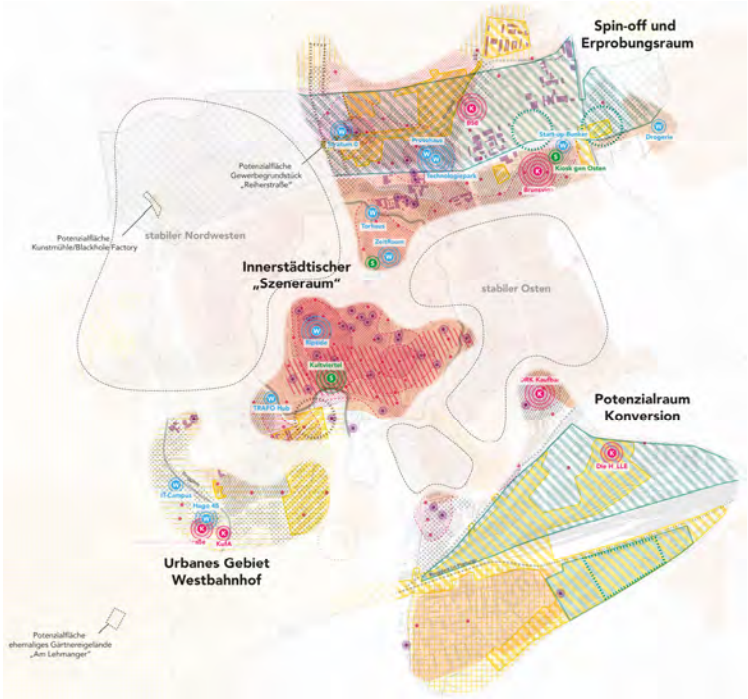
Kreative Orte und Räume, Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig

Strukturmerkmale, Perspektiven und Handlungskonzept



Kreative Orte und Räume, Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig

Strukturmerkmale, Perspektiven und Handlungskonzept

Eine Studie im Rahmen des Projektes:

campus. metropolregion

Initiiert durch:

metropolregion.de Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg

Gefördert u.a. mit Mitteln das Landes Niedersachsen durch:

Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur

Amt für regionale Landesentwicklung Leine-Weser

Stadt Braunschweig

STADTart
Dipl.-Ing./Stadtplaner Ralf Ebert
Planungs- und Beratungsbüro
Kultur – Freizeit – Sport
Dipl.-Ing./Stadtplaner NW Ralf Ebert
Gutenbergstraße 34, D-44139 Dortmund
Fon: +49-(0)231/ 58 44 99 5 – 0
Fax: +49-(0)231/ 58 44 99 5 – 27
E-Mail: mail@stadtart.com
www.stadtart.com

Zukunft gestalten STADT art in Stadt und Region

weitere Bearbeiter:
Dr. Friedrich Gnad
Dipl.-Geogr. Uwe van Ooy
Fabian Münker

in Kooperation mit

URBAN CATALYST GmbH
Jörn Gertenbach
Glogauer Straße 5, 10999 Berlin
Fon: +49 (0)30 532 10 696
Fax: +49 (0)30 532 15 760
E-Mail: info@urbancatalyst.de

Dortmund, Berlin, April 2020

Ergebnisse der Studie im Kontext der Corona-Pandemie

Seit diese Studie im März weitestgehend fertiggestellt worden ist, sind erst wenige Wochen vergangen, doch hat sich mit der Corona-Pandemie die Welt in vielerlei Hinsicht verändert und wird sich vermutlich weiter verändern. Das betrifft auch das Handlungsfeld der „Kreativen Orte und Räume“ in Braunschweig und zwar vor allem in folgenden Punkten:

Verortung der identifizierten Unternehmen und Selbstständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Aktuelle Untersuchungen zu den Auswirkungen der Pandemie auf die Branche gehen davon aus, dass davon insbesondere die kleinteilige Kulturwirtschaft betroffen ist und Selbstständige, Künstlerinnen und Künstler sowie Kleinstunternehmen vor allem im Veranstaltungsbereich auch mittelfristig in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten können. Konservativ geschätzt verändert dieser denkbare, aber empirisch für Braunschweig noch nicht belegte Rückgang hinsichtlich der Anzahl jedoch nicht die strukturellen Ergebnisse der Studie zu den räumlichen Schwerpunkten der Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig, auch nicht hinsichtlich der ausgewählten Teilmärkte.

Entwicklungstendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Abgesehen von der tendenziellen Gefährdung der kleinteiligen Kulturwirtschaft haben die letzten Wochen auch gezeigt, dass die Digitalisierung in einem bislang nicht erwarteten Umfang nicht nur den Kulturbereich, sondern auch viele andere Lebensbereiche erfasst hat und digitale Angebote zunehmen. Aktuell unklar ist, inwieweit davon die publikumsorientierte Kulturwirtschaft mit den Kinos, Musikschulen etc. mittelfristig betroffen sein wird und ob es nach einem eventuellen Rückgang bei der Anzahl an Unternehmen wieder zu einer nachholenden Zunahme kommt. Profitieren wird von der Digitalisierung der Teilmarkt der Software-/Games-Industrie.

Handlungsvorschläge

Auch die 12 Leitlinien einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik haben weiterhin ihre prinzipielle Gültigkeit. Jedoch sollte unter den gegenwärtigen Bedingungen die Sicherung der identifizierten „Kreativen Orte“ zunächst im Vordergrund stehen, von denen insbesondere jene tendenziell gefährdet sind, die sich in zivilgesellschaftlicher Trägerschaft befinden und zum Kulturbereich zählen. Hinsichtlich der Handlungsvorschläge zur Stärkung der Fokusräume in Braunschweig bedarf es ebenso keiner grundlegenden Anpassungen an die veränderte Lage. Die weitere Situation ist aufmerksam zu beobachten, um auf Risiken aber auch die Dynamik nach der Krise bestmöglich reagieren zu können.

Insgesamt zieht die Corona-Pandemie keine grundlegenden Korrekturen der Ergebnisse der Studie nach sich, jedoch sollte eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik kurzfristig vor allem auf eine möglichst weitgehende Sicherung des Bestehenden setzen.

Ralf Ebert, *STADT**art***

Kreative Orte und Räume, Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig – Strukturmerkmale, Perspektiven und Handlungskonzept

Kurzfassung I

0 Hintergrund, Aufgabenstellung und Bausteine der Studie 1

1 Typisierung, Merkmale und Verortung von 22 „Kreativen Orten“ in Braunschweig 3

Exkurs Zentrale Ergebnisse eines Workshops mit „Kreativen Orten“ in Braunschweig 8

2 Identifizierung von Fokusräumen der „Kreativen Orte“ im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft 11

2.1 Ergebnisse der Verortung der Kultur- und Kreativwirtschaft 11

2.2 Gebietsbezogene Indikatoren der „Kreativen Orte“ im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft 15

2.3 Identifizierung und Beschreibung von handlungsbezogenen Fokusräumen 26

3 „Kreative Orte“ und deren Bedeutung für die Quartiers- und Stadtentwicklung in Braunschweig 30

4 Best Practice-Beispiele zu „Kreativen Orten“ 33

4.1 C-HUB Kreativwirtschaftszentrum Mannheim 33

4.2 Gewerbezentrum der Kreativwirtschaft im Anscharcampus Kiel 36

4.3 DEZERNAT 16 – Kultur und Kreativwirtschaft in der alten Feuerwache Heidelberg 38

4.4 Atelierhaus Aachen im Kreativ- und Bürgerzentrum „Depot“ 40

4.5 „Alter Schlachthof“ Kreativpark Karlsruhe 41

4.6 Utopiastadt Campus Wuppertal 44

4.7 Fazit für eine Stadtpolitik zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Kultur 46

5 Entwicklungstendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft 48

6 Handlungsvorschläge für eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik und zur Stärkung der Fokusräume 52

6.1 Leitlinien einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik 52

6.2 Handlungsvorschläge zur Stärkung der Fokusräume in Braunschweig 57

Literatur 62

Anhang: 65

Kurzfassung

Ein Handlungsfeld der „Metropolregion Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg“ ist die Stärkung und Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region, u.a. im Rahmen des Projektes „Campus.Metropolregion“. In diesem Zusammenhang haben die beiden Büros STADTart aus Dortmund und Urban Catalyst aus Berlin die vorliegende Studie „Kreative Orte und Räume, Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig – Strukturmerkmale, Perspektiven und Handlungskonzept“ erarbeitet.

Dazu wurden im Vorfeld seitens der Vertreterinnen und Vertreter des Kultur- und Wissenschaftsdezernats und des Wirtschaftsdezernats der Stadt Braunschweig **22 als kreativ eingestufte Orte von Einrichtungen bzw. Initiativen im Stadtgebiet** nach diversen Kriterien ausgewählt (u.a. heterogene Akteursstruktur, große Breite der Herausforderungen und Potenziale). Hinsichtlich der Lage wurden drei Kategorien gebildet: Innenstadtrandgebiete, strategisch/konzeptionell entwickelte Hotspots bzw. Quartiere und Eroberungs- und Erprobungsräume. Die auf diese Weise identifizierten „Kreativen Orte“ (Kapitel 1) können hinsichtlich ihrer Basisfunktion wie folgt unterschieden werden:

- elf „Kreative Orte“ sind eher wirtschaftsbezogen,
- weitere sieben sind vor allem für die Kulturentwicklung der Stadt Braunschweig bedeutsam,
- während vier „Kreative Orte“ anderen Politikfeldern zugeordnet werden können (u.a. der sozialen Quartiersentwicklung).

Im Rahmen der Studie wurde ein **Workshop mit den ausgewählten 22 „Kreativen Orten“** durchgeführt (ausführlich Exkurs), für die vorab jeweils ein Profil erstellt wurde (u.a. hinsichtlich Gründungszeitpunkt, Tätigkeitsschwerpunkt, Lage). Neben der Erörterung von zentralen Herausforderungen etc. dieser Einrichtungen empfahlen die Beteiligten folgende **Handlungsschwerpunkte**:

- Größere Wertschätzung der „Kreativen Orte“ seitens der Stadtverwaltung und der Kommunalpolitik („Stadt als Ermöglicher“, ressortübergreifende Ansprechperson in der Verwaltung, stärkere Unterstützung subkultureller Strömungen),
- Förderung bestehender „Kreativer Orte“ bei gleichzeitiger Verbesserung ihrer Sichtbarkeit (größere Planungssicherheit, interaktive Karte aller „Kreativen Orte“ in der Stadt),
- Intensivierung und Verstetigung der Vernetzung „Kreativer Orte“ (z.B. regelmäßig durchgeführte Stammtische).

Die **Verortung der 650 identifizierten Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft** kommt zu dem Ergebnis (Kapitel 2), dass diese ihren **Standort überwiegend in der Innenstadt bzw. am Innenstadtrand von Braunschweig** haben, jedoch mit von Teilmarkt zu Teilmarkt unterschiedlichen räumlichen Clustern. Diese Standortstruktur deckt sich aktuell nur ansatzweise mit den ausgewählten 22 „Kreativen Orten“.

Unter Berücksichtigung der Standortbedingungen der „Kreativen Orte“ anhand von ausgewählten, für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft relevanten Indikatoren (darunter Gebäudealter, Bebauungs- und Nutzungsstruktur, Immobilienpreise) konnten handlungsorientiert **vier Fokusräume** identifiziert werden:

- ein *Spin-Off und Erprobungsraum* der Kultur- und Kreativwirtschaft im Umfeld der Universität und mit elf der 22 „Kreativen Orte“,
- *das Urbane Gebiet Westbahnhof* mit vier in den letzten Jahren entstandenen „Kreativen Orten“ in der Nähe der Hochschule für Bildende Künste,

- *den Innerstädtischen Szeneraum* mit räumlichen Clustern der Kultur- und Kreativwirtschaft und mit drei „Kreativen Orten“ und
- den *Potenzialraum Konversion*, einem für die zukünftige Entwicklung der Branche bedeutsamen Areal mit Kontext der Entwicklung der Bahnstadt mit zwei „Kreativen Orten“.

Bis auf den „innerstädtischen Szeneraum“ haben alle anderen Fokusräume einen Bezug zum Ringgleis.

Die Analyse von sechs, auf die Rahmenbedingungen der Stadt Braunschweig zugeschnittenen **Best-Practice-Beispielen zu „Kreativen Orten“** in Städten wie etwa Karlsruhe oder Kiel zeigt, dass es heute u.a. eines Konzepts zur Schaffung eines differenzierten Raumangebots bedarf. Damit können sich die wirtschaftsbezogenen „Kreativen Orte“ zugleich als **Knotenpunkt für den Austausch mit Unternehmen anderer Branchen** beweisen. Durch deren Einbindung in städtebauliche Projekte mit Räumen für experimentelle Nutzungen lassen sich zudem Mehrwerteffekte für die Stadtentwicklung erzielen.

Seit einigen Jahren vollzieht sich in der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Wandel. Dazu trägt u.a. die Digitalisierung bei, ein Prozess, der sich schon seit einiger Zeit in den Teilmärkten der Musik- und der Filmwirtschaft beobachten lässt. Diese Aspekte sind bei der Ausgestaltung einer **integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik** unter Einbezug insbesondere von Wirtschaftsförderung, Kulturförderung, Stadtentwicklung und Kommunalpolitik ebenso zu berücksichtigen wie die folgenden **branchenrelevanten Tendenzen**:

- Die Globalisierung aller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft wird sich weiter fortsetzen.
- In den Teilmärkten der Kulturwirtschaft mit **trisektoralen Wertschöpfungsnetzwerken** zwischen Markt, Staat und Gesellschaft (z.B. dem Kunstmarkt) nimmt die Verzahnung von Produktion und Konsumption zu.
- Die Bedeutung von Teilen der Kultur- und Kreativwirtschaft leitet sich verstärkt aus dem jeweiligen Beitrag für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit anderer Branchen ab.
- Die räumlichen Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft werden in Metropolregionen weiterhin die Großstädte, aber auch ihr Umland sein.

Vor dem Hintergrund der Analysen zu den „Kreativen Orten“ in Braunschweig, den Entwicklungstendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der skizzierten Bedeutung der „Kreativen Orte“ für die Quartiersentwicklung und die Stadtentwicklung empfiehlt die Studie **eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik**. In diesem Kontext werden folgende **Handlungsleitlinien** vorgeschlagen (Kapitel 6.1):

- Entwicklung eines integrierten Politikverständnisses auf der Basis interdependenter Wirkungszusammenhänge von Wirtschaftsförderung, Kulturpolitik, Stadtentwicklung/Stadtplanung,
- Intensivierung der Binnenkoordinierung von Wirtschaftsförderung, Kulturpolitik und Stadtentwicklung/Stadtplanung,
- bestehende Planungspraxis hinsichtlich der kulturellen Initiativen und Startups der Kultur- und Kreativwirtschaft dynamisieren,
- Intensivierung regelmäßiger Branchentreffen unter Einbezug der identifizierten und möglichen neuen „Kreativen Orte“,
- Unterstützung von (inter-)national wirkungsmächtigen top-down-Projekten und von bottom-up-Initiativen,
- Sensibilisierung der Immobilienwirtschaft für die Belange der kulturellen Initiativen und Start-ups der Kultur- und Kreativwirtschaft,

- Anpassung der Fördermöglichkeiten an unterschiedliche Rahmenbedingungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie im Kulturbereich,
- Erarbeitung teilmarktspezifischer Entwicklungskonzepte und Schaffung von Schnittstellen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Branchen,
- Sichtbarmachtung von Projekten und Initiativen der integrierten Kreativwirtschaftspolitik nach außen,
- Verbesserung der Kommunikation und Ergänzung des Beratungsangebots für die Kultur- und Kreativwirtschaft, vor allem für Startups,
- perspektivischer Aufbau eines teilräumlichen regionalen Netzwerks der Fokusräume im Umland von Braunschweig sowie
- Konzentration von Maßnahmen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf die identifizierten Fokusräume.

Zugeschnitten auf die vier identifizierten und sich gegenseitig beeinflussenden Fokusräume beinhaltet die Studie zudem an Reihe **an gebietsbezogenen Handlungsvorschlägen mit dem Ziel deren Funktionen zu stärken.** Ausgehend von strategischen Zielen für jeden der vier Fokusräume werden eine Reihe an möglichen Maßnahmen seitens der Wirtschaftsförderung, der Kulturförderung und der Stadtentwicklung/Stadtplanung vorgestellt (Kapitel 6.1).

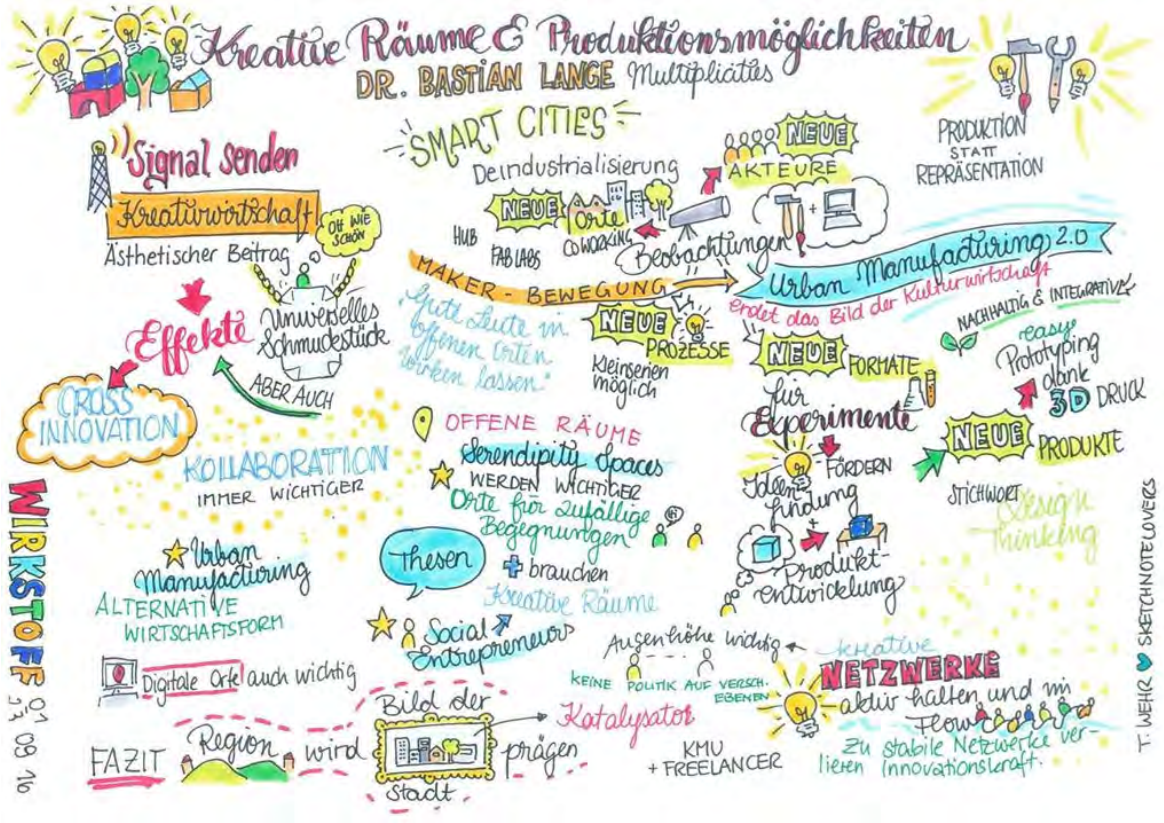
Abgesehen von diesem Maßnahmenbündel empfiehlt sich die Schaffung bzw. Erhaltung eines vertrauensvollen Klimas zwischen den Akteurinnen und Akteuren der Kultur bzw. der Kultur- und Kreativwirtschaft, der kommunalen Verwaltung und der Kommunalpolitik. Je kontinuierlicher der Austausch unter allen diesen Akteursgruppen gestaltet wird, desto erfolgreicher kann eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik sein.

0 Hintergrund, Aufgabenstellung und Bausteine der Studie

Ein Handlungsfeld der „Metropolregion Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg“ ist die Stärkung und Weiterentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region. Schwerpunkt des in diesem Kontext entwickelten Projektes „Campus. Metropolregion“ ist die handlungsorientierte Untersuchung der Schnittstellen von Kultur, Kreativwirtschaft sowie Stadtentwicklung. Hiermit soll auf die vorhandenen Potenziale aufmerksam gemacht werden damit diese für die Entwicklung der „Metropolregion Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg erschlossen werden (Übersicht 0.1).

Diesem Ziel dient die von STADTart Dortmund und Urban Catalyst Berlin erarbeitete Studie „Kreative Räume in Braunschweig: Strukturen, Entwicklungsperspektiven und Handlungskonzept“. Unter Bezug auf eine frühere Untersuchung unter der Überschrift „Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung“ (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung, STADTart 2008), umfasst die Studie für die Stadt Braunschweig (rund 250.000 Einwohner) folgende zentrale Bausteine:

Übersicht 0.1: Sketchnote Impulsvortrag „Kreative Räume und Produktionsmöglichkeiten in der Metropolregion“ im Rahmen des WIRKSTOFF-Festivals 2016



Quelle: T. Wehr - Sketchnotelovers in Was wirken soll, braucht Wirkstoff: WIRKSTOFF Festival 2016, 3

- Beschreibung, Verortung und Typisierung der 22 von der Stadt Braunschweig im Vorfeld der Studie identifizierten „Kreativen Orte“.
- Darstellung der Ergebnisse eines halbtägigen Workshops zu den „Kreativen Orten“, den raumbezogenen Effekten dieser Einrichtungen, zu den bestehenden Herausforderungen sowie zu den Handlungsvorschlägen zur Stärkung dieser Orte.
- Die Identifizierung von Fokusräumen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dazu wurden in einem ersten Schritt die Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erfasst und im Stadtgebiet von Brauschweig verortet. Der zweite Schritt beinhaltet die Darstellung der für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft relevanten standortbezogenen Indikatoren, wie etwa Immobilienpreise oder Standorte der Kultureinrichtungen in Karten. Auf deren Basis wurden dann die Fokusräume der Kultur- und Kreativwirtschaft identifiziert.
- Ausgehend von Studien der letzten Jahre wird in dem folgenden Baustein dargestellt, welche Bedeutung „Kreative Orte“ für die Quartiers- und Stadtentwicklung haben.
- Die ausgewählten Best Practice-Beispiele aus sechs Städten in Deutschland (darunter z.B. aus Wuppertal und Kiel) mit ähnlichen Rahmenbedingungen wie Braunschweig (u.a. hinsichtlich der Einwohnerzahl und als Hochschulstandort) zeigen, wie unterschiedliche „Kreative Orte“ einer Stadt entwickelt werden können.
- Unter Berücksichtigung von zentralen sich abzeichnenden Entwicklungstendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, etwa durch die sich durchsetzende Digitalisierung, sowie den Best Practice-Beispielen werden dann abschließend Handlungsvorschläge zu einer integrierten Kreativwirtschaftspolitik sowie zur Entwicklung und Stärkung der identifizierten Fokusräume in Braunschweig unterbreitet.

1 Typisierung, Merkmale und Verortung von 22 „Kreativen Orten“ in Braunschweig

Im Vorfeld der Studie haben Vertreterinnen und Vertreter des Kultur- und Wissenschaftsdezernats und des Wirtschaftsdezernats der Stadt Braunschweig 22 als kreativ eingestufte Orte von Einrichtungen bzw. Initiativen im Stadtgebiet zur näheren Untersuchung ausgewählt. Dabei flossen auch Anregungen externer und insbesondere in der Stadt vernetzter Personen ein. Zentrale Kriterien für die Auswahl waren eine möglichst heterogene Akteursstruktur hinsichtlich der Organisationsform und der Aufgabenstellung sowie eine große Breite an Potenzialen und Herausforderungen.

In räumlicher Hinsicht wurden drei Kategorien gebildet: Innenstadtrandgebiete, strategisch/konzeptionell entwickelte Hotspots bzw. Quartiere und Eroberungs- und Erprobungsräume. Diesen drei Kategorien wurden dann Akteure aus den Bereichen Kultur und Wirtschaft (und Kultur- und Kreativwirtschaft) sowie aus dem öffentlichen Sektor zugeordnet. Es wurde hierbei darauf geachtet, ein möglichst breites Spektrum an unterschiedlichen inhaltlichen Ausrichtungen abzudecken. Die Auswahl erhebt nicht den Anspruch einer umfassenden Darstellung des kreativen Potenzials in Braunschweig, gibt aber einen guten Querschnitt wieder. Dies hat sich auch im Laufe des Projekts bestätigt, da bereits Synergieeffekte durch eine Vernetzung kultureller und wirtschaftlicher Akteure erzielt werden konnten.

Die auf diese Weise identifizierten „Kreativen Orte“ können hinsichtlich ihrer Basisfunktion unterschieden werden. Danach sind elf kreative Einrichtungen bzw. Initiativen insbesondere für die wirtschaftliche Entwicklung bedeutsam. Weitere sieben dieser Standorte sind eher für die Kulturentwicklung der Stadt Braunschweig relevant, während vier anderen Politikfeldern zugeordnet werden können, darunter etwa der Quartiersentwicklung (Übersicht 1.1).

