industrie und Handelskammern sowie weitere kommunale Verwaltungsbereiche – meist Kultur- oder Stadtplanungssämter – versuchen durch verschiedene Maßnahmen, die Kulturwirtschaft zu fördern.

Das bundesweite Netzwerk *Immovielen* (als Verein konstituiert im Juni 2018 nach knapp zwei Jahren intensiver Vorlaufaktivitäten) ist ein breit aufgestelltes, engagiertes Bündnis von über 100 AkteurInnen aus Zivilgesellschaft, öffentlicher Hand, Wirtschaft, Wohlfahrt und Wissenschaft. Im Fokus stehen hier bürgerschaftliche Initiativen, die selbstorganisiert, solidarisch, kreativ und kooperativ Immobilien für sich und ihre Nachbarschaft entwickeln und entwickelt haben und damit lebendige Stadtteilarbeit und Gemeinwohlorientierung voranbringen. Das Netzwerk will die Rahmenbedingungen für die Entstehung und den Betrieb solcher Immobilien von Vielen für Viele verbessern. Es möchte deshalb Plattform für Austausch und Kooperation der Mitglieder sein, gute Praxis von Umsetzungen fördern, als fachliche Instanz wahrgenommen und gefragt sein, die Interessenvertretung wahrnehmen und die Bildungs-, Beratungs-,

und Öffentlichkeitsarbeit seiner Mitglieder koordinieren und verstärken.⁵³ Zwei Standortbetreibende unseres Portfolios sind ebenfalls und sehr aktiv im Netzwerk Immobilien engagiert: *Utopiastadt* und *Alte Samtweberei*.

International vernetzend wirkt beispielsweise *Creative Urban Renewal in Northwestern Europe*. Es ist das europäische Netzwerk von Kreativwirtschaftsstandorten in Mittelstädten, die durch Strukturwandel geprägt sind. In enger Zusammenarbeit der ProjektpartnerInnen in Deutschland, Belgien, Frankreich, Großbritannien und den Niederlanden wurde ein *Creative Zone Innovator* entwickelt und getestet sowie Strategien benannt, wie Unternehmergeist in den Städten gefördert werden kann. Das Netzwerk demonstrierte damit, dass Aktivitäten und Inspirationen kreativer Unternehmen die Erneuerung städtischer Räume auslösen.⁵⁴

Das *European Creative Business Network* ist ein Netzwerk aus Kreativzentren und -quartieren, Kreativunternehmen sowie Kultur- und Kreativwirtschaftsagenturen. Schwerpunktthemen bilden hier die Internationalisierung der Branche und internationale Zusammenarbeit. Es bietet dazu Informationen, Austausch, Trade Missions und Studentouren zu EU-geförderten Projekten, die Teilnahme am *ECBN Policy Forum* und bessere Wahrnehmung auf Ebene der EU-Mitgliedstaaten und in Brüssel.⁵⁵



Standorte der Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Wenn man sich dem Gegenstand der kreativwirtschaftlich genutzten Standorte nähert, wird deutlich, dass man sich einer großen Vielfalt gegenüber sieht. Die Standorte unterscheiden sich in ihrer Größe, der Art des Standortbetriebs, der Anzahl an Unternehmen, den lokalen Services usw. Die folgende Definition soll daher einen groben Rahmen für die Abgrenzung dieser Standorte gegenüber anderen immobilienwirtschaftlichen Nutzungskonzepten darstellen:

Als Standort der Kreativwirtschaft werden im Projekt *CreateNet.NRW* kreativwirtschaftlich geprägte Immobilien und räumlich zusammenhängende Immobilienkomplexe verstanden, in denen mindestens drei Kreativwirtschaftsunternehmen ansässig sind und die durch eine/n lokale/n BetreiberIn als Einheit gemanagt werden.

C.1 Recherche und Auswahl von 15+5 Standorten

Standorte der Kreativwirtschaft zu finden, ist aktuell nicht leicht. Auch die Anzahl existierender Standorte in unterschiedlichen Städten einzuschätzen, ist schwierig. Die Recherche der Standorte wurde daher mit mehreren methodischen Ansätzen durchgeführt:

- × Internetrecherchen und Sichtung von Veröffentlichungen zur Kreativwirtschaft
- × Abfrage von für die Kreativwirtschaft zuständigen Institutionen (z.B. Industrie- und Handelskammern, kommunale und regionale Einrichtungen der Wirtschaftsförderung, Kultur- und Kompetenzzentren, kommunale und europäische Netzwerke)
- × Abfrage weiterer ExpertInnen aus Hochschulen, nordrhein-westfälischen Ministerien, dem *European Centre For Creative Economy, Creative.NRW* usw.

Allgemein erstaunte die relativ geringe Kenntnis von kreativwirtschaftlichen Immobilienstandorten vor Ort bzw. in der Region. Bei der Recherche wurde deutlich, dass die meisten zuständigen Ansprechpersonen kaum entsprechende Standorte nennen konnten und oft auf kulturell genutzte Häuser oder Coworking-Angebote verwiesen. Diese Nutzungsformen machen allerdings nur eine Teilmenge der zu untersuchenden Standorte aus. Auch waren oft nur öffentlich geförderte Häuser bekannt, jedoch nicht die, die durch private Initiative entstanden sind.

Ausschlaggebend für die Suche der Standorte waren verschiedene Kriterien, die wir im Vorfeld der Recherche ausgearbeitet hatten. Die Auswahl der Standorte sollte eine möglichst große Spannweite dieser Kriterien widerspiegeln:

- × Immobilientyp: Einzelgebäude oder Gebäudeensemble
- × Immobilieneigentümer: öffentliche Hand bzw. kommunale Tochtergesellschaft, Solidarwirtschaft oder privatwirtschaftliches Unternehmen
- × Renditeerwartung: niedrig bis hoch
- × Standortentwicklung: gewachsener Standort oder konzeptioneller Schwerpunkt auf Kreativwirtschaft von Beginn an
- × Funktionale Mischung: mono- bis multifunktional inkl. Wohnen

Insgesamt hat die Recherche ca. 60 Orte in NRW hervorgebracht, die der oben genannten Definition und den Kriterien entsprechen.

Ziel war es, eine Auswahl von 15 Standorten der Kreativwirtschaft in NRW zu treffen und fünf weitere Standorte aus dem gesamten Bundesgebiet in die Analyse mit aufzunehmen. Dabei sollten die Standorte eine möglichst große Vielfalt im Hinblick auf das Nutzungskonzept, die Immobiliengrößen und die Betreibermodelle abbilden. Die Auswahl zeichnet somit kein repräsentatives Abbild der Kreativwirtschaftsstandorte in Nordrhein-Westfalen. Durch die

quantitative Häufung an kreativwirtschaftlich geprägten Standorten in Düsseldorf und Köln, wurden hier jeweils zwei Standorte ausgewählt. Die folgende Karte zeigt die 15 Standorte, die für die nähere Analyse ausgewählt wurden.

Zu den 15 untersuchten Standorten in Nordrhein-Westfalen gehören:

- a. *Alte Samtweberei*/Krefeld
- b. *Bankhaus*/Mönchengladbach
- c. *Elbershallen*/Hagen
- d. *Factory Campus*/Düsseldorf
- e. *Games Factory*/Mülheim an der Ruhr
- f. *Kulturwerk Lothringen*/Bochum
- g. *Ledigenheim Lohberg*/Dinslaken
- h. *neuerker Business Office*/Mönchengladbach
- i. *Office Center Hoisten*/Neuss
- j. *Startplatz*/Köln
- k. *super(7000)*/Düsseldorf
- l. *Union Gewerbehof*/Dortmund
- m. *unit medienhaus*/Köln
- n. *Unperfekthaus*/Essen
- o. *Utopiastadt*/Wuppertal

Zur Ergänzung der Standorte aus Nordrhein-Westfalen wurden zusätzlich fünf Beispiele aus anderen Bundesländern ausgewählt, um Teilaspekte wie bspw. ein besonderes Betriebskonzept, starke Mitbestimmung der NutzerInnen, verschiedene Rechtsformen, interessante Rauminnovationen oder Umnutzungen

sowie engagierte Netzwerkarbeit in den Vergleich mit einzubeziehen.

Diese fünf Standorte sind:

- × *Alte Viktoria-Kaserne*/Hamburg
- × *Alter Schlachthof Kreativpark*/Karlsruhe
- × *Altes Volksbad – creative business*/Mannheim
- × *Hafven*/Hannover
- × *Wurst Case*/Bremen

Bestandsaufnahme

Die 15 Standorte in Nordrhein-Westfalen und die fünf weiteren Standorte im Bundesgebiet haben wir mittels geführter Ortsbegehungen, jeweils ein bis zwei Interviews mit den BetreiberInnen sowie jeweils zwei Interviews mit ansässigen Unternehmen bzw. NutzerInnen untersucht. Darüber hinaus wurden die Interseiten bzw. weiterführende Veröffentlichungen zu den Standorten in die Analyse einbezogen.

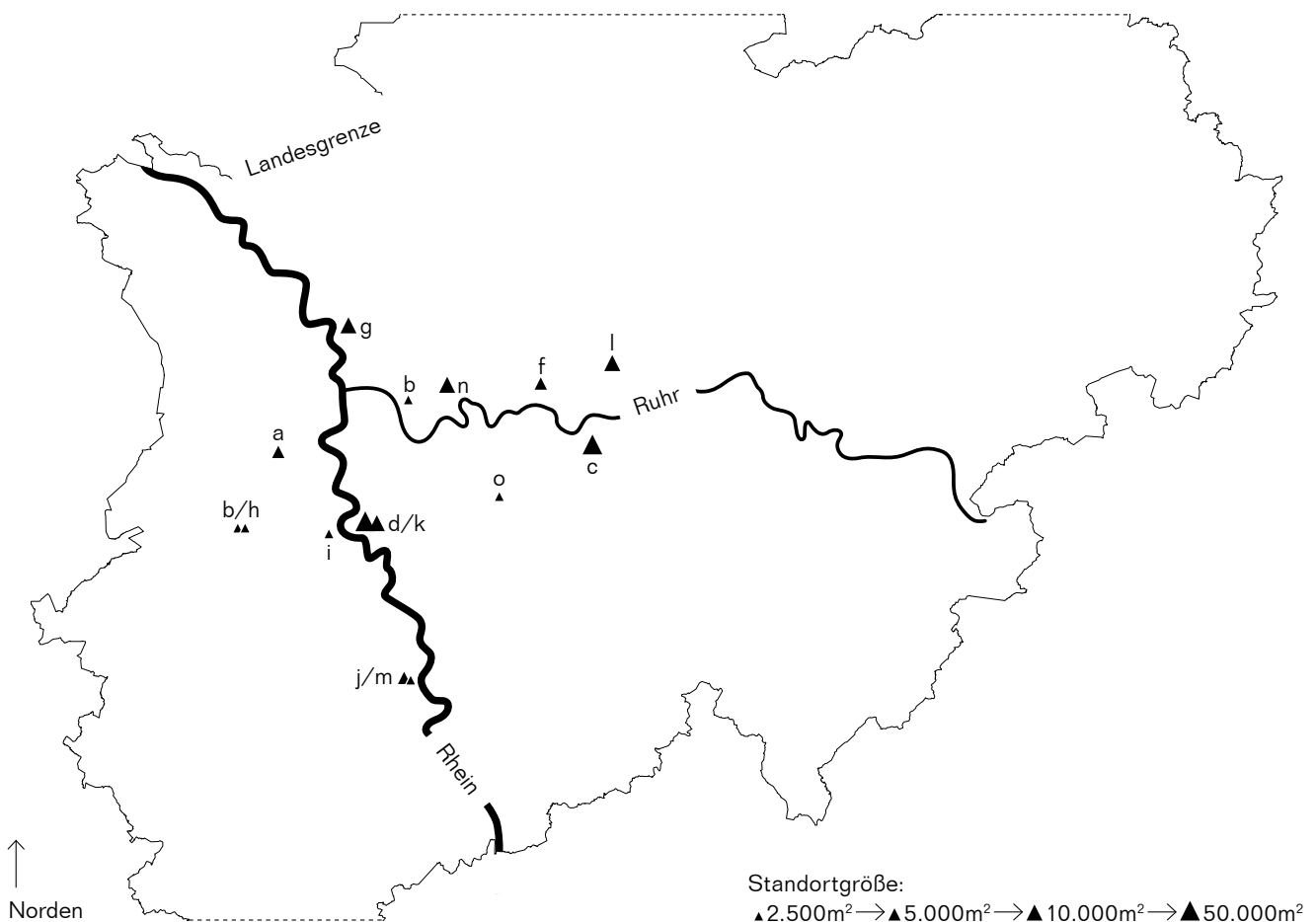
Die Ergebnisse der Standortbeschreibungen sind in Steckbriefen (s. Anhang) festgehalten. Die Auswertung der Interviews bildete die inhaltliche Basis für die Analyse der Standorte sowie für die Empfehlungen für die Netzwerkbildung.

Folgende Themen wurden in den Interviews mit den BetreiberInnen und den Unternehmen angesprochen:

- × Immobilie: Größe, Architektur, Baualter, baulicher Zustand, funktionale Mischung,

Nordrhein-Westfalen

Abbildung 3: Auswahl von 15 kreativwirtschaftlich genutzten Standorten in NRW



- Mietkonditionen, Infrastruktur, Services
- × Immobilienmanagement: Eigentümer, Betrieb, Community Management, Finanzierung
- × MieterInnen/NutzerInnen: Branche und Geschäftsfelder, Kooperationen am Standort, Non-Profit Nutzungen, Fluktuation
- × Außendarstellung, Entstehungsgeschichte, Image

Insgesamt haben wir 40 qualitative Interviews mit den BetreiberInnen und 42 Interviews mit ansässigen Unternehmen der Kreativwirtschaft geführt, um einen vertiefenden Blick auf die immobilienwirtschaftlichen Aspekte der Standortwahl zu bekommen. Zudem galt es, herauszufinden, welche Optimierungsmöglichkeiten die StandortbetreiberInnen haben, um die Rahmenbedingungen für die ansässigen und interessierte Unternehmen ggf. zu verbessern.

Um Themen für ein Netzwerk der Standorte und inhaltliche Schnittmengen zwischen den BetreiberInneninteressen zu identifizieren, haben wir im Frühjahr 2018 eine zweite Runde an qualitativen Interviews mit den beteiligten StandortbetreiberInnen geführt und ausgewertet. In diesen Interviews ging es darum, Erfahrungshorizonte, vorhandenes Wissen, Austauschbedarf und Trends zu folgenden Themenkomplexen zu eruieren: Nutzungs- bzw. Betriebskonzept, Vermarktung der Immobilie, Zugang zu Investitions- und Fördermitteln, bauordnungsrechtliche Aspekte sowie Einfluss der Digitalisierung. Für eine realistische Einschätzung der Beteiligungsbereitschaft an einem solchen Netzwerk wurden zusätzlich Fragen gestellt zum Eigenbeitrag in das potentielle Netzwerk, zu weiteren potentiellen NetzwerkpartnerInnen, zu bisherigen Erfahrungen aus anderen Netzwerken sowie zu den Bedingungen, an die eine aktive Selbstbeteiligung geknüpft würden. Die Ergebnisse aus den Interviews sind in das Kapitel zur Netzwerkbildung (s. Kapitel D) eingeflossen.

C.2 Typologien

Mit der von uns getroffenen Auswahl an kreativwirtschaftlich genutzten Standorten stellen wir fest, dass es im Grunde vier Hauptmotive gibt, die dazu veranlassen, kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien zu entwickeln.

- × Ideale/Idee verfolgen:
Es gab eine Gruppe/Person, die prioritär eine bestimmte Idee/Vision realisieren wollte und dafür Raum und Mittel organisierte. Das war z.B. die Idee, nachhaltige und kreative Projekte partizipativ umzusetzen und Stadt(-quartiere) innovativ „von unten“ prägen zu wollen.
- × Kreativwirtschaft stärken:
Es war das Anliegen, die Kreativwirtschaft stärken zu wollen und dafür wurden Immobilie und Mittel organisiert.
- × Gut investieren:
Es gab finanzielle Mittel, die in eine Immobilie investiert werden sollten, für die dann ein Nutzungskonzept entwickelt wurde.
- × Nutzung für Immobilie finden:
Es gab eine besondere (meist leerstehende) Immobilie, für die eine kreative Nutzung und ein Finanzierungskonzept gesucht wurde.

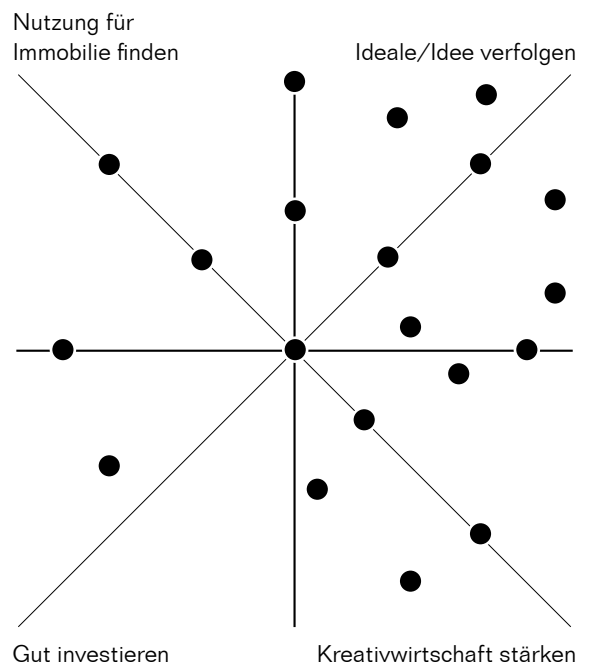


Abbildung 4: Hauptmotive in der Gründung

Die Abbildung zeigt die vier Typen (in Reinform als Eckpunkte) und die jeweilige Einordnung der 20 untersuchten Standorte. Die Anordnung erfolgte im Abgleich der Einschätzung des Projektteams auf Basis der geführten Betreiberinterviews mit dem Selbstbild der StandortbetreiberInnen.

Ein weiterer Unterschied in den Standorttypen liegt in der Bedeutung des Umfelds für den Standort. Hierbei konnten drei Typen ermittelt werden:

- × Die Immobilie ist unabhängig vom Umfeld, d.h. hier bestehen keine oder nur sehr schwache Bezüge zum Quartier (z.B. einfache Möglichkeiten der Versorgung).
- × Ein urbanes Umfeld, d.h. gute technische und soziale Infrastruktur (z.B. ÖPNV, Restaurants, Cafés, KiTas), ist für die ansässigen Unternehmen wichtig.
- × Es besteht ein enger Bezug zum Quartier. Der Standort ist Nukleus für integrierte Stadtentwicklungsstrategien und öffnet sich in den Stadtteil (z.B. durch Quartiersarbeit).

Die Motivation für die Entwicklung der kreativwirtschaftlich genutzten Immobilien und deren Bezug zum Umfeld stehen z.T. in Bezug zueinander. Standorte, die sich als Nukleus für Quartiersentwicklung verstehen, sind häufig, die, die von den späteren NutzerInnen entwickelt worden. Hier stehen Ideale und die Nutzungs-idee im Vordergrund und weniger der Wunsch, Kapital zu investieren oder ein Renditeobjekt zu entwickeln.

Die folgende Tabelle zeigt in einer Übersicht einige Fakten zu den 20 untersuchten Standorten in Nordrhein-Westfalen und der Bundesrepublik. Die meisten untersuchten Standorte liegen zentral in ihren jeweiligen Stadtgebieten. Dies unterstreicht die These, dass Unternehmen der Kreativwirtschaft vorwiegend urbane Lagen bevorzugen. Standorte wie das Ledigenheim Lohberg oder das Kulturwerk Lothringen liegen zwar nicht zentral, sind aber sogenannte Quartiere im Wandel also altindustrielle Gebiete, die

einen Strukturwandel durchlaufen haben und einer neuen Nutzung zugeführt wurden.

Das Baulter umfasst eine enorme Spannweite. Angefangen mit Immobilien, die bereits zur Mitte des 19. Jahrhunderts errichtet wurden bis hin zu Neubauten. Da die Standorte häufig über verschiedene Einzelimmobilien verfügen, variieren hier auch die Baulter.

Auch bei der Nutzfläche gibt es eine große Spannweite. Diese liegt bei den 20 Standorten zwischen 500m² (Utopiastadt/Wuppertal) und 60.000m² (Alter Schlachthof/Karlsruhe). Häufig verfügen die Standorte über 1.000–4.000m² Nutzfläche.

Bei 9 der 20 Standorte ist die/der EigentümerIn auch die/der BetreiberIn der Immobilie, was keine Auswirkungen auf das Nutzungskonzept hat.

Recherchiert wurde auch die Zahl der Unternehmen, die an den jeweiligen Standorten tätig sind. Abhängig von der verfügbaren Nutzfläche variiert diese Zahl natürlich stark. Der Kreativwirtschaftsanteil schwankt zwischen 22% im Ledigenheim Lohberg und 100% im Unperfekthaus in Essen.

Übersicht Standorte

Immobilie/ Immobilienkomplex	Ort	zentrale Lage im Stadtgebiet	Baulter	Nutzfläche in m ²	EigentümerIn = BetreiberIn	davon Kreativwirtschaft in Prozent	
						Anzahl ansässiger Unternehmen	
Alte Samtweberei	Krefeld	×	1889/1950–60	1.800		31	74
Bankhaus	Mönchengladbach	×	1901	670	×	14	38
Elbershallen	Hagen	×	1850–1960	45.000	×	27	30
Factory Campus	Düsseldorf		1920–50	4.000	×	25	72
Games Factory	Mülheim an der Ruhr	×	k.A.	1.230		22	91
Kulturwerk Lothringen	Bochum		1872	3.000	×	20	55
Ledigenheim Lohberg	Dinslaken		1917	4.200	×	50	22
neuerker Business office	Mönchengladbach		1950–60	900		21	24
Office Center Hoisten	Neuss		1960–70	1.500	×	16	25
Startplatz	Köln	×	1994	4.500		k.A.	k.A.
super(7000)	Düsseldorf	×	1970–80	1.200		15	87
Union Gewerbehof	Dortmund	×	1890–1940	5.500	×	95	55
unit medienhaus	Köln	×	1960–70	2.150		80	k.A.
Unperfekthaus	Essen	×	1960–70	6.000	×	k.A.	100
Utopiastadt	Wuppertal	×	1882	500		12	75
Standorte außerhalb von Nordrhein-Westfalen							
Alte Viktoria-Kaserne	Hamburg-Altona	×	1878–83	10.000	×	k.A.	k.A.
Alter Schlachthof	Karlsruhe	×	1887–1928, 1970–90, 2010	60.000	z.T.	126	85
Altes Volksbad	Mannheim		1931	1.200		21	100
Hafven	Hannover	×	2016	2.200		k.A.	k.A.
Wurst Case	Bremen		1959	1.200		31	77

Abbildung 5: Tabellarische Übersicht der 20 Standorte

C.3 Ansiedlungsgründe der Kreativunternehmen

Standorte der Kreativwirtschaft sollen den angesiedelten Unternehmen möglichst gute Bedingungen bieten, ihrer Geschäftstätigkeit nachzugehen. Ein wichtiger Fokus des Projekts war es daher, die Perspektive der Unternehmen auf „ihren“ Standort in die Analyse mit einzubinden. Im Rahmen leitfadengestützter Interviews befragten wir insgesamt 42 Unternehmen bzw. Nutzende in 20 Standorten nach ihren Gründen der Standortwahl, nach der lokalen Infrastruktur sowie nach Serviceangeboten bzw. ihrem spezifischen Raumbedarf. Im Folgenden werden die Ergebnisse der NutzerInnenbefragung zusammenfassend dargestellt.

Harte und weiche Faktoren sind wichtig für die Standortentscheidung

Wichtig für die Standortentscheidung der meisten Befragten sind die harten Standortfaktoren wie das Raumangebot, die Verkehrsanbindung bzw. die Lage und die (Miet-)Kosten. Gleichsam häufig genannt werden auch weiche Standortfaktoren wie der soziale Kontakt, die Ästhetik der Immobilie sowie Branchenkontakte und Führungsvorteile. Damit bestätigen sich weitestgehend die Ergebnisse aus der Analyse der Standortfaktoren, die für die Kreativwirtschaft von Bedeutung sind. Seltener genannt wurden als Gründe für die Standortwahl eine gemeinsame Infrastruktur am Standort, die Marke bzw. das Image des Standorts oder spezifischer Raumbedarf (z.B. Lagerflächen). Auch dies entspricht weitgehend anderen empirischen Befunden zu diesem Thema (s. Kapitel B.3).

Die Unternehmen nutzen gemeinsame Veranstaltungsräume und haben z.T. sehr spezifischen Raumbedarf

Auch wenn gemeinschaftliche Räume am Standort nicht zu den ausschlaggebenden Gründen für die Standortwahl zählen, werden diese dennoch gerne genutzt. Häufig genannt sind dabei zentral zur Verfügung stehende Räume für Besprechungen, Konferenzen, Seminare oder anderweitige Veranstaltungen.

Zudem bestehen sehr oft individuelle Ansprüche an Räume, wie z.B. Werkstätten, größere oder flexiblere Räume, Ruheräume, Dunkelkammern, gemeinschaftlichen Räume für Seminare/Besprechungen, Ateliers oder Freiflächen. Hier helfen sich die Unternehmen untereinander häufig aus und stellen sich gegenseitig solche Räume (temporär) zur Verfügung. Wichtige Infrastrukturen sind auch gastronomische Einrichtungen oder zentrale Küchen, die als Kommunikationsraum genutzt werden können. Seltener wird ein Mehrbedarf an Freiflächen oder Parkplätzen angemeldet.

Zentrale Services der Immobilienbetreibenden werden genutzt

Zentrale Services, die von ImmobilienbetreiberInnen organisiert und implementiert werden, werden durch die Unternehmen durchaus wertgeschätzt. Dazu zählen z.B. die HausmeisterInnen, die Gebäudereinigung, Postservices – vor allem für die Paketannahme – oder allgemeine Ansprechpersonen, die den

Unternehmen am Standort mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Größere Standorte unterhalten ein sog. Community Management. Gemeint sind damit z.B. Fachveranstaltungen oder andere Events, die zentral organisiert werden und der Weiterbildung oder allgemein der Vernetzung der Unternehmen am Standort dienen. Als Bedarf an hauseigenen Services wurde häufig die Bereitstellung eines IT-/Internetservices genannt, gefolgt von Weiterbildungen (z.B. zum Thema Vermarktung) und andere technische Dienstleistungen wie ein Winterdienst oder ein Empfang/Concierge.

Generell lässt sich festhalten: Sind die Services da, werden sie von den Unternehmen auch genutzt. Wenn ein Standort ohne diese Services auskommt, werden diese selten vermisst.

Non-Profit-Angebote spielen (bisher) keine große Rolle in Kreativstandorten

Etwa zwei Drittel der Kreativstandorte öffnen ihre Immobilie für quartiersbezogene Aktivitäten wie Flohmärkte und Feste oder Kunst und Kultur in Form von Ausstellungen oder Konzerten. Für die StandortbetreiberInnen bietet sich damit die Chance, ihren Standort stärker in die Öffentlichkeit zu rücken und damit besser zu vermarkten. Die Rolle dieses Non-Profit-Bereichs war ebenfalls Teil der Analyse.

Aus der Sicht der Nutzenden bzw. Unternehmen haben diese Angebote eine eher nachgeordnete Bedeutung. Gerade einmal gut die Hälfte der Befragten nimmt Non-Profit-Veranstaltungen am jeweiligen Standort wahr oder besucht Gemeinschaftsveranstaltungen oder -angebote. Allerdings gibt es auch Unternehmen, die diese Angebote gezielt unterstützen und als bedeutende Qualität ihres Arbeitsumfelds wahrnehmen.

Generell gilt aber auch hier: Non-Profit-Angebote sind „nice to have“ für die ansässigen Unternehmen keine allzu wichtige Qualität.

Standortinterne Kooperationen sind das wichtigste Thema an Kreativstandorten

Ein wichtiger Punkt für die Befragten war das Thema der Kooperationen mit anderen Unternehmen am Standort: Die große Mehrheit der Befragten ist bisher Kooperationen mit anderen NutzerInnen des Standortes eingegangen und hat weiteres Interesse daran bekräftigt. Ein Grund für diesen Befund könnte darin liegen, dass viele der Befragten freiberuflich tätig sind oder ein Kleinunternehmen führen, welches für die Abwicklung von Aufträgen häufiger auf Zulieferungen und Kompetenzen anderer Unternehmen angewiesen ist. Fast alle NutzerInnen, die bisher keine solche Kooperation vorweisen können, haben ein Interesse daran bekundet. Lediglich zwei befragte Unternehmen haben weder bisher eine standortinterne Kooperation gehabt, noch Interesse daran.

Im Hinblick auf die Optimierung der Standortbedingungen für die Kreativbranche liegt hier ein bedeutendes Thema, da die Wegbereitung solcher Kooperationen durchaus Aufgabe eines Community Managements sein kann.

Eine hohe Fluktuation von Unternehmen am Standort kann problematisch sein, wenn dadurch zu viel Unruhe am Standort herrscht oder Kooperationsbeziehungen dadurch beeinträchtigt oder aufgelöst werden. Im Rahmen der Befragung war die Wahrnehmung dieses Themas sehr divers: Abhängig vom Standort wird die Fluktuation als gering, manchmal als hoch oder teilweise sogar gar nicht wahrgenommen. Feststellen lässt sich allerdings, dass eine hohe Fluktuation als kritisch wahrgenommen wird, wenn sie störend auf den Arbeitsablauf wirkt. Diskutiert wurde mit den Unternehmen auch die Frage, wie sie zu einer Vernetzung von Kreativstandorten im Rahmen von *CreateNet.NRW* stehen. Generell wurde diese Idee für sinnvoll erachtet. Ein gemeinsames Netzwerk von Kreativstandorten könnte grundlegende Ausstattungs- und Servicestandards für die Unternehmen bieten. Gleichzeitig erhoffen sich die Unternehmen dadurch einen positiven Impuls für die eigene Vermarktung. Wichtig war für viele Befragte die Konzepttreue, d.h. dass die Standorte tatsächlich schwerpunktmäßig Unternehmen der Kreativwirtschaft vorbehalten sein sollten.

Zusammenfassend wären aus Sicht der Nutzenden folgende Themen für ein zukünftiges Netzwerk der BetreiberInnen spannend:

- × Festlegung von Ausstattungs- und Servicestandards für die Standorte
- × Unterstützung beim Marketing der ansässigen Firmen
- × Gestaltung von Kernelementen des Community Managements, z.B. Initiierung von Matchings und Kooperationspartnerschaften, Entwicklung von Weiterbildungsangeboten, Einrichtung eines gastronomischen Angebots als Treffpunkt

C.4 Räume und Strukturen

Aus den Gesprächen mit den 20 BetreiberInnen kreativwirtschaftlich genutzter Immobilien konnten wir verschiedene gemeinsame Aspekte eruieren, die die Sichtweise der BetreiberInnen beschreiben.

Rechtlicher Rahmen und gewünschte Nutzungen

Die BetreiberInnen schaffen den baulichen und rechtlichen Rahmen für unterschiedliche Nutzungen am Standort.