Die wirtschaftsbezogenen „Kreativen Orte“ von Einrichtungen bzw. von Initiativen können wie folgt skizziert werden:

- Die meisten wurden erst in den letzten fünf Jahren gegründet. Die Bandbreite der verfügbaren Fläche reicht von 130 qm (Riptide-Musik, Kunst, Café) bis zu 3.200 qm (Quartier Westbahnhof-IT Campus).
- Manche der Einrichtungen sind für den einen oder anderen Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutsam, etwa für die Bildende Kunst (z.B. Drogerie Braunschweig) oder für die Software-/Games-Industrie. Andere haben keinen branchenspezifischen Bezug.
- Auch die Funktionen dieser Einrichtungen bzw. Initiativen sind vielfältiger Art. Die Bandbreite reicht von Hightech-Werkstatt über verschiedene Stufen der Existenzgründung bis zu Coworking- und Werkstatt bzw. Veranstaltungsort mit Treffpunktfunktion (z.B. Torhaus Nord).
- Im Kontext der zentralen Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung sind sie überwiegend für die Existenzgründung bedeutsam, vereinzelt auch für die Bestandsentwicklung.

Die kulturbezogenen „Kreativen Orte“ weisen folgende Merkmale auf:

- Der Gründungszeitpunkt verteilt sich auf die vergangenen vier Jahrzehnte. So besteht das Kultur- und Kommunikationszentrum Brunsviga schon seit 1981, die KufA-Halle im Quartier Westbahnhof wurde dagegen erst 2019 gegründet.
- Mit Ausnahme des Kunstvereins Jahnstraße und des Kunstvereins Die H_LLE (beide für die Sparte der Bildenden Kunst) weisen die kulturbezogenen „Kreativen Orte“ keine spezifischen Spartenbezüge auf.
- Die Funktionen der „Kreativen Orte“ sind vielfältig. Während die beiden „Kreativen Orte“ der

Bildenden Kunst Atelierräume für weniger marktgängige Kunst bereithalten, fungieren andere überwiegend als Multifunktionsorte und Treffpunkte, u.a. für die Jugendkultur.

- Entsprechend der vielfältigen Funktionen variiert auch die Zuordnung zu den kulturellen Handlungsfeldern. Entweder sind die „Kreativen Orte“ Bausteine der Stadtteilkultur oder der Jugend- und Interkultur.

Die vier weiteren Einrichtungen bzw. Initiativen haben entweder einen expliziten Quartiersbezug oder dienen der lokalen Kulturentwicklung („Kulturmarketing“) und der Stärkung der Stadtgesellschaft bzw. einer Gesellschaft der Bürgerinnen und Bürger. Bis auf das Kultviertel (gegründet 2008) sind diese in den letzten sechs Jahren entstanden.

Hinsichtlich der Lage der 22 „Kreativen Orte“ von Einrichtungen bzw. Initiativen im Stadtgebiet (Übersicht 1.2) haben diese ihren Standort überwiegend in der Innenstadt oder am Innenstadtrand, wobei sich von den kulturbezogenen Orten keine im Zentrum von Braunschweig befindet (detailliert Kapitel 5).

Übersicht 1.1: Profile der 22 ausgewählten „Kreativen Orte“ von Einrichtungen/Initiativen in Braunschweig nach zentralen Politikfeldern (Wirtschaftsentwicklung, Kulturentwicklung und andere)

	WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG	Gründung	Fläche	Teilmarkt / Branchenbezug	Funktionen	Handlungsfeld
1	**Stratum 0**	2011	164 m²	Software / Technik	Hightech-Werkstatt, Hackerspace	Existenzgründung
2	**Protohaus im Gründerquartier**	2016	500 m²	Technik	wirtschaftliche Entwicklung, Vorstufe der Existenzgründung	Existenzgründung
3	**Transformationshub Wichmannhalle (TRAFO Hub Braunschweig)**	2018	ca. 1.000 m²	Software	Marktplatz, Digital Hub, wirtschaftliche Entwicklung, Hilfe zur Existenzgründung	Existenzgründung / Bestandssicherung
4	**Technologiepark**	1986		technologieorientiert	Erleichterung der Gründung technologieorientierter Unternehmen	Existenzgründung
5	**Start-up-Accelerator**			Coaching/Mentoring	Accelerator für Start-ups (v.a. für digitale Geschäftsmodelle)	Existenzgründung
6	**ZeitRaum Coworking**	2014	175 m²	branchenunabhängig	Coworking Space für unabhängiges und selbstbestimmtes Arbeiten	Existenzgründung / Kleinstunternehmen
7	**Quartier Westbahnhof – IT-Campus**	2018	3.200 m²	Informations- und Kommunikationstechnik	Knotenpunkt für ansässige Unternehmen, Synergieeffekte und Kooperationen schaffen	Existenzgründung, Bestandsentwicklung?
8	**Torhaus Nord**	2016		ohne spezifischen Branchenbezug	Hot Spot der regionalen Gründerszene	Existenzgründung
9	**Drogerie Braunschweig**	2016		Bildende Kunst	Gemeinschaftsatelier, Veranstaltungsraum	Bestandsentwicklung?
10	**Riptide – Musik.Kunst.Café**	2007	ca. 130 m²	Gastronomie plus Kultur	Veranstaltungsort, Treffpunkt, Vernetzung	Bestandsentwicklung?
11	**Hugo 45**	2012		Bildende Kunst	Zurschaustellung von Kunst und Kultur, Unterstützung von Künstlerinnen und Künstlern	Bestandsentwicklung?

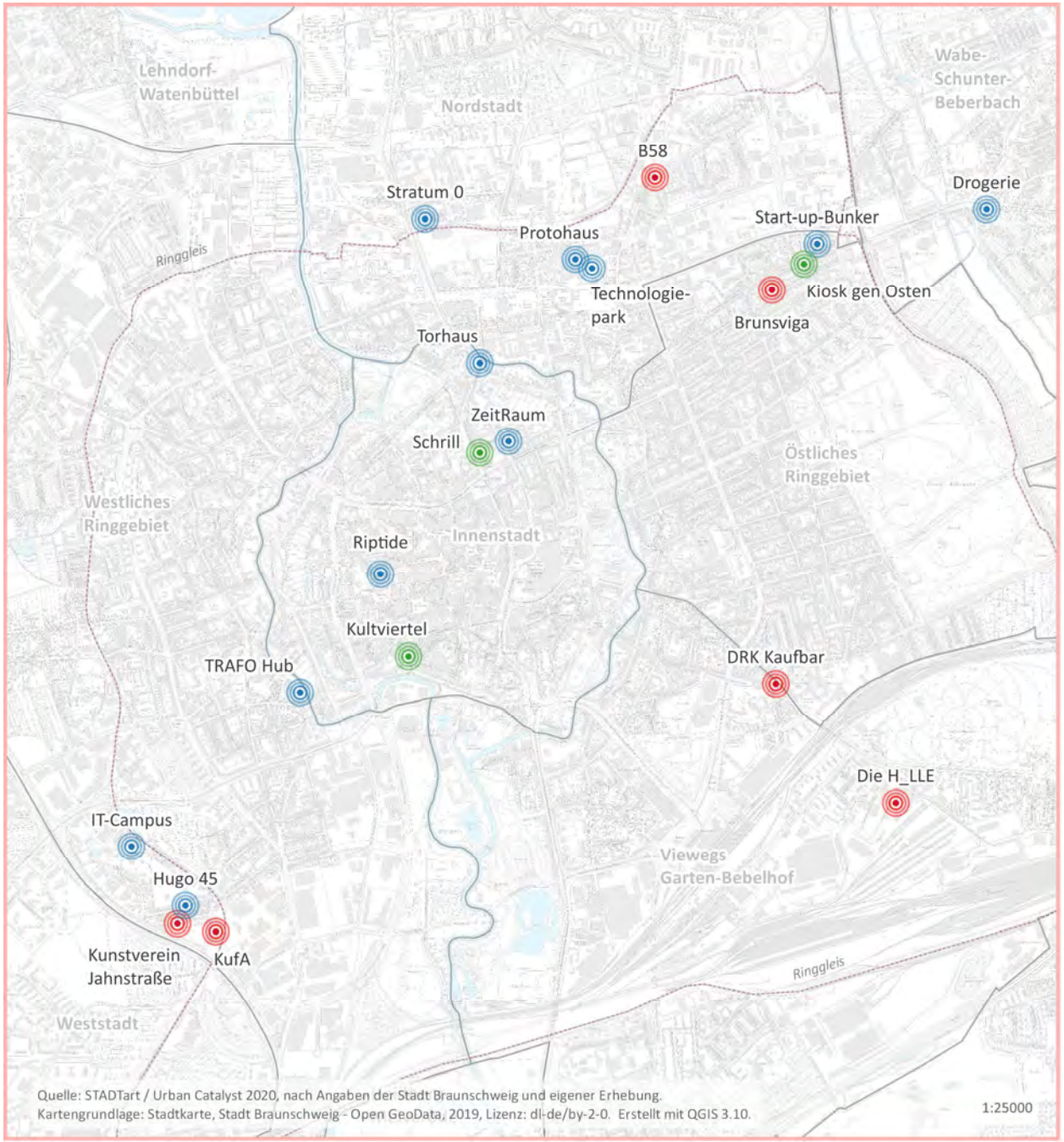
noch Übersicht 1.1: Profile der 22 ausgewählten „Kreativen Orte“ von Einrichtungen/Initiativen in Braunschweig nach zentralen Politikfeldern (Wirtschaftsentwicklung, Kulturentwicklung und andere)

	KULTURENTWICKLUNG	Gründung	Fläche	Spartenbezug	Funktionen	Handlungsfeld
12	**DRK Kaufbar**	2004		Cross Over	Laden, Café und Kulturraum für alle Nationalitäten und Generationen, soziokulturelle Funktion	Interkultur
13	**Kunstverein Jahnstraße**	2011		Bildende Kunst	Bewerbung unpopulärer Kunst/Kultur, Vernetzung von Kulturinteressierten und -schaffenden, soziale Stabilisierung von Stadtteilen	Stadtteilkultur
14	**Kultur- und Kommunikationszentrum Brunsviga**	1981	ca. 3.000 m²	Cross Over	Ort für kreative Entfaltung, Vernetzung sozialer, kultureller und politischer Akteurinnen und Akteure	Soziokultur
15	**B58**	2005	Raum für ca. 200 Pers.	Musik und Cross Over	Förderung und Organisation der Jugendkultur	Jugendkultur
16	**Kunstverein Die H_LLE**	2014		Bildende Kunst	Ausstellungen, Unterstützung junger Künstlerinnen und Künstler, Vernetzung von Kulturinteressierten und -schaffenden	
17	**Quartier Westbahnhof – KufA-Halle**	2019	3.200 m²	Musik	Kulturelles Multifunktionszentrum, Veranstaltungs- und Produktionsort für Kulturwirtschaft und Breitenkultur	
18	**Nachbarschaftszentrum „Haus der Talente“**			Cross Over	Zentraler Quartierstreffpunkt für Begegnung und kulturelle Aktivitäten, soziale Stabilisierung des Stadtteils	Stadtteilkultur
	ANDERE POLITIKFELDER	**Gründung**	**Fläche**	**Andere Bezüge**	**Funktionen**	**Handlungsfeld**
19	**Kultviertel**	2008		Quartier	Weiterentwicklung eines Quartiers für kleinteilige Angebote (Einkaufen, Kultur, Dienstleistungen, Freizeit) und Wohnen	Quartiersentwicklung
20	**Stadtfinder Braunschweig**	2014	ohne festen Standort	Kultur	Verbesserung der Bekanntheit von Kultureinrichtungen, Vernetzung von Kulturinteressierten und -schaffenden	Quartiersentwicklung/ Stadtgesellschaft
21	**Schrill**	2017	ca. 80 qm²	Lokale Demokratie	Aktivierung zur Mitgestaltung der Stadt, Denkanstöße geben wie ein gemeinschaftliches und nachhaltiges Stadtleben aussehen könnte	Bürger, Stadtgesellschaft
22	**Kiosk gen Osten**	2018	Raum für ca. 20 Personen	Quartier, Kultur	Kulturraum für alle soziale Klassen und Denkrichtungen, Verbesserung der Quartierskultur	Quartiersentwicklung

Quelle: STADTart/Urban Catalyst 2020, nach Angaben der Einrichtungen/Initiativen und Internetrecherchen

Übersicht 1.2:

Ausgewählte "Kreative Orte" in Braunschweig



Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft · Kultur · Sonstige

Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000

Exkurs

Zentrale Ergebnisse eines Workshops mit „Kreativen Orten“ in Braunschweig

Bestandteil der Studie war die Durchführung eines Workshops zu den ausgewählten 22 Kreativen Orten. Dazu wurden vorab für jede Einrichtung bzw. Initiative ein auf die Untersuchung zugeschnittenes Profil erstellt, u.a. hinsichtlich Tätigkeit/Angebot, Zielgruppe (als Beispiele Übersichten 1.3, 1.4, 1.5). Themenschwerpunkte des vierstündigen Werkstattgesprächs (u.a. mit einem Mapping) waren:

- Einschätzung der Quartiersentwicklung,
- Ansätze der Vernetzung mit anderen „Kreativen Orten“ in Braunschweig,
- Zentrale Herausforderungen der „Kreativen Orte“ und
- Handlungsvorschläge zu deren Stärkung.

Einschätzung der Quartiersentwicklung

Die Beteiligten bemängelten insbesondere die teilweise geringe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, die „schwache Gastronomie“, die unzureichende Anzahl an Parkplätzen und Nachbarschaftskonflikte. Die meisten der „Kreativen Orte“ bestehen noch nicht lange. Daher können Veränderungen der Quartiere nur punktuell beobachtet

Übersicht 1.3: Profil des wirtschaftsbezogenen TRAFO HUB

TRAFO HUB	
Gründungsjahr	2018
Träger	TRAFO Hub GmbH
Fläche	ca. 1.000 qm Fläche mit über 50 Coworking-Arbeitsplätzen
Tätigkeit/ Angebot	- Vermietung von Coworking-Plätzen in einem offenen Arbeitsbereich sowie von 4 Meeting-/ Seminarräumen - Veranstaltung von Netzwerk- und Communitytreffen zwischen etablierten Unternehmen und Start-ups - Bereitstellung der Eventfläche für externe Kreativ- und Businessformate (z.B. Seminare, Workshops)
Funktion	- Marktplatz für Akteure der digitalen Transformation zum Wissensaustausch, Netzwerken und Realisieren von neuen Geschäftsmodellen (Digital Hub) - Stärkung der wirtschaftlichen Entwicklung in der Region - Hilfe zur Existenzgründung für junge Start-ups
Beschäftigte	2019: 4 Herkunft: Braunschweig und Berlin
Zielgruppe	Kleinunternehmer/IFreelancer, Start-ups, etablierte Unternehmen, Kreative
Finanzierung	private Eigenmittel, erwerbswirtschaftlich
Lage	westliches Ringgebiet, unmittelbar an der Oker
Sonstiges	Kooperation mit dem Haus der Wissenschaft und der Braunschweig Stadt Zukunft GmbH
Website	www.trafohub.de
Adresse	Sophienstr. 40, 38118 Braunschweig

Quelle: *STADTart* / Urban Catalyst 2020

werden. Dazu zählen u.a. die Gründung weiterer kultureller Einrichtungen, Veränderungen der Struktur der Bewohnenden und Nutzenden sowie steigende Mieten oder auch Einzelmaßnahmen wie etwa die Neugestaltung von Straßenräumen.

Ansätze der Vernetzung mit anderen „Kreativen Orten" in Braunschweig:

Die meisten Orte verzeichnen mehrere, teilweise sogar eine Vielzahl und eine große Bandbreite an Kooperationen (u.a. hinsichtlich des Gedankenaustauschs, der Durchführung von Veranstaltungen, der Vermietung von Räumen und Equipment, der Realisierung von Projekten). Die Kooperationen beschränken sich nicht allein auf das Quartier, sondern erstrecken sich auf größere räumliche Bereiche und das gesamte Stadtgebiet, vereinzelt auch darüber hinaus. Die Anzahl und die Bandbreite an Kooperationen der „Kreativen Orte" unterscheiden sich zwischen den wirtschafts- und den kulturbezogen Orten.

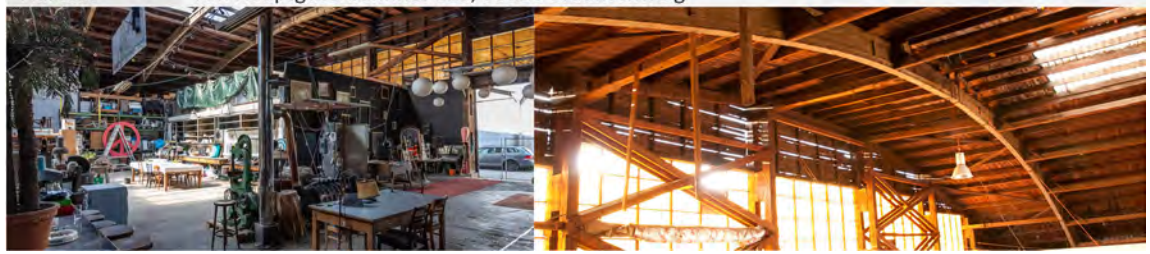
Zentrale Herausforderungen der „Kreativen Orte"

Nach Einschätzung der Beteiligten stehen die „Kreativen Orte vor" folgenden sieben Herausforderungen:

Übersicht 1.4: Profil der kulturbezogenen DIE H_LLE

DIE H_LLE

Gründungsjahr	2014
Träger	Privatinitiative der Eigentümerin Henrike Wenzel (M.A. Kunstwissenschatlerin) mit zahlreichen Unterstützerinnen und Unterstützern
Fläche	langfristig 1.000 qm Hallenfläche (ehemalige Holzlagerhalle), Grundstück gesamt: ca. 3.400 qm
Tätigkeit/ Angebot	- 350 qm Hallenfläche: Designerstammtische, Vernetzungstreffen von Initiativen, privat - Außengelände (Industriebrache) : Konzerte, Lesungen, Ausstellungen, Urban Gardening - Nutzung durch Kunstverein DIE H_LLE e.V.: Künstler- und Kuratorenstammtische, zweitägiges Kunstfestival im Sommer auf dem Außengelände (v.a. HBK-Absolventinnen und -Absolventen) - Vision: Arbeits- und Vernetzungsort für Künstlerinnen und Künstler, Freiberuflerinnen und Freiberufler aus der Kreativwirtschaft, Ateliers, mietbare Einheiten mit Gemeinschaftsflächen, Veranstaltungsort für Initiativen aus Kunst und Kultur, Café/Biergarten (Öffnung in das Quartier)
Funktion	- Stärkung der Kunst- und Kulturszene durch identitätsstiftenden Ort/Freiraum - Unterstützung jg. Künstlerinnen u. Künstler, Vernetzung v. Kulturinteressierten u. -schaffenden - Bereitstellung von Atelier- und Studioflächen für Künstlerinnen und Künstler - Ausstellungsort für Kunst und Ort für Veranstaltungen und Workshops
Beschäftigte	2010: 0 2019: 0
Zielgruppe	Künstlerinnen und Künstler, Kunst- und Kulturinteressierte, Unternehmen, Öffentlichkeit
Finanzierung	erwerbswirtschaftlich, ggf. Förderung
Lage	nahe des Hauptbahnhofs, am Straßenbahndepot, langfristig gute Anbindung an das Ringgleis
Sonstiges	Ziele: Erhalt der außergewöhnlichen Hallenarchitektur von 1963, Öffnung für kreative Nutzungen
Website	www.arealdiehalle.de
Adresse	Am Hauptgüterbahnhof 22a, 38126 Braunschweig



Quelle: *STADT**art*** / Urban Catalyst 2020

- die Sicherung der Finanzierung,
- Unzureichende Bekanntheit bzw. Sichtbarkeit,
- Aufbau von Kooperationen,
- Interne Organisationsentwicklung,
- Akquise von Erweiterungsflächen,
- Rechtliche Vorgaben und
- Beeinträchtigungen durch Baustellen.

Handlungsvorschläge zu deren Stärkung

Vor dem Hintergrund der genannten Herausforderungen schlagen die Beteiligten drei Handlungsschwerpunkte vor:

- Größere Wertschätzung der „Kreativen Orte“ seitens der Stadtverwaltung und der Kommunalpolitik („Stadt als Ermöglicher“, ressortübergreifende Ansprechperson in der Verwaltung, stärkere Unterstützung subkultureller Strömungen),
- Förderung bestehender „Kreativer Orte“ bei gleichzeitiger Verbesserung ihrer Sichtbarkeit (größere Planungssicherheit, interaktive Karte aller „Kreativen Orte“ in der Stadt) und
- Intensivierung und Verstetigung der Vernetzung „Kreativer Orte“ (z.B. regelmäßig durchgeführte Stammtische).

Übersicht 1.5: Profil des schrill (andere Politikfelder)

schrill	
Gründungsjahr	2017
Träger	Gemeinnütziger Verein gegründet aus selbstorganisierter studentischer Initiative. Mit Unterstützung des Institute for Sustainable Urbanism (TU Braunschweig) und der Hausverwaltung HVS
Fläche	ca. 80 qm
Tätigkeit/ Angebot	- Entdeckung und Entwicklung faszinierender Orte in ganz Braunschweig aus z.B. Leerständen - studentische, schrille Ideen und Aktionen zur Aktivierung des Stadtlebens (z.B. Stadtspaziergänge, Ausstellungen, Konzerte, Workshops etc.) - Nutzung vorhandener Ressourcen, Erzielung einer großen Wirkung mit geringem Mitteleinsatz - Förderung junger Kreativer durch Unterstützung der Projekte (Erfahrungsaustausch, Bereitstellung unserer Ressourcen, Räumlichkeiten ...)
Funktion	- Aufwertung und Gestaltung der Stadt und ihres Erscheinungsbildes - Erweiterung des kulturellen Angebots - Aktivierung der Stadtbewohner/innen zur Mitgestaltung von Braunschweig - Denkanstöße geben wie ein gemeinschaftliches und nachhaltiges Stadtleben aussehen könnte
Beschäftigte	2010: 4 2019: 15 Herkunft: interdisziplinäres Kernteam aus 15 Studierenden und jungen Arbeiter/innen
Zielgruppe	Studierende, Bürger/innen der Stadt
Finanzierung	Spenden
Lage	nördliche Innenstadt
Sonstiges	
Website	www.schrill.eu facebook.com/schrill.braunschweig/ instagram.com/schrill.bs/
Adresse	Wendenstr. 60/61, 38100 Braunschweig

Quelle: *STADTart* / Urban Catalyst 2020

2 Identifizierung von Fokusräumen der „Kreativen Orte“ im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft

Für die Darstellung der Schnittstelle zwischen „Kreativen Orten“ und der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Quartiersentwicklung reichen Angaben zur Anzahl der Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft allein nicht aus. Vielmehr bedarf es genauerer Kenntnisse der Standortstruktur der Branche. Daher wurde eine entsprechende Erhebung durchgeführt. Die Standortstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft ist erfahrungsgemäß das Ergebnis von einigen gebietsbezogenen Einflussfaktoren wie etwa das kleinräumige Mietpreisniveau oder die Gebäudestruktur. Diese und weitere Faktoren beeinflussen auch die zukünftige gebietsbezogene Entwicklung. Dabei kann zwischen folgenden standortrelevanten Indikatoren unterschieden werden:

- Bebauungsstruktur, Gebäudealter und Nutzungsstruktur,
- Immobilienpreise,
- Standorte der Hochschuleinrichtungen,
- Demografische und soziale Merkmale von Quartieren,
- Kultureinrichtungen und Go-Areas des Stadt- und Kulturtourismus.

2.1 Ergebnisse der Verortung der Kultur- und Kreativwirtschaft

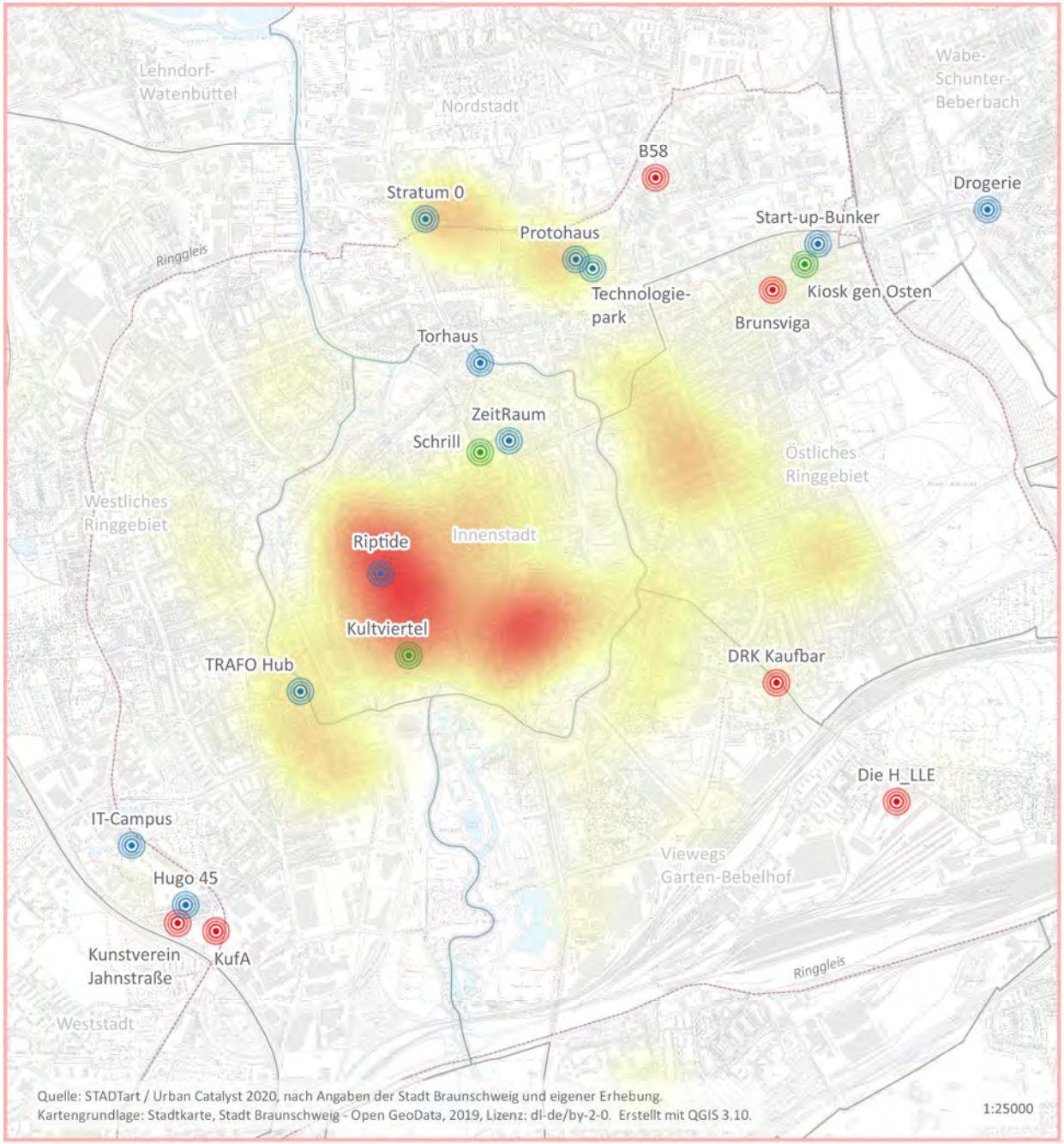
Zur Erhebung von Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig wurden Adressverzeichnisse (u.a. „Gelbe Seiten“, im Internet) sowie Veranstaltungskalender ausgewertet. Im Ergebnis konnten aus allen Teilmärkten der Branche 650 Selbstständige und Unternehmen identifiziert und anhand von Angaben zur Postleitzahl, Straße, Hausnummer räumlich verortet werden (zur Repräsentativität der Daten etc. ausführlich Anhang 1). Die Verortung zeigt, dass die Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sich in einigen Gebieten von Braunschweig konzentrieren (Übersichten 2.1.1 und 2.1.2). Dies sind vor allem:

- die Innenstadt mit drei unterschiedlichen räumlichen Clustern, darunter einem ausgeprägten Cluster in der westlichen Innenstadt (vom Kultviertel bis zur Langen Straße), einem Cluster um das Magniviertel und etwas weniger ausgeprägt in der östlichen Innenstadt.
- Einige deutlich geringer ausgeprägte räumliche Schwerpunkte befinden sich am Innenstadtrand wie etwa im östlichen Ringgebiet (Hagenring/TU Braunschweig), im westlichen Ringgebiet (Frankfurter Straße/Luisenstraße) und nördlich um die Ludwigstraße.

Differenziert nach quantitativ bedeutenden Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt die Verortung folgende, teilweise von der branchenbezogenen Standortstruktur abweichende, räumliche Cluster (Übersichten 2.1.2 und 2.1.3):

- Die identifizierten Selbstständigen und Unternehmen der Designwirtschaft (104) haben ihren Sitz überwiegend in der Innenstadt.
- Im Architekturmarkt (134) bestehen demgegenüber mehrere kleinere Cluster. Besondere räumliche Schwerpunkte liegen dabei in der östlichen Innenstadt und im östlichen Ringgebiet.
- Im Werbemarkt (69) konzentrieren sich die identifizierten Firmen im Kultviertel der Innenstadt.
- Eine völlig andere Standortstruktur zeigt sich hinsichtlich der Software-/Games-Industrie. Die identifizierten Selbstständigen und Unternehmen (89) haben ihren Sitz kaum in der Innenstadt, sondern konzentrieren sich in drei kleinen Clustern südlich und nördlich des Stadtkerns.

Die Zusammenschau der Standortstrukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der 22 „Kreativen Orte“ macht deutlich, dass beide sich nur ansatzweise decken (Übersicht 2.1.1). die „Kreativen Orte“ stehen also bislang nur bedingt mit einer



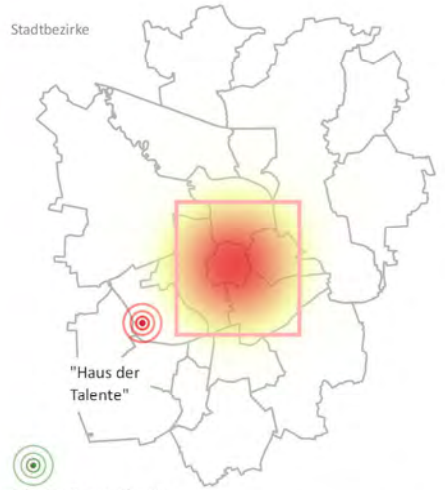
Übersicht 2.1.1:

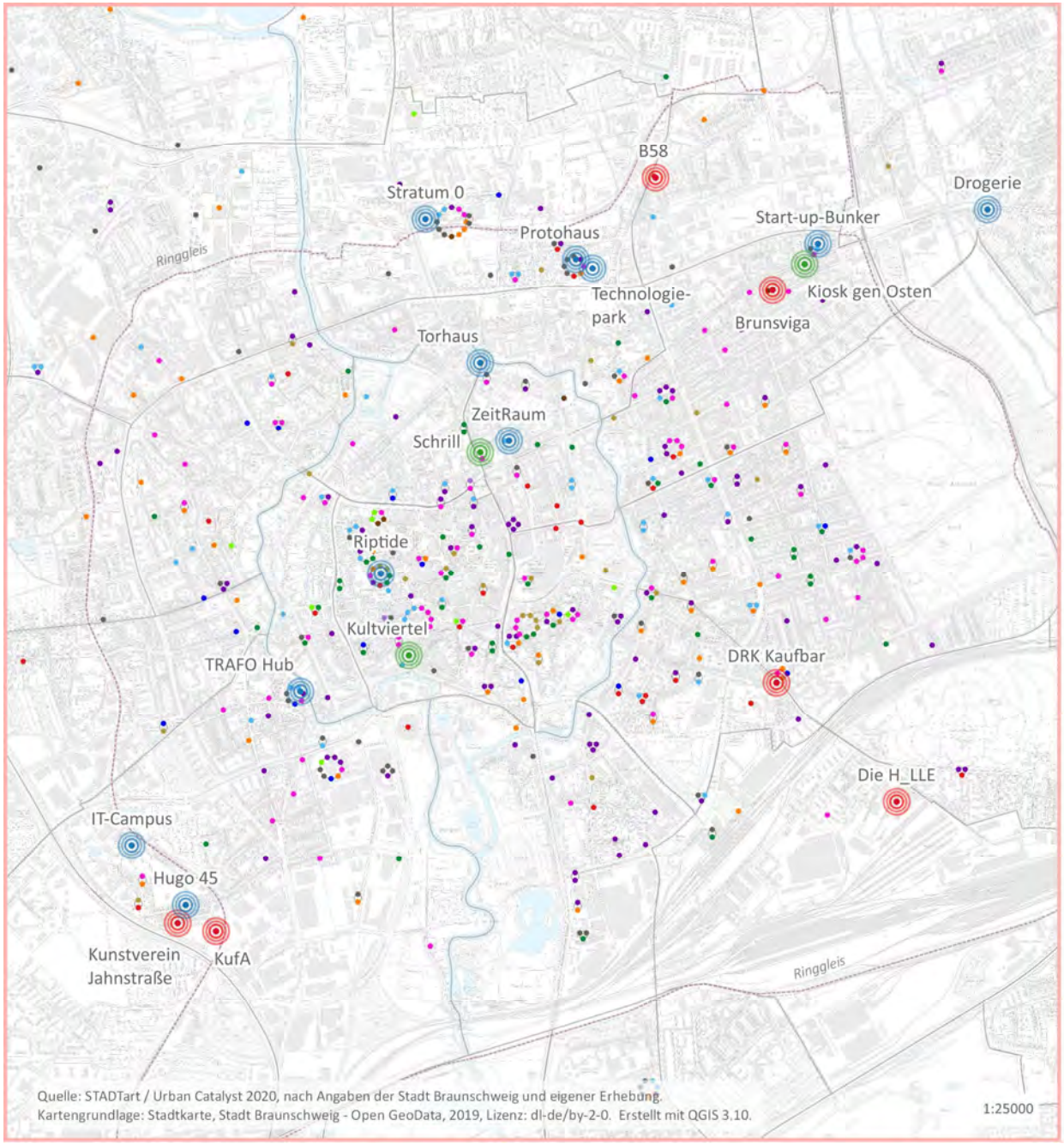
Räumliche Schwerpunkte der Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig

650 verortete Unternehmen/Selbstständige

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft | Kultur | andere Politikfelder





Übersicht 2.1.2:

Verteilung der Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig

- Musikwirtschaft
- Buchmarkt
- Kunstmarkt
- Filmwirtschaft
- Rundfunkwirtschaft
- Designwirtschaft
- Architekturmarkt
- Pressemarkt
- Markt für darstellende Künste
- Werbemarkt
- Software-/Games-Industrie
- Sonstige

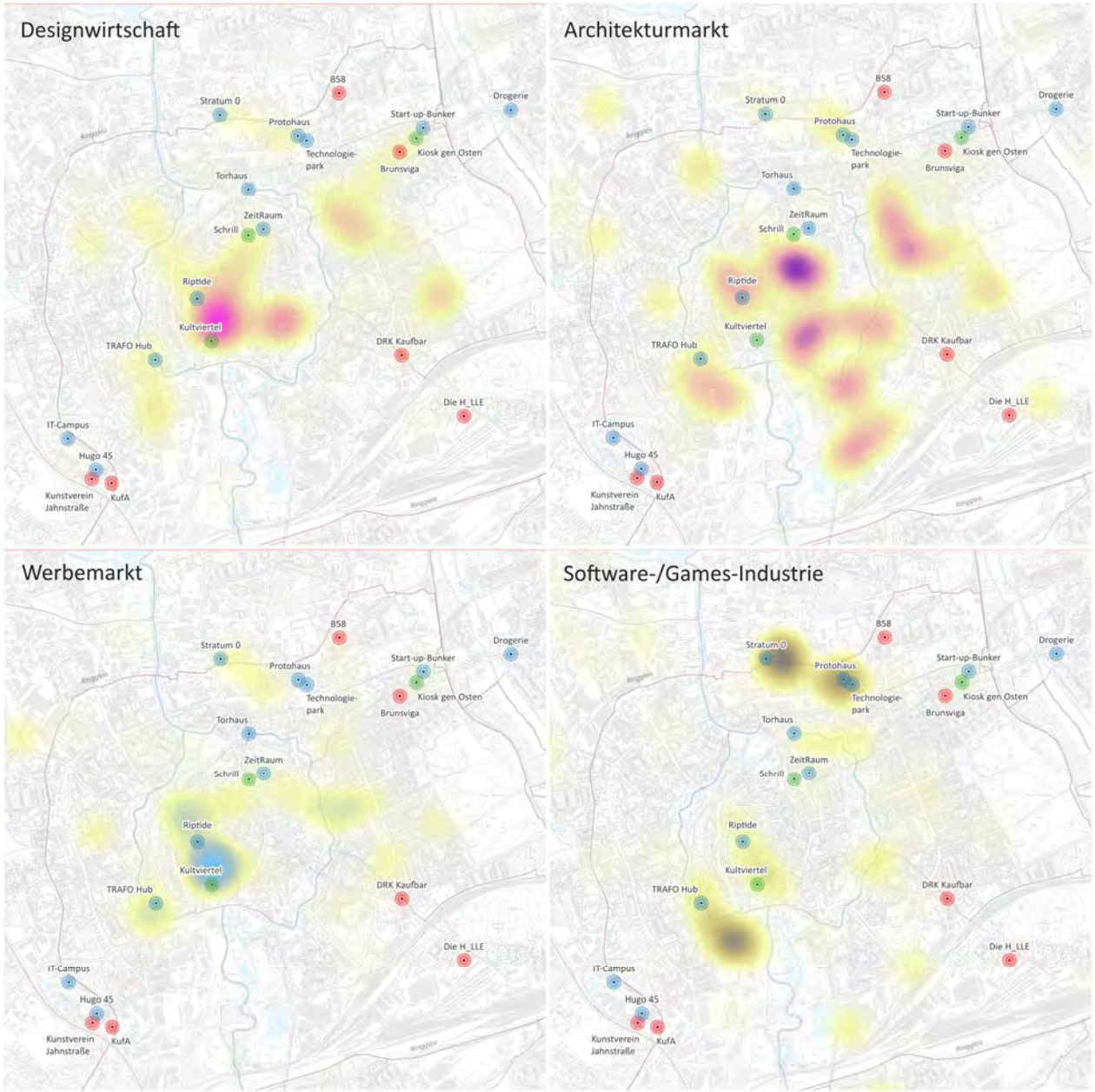
650 verortete Unternehmen/Selbstständige

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft · Kultur · andere Politikfelder

Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000



Übersicht 2.1.3:

Räumliche Schwerpunkte der Unternehmen und Selbstständigen ausgewählter Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Anzahl verorteter Unternehmen/Selbständiger in Braunschweig je Teilmarkt

Designwirtschaft:	104
Architekturmarkt:	134
Werbemarkt:	69
Software-/Games-Industrie:	89

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft Kultur andere Politikfelder

Quelle: STADTart/Urban Catalyst 2020, nach Angaben der Stadt Braunschweig und eigener Erhebung.
Kartengrundlage: Stadtkarte, Stadt Braunschweig - Open GeoData, 2019, Lizenz: dl-de/by-2-0. Erstellt mit QGIS 3.10.

quartiersbezogenen Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Zusammenhang. Dies trifft im Innenstadtbereich insbesondere auf das „Riptide“ und das „Kultviertel“ zu. Bezüglich des südlichen und nördlichen Innenstadtrands zeigt sich ansatzweise eine stark von der räumlichen Verteilung der Firmen in der Software-/Games-Industrie beeinflusste Deckungsgleichheit hinsichtlich des „TRAFO Hubs“, des „Stratum 0“, des „Protohauses“ und des „Technologieparks“.

2.2 Gebietsbezogene Indikatoren der „Kreativen Orte“ im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft

Aufgrund der Lage weisen die ausgewählten „Kreativen Orte“ unterschiedliche Standortbedingungen auf, wodurch sowohl die gebietsbezogene Entwicklung als auch die der Kultur- und Kreativwirtschaft beeinflusst wird. Dies zeigen empirische Studien (für Berlin STADTart/Kunzmann/Culture Concepts 2007, für Hamburg Urban Catalyst 2010, RVR/ STADTart 2010). Zentrale, für die Gebietsentwicklung und die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft relevante Indikatoren, die teilweise miteinander korrelieren (z.B. Immobilienpreis und Gebäudealter), sind nach diesen Studien insbesondere:

- Gebäudealter, Bebauungs- und Nutzungsstruktur,
- Immobilienpreise,
- Demografische und soziale Merkmale,
- Standorte der Hochschuleinrichtungen und Gewerbegebiete sowie
- Standorte der Kultureinrichtungen und Szenen- und Tourismusviertel.

Hinsichtlich dieser Indikatoren, zu denen auch kleinräumige Daten in unterschiedlicher Körnigkeit und damit Differenzierung verwendet werden konnten, kommt die gebietsbezogene Standortanalyse zu folgenden Ergebnissen:

Indikator: Gebäudealter, Bebauungs- und Nutzungsstruktur

Mit Ausnahme des „Hauses der Talente“ befinden sich die 22 ausgewählten „Kreativen Orte“ in verdichteten Mischgebieten, die bis 1918 entstanden sind oder an deren Rand (Übersicht 2.2.1). Solche zentral gelegenen Mischgebiete sind traditionell die Innenstadt und die frühen Stadterweiterungsgebiete. Diese weisen vielfach eine Blockrandbebauung mit einer kleinteiligen und oftmals flexibel nutzbaren Bebauungsstruktur, mit baulich attraktiven Büro- und Gewerbeflächen auf, u.a. in Hinterhoflagen. Die in der Kultur- und Kreativwirtschaft als urban angesehene kleinräumige Nutzungsmischung von Arbeiten, Wohnen, Gastronomie etc. ist für weite Teile der Branche besonders attraktiv. Diese Bedingungen erleichtern u.a. den Aufbau von Kontakten und Kooperations- bzw. Produktionsnetzwerken. Schon heute sind diese Areale in Braunschweig bevorzugte Standorte von Selbstständigen und Unternehmen vor allem in den dienstleistungsbezogenen Teilmärkten der Designwirtschaft, im Werbemarkt und nicht ganz so ausgeprägt auch im Architekturmarkt (Übersicht 2.1.3).

Indikator: Immobilienpreise

Hinsichtlich der Lagen und Preise auf dem Immobilienmarkt stellt sich die Standortsituation auf der Basis eines Marktreports von 2019/2020 sehr unterschiedlich dar (Übersicht 2.2.2). Sechs der „Kreativen Orte“ (sowohl wirtschafts- als auch kulturbezogen) liegen in den sehr guten und überwiegend teuersten Lagen in der Stadt und sprechen damit überwiegend am Markt schon erfolgreiche Unternehmen mit hoher Mietzahlungsfähigkeit an. In Braunschweig sind dies vor allem Unternehmen und Selbstständige der Designwirtschaft, des Werbemarkts und des Architekturmarkts (Übersichten 2.1.3 und 2.2.2). Sieben der „Kreativen Orte“ haben ihren Standort in guten bis mittleren Lagen und entsprechenden Preisen. Alle anderen liegen in oder am Rande von Gewerbe- und Industrieflächen. Bezüge dieser Orte zur räumlichen Verteilung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen sich derzeitig insbesondere hinsichtlich der Software-/Games-Industrie in überwiegend mittleren Lagen bzw. Preisen.

Indikator: Demografische und soziale Merkmale

Unter Berücksichtigung unterschiedlicher Altersgruppen (Übersicht 2.2.3) liegen alle ausgewählten „Kreativen Orte“ in Stadtgebieten mit einer vergleichsweise eher jüngeren Bevölkerungsstruktur (mehrheitlich unter 40 Jahren, darunter mit einem hohen Anteil bei der Altersgruppe zwischen 20 und 40 Jahre). Nur in der Innenstadt von Braunschweig und hinsichtlich des Technologieparks, des Protohauses und Stratum 0 deckt sich diese Struktur mit den identifizierten kleinräumigen Clustern der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Ein möglicher Indikator zur Beschreibung des sozialen Umfelds der „Kreativen Orte“ ist die kleinräumige Arbeitslosenquote. Am höchsten ist diese mit 5,4 - 6,5 Prozent (2016) in den südwestlich gelegenen Innenstadtrandgebieten mit den „Kreativen Orten“ TRAFO-Hub, IT-Campus, Hugo 45, KufA und Kunstverein Jahnstraße (Übersicht 2.2.4). An den anderen Standorten der „Kreativen Orte“ ist diese teilweise deutlich niedriger. Der Indikator der kleinräumigen Arbeitslosenquote deckt sich in dieser Abstufung weitgehend mit dem Anteil der SBG II-Beziehenden unter 6 Jahren (Übersicht 2.2.5). Deutlich anders stellt sich das soziale Umfeld der „Kreativen Orte“ hinsichtlich des Bevölkerungsanteils mit Migrationshintergrund dar (Übersicht 2.2.6). Bis auf die „Kreativen Orte“ Brunsviga, Kiosk gen Osten und DRK Kaufbar mit einem Anteil von 20 bis 30 Prozent liegen die anderen Orte nahezu ausschließlich in oder am Rand von Gebieten mit einem Migrationsanteil von 40 bis 50 Prozent. In der Zusammenschau der ausgewählten sozialen Indikatoren zeigt sich, dass diese nur vereinzelt die Bildung von räumlichen Clustern in der Kultur- und Kreativwirtschaft negativ beeinflussen, insbesondere scheint dies auf die Standorte des IT-Campus, Hugo 45, KufA und Kunstverein Jahnstraße zuzutreffen. Da sich deren Standorte in einfachen Lagen bei günstigen Immobilienpreisen befinden, die erfahrungsgemäß von mietpreisempfindlichen Selbständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft bevorzugt werden, ist davon auszugehen, dass andere Aspekte eine Rolle spielen, u.a. der „weiche Faktor“ Quartiersimage.

Indikator: Standorte der Hochschuleinrichtungen und Gewerbegebiete

Von den 22 „Kreativen Orten“ haben neun ihren Standort in der Nähe der hochschulbezogenen Ausbildungseinrichtungen und Institute nördlich der Innenstadt (Übersicht 2.2.7). In diesem Areal befinden sich schon heute unternehmensbezogene Dienstleister bzw. sieht das Gewerbeflächenkonzept der Stadt von 2016 entsprechende Flächen vor. Dass diese für Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgrund von Spin-Off-Effekten wichtige Ankerpunkte sein können, zeigt sich schon heute, insbesondere hinsichtlich der Entwicklung der Software-/Games-Industrie (Übersicht 2.1.3). Hier gibt es zwei kleinere Cluster dieses Teilmarkts. Für den Standort der Hochschule für Bildende Künste südwestlich der Braunschweiger Innenstadt lässt sich eine solche Wirkung zurzeit noch nicht

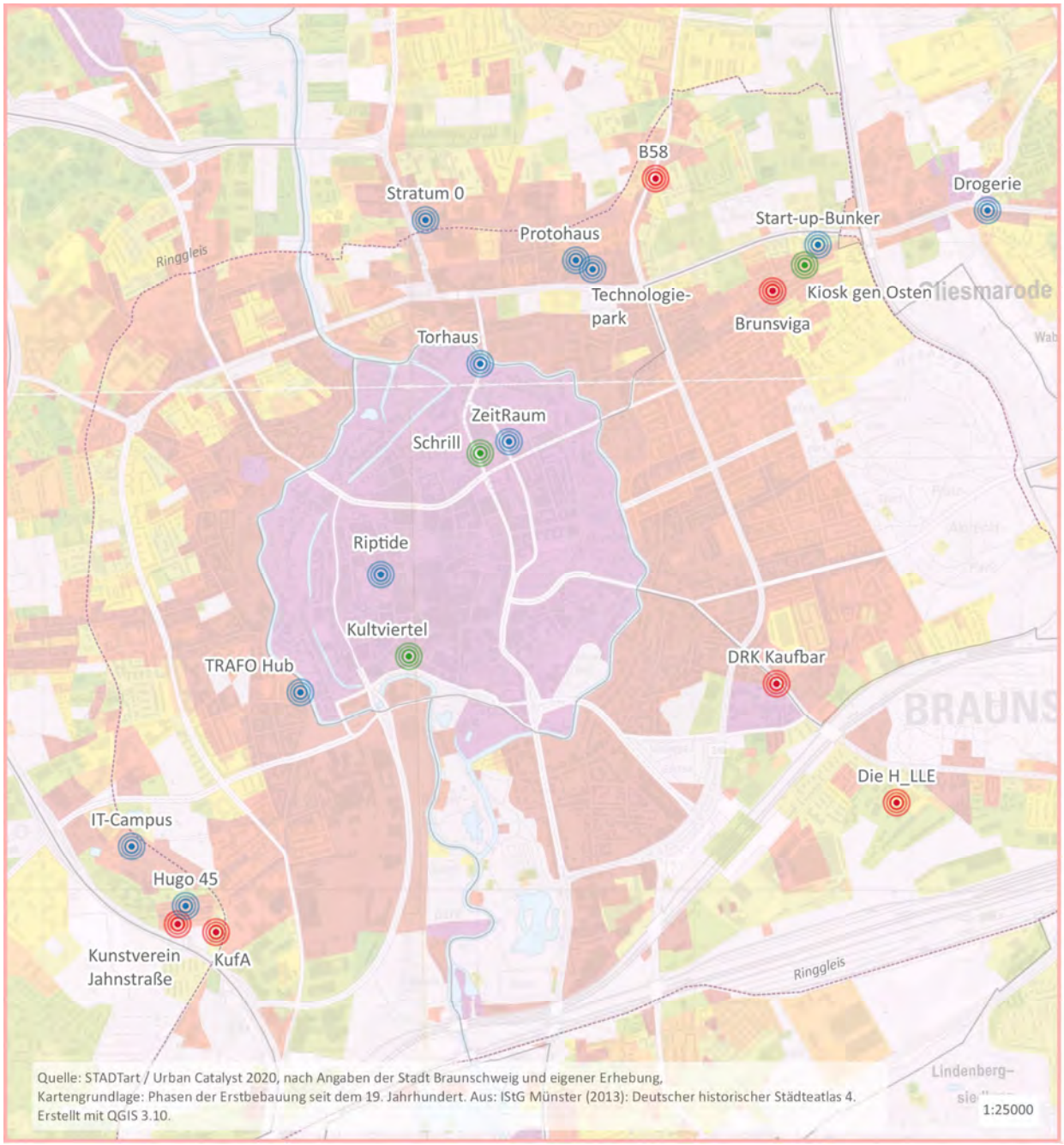
feststellen. Dieser Umstand bedarf einer vertiefenden Analyse. Ein Ansatz zur Verbesserung der Situation bietet das Best-Practice-Beispiel in Kiel (Kapitel 4.2). Der „Kreative Ort“ Die H_lle liegt südöstlich des Hauptbahnhofs und damit in der nach dem Gewerbeflächenkonzept ausgewiesenen Innovationszone Ringgleis. Diese Situation eröffnet die Möglichkeit den Ort als Ankerpunkt in eine entsprechende quartiersbezogene Entwicklung einzubinden.