„Es spielt für die Ausrichtung des Hauses eine entscheidende Rolle, wer die Immobilie betreibt.“

—Hampe, *Utopiastadt*

„Ein Betreiber kreativwirtschaftlicher Immobilien hat Bewusstsein für wichtige Themen und baut eine Infrastruktur für Unternehmen auf.“

—Firdaus, *Factory Campus*

„Vieles Wichtige passiert ungeplant, informell.“

—Dr. Gräf, *Startplatz*

Brandschutz, Baunutzungsverordnung etc. spielen hierbei eine große Rolle, da sie die realisierbaren Möglichkeiten bestimmen. Viele Nutzungen sind nur mit einigem Aufwand und Investitionen zu realisieren,

bspw. größere Event-Veranstaltungen oder eine Hostelnutzung. Das ist insofern problematisch, weil solche Nutzungen nicht einfach ausprobiert werden können, um Betrieb und Nachfrage zu eruieren, sondern dass eine langfristig wirksame Vorentscheidung vom Schreibtisch aus gefällt werden muss. Das schränkt den Experimentierrahmen deutlich ein, was insbesondere für nutzerInnenbezogene Standorte wie die *Alte Samtweberei*, den *Union Gewerbehof*, das *Unperfekthaus* und *Utopiastadt* eine Herausforderung darstellt.

Eine Beratung, wie man gewünschte Nutzungen im Bestand realisieren kann, fehlt vielen BetreiberInnen. Erschwerend kommt hinzu, dass Baugenehmigungen kommunale Einzelentscheidungen sind, die von den städtischen Ämtern und jeweiligen MitarbeiterInnen abhängen, die für Bauordnung, Brandschutz, Denkmalschutz etc. zuständig sind.

„Berater wirken oft als Verhinderer nicht wie Ermöglicher.“

—Hampe, *Utopiastadt*

Die Stadt wird meist erst zum „Ermöglicher“ wenn es eine jahrelange vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den zukünftigen BetreiberInnen gegeben hat und es engagierte MitarbeiterInnen in der Stadtverwaltung gibt, die das Projekt unterstützen. Multifunktionale Häuser mit Veranstaltungsraum, Kneipe, Übernachtungsmöglichkeit, Café, Coworking, Büro, Labor und Werkstatt bringen einen enormen Planungs- und Genehmigungsaufwand mit sich, der viele BetreiberInnen abschreckt, diverse Nutzungen anzubieten. Die Nachfrage nach solchen Multifunktionsgebäuden ist jedoch vorhanden.

„Wir brauchen branchenübergreifende Multifunktionsgebäude, in denen man ein Labor oder eine Werkstatt einrichten kann.“

—Weiser, *Kulturwerk Lothringen*

Entwicklungsstrategien und Finanzierung

Strategisch gibt es bei der Entwicklung eines Standorts zwei Optionen: a) die Immobilie gestaltet sich abhängig von den sich ansiedelnden NutzerInnen prozessorientiert (z.B. *Union Gewerbehof*, *Unperfekthaus*, *Utopiastadt*) oder b) die Immobilie wird zielorientiert entwickelt und macht starke Vorgaben zu Atmosphäre und Nutzungen (z.B. *Kulturwerk Lothringen*, *Games Factory*, *unit medienhaus*). Welche Strategie gewählt wird, hängt von den Personen und den finanziellen Rahmenbedingungen ab. Das Nutzungskonzept ist quasi das Produkt aus Lage, Mensch und Immobilie.

„Man darf nichts vorgeben, wenn man kreativ sein will.“

—Urselmann, *Unperfekthaus*

Die Faktoren Immobilie und Lage sind dabei rahmengenend für die Möglichkeiten der Standortnutzung und wie sich der Standort auf sein Umfeld auswirkt. Verschiedene Raumgrößen eignen sich unterschiedlich für bestimmte Nutzungen. Die Lage einer Immobilie bietet einen individuellen Kontext mit Einschränkungen und Möglichkeiten für die Einbettung und Entwicklung in ihrem Umfeld. Maßgeblich ist der Faktor Mensch:

Unter Berücksichtigung ihrer Ziele und Biographien sowie der gegebenen Rahmenbedingungen (Immobilie und Lage) gestalten und prägen die Menschen das Nutzungskonzept (siehe Abbildung) und damit die Aktivitäten am Standort.

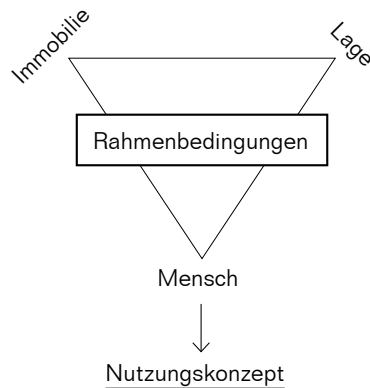


Abbildung 6: Rahmenbedingungen für das Nutzungskonzept einer Immobilie

In unseren 15 Beispielen aus Nordrhein-Westfalen sind drei Standorte als Initiative aus der Bürgerschaft entstanden (*Ledigenheim Lohberg*, *Union Gewerbehof*, *Utopiastadt*) zwei als Initiative aus der Stadtverwaltung (*Games Factory*, *Kulturwerk Lothringen*) und zehn aus Initiative (zukünftiger) EigentümerInnen/BetreiberInnen (*Alte Samtweberei*, *Bankhaus*, *Elbershallen*, *Factory Campus*, *neuerker Business Office*, *Office Center Hoisten*, *Startplatz*, *super(7000)*, *unit medienhaus*, *Unperfekthaus*).

Bei drei der untersuchten Standorte (*Alte Samtweberei*, *Games Factory*, *Utopiastadt*) war erst die Initiative da, die sich dann auf die Suche nach einer Immobilie machte. Bei den anderen Standorten ging es von vornherein um die Entwicklung einer bereits vorhandenen Immobilie. Viele der Immobilien standen zuvor mehrere Jahre leer und haben einen historischen Bezug zum Quartier.

Bei einem Drittel der Standorte übernimmt der/die EigentümerIn nicht zugleich den Betrieb des Standorts, sondern hat für die Detailentwicklung und Vermietung einen Betreiber bzw. eine Betreiberin beauftragt (z.B. *Factory Campus*, *Elbershallen*, *Games Factory*, *super(7000)*, *unit medienhaus*). Unter den städtischen Immobilien haben wir kein Beispiel gefunden, das Fremdunternehmen mit dem Betrieb beauftragt hat. Andersherum schon: die *Games Factory* betreibt die Stadt Mülheim an der Ruhr für einen privaten Eigentümer. Meist überzeugt der/die beauftragte Betreibende die/den EigentümerIn vom erstellten Konzept und geht dann selbst in die Vermarktung und Vermietung (Einfluss auf MieterInnenzusammensetzung).

Eine kleinteilige Vermietung minimiert das Risiko, da es keine AnkermieterInnen gibt, die bei Auszug für einen großen Mietausfall sorgen können. Gleichzeitig ist der Aufwand bei der Vermietung an viele kleine Unternehmen deutlich höher, was wiederum höhere Transaktionskosten für die Betreibenden bedeutet.

Viele Freelancer arbeiten in temporären Bürogemeinschaften, so dass ein Wechsel weder für den

Mietenden noch für den Vermietenden ein Risiko darstellt. Inwiefern die verschiedenen Finanzierungsbedürfnisse wie Investitionskosten, Mietausfälle, Staffelmieten etc. zwischen EigentümerIn und BetreiberIn aufgeteilt werden, hängt vom jeweiligen Verhältnis und den Vereinbarungen des Einzelfalls ab.

„Man muss bei der Entwicklung unbedingt eine Gesamtstrategie im Auge behalten. Nicht das Reißbrett entscheidet über die Entwicklung, sondern der Zufall. Auch ein wenig Glück gehört bei der Standortentwicklung dazu, die passenden NutzerInnen zu finden.“

— Isenbeck, *Elbershallen*

Private BetreiberInnen lassen sich seltener fördern als öffentliche BetreiberInnen. Gründe dafür, die genannt wurden, waren bspw. der hohe Aufwand bei Anträgen sowie die fehlende Flexibilität in der inhaltlichen Ausgestaltung der Förderprogramme.

„Der Aufbau von *Utopiastadt* bedeutete vier Jahre ehrenamtliche Arbeit in einer unbezahlten Stelle, um danach verschuldet dazustehen.“

— Hampe, *Utopiastadt*

Gemeinschaftsräume, Kommunikation, Kooperation und Fluktuation

Folgende gemeinschaftlich nutzbaren Räume haben wir vorgefunden:

- × Innenhof zur gemeinsamen Freizeitgestaltung
- × Café für Geschäftstreffen, zum Austausch beim Mittagessen, als Ausstellungsfläche, als Postannahmestelle, als Treffpunkt oder Veranstaltungsfläche für Externe, teilweise auch mit Concierge, bei der/dem Gemeinschaftsräume gebucht oder Beschwerden an die/den EigentümerIn weitergegeben werden können
- × Coworking-Bereich als gemeinsamer Arbeitsplatz für flexibel oder kollaborativ arbeitende Unternehmen (in den untersuchten städtischen Immobilien nicht vorhanden)
- × Wellness- und Fitnessbereiche
- × Konferenzräume für Besprechungen/Tagungen
- × Teeküchen für Flurgespräche

Gemeinschaftsräume sind insbesondere für die Kommunikation an einem Standort wichtig. Aus ungeplanten Zusammentreffen z.B. in gemeinsamen Eingangssituationen oder auf derselben Etage und durch den damit verbundenen Austausch, können sich Kooperationen zwischen den MieterInnen anbahnen.

Die Architektur kann helfen, Kommunikationsanlässe zu schaffen. Ein einziger Eingang ist hilfreich, um den Austausch unter den MieterInnen zu fördern. Dies unterstützt bewusst der *Startplatz Köln* während das *Ledigenheim Lohberg* mit drei Eingängen, zwei Innenhöfen und verschlossenen Brandschutztüren innerhalb der Etagenflure Schwierigkeiten hat, die Kommunikationsdichte im Haus zu stärken.

Standorte, an denen gemeinsame Eingänge und Aufenthaltsbereiche fehlen bzw. es zu viele gibt, müssen so die Anlässe zum Austausch selber schaffen, damit die MieterInnen gegenseitig in Kontakt kommen. Hier ist es jedoch schwierig, die passenden Formate und Inhalte für die heterogene MieterInnenschaft zu

finden, um diese für einen zusätzlichen Termin zu motivieren. Eine kommunikative Barriere stellen auch die einzelnen Etagen dar: MieterInnen in derselben Etage kennen sich gut, aber zu den anderen Etagen nimmt die Kommunikationsdichte stark ab.

„Der Innenhof dient als Gemeinschaftsfläche, um nach der Arbeit zu zocken oder an Star Wars Modellen zu bauen. Es ist ein kleines Ökosystem mit Klebeffekt.“

—Müller, *Games Factory*

Um einen Standort „mit Klebeffekt“ zu entwickeln, braucht es Gemeinschaftsräume und ein gutes Community Management durch die BetreiberInnen, die den Bedarf der MieterInnen kennen und entsprechenden Input, Veranstaltungen wie Barcamps etc. organisieren und anbieten.

„Als Betreiberin suche ich Leute, die passenden Content ins Haus bringen, organisiere spannende Meetups, Meta- und Unkonferenzen.“

—Firdaus, *Factory Campus*

Ein Netzwerk an innovativen PartnerInnen ist hilfreich, um aktuelle Inhalte setzen und den Standort als Plattform nutzen zu können. Die Organisation von Diskussionen unter den MieterInnen über (digitale) Trends, um sich als Standort gemeinschaftlich weiterzuentwickeln oder den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft, Kunst und Wirtschaft zu organisieren, kann den Standort attraktiv für die (zukünftigen) MieterInnen machen. Die Entwicklung geeigneter Veranstaltungsformate mit Mehrwerten für die Teilnehmenden ist jedoch eine Aufgabe, bei der die Standorte sehr unterschiedliche Fähigkeiten haben. Es ist schwierig, geeignete Angebote für etablierte und junge, für kleine und große Unternehmen zu schaffen, die gleichermaßen alle ansprechen.

„Der *Startplatz* ist ein Inkubator. Er steht für Wärme und Dichte. Die Kommunikationsdichte ist entscheidend.“

—Dr. Gräf, *Startplatz*

„Der Spirit und die Netzwerke vor Ort sowie das Vorhandensein von Ansprech- und Ankerpersonen sind wichtig und inspirieren die Leute, die dort hinwollen.“

—Hampe, *Utopiastadt*

Kooperationen unter den MieterInnen sind in den meisten Standorten vorhanden. Zum Teil gibt es selbstgegründete Berufsnetzwerke unter den Unternehmen. Wichtig für die Unternehmen ist die Kenntnis über die anderen MieterInnen, um Kooperationsmöglichkeiten einschätzen zu können.

Eine hohe Fluktuation wird daher als nicht förderlich empfunden, weil dadurch eher anonym nebeneinander gearbeitet wird als miteinander. Auch für die BetreiberInnen bedeutet eine hohe Fluktuation größeren Arbeits- und Kostenaufwand.

Atmosphäre, Image und Vermarktung

Allen befragten BetreiberInnen gelingt es, eine besondere und individuelle Standortatmosphäre zu schaffen. Sie gehen regelmäßig durch ihre Häuser und nehmen Anregungen und Probleme mit. Sie verstehen

sich weniger als Feel Good Manager, vielmehr als Netzwerkende, die MieterInnen zusammenbringen oder auf bestimmte Möglichkeiten (Förderprojekte, Mitgestaltungsmöglichkeiten am Standort, Termine etc.) hinweisen.

„Eine kleinteilige Atmosphäre zu entwickeln, verstehen viele Bauträger nicht.“

—Schroeders, *Bankhaus*

Viele BetreiberInnen achten auch auf gestalterische Details wie Fenster, Bodenbeläge und Funktionen, die das Potenzial und die Authentizität eines Standorts hervorheben. Die hohe Nachfrage, die bestehenden Wartelisten, die geäußerten Reaktionen der MieterInnen und die schnellen Vermietungszeiträume zeigen, dass dies von den Nutzenden geschätzt wird. Gerade bei der Umnutzung von Denkmälern kann dies auch zum positiven Image beitragen, von dem wiederum die BetreiberInnen profitieren. Der Großteil der untersuchten 15 Immobilien in NRW stand vorher leer und besitzt eine historisch bedingte Identität im Stadtteil.

„Synergie zwischen der Nutzung und dem Gebäude herzustellen, ist wichtig.“

—Isenbeck, *Elbershallen*

Um das Image zu pflegen und den Standort zu öffnen und auch für Nicht-MieterInnen erlebbar zu machen, ist ein gastronomisches Angebot in der Immobilie hilfreich. Hier treffen sich MieterInnen mit ihren KundInnen und Organisationen aus der Nachbarschaft. Es kann wie im *Bankhaus* Mönchengladbach multifunktional als Ausstellungsfläche dienen, als Paketstation mit Concierge für die MieterInnen. Ein solcher Treffpunkt kann mit dem richtigen Ambiente „Großstadtflair“ (Schroeders, *Bankhaus*) ins Viertel bringen. Das *Unperfekthaus* kombiniert gastronomische Angebote, Tagungs- und Aufenthaltsräume mit kreativen Arbeitsräumen, so dass sich Menschen mit ihren Ideen hier gut an potenzieller Kundschaft austesten können:

„Man kann sich hier einer Öffentlichkeit präsentieren. Hier gibt es Starthilfe und Experimentierräume.“

—Urselmann, *Unperfekthaus*

Eine informative und attraktive Außendarstellung ist für die Nutzenden sehr wichtig. Neben ihren eigenen Internetseiten bewerben sie gerne ihre Angebote auf der Internetseite des Standorts in dem sie ansässig sind. Der Standort gewinnt durch die einzelnen Unternehmen an Profil, was wiederum allen Unternehmen vor Ort zugute kommt.

„Der Standort hat ein Image, das sich auf die NutzerInnen überträgt und für das man Sorge trägt.“

—Roggermann, *super(7000)*

Eine offensive Vermarktung der Immobilie braucht es aus Sicht der BetreiberInnen kaum, da alle auch ohne großes Marketing die Nachfrage aus Raumangel nicht bedienen können und Wartelisten führen. Auch Neugründungen wie die *Alte Samtweberei* und das *Bankhaus* waren bereits kurz nach der Eröffnung voll vermietet. Und das meist nur durch Mundpropaganda. Einige Standorte (z.B. *Bankhaus*, *Elbershallen*, *Ledigenheim Lohberg*, *Union Gewerbehof*) fördern gerne Kulturaktionen anstatt Werbeanzeigen zu

schalten, um den Ort BesucherInnen näher zu bringen oder temporäre Leerstände sinnvoll zu nutzen. Der Standort ist meist eine eigene Marke, die den Unternehmen, insbesondere den Gründenden hilft, ihren Bekanntheitsgrad zu steigern.

„Nach drei Monaten Mund-zu-Mund-Propaganda waren 80% vermietet.“
— Ambrée, *Alte Samtweberei*

Aufgrund der hohen Nachfrage und des geringen Angebots ist es erklärlich, warum viele Internetseiten der einzelnen Standorte wenig mit den ansässigen Unternehmen und ihren Raumangeboten werben. Gleichzeitig gibt es auch noch keine gemeinsame Vermarktungsplattform, die gezielt auf kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien und deren Angebote hinweist.

Mietkonzepte, Flexibilität und Wirkung auf das Umfeld

So unterschiedlich die einzelnen Immobilien aufgestellt sind, sind auch die jeweiligen Mietkonzepte.

Folgende Optionen haben wir vorgefunden:

- × Standardisierter Mietvertrag, z.T. mit Mindestmietdauer oder Befristung bei Gründungszentren wie im *Kulturwerk Lothringen*
- × Mitgliedsbeitrag für Dienstleistungen wie im *Factory Campus*
- × Vergünstigte Mietpreise durch Verpflichtung auf Quartiersstunden wie in der *Alten Samtweberei*
- × Quersubventionierungen durch unterschiedliche Miethöhen wie im *Union Gewerbehof*
- × Eintrittsgeld für BesucherInnen bzw. Tagesgäste wie im *Unperfekthaus*
- × Temporäre Anmietung durch Externe wie in der *Utopiastadt*
- × Integrierte Coworking-Arbeitsplätze wie im *super(7000)*
- × Mischformen

Die Höhe des Mietpreises hängt auch von den zusätzlichen Serviceangeboten ab. Größtenteils arbeiten die BetreiberInnen mit einer sehr dünnen Personaldecke, um Kosten zu sparen. Dadurch kommt es an einigen Standorten zu Problemen, bspw. mit der Paketannahme. Bei nahezu allen Standorten, die keine persönlich besetzte Annahmestelle vor Ort haben, gibt es Probleme mit der Paketzustellung. Der *Union Gewerbehof* beispielsweise hat unter seiner Adresse über 30 Eingangstüren bei über 80 ansässigen Mietparteien. Ähnlich in den *Elbershallen*. Da viele Unternehmen auf Pakete angewiesen sind, spielt das Thema eine große Rolle und wird an einigen Standorten zentral organisiert, bspw. im *Bankhaus, neuwerker Business Office, Office Center Hoisten*. Auch die Möglichkeiten der Gebäudereinigung sind von Standort zu Standort unterschiedlich und entweder in den Mietkosten enthalten oder als zusätzliche Leistung zu beziehen.

Die untersuchten Immobilienstandorte unterscheiden sich im Anteil offener und flexibler Flächen untereinander. Die BetreiberInnen sehen in Coworking-Angeboten eher einen zusätzlichen, positiven Werbeeffekt als eine lukrative Einnahmequelle. Ein Teil der BetreiberInnen berichtet, dass sich ein Hot Desk System allein wirtschaftlich nicht rechnen würde:

Der Anspruch der KurzzeitmieterInnen ist groß, aber die Sicherheiten für den/die VermieterIn sind gering. Zudem ist der Verwaltungs- und Kommunikationsaufwand mit wechselnden MieterInnen sehr hoch. Es gibt jedoch viele Standorte, in denen unter den NutzerInnen Räume geteilt werden oder dauerhaft wechselnde UntermieterInnen sich an der Miete beteiligen.

„Konkurrenzdenken ist in Deutschland noch viel zu tief verwurzelt. Die Menschen im Coworking sind kollaborativ tätig und sprechen über Ideen.“
— Roggermann, *super(7000)*

C.5 Fazit: Was macht einen Standort erfolgreich?

Alle untersuchten Standorte agieren erfolgreich, auch in ihrer Unterschiedlichkeit. Es gibt jedoch gemeinsame Punkte, die man als erfolgversprechende Indikatoren beim Betrieb kreativwirtschaftlich genutzter Standorte benennen kann:

Kooperationen unter den NutzerInnen werden begünstigt.

- × Es besteht eine hohe Kommunikationsdichte durch viele funktionierende Treffpunkte im Haus (es gibt nur einen Eingang, es gibt ein Mittagsangebot, eine Terrasse oder einen Innenhof, Flurkontakte beim Kopierer etc.).
- × Es existiert ein hoher Klebeeffekt durch ein starkes Community Management, d.h. die Firmen sind gerne vor Ort, da es viele Angebote im Bereich Fort- und Weiterbildung gibt und die MieterInnen miteinander in Kontakt gebracht werden bzw. sich mit anderen Firmen vernetzen können.

Individueller Raumbedarf kann umgesetzt werden.

- × Die temporäre (Mit)Nutzung spezieller Räumlichkeiten ist einfach möglich, d.h. Dunkelkammer, Keller, Werkstätten oder Ähnliches können angemietet werden.
- × Flexible Raumstrukturen und individuelle Einbauten gehen auf die Bedürfnisse der MieterInnen ein (bspw. der Einbau eines Besprechungs- und Lagerraums auf zwei Ebenen im Büroraum).
- × Ein hoher Nutzungs- und Funktionsmix ist vorhanden, d.h. vor Ort kann man bspw. Gastronomie-, Wohn-, Sport- und Kulturangebote nutzen und es gibt verschiedene Fachräume (z.B. Holz- oder Metallwerkstatt, Gewächshaus, Veranstaltungsraum, Kantine).
- × Es werden Synergien zwischen Gebäude und NutzerInnen entwickelt und gestärkt, so dass aus vermeintlichen Nachteilen von ungewöhnlichen Raumzuschnitten durch spezielle Nachfragen eigene Nutzungsprofile und Besonderheiten entwickelt werden, die den Standort individuell gestalten.

Kreative Dienstleistungen und Produkte sind gut sichtbar.

- × Der Standort hat eine informative und attraktive Außendarstellung, die das Image und die individuellen Atmosphäre hervorhebt und Interesse an dem Standort weckt.
- × Der Standort als Bindeglied und Klammer der ansässigen Unternehmen unterstützt auf der Standortinternetseite die Vermarktung ansässiger Unternehmen sowie deren Produkte und Dienstleistungen, um potenzielle KundInnen anzuziehen und das eigene Image zu stärken.
- × Die/der StandortbetreiberIn schafft (gemeinsam mit den MieterInnen) kulturelle Angebote, um die Laufkundschaft zu erhöhen, Kunstschaufende vor Ort zu bestärken und künstlerische Inhalte zu transportieren.

Grundlegende Ausstattungs- und Servicestandards sind vorhanden.

- × Ein gastronomisches Angebot ist vorhanden, um den Austausch zu fördern und den Aufwand der Versorgung für die ansässigen Unternehmen gering zu halten.
- × Es gibt ausreichend viele und passende Konferenz- und Besprechungsräume für die ansässigen Unternehmen und ggf. Externe, deren Kosten nur bei Nutzung anfallen.
- × Der digitale Ausbau entspricht den Bedürfnissen der MieterInnen und wird laufend angepasst, damit die ansässigen Unternehmen entsprechende Dienstleistungen und Produkte anbieten können.
- × Es gibt ein Angebot vielfältiger Mietoptionen vor Ort, um Start-ups, etablierten Unternehmen, Non-Profit Akteuren und Gästen passende Angebote machen zu können und gleichzeitig den Betrieb sicher zu stellen.
- × Ein empathischer und zuverlässiger „Kümmerer“ vor Ort hat ein Ohr für die MieterInnen und deren individuelle Bedürfnisse und kann entsprechend den An- und Nachfragen im Stadtteil vernetzen.

Bausteine zur Gründung eines BetreiberInnen-Netzwerks

Jeder der kreativwirtschaftlich genutzten Standorte verfügt über Praxis- und ExpertInnenwissen in eigener Sache. Sie haben unterschiedliche Stärken und Schwächen. Ihre Ausrichtung, ihre Philosophie und die betriebswirtschaftlichen Konzepte unterscheiden sich häufig gerade in den Details. Die spezifischen Impulse, die zur Entwicklung des jeweiligen Standorts wie zu seinen Besonderheiten geführt haben – also Entwicklungshistorie, Prozessenerfahrungen und Vision – sind ein großer Fundus für Good Practice und Übertragbarkeitsüberlegungen.

Das bietet unseres Erachtens vor dem Hintergrund der in Kapitel C ausgeführten Standortcharakteristika ein solides Potenzial, miteinander in Austausch zu gehen und sich konkret auf Netzwerküberlegungen einzulassen. Unser Projekt hat dazu die Grundlagen gelegt. BetreiberInnen kreativwirtschaftlich genutzter Immobilien haben sich kennengelernt, haben mehr über die Standorte erfahren und können sich im positiven Sinne miteinander vergleichen und voneinander lernen.

D.1 Netzwerkarten

Generell signalisiert und organisiert ein Netzwerk die Zusammenarbeit zwischen Personen aus mehreren Unternehmen und/oder Organisationen. Sie bleiben rechtlich und wirtschaftlich eigenständig, arbeiten aber zusammen an bestimmten Netzwerkthemen, für die sie sich auf eine oder mehrere gemeinsame Zielvorstellungen geeinigt haben. Die NetzwerkpartnerInnen stimmen dazu ihren jeweiligen Leistungs- und Ressourcenbeitrag aufeinander ab und werden früher oder später an den Punkt kommen, sich für eine oder mehrere der folgenden Ausprägungsformen⁵⁶ zu entscheiden, um den Prioritäten und Zweckabsichten gerecht zu werden.

Typische Netzwerkarten sind:

- × Eine Community, die Wissen und Informationen austauscht.
- × Eine Interessengemeinschaft, in der es um die Vertretung gemeinsamer Interessen der Unternehmen geht.
- × Eine Arbeitsgemeinschaft, in der für eine begrenzte Dauer für ein oder mehrere konkrete Projekte zusammengearbeitet wird.
- × Eine strategische Allianz, in der meist zeitlich befristet in ausgewählten Geschäftsfeldern zusammengearbeitet wird und in der die individuellen Stärken verbunden werden.
- × Ein virtuelles Unternehmensnetzwerk als zwischenbetriebliche Kooperation und eigene Unternehmung am Markt, das aus einem Pool von Unternehmen mit ihren differenzierten Leistungen und Teilnetzwerken gebildet wird.
- × Ein Franchising als vereinheitlichtes Vertriebssystem, das Dienstleistungen oder Technologien oder ein Geschäftsmodell vermarktet. Franchise-GeberIn und Franchise-NehmerIn sind dabei rechtlich und finanziell selbständige Unternehmen, die in diesem Systemtyp zusammenarbeiten.

D.2 Gründe für StandortbetreiberInnen, sich zu vernetzen

In unserem Projekt wurde deutlich, dass sich die einzelnen BetreiberInnen der 15 untersuchten Standorte in Nordrhein-Westfalen persönlich kaum kannten. Ein Austausch im Vorfeld hatte nicht stattgefunden. Auch Kenntnis über die einzelnen Standorte in Nordrhein-Westfalen war kaum vorhanden. Das *Unperfekthaus* ist zwar bekannt aus den Medien, die *Alte Samtweberei* über die Netzwerkarbeit der *Immovielien*, der *Union Gewerbehof* und *Utopiastadt* durch die Veröffentlichung im Handbuch „Räume kreativ nutzen“ von *Creative.NRW*, darüber hinaus gibt es aber kein Internetportal über die Standorte oder bekannte Veröffentlichungen, in denen die Standorte gebündelt näher beschrieben werden. Der Aufbau eines Netzwerks setzt folglich beim Kennenlernen und Bekanntmachen potentieller NetzwerkpartnerInnen

an. Ein nützlicher Effekt für die Netzwerkteilnehmenden ist dabei die Identifikation gemeinsamer Themen und Fragestellungen.

Immobilien noch kein Fokusthema in Kreativnetzwerken

In vielen bestehenden Netzwerken der Kreativwirtschaft spielt das Thema Standorte kaum eine Rolle. Arbeitsräume und -bedingungen wurden bislang wenig auf Standortebene betrachtet. Laut den Ergebnissen unserer Befragungen ist diese Betrachtungsebene aber enorm wichtig. Die räumliche Bündelung von kleinen Unternehmen zu einem großen kreativen Standort führt zu Vorteilen für die Beteiligten (Agglomerationseffekt). Der Standort wirkt als Marke, von der die Unternehmen profitieren, insbesondere die, die noch nicht lange am Markt sind. Kooperationen und Wertschöpfungsketten zu bilden, ist (immer noch) in räumlicher Nähe leichter. Der sog. Flurfunk bzw. Treffen in Eingangsbereichen oder am Mittagstisch führen oft zu Kooperationen im Rahmen bestehender Aufträge oder zu neuen Ideen, Produkten und Angebotskonstellationen.

Entwicklung neuer Standorte

Es gibt viele Initiativen wie *B-Side* Münster oder die *Zechenwerkstatt* Dinslaken, die einen Standort selbst entwickeln wollen, ähnlich wie *Utopiastadt* eine passende Immobilie suchten und dazu ein funktionsfähiges Investitions- und Betriebskonzept ausarbeiteten. Diese würden gerne von etablierten BetreiberInnen guten Rat und verstärkt Unterstützung von zuständigen Stellen wie beispielsweise den Wirtschaftsförderungen bekommen, um ihre Ideen leichter umsetzen zu können. Da das Wissen um den Aufbau und den Betrieb von Immobilien zumindest in der Gründungsphase bei Initiativen noch gering ist, wäre es zur Vermehrung von kreativwirtschaftlich genutzten Immobilien wichtig, hier politisch weiterzudenken. Kreativwirtschaftlich genutzte Standorte, die stark nutzerInnenorientiert sind, haben nach unseren Erkenntnissen eine nachhaltige Wirkung auf ihr Umfeld, so dass auch die Stadtentwicklungsperspektive interessant wird. Ein Zusammenschluss der BetreiberInnen könnte ein Sprachrohr in die Verwaltung und in die Politik sein, um das Feld kreativwirtschaftlich genutzter Standorte in Nordrhein-Westfalen weiterzuentwickeln und lokal betriebene Neugründungen zu fördern.

Festigung im Wettbewerb mit Global Playern

Eine stärkere Sichtbarkeit der lokal betriebenen Standorte könnte auch wichtig werden, um sich gegenüber weltweit agierenden Anbietern von neuen Arbeitsräumen behaupten zu können (s. Exkurs Kapitel B.3). Noch vor zehn Jahren wurde dem Anbieten von flexiblen Arbeitsplätzen, den sogenannten Hot Desks oder Coworking-Arbeitsplätzen nur ein Nischendasein prognostiziert. In jüngster Zeit drängen Global Player wie *WeWork* jedoch verstärkt in den deutschen Immobilienmarkt und entwickeln in den Großstädten Bürogebäude, die sie durchdesignt, kleinräumig und kurzfristig an FreiberuflerInnen, Start-ups und Unternehmensabteilungen vermieten. Ein weltweites Community Managementsystem sowie attraktive

Treffpunkte in den Häusern vernetzen die Kreativen untereinander. Zudem können die MieterInnen globaler Ketten in anderen Städten Räumlichkeiten kostenlos nutzen.⁵⁷

Generell ist von der Expansion solcher Angebote und Nutzungskonzepte in Nordrhein-Westfalen auszugehen. Das starke Marketing und die variable Preisgestaltung bei den Angeboten der Global Player kann daher eine Konkurrenz für die lokal orientierten StandortbetreiberInnen darstellen. Die Konkurrenz aus den benachbarten Niederlanden, die Vorreiter in der Entwicklung multifunktionaler Kreativstandorte sind, ist groß. Jüngere Entwicklungen wie in Dortmund zeigen, dass altindustrielle Standorte und Bestandsimmobilien zukünftig vermehrt an Investoren vergeben werden, die bereits vielfältig bewiesen haben, dass sie multifunktionale Häuser finanzieren und betreiben können. Nicht ortsansässige BetreiberInnen sind jedoch mit der kreativen Szene und den ortsüblichen Gepflogenheiten nicht vertraut, so dass dann möglicherweise deren endogenes Potenzial nicht genutzt wird.