Indikator: Standorte der Kultureinrichtungen und Szenen- bzw. Tourismusviertel

Die „Kreativen Orte“ ZeitRaum, Schrill, Riptide und Kultviertel befinden sich im Stadtzentrum von Braunschweig und damit in unmittelbarer Nähe zu den meisten Kultureinrichtungen der Stadt und teilweise auch zu den in der lokalen Medienöffentlichkeit häufig promoteten Szene- bzw. Tourismusvierteln, insbesondere das Magni- und das Ägidienviertel im Osten, sowie das Michaelisviertel (Übersicht 2.2.8). Gleichzeitig ist das Stadtzentrum ein bedeutendes Cluster vor allem bei den dienstleistungsbezogenen Teilmärkten der Designwirtschaft, des Werbemarkts und nicht ganz so ausgeprägt auch des Architekturmarkts (siehe auch den Indikator „Gebäudealter, Bebauungs- und Nutzungsstruktur“). Die vorhandenen Kultureinrichtungen und Szene- bzw. Tourismusviertel sind für diese Teilmärkte insbesondere hinsichtlich eines attraktiven Nutzungsmix von Bedeutung. Dazu sind besucherbezogene Angebote der Kultur- und Kreativwirtschaft wie etwa Musikschulen, Kunstgalerien, Antiquariate, Privattheater und der stationäre Buchhandel wichtige Frequenzerzeuger für die Innenstadt und den dort ansässigen Einzelhandel.

Übersicht 2.2.1:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Phasen der Stadtbebauung



bis 1830
1831 - 1890
1891 - 1918
1919 - 1932
1933 - 1945
1946 - 1959
1960 - 1989
seit 1990

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

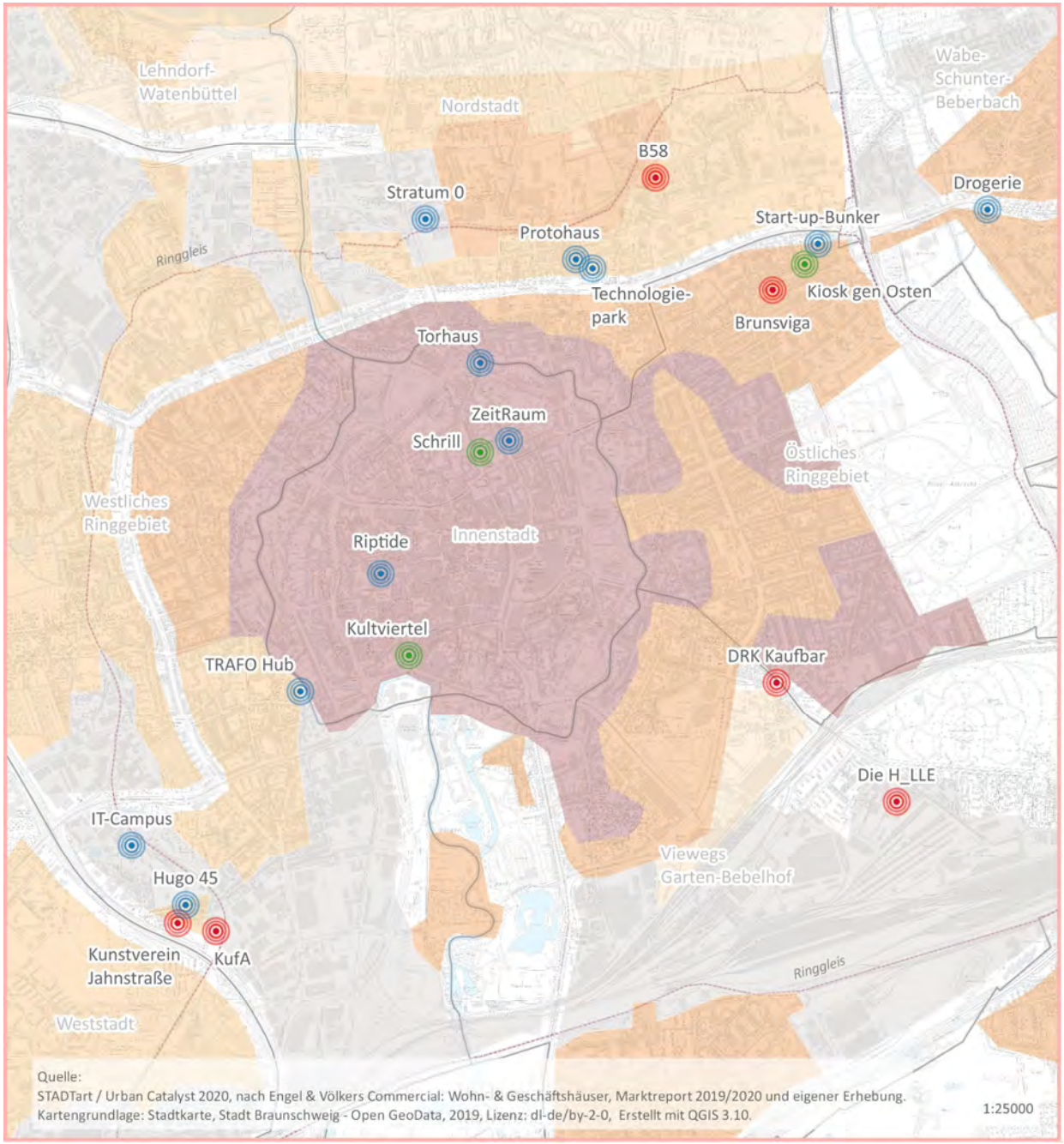
Wirtschaft
Kultur
andere Politikfelder

Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000

Übersicht 2.2.2:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Lagen und Preis für Wohn- und Geschäftshäuser

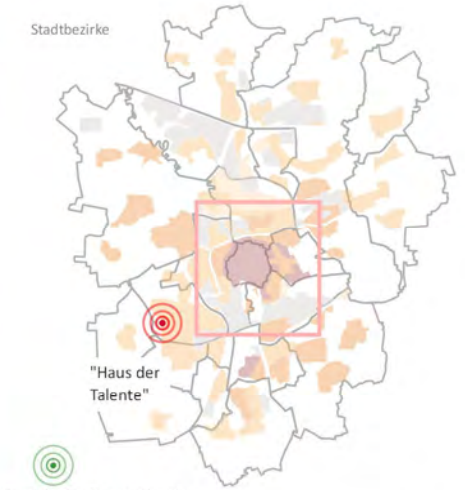


Lage/Preise 2019

- sehr gute Lage 1.600 - 2.700 EUR/m²
- gute Lage 1.400 - 2.300 EUR/m²
- Mittlere Lage 1.100 - 1.600 EUR/m²
- Einfache Lage 750 - 1.000 EUR/m²
- Gewerbe- /Industriefläche

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft · Kultur · andere Politikfelder

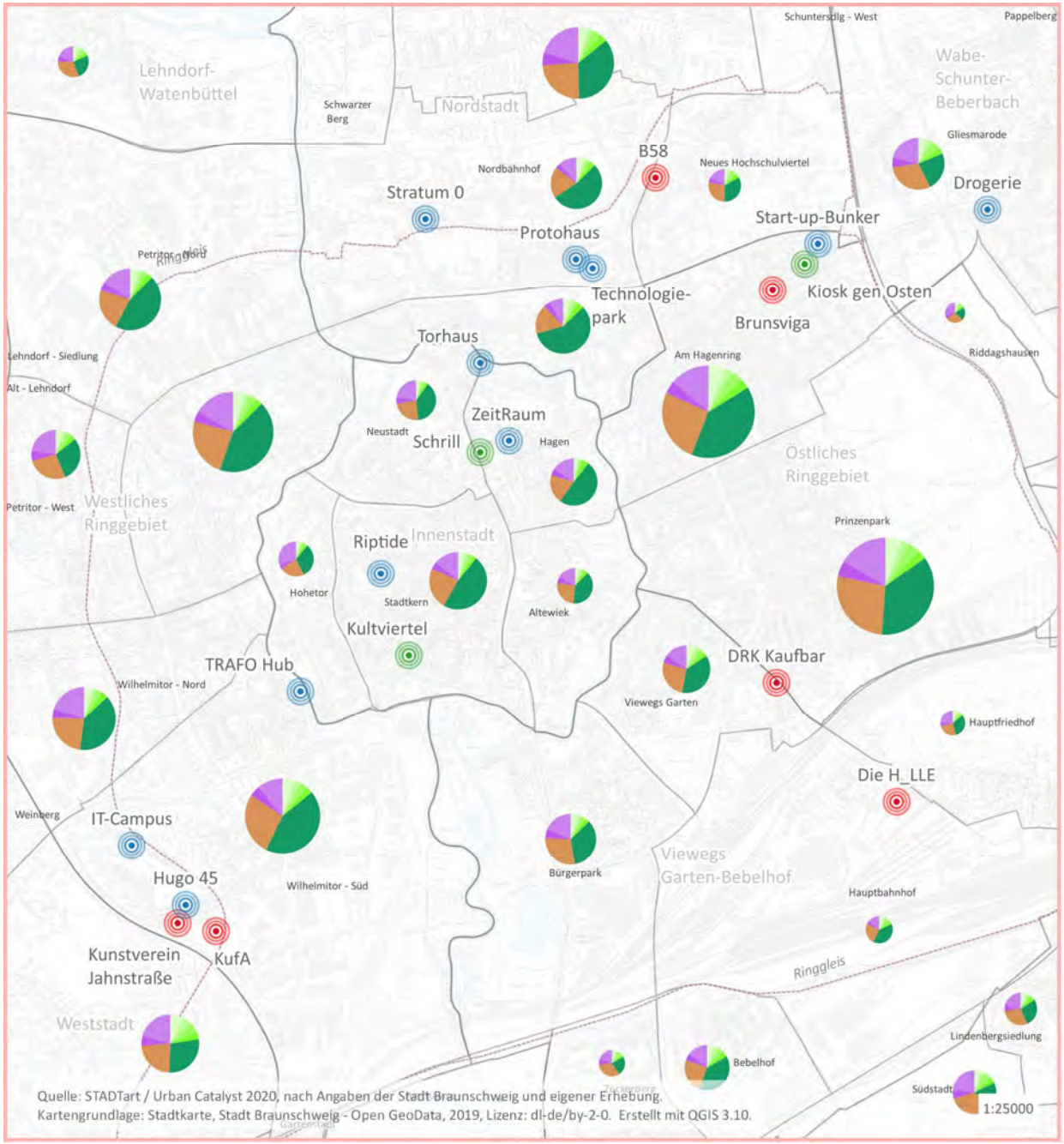


Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000

Übersicht 2.2.3:

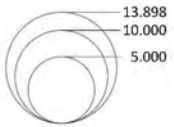
Ausgewählte "Kreative Orte" und Altersstruktur



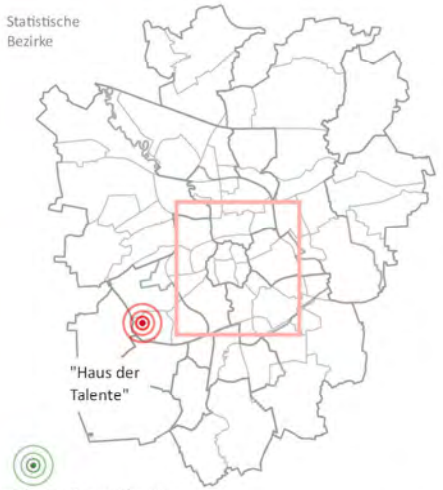
Altersgruppen

- unter 6 Jahren
- 6 bis unter 10
- 10 bis unter 16
- 16 bis unter 20
- 20 bis unter 40
- 40 bis unter 60
- 60 bis unter 65
- 65 und älter

Einwohner/innen je statistischem Bezirk (31.12.2017)



Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

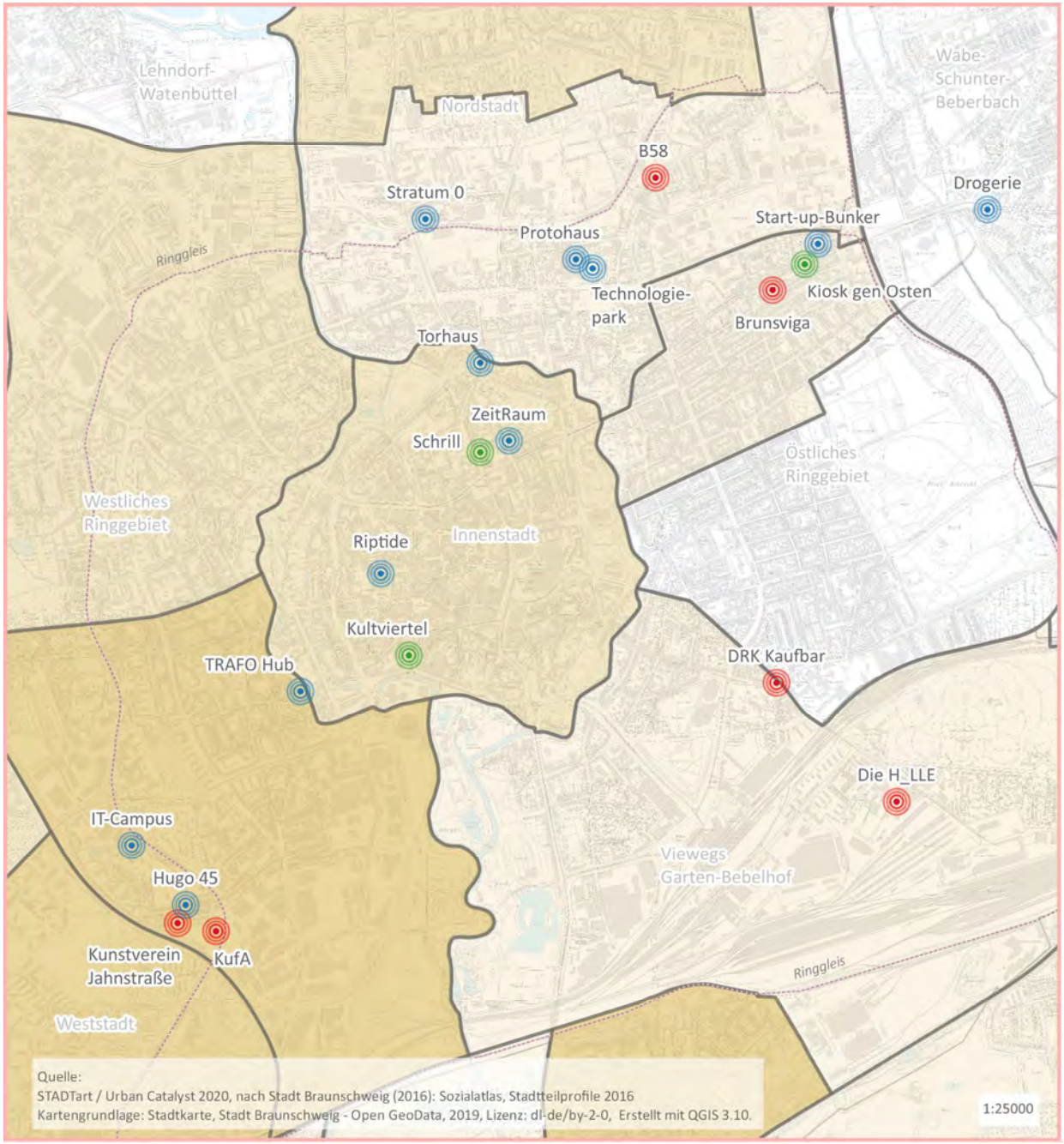


Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000

Übersicht 2.2.4:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Anteil der Arbeitslosen

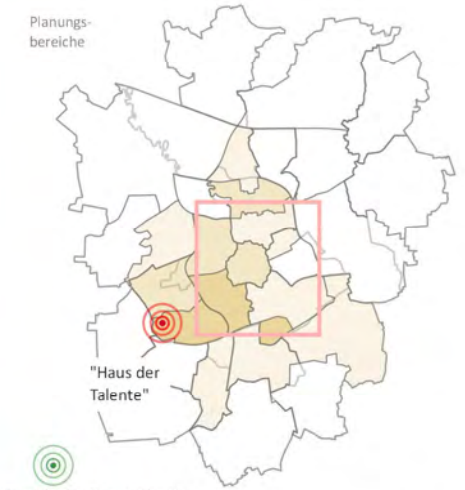


Anteil der Arbeitslosen (in Prozent)

- 1,0 - 2,4
- 2,5 - 4,0
- 4,0 - 5,4
- 5,4 - 6,5

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft | Kultur | andere Politikfelder

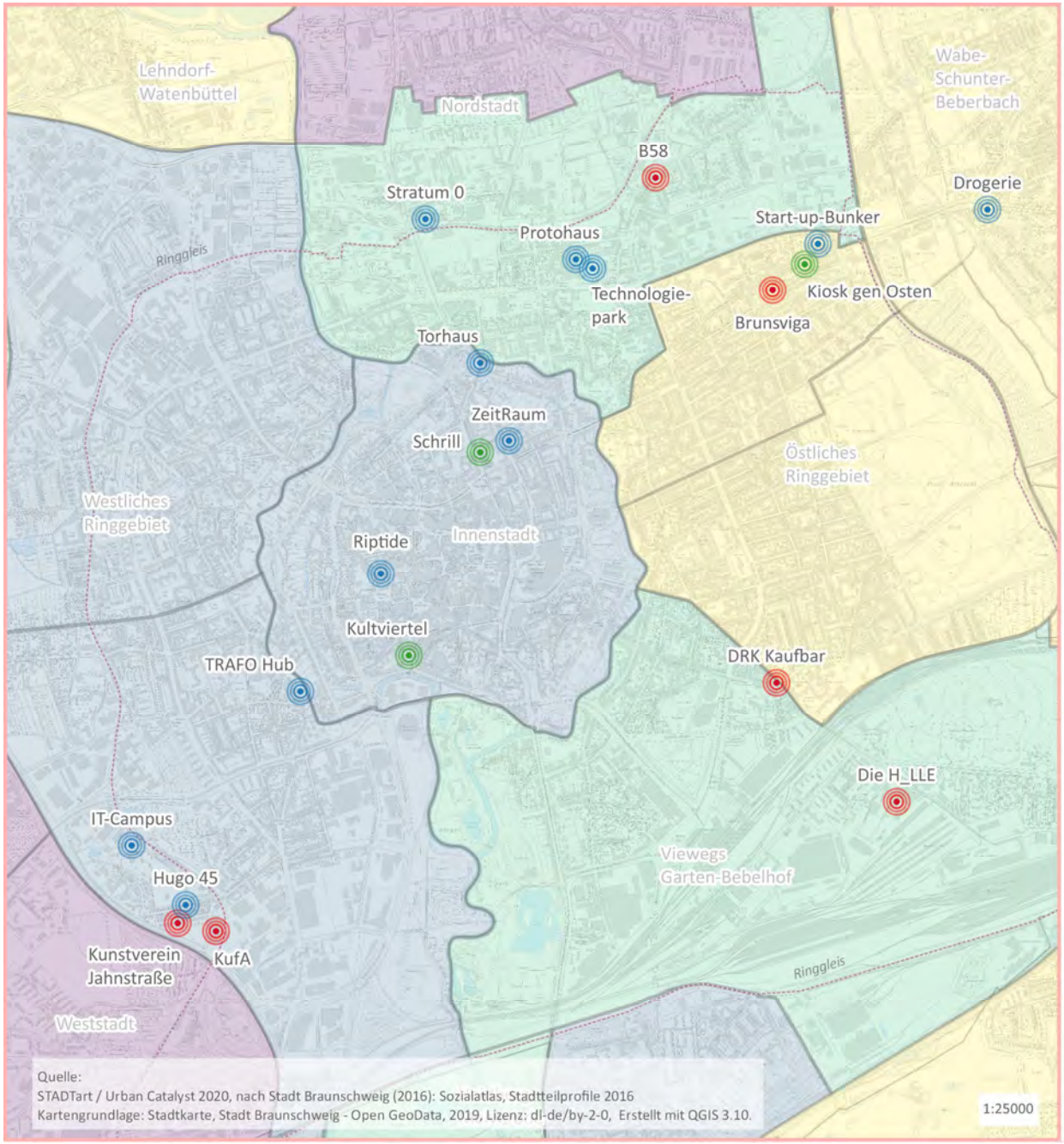


Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000

Übersicht 2.2.5:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Anteil der SGB II-Bezieher unter 6 Jahren

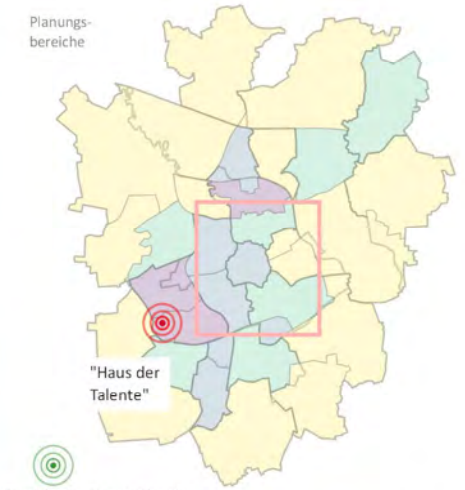


Anteil von Kindern unter 6 Jahren mit SGB II-Bezug (31.12.2015)

- weniger als 10 %
- 10 - 19,9 %
- 20 - 20,9 %
- 30 - 40,2 %

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft · Kultur · andere Politikfelder

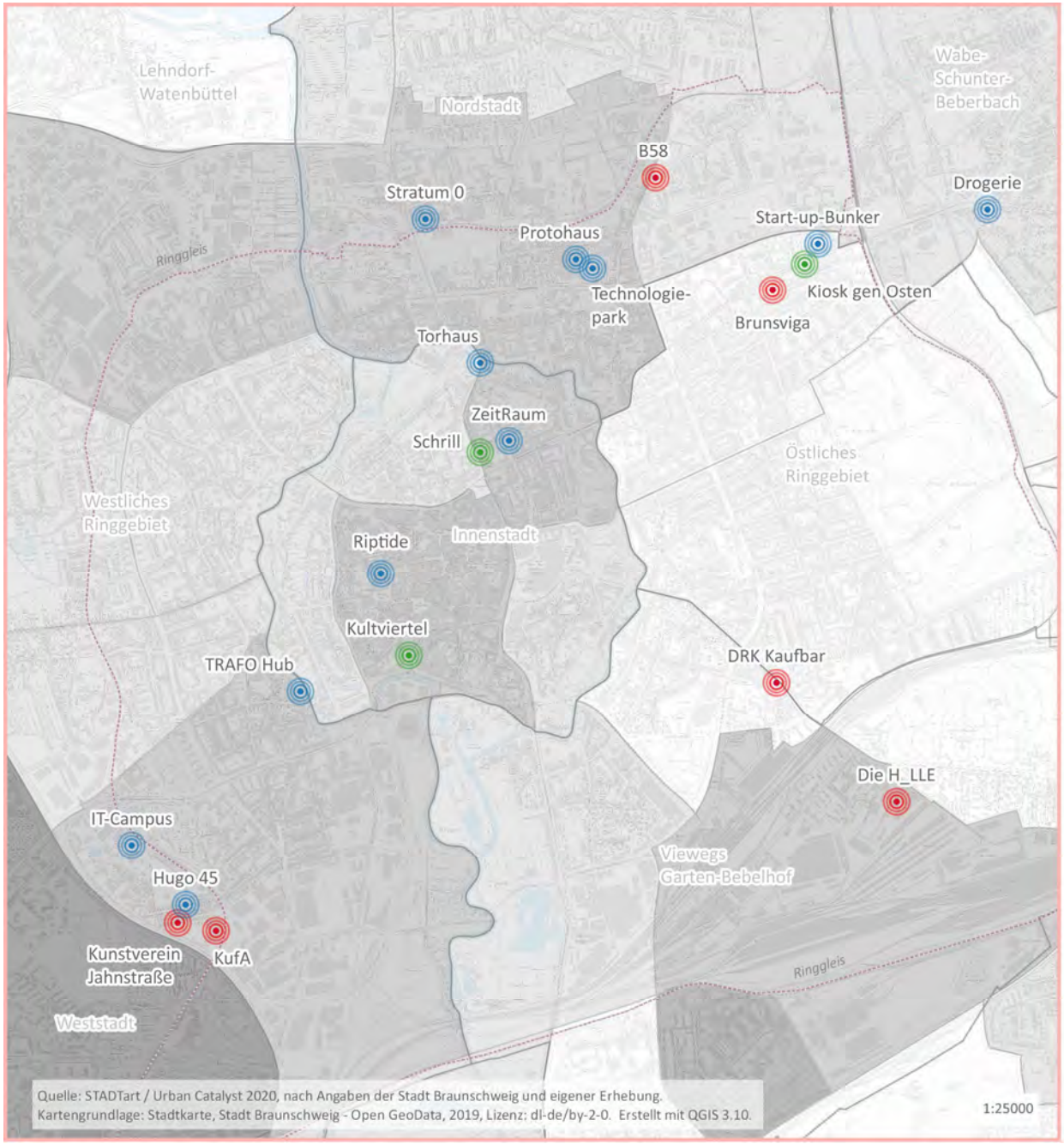


Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000

Übersicht 2.2.6:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Migrationshintergrund