Eine Art Marketingverbund könnte bspw. dazu beitragen, die lokalen StandortbetreiberInnen und deren Immobilien stärker in der öffentlichen Wahrnehmung zu verankern, damit für die Kreativwirtschaft sichtbarer zu machen und ihren Beitrag zur Stadtentwicklung zu unterstreichen.

Kollaborative Energie durchs Netzwerk

Bemühungen und Ressourcen legt man dann zusammen, wenn man damit Ergebnisse erreichen kann, die der/die Einzelne alleine nicht hätte erreichen können. In einem BetreiberInnen-Netzwerk müssten folglich gemeinsame Ziele formuliert werden, für die das Netzwerk und damit die Anstrengungen dienlich sein können. Dabei sollten die zu Anfang gesetzten Erwartungen in größtmöglichem Ausmaß erfüllt werden. Diese kollaborative Energie kann inspirierend sein. Sie stellt einen Anreiz zum Weitermachen und zum Wachstum dar sowie zur Festigung des Vertrauens in der Zusammenarbeit.

D.3 Ausgangsmotivation der StandortbetreiberInnen

Um Gemeinsamkeiten, Interessen und Schnittmengen für eine mögliche Netzwerkbildung der untersuchten Standorte in Nordrhein-Westfalen zu erfahren, haben wir im Frühjahr 2018 eine zweite Serie an qualitativen Interviews mit den 15 StandortbetreiberInnen in NRW geführt und ausgewertet. Für eine erste Einschätzung der Beteiligungsbereitschaft an einem BetreiberInnen-Netzwerk wurden folgende Fragen gestellt: Was möchten/können Sie als StandortbetreiberIn in das potentielle Netzwerk selbst einbringen? Welche weiteren NetzwerkpartnerInnen sollten angesprochen werden? Welche positiven oder leidvollen Erfahrungen haben Sie selbst aus anderen Netzwerkzusammenhängen bisher gemacht? Was macht ein solches Netzwerk für Sie attraktiv?

In diesen Interviews äußerte ein Drittel der StandortbetreiberInnen direkt die Bereitschaft, ihre Erfahrungen zu bestimmten Themen in ein Netzwerk

einzubringen.* Es sind eher neue Standortprojekte in der fortgeschrittenen Startphase, die sich viel Austausch mit ähnlichen Projekten und ErfahrungsträgerInnen wünschen. Denn bei der Umnutzung von (industri-) historischen Gebäuden und deren Revitalisierung geht es praktisch immer um Fragen zur Bereitstellung der betrieblichen und technischen Infrastruktur, um Genehmigungen, betriebswirtschaftliche Sichtweisen, Finanzierungsmöglichkeiten und Details im Nutzungskonzept. Die schon länger etablierten Standorte haben an einem Austausch über bereits erreichte gute Praxislösungen geringeres Interesse. Für sie wäre eher die Anbahnung konkreter Geschäftsbeziehungen zwischen den Standorten oder die kollegiale Unterstützung in einem laufenden Lösungsprozess interessant.

Ein Viertel der Befragten setzte als Prämisse für eine aktive, engagierte Mitarbeit am Netzwerk, dass ihr jeweiliger lokaler bzw. regionaler Kontext sowie Win-Win-Vorteile für ihren Standort Berücksichtigung finden; sie formulierten dies als klare Anforderung an das Netzwerk, quasi wie eine Teilnahmebedingung.

Auf die Frage nach dem eigenen zeitlichen und inhaltlichen Beitrag für das Netzwerk wurde insgesamt noch zurückhaltend geantwortet. Es überwog der Tenor „ggf. mitmachen, was uns angeboten wird“. Kleinere Akteure verwiesen auf ihre limitierten Ressourcen, um sich Netzwerkarbeit neben dem operativen Betrieb leisten zu können. Ein Standortbetreiber zeigte eine grundsätzlich offenere Haltung – „einfach mal ausprobieren, was geht“. Ein Drittel der Befragten gab an, bereits in anderen Netzwerken unterschiedlich weitreichende Netzwerkerfahrungen gesammelt zu haben.

Auf der Projektabschlussveranstaltung am 30. Oktober 2018 in Düsseldorf haben sich alle anwesenden StandortbetreiberInnen konkreter für die Netzwerkidee ausgesprochen. Hier sind vor allem vier Themenstränge mit besonderem Belang skizziert worden:

- × Informationsplattform bzgl. Leerstandsvermittlung geeigneter Immobilienobjekte für kreative Zwischennutzungen
- × Austauschplattform für Best Practice Beispiele in der baulichen und konzeptionellen Immobilienentwicklung
- × Gemeinschaftsstärkung durch Lobbyarbeit für mehr öffentliche Förderung (Investitionsfördermittel)
- × Gemeinschaftliches Auftreten, Präsentation und Wahrnehmung in der Immobilienbranche

Bereits klar ausgesprochen für die Bildung eines Netzwerks der Standorte in Nordrhein-Westfalen haben sich drei BetreiberInnen. Zwei weitere BetreiberInnen stimmen darin ein und sehen das konkrete Setzen von gemeinsam bestimmten, sinnhaften Zielen als ersten Erfolgsbaustein für die Netzwerkinitiative.

Ebenfalls zwei BetreiberInnen werten das Sichtbarwerden durch eine gemeinsame Vermarktung der

* In den genannten Interviews mit den BetreiberInnen ging es u.a. darum, Erfahrungshorizonte, vorhandenes Wissen, Austauschbedarfe und Trendeinschätzungen zu ausgewählten Themenkomplexen zu eruieren: Nutzungs- bzw. Betriebskonzept, Vermarktung der Raumnutzung in der Immobilie, Zugänge zu Investitions- und Fördermitteln, baurechtliche Aspekte sowie möglicher Einfluss des Megatrends Digitalisierung.

kreativwirtschaftlich genutzten Immobilienstandorte in Nordrhein-Westfalen als sehr wichtig. Ein weiterer Betreiber ergänzte, dass gerade auch raumsuchende Kreativunternehmen von der besseren Vermarktung profitieren könnten. Gegenwärtig spielen die Unterstützung im Marketing durch eine gemeinsame Plattform der Standorte für die Vermarktung jedoch noch keine Rolle, weil die Nachfrage nach Büroflächen aktuell das Angebot übersteigt. Das könnte sich in naher Zukunft eventuell ändern.

Eine überregionale Vermarktung des Standorts ist bei 90% der untersuchten Betreibermodelle kein Thema – Digitalnomaden sind nicht ihre prioritäre Zielgruppe. Ein Betreiber, der auch in der Metropole Berlin aktiv ist, betonte allerdings, dass die überregionale Vermarktung auf einer gemeinsamen Plattform ein wichtiges Instrument im Wettbewerb mit der aufstrebenden Coworking-Investorenszene sei.

Gut ein Drittel der StandortbetreiberInnen würde die Idee eines gemeinsamen Labels für die Präsentation der Standorte verfolgen wollen, wenn es mit gemeinsamen Werten und Standards aufgeladen wird. Zwei Standortbetreiber würden sogar so weit gehen wollen, eine Art Zertifikat mit definierten und überprüfbaren Qualitätskriterien zu entwickeln, um Standorte auszuzeichnen und weiter aufzuwerten. Als weitere mögliche, interessante Arbeitsthemen für das Netzwerk wurden angeschnitten:

- × geeignete Kommunikationskanäle und -formen des Netzwerks
- × Zusammenwirken mit dem European Creative Hubs Network
- × Fonds für Standortfinanzierungen und -investitionen
- × Erfahrungen mit und Akquisition von öffentlicher Förderung
- × Gestaltung von Ruhe-/Rückzugszonen in der Immobilie
- × additive Dienstleistungspakete für die Nutzenden
- × Standortspezialisierung
- × Standortentwicklung zum Innovationszentrum
- × Vernetzung mit universitären Spin-offs und Start-ups
- × Aktivierung von Schrottimmobilien

D.4 Handlungsfelder aus Sicht der Nutzenden

Auch in den Interviews mit den NutzerInnen der Kreativstandorte wurden Handlungsfelder deutlich, die für eine Kollaboration der BetreiberInnen sprechen. Von einer kontinuierlichen Verbesserung der Standortrahmenbedingungen würden sowohl die BetreiberInnen als auch die NutzerInnen profitieren. Folgendes offenes Handlungspotenzial sollte daher genutzt werden.

Vernetzung der NutzerInnen

Durchweg wurde ein Interesse der NutzerInnen an Vernetzung und an standortinternen Kooperationen deutlich. Bei der standortinternen Vernetzung (auch als Schritt vor betrieblichen Kooperationen) haben die BetreiberInnen als zentrale Akteure eine

Schlüsselposition, mit der sie bspw. Veranstaltungen für alle NutzerInnen organisieren oder initiieren und dafür gemeinschaftliche Räume zur Verfügung stellen können. Die NutzerInnen werden angeregt, sich aktiv einzubringen, um solche Angebote wirklich nach ihren Bedürfnissen zu gestalten und zu optimieren. Mit einer standortübergreifenden Ideen- bzw. Dienstleistungsbörse könnten neue und bereits bewährte Formate velseitiger und ortsübergreifend ausprobiert werden.

Deckung spezieller Raumbedürfnisse, zentral organisiert oder via Sharing

Spezielle Raumbedürfnisse wie z.B. Fotostudio, Dunkelkammer, Werkstätten werden an den Standorten verschiedentlich bedient. Zum einen gibt es zentral organisierte Angebote (z.B. Werkstatt oder Fotostudio im *Office Center Hoisten*), zum anderen teilen NutzerInnen ihre Infrastruktur mit anderen NutzerInnen (z.B. Studiogemeinschaft von FotografInnen im *Wurst Case*). Teilweise gibt es auch Standorte, an denen manche Bedarfe nicht gedeckt werden. Hier lassen sich in der Zusammenarbeit von BetreiberInnen und NutzerInnen individuelle Lösungen entwickeln, wozu auch der Erfahrungsaustausch mit anderen Standorten sehr hilfreich sein könnte.

Unterstützung in Sichtbarkeit, Werbung, Kundenerreichbarkeit, Professionalisierung

Einige NutzerInnen haben signalisiert, dass sie Unterstützung für ihre Sichtbarkeit am Standort benötigen, um KundInnen besser zu erreichen. Für die ansässigen Kreativunternehmen ist es wichtig, dass die Vermarktung des Standorts mit dessen Angeboten und den versammelten, abrufbaren Kompetenzen stattfindet.

Zudem ist das Angebot von Weiterbildung den NutzerInnen wichtig. Das kann vom Standort organisiert oder je nach Kompetenzen von den NutzerInnen selbst initiiert werden. Wie solche Angebote zur Professionalisierung aussehen können, lässt sich standortintern ausarbeiten. Hier könnten die Standorte voneinander lernen und so einen Mehrwert für die ansässigen Unternehmen erzielen.

Konzepttreue und Qualitätsstandards für Kreativstandorte

Das Nutzungskonzept ist eines der prägenden Kernelemente eines Kreativstandorts, von dem auch dessen Image und Atmosphäre abhängen. Da das Nutzungskonzept von den Menschen vor Ort abhängt, ist es für eine stabile Entwicklung wichtig, hier konzepttreu zu bleiben.

Der projektbezogene Austausch über den Bedarf in IT, Infrastruktur und Einrichtung hat die Frage aufgeworfen, ob es sinnvoll ist, ein Standardrepertoire für einen kreativwirtschaftlich genutzten Standort zu entwickeln, der den NutzerInnen zu Gute kommt. Bei Umsetzung könnten damit grundlegende Infrastruktur und Services an jedem Standort in gleicher Qualität sichergestellt werden. Diese Standards sollten auch Spielraum für kreative und individuelle Lösungen und Umsetzungen zulassen, um der Individualität der Standorte gerecht zu werden.

D.5 Grundmuster eines Netzwerkaufbaus

Generell geht es beim Gesamtprozess Netzwerk um die Gründung, das Management und die Weiterentwicklung sowie ggf. die Beendigung der gemeinsamen Aktivitäten. Netzwerkarbeit im Sinne von (Selbst-) Entwicklung eines Netzwerks unter Partnern umfasst im Wesentlichen neun Punkte⁵⁸, die sich im Verlauf des Netzwerkprozesses durchaus in mehreren Schleifen wiederholen:

1. Als Initiativperson oder besser Initiativgruppe sich auf mindestens ein erstes, attraktives Netzwerkthema festlegen. Ziele des Netzwerks (vorläufig) formulieren und daraus Aufgaben ableiten, die im Netzwerk gemeinsam in Arbeitsteilung umgesetzt werden sollen. Sich auf Gemeinsamkeiten in Werten und Haltung verständigen.
2. Weitere, geeignete Personen/Netzwerkpartnerinnen ansprechen und einladen, sich zu beteiligen.
3. Unterschiedliche Interessen und Erwartungen, Ideen und Anregungen aufnehmen und wertschätzen.
4. Informations- und Erfahrungsaustausch etablieren. Sich auf interne Kommunikationskultur und Kommunikationsmittel einigen.
5. Zum Netzwerk passende Zusammenarbeitsformen entwickeln und methodische Vorgehensweisen ausprobieren und nutzen. Bereitschaft zeigen zum Teilen, zu Offenheit und Geduld. Ggf. Konkurrenzempfinden thematisieren und bearbeiten. Vereinbarungen treffen und Regeln für das Netzwerk festhalten.
6. Sich über benötigte Kompetenzen und Ressourcen, Arbeitsteilung und Koordination verständigen. Eine netzwerktragende Infrastruktur konzipieren, das betrifft Organisationsstruktur, Verbindlichkeit, Ressourcen, operatives Management, Moderation. Aufwand und Finanzierung planen.
7. Vertrauen entwickeln durch positive Netzwerkerfahrung, durch (a) Hineingeben und (b) Nutzen mitnehmen sowie durch bestmögliches Erfüllen vereinbarter Leistungen.
8. Meilensteine und Erfolge darstellen, nach innen und nach außen kommunizieren.
9. Wiederkehrende Prozessschleifen zulassen und würdigen, d.h. Nutzen analysieren, Ergebnisse sichern und feiern, Ziel/Vision überprüfen, ggf. Anpassungen vornehmen.

„[Kennzeichnend für lebendige Prozesse in Netzwerken sind ...] ein relativ hoher Kommunikations- und Koordinationsaufwand, Zielkonflikte, rechtliche Fragestellungen, Ressourcen und ihre Verteilung, stetes Hinterfragen des Mehrwerts, der Sinnhaftigkeit solcher Partnerschaften sowie die Art und Weise, wie diese ausgestaltet sind.“
— ecce/Vecco/Konrad⁵⁹

„Was Netzwerken ausmacht, ist die Schaffung von Win-Win-Situationen, in denen alle beteiligten Parteien etwas für sich erreichen. Netzwerken ist ein Prozess des Teilens. Bevor man das

versteht, wird es kaum so etwas wie ein Netzwerk geben.“

—Earl G. Graves, Sr., zit. in ecce⁶⁰

D.6 Phasen für die Netzwerkbildung

Bei der Bildung eines Netzwerks sind verschiedene Phasen⁶¹ üblich, die nicht schematisch und unbedingt vollständig aufeinander folgen, sondern meist in den fließenden Lernprozess einer Organisationsentwicklung hin zum Netzwerk münden. Realitätschecks und Neugewichtungen sind typisch auftretende Reaktionsmuster. Die Veränderungen und Justierungen betreffen dann z.B. Ziele, Arbeitsschwerpunkte, Zeithorizonte und/oder Strukturen der Zusammenarbeit.

Startphase

In der Zeit der Anbahnung braucht es tragfähige Ideen und attraktive Themen aufgrund einer beschriebenen oder wahrgenommenen Ist-Situation sowie engagierte Initiatoren für das Netzwerk – möglichst aus den eigenen Reihen. Die erste generelle Zielklärung sowie potenzielle PartnerInnen mit konkretem Interesse sind besonders wichtig. Ein/e AnstoßgeberIn mit Strahlkraft und ausreichend zeitlichen, kommunikativen und finanziellen Ressourcen ist für diese Phase von großem Vorteil.

Checkliste:

- × Zielerklärung gemeinsam entwickeln
- × Ideen und Themen festlegen
- × Anstoß geben und (zunächst) informelles Netzwerk ausrufen
- × potenzielle Partner finden

Aufbauphase

In der Konstituierung heißt es dann, eine operative Kerngruppe zu bilden, Handlungsfähigkeit herzustellen, weitere geeignete MitstreiterInnen zu finden, die Intensität der Arbeit zu verabreden sowie die Ziele und ein Budget zu konkretisieren. Das Mindestmaß an Organisationsaufwand dafür richtet sich nach der gewünschten Intensität der Zusammenarbeit im Netzwerk. Da ziemlich bald Koordinationsaufgaben anfallen (Informationsfluss sicherstellen, Zusammenwirken/Treffen organisieren), muss geklärt werden, wer dies für einen Zeitraum übernimmt (Netzwerkbüro bzw. Anlaufstelle).

Für eine funktionsfähige Aufgabenteilung bieten sich neben den Treffen der Kerngruppe die Einrichtung von Arbeitsgruppen an. „Zentral ist, dass nicht alles von den InitiatorInnen übernommen wird, sondern die anderen Beteiligten Aufgaben in einem Umfang annehmen, dass erstere wirkungsvoll entlastet werden.“⁶² Steuerungsebenen und Rechtsform des Netzwerks werden erst mit Zunahme der Komplexität zum Thema.

Checkliste:

- × Kerngruppe und KümmererIn festlegen
- × Netzwerkmoderation sicherstellen (intern oder ggf. beauftragen)
- × finanzielle Basis durch Beiträge/Zuschüsse klären
- × Leitbild/Selbstverständnis entwickeln
- × Kommunikationsregeln vereinbaren bzw. Plattform aufbauen

- × Austausch im Netzwerk kompetenz- und ressourcenbezogen organisieren
- × Aufgaben, Rollen und Zuständigkeiten im Netzwerk aufteilen
- × in gemeinsames Handeln kommen (Veranstaltung, Aktion, Projekt o.a.)

Arbeitsphase

In der Umsetzung ist die Verständigung über geeignete Formate und Meilensteine wichtig, um die Schritte und die Zeithorizonte für die gemeinsamen Aktivitäten sinnvoll und effektiv planen zu können. Damit sich das Netzwerk stabilisiert, ist es notwendig, dass sich die Aktivitäten über einen Mehrjahreszeitraum verstetigen und eine eigene Netzwerkkultur entsteht.

Unsere Befragung der BetreiberInnen ergab: Als favorisiertes Format für die Netzwerkbildung kristallisiert sich ein regelmäßiges, nicht zu formelles Treffen (ein- bis zweimal im Jahr), rotierend an einem jeweils anderen Standort mit Input vor Ort heraus. Dazu sollte ein konkretes und aktuelles Thema, möglichst mit Expertenimpuls, als Anlass ausgewählt werden. Der Themenvorschlag soll aus den eigenen Reihen formuliert werden und primär zur Standortweiterentwicklung beitragen, eher nicht mit Fokus auf die Netzwerkorganisationsentwicklung an sich.

Checkliste:

- × Termine und Themen festlegen, ggf. ExpertInnen einladen
- × starke NetzwerkpartnerInnen und MultiplikatorInnen finden, ansprechen und Kooperationen mit diesen aufbauen
- × wirksame Öffentlichkeitsarbeit gestalten

Die hier gezeigten Phasen für die Netzwerkbildung stellen den prototypischen Ablauf einer Netzwerkbildung dar. Sie sind als Anregung und inhaltlicher Impuls für das BetreiberInnennetzwerk der Kreativstandorte gemeint. Letztlich erfolgreich sind Netzwerke aber nur dann, wenn sie ihre eigene organisatorische und inhaltliche Ausrichtung bestimmen.

Die Netzwerkgenese ist ein Art Kontinuum von Kooperation → Koordination → Zusammenarbeiten → Zusammenwachsen.

Kreativwirtschaftsstandorte haben Vernetzungspotenzial

Auf dem Abschlusstreffen des Projekts *CreateNet.NRW* am 30.10.2018 in Düsseldorf wurde das grundsätzliche Interesse an einer Vernetzung von den dort vertretenden StandortbetreiberInnen bestätigt. Diskutiert wurden auch Themen, die im Rahmen der weiteren Vernetzung als wichtig erachtet werden. Hierzu zählen unter anderem:

- × Die Positionierung bzw. Sichtbarkeit der etablierten lokalen Standorte gegenüber den neuen, bundesweit bzw. international agierenden Anbietern.
- × Die Akquisition und Erhöhung öffentlicher Fördermittel für kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien in NRW.
- × Der Wunsch nach einem Informationsaustausch zwischen den jungen, sich im Aufbau befindlichen Standorten und den bereits am Markt etablierten Standorten.

Im Hinblick auf die weitere Vernetzung hat sich der *Union Gewerbehof* bereit erklärt in 2019 zu einem ersten Netzwerktreffen einzuladen. Begleitet und organisatorisch unterstützt wird diese Phase der Netzwerkanbahnung durch den Wirtschaftsverband *netz NRW*.

Deutlich wurde auf dem Statustreffen aber auch, dass die Initiative für die weitere Vernetzung vor allem von den Standorten selbst kommen muss. Grundlage dafür wird es sein, gemeinsame Ziele, Themen und eine angemessene Organisationsstruktur zu entwickeln, die einerseits eine fachliche Bereicherung für die Standorte darstellt und andererseits die knappen zeitlichen und finanziellen Ressourcen der Standorte im Blick behält.

Das Projekt *CreateNet.NRW* hat einen ersten Schritt zur stärkeren Sichtbarkeit und Vernetzung kreativwirtschaftlich genutzter Standorte in Nordrhein-Westfalen gemacht. Es konnte einen Beitrag leisten, das Thema kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien für zuständige Stellen greifbarer zu machen und es – zumeist als neues Thema – auf die Agenda zu setzen. Auch wenn sich im Anschluss an das Forschungsprojekt nicht sofort ein Netzwerk etablieren sollte, haben sich jedoch viele StandortbetreiberInnen kennengelernt, was der erste Schritt in Richtung der Netzwerkbildung sein kann.

Es ist eine Herausforderung, Netzwerkarbeit erfolgreich und nachhaltig zu gestalten. Es gilt unterschiedliche Interessen zu integrieren, Verbindlichkeiten zu erhöhen, schwierige Entscheidungsprozesse zielführend zu strukturieren und komplexe Zielsetzungen zu realisieren. Aber es bieten sich eine Reihe von Chancen:

- × Das Netzwerk als Bündnis setzt sich für die Entwicklung und Bearbeitung eines gemeinsamen Ziels ein.
- × Das Netzwerk als Kommunikationsplattform bietet die Möglichkeit zum hilfreichen Informations- und Erfahrungsaustausch.

- × Das Netzwerk als Wissens- und Kooperationsbörse trägt zur Qualitätsentwicklung und Existenzsicherung bei.

Für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Kreativwirtschaft wäre es wünschenswert, das Thema der kreativwirtschaftlich genutzten Standorte in Nordrhein-Westfalen stärker in den Fokus zu nehmen. Insbesondere die NutzerInnen wünschen sich eine stärkere Öffentlichkeitsarbeit ihrer Standorte. Um die Vielfalt der lokalen BetreiberInnen und der kreativwirtschaftlich genutzten Standorte zu fördern und über die Grenzen Nordrhein-Westfalens hinaus sichtbar zu machen, braucht es noch weitere Aktivitäten und Plattformen. Wir hoffen, mit dem Bericht hierzu einen Anstoß gegeben zu haben.

Anhang

Steckbriefe

Standorte innerhalb von
Nordrhein-Westfalen 28

Standorte außerhalb von
Nordrhein-Westfalen 46

Register

Interviewindex 54

Quellennachweis 55

Standorte innerhalb von Nordrhein-Westfalen

Alte Samtweberei Krefeld	28
Bankhaus Mönchengladbach	30
Elbershallen Hagen	31
Factory Campus Düsseldorf	32
Games Factory Mülheim an der Ruhr	33
Kulturwerk Lothringen Bochum	34
Ledigenheim Lohberg Dinslaken	35
neuerker Business office Mönchengladbach	37
Office Center Hoisten Neuss	38
Startplatz Köln	39
super(7000) Düsseldorf	40
Union Gewerbehof Dortmund	41
unit medienhaus Köln	42
Unperfekthaus Essen	43
Utopiastadt Wuppertal	45

Alte Samtweberei

Interviewpartner: Robert Ambrée,
Urbane Nachbarschaft Samtweberei,
19.05.2017

Die Alte Samtweberei in Krefeld ist Teil des Projekts *Urbane Nachbarschaft Samtweberei der Montag Stiftung Urbane Räume gAG*. Das Projekt kombiniert die Revitalisierung eines vormals leerstehenden Immobilien-Ensembles mit der gezielten Förderung von bürgerschaftlich getragener Quartiersentwicklung. Neben dem Bau von Wohnungen und dem Umbau der Shedhalle für die Öffentlichkeit wurden seit 2014 das Torhaus und das Pionierhaus für die gewerbliche Nutzung umgebaut.

Zum Nutzungskonzept der gewerblich genutzten Immobilien gehören Büros, Ateliers, ein Café sowie Werkstätten. Insbesondere das Pionierhaus wurde mit geringem Aufwand wiederhergerichtet, so dass die NutzerInnen ihre Mieteinheiten nach eigenen Vorstellungen gestalten können.

www.samtweberviertel.de/samtweberei

Adresse

× Lewerentzstraße 104, 47798 Krefeld

Lage im Stadtgebiet, Umfeld:

- × Die Alte Samtweberei im Samtweberviertel liegt zentral in der südwestlichen Krefelder Innenstadt, unweit der FußgängerInnenzone.
- × Das Umfeld ist geprägt durch Wohnnutzung, diverse Dienstleister sowie Gastronomie.
- × Das Viertel ist sehr heterogen bzgl. der Zusammensetzung der Bevölkerung. Viele Kultur- und Musikschaffende leben dort.

Verkehrsanbindung

- × Es besteht eine sehr gute ÖPNV-Anbindung. Der Hauptbahnhof ist in 10 Min. zu Fuß erreichbar.
 - × Mit dem Pkw ist die Erreichbarkeit sehr gut: Die A44 ist in ca. 11 Min. (4,5 km) erreichbar.
-

Immobilie

Architektur

- × Den historischen Kern der ehemaligen Samt- und Seidenweberfabrik (anno 1889) bilden die Wohngebäude und die Shedhalle. Pionier- und Torhaus waren als Verwaltungsgebäude genutzt.

Baualter

- × Das Torhaus wurde in den 50er Jahren, das Pionierhaus 1960 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Beide Immobilien standen zuvor einige Jahre leer, wurden wieder instandgesetzt und bieten einfache Büroflächen. Die architektonischen Qualitäten der Gebäude sind erhalten geblieben. Die Büroräume im Pionierhaus sind durch die NutzerInnen phantasievoll, teils unter Wiederverwendung von vorgefundnem Mobiliar und Einbauten, selbst gestaltet und angeeignet.

Größe der Immobilie

- × Der gesamte Standort hat eine Größe von 3.500m².
- × Das Pionierhaus hat ca. 1.000m² Nutzfläche, das Torhaus ca. 620m², die für Büros und Ateliers genutzt werden können.
- × Hinzu kommen 180m² Café mit Terrasse im Torhaus
- × Derzeit sind die Immobilien voll vermietet.

Funktionale Mischung

- × Das Pionierhaus und das Torhaus werden ausschließlich gewerblich genutzt.
- × Der denkmalgeschützte Teil der Samtweberei wurde zur Wohnimmobilie umgebaut.
- × Die Shedhalle wurde als öffentlicher, überdachter Platz umgebaut und partizipativ angeeignet.

Mietkonditionen

- × Der Mietpreis im Pionierhaus beträgt 3€/m². Die Nebenkosten liegen aktuell bei 3,50€/m². Die Mieten im Torhaus belaufen sich auf 6,50€/m² zzgl. Nebenkosten.
- × Die Mietverträge orientieren sich an allgemeinen Standards. Festgeschrieben ist allerdings die Ableistung der gemeinnützigen Stadtteilarbeit der sog. „Viertelstunden“. Pro m² Mietfläche muss durch die MieterInnen pro Jahr eine Stunde gemeinnützige Quartiersarbeit geleistet werden.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Es gibt Etagenküchen und ein selbstgetragenes Kulturcafé mit Mittagstisch.
- × Die Shedhalle kann für den überdachten Aufenthalt im Freien genutzt werden.
- × Spezielle Services werden für die MieterInnen der Gewerbeimmobilien nicht vorgehalten.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Gestaltung der Büroflächen ist individuell, weil sich die Projektbeteiligten auf die Instandsetzung der Haustechnik und der Gemeinschaftsflächen beschränkt haben. Die Grundrisse der Immobilien wurden nicht verändert, so dass diese im ursprünglichen Zuschnitt erhalten sind.

Entstehungsgeschichte

- × Die Alte Samtweberei wurde 1890 in Betrieb genommen und endgültig in den 1970er Jahren geschlossen. Anschließend wurden die Immobilien bis 2007 durch die Stadtverwaltung Krefeld genutzt. 2014 wurde das gesamte Areal per Erbbaurecht an die Montag Stiftungen übergeben. Die Entwicklung der Alten Samtweberei und ihres Umfelds ist ein städtebauliches Schlüsselprojekt der Krefelder Südweststadt. Die Verzahnung mit dem Stadtteil erfolgt durch die gemeinnützige Arbeit, die durch die NutzerInnen der Samtweberei erbracht wird.

Immobilienmanagement

Eigentümerin

- × Eigentümerin ist die Stadt Krefeld;
- × Die *Urbane Nachbarschaft Samtweberei gGmbH* hat die Immobilie im Erbbaurecht übernommen.

Betreiberin

- × Die Verwaltung obliegt der *Urbane Nachbarschaft Samtweberei gGmbH*. Das Team besteht aus drei bis fünf MitarbeiterInnen.

Finanzierung

- × Mit dem Erbbaurecht und Mitteln der *Montag Stiftung* konnten die ersten Bausteine der Immobilienentwicklung realisiert werden. Für die Umbauten im Pionierhaus (Sanitär, TK-Anlage) wurden ca. 200.000€ seitens der Stiftung investiert.
- × Der Betrieb soll durch die laufenden Einnahmen aus der Vermietung erfolgen. Gemeinwohlorientierte Investitionen werden aus Überschüssen der Vermietung finanziert sowie durch die Tätigkeit der MieterInnen und BewohnerInnen, die sie als sog. „Viertelstunden“ jährlich einbringen müssen.
- × Die 37 Mietwohnungen sind z.T. öffentlich gefördert und preisgebunden.
- × Für die Entwicklung des Innenhofs hat die Stadt Fördermittel beim Land

NRW zur Finanzierung der Umbaukosten von rund 1 Mio.€ aus Mitteln des Programms Stadtumbau West beantragt.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × 23 Unternehmen kommen aus der Kreativwirtschaft, acht aus anderen Branchen.
- × Die Kreativen stammen überwiegend aus den Bereichen Designwirtschaft, Architektur und Filmwirtschaft. Viele NutzerInnen kamen ursprünglich aus der nahen Hochschule Niederrhein, Fachbereich Design, als Start-up hierher.
- × Ferner haben sich BeraterInnen und die Abteilung Stadtmarketing der Stadt Krefeld niedergelassen. AnkermieterInnen gibt es nicht.
- × Die Fluktuation ist gering. Das Pionierhaus ist seit 2014 vollständig vermietet. Es gibt eine Warteliste weiterer Interessenten.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Mehrere Agenturen haben sich zum Netzwerk *Maaany* zusammengefunden (ca. 15 Personen aus Film, Grafik, Webdesign, Fotografie, Architektur, Sounddesign u.a.).