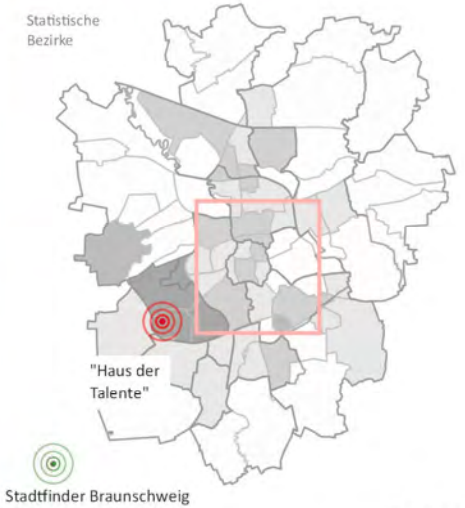


Bevölkerungsanteil mit Migrationshintergrund

- 50 bis <57%
- 40 bis <50%
- 30 bis <40%
- 20 bis <30%
- 10 bis <20%

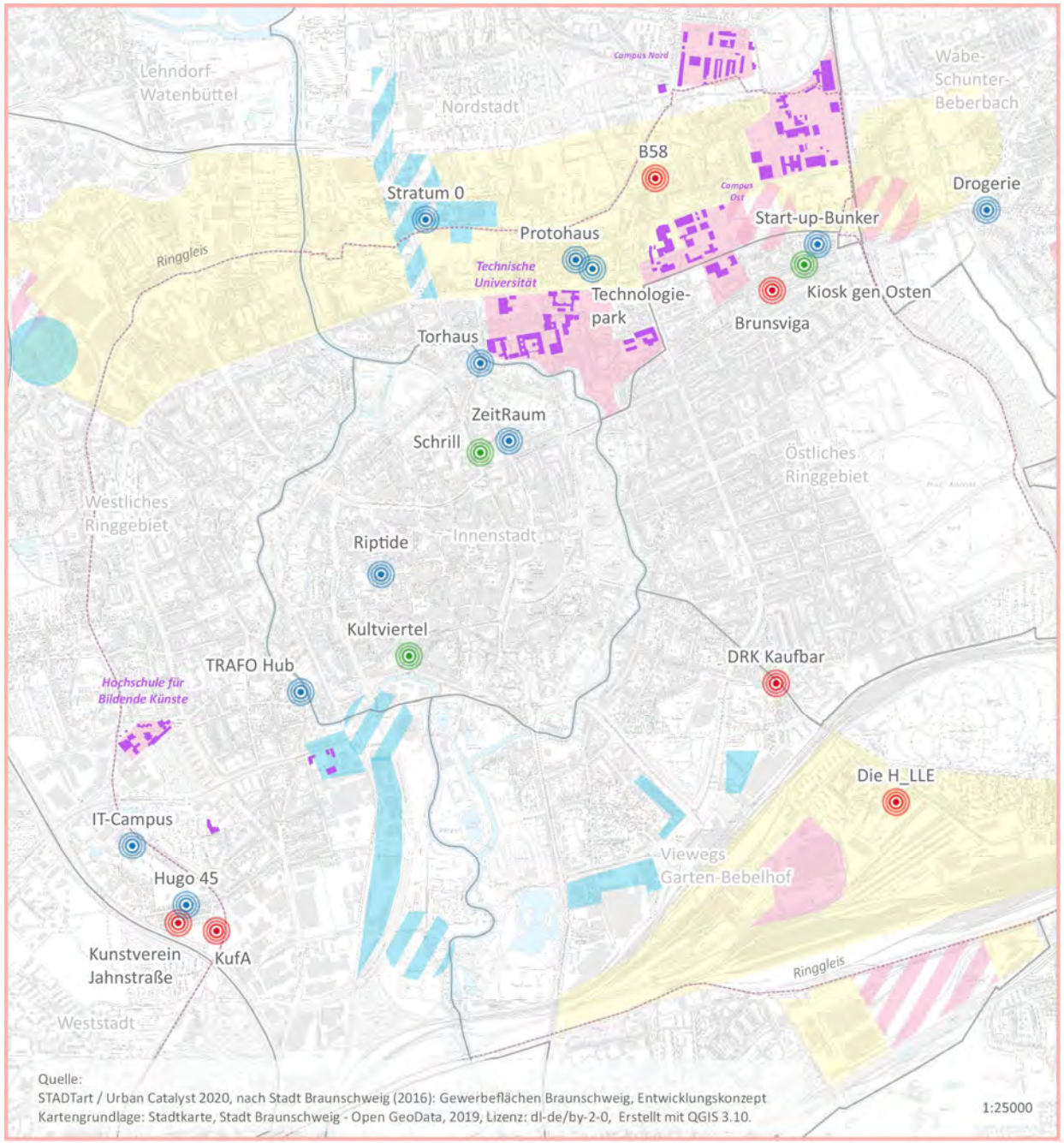
Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft · Kultur · andere Politikfelder



Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000



Übersicht 2.2.7:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Gewerbeflächen für wissensbasierte Arbeitsstätten und Hochschulstandorte

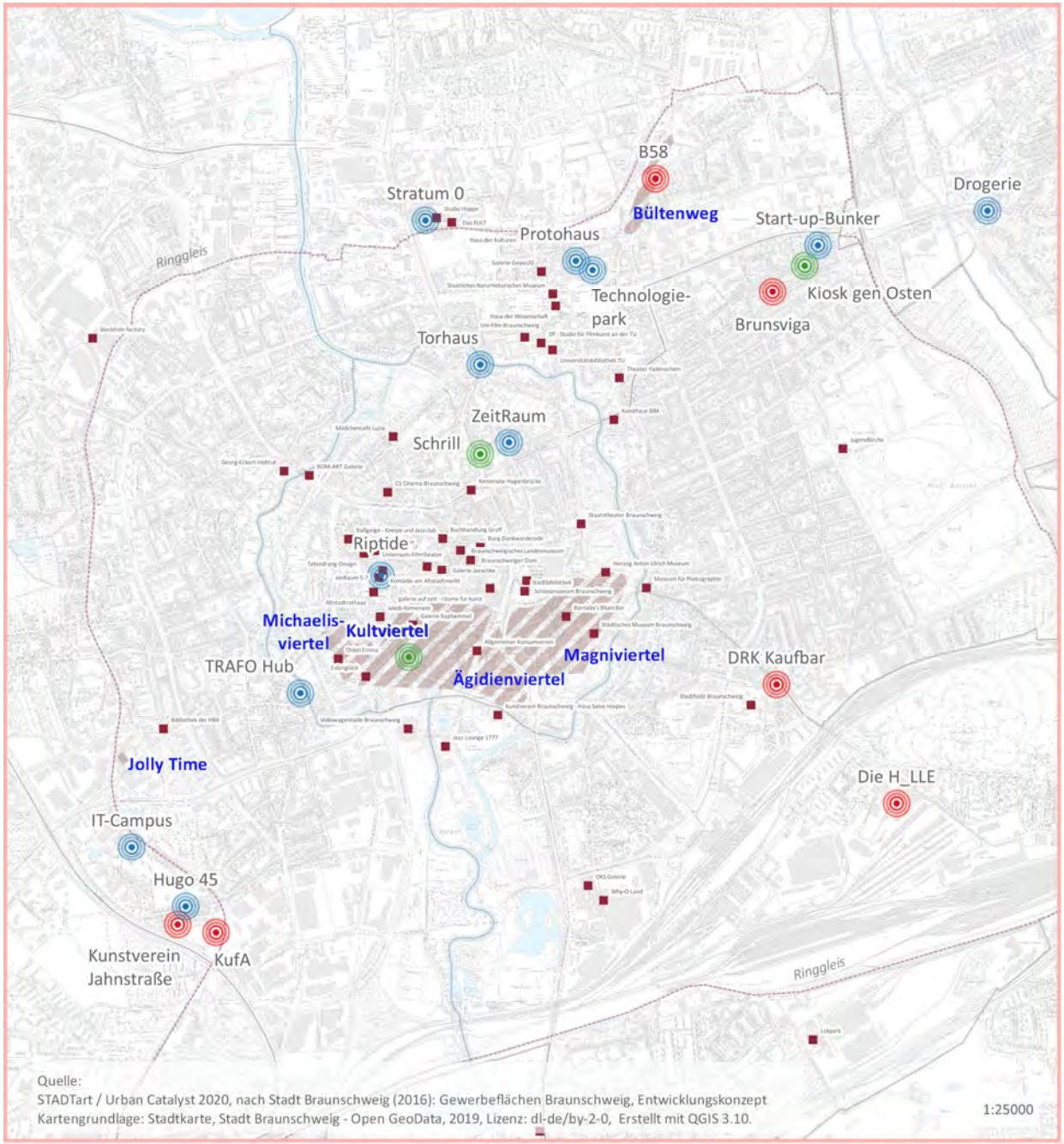
- Bestehende Gebiete für unternehmensbezogene Dienstleistungen
- Bestehende Gebiete für wissensbasierte Betriebe
- Entwicklungspotenzial für unternehmensbezogene Dienstleistungen
- Entwicklungspotenzial für wissensbasierte Betriebe
- Innovationszone Ringgleis

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft · Kultur · andere Politikfelder

Stadtfinder Braunschweig
(Standorte wechseln)

1:250000



Übersicht 2.2.8:

Ausgewählte "Kreative Orte" und Szene- bzw. Tourismusviertel

- Standorte von Kultureinrichtungen

Politik-/Handlungsfelder der "Kreativen Orte"

Wirtschaft Kultur andere Politikfelder

2.3 Identifizierung und Beschreibung von handlungsbezogenen Fokusräumen

Auf der Basis der Standortbedingungen der 22 „Kreativen Orte“, die auch für Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft relevant sind, der räumlichen Cluster der Branche und erwartbarer Entwicklungen (Kapitel 5) lassen sich für Braunschweig vier handlungsbezogene Fokusräume identifizieren (Übersichten 2.3.1, 2.3.2 und 2.3.3):

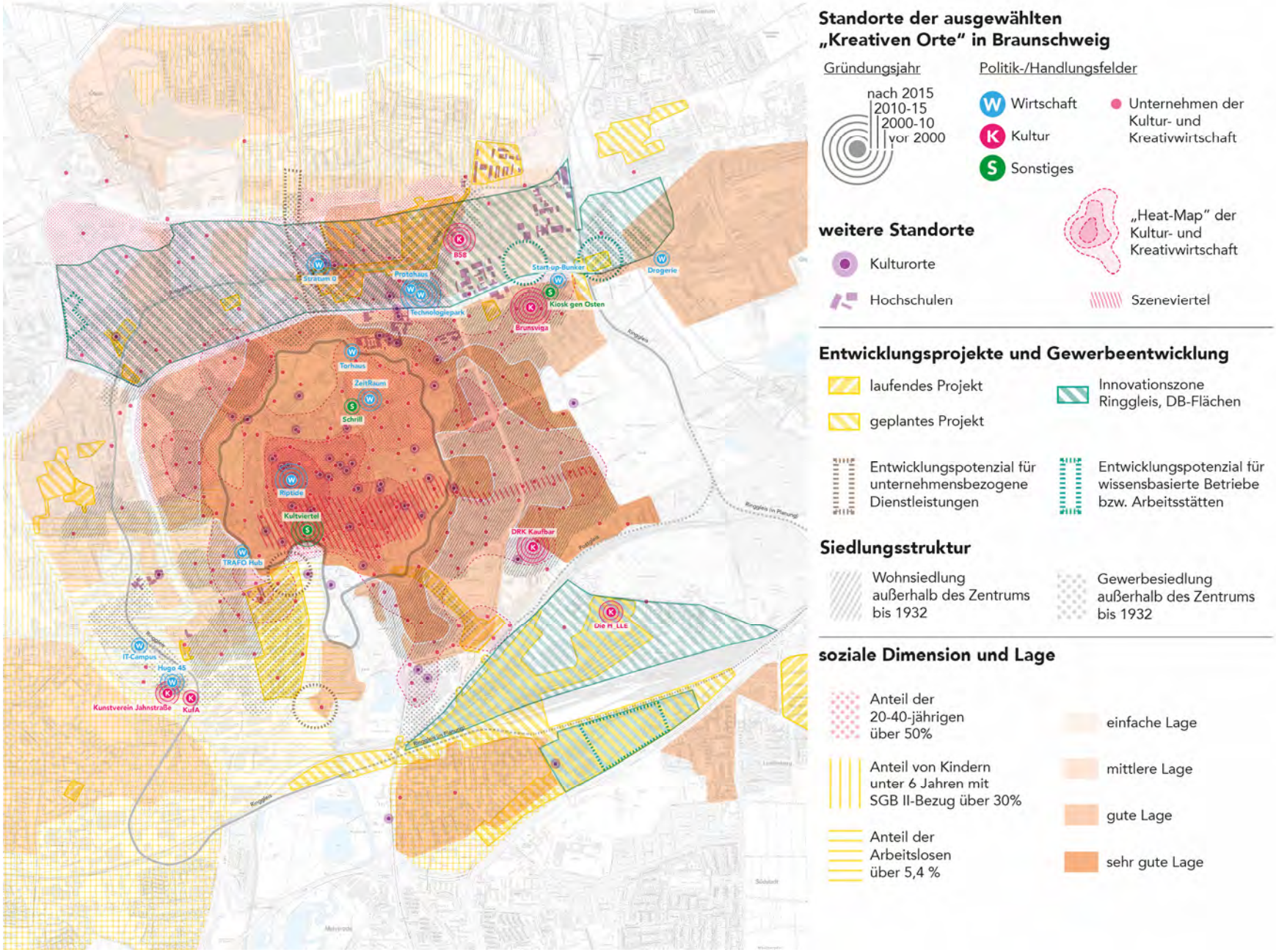
- *Spin-Off und Erprobungsraum* der Kultur- und Kreativwirtschaft im Umfeld der Universität und mit elf der 22 „Kreativen Orte“,
- *Urbanes Gebiet Westbahnhof* mit vier in den letzten Jahren entstandenen „Kreativen Orten“ und in der Nähe der Hochschule für Bildende Künste,
- *Innerstädtischer Szeneraum* mit räumlichen Clustern der Kultur- und Kreativwirtschaft und mit drei „Kreativen Orten“,
- *Potenzialraum Konversion*, einem für die zukünftige Entwicklung der Branche bedeutsamen Areal mit zwei „Kreativen Orten“.

Übersicht 2.3.1: Ausgewählte „Kreative Orte“ im Rahmen der identifizierten Fokusräume in Braunschweig

Fokusräume	Wirtschaftsentwicklung	Kulturentwicklung	Andere Politikfelder
Spin-off und Erprobungsraum	- Technologiepark - ZeitRaum - Stratum 0 - Protohaus - Torhaus - Start-up-Bunker - Drogerie	- Brunsviga - B 58	- Kiosk gen Osten - Schrill
Urbanes Gebiet Westbahnhof	- Hugo 45 - IT-Campus	- KufA - Kunstverein Jahnstraße	
Innerstädtischer „Szeneraum“	- Riptide - TRAFO Hub		- Kultviertel
Potenzialraum Konversion		- DRK Kaufbar - Die H_LLE	
Weitere bzw. wechselnde Räume		- Nachbarschaftszentrum „Haus der Talente“	- Stadtfinder Braunschweig

Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

2.3.2 Synthesekarte



Bis auf den „innerstädtischen Szeneraum“ können die drei anderen Fokusräume auch mit den Entwicklungszonen nach dem „Masterplan Ringgleis“ von 2011 verbunden werden.

Spin-Off und Erprobungsraum

Mit diesem großflächigen Fokusraum (u.a. mit einem hohen Anteil an jüngeren Bevölkerungsgruppen), nach dem kommunalen Gewerbeflächenkonzept zugleich Teil der Innovationszone Ringgleis, wird der Bedeutung der Hochschuleinrichtungen und den dort vorhandenen, für die Existenzgründung wichtigen „Kreativen Orten“ (u.a. für die Kultur- und Kreativwirtschaft) besonders Rechnung getragen. Zugleich ist ein kleineres Teilgebiet dieses Fokusraumes schon heute eines der räumlichen Cluster der Software-/Games-Industrie. Ebenso haben in dem Gesamtraum kulturbezogene und andere „Kreative Orte“ sowie einige, für die zukünftige Entwicklung des Areals relevante Kultureinrichtungen ihren Standort.

Urbanes Gebiet Westbahnhof

Besondere Merkmale dieses flächenmäßig kleineren Fokusraums sind mehrere, in unmittelbarer Nähe liegende, aber überwiegend noch junge „Kreative Orte“, zwei davon wirtschaftsbezogen, zwei andere kulturbezogen. Auch existieren hier Rahmenbedingungen, wie etwa eine urbane Nutzungsmischung mit Wohnen, Gastronomie etc. sowie ein preisgünstiges, kleinteiliges Immobilienangebot, die eine nachholende Entwicklung eines kleinräumigen Clusters mit mietpreisempfindlichen Selbstständigen und Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erfahrungsgemäß begünstigen.

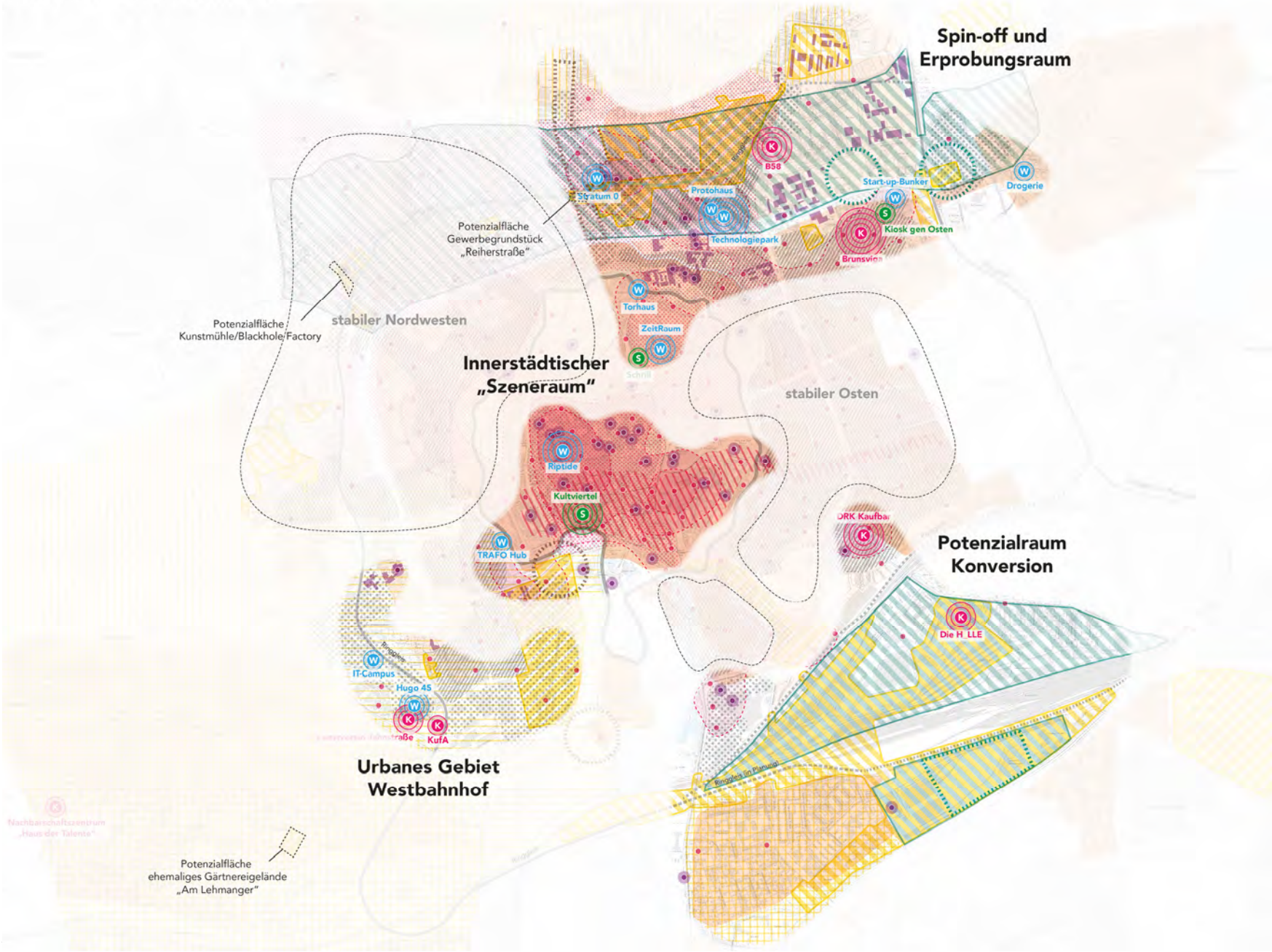
Innerstädtischer Szeneraum

Dieser mittelgroße Fokusraum in weiten Teilen der zentral gelegenen Innenstadt ist mit drei „Kreativen Orten“ eindeutiger räumlicher Schwerpunkt von Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig. Dies gilt insbesondere für die Teilmärkte Designwirtschaft und Werbemarkt. Mit einer touristisch relevanten Nutzungsmischung ist das Gebiet zugleich räumlicher Schwerpunkt publikumsorientierter Angebote der Branche und damit potenziell auch ein nicht nur für die Branchenentwicklung relevantes Aushängeschild.

Potenzialraum Konversion im Rahmen der „Bahnstadt“

Die weitere Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Braunschweig hängt auch davon ab, inwieweit es gelingt Teile der Branche in zukunftsorientierte, attraktive Konzepte der Gewerbeflächenentwicklung einzubinden. Das südöstlich des Hauptbahnhofs gelegene, nach dem Gewerbeflächenkonzept der Stadt Braunschweig als Innovationszone u.a. für wissensbasierte Betriebe und Arbeitsstätten ausgewiesene Areal, steht vor der Konversion. Aufgrund der für zahlreiche Betriebe der Kultur- und Kreativwirtschaft geeigneten Lage und zwei schon dort vorhandenen „Kreativen Orten“ bietet sich dieses Areal als „Potenzialraum Konversion“ an und sollte bei der Konkretisierung der Entwicklungsvorstellungen zur „Bahnstadt“ und zu dessen Umsetzung entsprechend berücksichtigt werden. Beteiligung und Mitgestaltung durch die Akteure vor Ort stellen dabei eine wichtige Voraussetzung dar, um positive Entwicklungen zu fördern. Freiräume und Nutzungskonzepte für Ateliers, Denkräume oder auch Festivals sind bei der Planung mit zu bedenken und proaktiv in die Gestaltung einzubeziehen (Übersicht 6.2.2).