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Das Nutzungskonzept sieht vor, dass Teile der Immobilie für die Öffentlichkeit zugänglich sind.
- × Seit Sommer 2017 existiert das *Kultur-Café-Wohnzimmer Lentz* mit Innenhofterrasse, das vom Verein *Kette & Schuss e.V.* gemietet, kulturell wie kulinarisch bespielt und selbstverwaltet wird.
- × Neben dem Cafébetrieb steht die Räumlichkeit auch Gruppen und Initiativen aus dem Viertel zur Verfügung, eine tageweise Vermietung ist angedacht.
- × Die Shedhalle wurde so umgebaut, dass dort Kulturveranstaltungen o.ä. stattfinden können, um den Standort zusätzlich öffentlich attraktiv zu machen.
- × Die gewerblichen Mieteinheiten werden nicht von Non-Profit-Organisationen genutzt.

Bankhaus

Interviewpartner: Ulf Schroeders,
Geschäftsführer der *DenkX*
Grundbesitzverwaltung, 04.09.2017
und 21.03.2018

Das *Bankhaus* in Mönchengladbach bietet Unternehmen die Möglichkeit, individuelle Büroeinheiten sowie einen Konferenzraum anzumieten. Es stehen auf drei Geschossen zehn Ein-Raum-Büros sowie vier Büros, die sich aus zwei bis drei Räumen zusammensetzen, zur Verfügung. Die historische Kassenhalle im Erdgeschoss kann multifunktional u.a. für Ausstellungen genutzt werden. Der Konferenzraum eignet sich für Besprechungen, Workshops/Seminare und Präsentationen. Das im historischen Wartesaal befindliche öffentliche *Café Kontor* dient als Treffpunkt. Ein Postservice, Teeküchen und hauseigene Parkplätze stehen den MieterInnen zur Verfügung. Als Zielgruppe sind innovative Firmen angesprochen, die ihre Gründungsphase bereits abgeschlossen und ihre Marktpräsenz gefestigt haben.

www.bankhaus-mg.de

Adresse

- × Albertusstraße 44a,
41061 Mönchengladbach

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Der Standort liegt zentrumsnah im Gründerzeitviertel West zwischen Stadtmitte/FußgängerInnenzone und Kaiserpark.
- × Direkt am Quartiersplatz Adenauerplatz in relativ ruhiger innerstädtische Lage.
- × Dienstleistungen, Einzelhandelsgeschäfte und Gastronomie sind in Laufweite erreichbar, ebenso der Kaiserpark mit Veranstaltungshalle, botanischem Garten sowie drei Hotels.

Verkehrsanbindung

- × Das *Bankhaus* befindet sich nur 700m vom Hauptbahnhof entfernt (9Min. Fußweg).
- × Auch mit dem Pkw ist es sehr gut erreichbar: Nur 2Min. sind es zur B57 bzw. 7Min. zur A52, Ausfahrt Mönchengladbach-Nord.

Immobilie

Architektur

- × Das denkmalgeschützte *Bankhaus* mit historischer Fassade ist aus der Gründerzeit und trägt Jugendstilelemente. Details sind im Treppenhaus,

im Café-Eingangsbereich und im Konferenzraum erhalten.

Baualter

- × Die ursprüngliche Bausubstanz ist von 1901.

Baulicher Zustand

- × Das Gebäude wurde 2011 hochwertig saniert.

Größe der Immobilie

- × Die Nutzfläche beträgt 670m². Die Büroräume sind 15m² bis 120m² groß.
- × Es gibt keinen Leerstand, stattdessen eine Warteliste konkreter Anfragen.

Funktionale Mischung

- × Das *Bankhaus* wird ausschließlich gewerblich genutzt. Der Konferenzraum steht aber auch für Ausstellungen und Anmietungen durch externe Unternehmen zur Verfügung.

Mietkonditionen

- × Die Miete beträgt 11€/m² netto inkl. Nutzung und Reinigung der Gemeinschaftsflächen.
- × Die Mietverträge laufen unbefristet.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Gemeinsame Bereiche sind der Konferenzraum (50m²), die Kaffeeküchen und die Lounge im 1.OG.
- × Das *Café Kontor* wird durch den Eigentümer betrieben und agiert als Concierge bzw. Kümmerer. Es bietet Mittagstisch und Postservice.
- × Es gibt Bankfächer gegen Gebühr und eine Website mit Firmenverzeichnis.
- × Im Dachgeschoss gibt es Lagermöglichkeiten.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Grundrisse sind nicht flexibel. Die Büroräume sind großzügig und durch hohe Decken luftig. Die Teeküchen sind klein und teilweise mit Toiletten räumlich verbunden.

Entstehungsgeschichte

- × Beim Gebäude handelt es sich um eine ehemalige Gewerbebank für Handwerk und Mittelstand. Es war ursprünglich als kombiniertes Wohn- und Geschäftshaus gebaut. 1938 wurde es enteignet und im Krieg zerstört. 1948 wurde es wieder aufgebaut und bis in die 2000er Jahre durch städtische Ämter genutzt. Vor der Sanierung 2011 stand es einige Jahre leer.
- × Das *Bankhaus*, wie es sich heute präsentiert, ist durch die Initiative

des Eigentümers und Betreibers entstanden und vom Objekt her gedacht.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Das *Bankhaus* ist seit 2011 im privaten Eigentum der *Ulf Schroeders Grundbesitzverwaltung*.

Betreiber

- × Betreiber ist die *DenkX Grundbesitzverwaltung* (Eigentümer: Ulf Schroeders).
- × Die Buchung des Veranstaltungsraums und die Paketannahme laufen über das Café.

Finanzierung

- × Der Standort ist freifinanziert ohne Inanspruchnahme öffentlicher Förderung für die Modernisierung.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell gibt es 13 Büros plus das *Café Kontor*. Es sind Kleinunternehmen, keine Start-ups, aus den Branchen Gastro, Marketing, Werbung, Coaching, Unternehmensberatung, Makler und Online-Marketing.
- × Die Fluktuation ist eher niedrig; noch 50% der ErstmieterInnen aus 2011 sind vor Ort. Erste Wechsel nach ca. drei Jahren waren begründet – entweder wegen eines Wechsels aus dem Freiberufler- in den Angestelltenstatus oder weil sich z.B. die Agenturen vergrößerten und mehr Platz benötigten.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Es gibt vereinzelt Kooperationen in der Produktentwicklung zwischen den Agenturen sowie Austausch/kollegiale Beratung mit Berufskollegen.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Es gibt keine Anmietungen durch Non-Profit-Unternehmen.
- × Das Café und der Veranstaltungs-/Konferenzraum werden teils von Non-Profit Initiativen angemietet und genutzt (Vereine, Ausstellungen, Marketing-Club, Pressekonferenzen, Workshops).
- × Für Non-Profit-NutzerInnen ist auch die kostenfreie Nutzung zzgl. Catering durchs *Café Kontor* verhandelbar.

Elbershallen

Interviewpartner: Michael Dahm und Christian Isenbeck, Geschäftsführer *Hagenpeg*, 03.07.2017 und 21.03.2018

Die Freizeit- und Kulturfabrik *Elbershallen* wurde auf dem Gelände der ehemaligen Baumwolltextilfabrik der Gebrüder Elbers errichtet. Durch zahlreiche Modernisierungen der Gebäude und deren Umfeld wurde in den vergangenen 18 Jahren ein bedeutendes Quartier für die Freizeit- und Kulturwirtschaft entwickelt. Auf ca. 45.000m² Nutzfläche gibt es Kultur, soziale Einrichtungen, Gastronomie und Entertainment. Zur Kreativwirtschaft im engeren Sinne gehören eine Musikschule, ein Zirkus, Kreativwerkstätten, eine Tanz- und Ballettschule, ein Theater sowie eine Werbeagentur und Onlinemarketing. Eine Diskothek und ein Bowlingcenter tragen neben den gastronomischen Einrichtungen dazu bei, dass die *Elbershallen* ein attraktives Ausgeviertel bilden.

www.elbershallen.de

Adresse

- × Dödterstraße 10, 58095 Hagen

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Die *Elbershallen* liegen zentral in der Hagener Innenstadt. Sie sind seit ihrer Revitalisierung sehr gut in den Stadtteil integriert.
- × Aufgrund der Vielzahl der Gebäude bilden die *Elbershallen* ein eigenes städtebauliches Ensemble mit (halb-)öffentlichen Räumen.
- × Das Umfeld ist geprägt durch Wohnbebauung und im östlichen Bereich durch den Fluss Volme mit eigener gestalterischer Qualität.

Verkehrsanbindung

- × Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist gut. Es sind 13 Min. mit dem Bus von der Haltestelle *CineStar* zum Hauptbahnhof.
- × Sehr gut ist die überörtliche Erreichbarkeit mit dem Pkw (5 km bis zur A1; 4,5 km zur A45/A46).
- × Die Innenstadt ist fußläufig erreichbar.

Immobilie

Architektur

- × Seit 2001 sind alle Gebäude in die Denkmalliste der Stadt Hagen aufgenommen. Herausragende baukulturelle Immobilien sind das Verwaltungsgebäude (1906), das

Turbinenhaus (1906) und der Kamin des Kesselhauses (1861).

- × Aus baukultureller Sicht ist die Mischung aus Verwaltungs- und Fabrikationsgebäuden besonders attraktiv.

Baulter

- × Die erhaltenen Betriebsgebäude der Textilfabrik entstanden zwischen 1850 und 1960.

Baulicher Zustand

- × Alle Gebäude wurden ab 2000 sukzessive modernisiert bzw. instandgesetzt.

Größe der Immobilie

- × Die *Elbershallen* umfassen insgesamt eine Nutzfläche von ca. 45.000m².
- × Es gibt zurzeit keinen Leerstand, die *Elbershallen* sind voll vermietet.

Funktionale Mischung

- × Die *Elbershallen* haben eine hohe funktionale Mischung: Auf dem Areal befinden sich Büroflächen, Produktionsflächen, Gastronomie und Einzelhandel sowie kulturelle Nutzungen wie Theater, Diskothek und Zirkus.
- × Es finden regelmäßig Musik-, Kunst- und Kulturevents statt.
- × Die Freiräume bieten einen Spielplatz, Flächen für Urban Gardening und viele Parkplätze.
- × Einmal im Jahr wird das Zelt für den *Circus Quamboni* auf dem Gelände aufgebaut.

Mietkonditionen

- × Die Mietpreise für kleine Gewerbeeinheiten beginnen bei 5€/m² netto ohne Nebenkosten.
- × Die Mietpreise für die gastronomischen Einrichtungen sind deutlich höher und individuell vereinbart (Sommer-/Wintermiete).
- × Die Kündigungsfristen und Mietpreise werden individuell mit dem Eigentümer ausgehandelt.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur gehören Freiflächen, Seminarräume sowie gastronomische Betriebe auf dem Gelände.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Gestaltung der Nutzungsflächen geschieht in der individuellen Abstimmung mit dem Gebäudemanagement. Wichtig ist dabei, dass die Anforderungen des Denkmalschutzes eingehalten werden.

Entstehungsgeschichte

- × Die *Elbertextildruckerei* war seit Mitte des 19. Jh. bis zur Schließung 1998 der bedeutendste Standort der Textilwirtschaft in Hagen.
- × Im Zuge der Revitalisierung des Geländes wurde zunächst der öffentliche Raum neu gestaltet und der Zugang zur Volme geschaffen. Die denkmalgeschützten Gebäude wurden behutsam modernisiert.
- × In Zusammenarbeit der Eigentümer und Investoren ist es gelungen, einen Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft aufzubauen, der auch wichtige Freizeitangebote bereithält (z.B. Theater an der Volme, Musikschule, Großbraumdiskothek, Bowlingcenter, Trampolinhalle, Tanzschulen).

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Eigentümer der *Elbershallen* ist die *Hagenpeg Beteiligungs- und Projektentwicklungs GmbH*. Gesellschafter sind die Unternehmer Heiner Kieft mit seiner Firma *Kieft & Kieft (Cinestar)* sowie Jörn Kreke mit der *Kreke Holding (Douglas)*.

Betreiber

- × Die *Elbershallen* werden durch die Geschäftsführer der *Hagenpeg GmbH* Michael Dahm und Christian Isenbeck betrieben.

Finanzierung

- × Für die Instandsetzung oder die Unterhaltung der *Elbershallen* wurden keine nennenswerten öffentlichen Mittel in Anspruch genommen (zu 99% privat finanziert).
- × Im Rahmen der Modernisierung und Instandsetzung konnte die Denkmal AfA (§ 7i Erhöhte Absetzungen bei Baudenkmalen) in Anspruch genommen werden.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Die Branchenstruktur ist sehr gemischt und nicht auf die Kreativwirtschaft konzentriert.
- × Wichtigste MieterInnen bezogen auf die Flächeninanspruchnahme sind *Bethel.regional Hagen*, Evangelische Kirche, *Diakonie*, *Sprungwerk*, *Bowling AS*, die *Musikschule Hagen* und die *Disco Capitol*.
- × Die Kreativwirtschaft ist u.a. mit der Musikschule, einer Tanz- und Ballettschule, einem Theater,

Factory Campus

Kreativwerkstätten, *Circus Quam-boni* sowie zwei Werbeagenturen vertreten.

- × Aktuell (2018) sind 27 Unternehmen und Institutionen in den *Elbershallen* ansässig.
- × Die Fluktuation ist sehr niedrig. Einzelne MieterInnen (z.B. *Bethel regional Hagen*) haben Mietverträge, die über zehn Jahre laufen. Für die Mietanfragen wird eine Warteliste geführt.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Wichtige Kooperationspartner sind die benachbarte Stadthalle und das *Mercure Hotel*.
- × Den NutzerInneninterviews zufolge gibt es Kooperation zwischen Kulturveranstalter und Gastronomie sowie im Rahmen von Events wie der *Extraschicht*.

Non-Profit / Öffentlichkeit

- × Für die *Elbershallen* sind die Non-Profit-MieterInnen sehr wichtig, um das Image der Freizeit- und Kulturfabrik zu stützen. Insbesondere das Theater und die Musikschule tragen viel zur lokalen Berichterstattung und damit zu einem positiven Außenbild bei.

InterviewpartnerIn: Yvonne Firdaus, Stefan Schulz, GeschäftsführerIn *Factory Campus*, 28.04.2017 und 12.02.2018

Der *Factory Campus* in Düsseldorf wurde 2016 auf dem Gelände der ehemaligen *Maschinenfabrik Metso Lindemann* gegründet. Nach der Sanierung des Verwaltungsgebäudes, dem sog. Pionierhaus, wurden hier 50 Kleinbüros mit ca. 135 Arbeitsplätzen errichtet.

Die Grundidee der Eigentümer ist es, einen Standort zu schaffen, an dem sich junge innovative Unternehmen vernetzen und neue Geschäftsideen entwickeln können – mit dem Ziel, dass daraus ein solides Netzwerk von Unternehmen wächst, die den Standort tragen. Der *Factory Campus* bietet eigene Events und eine Kommunikations-App, um die Vernetzung der Unternehmen zu fördern.

In einer weiteren Ausbaustufe wird bis 2020 ca. 29.000m² Büronutzfläche neu geschaffen. Das Campus-Konzept wird somit erweitert.

www.factorycampus.de

Adresse

- × Erkrather Straße 401, 40231 Düsseldorf

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Der *Factory Campus* liegt im Stadtteil Lierenfeld weitest des Zentrums.
- × Aufgrund der Größe erlaubt der *Factory Campus* seine eigene Standortqualität zu entwickeln.
- × Der *Factory Campus* sieht sich in der Rolle den Stadtteil aktiv mit zu entwickeln.
- × Das Umfeld ist geprägt durch Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen, Gewerbe und Werkhallen.

Verkehrsanbindung

- × Sehr gute ÖPNV-Anbindung. Mit der Straßenbahn wird der Düsseldorfer Hbf. in 9 Min. erreicht.
- × Die Fahrtzeit zur A46 beträgt ca. 8 Min.

Immobilie

Architektur

- × Das Pionierhaus ist ein schlichtes, typisch funktionales Bürogebäude aus den 1950er Jahren. Baukulturell spannender ist die angrenzende ehemalige Werkhalle, die saniert werden soll.

Baulter

- × Das Pionierhaus ist aus den 1950er Jahren, die Werkhallen größtenteils aus den 1920er Jahren.

Baulicher Zustand

- × Das Pionierhaus wurde 2016 vollständig modernisiert. Der Umbau des restlichen Areals hat bereits begonnen.

Größe der Immobilie

- × Das Pionierhaus umfasst 4.000m² Nutzfläche, das Gesamtgelände 34.000 m².
- × Derzeit ist das Pionierhaus voll vermietet.

Funktionale Mischung

- × Das Pionierhaus wird überwiegend für Büros, Coworking Spaces und Projekträume genutzt. Allerdings gibt es im Gebäude auch ein Bistro, Küchen sowie verschiedene Lounge-Bereiche und einen Sportraum.

Mietkonditionen

- × Die Mietpreise sind gestaffelt und abhängig von der Mietfläche bzw. den zusätzlichen Services.
- × Ein einfaches möbliertes Büro kostet 570€ für 20m² Fläche. Darin enthalten sind die Reinigung der Büroflächen, die Nutzung eines Besprechungsraums (einmal monatlich) sowie die *Factory Campus*-Mitgliedschaft. Letztere beinhaltet Coworking Space für 2 Tage/Monat, den Zugang zum hausinternen Netzwerk eine Geschäftsadresse Düsseldorf sowie Kaffee, Tee und Mineralwasser.
- × Die Büros können monatlich gekündigt werden.
- × Im Coworking Space können Plätze ab 15€ pro Tag angemietet werden.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur gehören Konferenz- und Seminarräume, ein Fitnessraum sowie das hausinterne Slack-Netzwerk und die Betreuung durch das Hostteam.
- × Wechselnde Foodtrucks sorgen für das leibliche Wohl der MieterInnen und Gäste.
- × Das Gebäude ist für die MieterInnen rund um die Uhr zugänglich. Zu den Services zählen: Postservice, Betreuung durch das Hostteam, Reinigung sowie fachliche Events im Haus, die der Vernetzung der Unternehmen dienen.

-
- × Darüber hinaus kann der *Factory Campus* als reine Geschäftsadresse angegeben werden.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Gestaltung der Büros und Coworking Spaces ist sehr modern und individuell. Gleiches gilt für die Konferenz- und Seminarräume. Die Grundrisse sind flexibel nutzbar und lassen grundsätzlich zu, dass die MieterInnen schnell Flächen dazu-mieten können.

Entstehungsgeschichte

- × Nachdem die Firma *Metso Lindemann* die Produktion vom Standort Düsseldorf im Jahr 2014 abgezogen hatte, wurde das Areal von einem Immobilienentwickler erworben, der ein Team zur inhaltlichen Konzeptionierung des *Factory Campus* zusammenstellte.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Eigentümer ist die *Projektgesellschaft EK401 GmbH & Co. KG*. Geschäftsführer sind Marc Breddermann und Manfred Voß.

Betreiber

- × Die Verwaltung erfolgt durch die *Factory Campus GmbH & Co. KG*. Geschäftsführer sind Marc Breddermann, Manfred Voß und Stefan Schulz. Für die Unterhaltung und Bewirtschaftung der Immobilien ist neben den Geschäftsführern ein Team von 20 MitarbeiterInnen zuständig.

Finanzierung

- × Es wurden keine öffentlichen Mittel in Anspruch genommen.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell sind 25 Unternehmen am Standort angesiedelt mit ca. 135 Arbeitsplätzen.
- × Das Nutzungskonzept bevorzugt keinen Branchenschwerpunkt. Allerdings kommt ein deutlicher Anteil der Unternehmen aus der Kreativwirtschaft und/oder sind Start-ups.
- × Zur Fluktuation können keine genauen Angaben gemacht werden. Im Coworking Space ist die Fluktuation naturgemäß hoch und gewünscht.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Das Nutzungskonzept zielt darauf ab, Wertschöpfungsketten bzw. Kooperationen zwischen den

Unternehmen zu etablieren. Dies ist seit der Eröffnung bereits in mehreren Fällen gelungen.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Aktuell werden keine Räume für den Non-Profit-Bereich (KünstlerInnen, Vereine etc.) angeboten.
- × In der nächsten Ausbaustufe sollen auch Labore, Werkstätten und Ateliers angeboten werden.

Games Factory

Interviewpartner: Thomas Müller, *Clustermanagement, Mülheim & Business Wirtschaftsförderung*, 24.03.2017 und 19.04.2018

Die *Games Factory* in Mülheim an der Ruhr (Gründung 2009) versteht sich als Kompetenzzentrum für die Branchen Software- und App-Entwicklung mit dem Schwerpunkt auf Entertainment. Ergänzend dazu finden sich am Standort Zulieferer aus Filmproduktion, Social Media, Webdesign, Concept Art und Illustration.

Das Konzept der *Games Factory* beruht auf dem Gedanken, dass die Unternehmen als Cluster Ressourcen, Ideen und Infrastruktur austauschen und dass daraus ein stabiles Unternehmensnetzwerk entsteht. Besonders ist, dass die *Games Factory* auch Nachwuchsförderung betreibt: In den Ferien werden für SchülerInnen Kurse angeboten.

Das Management der *Games Factory* obliegt der Wirtschaftsförderung Mülheim, die an diesem Standort gezielt diesen Branchenschwerpunkt aus der Kreativwirtschaft unterstützt.

www.gamesfactory-ruhr.de

Adresse

- × Kreuzstraße 1,
45468 Mülheim an der Ruhr

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Die *Games Factory* liegt zentral im nördlichen Bereich der Innenstadt.
- × Das Umfeld ist gemischt genutzt mit Schwerpunkt Wohnbebauung.

Verkehrsanbindung

- × Fußläufig sind es zum Hauptbahnhof ca. 10 Min., auch die Anbindung an die Stadtbahn ist gut.
- × Bis zur Autobahn A40 fährt man 6,5 km.

Immobilie

Architektur

- × Die Gebäudearchitektur ist sachlich funktional.

Baualter

- × Das Baualter ist unbekannt.

Baulicher Zustand

- × Die Immobilie wurde in den 1980er Jahren modernisiert und seitdem laufend instandgesetzt.

Größe der Immobilie

- × Die Gesamtfläche umfasst 1.400m², davon sind 1.230m² Bürofläche.
- × Zum Interviewzeitpunkt März 2017 standen drei Büros mit einer Gesamtfläche von ca. 100m² leer.

Funktionale Mischung

- × Die Immobilie wird ausschließlich für Büro- und Lagerflächen genutzt.

Mietkonditionen

- × Die Kaltmiete beträgt 7,25€/m² netto (8,35€/m² Warmmiete). Die Mieten sind nicht subventioniert.
- × Die Mietverträge werden zwischen den MieterInnen und den privaten Eigentümern abgeschlossen.
- × Die Mietverträge sind standardisiert und beinhalten die gesetzlich geregelte Kündigungsfrist von sechs Monaten zum Quartalsende.
- × Auf Antrag in Einzelfällen kann der Mietzins temporär gestundet werden.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur zählen Sozialräume, Teeküchen und ein Konferenz-/Schulungsraum.
- × Abgesehen von der Reinigung der Gemeinschaftsflächen werden keine Dienstleistungen angeboten.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Grundrisse in der *Games Factory* sind grundsätzlich flexibel und an die Bedürfnisse der NutzerInnen anpassbar (zur Zeit eingeschränkt wegen nahezu vollständiger Vermietung).

Entstehungsgeschichte

- × Die Immobilie wurde ursprünglich als Maschinenfabrik genutzt und in den 1980er Jahren von den heutigen Eigentümern zu einer großen Badezimmerausstellung umgebaut.
- × Die *Games Factory* Ruhr wurde 2009 von der Wirtschaftsförderung und einem privaten Immobilieneigentümer gegründet. Die Initiative ging von der Wirtschaftsförderung aus. Wichtig war den Verantwortlichen eine Bottom-up Strategie, d.h. die künftigen NutzerInnen sollten frühzeitig eingebunden werden.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Die privaten Eigentümer der Immobilie sind Alphons und Barbara Grave.

Betreiberin

- × Die Verwaltung erfolgt durch die *Mülheim & Business GmbH* Wirtschaftsförderung.
- × Das Konzept der *Games Factory* wurde gemeinsam von *Mülheim & Business GmbH* Wirtschaftsförderung, Entwicklerstudios, die Sparkassentochter *FDL* sowie den Immobilieneigentümern entwickelt.

Finanzierung

- × Die Immobilie wurde ohne öffentliche Förderung umgebaut. Die Wirtschaftsförderung vermittelt zwischen den ansässigen Unternehmen und den Eigentümern der Immobilie.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell sind 22 Unternehmen mit ca. 80 Arbeitsplätzen ansässig. Es gibt keinen AnkermieterInnen.
- × Vertreten sind die Branchen Software- und Applikationsentwicklung, Filmproduktion, Social Media, Webdesign, Concept Artists, Illustration. Die Struktur hat sich im Lauf der Zeit ausgeweitet – hin zu Media im Allgemeinen.
- × Die Fluktuation ist sehr gering. Einige MieterInnen sind seit 2009 in der Immobilie.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Der Aufbau von Wertschöpfungsketten der Games-Branche in einer Immobilie war die Ausgangsidee der *Games Factory*. Im Mittelpunkt sollten die Software- und App-EntwicklerInnen stehen, um die sich unterstützende DienstleisterInnen ansiedeln. Heute haben sich vor allem informelle und zeitlich begrenzte Kooperationen zwischen den ansässigen Unternehmen etabliert.

Non-Profit / Öffentlichkeit

- × Es gibt keine Non-Profit-Organisationen, die in der *Games Factory* ansässig sind. Ausnahme sind Ferienkurse für Kinder, die an das Thema Grafik herangeführt werden sollen, z.B. „Kreative/Grafische Berufe in der Spielebranche“.

Kulturwerk Lothringen

Interviewpartner: Christof Weiser, Abteilungsleiter *Technologie- und Gründerzentren der Wirtschafts-Entwicklungsgesellschaft Bochum*, 10.03.2017 und 30.01.2018

Das *Kulturwerk Lothringen* (KWL) in Bochum wurde auf dem Gelände der ehemaligen Zeche Lothringen in Bochum-Gerthe als Zentrum für GründerInnen und junge Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft errichtet. Das *Kulturwerk Lothringen* erstreckt sich über zwei sanierte und ausgebaut historische Zechengebäude – das Maschinenhaus und die Fördermaschinenhalle. Zwar liegt der Standort nicht zentral, dennoch handelt es sich um einen etablierten Kulturstandort, der u.a. den *Bochumer Kulturrat e.V.* beherbergt.

www.bochum-wirtschaft.de/kwl

Adresse

- × Lothringer Straße 36, 44805 Bochum

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Die Lage im Stadtgebiet ist peripher. Das KWL liegt im *Gewerbepark Lothringen* im Stadtteil Gehrte
- × Der Standort hat keine Lauffläge.
- × Das unmittelbare Umfeld ist geprägt durch vier Lebensmittelmärkte, weitere Gewerbeansiedlungen und Wohnnutzung.

Verkehrsanbindung

- × Die Erreichbarkeit mit den ÖPNV ist ausreichend: 15 Min. mit der Straßenbahn von der Haltestelle Gerthe Mitte bis ins Stadtzentrum.
- × Sehr gute überörtliche Erreichbarkeit mit dem Pkw (3 km zu den Autobahnen A40 und A43).

Immobilie

Architektur

- × Das KWL befindet sich in der ehemaligen Zeche Lothringen. Genutzt wird heute das Maschinenhaus und die Fördermaschinenhalle. Beide Gebäude haben von außen den alten Charme und lichte Raumhöhen von 4m behalten. In der Fördermaschinenhalle sind alte Elemente erhalten geblieben.

Baulter

- × Die ersten baulichen Anlagen der Zeche wurden 1872 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Die Gebäude wurden aufwendig saniert. Das historische Ambiente wurde dabei weitgehend bewahrt.

Größe der Immobilie

- × Das Gebäude umfasst 3.000m² Nutzfläche.
- × Derzeit sind ca.90% der Flächen vermietet. Die Nachfrage ist aber hoch. Häufig werden kleinere Büroeinheiten nachgefragt, die aber im KWL aufgrund der historischen Gebäudesubstanz nicht angeboten werden können.

Funktionale Mischung

- × Eine funktionale Mischung gibt es nicht. Das KWL vermietet ausschließlich Büros.

Mietkonditionen

- × Die Kaltmiete beträgt 6,50€/m² zzgl. 3,40€/m² Nebenkosten.
- × GründerInnen können in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Preisnachlässe verhandeln.
- × In der Zeit der Zweckbindung ab 2006 wurden die Mietverträge auf acht Jahre befristet. Mit Auslaufen der Zweckbindung können auch unbefristete Mietverträge abgeschlossen werden. Dies widerspricht aber der Idee des GründerInnenzentrums.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Das KWL verfügt über einen Seminarraum sowie Teeküchen.
- × Aufgrund fehlender Fläche und Brandschutzaufgaben gibt es keinen Veranstaltungsbereich.
- × Ausreichend Parkplätze für MieterInnen und KundInnen sind vorhanden.
- × Es gibt ein Facility Management einschließlich technischer Unterstützung, einen Paketservice sowie Beratung durch die Wirtschaftsförderung.
- × Die Internetgeschwindigkeit vor Ort soll noch optimiert werden.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Standard-Büroeinheit umfasst ca.60m². Die Anfragen von GründerInnen richten sich aber häufig auf kleinere Büroeinheiten. Die Vergrößerung der Standardbüros ist grundsätzlich möglich, wenn anliegende Büroflächen frei werden.

Entstehungsgeschichte

- × Das KWL befindet sich in der ehemaligen Zeche Lothringen I/II und ist als öffentlich gefördertes

GründerInnenzentrum geplant und gebaut worden.

Immobilienmanagement

Eigentümerin

- × Eigentümerin ist die *Wirtschafts-Entwicklungsgesellschaft Bochum mbH*, eine Tochtergesellschaft der Stadt Bochum.

Betreiber

- × Die *WirtschaftsEntwicklungsgesellschaft Bochum mbH* ist Betreiberin.

Finanzierung

- × Die Investitionen in den Umbau sowie die laufenden Investitionen werden durch die öffentliche Hand (Stadt Bochum, EFRE) getragen.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Es sind ca.20 Firmen mit ca.70 Arbeitsplätzen ansässig.
- × Zielgruppe sind Unternehmen aus den Bereichen der Kunstwirtschaft, der audiovisuellen Medien, der Musikwirtschaft sowie des Kulturmanagements.
- × Die Wirtschaftsförderung berücksichtigt den Standort auch in der Preisauslobung des Bochumer Gründungswettbewerbs „Senkrechtstarter“.
- × Die Fluktuation ist eher gering, war allerdings aufgrund der Zweckbindungsfrist zwangsläufig.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Es finden vereinzelt Kooperationen zwischen den Unternehmen statt, z.B. bei der Erstellung von Internetseiten oder der Entwicklung von Apps.Ein Kooperationsmanagement gibt es bisher nicht.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Die Keimzelle des Standorts ist der *Bochumer Kulturrat e.V.*, der zuerst eine Immobilie der Zeche Lothringen als Atelier und als Veranstaltungsort nutzte. Zu Beginn war der *Kulturrat e.V.* auch imagebildend für den Standort. Im KWL selbst gibt es keinen Non-Profit-Bereich.