2.3.3. Fokusräume und Potenzialräume

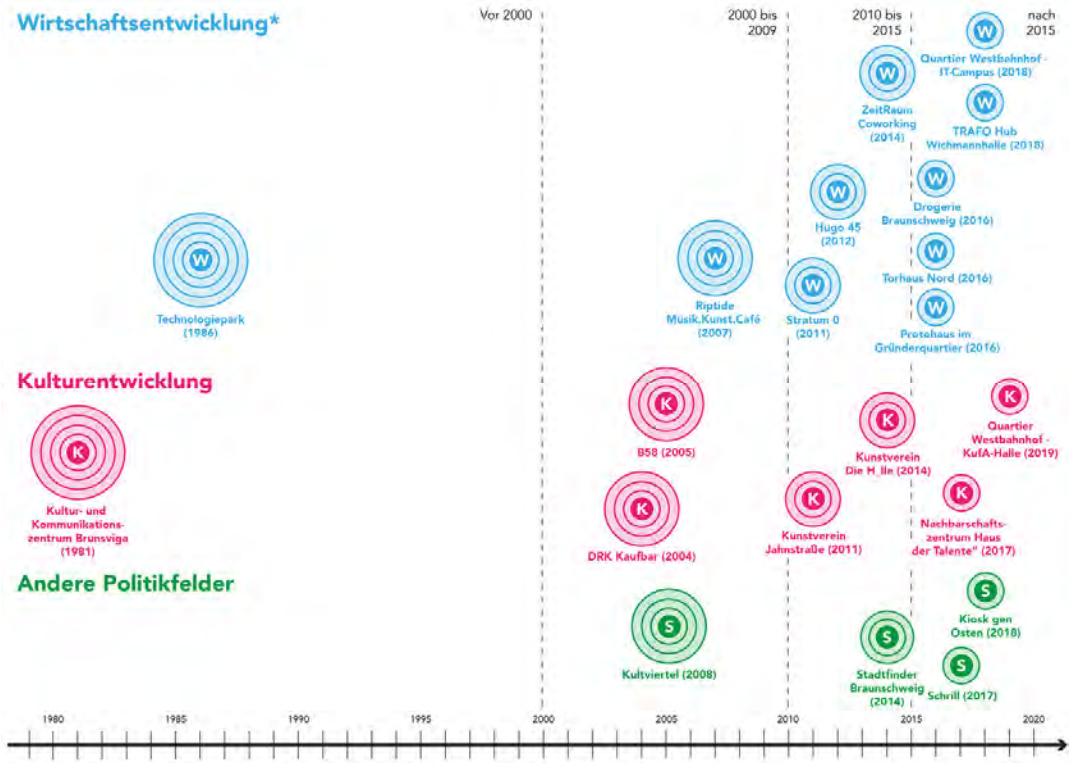


3 „Kreative Orte“ und deren Bedeutung für die Quartiers- und Stadtentwicklung in Braunschweig

Ein zentrales Anliegen der Studie ist die Unterstützung der „Kreativen Orte“ als Beitrag zur Quartiers- und Stadtentwicklung von Braunschweig. Dabei ist zu beachten, dass sich die Wirkungen solcher Orte (u.a. Spin-off-Effekte) erfahrungsgemäß nicht zwingend kleinräumig niederschlagen, u.a. weil dies von quartiersbezogenen Rahmenbedingungen wie etwa der Verfügbarkeit günstiger Immobilienpreise, der demografischen Entwicklung, dem Stadtteilimage etc. abhängt. Da sich die wirtschafts-, kultur- und raumbezogenen Einrichtungen hinsichtlich ihrer Nutzungsstruktur unterscheiden, sind damit auch verschiedene wirtschaftliche, kulturelle, soziale und entwicklungsrelevante Wirkungen verbunden. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Bedeutung der „Kreativen Orte“ für die Quartiersentwicklung als auch für die Stadtentwicklung von Braunschweig.

Der überwiegende Teil der 22 „Kreativen Orte“ in Braunschweig wurde erst nach 2015 gegründet (Übersicht 3.1). Standorteffekte lassen sich erfahrungsgemäß jedoch zumeist erst nach einigen Jahren empirisch beobachten, u.a. anhand von Kriterien wie der Immobilienpreisentwicklung oder de-

Übersicht 3.1: Wirtschafts- und kulturbezogene sowie sonstige „Kreative Orte“ nach Gründungsjahr



* Start-up-Bunker ohne Angabe

Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2019

mografischen Veränderungen . Auch sind kleinräumig eindeutige Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge aufgrund gesamtstädtischer Einflussfaktoren schwer zu erfassen.

Daher wird bei der Beschreibung der Bedeutung der „Kreativen Orte" für Braunschweig auf vorhandene Wirkungsstudien zu solchen Orten zurückgegriffen. Dies sind zum einen Fallstudien wie etwa zum Kreativpark Karlsruhe (Kimpeler/Wydra 2010) und Grundlagenstudien (u.a. Reckwitz 2013, 27 zu Kultureinrichtungen und Kreativität; Lange 2007 zu kulturellen Szenen). Zum anderen ermöglichen Konzepte zu „Kreativen Räumen der Kultur- und Kreativwirtschaft" (u.a. STADTart/Kunzmann 2007, Urban Catalyst 2010) sowie empirisch fundierte Ergebnisse zu den relevanten Standortfaktoren der Branche entsprechende Rückschlüsse (Deutscher Städtetag 2013). Bedeutsame Pullfaktoren sind danach vor allem die Lebens- und Freizeitqualität einer Stadt, das Vorhandensein lebendiger kultureller Szenen und Kulturangebote sowie persönliche Gründe, u.a. aufgrund der Bleibeentscheidung nach Abschluss des Studiums (STADTart/Kunzmann 2007, 33; Landeshauptstadt München 2007, Meier 2011, für die Musikwirtschaft Mundelius/ Hertzsch 2005). Vor diesem Hintergrund lassen sich zur Bedeutung der „Kreativen Orte" für die Quartiers- und Stadtentwicklung folgende Thesen formulieren:

Bedeutung „Kreativer Orte" für die Quartiersentwicklung

- Die vorwiegend wirtschaftsbezogenen „Kreativen Orte" können in traditionellen Gewerbegebieten und bei vorhandenen Raumpotenzialen durch kleinräumige Spin-off-Effekte zu einer größeren Nutzungsmischung beitragen und Entwicklungsimpulse für das bestehende Gewerbe bedingen.
- Kulturbezogene „Kreative Orte" können bei adäquaten Rahmenbedingungen der Quartiere wie etwa gute Erreichbarkeit sozial diversifizierend wirken, Treffpunkte für unterschiedliche Gruppen herausbilden und ein Beitrag zur Imageverbesserung sein (mit positiven Folgen für kulturaffine Gruppen hinsichtlich der Wohnstandortattraktivität). Da Atelier- und Künstlerhäuser mittelfristig auch vielfach informelle Gründerzentren sind (STADTart, Kunzmann 2007, 33) sind durch Spin-off-Effekte auch quartiersbezogen kleinere wirtschaftliche Impulse denkbar. In gemischt genutzten, baulich attraktiven Quartieren kann je nach Lage auf dem städtischen Immobilienmarkt von positiven Aufwertungsinvestitionen im Bestand bei gleichzeitig in sozialer Hinsicht problematischen Gentrifizierungstendenzen ausgegangen werden.
- Bei innerstädtisch gelegenen Quartieren können kultur- und publikumsbezogene „Kreative Orte" entwicklungsrelevante Bausteine bei Initiativen und quartiersbezogenen Konzepten zu deren Stärkung sein (Kapitel 6), mit positiven Effekten für den Stadt- und Kulturtourismus. Bei der Transformation von Brachflächen können solche Orte entscheidende Entwicklungsimpulse auslösen.
- Je größer die Anzahl an unterschiedlichen „Kreativen Orten" in einem Quartier ist, desto eher sind damit positive wirtschaftliche, kulturelle und soziale Aufwertungseffekte für die Quartiersentwicklung verbunden (u.a. hinsichtlich des Quartiersimages). Ohne begleitende Maßnahmen steigen damit in solchen Gebieten aber auch die Tendenzen zur Gentrifizierung.

Bedeutung „Kreativer Orte" für die Stadtentwicklung

- Die vorwiegend wirtschaftsbezogenen „Kreativen Orte" tragen im Handlungsfeld Existenzgründung der kommunalen Wirtschaftsförderung zu einem vielfältigen gesamtstädtischen „Gründungsmilieu" bei und leisten mittel- bis langfristig zudem einen wichtigen Beitrag zur Bestandssicherung.

- Primär sind kulturbezogene „Kreative Orte“ überwiegend notwendige Erprobungsräume und Treffpunkte bei der Entwicklung neuer kultureller Strömungen in einer Stadt. Zudem sind sie in manchen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft heute unverzichtbare Bausteine regionaler Wertschöpfungsnetzwerke, etwa im Musikmarkt (ausführlich Kapitel 5). Auch verbessern sie für dienstleistungsbezogene Teilmärkte der Branche wie etwa die Designwirtschaft deren Entwicklungsbedingungen.
- Je größer die Vielfalt und Qualität der kulturbezogenen „Kreativen Orte“, desto eher sind damit für ein kulturaffines Publikum positive Aufmerksamkeitseffekte für eine Stadt und damit für den Stadt- und Kulturtourismus verbunden. Publikumsrelevante Angebote dieser Art bedingen in der Summe aller Orte entwicklungsrelevante Frequenzerzeugungseffekte. Ein weiterer Sekundäreffekt ist der Betrag zur Lebensqualität einer Stadt, der für manche Haushaltsgruppen ein relevanter Faktor bei Bleibeentscheidungen ist.
- Insgesamt tragen die „Kreativen Orte“ zur Standortattraktivität einer Stadt bei (je attraktiver deren Quartiere sind, desto höher ist deren Wirkung). Insbesondere sind sie für kulturaffine und hochqualifizierte Gruppen ein nicht unwesentlicher Standortfaktor vor allem hinsichtlich der stärkeren Bindung an eine Stadt. Die damit verbundenen Bleibe-Entscheidungen sind für Städte zumeist wichtiger einzustufen als mögliche Zuzugseffekte. Dies gilt insbesondere für Studierende nach Beendigung ihres Studiums. Sind für die Kultur- und Kreativwirtschaft relevante Hochschuleinrichtungen vorhanden, dann leistet die Summe an „Kreativen Orten“ einen unerlässlichen Beitrag zur Stärkung der Entwicklungsbedingungen der Branche. Zudem sind sie ein „weicher“ Standortfaktor für kulturaffine Wirtschaftsbranchen wie etwa die Wissensindustrien.

4 Best Practice-Beispiele zu „Kreativen Orten“

Ein erklärtes Ziel der Stadtpolitik Braunschweigs ist die Stärkung der unterschiedlich ausgerichteten „Kreativen Orte“, u.a. um im Rahmen der Quartiersentwicklung die ortsansässige Kultur- und Kreativwirtschaft im Kontext der Metropole Hannover, Braunschweig, Wolfsburg, Göttingen zukunftsorientiert zu entwickeln. Auch in anderen Städten Deutschlands werden seit Jahren solche Ziele verfolgt und sind „Kreative Orte“ entstanden bzw. „kreative Räume“ entwickelt worden, vielfach im Zusammenhang mit städtebaulichen Projekten. Eine detaillierte Beschreibung solcher Initiativen zeigt, welche Möglichkeiten die Stadt Braunschweig hinsichtlich einer integrierten kultur- und kreativwirtschaftsorientierten Stadtpolitik hat.

Unter Berücksichtigung einiger zentraler Rahmenbedingungen von Braunschweig bei der Entwicklung „Kreativer Orte“, insbesondere eine adäquate Bevölkerungszahl, Hochschulstandort und ohne Funktion als Landeshauptstadt, wurden für eine vertiefende Best-Practice-Analyse anhand von stadtpolitikrelevanten Indikatoren wie etwa Trägerschaft, Zielgruppe, Nutzungskonzept und Entwicklungsprozess sechs in den vergangenen Jahren in Deutschland entstandene „Kreative Orte“ ausgewählt (das Beispiel in Kiel steht noch vor der Umsetzung). Entsprechend der zentralen Ausrichtung der „Kreativen Orte“ in Braunschweig (Übersicht 1.1):

- sind das C-HUB Kreativwirtschaftszentrum in Mannheim (ca. 310.000 EW) und das Gewerbezentrum der Kreativwirtschaft im Anscharcampus in Kiel (ca. 250.000 Einwohner) wirtschaftsbezogen,
- ist das DEZERNAT 16 Kultur- und Kreativwirtschaft in der alten Feuerwache in Heidelberg (ca. 160.000 EW) sowohl wirtschafts- als auch kulturbezogen,
- ist das Atelierhaus im Kreativ- und Bürgerzentrum „Depot“ in Aachen kulturbezogen (ca. 246.000 EW) und
- der Kreativpark Alter Schlachthof in Karlsruhe (ca. 312.000 EW) und Utopiastadt Campus Wuppertat (ca. 354.000 EW) stärker gebietsbezogen.

4.1 C-HUB Kreativwirtschaftszentrum Mannheim

Gründungsjahr: 2015

Träger: mg: mannheimer gründungszentren gmbh

Arealgröße/Nutzfläche: - / 4.284 qm

Tätigkeit/Angebot:
1) Vermietung von Büros, Coworking-Flächen und weiteren Räumlichkeiten
2) Kunstgalerie, Gastronomie
3) Unterstützung für junge Unternehmen und Existenzgründerinnen und -gründer

Zielgruppe: wachstumsorientierte Unternehmen aus allen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Finanzierung: Fördermittel (EU, Land B-W), Finanzierung seitens der Stadt Mannheim

Betrieb: Mieteinnahmen, öffentliche Förderung

Lage: im Mannheimer Szene-Stadtteil Jungbusch, am Ufer des Verbindungskanals u.a. in der Nähe der Popakademie, nahe der Innenstadt, 6 Autominuten vom Hauptbahnhof entfernt

Webseite: www.c-hub.de

Kontext des „Kreativen Orts“

Im Rahmen der Idee der „Kreativen Stadt“ sieht die Stadt Mannheim in der Schaffung von Angeboten für nachhaltige Existenzgründungen ein bedeutendes Handlungsfeld („Startup-City“ Mannheim), insbesondere hinsichtlich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zuständig dafür ist die CREATIVE COMMISSION MANNHEIM, eine stadteigene Tochter der mannheimer gründungszentren gmbh, die Träger von sieben Gründungszentren ist. Dazu zählt u.a. das Kreativwirtschaftszentrum Altes Volksbad. Das in einem Neubau untergebrachte C-HUB Kreativwirtschaftszentrum Mannheim, 2015 auf dem Gelände eines aufgegebenen Gewerbestandorts eröffnet, zielt vor allem darauf ab für wachstumsorientierten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft adäquate Rahmenbedingungen anzubieten. Zudem wird der „Kreative Ort“ im Rahmen einer branchenbezogenen Ansiedlungsstrategie vermarktet.

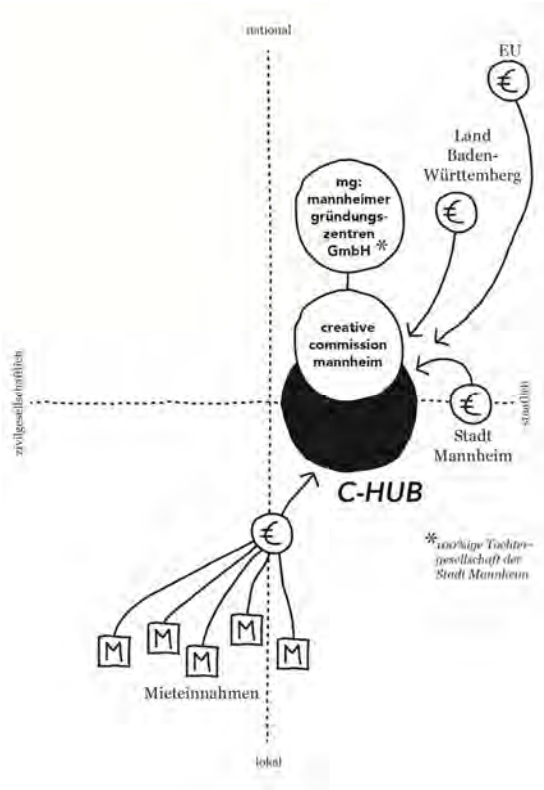
Nutzungskonzept

Ca. 3.300 qm der insgesamt rund 4.300 qm großen Nutzfläche stehen Büros, Agenturen etc. aus fast allen Teilmärkten der Branche zur Verfügung (außer der Musikwirtschaft, die im nahegelegenen Musikpark Mannheim ihren Standort hat). Neben flexibel gestaltbaren Büroflächen (Mindestgröße 24 qm bei hochwertiger technischer Ausrüstung) finden sich im Erdgeschoß des Gebäudes zudem Tagungs-, Besprechungs- und Lagerräume, die für Seminare, Vorträge etc. genutzt werden können, sowie ein Showroom, Ladengeschäfte, ein Empfangsbereich und ein Gastronomieangebot. Die Mietpreise für die Büroräume liegen, je nach Phase der Unternehmensgründung, zwischen 8,50 EUR und 10,50 EUR pro Quadratmeter, zzgl. Nebenkosten (STADTart 2018, 15-18). Die Mietdauer ist auf zwei Jahre begrenzt, mit der Option auf Verlängerung. Zum anderen besteht das Angebot, die Coworking-Flächen zu benutzen. In einem mit dem C-Hub verbundenen kleineren Gebäude gibt es zudem Ausstellungsflächen für Gegenwartskunst. Darüber hinaus bietet die CREATIVE COMMISSION MANNHEIM vielfältige Beratungsangebote an.

Entwicklungsprozess und aktueller Stand

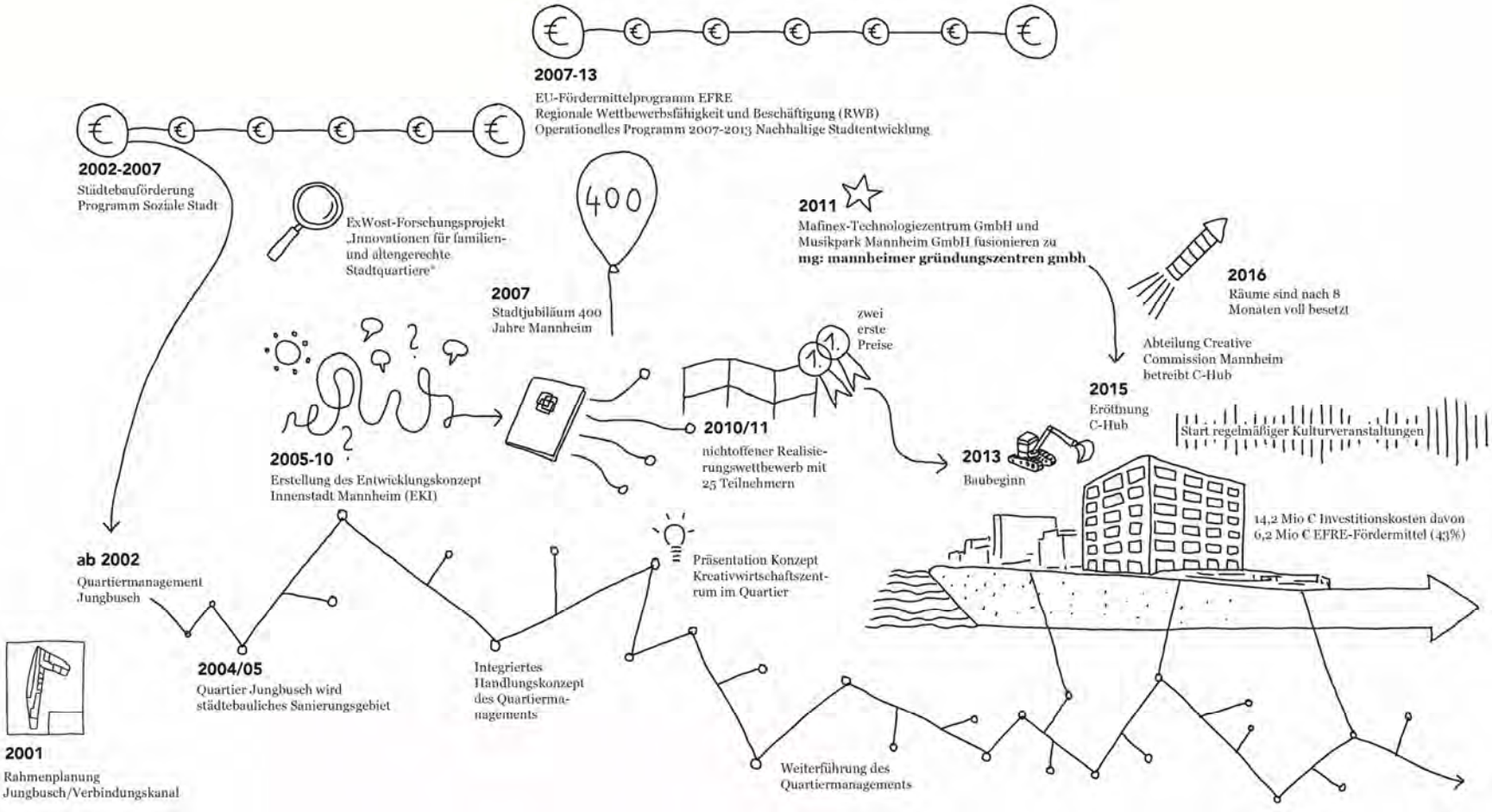
Die Finanzierung des Neubaus mit Kosten in Höhe von 14,9 Millionen EUR erfolgte mit Unterstützung des Landes Baden-Württemberg und seitens der EU. Derzeit sind über 80 Prozent der Räumlichkeiten des C-Hubs vermietet (absolut rund 45 Unternehmen, Stand 2019), sodass das Kreativwirtschaftszentrum mit rund 150 Akteuren (Unternehmen und Selbstständige) fast voll ausgelastet ist. Seit der Gründung haben sich mehr als 50 Unternehmen aus den unterschiedlichen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft im C-HUB eingemietet.

Übersicht 4.1.1: Organisationsform



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

Übersicht 4.1.2: Entwicklungsprozess C-Hub Mannheim



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

4.2 Gewerbezentrum der Kreativwirtschaft im Anscharcampus Kiel

Gründungsjahr: Konzept

Träger: Anschar Kultur- und Kreativwirtschaft Projektentwicklungs- und Geschäftsführungs GmbH

Arealgröße/Nutzfläche: -Haus 3: Nettonutzfläche 1.150 qm

Tätigkeit/Angebot:
1) Vermietung von Flächen und Räumlichkeiten
2) Serviceangebote für Gründerinnen und Gründer
3) Innovations- und Kreativlabs (insb. Fab Lab)

Zielgruppe: junge Unternehmen, freiberuflich Arbeitende, am Austausch mit Start-ups interessierte Unternehmen in der Region um Kiel

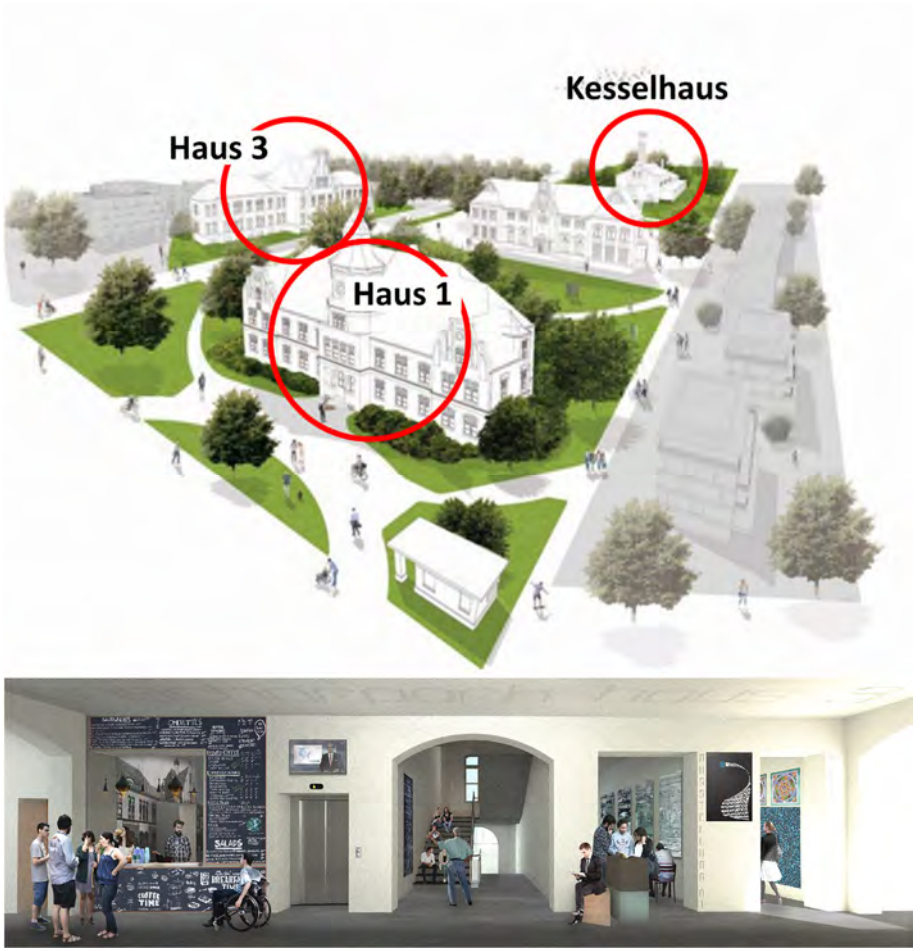
Finanzierung: Eigenkapital, Fördermittel des Landes Schleswig-Holstein, Fremdkapital

Betrieb: Kostendeckung ohne Gewinnerzielung

Lage: in einem Stadterneuerungsgebiet ca. 15 Autominuten nördlich vom Hauptbahnhof entfernt

Website: www.atelierhaus-im-anscharpark.de

Übersicht 4.2.1: Campus Anscharpark Kiel



Quelle: STADTart, CR Architekten, fwi Hamburg 2018

Kontext des „Kreativen Orts“

Die Landeshauptstadt sieht in der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Zukunftsbranche. Neben schon bestehenden Hot Spots der Branche soll zu deren Stärkung in einem denkmalgeschützten Gebäude (errichtet 1905) eines ehemaligen Marinelazaretts ein Gewerbezentrum für die Kreativwirtschaft geschaffen werden. Bereits vorhanden sind ein ebenfalls umgenutztes Atelierhaus und eine Transferstelle der Hochschule. Das Zentrum soll zum einen zur besseren Sichtbarmachung der Kultur- und Kreativwirtschaft beitragen. Zugeschnitten auf die unterschiedlichen Anforderungen in der Existenzgründung soll damit insbesondere jedoch das vorhandene Gründungspotenzial an den Standort Kiel gebunden werden. Zudem bietet sich damit die Möglichkeit Kooperationen mit Hochschulen auszubauen (Campus Anscharpark 2016).