Ledigenheim Lohberg

Interviewpartnerin: Janet Rauch, Geschäftsführerin *Stiftung Ledigenheim Lohberg*, 05.05.2017 und 25.04.2018

Lohberg ist ein Stadtteil im Norden von Dinslaken. Das *Ledigenheim Lohberg* wurde 2007 eröffnet und ist mittlerweile Teil vom *Kreativ.Quartier Lohberg (KQL)*, das seit 2009 auf dem Gelände der ehemaligen *Zeche Lohberg* (Entwicklungsgelände der *RAG Montan Immobilien*) und im Umfeld entsteht.

Das *Ledigenheim Lohberg* wurde 1917 in unmittelbarer Nähe zur Zeche gebaut und steht unter Denkmalschutz. Es wurde auf Initiative des Bürgervereins *Forum Lohberg e.V.* denkmalgerecht saniert und zu einem Zentrum für Kultur, Dienstleistung und Gewerbe umgebaut. Heute bietet das *Ledigenheim* Büro- und Gewerbeflächen, einen Veranstaltungssaal und ein Museum. Darüber hinaus stehen Räume für Tagungen, Seminare und Veranstaltungen zur Verfügung, die das *Ledigenheim* für den Stadtteil öffnen. Kleine und mittelständische Unternehmen, Vereine, Verbände und eine Stadtteilbibliothek sind hier ansässig.

www.ledigenheim-lohberg.de

Adresse

- × Stollenstraße 1, 46537 Dinslaken

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Das *Ledigenheim* befindet sich am Stadtrand, angrenzend zur Nachbargemeinde Hünxe.
- × Es ist integrierter Bestandteil der denkmalgeschützten *Gartenstadt Lohberg*. In unmittelbarer Nachbarschaft stehen vor allem Wohnhäuser. Es gibt ein kleines Stadtteilzentrum mit Einzelhandel, Restaurants und Dienstleistungen.
- × Aufgrund der vielen kulturellen Veranstaltungen und des ansässigen Restaurants steht das *Ledigenheim* auch den StadtteilbewohnerInnen offen.
- × Fußläufig erreichbar ist die ehemalige *Zeche Lohberg*, die baukulturell sehenswert ist.

Verkehrsanbindung

- × Wegen der peripheren Lage ist die Anbindung an den ÖPNV und den Bahnhof Dinslaken (40 Min.) mäßig.
- × Mit dem Auto ist die Anbindung gut, in 6 Min. ist die Autobahn A3 erreichbar.

<p>Immobilie</p>	<p>× Angedacht war mal die Idee eines Backoffices für verschiedene Unternehmen. Sie wurde nicht umgesetzt, da offensichtlich kein Bedarf bestand.</p> <p>× Parkplätze sind ausreichend vorhanden.</p>	<p>Branchenstruktur/NutzerInnen</p>
<p><u>Architektur</u></p> <p>× Das <i>Ledigenheim Lohberg</i> (früher „Bullenkloster“ genannt) war eine Unterkunft für ledige Bergleute in unmittelbarer Nähe zur <i>Zeche Lohberg</i>. Es ist Teil der ehemaligen Bergarbeiterkolonie Lohberg, die nach dem Modell der englischen Gartenstädte erbaut wurde und baukulturell bedeutend ist.</p> <p>× Die Immobilie ist ein denkmalgerecht sanierter Backsteinbau mit drei Flügeln und zwei Höfen.</p>	<p><u>Gestaltung Nutzflächen/Büros</u></p> <p>× Vermietet werden vor allem kleinere Einheiten von ca. 30m². Dies entspricht auch der lokalen Nachfrage.</p> <p>× Die Ausstattung ist gehoben und barrierefrei.</p>	<p><u>Branchenstruktur</u></p> <p>× Aktuell sind ca. 50 Unternehmen und Institutionen am Standort. Das <i>Ledigenheim</i> bietet ca. 150 Arbeitsplätze.</p> <p>× Die Branchenstruktur ist sehr gemischt, d.h. es besteht auch kein Schwerpunkt auf Kreativwirtschaft. Aus diesem Bereich sind FotografInnen, WebdesignerInnen und ArchitektInnen ansässig.</p> <p>× Im Schnitt werden sieben Mietverträge pro Jahr abgeschlossen, die auch Umzüge innerhalb des Hauses einschließen, z. B. wenn Unternehmen wachsen und mehr Platz brauchen.</p>
<p><u>Baulter</u></p> <p>× Das <i>Ledigenheim</i> wurde 1917 errichtet.</p>	<p><u>Entstehungsgeschichte</u></p> <p>× Das <i>Ledigenheim</i> wurde nach dem Ende des Bergbaus in Lohberg auf Initiative des Bürgervereins <i>Forum Lohberg e.V.</i> denkmalgerecht saniert und zu einem Zentrum für Kultur, Dienstleistung und Gewerbe ausgebaut.</p>	<p><u>Kooperation innerhalb des Standorts</u></p> <p>× Es finden vereinzelt Kooperationen zwischen den Unternehmen statt. Beispielsweise wurde der Internetauftritt der Stiftung durch ein Unternehmen aus dem <i>Ledigenheim</i> gestaltet. Häufig fehlende Resonanz macht es jedoch schwierig, Ideen und Leute zusammen zu bringen und eine Vernetzung herzustellen.</p>
<p><u>Baulicher Zustand</u></p> <p>× Das <i>Ledigenheim</i> wurde 2007 modernisiert.</p>	<p><u>Immobilienmanagement</u></p>	<p>× Mehrere Betriebe haben sich an der <i>Blauen Bude</i> beteiligt, um einen ehemaligen Kiosk an der Zechenmauer umzugestalten.</p>
<p><u>Größe der Immobilie</u></p> <p>× Es stehen 4.200m² Büro- und Praxisfläche zur Verfügung. Die Gesamtfläche der Immobilie umfasst ca. 5.500m².</p> <p>× Unmittelbar nach der Sanierung verlief die Vermietung schleppend. Seit drei Jahren sind über 90% der Immobilie vermietet.</p>	<p><u>Eigentümer</u></p> <p>× Eigentümerin ist die <i>Stiftung Ledigenheim Dinslaken-Lohberg</i>. Diese hat die Immobilie 2004 von der <i>Sparkasse Dinslaken</i> übernommen. Zweck der Stiftung ist der Erhalt des denkmalgeschützten Gebäudes.</p>	<p><u>Non-Profit/Öffentlichkeit</u></p> <p>× Der Non-Profit-Bereich ist im <i>Ledigenheim</i> stark vertreten. Ursprünglich sollte ca. ein Drittel der Nutzfläche für öffentliche Nutzungen zur Verfügung stehen, was aber nicht umgesetzt wurde.</p> <p>× Mit zahlreichen kulturellen Veranstaltungen und dem <i>Restaurant Karawane</i> steht das <i>Ledigenheim</i> auch den StadteilbewohnerInnen offen.</p> <p>× Das Kulturprogramm im Saal ist fester Bestandteil des Nutzungskonzepts.</p> <p>× Es gibt eine Stadteilbibliothek, das <i>DIZeum</i> (ein durch einen Freundeskreis betreutes Museum) und Vereinsräume im <i>Ledigenheim</i>.</p>
<p><u>Funktionale Mischung</u></p> <p>× Die Immobilie ist funktional sehr gemischt. Im Gebäude befinden sich neben den Büroflächen auch ein Restaurant, Einzelhandel, sechs kleine Apartments, ein kleines Museum, Besprechungsräume sowie Flächen für Konzerte und andere Events.</p>	<p><u>Betreiber</u></p> <p>× Die <i>Stiftung Ledigenheim Dinslaken-Lohberg</i> betreibt auch den Standort und sorgt dafür, dass sich die Immobilie wirtschaftlich trägt.</p> <p>× Die Stiftung bringt heute 1,5 Stellen ein, und zwar für die Verwaltung der Immobilie und die Tätigkeit von zwei Hausmeistern, die auch Veranstaltungen betreuen, sowie für eine Reinigungskraft und eine Kraft, die das Museum betreut (alle auf Minijob-Basis).</p>	
<p><u>Mietkonditionen</u></p> <p>× Die Miete beträgt 6,20€/m² netto zzgl. 1,70€/m² Nebenkosten.</p> <p>× Ein Ziel des Nutzungskonzepts ist es, das Vermietungsrisiko durch viele kleine Unternehmen zu minimieren.</p> <p>× Die Kündigungsfrist beträgt bei kleinen Büroeinheiten (30m²) im ersten Jahr drei Monate. Danach verlängert sich die Frist auf ein Jahr.</p> <p>× Bei den größeren Einheiten (60–90m²) beträgt die Kündigungsfrist ein Jahr.</p>	<p><u>Finanzierung</u></p> <p>× Die Stadt Dinslaken hat die Immobilienkonzeptentwicklung umgesetzt, den Förderantrag eingereicht, die Fördermittel eingebracht (u.a. aus dem EU-Ziel-2-Programm, <i>Initiative ergreifen</i>) und den 10%igen Eigenanteil geleistet.</p> <p>× Die Investitionskosten betragen 9,4 Mio. €.</p> <p>× Die Betriebs- und Personalkosten werden aus den laufenden Einnahmen finanziert.</p>	
<p><u>Gemeinsame Infrastruktur</u></p> <p>× Es gibt Besprechungsräume sowie Teeküchen für die gemeinsame Nutzung.</p> <p>× Zu den Dienstleistungen der Stiftung zählen ein Postservice für die Urlaubszeit, „Hilfe beim Regalrücken“ sowie ein Angebot zur Fensterreinigung.</p>		

neuerker Business office

Interviewpartner: Markus Schmitz,
Volksbank Mönchengladbach,
05.10.2017 und 18.04.2018

Das *neuerker Business office* in Mönchengladbachs Osten bietet Büroräume in farbenfroh gestalteter Atmosphäre. Es besteht eine professionelle Infrastruktur mit Büros, gemeinschaftlich nutzbaren Konferenz- bzw. Seminarräumen, Empfang und Kopierstation.

www.neu-werker.de

Adresse

- × Dammer Straße 136 – 138,
41066 Mönchengladbach

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Das *neuerker Business office* liegt im Stadtteil Neuwerk, einem Vorort im Osten von Mönchengladbach.
- × Der Standort befindet sich quasi in der Ortsmitte von Neuwerk und verfügt über die komplette Infrastruktur für den täglichen Bedarf (Lebensmittel, Discounter, Praxen, Apotheken etc.).
- × Kleinere Grünanlagen, das Kloster Neuwerk, das Krankenhaus und Sportanlagen sind in der Nähe.

Verkehrsanbindung

- × Mit dem Bus sind es von der Haltestelle Neuwerk Markt bis zum Hauptbahnhof/in die City Mönchengladbach etwa 12 Min.
- × Mit dem Pkw besteht über die L390 Anschluss an die Autobahnen A44 und A52 (jeweils ca. 2 km in 3 Min.).
- × Der Regionalflughafen ist nur 3 km entfernt.

Immobilie

Architektur

- × Das Äußere entspricht einem Bürogebäude aus den 1960ern. Im Inneren sind die Räumlichkeiten verschachtelt und trotz Fahrstuhl nicht barrierearm.

Baualter

- × Die Immobilie ist aus den 1950/1960er Jahren.

Baulicher Zustand

- × Das Gebäude wurde sehr oft im Inneren umgebaut und ist in einem guten Zustand.

Größe der Immobilie

- × Die Bruttogeschossfläche der zwei Etagen beträgt ca. 900m², die Bürofläche insgesamt ca. 550m².

- × Leerstände gibt es nur bei MieterInnen-/NutzerInnenwechsel für wenige Wochen.

Funktionale Mischung

- × Es herrscht reine Büronutzung.

Mietkonditionen

- × Die Büroräume sind zwischen 15 und 31 m² groß.
- × Die Warmmiete beträgt knapp 14€ pro m². Hinzu kommt eine Servicekostenpauschale von 175€/Monat und Einheit. Darin enthalten sind: Postservice, Reinigung, Highspeed-Internetzugang, Festnetztelefonie, Kopierer (500 Freikopien/Monat).
- × Zusätzlich wird eine einmalige Einrichtungsumlage in Höhe von 75€ erhoben.

Gemeinsame Infrastruktur

- × NutzerInnen können den klimatisierten Konferenzraum (63m²) mit 12 Plätzen und Tribünenempore für Präsentationen zum Stundensatz von 25€ mieten.
- × Aufenthalts- und Kommunikationsmöglichkeiten bieten eine Lounge (mit Kaffeeautomat, Kühlschrank und -vitrine) und auf beiden Etagen jeweils eine Teeküche, Balkonterrasse und Sitzecke.
- × Die MieterInnen können einen großen Farbkopierer/-drucker nutzen. Die Post wird im Haus verteilt (eine Volksbankmitarbeiterin hat ihren Arbeitsplatz am Empfang und organisiert dies und Anfragen).
- × Büroreinigung und Kaffeeabrechnung sind in der Betriebskostenmonatspauschale enthalten. Außerdem gibt es einen Lagerraum.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Es sind viele kleine Büroräume und eine kaum flexible Innenarchitektur. Die Büros können entweder selbst eingerichtet oder möbliert angemietet werden.

Entstehungsgeschichte

- × Das Bankgebäude stand seit 2007 länger leer. Eine Umwandlung in Wohnnutzung war nicht möglich und die passende Nachnutzung zu finden schwierig. Die Wirtschaftsförderung empfahl, sich am Beispiel des Kreativzentrums V16 zu versuchen. Eine Agentur lieferte das Umbau- und Gestaltungskonzept. Im Frühjahr 2013 wurde eröffnet, zunächst nur mit drei MieterInnen, ab Sommer war schon eine Etage voll belegt und die zweite Etage wurde ausgebaut.

Immobilienmanagement

Eigentümerin

- × Immobilieneigentümerin ist die Volksbank eG Mönchengladbach.

Betreiber

- × Herr Schmitz aus der Marketingabteilung der Volksbank ist für den Betrieb des Neuerker zuständig. Als weitere Ansprechperson ist seit Sommer 2018 Richard Graßmann von der *D&D Immobilien und Beteiligungsmanagement GmbH*, Duisburg, genannt.

Finanzierung

- × Umbau und Betrieb erfolgten ohne öffentliche Förderung.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Es sind 21 Unternehmen im Haus aus unterschiedlichen Branchen, davon ein Viertel aus der Kreativwirtschaft.
- × Es gibt maximal 5–6 Auszüge im Jahr, die leeren Räume finden i.d.R. zeitnah NachmieterInnen aus der Warteliste.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × [keine detaillierten Angaben verfügbar]

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Zwei Vereine haben ihr Büro hier angemietet (die *Turnerschaft Neuwerk* und ein Verein zur Betreuung von Schulkindern). Publikumsverkehr im Sinne von öffentlichen Veranstaltungen oder dergleichen gibt es nicht.

Office Center Hoisten

Interview: Guido Röhrig,
Geschäftsführer *Office Center Hoisten*,
23.07.2017 und 18.01.2018

Das *Office Center Hoisten* in Neuss-Hoisten befindet sich auf dem Gelände einer ehemaligen, heute weitgehend renovierten Industrieanlage. Es besteht aus einem mehrstöckigen Bürogebäude und angrenzenden Hallen. Das Flächenangebot umfasst neben kleineren Büroflächen auch Coworking-Plätze sowie die Möglichkeit, das Office Center als Geschäftsadresse zu nutzen (Virtual Office).

Die Immobilie wurde 2006 von dem jetzigen Eigentümer erworben und sukzessive modernisiert. Eine besondere Fokussierung auf die Kreativwirtschaft (oder eine andere Branche) als NutzerInnengruppe ist nicht vorgesehen. Dennoch lassen sich ein Viertel der ansässigen Unternehmen dieser Branche zurechnen.

www.ochoisten.de

Adresse

- × Hochstadenstraße 13–17,
41469 Neuss

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Das *Office Center Hoisten* liegt peripher.
- × Der Standort im Neusser Süden liegt an einem dezentralen Nahversorgungszentrum.
- × Die angrenzende Wohnbebauung (Einfamilienhauslage) prägt das Quartier.

Verkehrsanbindung

- × Der Hauptbahnhof ist mit dem Bus in ca. 45 Min. erreichbar.
- × Die A46 und A57 sind in ca. 10 Min. zu erreichen.

Immobilie

Architektur

- × Das ehemalige Industrieareal besteht aus einem Bürogebäude, an dem sich im rückwärtigen Bereich ein Hallengebäude anschließt. Der baukulturelle Wert der Gebäude ist eher niedrig.

Baualter

- × Die beiden Gebäude wurden in den 1960er Jahren errichtet.

Baulicher Zustand

- × Aufgrund laufender Instandsetzungen und Modernisierungen sind die Gebäude in einem guten Zustand. Durch die individuelle Gestaltung der

Gemeinschaftsflächen und -räume hat das eher schlichte Gebäudeensemble deutlich an Charme gewonnen.

Größe der Immobilie

- × Die vermietbare Nutzfläche umfasst ca. 1.500m².
- × Aktuell gibt es keinen Leerstand.

Funktionale Mischung

- × Das Nutzungskonzept umfasst im Wesentlichen die Vermietung von Büro- und Hallenflächen.
- × Ein Teil der Immobilie wird als Wohnfläche an eine Wohngemeinschaft vermietet.

Mietkonditionen

- × Die Büroflächen werden zu einem Pauschalpreis angeboten, der alle Nebenkosten enthält (Heizung, Strom, Highspeed-Internet, Telefon, Fax).
- × Ein 25m² großes Büro kostet 365€/Monat netto.
- × Die Halle kann ab 25€/Tag angemietet werden.
- × Die Nutzung des *Office Center Hoisten* als reine Geschäftsadresse kostet ab 29€/Monat netto.
- × Der Eigentümer hat kein Interesse an AnkermieterInnen, da ihm das wirtschaftliche Risiko zu groß erscheint bzw. das Ausfallrisiko durch die größere Anzahl an MieterInnen gestreut wird.
- × Der Eigentümer vergibt Standardmietverträge mit individuell verhandelbarer Kündigungsfrist von ein bis drei Monaten.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur gehören eine Teeküche, Seminar- bzw. Konferenzräume sowie ein Fotostudio, ein Nähstudio und die Hallenfläche (individuell anmietbar). Im Außenbereich gibt es Sitzflächen und einen Grill.
- × Für die MieterInnen wird die Post entgegengenommen und verteilt.
- × Ein Lastenrad und Werkzeug kann ausgeliehen werden.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Büroflächen haben feste Grundrisse, die nicht veränderbar sind. Mietflächen können hinzugemietet werden, falls Leerstände entstehen.

Entstehungsgeschichte

- × Die Idee zum *Office Center Hoisten* entstand aus dem Wunsch des Eigentümers, selbstständig zu arbeiten. Dazu hat er die Immobilie

2006 erworben, als sie größtenteils leer stand, und sie dann sukzessive instandgesetzt, modernisiert und anschließend an Kleinunternehmen vermietet.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Alleineigentümer ist Guido Röhrig.

Betreiber

- × Die Verwaltung und das Management werden durch den Eigentümer durchgeführt.

Finanzierung

- × Sowohl für den Erwerb der Immobilie als auch für die Modernisierung/Instandsetzung wurden keine öffentlichen Mittel in Anspruch genommen.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell arbeiten 16 Unternehmen am Standort.
- × Davon sind vier der Kreativwirtschaft zuzurechnen. Bei den meisten Betrieben handelt es sich um Kleinunternehmen.
- × Ca. 50% der Unternehmen wechseln innerhalb eines Jahres den Standort, d.h. es herrscht eine kontinuierliche, hohe Fluktuation. Gründe dafür sind meist die Geschäftsaufgabe oder dass die angemieteten Büroflächen nicht mehr ausreichen.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Kooperationen zwischen den Unternehmen zu initiieren ist eine der Grundideen des *Office Center Hoisten*. Tatsächlich arbeiten die ansässigen Unternehmen vereinzelt zusammen: Beispielsweise kooperiert ein Unternehmen für Lifttechnik und Design mit einem Industriedesigner.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Zeitweise waren Hallenflächen an KünstlerInnen vermietet, die aber ihre Tätigkeit an einen anderen Standort verlegt haben.
- × Eine offene Werkstatt wurde nicht nachgefragt.
- × Die Veranstaltung von Partys musste wegen Anwohnerbeschwerden über den Lärm eingestellt werden.

Startplatz

Interviewpartner: Dr. Lorenz Gräf,
Geschäftsführer *Startplatz Köln*,
06.03.2017

Der *Startplatz Köln* versteht sich als „Start-up Inkubator und Accelerator im Herzen der Rheinischen GründerInnen-szene und ist Anlaufstelle für innovative Start-ups und etablierte Unternehmen“. Gegründet wurde er Ende 2012 von den Geschäftsführern der *Familie Gräf Holding GmbH*.

Es gibt Coworking Spaces, Teambüros sowie Meeting- und Konferenzräume, in denen regelmäßig Events, Workshops und Pitches veranstaltet werden. Über 200 Start-ups arbeiten hier bereits an ihren Geschäftsideen, mehr als 170 Teams wurden im Accelerator gefördert. Gemeinsam mit Partnern bietet der *Startplatz* zudem Konzernen und mittelständischen Unternehmen verschiedene Lösungsansätze, um Digitalisierung und Innovationsprozesse in Unternehmen voranzutreiben. Seit 2015 gibt es einen zweiten *Startplatz* mit rund 2.000m² im *Düsseldorfer Medienhafen*.

www.startplatz.de

Adresse

- × Im *Mediapark 5*, 50670 Köln

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Der *Startplatz* liegt relativ zentral und nah am *Hansaring*.
- × Der *Kölner MediaPark* ist ein überwiegend für die Medienbranchen konzipierter Gewerbe- und Gebäudekomplex mit Büros, Multiplex-Kino, Hotel, Hochschulen, Restaurants und exklusiven Wohnungen im Stadtteil *Neustadt-Nord*.
- × Die Bebauung wurde 1987 begonnen und 2004 abgeschlossen.
- × Westlich und nördlich grenzt der *MediaPark* an *Spange*, *Depot* und *Einfahrt der Deutschen Bahn* in den *Hauptbahnhof*. Östlich liegt er an einem *Mischquartier* mit *Öffnung zu den Kölner Ringen*.
- × Er ist vom *Stadtzentrum* gut zu erreichen und bietet – im inneren *Grüngürtel* gelegen – *Freiraumflächen* mit *Zugängen zum Stadtgarten* und nach *Ehrenfeld*.
- × Die *sternförmige Platzstruktur* mit hoher Aufenthaltsqualität ermöglicht vor allem im Sommer eine Vielzahl an *Open-Air-Events*. Das Umfeld ist sehr urban, Restaurants und Einzelhandel sind in unmittelbarer Umgebung fußläufig erreichbar.

Verkehrsanbindung

- × Die *ÖPNV-Anbindung* ist sehr gut, die *S- und U-Bahn Haltestellen Hansaring bzw. Christophstraße* sind in ca. 4 Min. erreichbar.
- × Mit dem *Pkw* erfolgt die *Anfahrt über die A57-Ausfahrt Neuss und die Ringstraße*. Der *MediaPark* verfügt über 2.500 *Parkplätze* in der *Tiefgarage*.

Immobilie

Architektur

- × Das Gebäude zeichnet sich durch *hochwertige moderne Bausubstanz* aus.
- × Die *großflächige Glasfassade* mit *Balkonen* verleiht dem *Baukörper* eine *lichte Transparenz*.

Baualter

- × Das Gebäude wurde 1994 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Der *bauliche Zustand* ist sehr gut.

Größe der Immobilie

- × Der *Startplatz* belegt zur Zeit 4.500m².
- × Zum *Leerstand* gibt es keine Angabe.

Funktionale Mischung

- × *Bürogebäude* mit *Gastronomie* im *Erdgeschoss*.

Mietkonditionen

- × Es gibt verschiedene *Tarifpakete*: *Coworking* für 99€/Monat und *2nd Home* für 299€/Monat.
- × Diese Preise enthalten mit leicht unterschiedlichen *Konditionen*: *flexibler Schreibtisch* im *Coworking* bzw. *Teambüro*, *Zugangsbechtigung zu beiden Startplatz-Standorten*, *50% Rabatt auf alle Events*, *Vollzugriff auf die Start-up Academy* und *GründerInnen-sprechstunden*, *Konferenzraumbuchung*, *Meetingraumbuchung*, *Marketingleistungen*, *Nutzung von Druckern* und *Telefonräumen*, *Firmenadresse/Postweiterleitung*.
- × Die *Kündigungsfrist* beträgt einen *Monat* bzw. *drei Monate*.
- × Es wird eine *einmalige „Einrichtungsggebühr“* von 59€ erhoben.
- × Ein *Tiefgaragenstellplatz* kostet 99€/Monat.
- × *Junge Start-up Teams* mit *innovativen Geschäftsideen* haben die *Möglichkeit*, sich für den *Startplatz Accelerator* zu bewerben und alle *Leistungen des Startplatz* sowie

Coaching und *Mentoring* für 3–6 *Monate* kostenlos zu nutzen.

- × Für 10€ monatlich (bzw. 5€ für Studierende) können auch *Community-Membership-Leistungen* allein gebucht werden. Dieser *Tarif* eignet sich ideal für *Gründungsinteressierte*, die erst einmal einen *Fuß* in die *GründerInnen-szene* setzen und ihr *Netzwerk* erweitern möchten oder für *Start-ups*, die keine *Arbeitsplätze* benötigen.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Es gibt ein *Foyer* (ca. 25m²) mit *Kaffeestation* und *Getränkekühlschrank*; *Telefonräume*, *neun Meeting- und sechs Konferenzräume*, *großer Veranstaltungsraum* (ca. 100m²) mit *Terrasse*. Die *Tagungsräume* sind zwischen 8 und 70m² gestaffelt im *Tagespreis*, auch von *extern* anmietbar.
- × *Gründungsberatungen*, auch mit *internationalen Gästen*, *Marketingleistungen*, z.B. *Interview im Blog*, *Newsletter*, *Social Media*, *Nutzung von Drucker- und Telefonräumen* werden angeboten.
- × Der *Startplatz* organisiert *Erfahrungsaustausch* und *Kontakte* zu *Experten*, *Mentoren* und *Investoren*, *Meetups* und *Events* in und aus der *Community*, *Netzwerk*, *Slackgruppe* und *Jobbörse*.
- × Zusätzlich gibt es *exklusive Angebote* und *Rabatte* bei *PartnerInnen*.
- × Als *Corporate Services* sind im *Angebot*: *Innovationsimpulse*, *Accelerator Programm* und *Reverse Pitches*.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Das Gebäude macht eine *flexible Raumaufteilung* nach *Bedürfnissen* möglich: *Raster* von 1,90 m erlauben die *variable Gestaltung* vom *Einzelbüro* mit 17m² bis zum *Großraum* mit 400m². In jedes *Raster* sind *Deckenschotts* integriert, die die *Schallisolierung* zwischen den *Räumen* gewährleisten.

Entstehungsgeschichte

- × Der *Startplatz* trat 2012 mit der *Idee* an, *angesagter Inkubator* und *GründerInnen-Hotspot* für *Köln* zu werden. *Start-ups* sollen die *Gelegenheit* bekommen, sich auf ihre *Kerngeschäftsidee* zu *konzentrieren* und via *Hands-on-Workshops* das *nötige Rüstzeug* für den *Erfolg* zu erwerben. *Konferenzen*, *Workshops*, *Pitches*, *Meetups* und

Netzwerkevents sind zentrale, Veranstaltungsmomente dafür.

- × Die Standort- und Konzeptentscheidung der *Familie Gräf Holding GmbH* fiel zuerst auf Köln, weil hier die Start-up-Kultur zwar ausgeprägt, doch räumlich stark fragmentiert erschien.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Bauherr, Investor und Eigentümer des Gebäudeblocks 4 im *Media-Park 5* ist Dipl. Ing. Architekt Horst Maiburg.

Betreiber

- × Betreiber des Gebäudes im *Media-Park 5*, in dem der *Startplatz* eine ganze Etage einnimmt, ist die Maiburg Properties, Mönchengladbach.
- × Den *Startplatz* selbst betreiben Dr. Lorenz Gräf und Matthias Gräf als Geschäftsführer der *Familie Gräf Holding GmbH*.

Finanzierung

- × [keine Angaben verfügbar]

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Der Schwerpunkt der Unternehmensgründungen im *Startplatz* liegt bei innovativen Geschäftsmodellen primär – aber nicht ausschließlich – im digitalen Bereich. Die GründerInnen kommen aus einem breiten Spektrum, besonders aber aus dem Bereich digitale Dienstleistungen, E-Commerce, Agenturen, Software- und App-Programmierung.
- × Rund 500 Arbeitsplätze stehen im *Startplatz* Köln zur Verfügung.
- × Der *Startplatz* soll kein „Bleibeplatz“ sein, Fluktuation ist also eingeplanter Bestandteil des Konzepts.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Der *Startplatz* schafft Räume, in dem Synergien entstehen und Start-ups sich untereinander und mit bereits etablierten, auch traditionellen Unternehmen vernetzen können.

Non-Profit / Öffentlichkeit

- × Es gibt einige Social-Business-Firmen wie z.B. das Kinderrechteforum oder Socialbnb.

super(7000)

Interviewpartnerin: Silke Roggermann, Geschäftsführerin *super(7000)*, 28.04.2017 und 03.02.2018/Ergänzungen im September 2018

Das *super(7000)* in Düsseldorf besteht aus mehreren Immobilien. In Düsseldorf ist das Gelände seit über 30 Jahren auch unter *Alter Kulturschlachthof* bekannt. Im Bürohaus befinden sich sowohl feste Büros als auch Coworking-Arbeitsplätze. In weiteren Immobilien auf dem hinteren Teil des ca. 7.000m² großen Grundstücks hat es Clubs, Proberäume und freie Werkstätten des *MakerSpace GarageLab* e.V.. Das Areal soll schwerpunktmäßig als Standort für die Kultur- und Kreativwirtschaft weiter ausgebaut werden. Bereits bestehende kulturelle Nutzungen bleiben erhalten, neue Nutzungen aus den Branchen Lebensmittel und Digitales sollen ergänzt werden. Das *super(7000)* hat seinen Betrieb im Bürogebäude im Herbst 2016 aufgenommen.

www.super7000.de

Adresse

- × Rather Straße 25, 40476 Düsseldorf

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Zentrumsnahe Lage im Stadtgebiet.
- × Das *super(7000)* liegt zwischen dem neuen Campus der Hochschule Düsseldorf und der *Unternehmerstadt* im Stadtteil Derendorf.
- × Der Standort ist keine Laufge für Kunden.
- × Das Umfeld ist geprägt durch Gewerbe- und Handelsbetriebe sowie Wohnnutzung.

Verkehrsanbindung

- × Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist gut (Haltestelle *Alter Schlachthof*), es sind 13 Min. mit der Straßenbahn in das Stadtzentrum Düsseldorf.
- × Sehr gut ist auch die überörtliche Erreichbarkeit mit dem Pkw (3,5 km Entfernung zur A52).

Immobilie

Architektur

- × Das Haupthaus ist ein schlichtes Bürogebäude.
- × Im hinteren Bereich des Grundstücks gibt es eine Werkhalle und verschiedene ältere Gebäudestrukturen (Probe- und Eventräume, Autowerkstatt etc.), die zur früheren Kartoffelschälfabrik gehörten.

Baulter

- × Das Bürogebäude ist aus den 1970er Jahren.

Baulicher Zustand

- × Die Immobilie wird derzeit modernisiert.

Größe der Immobilie

- × Das *super(7000)* mietet aktuell 1.200m² auf drei Büroetagen im Hauptgebäude an.
- × Es gibt über 60 Coworking-Plätze.
- × Leerstände können aufgrund der kurzen Betriebszeit noch nicht festgestellt werden.