Das geplante Gewerbezentrum befindet sich im Anscharpark Campus und ist Teil eines Ensembles und Baustein eines gemischt genutzten Quartierskonzepts (Übersicht 4.2.1), zu dem auch angrenzend Wohnungen und eine Kindertagesstätte zählen. Für Haus 3, eines der Gebäude mit einer Nettonutzfläche von rund 1.150 qm, wurde 2018 ein Sanierungsbedarf von rund 8, 5 Mio. Euro veranschlagt (STADTart, CR Architekten, fwi Hamburg 2018).

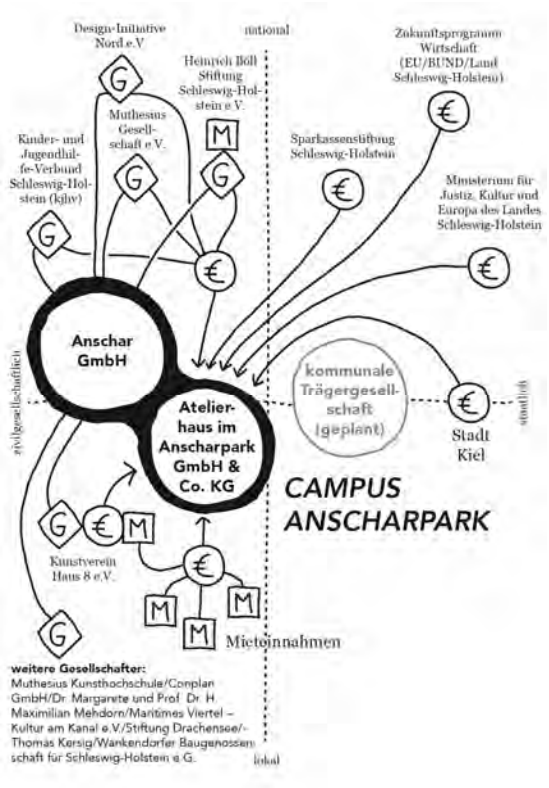
Nutzungskonzept

Das vorliegende Nutzungskonzept für das Haus 1 des Gewerbezentrums der Kreativwirtschaft sieht folgende Bausteine vor:

- mietpreisgünstiges Raumangebot für drei Gründungstypen in der Kultur- und Kreativwirtschaft („Junge Wilde plus“, „Junge Professionelle“ und „Etablierte),
- Flächen für Einzelunternehmen oder Einrichtungen, die an einem Austausch mit den Existenzgründer/innen interessiert sind,
- einen kleineren Coworking-Bereich,
- ein Showroom zur Präsentation von Produkten und Dienstleistungen der Existenzgründer/innen,
- mehrere Projekt-, Besprechungs- und Ruheräume,
- einen größerer Veranstaltungsraum,
- einen Werkstattkomplex

Als Träger des Gewerbezentrums der Kreativwirtschaft ist eine kommunale Gesellschaft vorgesehen. Die zusätzlich vorgesehene Betreibergesellschaft soll eine Mitgestaltung seitens der Nutzergruppen und der Anscharpark GmbH& Co.KG gewährleisten und zur nachhaltigen Sicherung der Einrichtung beitragen.

Übersicht 4.2.2: Organisationsform



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

Entwicklungsprozess und aktueller Stand

Im Kontext des Ansatzes der „Kreativen Stadt“ und dem Ziel der Landeshauptstadt Kiel sich verstärkt als Standort für Kunst, Design und Kultur zu profilieren wurde 2010 die Atelierhausgesellschaft im Anscharpark GmbH& Co.KG gegründet. Diese hat die Häuser 1 und 3 und ein ehemaliges Kesselhaus erworben. Die geschäftsführende GmbH (u.a. mit der Muthesius Kunsthochschule, der Heinrich-Böll-Stiftung und vielen Einzelakteuren) hat für das Areal das Konzept Anscharcampus entwickelt (2016), ein Ökosystem aus Künstler/innen, anderen Kreativen, die sich für nachhaltiges Unternehmertum und Inklusion einem sozialverträglichen Umfeld engagieren.

Angesichts der hohen Sanierungskosten für Haus 3 und einer noch nicht geklärten, aber benötigten Förderung seitens des Landes Schleswig-Holstein hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit hat die Landeshauptstadt Kiel sich noch nicht für eine Umsetzung des vorliegenden Nutzungskonzepts entschieden. Jedoch wurde für 2020 ein Programm zur Förderung der vorhandenen Kreativzentren mit dem Ziel eingerichtet deren Planungssicherheit zu verbessern. Des Weiteren gibt es neuerdings u.a. eine kommunale Projektförderung zur Verbesserung der Zusammenarbeit der lokalen kreativen Zentren, Initiativen und/ oder Kreativschaffenden (Stadt Kiel 29.10.2019).

4.3 DEZERNAT 16 – Kultur- und Kreativwirtschaft in der alten Feuerwache Heidelberg

Gründungsjahr: 2013

Träger: Heidelberger Dienste gGmbH

Arealgröße/Nutzfläche: 4.700 qm davon 1.700 qm

Tätigkeit/Angebot:
1) Vermietung von Flächen
2) Coworking
3) Veranstaltungen

Zielgruppe: junge Unternehmerinnen und Unternehmer, Startups, Selbstständige, freiberuflich Arbeitende, Künstlerinnen und Künstler sowie etablierte Akteurinnen und Akteure aus nahezu allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft

Finanzierung: Mieteinnahmen und Zuschüsse

Betrieb: Heidelberger Dienste gGmbH

Lage: innenstadtnah und wenige Gehminuten vom Heidelberger Hauptbahnhof entfernt

Webseite: www.dezernat16.de

Kontext des „Kreativen Orts“

Nach einem Konzept (2013) soll mit dem DEZERNAT 16 die Wahrnehmung Heidelbergs als Kreative Stadt gestärkt werden, will man sowohl die wirtschafts- als auch die kulturbezogenen Kreativen an die Stadt binden. Auch sollen mit dieser Einrichtung mehr Neugründungen initiiert werden. Zudem soll die Vernetzung innerhalb der Branche und mit der Wissenschaft vertieft werden. Mit anderen Maßnahmen wie etwa der Beratung von Kreativschaffenden und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die gezielte Förderung und Unterstützung dieser Branche ein zentrales Handlungsfeld der Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg.

Die Belegung des DEZERNATs 16 in der früheren, ausschließlich auf minimalem Niveau instandgesetzten Feuerwache erfolgt auf der Basis diverser Vorgaben seitens der Stadt Heidelberg. So werden die Mietverträge für die wirtschafts- und kulturbezogenen Kreativen an die Stadt auf höchstens fünf Jahre abgeschlossen (Stand 2017: 76 Belegungen). Mindestens 50 Prozent der Fläche ist für Unternehmensgründerinnen und -gründer vorgesehen (0 bis 3 Jahre) und der Mietpreis liegt für diese Gruppe für Büro-, Seminar-, Atelier- und Musikräume bei 5 EURO Kaltmiete. Die laufenden Kosten werden umgelegt.

Nutzungskonzept

Neben der vermieteten Fläche gibt es einen privat betriebenen Coworking-Bereich mit 200 qm sowie sonstige Räumlichkeiten wie Lagerräume, Medienräume, Proberäume, Ausstellungsfoyer etc. Neben der Bereitstellung von preisgünstigen Flächen ist der Veranstaltungsbetrieb ein zweites Geschäftsfeld. Dieser umfasst Netzwerkveranstaltungen, Tagungen für Existenzgründerinnen und -gründer, Theateraufführungen, Konzerte etc. sowie Messen und auch Special Interest-Treffen lokal ansässiger Firmen.

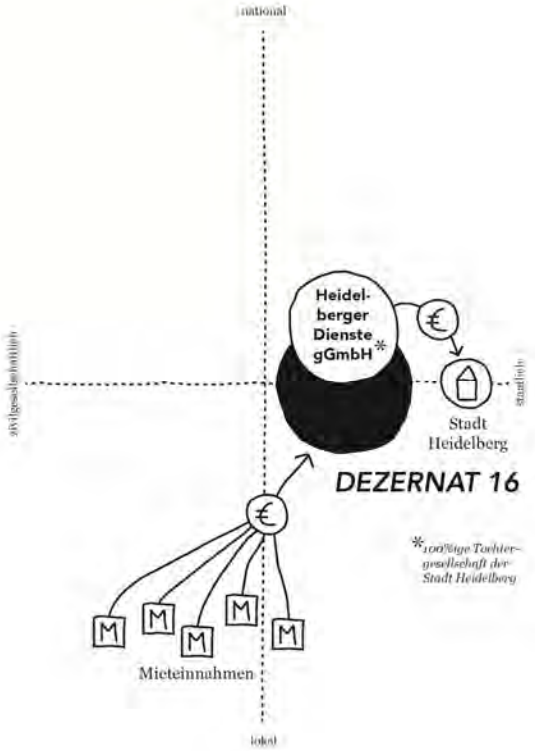
Entwicklungsprozess und aktueller Stand

Das DEZERNAT 16 hat sich seit seiner Gründung 2013 und einer ersten Evaluierung 2017 hinsichtlich den vorgegebenen Ziele erfolgreich entwickelt und die damit verbundenen Erwartungen in nahezu allen Teilen erfüllt. Trotz der kurzen Phase von vier Jahren hat es sich als „Durchlauferhitzer" für Existenzgründungen bei den Kreativen sowie in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwiesen (ausführlich STADTart 2017). Zudem hat es u.a.:

- die Erwartungen sowohl der wirtschafts- als auch die kulturbezogenen Mieterinnen und Mieter weitgehend erfüllt;
- bei dem überwiegenden Teil der Mieterinnen und Mieter zur Stärkung ihrer wirtschaftlichen Basis beigetragen
- die Zusammenarbeit der Mieterinnen und Mieter untereinander intensiviert

Da sich im Betrieb punktuell Reibungskonflikte zwischen den wirtschafts- und den kulturbezogenen Kreativen bzw. Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft hinsichtlich Arbeitsmotivation, der verfolgten Ziele etc. gezeigt haben, empfiehlt die Evaluierung, dass zukünftig zwei getrennte Geschäftsfelder geschaffen werden sollten. Zudem bedarf es nach Einschätzung der Mietparteien einer grundlegenden Instandsetzung des Gebäudes. Vor dem Hintergrund der Erfolge des DEZERNATS 16 wurde die Zwischennutzung bis 2023 verlängert. Angesichts der anhaltenden Nachfrage nach geeigneten Räumen seitens der ortsansässigen Kultur- und Kreativwirtschaft hat die Stadt Heidelberg schon 2014 beschlossen ein weiteres Kreativwirtschaftszentrum zu schaffen. Dafür sollen im Rahmen der Konversion des Campbell Barracks, einem ehemaligen großflächigen Militärgelände in der Südstadt, in den denkmalgeschützten früheren Stallungen rund 4.000 qm Nutzfläche zur Verfügung gestellt werden (www.heidelberg.de/Konversion). Dies erfolgt in unmittelbarer Nähe des derzeitig realisierten Karlstorbahnhofs, einem ebenfalls neu geschaffenen Kulturort (vorgesehene Eröffnung 2021).

Übersicht 4.3.1: Organisationsform



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

4.4 Atelierhaus Aachen im Kreativ- und Bürgerzentrum „Depot“

Gründungsjahr: 1996 (Atelierhaus Aachen e.V. am Standort Süsterfeldstr. 99)

Träger: Atelierhaus Aachen e.V.

Arealgröße/Nutzfläche: 1,5 ha / 8.300 qm (Atelierhaus mietet nur einen Teil davon)

Tätigkeit/Angebot: Entstehungsort, Plattform, Entwicklungslabor und Zentrum für die Begegnung mit Kunst

Zielgruppe: junge Künstlerinnen und Künstler aus Aachen und Euregio (niederländisch-deutscher Kommunalverband)

Finanzierung: Förderung durch Stadt Aachen, Lohmann-Hellenthal-Stiftung, Ludwig Stiftung, Spenden

Betrieb: -

Lage: nordöstlich der Innenstadt, ca. 10 Autominuten vom Aachener Dom entfernt (vorher Stadtrandlage in ehemaligem Kloster)

Webseite: www.atelierhausaachen.de

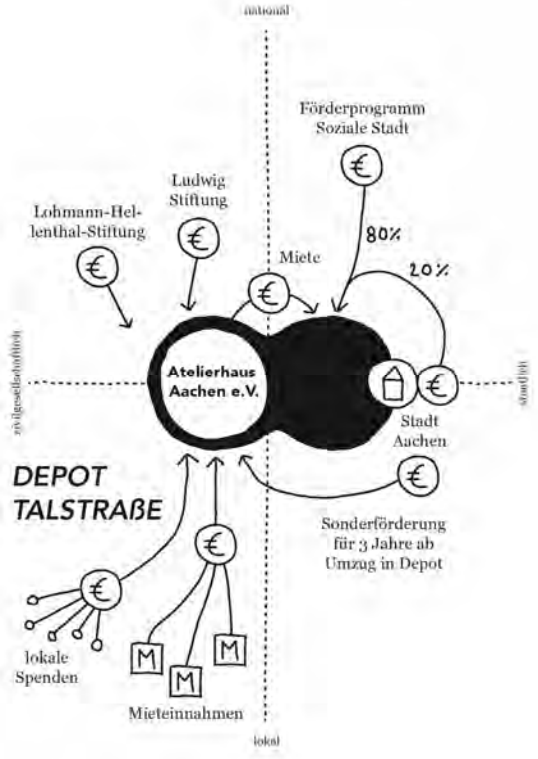
Kontext des „Kreativen Orts“

Das 1996 gegründete Atelierhaus Aachen bietet kostengünstige Ateliers für Künstlerinnen und Künstler aus Aachen und der grenzüberschreitenden Euregio Maas-Rhein an. Zugleich ist das Atelierhaus Plattform für junge Kunst, u.a. werden dort Wechselausstellungen durchgeführt. Nach 20 Jahren im ehemaligen Klosterkomplex „zum guten Hirten“ im Quartier Süsterfeld erfolgte 2017 eine Verlagerung. Das Atelierhaus hat seitdem seinen Standort in dem sanierten „Depot“ im Aachener Norden, das als Kreativ- und Bürgerzentrum auch anderen Nutzern Raum bietet.

Nutzungskonzept

Die Nutzerinnen und Nutzer der 22 kostengünstigen Ateliers des Atelierhauses sind etwa 30 junge Künstlerinnen und Künstler aus den Bereichen Malerei, Objekt, Fotografie, Video, Installation und Kinetik. Zentrale Aufgabe des Trägervereins ist deren Vernetzung sowie ihre Begleitung und Unterstützung durch Beratungsleistungen und Entwicklung von grenzüberschreitenden Austauschprojekten und Ausstellungen auch mit externen Künstlerinnen und Künstlern in dem 160 qm großen Ausstellungsraum. In dem Atelierhaus sind zudem Werkstätten untergebracht.

Übersicht 4.4.1: Organisationsform



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

Entstehungsprozess und aktueller Stand

Zahlreiche Ausstellungen und Projekte in den letzten Jahren haben dazu geführt, dass der Verein heute in Aachen und im euregionalen Kontext ein wichtiger Akteur und Kooperationspartner in der dortigen Kunstlandschaft ist. Zu dem Netzwerk zählen u.a. städtische Kunsteinrichtungen und überregionale Institutionen wie Art2Connect. Im Jahr 2012 beschloss der Stadtrat Aachens den Verkauf des früheren Standorts in dem ehemaligen Klosterkomplex um dieses gemeinsam mit den umliegenden Flächen als Wohnprojekt Campus West zu entwickeln. Im Zuge des integrierten Handlungskonzepts für Aachen Nord im Jahr 2009 im Rahmen des Städtebauförderprogramms „Soziale Stadt“ ergab sich die Möglichkeit das Atelierhaus in das ehemalige Straßenbahndepot zu verlagern. Von den 12 Millionen Euro Umbaukosten wurden 80 Prozent über Fördergelder finanziert. Der Verein, der durch die Stadt Aachen, lokale Unternehmen und diverse Stiftungen unterstützt wird, war frühzeitig in den Umbau eingebunden und ist nun einer der Nutzergruppen im Kreativ- und Bürgerzentrum „Depot“. Für drei Jahre stellte die Stadt Aachen eine Sonderförderung in Höhe von 40.000 EUR jährlich bereit.

4.5 „Alter Schlachthof“ Kreativpark Karlsruhe

Gründungsjahr: 2003 (KreativParkOst Arbeitsgemeinschaft)

Träger: Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG

Arealgröße/Nutzfläche: 7 ha / -

Tätigkeit/Angebot: Zentrum für Kultur- und Kreativschaffende sowie künstlerisches Gewerbe

Zielgruppe: Kreative und Kulturschaffende

Finanzierung: Verkauf von Teilgrundstücken für Neubau, öffentliche Fördergelder (Städtebauförderung)

Betrieb: Mieteinnahmen

Lage: Innenstadtrand (Oststadt), an einer Ausfallstraße, ca. 15 Autominuten vom zentralen Marktplatz entfernt

Webseite: www.alterschlachthof-karlsruhe.de

Kontext des „Kreativen Orts“

Seit der Schließung des Schlachtbetriebs 2006 hat sich das Areal in der Karlsruher Oststadt schrittweise zu einem Zentrum für Kreative und Kulturschaffende entwickelt. Neben der Zwischennutzung, der denkmalgerechten Sanierung und Vermietung der historischen Schlachthofgebäude wurden auch die Freiräume umgestaltet sowie neue Bauflächen geschaffen. Das bietet damit eine Vielzahl an unterschiedlich nutzbaren Räumen und Flächen. Seit 2010 sind die Nutzerinnen und Nutzer des Kreativparks innerhalb des Vereins „ausgeschlachtet e.V.“ organisiert und entwickeln das Areal gemeinsam mit der städtischen „Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG“ kontinuierlich weiter.

Nutzungskonzept

Neben Hallen für große und kleine Veranstaltungen, Ausstellungsflächen, Clubs, Ateliers und Bürogemeinschaften oder Agenturen finden sich im Kreativpark auch Büros der städtischen Verwaltung, Werkstätten, Gastronomiebetriebe und ein Existenzgründerzentrum. Dafür wurde der historische Gebäudebestand seit 2009 sukzessive um Neubauten ergänzt. Der öffentliche Raum zwischen den Gebäuden ist als Aufenthaltsfläche konzipiert und ist in Form von sogenannten Aurazonen als erweiterter Innenraum gestaltet.

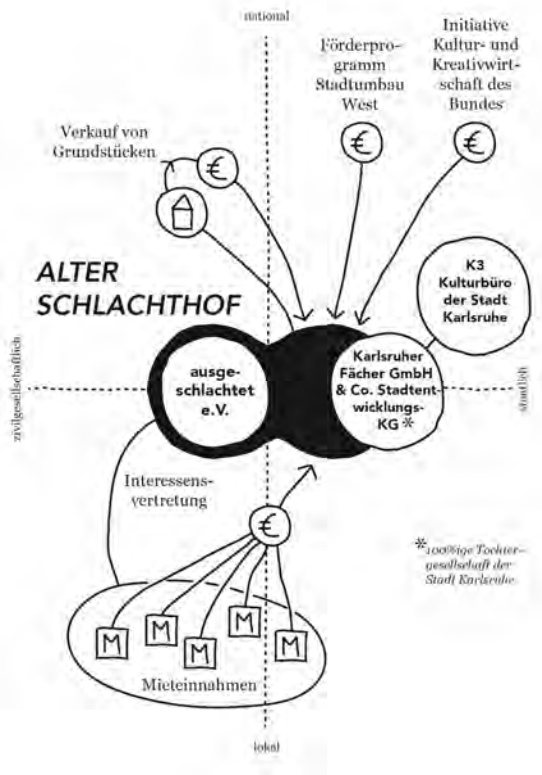
Entstehungsprozess und aktueller Stand

Bereits während des laufenden Schlachtbetriebs siedelten sich seit 1992 erste Zwischennutzer in den leerstehenden Gebäuden an. Rund zehn Jahre später gründet sich die Arbeitsgemeinschaft KreativparkOst mit dem Ziel ein Nachnutzungskonzept für das Gesamtareal zu entwickeln. Im Kontext der aus finanziellen Gründen gescheiterten Bewerbung Karlsruhes für die Bundesgartenschau 2003 (mit dem Schlachthofareal als Teil eines „Ostparks“) und auch als Europäische Kulturhauptstadt 2010, wurden 2005 mit einem Leitbildworkshop erste Ideen für die zukünftige Nutzung entwickelt. Etwa zur gleichen Zeit wurden auch die Grundstücke und die Verantwortung für die Entwicklung der neugegründeten „Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG“ übertragen.

Parallel zur Einstellung des Schlachtbetriebs in 2006 wurde ein städtebaulicher Wettbewerb ausgelobt und entschieden. Daraufhin folgten erste Abrisstätigkeiten von nicht mehr nutzbaren und nicht denkmalgeschützten Gebäuden, bestehende Gebäude wurden schrittweise und zielgerichtet zwischengenutzt, soweit dies teilweise noch laufende Miet- und Erbbauverträge erlaubten. Während in den Jahren 2009 und 2010 die ersten Neubauten entstanden, gründete sich der Verein „ausgeschlachtet e.V.“ um die Interessen der Nutze/innengruppen zu vertreten und den internen Austausch zu fördern. Die öffentliche Erschließung des Areals, der Straßenbahnanschluss sowie ein internes Leitsystem wurden ab 2012 hergestellt. Alle Maßnahmen wurden seit 2007 im Rahmen des Förderprogramms Stadtumbau West des Bundes und Landes Baden-Württemberg unterstützt, das 2018 um weitere zwei Jahre verlängert wurde.

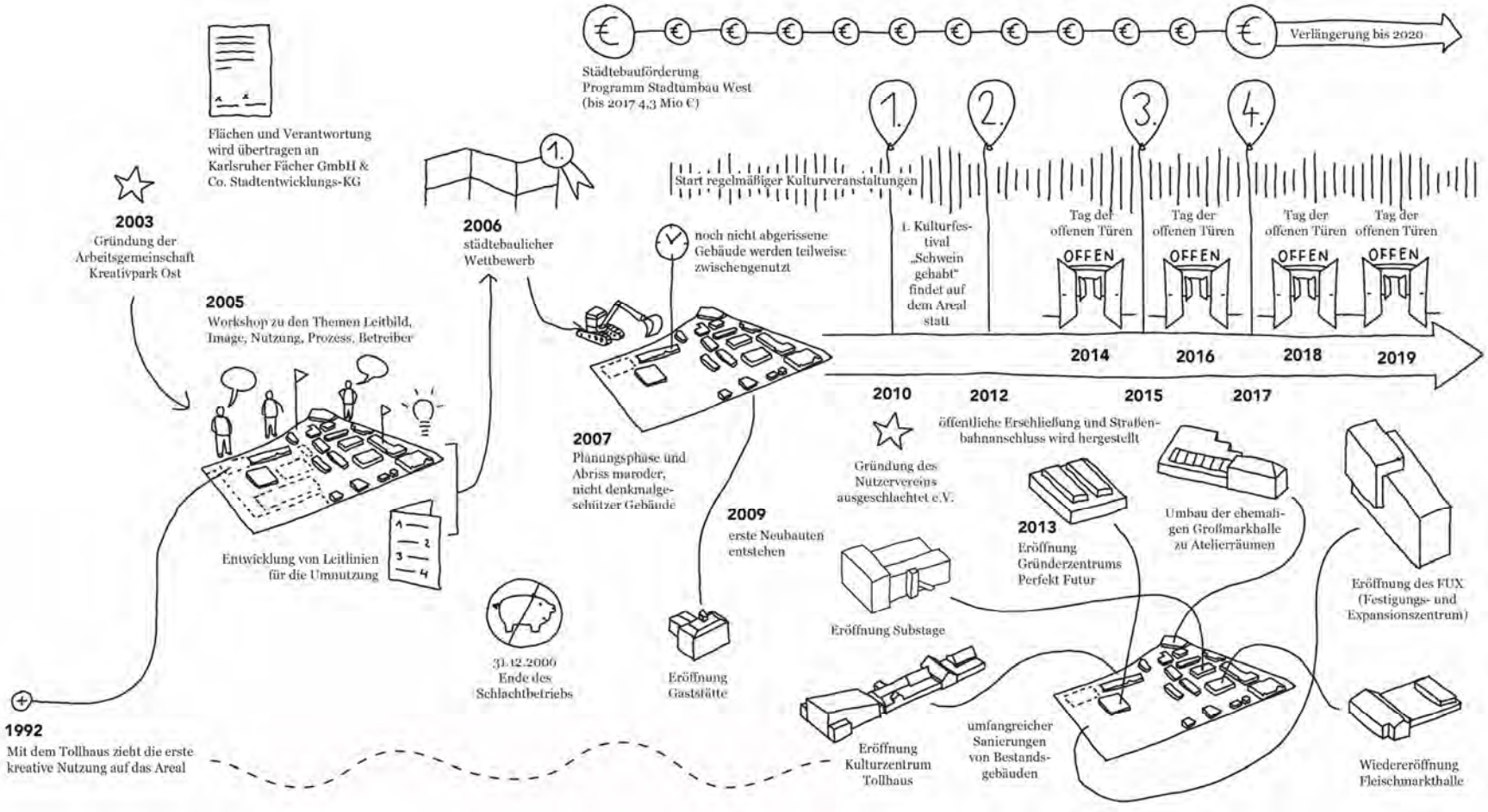
Die frühzeitige und gemeinsame Konzeptentwicklung unter Beteiligung von städtischen Verantwortlichen, relevanten Fachbereichen und bürgerschaftlichen Interessensgruppen hat dazu beigetragen, dass bereits vor der Schließung der Schlachtbetriebe eine tragfähige Konversionsstrategie entwickelt werden konnte. Die Verantwortung für die Entwicklung des Areals liegt dabei in den Händen der stadteigenen „Karlsruher Fächer GmbH & Co. Stadtentwicklungs-KG“, jedoch unter Einbindung des Kulturamts und der Wirtschaftsförderung. Die Interessen der Nutzergruppen werden von dem Verein „ausgeschlachtet e.V.“ vertreten. Zur Finanzierung des Vorhabens wurden auch einzelne Grundstücke für den Neubau an private Investoren veräußert.