Funktionale Mischung

- × Das Hauptgebäude bietet in erster Linie Büroflächen und Seminarräume. Im hinteren Gelände liegen Werkstätten, Probe- und Eventräume.

Mietkonditionen

- × Die Miete für ein 20m² Büro beträgt 800€/Monat netto, darin sind alle Nebenkosten enthalten.
- × Neben dem Open Space für das Coworking gibt es auch fixe Büros von ca. 10 bis 30m². Inbegriffen sind Highspeed-Internet, Reinigung, Kaffee & Wasser Flatrate, Drucker Fair Use, Strom, Müllentsorgung, Geschäftsadresse und 24/7 Zugang.
- × Die Kündigung ist monatlich möglich.
- × Die Monatsmiete für einen Coworking-Arbeitsplatz beträgt bei Einführung 99€. Zusätzlich kann ein Seminarraum ab 25€/Stunde angemietet werden.
- × Die Mietverträge sind monatlich kündbar.
- × Einen Briefkastenanmietung ist ebenfalls möglich.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Es gibt mehrere Seminarräume, eine Küche, Telefonboxen, ein Bällebad, eine Schaukel und Highspeed-Internet.
- × Gastronomie und FoodLab sind geplant.
- × Ein Host/Gastgeber ist zu den regulären Öffnungszeiten vor Ort und bietet auch einen Postservice an.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Büroetagen bieten sowohl offene Coworking-Bereiche als auch abgeschlossene, dauerhaft nutzbare Büroflächen.

Entstehungsgeschichte

- × Silke Roggermann, die Inhaberin des Gewächshaus Düsseldorf, hat gemeinsam mit Markus Lezaun,

Union Gewerbehof

ehemaligen GründerInnen der *GarageBilk* und dem neuen Eigentümer das Nutzungskonzept entwickelt und kümmert sich im *super(7000)* u.a. um die Vermarktung und Vermietung.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Privater Eigentümer der Immobilie ist Prof. Dr. Petzinka, Professor für Baukunst an der Kunstakademie Düsseldorf, zusammen mit einer Investorengruppe aus der Immobilienbranche.

Betreiber

- × Das *super(7000)* wird durch die *super(7000) GmbH* verwaltet.

Finanzierung

- × Es gab keine Unterstützung durch die öffentliche Hand.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Derzeit sind mehr als fünfzehn Unternehmen am Standort plus ca. 30 Arbeitsplätze im Open Space. Größte Unternehmen sind die *Blanko GmbH* (Digitale Kommunikationsagentur) und das Start-up *Schmiede.one* aus dem Bereich der Agrartechnik und Vertical Farming.
- × Genaue Aussagen zur Fluktuation können nicht gemacht werden, da hier noch Erfahrungswerte fehlen. Fluktuation von MieterInnen wird jedoch durchaus positiv gesehen, da neue NutzerInnen auch neue Ideen einbringen und neue Kooperationen bedeuten können.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × [keine detaillierten Daten verfügbar]

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Zum Non-Profit-Bereich zählen die freien Werkstätten des *GarageLabs*, Proberäume sowie Kulturveranstaltungen und Parties zu verschiedenen Anlässen. Der Non-Profit-Bereich trägt zur Imagebildung des Standorts bei.

Interviewpartner: Hans-Gerd Nottenbohm, Geschäftsführer *Union Gewerbehof*, 28.04.2017 und 03.02.2018

Der *Union Gewerbehof* in Dortmund wurde in den 1980er Jahren gegründet. Er beherbergt knapp 100 Unternehmen mit insgesamt ca. 250 Beschäftigten. Das Motto lautet „gemeinsam – selbständig – arbeiten“.

Das Raumangebot weist ca. 5.500m² vermietbare Fläche aus. Es umfasst Büro-, Atelier- und Lagerräume verschiedenster Größen, gemeinschaftlich genutzte Flächen wie Seminarräume, Küchen und Werkstätten, Innenhöfe, eine multifunktionale Halle, ein gemeinschaftlich nutzbares Gewächshaus sowie das *Hofcafé*. Seit 2013 gehört außerdem ein ungenutztes Wohnhaus im Umfeld zum Portfolio.

www.union-gewerbehof.de

Adresse

- × Huckarder Straße 10–12, 44147 Dortmund

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Der *Union Gewerbehof* liegt innenstadtnah.
- × Er liegt relativ solitär und hat durch die umliegende industrielle Nutzung eher eine Insellage. Das früher geschlossene Betriebsgelände hatte kaum Verbindung zum Stadtteil. Das Förderprogramm *Stadtumbau West* hat die Öffnung zum Stadtteil befördert.
- × Heute ist die Anbindung an den Stadtteil stark (Gastronomie, Vereine und Netzwerke) und der Standort wird für externe Veranstaltungen genutzt.
- × Das Umfeld ist geprägt durch Wohnen, Industrie und Gewerbe. Es gibt Leerstand und Sanierungsstau im öffentlichen Raum. Vereinzelt sind Gastronomie, Bildungseinrichtungen und Einzelhandel ansässig.

Verkehrsanbindung

- × Sehr gute Anbindung an die Stadtbahn (alle 5 Min., 5 Min. bis ins Zentrum), an die Autobahn (5 Min. zur A40 oder zum Zubringer der A45) und an den Emscher Radweg (in 5 Min. per Rad erreichbar).

Immobilie

Architektur

- × Der *Union Gewerbehof* umfasst drei Höfe mit verschiedenen anliegenden,

ein- bis dreistöckigen Randbebauungen. Alte Industrieelemente wurden im Hof und in den Gebäuden teilweise erhalten. Die Architektur ist sachlich und aufgrund des vielseitigen Gebäudeensembles (ca. 30 Eingangstüren) und der gestalteten Innenhöfe attraktiv.

Baualter

- × Teile des Gebäudeensembles stammen aus dem 19. Jahrhundert. Die meisten Gebäude wurden in den 1930er Jahren und in der Nachkriegszeit errichtet.

Baulicher Zustand

- × Der bauliche Zustand ist grundsätzlich gut. Teile des Daches müssen saniert werden. Derzeit wird die Sanierung von Toiletten durchgeführt.

Größe der Immobilie

- × Die Gesamtfläche beträgt ca. 6.000m².
- × Der Leerstand beträgt aktuell ca. 450m² Fläche (eine Halle und kleinere Büroflächen).

Funktionale Mischung

- × Die überwiegende Nutzung ist gewerblich. Es gibt zwei gastronomische Angebote. Viele Vereine und offene Angebote sind ansässig. Außerdem ist eine kleine, temporär vermietbare Wohnfläche vorhanden.

Mietkonditionen

- × Die Mieten liegen zwischen 4€/m² (z.B. für Räume ohne Fenster) und 6,50€/m², im Durchschnitt ca. 5,50€/m². Das Mietniveau ist im Vergleich zur Innenstadt niedrig; hier liegen hohe Mieten bei ca. 13€/m².
- × Es gelten die gesetzlichen Kündigungsfristen (sechs Monate zum Ende eines Quartals). Staffelmieten für GründerInnen können auf Wunsch eingeräumt werden, sind aber kaum nachgefragt.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Die gemeinsame Infrastruktur umfasst Kantine, Seminarräume, Etagenküchen, Innenhöfe, offene Werkstätten, ein Gewächshaus und eine multifunktionale Halle.
- × Es gibt einen Reinigungsservice für die öffentlichen Flächen und die Büros (wird von ca. 30% der NutzerInnen nachgefragt) sowie die Postannahme. Ein leistungsstarkes Kopiergerät kann genutzt werden, Lastenräder stehen zum Verleih

unit medienhaus

Interviewpartner: Walter Soiron von Voigt, Geschäftsführer unit network, 10.07.2017 und 18.05.2018

Das *unit medienhaus* in Köln wurde 1997 in der Innenstadt nahe dem Rudolfplatz in einer ehemaligen Gewürzmühle gegründet. In zwei Gebäudeeinheiten werden auf ca. 2.600m² Büroflächen und Coworking-Arbeitsplätze angeboten, die besonders gut mit sicherer IT-Infrastruktur ausgestattet sind. Daneben gibt es Konferenzräume und eine Dachterrasse, die von den ansässigen Unternehmen genutzt werden können.

Die Vernetzung der Unternehmen professionell anzugehen ist ein zentraler Gedanke im Nutzungskonzept, das sich vor allem an Unternehmen aus der Kreativwirtschaft richtet. Das Nutzungskonzept wurde 2010 nach Berlin übertragen.

www.unit-netzwerk.com

Adresse

- × Lindenstraße 14, 50674 Köln

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Das *unit medienhaus* liegt zentral im Stadtgebiet.
- × Die Immobilie reiht sich ein in eine zur Straße geschlossenen Blockbebauung und entwickelt keinen expliziten Bezug zum Quartier.
- × Das innerstädtische Umfeld prägen Wohnbebauung, Geschäfte, Büros sowie verschiedene kulturelle und gastronomische Angebote, welche vorteilhaft genutzt werden können.

Verkehrsanbindung

- × Gute Anbindung an die Stadtbahn (Haltestelle Rudolfplatz), in 10–12 Min. ist der Hauptbahnhof erreichbar.
- × Die Anbindung an die Autobahn erfolgt über die A57 oder die A4 via Köln-Klettenberg.

Immobilie

Architektur

- × Der Gebäudekomplex wurde vor der Sanierung als Gewürzmühle genutzt. Die Architektur ist eher schlicht und stammt aus der Nachkriegszeit.

Baualter

- × Das Ensemble stammt aus den 1960er Jahren.

Baulicher Zustand

- × Der bauliche Zustand ist sehr gut, die Inneneinrichtung und die

zur Verfügung und es gibt einen Büchertauschschrank.

- × Zwei Betriebe bieten im *Union Gewerbehof* einen Mittagstisch an (*Vegamaxx, Hofcafé*).
- × Der Betreiber tritt gelegentlich als Träger für Projektförderungen von ansässigen Betrieben und Initiativen in Erscheinung.
- × MieterInnen können Direktkredite erhalten.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Ursprünglich waren im *Union Gewerbehof* Labore und Werkstätten untergebracht. Problematisch sind deswegen in Teilen die Belichtung der Räume, die Flexibilisierung der Grundrisse und die Anpassung an die Erfordernisse des Brandschutzes.

Entstehungsgeschichte

- × Der *Union Gewerbehof* wurde in den 1980er Jahren nach Besetzung durch eine Arbeitsloseninitiative in den ehemaligen Gebäuden der *Hoesch AG* gegründet, die umweltgerecht saniert wurden. In den ersten Jahren waren schwerpunktmäßig Ökobetriebe, mittlerweile mehr Betriebe aus der Kreativwirtschaft ansässig. Der Standort fungiert als Gründungszentrum in Selbsthilfe.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Der Immobilienkomplex ist im Eigentum der *Union Gewerbehof für umwelt- und sozialverträgliche Techniken GmbH*, die z. Zt. 16 GesellschafterInnen hat.
- × Es liegen keine Anteile bei der öffentlichen Hand.

Betreiber

- × Betreiber ist die *Union Gewerbehof für umwelt- und sozialverträgliche Techniken GmbH*.

Finanzierung

- × In den 1980er Jahren gab es einen Investitionskostenzuschuss aus der „Zukunftsinitiative Montanregion“ und kleinere Personalkostenförderungen.
- × Heute gibt es keine öffentliche Förderung in den Immobilienkomplex mehr.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell gibt es ca. 95 Unternehmen einschließlich der FreiberuflerInnen.

Ankermieter ist ein Call Center mit ca. 100 Beschäftigten. Wichtigste Branche ist die Kreativwirtschaft (inkl. StadtplanerInnen).

- × Die Fluktuation liegt bei ca. 10% der Nutzfläche pro Jahr. Umzugsmotive sind Wachstum des Unternehmens und der daraus resultierende größere Flächenbedarf, Konkurs oder Unvereinbarkeiten mit anderen MieterInnen oder dem Vermieter.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Wertschöpfungsketten zwischen den NutzerInnen und dem Betreiber finden statt, z.B. bestehen Kooperationen zwischen Stadtplanungsbüros, die gemeinsam Aufträge bearbeiten. Teilweise finden auch Zulieferungen statt, z.B. Design von Internetseiten.

Non-Profit /Öffentlichkeit

- × Ca. 20% der Nutzfläche werden Non-Profit genutzt. Größte Mieterin war bislang die FH Dortmund in der Werkhalle (ca. 400m²). Der Non-Profit Bereich hat eine hohe Bedeutung, z.B. wurde der Standort durch BesucherInnen der *Heinrich-Böll-Stiftung* überregional bekannt und es sind viele Vereine ansässig.
- × Aktuell beleben eine offene Werkstatt und eine multifunktionale Halle den Standort.
- × Mindestens zwei Feste pro Jahr werden veranstaltet.
- × Der Non-Profit-Bereich stärkt das positive Image des Standorts.

Dachterrasse sind hochwertig und modern gestaltet.

Größe der Immobilie

- × Die Nutzfläche der beiden Gebäude beträgt insgesamt 2.150m².
- × Aktuell besteht kein Leerstand. In der Regel sind leere Büros nach drei Monaten wieder vermietet.

Funktionale Mischung

- × Generell handelt es sich um eine Büroimmobilie.
- × Im Hinterhaus gibt es eine Mietwohnung, die nicht zum Nutzungskonzept gehört. Allerdings kann sich der Betreiber vorstellen, diese bei Mieterwechsel als Gästewohnung anzubieten.

Mietkonditionen

- × Die Miete beträgt zwischen 11,50€ und 13,50€/m². Zusätzlich wird eine Servicepauschale erhoben für Internet & IP-Telefonie, den hauseigenen Server, Versicherung, Strom, Nutzung der Gemeinschaftsräumlichkeiten sowie ein Kontingent für die Nutzung der Konferenzräume.
- × Die Laufzeit eines Mietvertrages beträgt zwei Jahre (Startphase) und verlängert sich danach jeweils um ein Jahr (Etablierungsphase, wenn das Unternehmen zum Haus passt). Die Kündigungsfrist beträgt vier Monate.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zu den Büros gehören Teeküchen, Drucker, professionell ausgestattete Besprechungsräume, Lager- und Archivmöglichkeiten.
- × Eine Tiefgarage ist vorhanden.
- × Das *unit medienhaus* bietet eine umfangreiche technische Infrastruktur inkl. eigenem Netzwerk, IP-Telefonie und einem Server-System mit Datensicherung, Virenschutz sowie Hard- und Softwaresystemen. Diese wird durch einen personellen IT-Support ergänzt.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Grundrisse der Büros sind flexibel gestaltet, so dass die Unternehmen ihre Mietfläche anpassen können. Die Büros werden auf Wunsch mit hochwertigen Büromöbeln ausgestattet und dekoriert.

Entstehungsgeschichte

- × Der Betreiber hat 1998 selbst eine Kommunikationsagentur gegründet und die Idee innovativ umgesetzt, eine Immobilie für unterschiedliche Unternehmen aus der Kreativwirtschaft anzubieten.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Der Gebäudekomplex ist zweigeteilt: Beide Gebäude gehören einem privaten Eigentümer.

Betreiberin

- × Die *unit network GmbH & Co. KG* vermarktet und vermietet beide Gebäude, Geschäftsführer ist Walter Soiron von Voigt. Neben dem Geschäftsführer arbeiten zwei Personen in der Verwaltung, die auch den technischen Support und andere organisatorische Tätigkeiten übernehmen.

Finanzierung

- × Für den Erwerb oder die Modernisierung wurden keine öffentlichen Mittel in Anspruch genommen.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell sind von den ca. 80 Mieteinheiten einschließlich Coworking fast alle vermietet. AnkermieterInnen gibt es nicht. Die Unternehmen stammen überwiegend aus der Kreativwirtschaft.
- × Zur Fluktuation der MieterInnen können keine genauen Angaben gemacht werden. Laut Aussage des Betreibers findet Fluktuation in den ersten vier Jahren nach Ansiedlung statt, danach bleiben die Unternehmen in der Regel im Haus.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Wertschöpfungsketten sind durch das Nutzungskonzept intendiert, werden aber nicht systematisch erhoben. Beispielsweise arbeitet eine ansässige Grafikerin für sieben andere Unternehmen im Haus.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Einen Non-Profit-Bereich gibt es nicht und ist auch nicht geplant. Allerdings bietet der Betreiber Flächen für After-Work-Veranstaltungen an.
- × Für die Zukunft wären auch Fachveranstaltungen für die Unternehmen denkbar.

Unperfekthaus

Interviewpartner: Markus Urselmann, *Unperfekthaus*, 29.05.2017 und 25.04.2018

Im *Unperfekthaus* in Essen bekommen KünstlerInnen, UnternehmensgründerInnen, Initiativen und andere Gruppen sowie Einzelpersonen für eine Pauschale Verpflegung, Räume und Technik zur Verfügung gestellt. Neben den KünstlerInnen ist die öffentliche Zugänglichkeit ein zentraler Bestandteil des Nutzungskonzepts. Der Betrieb finanziert sich vor allem über die Eintrittsgelder der BesucherInnen und SeminarteilnehmerInnen.

Das 2004 eröffnete *Unperfekthaus* ist kein klassisches GründerInnenzentrum, in dem die NutzerInnen unter sich bleiben, sondern ist darauf angelegt, direkte Kommunikation zwischen NutzerInnen und der Öffentlichkeit anzustoßen. Aktuell sind laut Betreiber rund 500 Projekte, KünstlerInnen und Initiativen im Haus angemeldet.

www.unperfekthaus.de

Adresse

- × Friedrich-Ebert-Straße 18–26, 45127 Essen

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Das *Unperfekthaus* liegt zentral in der Essener Innenstadt.
- × Direkt angrenzend befindet sich das Einkaufszentrum Limbecker Platz und die FußgängerInnenzone mit Handel, Dienstleistungen und Gastronomiebetrieben.
- × Das Quartier ist sehr urban.

Verkehrsanbindung

- × Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist sehr gut (Haltestelle Berliner Platz): In nur 3 Min. ist der Hauptbahnhof erreichbar.
- × Sehr gut ist auch die überörtliche Erreichbarkeit mit dem Pkw: 5–10 Min. ist die A40 entfernt.

Immobilie

Architektur

- × Das Gebäude ist ein ehemaliges Franziskanerkloster mit sehr unterschiedlichen Räumen.

Baulter

- × Die Immobilie stammt aus den 1960er Jahren.

Baulicher Zustand

- × Das Gebäude ist nach der Übernahme durch den Eigentümer modernisiert und vollständig umgebaut worden und heute in einem guten baulichen Zustand.

Größe der Immobilie

- × Die Nutzfläche des Gesamtkomplexes umfasst ca. 6.000m² inkl. dem Hotel. Für Arbeitsräume und Ateliers stehen ca. 4.000m² zur Verfügung.
- × Eine Angabe zum Leerstand kann aufgrund des Nutzungskonzepts nicht gemacht werden. In Summe sind die Räume sehr gut ausgenutzt. Für die Atelierräume gibt es seit zehn Jahren eine Warteliste.
- × Die Seminarräume sind zu mehr als 60% ausgelastet.

Funktionale Mischung

- × In dem fünfstöckigen Gebäude befinden sich vor allem offene Arbeitsräume für die NutzerInnen, großzügige Stockwerks- und Dachterrassenflächen sowie das Restaurant im Erdgeschoss. Zum Gebäudeensemble gehört auch das angrenzende *Unperfekthotel*.

Mietkonditionen

- × Für das *Unperfekthaus* gibt es keine klassischen Mietverträge. Die KünstlerInnen zahlen keine Miete. Entsprechend dem Nutzungskonzept ist es aber wichtig, dass die KünstlerInnen ungefähr im Rahmen einer 50% Stelle anwesend sind. Andernfalls müsste der Raum geräumt und für andere NutzerInnen bereitgestellt werden.
- × Bei Anmietung von Seminarräumen wird pro Person je nach Aufenthaltsdauer berechnet (ab 25€); darin enthalten sind Kosten für den Raum, die Raumtechnik sowie Getränke.
- × Eintritt bezahlen die öffentlichen BesucherInnen (ab 7,90€ inkl. nicht-alkohol. Getränke zzgl. Verpflegung). Jährlich kommen ca. 100.000 Gäste in das *Unperfekthaus*.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur zählen neben den Arbeitsräumen und Ausstellungsflächen, ein Info-Point, die hauseigene Gastronomie und der Zugang zum W-Lan und Telefon. Bereitgestellt wird zudem klassische Büroinfrastruktur wie Spints/Container, Kopierer, Beamer oder etwas exotischere Angebote wie eine CNC-Maschine und Werkbänke in der Holzwerkstatt.

- × Das *Unperfekthaus* bietet zahlreiche Services und zentrale Ansprechpersonen für seine NutzerInnen an. Dazu zählen vor allem Plattformen für die Öffentlichkeitsarbeit (Website, Social Media, Radio, Mailinglisten) und es gibt die Möglichkeit, kostenlos Flyer zu erstellen. Angeboten werden außerdem Seminare zu unterschiedlichen Themen (z.B. Photoshop-Woche, Freie-Rede-Woche, Malerei-Woche), die der Weiterqualifizierung oder einem besseren Marketing dienen. Zu den Serviceleistungen zählt auch die Übernahme von GEMA-Gebühren für die NutzerInnen und ggf. Unterstützung beim Crowdfunding.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Gestaltung der Räume ist sehr flexibel und wird durch die NutzerInnen entscheidend mitgeprägt. Zum Nutzungskonzept gehört, dass nahezu alle Räume für die BesucherInnen uneingeschränkt offen zugänglich sind.

Entstehungsgeschichte

- × Die Gründung des *Unperfekthauses* (2004) geht auf den Unternehmer Reinhard Wiesemann zurück. Das Ziel war und ist es, eine Plattform für kreative Personen zu schaffen, die sich ausprobieren wollen und ggf. daraus ihr Einkommen bestreiten. Grundlage ist nicht das Mäzenatentum, also nicht die direkte finanzielle Unterstützung von KünstlerInnen und GründerInnen, sondern die Idee, dass das Haus mit einem besonderen betriebswirtschaftlichen Konzept funktioniert und sich trägt.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Immobilieneigentümer, Konzeptentwickler und Inhaber ist Reinhard Wiesemann.

Betreiber

- × Die Verwaltung der Immobilie erfolgt über Beschäftigte des Eigentümers. Aktuell arbeiten ca. 50 Personen in unterschiedlichen Beschäftigungsverhältnissen in seinen Immobilienprojekten *Unperfekthaus*, *Unperfekthotel*, *Kreuzkirche* und *GenerationenKult-Haus* in Essen.

Finanzierung

- × Es hat keine Unterstützung durch die öffentliche Hand gegeben. Dies wurde vom Eigentümer auch nicht angestrebt.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Durch den ständigen Wechsel der NutzerInnen können keine genauen Angaben zur Anzahl und den Branchen gemacht werden, aus denen die Kreativen stammen. Vielfach handelt es sich um bildende KünstlerInnen.
- × Die Fluktuation der NutzerInnen sowie die Veränderung der Immobilie ist Teil des Nutzungskonzepts und kaum zu messen bzw. wird nicht durch die Verwaltung des Hauses erfasst.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Zwischen den NutzerInnen und auch zwischen NutzerInnen und Betreibern gibt es häufig Kooperationen, z.B. bei der Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit (Gestaltung von Flyern, Bedienung von Social Media etc.).
- × Gegenseitige Hilfe untereinander ist Standortkultur.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Der Anteil der Non-Profit-NutzerInnen ist sehr hoch. Auch hier können keine genaueren Angaben gemacht werden. Viele der ansässigen KünstlerInnen betreiben ihre Kunst als Hobby oder Nebentätigkeit. Sehr beliebt sind Tanz- und Musikunterricht, Proben, Trainings und Angebote für Jugendliche.

Utopiastadt

Interviewpartner: Christian Hampe,
Geschäftsführer *Utopiastadt*,
18.01.2017 und 28.02.2018

Das Bahnhofsgebäude und das Außengelände des *Mirker Bahnhofes* in Wuppertal bilden die *Utopiastadt*. Diese liegt direkt an der *Nordbahntrasse*, einer stillgelegten Bahntrasse, die eine wichtige Ost-West-Verbindung für FußgängerInnen und RadfahrerInnen darstellt. Aktuell stehen etwa 500m² Fläche im Gebäude für kulturelle und kreative Nutzungen sowie Büronutzungen zur Verfügung.

2011 wurde das lange Zeit leerstehende Bahnhofsgebäude erstmalig, damals noch als Zwischennutzung, belebt. Aktuell beherbergt es als „langfristig bestehendes Zentrum für Utopien“ Büros und Ateliers, Coworking, Ausstellungs-, Besprechungs- und Veranstaltungsräume, ein Café, eine Werkstatt sowie einen Fahrradverleih und einen urbanen Garten.

Ziel der BetreiberInnen ist es, Initiativen, Projekte und Agenturen zusammenzubringen, die sich im weitesten Sinne mit neuen Programmen und Ideen zu Kultur, bürgerschaftlichem Engagement, Selbstorganisation, Stadtentwicklung, urbane Ökonomie und Ökologie, politische und kulturelle Mitgestaltung und Kreativwirtschaft beschäftigen. *Utopiastadt* zeigt eine große Lebendigkeit als Umsetzungsort für neue Ideen und Prototypen.

www.clownfisch.eu/utopia-stadt

Adresse

× Mirker Straße 48, 42105 Wuppertal

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Zentrumsnah in Wuppertal-Elberfeld.
- × BesucherInnen aus den angrenzenden Quartieren nutzen die Gastronomie, die Werkstatt oder den Fahrradverleih und besuchen Veranstaltungen.
- × Der ehemalige *Mirker Bahnhof* ist auch ein wichtiger Zugang an die *Nordbahntrasse* (seit 2015 Fuß- und Radverbindungsweg mit besonderer städtebaulicher Bedeutung).
- × *Utopiastadt* grenzt an die Wuppertaler Nordstadt, die vorwiegend als Wohnquartier genutzt wird.

Verkehrsbindung

- × Die ÖPNV-Fahrtdauer vom Hauptbahnhof zur *Utopiastadt* liegt bei ca. 20 Min. mit dem Bus.

- × Die Lage an der *Nordbahntrasse* bietet eine sehr gute Anbindung für RadfahrerInnen.
- × Die Erreichbarkeit mit dem Auto ist durch die Nähe zur A46 gut.

Immobilie

Architektur

- × Aufgrund seines Baualters und seiner Architektur (Fachwerk) hat das *Mirker Bahnhofsgebäude* einen hohen baukulturellen Wert. Die Außenflächen mit Nebengebäuden, Frei- und Verkehrsflächen bilden ein städtebaulich wertvolles Ensemble.

Baualter

- × Der *Mirker Bahnhof* wurde 1882 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Der bauliche Zustand ist sehr unterschiedlich einzuschätzen. Einige Gebäudeteile sind soweit instandgesetzt, dass sie für eine Nutzung als Büro- und Gewerbefläche nutzbar sind. In der Immobilie und in den Nebengebäuden gibt es einige Räume, die im augenblicklichen Zustand nicht nutzbar sind.

Größe der Immobilie

- × Derzeit sind 500m² nutzbar. Am Standort stehen noch Flächenreserven zur Verfügung, die aber noch saniert werden müssten (inkl. Nutzungsänderung).
- × Derzeit gibt es keinen Leerstand in den vermietbaren Flächen.

Funktionale Mischung

- × Die Immobilie verfügt über Büro- und Gewerbeflächen. Im Erdgeschoss befindet sich ein Gastronomiebetrieb/Veranstaltungssaal. Wohnflächen gibt es nicht. Viele Projektgruppen und Gesprächsrunden nutzen den Ort.

Mietkonditionen

- × Ein Monatsticket für den Coworking-Bereich kostet zwischen 120 und 140€. Das Tagesticket kostet 10€.
- × Die Anmietung eines Besprechungsraumes kostet 20€ pro Stunde.
- × Die Vermietung an Unternehmen läuft bislang nur über das Coworking-Angebot und für offene Angebote (Werkstatt, Garten).

Gemeinsame Infrastruktur

- × Im Haus gibt es eine Gastronomie, zwei Veranstaltungsräume und eine offene Werkstatt.
- × Ein FabLab ist geplant.

- × Im Rahmen des Coworkings kann ein Besprechungsraum inkl. Technik angemietet werden.
- × Im Haus haben die NutzerInnen Zugang zur Gastronomie. Andere Serviceleistungen außer die Bereitstellung von W-Lan gibt es nicht.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Grundrisse der Immobilie sind aus baulichen Gründen nicht flexibel. Die Büroflächen (zwischen 15 und 30m²) sind für GründerInnen sehr gut geeignet, da die Einheiten vergleichsweise klein sind und sich auch für Bürogemeinschaften eignen.

Entstehungsgeschichte

- × 2008/09 hat die Agentur *Clownfish* einen Leerstand bespielt und dabei sind viele Mini-Projekte aufgetaucht. Aus der dadurch entstandenen kritischen Masse aktiver Menschen, die gemeinwohlorientiert Stadt verändern wollen, entstand ein Raumbedarf, um Ideen umsetzen zu können. Durch Netzwerkarbeit vor Ort (Zwischennutzungsagentur als Eisbrecher, Verständnis in der Stadtverwaltung, Hilfe bei der Immobiliensuche) konnte die Immobilie bezogen werden.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Eigentümerin ist die *Stadtsparkasse Wuppertal*.

Betreiber

- × Der Standort wird durch die *Utopiastadt gGmbH* betrieben, die die ansässigen Vereine unterstützt, die gemeinsam die Immobilie nutzen und gestalten.

Finanzierung

- × Die erste Sanierung des Gebäudes verlief in Eigenarbeit und mit Unterstützung durch Privatpersonen, Initiativen und Unternehmen aus dem Netzwerk *Utopiastadt*. Einnahmen durch Miete und Gastronomie werden reinvestiert um weitere Gebäudeteile zu erschließen.
- × Eine investive Förderung durch das Programm *Initiative ergreifen* wird angestrebt.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × AnkemietlerInnen sind eine Tanzschule sowie drei Unternehmen aus der Kreativwirtschaft.

- × Außerdem gibt es temporäre Coworking-Plätze.
- × Die Fluktuation der MieterInnen ist gering.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Es gibt häufig informelle Unterstützungen zwischen den ansässigen Unternehmen, den Projektgruppen und der *Utopiastadt*, z.B. bei der Pflege von Internetseiten.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Der Non-Profit-Bereich ist für *Utopiastadt* sehr wichtig. Die Immobilie wird u.a. als Veranstaltungssaal für Lesungen und Konzerte und für die Gastronomie genutzt. Darüber hinaus befinden sich im Mirker Bahnhof ein ehrenamtlicher Fahrradverleih, eine offene Werkstatt und ein Gemeinschaftsgarten.
- × Die NutzerInnen der *Utopiastadt* engagieren sich für den Erhalt und die Entwicklung der Bahnhofsimmobilie betreiben Quartiersentwicklung und fördern das bürgerschaftliche Engagement.
- × Durch die offenen Angebote, die BesucherInnen über die *Nordbahntrasse* und unterschiedliche Projektgruppen ist der Standort bunt belebt und urban.

Standorte außerhalb von Nordrhein-Westfalen

Alte Viktoria-Kaserne Hamburg	46
Alter Schlachthof Karlsruhe	48
Altes Volksbad – creative business Mannheim	49
Hafven Hannover	51
Wurst Case Bremen	52

Alte Viktoria-Kaserne

Interviewpartnerinnen: Petra Barz, Janina Froese, Vorstand *flux*, 23.05.18

Im Rahmen einer Zwischennutzung und in Verbindung mit verschiedenen Raumprotesten im Jahr 2010 (*Ikea-Ansiedlung Altona*, *Recht auf Stadt*, *Euromayday Hamburg* 2014 etc.) wurde das Konzept für die *flux eG* in der *Alten Viktoria-Kaserne* entwickelt, um Raum für KünstlerInnen und Kreative zu schaffen, der selbstverwaltet funktioniert und günstige Mietpreise garantieren kann. Die Genossenschaft besteht aus ca. 200 Mitgliedern, alle NutzerInnen sind GenossInnen.

www.flux-eg.org

Adresse

- × Zeiseweg 9, 22765 Hamburg

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Die *Alte Viktoria-Kaserne* liegt zentral im Stadtteil Altona.
- × Das Quartier ist durch Wohnbebauung geprägt (hochpreisig und verdichtet, aber auch großer Genossenschaftsanteil). Es gibt bspw. einen Kiosk, eine Galerie, Sportplätze, einen Spielplatz und eine KiTa in der Nähe.

Verkehrsanbindung

- × Es besteht eine sehr gute Anbindung an den ÖPNV (7 Min. zum Hauptbahnhof), die Haltestelle Holstentor liegt in 5 Min. Entfernung.
- × Mit dem Pkw erreicht man in ca. 12 Min. die A7.

Immobilie

Architektur

- × Es handelt sich um einen mehrgeschossigen historischen Ziegelbau. Ost- und Westflügel sind miteinander verbunden und bilden einen Innenhof.
- × Das Haus wurde seit den 1920er Jahren lange von der Polizei, dann von diversen Behörden genutzt.

Baulter

- × Das Gebäude wurde zwischen 1878 und 1883 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Es besteht hoher Sanierungsbedarf im gesamten Haus, der aktuell bearbeitet wird. Die Nutzung findet parallel zur Baustelle statt.

Größe der Immobilie

- × Die Nutzfläche beträgt ca. 10.000m².
- × Aktuell ist zur Fluktuation der MieterInnen keine Aussage möglich, da aufgrund der Baumaßnahmen

viele MieterInnen noch provisorische Räume haben und noch nicht alle NutzerInnen im Haus sind.

Funktionale Mischung

- × Kreativwirtschaft, Büronutzung, Kantine, Werkstätten und Ateliers prägen den Nutzungsmix. Es gibt eine Tagungsstätte mit 32 Betten. Wohnen ist durch die öffentliche Förderung ausgeschlossen, was das Thema von Residenzen erschwert.

Mietkonditionen

- × Baustellenbedingt können noch nicht alle Räume vermietet werden, was einen Ausfall an Mieten mit sich bringt.
- × Das Ziel ist es, langfristig unter 5€/m² netto zu vermieten. Die Nutzung bestimmt den Mietpreis (Büros haben höheren Quadratmeterpreis als Werkstätten/Ateliers).
- × Man erwirbt pro Raum mind. sechs Genossenschaftsanteile (à 500€) und mietet dann mit einem Quadratmeterpreis-Faktor, den die Nutzungsart bestimmt (Atelier geringer, Lager höherer Faktor).
- × Das Mietmodell ist also nicht allein abhängig von der Raumgröße, was kein Nachteil für die MieterInnen sein soll.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Es gibt eine Kantine mit Mittagstisch, einen anmietbaren Partyraum, einen Seminarbereich und die Außenflächen. Zum Teil gibt es Teeküchen in den Flurgemeinschaften.
- × Post (wechselnde Zusteller, mehrere Eingänge): Pakete werden teilweise per Mailverteiler gesucht, oft werden sie beim Friseur angenommen. Es wird als kommunikatives Mittel beschrieben, sein Paket abzuholen.
- × Reinigung: Jedes Quartier organisiert sich selbst. Flure und Treppen werden dabei vernachlässigt. Für die Übernachtungsräume und den Seminarraum gibt es einen Dienstleister.
- × Technik: Die Internetanbindung wurde vom *Chaos Computer Club* (Mietter) geplant und realisiert. Es gibt eine Glasfaseranbindung an einen Hauptverteiler.
- × Community: Es gibt einen E-Mailverteiler und Arbeitsgruppen zu verschiedenen Themen.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Kreative Raumoptimierungen in den einzelnen Büros: Viele Flure wurden minimiert und zu Arbeitsräumen umgewandelt. Keller und

Dachgeschoss wurden zu Arbeitsräumen umgebaut. Es gibt kleine und große Räume, Einzel- und Gruppenbüros.

Entstehungsgeschichte

- × Im Zuge einer Zwischennutzung der ehemaligen Kaserne entstand die Idee einer längerfristigen Umnutzung nachdem die monatlichen Mietverträge auf ein Jahr verlängert wurden und dadurch Zeit zum Nachdenken gewonnen war. Hinzu kam die *Gruppe X* mit der man gemeinsam an einem Grobkonzept arbeitete und anschließend mit der Stadt verhandelte, um eine gute Kaufoption als Kreativwirtschaftszentrum zu bekommen.

Immobilienmanagement

Eigentümerin

- × Eigentümerin ist die *flux eG*, vertreten durch acht Vorstandsmitglieder, als Genossenschaft 2015 eingetragen.

Betreiberin

- × Die *flux eG* ist zugleich auch die Betreiberin.
- × Es gibt Festangestellte für die Verwaltung und die Bauleitung. Etwa 25 Personen sind mit den Baumaßnahmen beschäftigt, davon ca. 10 Geflüchtete.
- × Die Flurgemeinschaften sind in sogenannten Quartieren selbstverwaltet organisiert. Sie entscheiden, wie geputzt wird, wer neu einzieht und Räume aufgeteilt werden.

Finanzierung

- × Die *flux eG* erhielt kaum beratende Unterstützung durch die Stadtverwaltung bei der Planung; sie wurde behandelt wie ein/e erfahrene/r InvestorIn.
- × Das städtische Grundstück konnte zu einem relativ günstigen Kaufpreis von 1,8 Mio.€ erworben werden.
- × Fördergelder flossen in Höhen von 600.000€ für die Kreativwirtschaft, 600.000€ für den Denkmalerhalt und 400.000€ für den Dachausbau.
- × Die *GLS Bank eG* gewährte die Kredite.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Der Großteil kommt aus dem Bereich Kreativwirtschaft. Kunst und Bildung sind ebenfalls stark vertreten.
- × Der Gebäudekomplex beherbergt eine Tagungsstätte, u.a. mit einem

großen, unterteilbaren Seminarraum und 32 Übernachtungsplätzen.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Unternehmenskooperationen gibt es vereinzelt.
- × Vor allem sticht jedoch die starke Zusammenarbeit in der Entwicklung des Hauses hervor, die ehrenamtlich in Arbeitsgruppen organisiert ist.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Es gibt Non-Profit-Nutzungen und -Angebote, auch für die StadtteilbewohnerInnen. Es werden besonders Jugendliche angesprochen (Sport, Workshops u.a.).

Alter Schlachthof

Interviewpartnerin:
Lina Hoscislawski, *Karlsruher Fächer*,
19.10.2017

2006 wurde auf dem ehemaligen Schlachthofgelände ein Kreativpark eröffnet. Unternehmen, die hier Büro- und Atelierflächen beziehen wollen, müssen Teilmärkten der Kreativwirtschaft angehören. Ein wichtiger Baustein dieses Konzepts ist auch das integrierte GründerInnenzentrum *Perfekt Futur*.

Mit rund sieben Hektar Gesamtfläche und über 60.000m² Nutzfläche gilt der *Alte Schlachthof* in Karlsruhe als eines der größten Zentren der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.

www.alterschlachthof-karlsruhe.de

Adresse

× *Alter Schlachthof*, 76131 Karlsruhe

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Das Areal liegt zentrumsnah im Osten der Innenstadt.
- × Der *Alte Schlachthof* ist seit seiner Revitalisierung zum Kreativpark sehr gut in den Stadtteil integriert. Öffentliche Kulturveranstaltungen, Ausstellungen, Konzerte und ein Angebot an unterschiedlichen Gastronomien machen den Schlachthof für BesucherInnen attraktiv.
- × Aufgrund der Vielzahl der Gebäude ist es ein eigenes städtebauliches Ensemble mit (halb-)öffentlichen Räumen.
- × Das Umfeld ist sehr heterogen und geprägt durch den Otto-Dullenkopf-Park im Westen, die Durlacher Allee mit Wohnbebauung im Norden und den Messplatz im Osten.

Verkehrsanbindung

- × Die Erreichbarkeit mit den ÖPNV ist gut: 13 Min. mit der Tram von der Haltestelle Tullastraße zum Hauptbahnhof.
- × Sehr gute überörtliche Erreichbarkeit mit dem Pkw: 3 km Entfernung zum A5-Anschluss Karlsruhe Durlach.

Immobilie

Architektur

- × Das Areal umfasst 20 historische Gebäude, die in ihrer ursprünglichen Funktion dem Zweck als Schlachthof dienten (z.B. Kühlhäuser, Markthallen, Verwaltungsgebäude). Seit dem Umbau zum Kreativpark sind auch Neubauten hinzugekommen, die

das Ensemble städtebaulich sinnvoll ergänzen.

Baualter

- × Die denkmalgeschützten Gebäude wurden zwischen 1887 und 1928 errichtet, später entstanden weitere Gebäude, z.B. in den 1970er und 80er Jahren.
- × Die jüngeren Neubauten wurden ab 2010 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Die historischen Gebäude sind modernisiert und größtenteils bereits für die neuen Nutzungen (Büro, Ateliers, Räume für temporäre Veranstaltungen) umgebaut.
- × Der bauliche Zustand ist demnach allgemein sehr gut.

Größe der Immobilie

- × Ca. 60.000m² Nutzfläche. Durch laufende Neubaumaßnahmen wird sich die Nutzfläche weiter vergrößern.
- × Zum Erhebungszeitpunkt standen neun Atelierräume in der ehemaligen Großmarkthalle sowie eine Bürofläche von 150m² leer.

Funktionale Mischung

- × Das Gelände ist funktional gemischt. Neben Büros, Ateliers und Ausstellungsflächen finden sich auf dem Gelände gastronomische und kulturelle Einrichtungen.
- × Wohnnutzung ist nicht vorgesehen.

Mietkonditionen

- × Der *Alte Schlachthof* bietet Büro- und Atelierflächen zu unterschiedlichen Mietkonditionen. Zwei Beispiele: Für GründerInnen stehen in der ehemaligen Schweinemarkthalle Container (ca. 13m² Nutzfläche) zur Verfügung. Diese können für 100€ Grundmiete pro Monat zzgl. Nebenkosten in den ersten drei Jahren angemietet werden (ab dem 4. Jahr 150€, im 5. Jahr 175€ Grundmiete). Büros in einem Bestandsgebäude werden für eine Grundkaltmiete von ca. 8€/m² (netto) angeboten.
- × Voraussetzung für die Anmietung von Räumen ist, dass das Unternehmen in einem oder mehreren Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft umsatzsteuerpflichtig tätig ist.
- × Im *Perfekt Futur* ist die Mietdauer auf maximal fünf Jahre befristet.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur gehören Freiflächen sowie gastronomische Betriebe auf dem Gelände.

- × Im GründerInnenzentrum gibt es einen Besprechungscontainer, der von allen GründerInnen sowie von externen NutzerInnen nach Anmeldung genutzt werden kann, sowie freie Besprechungsbereiche. Die Terrassen und die Bereiche um die Container sind allen zugänglich und können genutzt werden.
- × Im GründerInnenzentrum finden regelmäßig Veranstaltungen mit zielgruppenspezifischen Bezügen statt (z.B. Existenzgründungsworkshops, Tagungen zu Industrie 4.0 etc.)
- × Die Gründungsberatung selbst erfolgt über das *K³ Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro Karlsruhe*, ein gemeinsames Büro von Wirtschaftsförderung und Kulturbüro Karlsruhe, welches ebenfalls auf dem *Alten Schlachthof* ansässig ist.
- × Der Verein *ausgeschlachtet e.V.* hat zum Ziel, die NutzerInnen miteinander zu vernetzen und Kunst, Kultur und Kommunikation auf dem Areal zu fördern.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Die Bestandsgebäude stehen unter Denkmalschutz und sind daher in der individuellen baulichen Gestaltung eingeschränkt. Die Innenräume der Büros und Ateliers hingegen sind weitgehend frei gestaltbar.

Entstehungsgeschichte

- × 2006 wurde der Betrieb des Schlachthofs stillgelegt. Grundlegend für die Konversion des Geländes war zum einen, die historischen Gebäude weitgehend zu erhalten. Zum anderen sollte der Schlachthof zu einem Zentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft umgebaut werden.

Immobilienmanagement

Eigentümerin

- × Eigentümerin des Areals ist die städtische *Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG*.

Betreiber

- × Mehrere Institutionen tragen das Management des Kreativparks:
- × Der *Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG* (KFE) als Eigentümerin obliegen die Sanierung, Bau, Vermietung und Unterhaltung der Gebäude und Räume. Sie ist auch Betreiberin des GründerInnenzentrums *Perfekt Futur* sowie der Fleischmarkthalle, die für temporäre Veranstaltungen vermietet wird. Die inhaltliche Ausrichtung

Altes Volksbad – creative business

und NutzerInnenauswahl auf dem Alten Schlachthof geschieht in enger Kooperation zwischen KFE, Kulturamt und Wirtschaftsförderung.

- × Der Verein *ausgeschlachtet* fördert die Kunst, Kultur und Kommunikation im *Alten Schlachthof*. Er ist zugleich die Interessenvertretung für MieterInnen und NutzerInnen und er organisiert u.a. gemeinsame Veranstaltungen wie den Tag der offenen Tür oder die Kulturnacht.

Finanzierung

- × Es gibt eine Eigenkapitalausstattung seitens der Stadt; weitere Investitionen für Sanierungen erfolgen über Darlehen. Die Refinanzierung durch die Mieteinnahmen ist innerhalb von 30 Jahren geplant.
- × Ein Großteil des Geländes ist als Sanierungsgebiet festgelegt. Die Konversion wurde mit Mitteln aus dem Programm *Stadtumbau West* gefördert (Anteil Stadt: 4,3 Mio. €).

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Bei einer NutzerInnenumfrage 2017 wurden 126 ansässige Institutionen ermittelt (Kreativwirtschaftsunternehmen, ergänzende Dienstleister, die lokale Gastronomie und NGOs). Insgesamt haben 107 Kreativunternehmen teilgenommen, darunter aus der Designwirtschaft (29%), gefolgt von Software/Games (17%) und dem Kunstmarkt (16%).
- × Zur Fluktuation liegen keine genauen Angaben vor.
- × Im GründerInnenzentrum *Perfekt Futur* sind die Mietverträge befristet und die Fluktuation eingeplant bzw. ergibt sie sich aus der Befristung der Verträge sowie aus der Unternehmensentwicklung.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Es existieren vielfach Kooperationen und Synergien zwischen Unternehmen, sowohl innerhalb des GründerInnenzentrums als auch auf dem *Alten Schlachthof* insgesamt. Hierzu liegen keine genauen Angaben vor.

Non-Profit / Öffentlichkeit

- × Der Alte Schlachthof bietet nicht nur Raum für Unternehmen, sondern auch für Kunst & Kultur der freien Szene, z.B. im Kulturzentrum Tollhaus oder in der Fleischmarkthalle.

InterviewpartnerIn: Julia Sattler, Community Management *mannheimer gründungszentren* und Frank Zumbruch, Leiter *Creative Commission Mannheim mannheimer gründungszentren*, 19.10.2017

Das *Alte Volksbad – creative business* wurde von der Stadt als Gründungszentrum gezielt für Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelt. Es ist eines von acht Gründungszentren, die dazu beitragen sollen, den wirtschaftlichen Strukturwandel der Stadt zu bewältigen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist dafür als eine Schlüsselbranche identifiziert worden.

Das *Alte Volksbad – creative business* bietet auf ca. 1.200m² Nutzfläche Platz für 24 Büros und eine umfangreiche technische und räumliche Infrastruktur, die den GründerInnen zur Verfügung gestellt wird. Ergänzt wird die Infrastruktur durch Beratungsleistungen sowie ein lokales Community Management, das die Vernetzung befördern soll.

Neben seiner Funktion als Gründungszentrum ist das *Alte Volksbad* ein Baustein der kulturellen Stadtentwicklung, d.h. hier sind ebenfalls gemeinnützige Institutionen angesiedelt und es finden öffentliche Veranstaltungen statt.

www.altes-volksbad.com

Adresse

- × Mittelstraße 42, 68169 Mannheim

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Die Immobilie liegt nördlich der Mannheimer Innenstadt im Stadtteil Neckarstadt-West und ist dort gut integriert.
- × Für den Stadtteil ist das *Alte Volksbad – creative business* eine wichtige Infrastruktur, da hier Freizeit- und Kulturveranstaltungen stattfinden (z.B. Ausstellungen, Konzerte, Nachtflohmärkte, etc.) und das Büro des Quartiermanagement Neckarstadt-West und verschiedene Vereine (Geschichtswerkstatt und *bermuda.funk*) angesiedelt sind.
- × Das unmittelbare Umfeld ist sehr urban und geprägt durch Wohnbebauung und Einzelhandel. Kreativunternehmen sind im Quartier bereits vorhanden.

Verkehrsanbindung

- × Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist gut. Es sind 26 Min. mit der Straßenbahn von der Haltestelle Neumarkt zum Hauptbahnhof.
- × Die überörtliche Erreichbarkeit mit dem Pkw ist gut (7,5 km Entfernung zur A6).
- × Die Innenstadt ist fußläufig in 20 min. erreichbar.

Immobilie

Architektur

- × Das dreigeschossige Eckgebäude ist mit einer schlichten funktionalen Architektursprache ein typisches Beispiel der „Neuen Sachlichkeit“. Es steht unter Denkmalschutz.

Baulter

- × Die Immobilie wurde 1931 als *Volksbad* errichtet.
- × Der Umbau und die Sanierung zum Gründungszentrum erfolgte von 2011 bis 2012.

Baulicher Zustand

- × Aufgrund der Sanierung ist das Gebäude in einem sehr guten baulichen Zustand.

Größe der Immobilie

- × Die Immobilie verfügt über eine Nutzfläche von 1.200m², davon 640m² Bürofläche.
- × Die 24 Büros sind zwischen 18–41m² bis maximal 77m² groß.
- × Vier der 24 Büroräume waren zum Zeitpunkt der Erhebung nicht vermietet.

Funktionale Mischung

- × Das Gebäude ist nicht funktional gemischt, d.h. es gibt ausschließlich Büro- und Besprechungsräume sowie Ausstellungsflächen.
- × Im Keller sind noch Reste der alten Bäderinfrastruktur vorhanden. Die Verkehrsflächen innerhalb des Gebäudes können bspw. für Ausstellungen oder Veranstaltungen genutzt werden.

Mietkonditionen

- × Ein Standardbüro mit einer Nutzfläche von 20m² kostet 305€ brutto inkl. Nebenkosten.
- × Der Besprechungsraum kann von den MieterInnen kostenfrei genutzt werden.
- × Die Mietverträge laufen zunächst über zwei Jahre. Die maximale Mietdauer beträgt fünf, in Ausnahmefällen bis zu acht Jahre. Die Kündigungsfrist beträgt drei Monate.

Gemeinsame Infrastruktur

- × Zur gemeinsamen Infrastruktur zählen ein Empfangsbereich mit Fax und Kopierer, ein Seminarraum, ein Besprechungsraum sowie ein Foyer und ein Innenhof, der für Veranstaltungen genutzt werden kann.
- × Fast täglich wird zusammen an einem großen Tisch, im Sommer im Innenhof, zu Mittag gegessen.
- × Als Gründungszentrum wird großer Wert auf die Beratung der GründerInnen gelegt. Die Angebote beziehen sich auf die Themen Firmenkonzepete, Businesspläne, Expansion, Fördermöglichkeiten und Finanzierung, Vermittlung von Kontakten zu Behörden, Kreditinstituten und zu Netzwerken der Wirtschaft sowie Unterstützung bei Marketing und Vertrieb.
- × Das Community Management regt Kooperationen innerhalb des Zentrums oder mit Unternehmen aus anderen Gründungszentren an.
- × Es gibt einen Hausmeister für die technischen Angelegenheiten.
- × Der Besprechungsraum ist für die MieterInnen kostenfrei inkludiert, ferner eine Multimedia-Druckstation und das Foyer für Ausstellungen.
- × Darüber hinaus können die Besprechungs- und Veranstaltungsflächen der anderen Zentren von *Start-up Mannheim* zu den gleichen Konditionen genutzt werden wie die jeweiligen MieterInnen vor Ort.

Gestaltung Nutzflächen/Büros

- × Bevor die Immobilie in ein Gründungszentrum umgebaut wurde, wurde sie durch das Sozialamt genutzt. Die Büros sind daher eher schlicht und funktional.

Entstehungsgeschichte

- × Nach der Nutzung als Badeanstalt für die StadtteilbewohnerInnen und der Nutzung als Sozialamt ist seit März 2012 das Gründungszentrum mit dem Branchenschwerpunkt auf die Kultur- und Kreativwirtschaft entstanden. Bis Ende 2016 hatte der *Business & Bildung e.V.* die Zentrumsleitung inne.
- × Das *Alte Volksbad – creative business* ist eines von acht Gründungszentren der Stadt Mannheim. Die Stadt legt einen deutlichen Schwerpunkt auf die Entwicklung und Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Strategie zur Bewältigung des Strukturwandels.

Immobilienmanagement

Eigentümerin

- × Eigentümerin des *Alten Volksbads – creative business* ist die Stadt Mannheim.

Betreiberin

- × Die Verwaltung der Immobilie erfolgt durch *Start-up Mannheim* (mg: *mannheimer gründungszentren gmbh*), eine 100%ige Tochtergesellschaft der Stadt Mannheim.
- × Vor Ort ist die Zentrumsleitung sowohl für die Vermietung und Verwaltung der Immobilie als auch für das Community Management und die Netzwerkarbeit mit den Unternehmen zuständig.

Finanzierung

- × Der Umbau der Immobilie wurde durch Mittel aus dem *Europäischen Fonds für regionale Entwicklung* (EFRE), *Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung im Operationellen Programm 2007–2013* gefördert.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Aktuell sind 21 Unternehmen auf der Homepage des *Alten Volksbads* gelistet. Alle Unternehmen sind der Kultur- und Kreativwirtschaft direkt zuzurechnen oder haben ein Bezug dazu. Wegen ihrer besonderen Stadtteilorientierung sind auch nicht-wirtschaftliche Vereine integriert.
- × AnkermieterInnen gibt es nicht. Es gibt keinen Coworking-Bereich.
- × In dem öffentlich geförderten Gründungszentrum ist die Fluktuation zwangsläufig höher, da manche Unternehmen ihre Geschäftstätigkeit wieder einstellen oder aber auch in größere Immobilien expandieren. Auch die anderen Gründungszentren üben eine Anziehungs-(Abwerbungs-)kraft aus. Darüber hinaus sind die Mietverträge auf fünf bis maximal acht Jahre befristet.
- × Es wird Wert darauf gelegt, dass die Unternehmen in der folgenden Stabilisierungsphase möglichst im Stadtteil verbleiben.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Es gibt keine genauen Angaben über Kooperationen zwischen den ansässigen Unternehmen. Allerdings herrscht generell eine offene, kooperative Kultur zwischen den Unternehmen, die Synergieeffekte bzw. Kooperationen begünstigt.

- × Die Vernetzung der Unternehmen wird durch Events gefördert, die die Zentrumsleitung vor Ort organisiert z. B. MieterInnen treffen, Cross Center Events oder Grillfeste. Darüber hinaus beteiligt sich das *Alte Volksbad – creative business* aktiv an Stadtteil-Events wie das *Go West - Sommerfest* oder die *Lichtmeile*.
- × Ebenfalls gibt es ein breites Workshop-Angebot für die MieterInnen in Kooperation mit der *MFG Baden-Württemberg* oder dem *Kompetenzzentrum Gig7*.

Non-Profit/Öffentlichkeit

- × Das *Alte Volksbad – creative business* ist nicht nur Gründungszentrum, sondern ein wichtiger Teil der Stadtteilinfrastruktur. Daher finden hier öffentliche Veranstaltungen (z.B. Theaterimprovisation, Ausstellungen, Poetry Slams, Musikveranstaltungen) statt und es werden Räume für Vereine (*bermuda.funk – Freies Radio Rhein Neckar e.V.*, *Business und Bildung e.V.*, *Geschichtswerkstatt e.V.*) vorgehalten. Darüber hinaus gibt es eine Beratungsstelle für bulgarische BürgerInnen und das Quartiersmanagement.

Hafven

Interviewpartnerin: Pauline Raczkowski, Communication Hafven, 13.03.2018

Der *Hafven* in der Nordstadt Hannovers bietet 2.200m² Nutzfläche, die sich u.a. auf Coworking-Räume, Werkstätten und ein Café (*Cafve*) verteilen. Das Projekt basiert auf einem Mitgliedschaftsmodell, zu dessen Innovationsnetzwerk aktuell 1.100 Mitglieder gehören.

www.hafven.de

Adresse

- × Kopernikusstraße 14, 30167 Hannover

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Urbane Lage in der Nordstadt, die aktuelles Trendgebiet ist, über das viel berichtet wird.
- × *Der Hafven* liegt in einem Gewerbe-Wohn-Mischgebiet. Gegenüber befinden sich Sozialwohnungen und ein Neubau mit Studierendenwohnungen. Die Lage an einer Kreuzung mit Hauptverkehrsstraße führt bisher viel Pkw-Verkehr, aber wenig FußgängerInnen am Haus vorbei.
- × Das Projekt fühlt sich einer internationalen Sharing-Economy-Bewegung zugehörig. Der direkte Bezug zum Stadtteil ist eher gering. Dennoch hat der *Hafven* viele KooperationspartnerInnen im Stadtteil, arbeitet mit anderen hier ansässigen Projekten zusammen, beteiligt sich am Kunstfestival des Stadtteils und ist Festivalzentrum.

Verkehrsanbindung

- × Durch die zentrale Lage hat der *Hafven* eine gute ÖPNV-Anbindung (5 Min. zum Hauptbahnhof).
- × Zur Autobahn A2 sind es 5 km (ca. 10 Min.).

Immobilie

Architektur

- × Der *Hafven* ist ein kubischer Betonneubau mit Innenhof, an dem sich alle Räume ausrichten. Die Vision der Architektin lehnt sich an den Archetypus „große, offene Gewerbehalle“ an.

Baualter

- × Die Immobilie wurde 2016 errichtet.

Baulicher Zustand

- × Der bauliche Zustand ist sehr gut. Es handelt sich um einen Rohbau mit selbst eingebauten Elementen.

- × Die Baugenehmigungen zu bekommen war schwierig und aufwändig, da vieles einzeln beantragt werden musste. Trotz guter, konstruktiver Erfahrungen mit der Stadt erschwerten Auflagen bestimmte Designvarianten und neuartige Veranstaltungsformate.

Größe der Immobilie

- × Der *Hafven* umfasst 2.200m² Nutzfläche.
- × Das Haus ist gut ausgelastet. Leerstand im eigentlichen Sinne gibt es nicht, da nur Gemeinschaftsräume vorhanden sind.

Funktionale Mischung

- × Coworking, Café, Besprechungs- und Workshopräume, Metall- und Holzwerkstatt, Makerspace/ FabLab, Urban Gardening (im Aufbau), Carsharing in Kooperation mit Anbieter, Schlafquartier für digitale Nomaden im Aufbau.
- × Es existieren auch Ideen zu geteiltem Wohnen (Co-Living). Das wichtige Thema Kinderbetreuung liegt wegen fehlender Finanzierung und fehlendem Platz derzeit auf Eis.

Mietkonditionen

- × Es gibt keine datierten Mietverträge.
- × Die Vermietung basiert auf einem Mitgliedschaftsmodell, in dem Coworking (Schreibtischstunden) und Werkstätten (Maschinenstunden) gleichbehandelt sind.
- × Wer wirklich aktiv sein will, zahlt 90€ im Monat für den 24/7 Zugang und Nutzungskontingente (anteilige Stunden im Maker- oder Meetingspace).
- × Zum digitalen Buchungskalender haben nur Mitglieder Zugang, er dient auch als Abrechnungsgrundlage. Die Zahlungen erfolgen ausschließlich per Lastschrift einzug oder Vorkasse per Kreditkarte.
- × Im Zugangspreis sind die Teilnahmen an Community Portal und Events enthalten.
- × Ein fester Schreibtischplatz (= „Office“) im Coworking Space kostet monatlich 200€ inkl. USt.
- × Firmenanschrift mit Briefkasten, Schließfach, Lager-/Regalfach kosten je 30€ Zuschlag/Monat.
- × Die Räumlichkeiten und das Marketing werden vom Haus subventioniert, sobald ein/e NutzerIn etwas anbietet, das gut ins Konzept passt (z.B. Yoga), dann muss der/die AnbieterIn nicht den regulären Preis bezahlen und kann z.B.

Webdienst- und Grafikerleistungen der *Hafven*-Infrastruktur nutzen.

- × Es gilt die Teamentscheidung, was subventioniert wird und was nicht, Knowhow-Sharing im Sinne von „Lernen, Machen, Inspirieren“ ist dabei Leitmotiv.
- × Die Veranstaltungsräume (55–80m² + 160m²) können auch von Externen angemietet werden (Tagesraten zwischen 600 und 960€/netto).

Gemeinsame Infrastruktur

- × „Wir haben nur gemeinsame Infrastruktur, da wir denken, je größer eine Gemeinschaft ist und je stärker ihre Schlagkraft, desto größer ihre Motivation. Wir denken alles vom Community-Denken heraus. Unsere Unternehmen haben großes Interesse, sich intensiv auszutauschen und sich in ein großes Kreativnetz einzubinden.“
- × Das Community-Team, die Aushilfen am Empfang und die Menschen am Café-Tresen stehen für Fragen zu den Facilities und zur Beratung zur Verfügung.
- × Für die Post gibt es den Paketempfang mit Storage-Angebot und Briefkästen. Die Schließanlage läuft reibungslos (per Chip auf den Mitgliedskarten werden Zugangsberechtigungen verteilt).
- × Die Internetanbindung ist gehobener Standard (Glasfaser, Highspeed-Internet, hohe Datenvolumina).
- × W-Lan ist im Café frei. Das *Cafve* ist ein öffentlicher Ort inmitten des Mitgliederbereichs, hier vermischen sich Mitglieder mit BesucherInnen. Außerdem bietet das *Cafve* ein Kultur- und Veranstaltungsprogramm, das ebenfalls öffentlich ist.
- × Catering wird für Veranstaltungen angeboten, täglich wechselnder Mittagstisch im Café und je eine Teeküche pro Arbeitsbereich.
- × Außerdem stehen Dusch- und Umkleieräume zur Verfügung.
- × Kursangebote im monatlichen Intervall geben Einführungen in die Bereiche Holz, Metall, FabLab, DIY und Repair-Café.
- × *Hafven* und *Cafve* bieten etwa 250 Veranstaltungen jährlich.

Entstehungsgeschichte

- × Den *Hafven* betreibt dasselbe GründerInnenteam, das 2011 im *Capital*-Hochhaus in Hannover den *Edelstall* gegründet hat (200m², eines der ersten Coworking-Häuser

Wurst Case

Interviewpartner: Oliver Hasemann, Daniel Schnier, Geschäftsführer AAA und ZZZ, 03.04.2017

Seit April 2015 existiert die kollaborative Zwischennutzung im ehem. Verwaltungsgebäude der *Könecke Wurstwarenfabrikation GmbH* im industriell-gewerblich geprägten Bremer Stadtteil Hemelingen. DesignerInnen, KünstlerInnen, MusikerInnen, FilmemacherInnen und andere Freischaffende bilden die kreative Nutzungsgemeinschaft *Wurst Case*.

Wurst Case wurde 2016 mit dem Deutschen Städtebau-Sonderpreis als Prototyp eines „urbanen Labors“ ausgezeichnet. Es ist ein Projekt der *ZwischenZeitZentrale (ZZZ)* Bremen, die sich kreativ der angewandten Stadtforschung widmet und Initialprojekte umsetzt. Im Mittelpunkt steht die Auseinandersetzung mit dem Raum, dem Ort und seiner Eigenlogik, mit der Umgebung und den Menschen. Recycling von Räumen und deren Neu-Codierung zu *Second Hand Spaces* ist das Motto.

www.wurstcase-hemelingen.de

Adresse

- × Zum Sebaldsbrücker Bahnhof 1, 28309 Bremen-Hemelingen

Lage im Stadtgebiet, Umfeld

- × Die Lage im Stadtgebiet ist peripher.
- × Das *Wurst Case* liegt am Ortseingang des Stadtteils Hemelingen. Das Fabrikgelände war bis zur Aufgabe eine eher unzugängliche „Industrie-Insel“.

Verkehrsanbindung

- × Die ÖPNV-Anbindung ist gut bis sehr gut: Nur 5 Min. sind es mit dem Regionalzug (im Halbstundentakt) bis zum Hauptbahnhof, rund 20 Min. fährt dies die Tram.
- × Ebenso schnell ist man mit dem Fahrrad unterwegs.
- × Vom Objekt bis zur Anschlussstelle Bremen-Vahr an die A27 sind es 12 Min. (5,5 km) und zum Hauptbahnhof Bremen etwa 14 Min.

Immobilie

Architektur

- × Das Verwaltungsgebäude ist typische 60er-Jahre-Architektur.
- × Der größte Raum des Gebäudes in der obersten Etage ist von Glasfronten umgeben und hat eine Dachterrasse, dieser wird als Treffpunkt

bundesweit und das erste Coworking Hannovers). Einer der GründerInnen, ein Produktdesigner, träumte von einer Werkstatt, deshalb kamen rasch *Die Werke* hinzu. Weitere GesellschafterInnen fanden die Idee einer offenen, demokratischen Werkstätte toll. 2016 sind sie in die Baustelle *Hafven* eingezogen und haben work in progress das Gebäude ausgebaut. 30 Teammitglieder waren und sind intensiv in Entwicklung und Gestaltung einbezogen.

Immobilienmanagement

Eigentümer

- × Die *Plimo Projekte & Immobilien GmbH* ist Investorin, das *Hafven*-Teammitglied Jürgen Pleiteit ist deren Inhaber und Vermieter an das *Hafven*-Projekt.
- × Das Gebäude wurde von Jürgen Pleiteit extra für den *Hafven* neu gebaut und er hat das erste Geschäftsbetriebsjahr kofinanziert.

Betreiberin

- × Die *Hafven GmbH & Co. KG* ist Betreiberin des *Hafven Nordstadt* und einem weiteren Coworking dem *Hafven Linden* (ehemaliger *Edelstall*). Es gibt 10 GesellschafterInnen, 2 Geschäftsführer und viele Aushilfen. Insgesamt organisiert eine Gruppe von 30 Personen das Haus, davon etwa die Hälfte festangestellt, vorwiegend in Teilzeit.
- × Alle üben verschiedene Aktivitäten aus, um den Betrieb durch Vermietung und Projekte zu finanzieren. Die Teammitglieder sind jeweils für definierte Themen zuständig. Regelmäßig freitags findet ein Plenum statt.

Finanzierung

- × Für das Haus und Projekt selbst gibt es keine Fördermittel, es ist eine unabhängige, privat finanzierte Unternehmung. Einzelne Projekte aus verschiedenen Bereichen stellen Anträge zur Förderung. Es ist ein vielseitiges Konstrukt aus Querfinanzierungen, das das System trägt.

Branchenstruktur/NutzerInnen

Branchenstruktur

- × Es gibt keine Statistik und die Mitglieder sind nicht verpflichtet, Angaben zu machen. Von Soloselbständigen bis zu Angestellten ist die Bandbreite der MieterInnen und Branchen groß.
- × Auch Innovationsteams kommen hier

her, bspw. haben Bosch Salzgitter und die KPMG einen Nutzungsvertrag mit dem *Hafven*.

- × Rund 30 Start-ups haben sich angesiedelt.

Kooperation innerhalb des Standorts

- × Kooperation, Vermittlung und Vernetzung mit professioneller Perspektive ist ein Hauptanliegen. Das Team und die NutzerInnen bilden eine große Gemeinschaft, die Community zählt derzeit (Sept. 2018) 1100 Mitglieder.
- × Der *Hafven* versteht sich auch als eine Art Agentur: aufgrund großer Nachfrage werden Fachkräfte vermittelt. Teil des *Hafven* Programms ist ein Innovation Hub, Innovationsberatung wird hier aktiv betrieben und kann eingekauft werden. Außerdem gehören zum Innovation Hub ein im Haus angesiedeltes Start-up Zentrum (Accelerator), ein Zentrum für soziale Innovationen, ein Labor für Food Innovationen, das Microfactory Lab (Labor für Additive Fertigung), und weitere innovative Projekte.
- × Fluktuation bringt Innovation. Allerdings sind als Fundament auch konstante Mitglieder wichtig, die ihre Persönlichkeit und ihr Engagement in die Community einbringen.
- × Power-User, die quasi tägliche Anwesenheit zeigen, sind fast wie Teammitglieder und können Neuankömmlinge gut einführen.
- × Drei Community Manager initiieren und organisieren die Aktivitäten im Haus. Wöchentlich findet ein offener „Kaffeeklatsch“ statt sowie ein offenes Frühstück, das sich jeden Freitag großer Beliebtheit erfreut. Es gibt verschiedene Networking-Veranstaltungen, auf denen Mitglieder ihre Projekte vorstellen können, sowie Community Workshops. Netzwerk und Austausch werden aktiv gestaltet. Hinzu kommt das Community Portal, das die Mitglieder auch online vernetzt und als Kontaktort (ähnlich wie Facebook) miteinander in Austausch bringt.

Non-Profit / Öffentlichkeit

- × Es gibt viele Gruppen und Initiativen, die sich im *Hafven* treffen. Das Haus bietet durch den offenen Innenhof und das öffentliche *Cafve* täglich Zugang für die Öffentlichkeit, außerdem zweimal die Woche kostenlose und öffentliche Führungen und jede Menge öffentlicher Versantaltungen und Workshops.

<p>genutzt oder auch für Sprachkurse von noch nicht anerkannten Geflüchteten.</p> <p><u>Baulter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Der Immobilienkomplex wurde 1959 errichtet. <p><u>Baulicher Zustand</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Das Gebäude wurde seit Anfang 2014 nicht mehr von der Eigentümerin genutzt, die Büroetagen sind in einem guten Zustand. 2002 wurde eine Etage aufgestockt und das Gebäude teilsaniert. × Es ist separat von den umliegenden Hallen der Fabrikanlage erschlossen. Einige der zehn Hallen sind noch in gewerblicher Nutzung (Logistik). <p><u>Größe der Immobilie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Das Verwaltungsgebäude hat ca. 1.200m² Nutzfläche auf fünf Etagen. × Die Hallen und das Außengelände umfassen eine Gesamtfläche von ca. 43.000m². × Lediglich 2 von 40 Räumen standen zum Erhebungszeitpunkt (Frühjahr 2018) leer. <p><u>Funktionale Mischung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Bislang galt das Areal als Gewerbefläche und ist eingeschlossen von zwei Bahntrassen u.a. mit hohem Güterverkehrsaufkommen, einer Einflugschneise und einer nicht emissionsfreien Fabrik. × Die Stadt wünscht sich günstigen Wohnraum, mögliche InvestorInnen würden wohl eher darauf hoffen, mit hochpreisigen Appartements Profit zu machen. × Der Ortsteil Hemelingen im Stadtteil Hemelingen (rd. 40.000 Einwohner) ist Quartier im Programm <i>Soziale Stadt</i>. <p><u>Mietkonditionen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Der Mietpreis beginnt bei 4,80€/m² brutto zzgl. Nebenkosten. × Die (Unter-)Mietverträge laufen unbefristet und haben eine 3-monatige Kündigungsfrist. × Die Größen der Räume variieren zwischen 2,5m² und 45m². <p><u>Gemeinsame Infrastruktur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Empfangsraum, Versammlungsraum, Konferenzraum, Teeküchen, Terrasse und großer Parkplatz sind vorhanden. × Internet über W-Lan ist inklusive. × Die interne Kommunikation läuft über eine Facebook-Gruppe und E-Mail-Verteiler. 	<p><u>Gestaltung Nutzflächen/Büros</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Die vormaligen Büroflächen werden teils unrenoviert genutzt. <p><u>Entstehungsgeschichte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Die 1929 gegründete Fleischwarenfabrik <i>Könecke</i> zog nach Ende des Zweiten Weltkriegs vom Stadtteil Walle 1949 auf ihr neues Produktionsgelände in Sebaldsbrück. 2012 wurde das Werk geschlossen, die Produktion nach Delmenhorst und Polen verlagert. 2014 zog auch die Verwaltung um (in die <i>Bremen Airport-Stadt</i>). × Die bisher unbefristete Zwischennutzung ist ein Experiment zum Umgang mit Industriebrachen in Kooperation mit lokalen Akteuren. Sie gründet auf der Initiative der beiden Planer/Architekten <i>Hasemann & Schnier</i>, die in den Bereichen Urbanität, temporäre Nutzungen und Stadterforschung arbeiten und seit 2009 die ZZZ betreiben. Ziel der Zwischennutzung ist eine temporäre Belegung des Firmengeländes. Vandalismus, Diebstahl und Schäden an dem Gebäude sollen vorgebeugt und neue Nutzungsmöglichkeiten für das Gelände und Angebote für die AnwohnerInnen partizipativ aufgezeigt werden. × Die ZZZ will Perspektiven und Erprobungsräume entwickeln, die es vorher so noch nicht gab. Dadurch ließe sich der Wert eines Gebäudes steigern und dessen Erhalt dauerhaft sichern. <hr/> <p><u>Immobilienmanagement</u></p> <p><u>Eigentümerin</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Eigentümerin ist die <i>Könecke Fleischwarenfabrik GmbH & Co. KG</i>. <p><u>Betreiberin</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Das <i>Wurst Case</i> ist ein Projekt der ZZZ-<i>ZwischenZeitZentrale Bremen</i>, die Teil der AAA GmbH (<i>Autonomes Architektur Atelier</i>) ist. AAA als Firma bzw. ZZZ als ressortübergreifendes Projekt der Freien Hansestadt Bremen sind HauptmieterInnen, übernehmen die interne Organisation und sind erste Ansprechpartner in allen Belangen des <i>Wurst Case</i>. <p><u>Finanzierung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × ZZZ ist eine öffentlich, von der Freien Hansestadt Bremen geförderte Struktur, die als Stadtentwicklungstool bundesweit und europaweit Schule macht. ZZZ mietet 	<p>und vermietet Zwischennutzungsmöglichkeiten weiter, vermittelt zu weiteren Plattformen, berät bei Vereinsgründungen oder Firmengründungen und versucht leerstehende Objekte in neue Nutzungen zu transformieren.</p> <hr/> <p><u>Branchenstruktur/NutzerInnen</u></p> <p><u>Branchenstruktur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Das AAA ist Hauptmieter, die weiteren MieterInnen sind teilweise studentische Start-ups, DesignerInnen, FotografInnen, ProduktentwicklerInnen, TaschenmacherInnen, RechtsanwältInnen, DoktorInnen, MusikerInnen und bildende KünstlerInnen. × Im Erdgeschoss gibt es eine Fahrradwerkstatt, in der auch geflüchtete junge Menschen arbeiten. × Fluktuation ist ein Thema, weil einige NutzerInnen ihre Räumlichkeiten nur durch Projektmittel finanzieren können. Man spricht von einer Fluktuationsquote von bis zu 30%, während wiederum ein anderer Teil von 30% seit Beginn des Projekts dabei ist. Seit Eröffnung Mitte 2015 sind bereits über 100 ZwischennutzerInnen hier gewesen. <p><u>Kooperation innerhalb des Standorts</u> [keine detaillierten Daten verfügbar]</p> <p><u>Non-Profit/Öffentlichkeit</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Es werden Räume für ehrenamtliche Initiativen und Veranstaltungen bereitgestellt. Deren Aktionen tragen stark zur Community-Entwicklung bei. × Das Projekt bindet sich in die Gewerbeschau <i>HeVie</i> im Stadtteil ein, es gibt Kooperationen mit Schulen und regelmäßig Tage der offenen Tür, als auch urbane Spaziergänge für BürgerInnen und Gäste.
--	---	---

Im Folgenden sind alle Interviews genannt, deren Inhalte in den Bericht eingeflossen sind. Weitere Gespräche, die im Forschungsprojekt geführt wurden, werden hier aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht genannt.

Interviews mit StandortbetreiberInnen in NRW

Alte Samtweberei/Krefeld

× Ambrée, Robert; Projektbüro Urbane Nachbarschaft, Samtweberei gGmbH; 19.05.2017

arbeitundcafe/Witten

× Hagelstein, Jan; raum e.V.; 10.02.2017

Bankhaus/Mönchengladbach

× Schroeders, Ulf; DenkX Grundbesitzverwaltung; 04.09.2017/21.03.2018

B-Side/Münster

× Stroppe, Tobias/Hubert, Tim/Mertens, Simon; B-Side GmbH; 24.04.2017

Elbershallen/Hagen

× Dahm, Michael/Isenbeck, Christian; Hagenpeg GmbH; 03.07.2017/21.03.2018

Factory Campus/Düsseldorf

× Firdaus, Yvonne/Schulz, Stefan; Factory Campus GmbH & Co. KG; 28.04.2017/12.02.2018

Games Factory/Mülheim a.d. Ruhr

× Müller, Thomas; Mülheim & Business GmbH-Wirtschaftsförderung; 24.03.2017/19.04.2018

Kulturwerk Lothringen/Bochum

× Weiser, Christof; WirtschaftsEntwicklungsgesellschaft Bochum mbH; 10.03.2017/30.01.2018

Ledigenheim Lohberg/Dinslaken

× Rauch, Janet; Stiftung Ledigenheim Lohberg; 05.05.2017/25.04.2018

neuerker Business Office/

Mönchengladbach

× Schmitz, Markus; Volksbank eG Mönchengladbach; 05.10.2017/18.04.2018

Office Center Hoisten/Neuss

× Röhrig, Guido; Guido Röhrig Vermietung & Verpachtung; 23.07.2017/18.01.2018

Platzprojekt/Hannover

× Jacobs, Bernd; Landeshauptstadt Hannover, Junge Kultur – Kulturbüro; 29.11.2016

Startplatz/Köln

× Dr. Gräf, Lorenz; Familie Gräf Holding GmbH; 06.03.2017

super(7000)/Düsseldorf

× Roggermann, Silke; super(7000) GmbH; 28.04.2017/03.02.2018

Union Gewerbehof/Dortmund

× Nottenbohm, Hans-Gerd; Union Gewerbehof GmbH; 03.02.2017/27.02.2018

unit medienhaus/Köln

× Soiron von Voigt, Walter; unit network GmbH & Co. KG; 10.07.2017/18.05.2018

Unperfekthaus/Essen

× Urselmann, Markus; Unperfekthaus; 29.05.2017/25.04.2018

Utopiastadt/Wuppertal

× Hampe, Christian; Utopiastadt gGmbH; 18.01.2017/28.02.2018

Interviews mit StandortbetreiberInnen außerhalb von NRW

Alter Schlachthof/Karlsruhe

× Hoscislawski, Lina; Karlsruher Fächer GmbH & Co Stadtentwicklung-KG; 19.10.2017

Alte Viktoria-Kaserne/Hamburg

× Barz, Petra/Froese, Janina; fux eG; 23.05.2018

Altes Volksbad/Mannheim

× Sattler, Julia/Zumbruch, Frank; mg: mannheimer gründungszentren gmbh; 19.10.2017

Hafven/Hannover

× Raczkowski, Pauline; Hafven GmbH & Co. KG; 13.03.2018

Wurst Case/Bremen

× Hasemann, Oliver/Schnier, Daniel; AAA GmbH; 03.04.2017

Interviews mit StandortnutzerInnen aus der Kreativwirtschaft NRW

Alte Samtweberei/Krefeld

× Büro ZweiPlus; 27.07.2017
× Loniac Studio für Film & Animation; 27.07.2017

Bankhaus/Mönchengladbach

× mind:match; 11.09.2017
× Phosphon; 12.09.2017

Elbershallen/Hagen

× Alias Werbeagentur; 25.01.2018
× Theater an der Volme; 18.07.2018

Factory Campus/Düsseldorf

× Mintano; 16.03.2018

- × wertvoll ; 16.03.2018
- Games Factory/Mülheim an der Ruhr
 × Aruba Studios; 26.03.2018
 × Centigrade; 26.03.2018
 × Michael Filipowski Freelance Character Artist; 18.04.2018
- Kulturwerk Lothringen/Bochum
 × Drei Elemente; 25.04.2017
 × Rubin Games; 26.07.2017
- Ledigenheim Lohberg/Dinslaken
 × Angelika Barth, Fotografin; 01.06.2017
 × housegrafic; 16.08.2017
- neuerwerker Business Office/Mönchengladbach
 × resolvr; 01.02.2018
 × Schmeiser Marketing; 23.02.2018
- Office Center Hoisten/Neuss
 × OF-ID Oliver Frank, Diplom Designer; 07.03.2018
 × Wallraff Lifttechnik+Design; 05.03.2018
- Startplatz/Köln
 × Creative.NRW; 14.05.2018
 × Innovation Radicals; 15.05.2018
- super(7000)/Düsseldorf
 × ManeraMedia; 07.03.2018
 × ovau agile design studio; 20.03.2018
- Union Gewerbehof/Dortmund
 × 1000Sissi; 17.01.2017
 × StadtRaumKonzept; 19.04.2018
- unit medienhaus/Köln
 × e-nitio mediadesign; 26.03.2018
 × forvision; 23.03.2018
 × Rau Interim; 27.07.2017
- Unperfekthaus/Essen
 × Atelier formverliebt; 30.08.2017
 × Kunst & Gestaltung Klaus Hausmann; 20.07.2018
 × Natascha Trapp Kreativtrainerin; 20.07.2018
- Utopiastadt/Wuppertal
 × Claudia Mertens Design; 05.03.2018
 × Planfabrik, Büro für Architektur; 24.02.2017
-
- Interviews mit StandortnutzerInnen aus der Kreativwirtschaft außerhalb NRW
-
- Alter Schlachthof Kreativpark/Karlsruhe
 × Dorfjungs; 28.11.2017
 × Gomp+Kehrer; 11.06.2018
- Alte Viktoria-Kaserne/Hamburg
 × Fraplab; 23.05.2018
 × Public Design Office; 23.05.2018

- Altes Volksbad/Mannheim
 × Artographic; 20.11.2017
 × leporella; 20.11.2017
- Hafven/Hannover
 × brave and hungry; 26.06.2018
- Wurst Case/Bremen
 × Joosten Müller; 02.01.2018
 × Lea Böhland Fotografie; 16.02.2018
-
- Weitere Interviews
-
- Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Referat IV A2 Kreativwirtschaft
 × Nussbauer, Claudia; 16.01.2017
- europa centre for creative economy (ecce)
 × Fesel, Bernd; Hanemann, Nadine; Rogg, Stephanie; 06.10.2016
- Business Metropole Ruhr
 × Höber, Andrea; Trautvetter, Viviane; 21.12.2016
- Wirtschaftsförderung Dortmund
 × Gutzmerow, Frank; Ledune, Pascal; Weyers, Christian; 09.01.2017
- Urban Catalyst
 × Prof. Klaus Overmeyer; 30.01.2017

1. vgl. Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) 2016: Kreativ-Report NRW, Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.
2. Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) 2016: Kreativ-Report NRW, Ökonomische Bedeutung und Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen; S.38.
3. z.B. Henckel, D. et al. 2009: Schwerpunkttorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien; Prognos AG (Hg.) 2010: Standort- und immobilienpezifische Anforderungen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr; Florida, R. 2012: The Rise of the Creative Class.
4. vgl. Creative.NRW/Wirtschaftsförderung metropolerruhr (Hg.) 2011: Räume für die Kreativwirtschaft. Wuppertal; S.14.
5. vgl. Wirtschaftsförderung metropolerruhr (Hg.) 2010: Standort- und immobilienpezifische Anforderungen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr; S.21.
6. vgl. Prognos AG (Hg.) 2015: Online-Befragung zur Bewertung der Kultur- und Kreativszene des jeweiligen Lebens- und Arbeitsraums in NRW; S.32.
7. vgl. Prognos AG (Hg.) 2011: Kultur- und Kreativwirtschaft in Dresden; S.50.
8. vgl. Henckel, D. et al. 2009: Schwerpunkttorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien; S.37.
9. vgl. Herkommer, B./Henckel, D. 2008: Creative Class in Berlin. Studie über Branchenstrukturen und Standortverhalten der Berliner Kreativwirtschaft; S.55.
10. Ebert R./Gnad, F./Kunzmann, K. 2016: Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region. Branchen – Orte – Netze; S.127.

11. vgl. Henckel, D. et al. 2009: Schwerpunkttorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien; S.42. Herkommer, B./Henckel, D. 2008: Creative Class in Berlin. Studie über Branchenstrukturen und Standortverhalten der Berliner Kreativwirtschaft; S.55.
12. vgl. Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2010: Standort- und immobilienpezifische Anforderungen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr; S.8.
13. vgl. Reicher, C./Heider, K. et al. 2011: Kreativwirtschaft und Stadt; S.42–47.
14. vgl. Prognos AG (Hg.) 2011: Kultur- und Kreativwirtschaft in Dresden; S.50.
15. vgl. Wegener, N. 2017: Nutzerumfrage Alter Schlachthof. Ergebnisse der zweiten Befragung von Nutzerinnen und Nutzern auf dem Alten Schlachthof Karlsruhe; o.S.
16. vgl. Regionalverband Ruhr (Hg.) 2010: Urbane und Kreative Räume der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelzentren des Ruhrgebiet; S.30f.
17. Creative.NRW/Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2011: Räume für die Kreativwirtschaft. Wuppertal; S.20.
18. vgl. Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.) 2003: Soziokulturelle Zentren in Nordrhein-Westfalen. Dokumentation – Kulturpolitische Gesellschaft e.V. Band 61; S.58.
19. Ebert R./Gnad, F./Kunzmann, K. 2016: Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region. Branchen – Orte – Netze; S.129f.
20. vgl. Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2010: Standort- und immobilienpezifische Anforderungen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr; S.10.
21. vgl. Henckel, D. et al. 2009: Schwerpunkttorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien; S.47.
22. vgl. Prognos AG (Hg.) 2011: Kultur- und Kreativwirtschaft in Dresden; S.50.
23. vgl. Creative.NRW/Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2011: Räume der Kreativwirtschaft. Wuppertal; S.20.
24. vgl. Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2010: Standort- und immobilienpezifische Anforderungen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr; S.10.
25. vgl. Christiaanse, K. 2002 in Kornhardt, D./Pütz, G./Schröder, T.: Mögliche Räume. Stadt schafft Landschaft; S.75.
26. Ebert R./Gnad, F./Kunzmann, K. 2016: Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region. Branchen – Orte – Netze; S.127f.
27. vgl. Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2010: Standort- und immobilienpezifische Anforderungen der Kreativwirtschaft in der Metropole Ruhr; S.10.
28. vgl. Prognos AG (Hg.) 2011: Kultur- und Kreativwirtschaft in Dresden; S.50–51.
29. vgl. Henckel, D. et al. 2009: Schwerpunkttorte der Berliner Kreativwirtschaft: Standortfaktoren und Immobilienstrategien; S.50.
30. vgl. Creative.NRW/Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2011: Räume der Kreativwirtschaft. Wuppertal; S.30.
31. vgl. share DnC: Mehr als nur ein geteiltes Büro: Was ist Coworking eigentlich? 2018. Abgerufen von: www.sharednc.com/de/magazin/was-ist-Coworking-eigentlich (letzter Zugriff am 05.09.2018)
32. vgl. Scherkamp, Hannah: Das 20-Milliarden-Start-up WeWork expandiert in Deutschland, 2017. Abgerufen von: www.gruenderszene.de/allgemein/wework-expansion-deutschland?interstitial (letzter Zugriff am 05.09.2018)
33. vgl. WeWork (Hg.). Abgerufen von: www.wework.com (letzter Zugriff am 05.09.2018)
34. vgl. Regus (Hg.). Abgerufen von: www.regus.de/standorte?country=german (letzter Zugriff am 11.10.2018)
35. vgl. Mindspace (Hg.). Abgerufen von: www.mindspace.me (letzter Zugriff am 05.09.2018)
36. vgl. rent24 (Hg.). Abgerufen von: www.rent24.com (letzter Zugriff am 05.09.2018)
37. vgl. ImpactHub (Hg.). Abgerufen von: www.impacthub.net (letzter Zugriff am 05.09.2018)
38. vgl. betahaus (Hg.). Abgerufen von: www.betahaus.com (letzter Zugriff am 05.09.2018)
39. vgl. Cagnol, Rémy; Foertsch, Carsten: Es war einmal ... , Die Geschichte von Coworking in Zahlen, 2013. Abgerufen von: www.deskmag.com/de/die-geschichte-von-Coworking-Spaces-in-zahlen-zeitleiste-868/2 (letzter Zugriff am 05.09.2018)
40. vgl. Design Offices (Hg.). Abgerufen von: www.designoffices.de (letzter Zugriff am 05.09.2018)
41. vgl. Sirius Facilities (Hg.). Abgerufen von: www.siriusfacilities.com/de/produkte/bueroraume/office-pod (letzter Zugriff am 05.09.2018)
42. vgl. WorkInn (Hg.). Abgerufen von: www.workinn.de (letzter Zugriff am 05.09.2018)
43. vgl. Jacobs, Luisa: WeWork: Das All-inclusive-Büro, 2018. Abgerufen von: www.zeit.de/arbeit/2018-04/wework-Coworking-arbeitsplaetze-internet-freelance-freiberier-erfolg/seite-2 (letzter Zugriff am 05.09.2018)
44. vgl. WeLive (Hg.). Abgerufen von: www.welive.com/de-DE (letzter Zugriff am 05.09.2018)
45. vgl. Fast Company (Hg.) 2017: WeWork Founder Hopes Her New School Will Help 5-Year-Olds Pursue Their Life's Purpose. Abgerufen von: www.fastcompany.com/40489360/wework-founder-hopes-her-new-school-will-help-5-year-olds-pursue-their-lifes-purpose (letzter Zugriff am 05.09.2018)
46. vgl. Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.)

- 2016: Bericht zur Stadtentwicklung 2015/2016. Gemeinsame Initiative im Stadtquartier – Pioniere, Partner, Projekte; o.S.
47. vgl. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen 2001: 4. Kulturwirtschaftsbericht NRW; o.S.
48. Creative.NRW/Wirtschaftsförderung metropol Ruhr (Hg.) 2015: Handbuch Räume kreativ nutzen; S.138.
49. vgl. Overmeyer, K. 2007: Urban Pioneers; S.38f und S.52.
50. Lange, B. 2007: Die Räume der Kreativszenen. Transcript; S.15.
51. Creative.NRW 2018: Creative.NRW. Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft. Abgerufen von: www.creative.nrw.de (letzter Zugriff am 27.09.2018)
52. European centre for creative economy 2018: Kreativ.Quartiere Ruhr. Abgerufen von: www.e-c-c-e.de/kreativquartiere-ruhr.html (letzter Zugriff am 27.09.2018)
53. vgl. www.netzwerk-immovielien.de; www.neue-nachbarschaft.de/immovielien (letzter Zugriff am 28.06.2018)
54. vgl. NRW.Europa Forschung Kooperation Netzwerk (Hg.) 2015: EU-Förderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Abgerufen von: www.nrw.enterprise-europe-germany.de/public/uploads/een-nrw/downloads/Themenheft-Sommer2015_Interreg_cure.pdf (letzter Zugriff am 27.09.2018)
55. vgl. European Creative Business Network 2018: Mission. Abgerufen von: www.ecbnetwork.eu/what-we-do (letzter Zugriff am 27.09.2018)
56. Killich, S. 2007: Formen der Unternehmenskooperation. In: Becker, T./Dammer, I./Howaldt, J./Killich, S./Loose, A. (Hg.): Netzwerkmanagement. Mit Kooperation zum Unternehmenserfolg. Berlin/Heidelberg; S.13-22. Ahlert, D. et.al (Hg. Pricewaterhouse Coopers AG) 2016: Unternehmenskooperation – Auslauf- oder Zukunftsmodell? Strategische Erfolgsfaktoren kooperativer Unternehmensnetzwerke – dargestellt am Beispiel von Verbundgruppen und Franchisesystemen. Frankfurt am Main.
57. vgl. Buchter, H. 2018: Ein Start-up aus dem Märchenbuch. In: Die ZEIT vom 8.8.2018.
58. vgl. Becker, T./Dammer, I./Howaldt, J./Killich, S./Loose, A. (Hg.) 2007: Netzwerkmanagement. Mit Kooperation zum Unternehmenserfolg. Berlin/Heidelberg; S.320. Sydow, J. 2003. Management von Netzwerkorganisationen; S.470. Teller, M./Longmuß, J. 2007: Netzwerkmoderation, Netzwerke zum Erfolg führen; S.223.
59. Vecco, M./Konrad, E. D. (Hg. ecce GmbH) 2017: to be debated – die potentiale von partnerschaften: notwendigkeit oder luxus in den kultur- und kreativsektoren? Dortmund; S.67.
60. Vecco, M./Konrad, E. D. (Hg. ecce GmbH) 2017: to be debated – die potentiale von partnerschaften: notwendigkeit oder luxus in den kultur- und kreativsektoren? Dortmund; S.67.
61. Howaldt, J./Ellerkmann, F. 2007: Entwicklungsphasen von Netzwerken und Unternehmenskooperationen. In: Becker, T./Dammer, I./Howaldt, J./Killich, S./Loose, A. (Hg.): Netzwerkmanagement. Mit Kooperation zum Unternehmenserfolg. Berlin/Heidelberg; S.36–48.
62. Teller, M./Longmuß, J. 2007: Netzwerkmoderation. Netzwerke zum Erfolg führen. Augsburg; S.71–89.

Wir freuen uns sehr, dass uns der Leitmarktwettbewerb *CreateMedia.NRW* ermöglicht hat, die vorliegende Untersuchung kreativwirtschaftlich genutzter Standorte zu erstellen und bedanken uns bei allen InterviewpartnerInnen für ihr Interesse, ihre Zeit und ihr Wissen.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien in Köln	6
Abb. 2 Kreativwirtschaftlich genutzte Immobilien in Dortmund	7
Abb. 3 Auswahl von 15 kreativwirtschaftlich genutzten Standorten in NRW	12
Abb. 4 Hauptmotive in der Gründung	13
Abb. 5 Tabellarische Übersicht der 20 Standorte	14
Abb. 6 Rahmenbedingungen für das Nutzungskonzept einer Immobilie	17

Impressum

netz NRW – Verbund für Ökologie und soziales Wirtschaften e.V.

Svenja Noltemeyer
Thomas von der Fecht
Katja Römer

Huckarder Straße 10–12
44147 Dortmund

+49 (0)231 1397 38 81
kreativwirtschaft@netz-nrw.de
www.netz-nrw.de



Institut für Raumforschung & Immobilienwirtschaft

Michael Heinze
Dr.-Ing. Roland Busch
Sascha Wolfrath

Chemnitzer Straße 50
44139 Dortmund

+49 (0)231 222 06 200
info@iri-dortmund.de
www.iri-dortmund.de



Dortmund 2018

CreateNet.NRW – Netzwerk zur Stärkung kreativwirtschaftlich genutzter Standorte in NRW wurde gefördert vom Land Nordrhein Westfalen unter Einsatz von Mitteln aus dem EFRE.NRW.



EUROPAISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