Übersicht 4.5.1: Organisationsform



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

Übersicht 4.5.2: Entwicklungsprozess Alter Schlachthof Karlsruhe



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

4.6 Utopiastadt Campus Wuppertal

Gründungsjahr: 2010 Idee (2014 offiziell)

Träger: Utopiastadt e.V. / Utopiastadt gGmbH

Arealgröße/Nutzfläche: 1,3 ha / 2000 qm

Tätigkeit/Angebot:
1) Coworking, Ateliers
2) Gastronomie, Repair-Café, Fahrradverleih
3) Kulturprogramm, Veranstaltungen

Zielgruppe: Akteurinnen und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft, Bewohnerinnen und Bewohner des Quartiers

Finanzierung: Fördermittel des Landes NRW, Spenden von Stiftungen, Crowdfunding

Betrieb: Mieteinnahmen

Lage: Innenstadtrand, an ehemaliger Nordbahntrasse (jetzt Fahrradweg), ca. 10 Autominuten vom Hauptbahnhof entfernt

Webseite: www.clownfisch.eu/utopia-stadt/

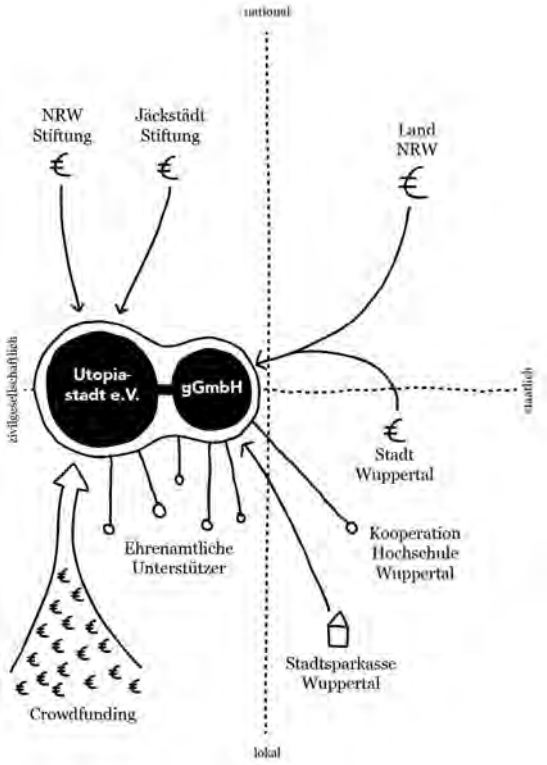
Kontext des „Kreativen Orts“

Seit 2011 macht das Projekt Utopiastadt den ehemaligen Bahnhof Mirke in Wuppertal nach mehrjährigem Leerstand wieder zu einer zentralen Anlaufstelle im Quartier und zu einem regionalen Anziehungspunkt der Kultur- und Kreativwirtschaft. Es versteht sich selbst als „Labor, in dem Utopien, visionäre Ideen und gesellschaftliche Grundüberlegungen konkretisiert und realisiert werden“. Dies erfolgt durch eine schrittweise Sanierung und Umnutzung Die angeschlossenen Gartenflächen werden aktiv mitgenutzt und profitieren seit 2015 auch von der Öffnung der Nordbahntrasse, einem 23 km langen Radweg auf der alten Bahntrasse. Aktuell entstehen unter dem Namen „Utopiastadt Campus“ auf den von der Stadt Wuppertal erworbenen 11.000 qm diverse neue und kooperativ entwickelte gewerbliche Nutzungen.

Nutzungskonzept

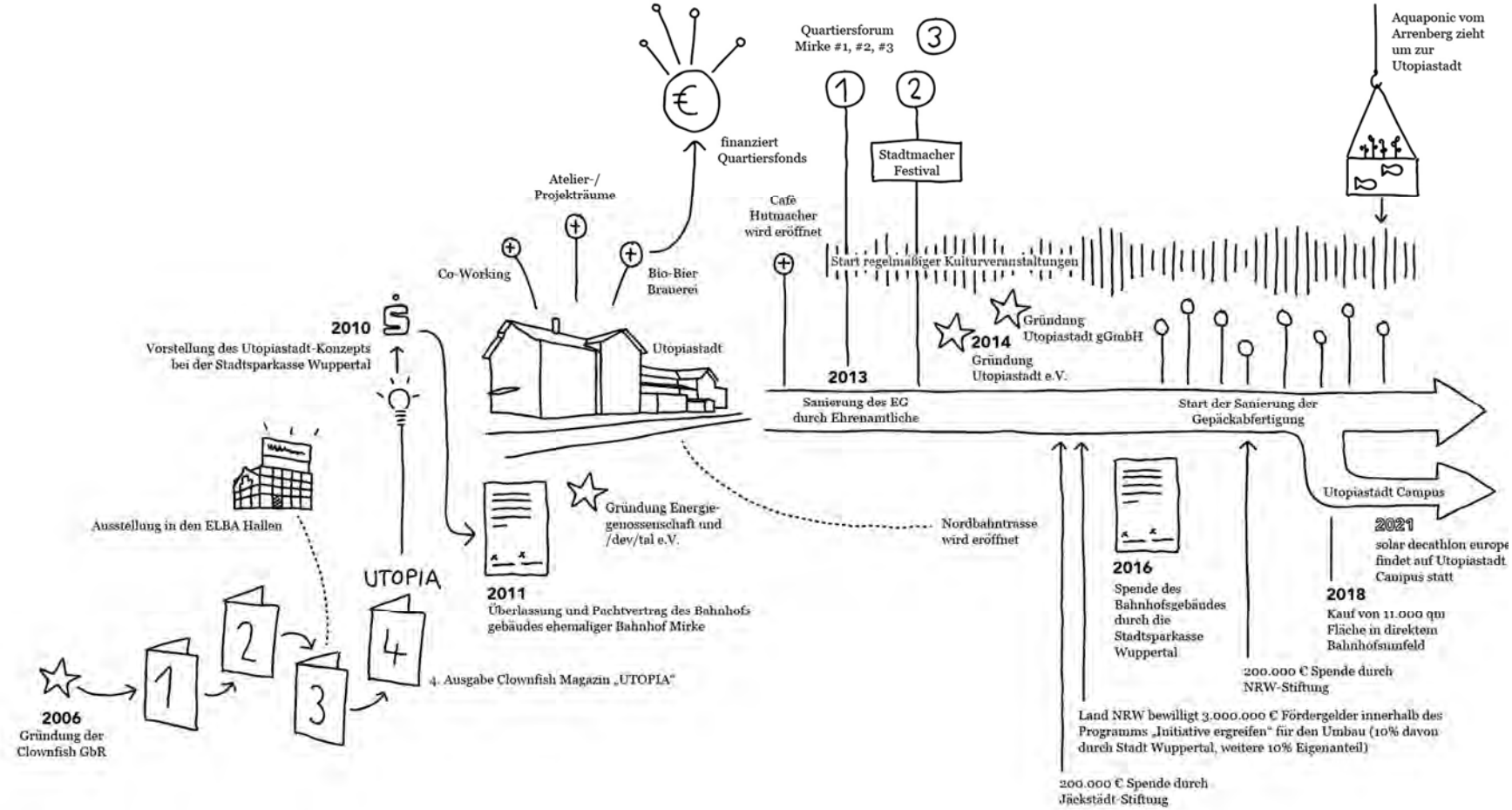
Die Nutzungen der Utopiastadt umfassen ein breites Spektrum der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie zivilgesellschaftliche Initiativen. Neben offenen Werkstätten, Ateliers und Coworking-Angeboten gibt es einen Veranstaltungsraum, einen Fahrradverleih und Gastronomie, in der regelmäßig Kulturveranstaltungen stattfinden sowie einen Garten der für Veranstaltungen und urban gardening genutzt wird. Zentrales Thema vieler Veranstaltungen ist die kooperative Entwicklung des Gebiets mit dem Leitbild „Utopiastadt Campus“.

Übersicht 4.6.1: Organisationsform



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

Übersicht 4.6.2: Entwicklungsprozess Utopiastadt Wuppertal



Quelle: STADTart / Urban Catalyst 2020

Entstehungsprozess und aktueller Stand

Die Wiederbelebung des ehemaligen Bahnhofs beginnt 2011 mit der Überlassung des Gebäudes im Besitz der Stadtsparkasse Wuppertal an die clownfish GbR. Durch bürgerschaftliches Engagement der ca. 100 aktiven „Utopisten“ und des 2014 gegründeten Vereins Utopiastadt e.V. wird über mehrere Jahre schrittweise saniert und umgebaut. Der ehemalige Bahnhof Mirke wird seitdem von zahlreichen Vereinen genutzt. Mittels Sach- und Geldspenden sowie der Reinvestition der Mieteinnahmen kann heute ein großer Teil des denkmalgeschützten Gebäudes bereits wieder genutzt werden. Mit der Erweiterung zur „Utopiastadt Campus“ auf den benachbarten brachliegenden Gewerbeflächen sollen gemeinschaftlich genutzte Bereiche, wie zum Beispiel Parks, Kindergärten oder Kultureinrichtungen geschaffen werden. Dafür wurden weitere 25.000 qm erworben und 2015 die gemeinnützige Utopiastadt gGmbH gegründet. Diese hat sich zum Ziel gesetzt Wissenschaft und Forschung, Umweltschutz, bürgerschaftlichem Engagement im Kontext von Quartiers- und Stadtentwicklung, Kultur, Bildung und Erziehung sowie den Erhalt von denkmalgeschützten Gebäuden, vor allem des historischen Hauptbahnhofs an der Nordbahntrasse zu fördern.

4.7 Fazit für eine Stadtpolitik zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Kultur

Vor dem Hintergrund der vorgestellten Best-Practice-Beispiele zur Entwicklung ausgewählter „Kreativer Orte“ lassen sich folgende Schlussfolgerungen für eine erfolgversprechende Stadtpolitik zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Kultur ziehen:

Schaffung eines differenzierten Raumangebots …

Insbesondere hinsichtlich der wirtschaftsbezogenen „Kreativen Orte“ reicht es heute nicht mehr aus, nur einzelne Einrichtungen bereitzuhalten. Wie etwa das C-Hub in Mannheim, die Initiativen für einen weiteren Kreativen Ort angesichts der Erfolge des zwischengenutzten Dezernats 16 in Heidelberg und des Gewerbezentrums der Kreativwirtschaft in Kiel zeigen, bedarf es eines abgestuften Angebots an Raumoptionen bei den „Kreativen Orten“ (von der Erstphase bis zur Konsolidierungsphase). Damit kann den im Existenzgründungsprozess verändernden Ansprüchen (u.a. hinsichtlich der benötigten Fläche) bei gleichzeitig höherer Mietzahlungsfähigkeit besser Rechnung getragen werden. Wie das Nutzungskonzept für das Gewerbezentrum Kreativwirtschaft in Kiel zeigt, kann dabei eventuell zwischen Trägerschaft und Betrieb auch getrennt werden.

… als Knotenpunkt für den Austausch mit Unternehmen anderer Branchen

Bei einer solchen stärker zielgruppenorientierten Angebotsstrategie ist darauf zu achten, dass nicht nur die im Stadtgebiet vorhandenen Coworking-Angebote einbezogen, sondern diese „Kreativen Orte“ zudem als Knotenpunkte für Unternehmen anderer Branchen konzipiert werden, die sich mit den Existenzgründer/innen in der Kultur- und Kreativwirtschaft vernetzen wollen. Hilfreich könnten hierbei auch die Berücksichtigung eines Werkstattbereichs (siehe das Beispiel des Gewerbezentrums Kreativwirtschaft in Kiel) und die Einbindung in gemischt genutzte städtebauliche Projekte sein, vor allem durch die Einbindung attraktiver Wohnprojekte und familiengerechter Infrastruktureinrichtungen.

Mehrwert der „Kreativen Orte“ durch Einbindung in städtebauliche Projekte

Wie insbesondere der Kreativpark Alter Schlachthof Karlsruhe zeigt, bieten städtebauliche Projekte die große Chance über integrierte Konzepte und unter Einbezug von Kultureinrichtungen wie etwa

Atelier- oder Künstlerhäuser und wirtschaftsbezogene „Kreative Orte“ sowohl zur Quartiersentwicklung beizutragen als auch überregionale Ausstrahlungseffekte zu erzielen. Solche mehrwertschaffenden Projekte können im Rahmen von gebietsbezogenen Förderprogrammen top-down erfolgen, jedoch ist auch eine bottom-up Strategie denkbar, wie vor allem die Initiative der Utopiastadt in Wuppertal deutlich macht. Dieser Ansatz schafft es bürgerschaftliches Engagement zu mobilisieren und Akteure aus Kultur- und Kreativwirtschaft zu Ko-Produzenten der Stadt- und Quartiersentwicklung zu machen. Darüber hinaus zeigt der Kreativpark Alter Schlachthof Karlsruhe wie durch die erfolgreiche Verbindung von top-down und bottom-up ein Gleichgewicht aus notwendigen großen städtebaulichen Investitionen und kleinteiligen Umnutzungen und Aneignungen umgesetzt werden kann. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die vorhandenen Räume und Gebäude zumindest teilweise erhalten bleiben, bei einer Renovierung oder Ergänzung behutsam vorgegangen und Platz für Experimente in Form von Zwischennutzungen bereitgehalten wird. Viele Nutzer/innengruppen benötigen keine fertiggestellten Raumangebote, sondern Räume zur Aneignung und zum Weiterbauen oder Anpassen an ihre spezifischen Anforderungen.

Benötigt werden ein langer Atem und eine Offenheit für Experimente

Die skizzierten Entwicklungsprozesse bei einigen der Beispiele machen deutlich, dass für eine erfolgreiche Entwicklung von kreativen Orten und Räumen Zeit und Ausdauer benötigt wird. Von den ersten Ideen bis zur Umsetzung vergehen oft viele Jahre. Dies gilt insbesondere für größere Konversionsareale. Dabei sollten die Nutzergruppen aus Kultur sowie Kultur- und Kreativwirtschaft schon frühzeitig in die Planung einbezogen werden. Soweit möglich sind Teile des Areals auch für Zwischennutzungen bereitzustellen mit dem Ziel Nutzungsbausteine testen zu können. Dies kann punktuell auch die Möglichkeit beinhalten, dass manche angestrebte Nutzung sich nicht als tragfähig erweist und alternative Nutzungsbausteine identifiziert werden müssen. Dies ist auch in Braunschweig nur möglich, wenn dafür eine gewisse Offenheit besteht und Entwicklungsspielräume geschaffen werden.

5 Entwicklungstendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Dass sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in den vergangenen drei Jahrzehnten in Deutschland und dabei vor allem in den Großstädten bzw. in Großstadtregionen zu einer bedeutenden Wirtschaftsbranche entwickelt hat, ist inzwischen allgemein bekannt. Dies gilt sowohl für die Metropolregion Hannover, Braunschweig Göttingen, Wolfsburg als Gesamtraum als auch für die Region Braunschweig. In 2008 belief sich der Anteil der Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft auf 12 Prozent (Söndermann 2011, 44). Begünstigt wurde das bundesweite Wachstum der Querschnittsbranche durch eine Reihe an Einflussfaktoren. Dies gilt sowohl für die Nachfrageseite (u.a. aufgrund einer Zunahme nachfragestarker jüngerer Bevölkerungsgruppen) als auch für die Angebotsseite, dabei insbesondere durch die „Kulturalisierung" zahlreicher anderer Märkte (u.a. Scott 2000, Böhme 2016). Auch in den letzten Jahren hat sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Summe aller Teilmärkte als Wachstumsbranche erwiesen (BMWI 2018, 2019), sowohl hinsichtlich der Anzahl der Unternehmen (seit 2011 +5%), der erzielten Umsätze 158 Mrd. Umsatz (seit 2011 +19%) als auch der Anzahl an Erwerbstätigen (seit 2011 +8%).

Seit einigen Jahren gibt es jedoch Anzeichen, dass sich wie in anderen Branchen auch innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft ein struktureller Wandel vollzieht, etwa in den Teilmärkten der Musik- und der Filmwirtschaft durch die Digitalisierung (ausführlich u.a. BMWi 2017). Darüber hinaus zeichnen sich für die Ausgestaltung einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik weitere relevante Entwicklungstendenzen ab (u.a. Gnad, Ebert, Kunzmann 2017, 233ff):

Die Kultur- und Kreativwirtschaft bleibt eine bedeutende Wirtschaftsbranche, jedoch zeigen die Teilmärkte unterschiedliche Entwicklungstendenzen

Nach der Musikwirtschaft, der Filmwirtschaft und dem Pressemarkt wird sich die Digitalisierung auch die Wertschöpfung anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft verändern. Zudem wird sich die „Kulturalisierung" bzw. „Ästhetisierung" von anderen Märkten fortsetzen. Hinsichtlich des Arbeitsmarkteffektes ist daher vor allem in den unternehmens- bzw. dienstleistungsbezogenen Teilmärkten der Designwirtschaft, der Werbung und der Software-/Games-Industrie (Übersicht 5.2) weiterhin mit einer Zunahme zu rechnen (für Düsseldorf STADTart 2017¸ für Augsburg aktuell Söndermann 2019). Von Rückgängen ist dagegen vor allem im Buchmarkt und im Pressemarkt auszugehen, während die Musikwirtschaft, der Architekturmarkt und der Rundfunkmarkt eher konstant bleiben. Im Saldo der der unterschiedlichen Teilmarktentwicklungen bleibt die Kultur- und Kreativwirtschaft aber weiterhin eine bedeutende Wirtschaftsbranche

Übersicht 5.1: Kultur- und Kreativwirtschaft nach verschiedenen Geschäftsfeldern

Quelle: *STADT**art***/Kunzmann 2007

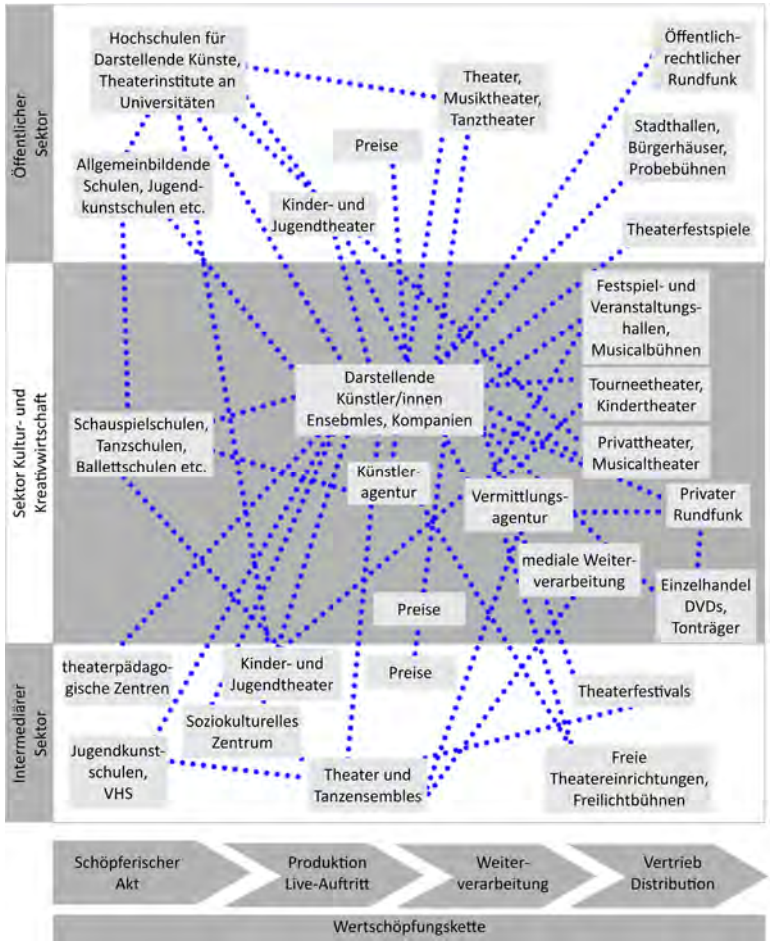
Beeinflusst wird die teilmarktspezifische Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch die sich fortsetzende Globalisierung

Schon heute gibt es auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft eine internationale Arbeitsteilung. Diese Entwicklung wird sich, in der Film- und TV-Produktion mit Netflix und Co) und durch begünstigt durch die anhaltende Digitalisierung, fortsetzen u.a. durch eine Erhöhung der Importanteile (z.B. Auslagerung von manchen Dienstleistungen ins kostengünstigere Ausland (z.B. im Architekturmarkt bei zeitintensiven Layoutarbeiten). Verbunden sind damit Veränderungen der Marktbedingungen in den Wertschöpfungsnetzwerken der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Deutschland.

In den Teilmärkten der Kulturwirtschaft mit trisektoralen Wertschöpfungsnetzwerken nimmt die Verzahnung von Produktion und Konsumption zu

Einige Teilmärkte der Kulturwirtschaft (z.B. die Darstellende Kunst, der Musikmarkt, der Kunstmarkt) weisen trisektorale Wertschöpfungsnetzwerke auf (Übersicht 5.2, STADTart, Institut für Kulturpolitik, HWWI 2012). Daher spielen öffentlich geförderte und zivilgesellschaftlich getragene Kulturangebote in der Wertschöpfung von Produkten und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft eine nicht unerhebliche Rolle. Seit Jahren

Übersicht 5.2: Wertschöpfungsnetzwerk im Teilmarkt „Darstellende Kunst“



Quelle: *STADT**art***, Institut für Kulturpolitik, HWWI 2012

lässt sich eine wachsende Bedeutung der Konsumtion für die Produktion beobachten (Prosumption). Diese Verzahnung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit „kulturellen Szenen“ wird in den kommenden Jahren begünstigt durch die Digitalisierung noch weiter zunehmen. -

Demografische Entwicklungen werden in Teilmärkten der Kulturwirtschaft die Nachfrage und damit auch die Angebotsstruktur verändern

Der demografische Wandel, insbesondere die Zunahme älterer Bevölkerungsgruppen und solcher mit Migrationshintergrund, wird in den kommenden Jahren die Nachfragesituation insbesondere der Kulturwirtschaft im Geschäftsfeld „business to consumer“ (Übersicht 5.1) und in dessen Folge auch die Angebotsstruktur erheblich verändern. Dies zeigt sich schon heute etwa im Kinomarkt, der seit einiger Zeit eine relative Abnahme an jüngeren Bevölkerungsgruppen bei gleichzeitiger anhaltender Akzeptanz von Programmkinos aufweist (FFA-Filmförderungsanstalt 2019, 23-24). Es ist daher damit zu rechnen, dass auch andere traditionelle Märkte der Kulturwirtschaft wie etwa der Kunstmarkt zukünftig einen geringeren Besucherzuspruch erfahren und etwa technikaffine Seniorengenerationen digitale Angebote der Branche verstärkt nachfragen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist vor allem aufgrund ihrer Bedeutung für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit anderer Branchen bedeutsam

In der Vergangenheit wurde die Kultur- und Kreativwirtschaft vor allem aufgrund ihrer quantitativen und qualitativen Effekte für den Arbeitsmarkt und der positiven Wirkungen hinsichtlich traditioneller, von großen Industrieunternehmen dominierten Wirtschafts- und Unternehmensstruktur geschätzt. Diese, in einigen Teilmärkten tendenziell eher abnehmenden Primäreffekte rücken angesichts der Bedeutung der Produkte und Dienstleistungen insbesondere aus den dienstleistungsbezogenen Geschäftsfeldern der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen anderer Wirtschaftsbranchen etwas in den Hintergrund. Deutlich wichtiger für einen Standort sind die Sekundäreffekte von Teilen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Deren innovative Impulse für Unternehmen anderer Branchen, u.a. in den Bereichen Gestaltung, Design, Öffentlichkeitsarbeit, Ideenfindung, Erschließung neuer Kundengruppen, Prozessentwicklung, F&E (BMWI, 2018, 18ff) sind heute erforderliche Teile eines regionalen Innovationssystems bzw. eines regionalen kreativen Milieus (Fromhold-Eisebit 1999 und 1995).

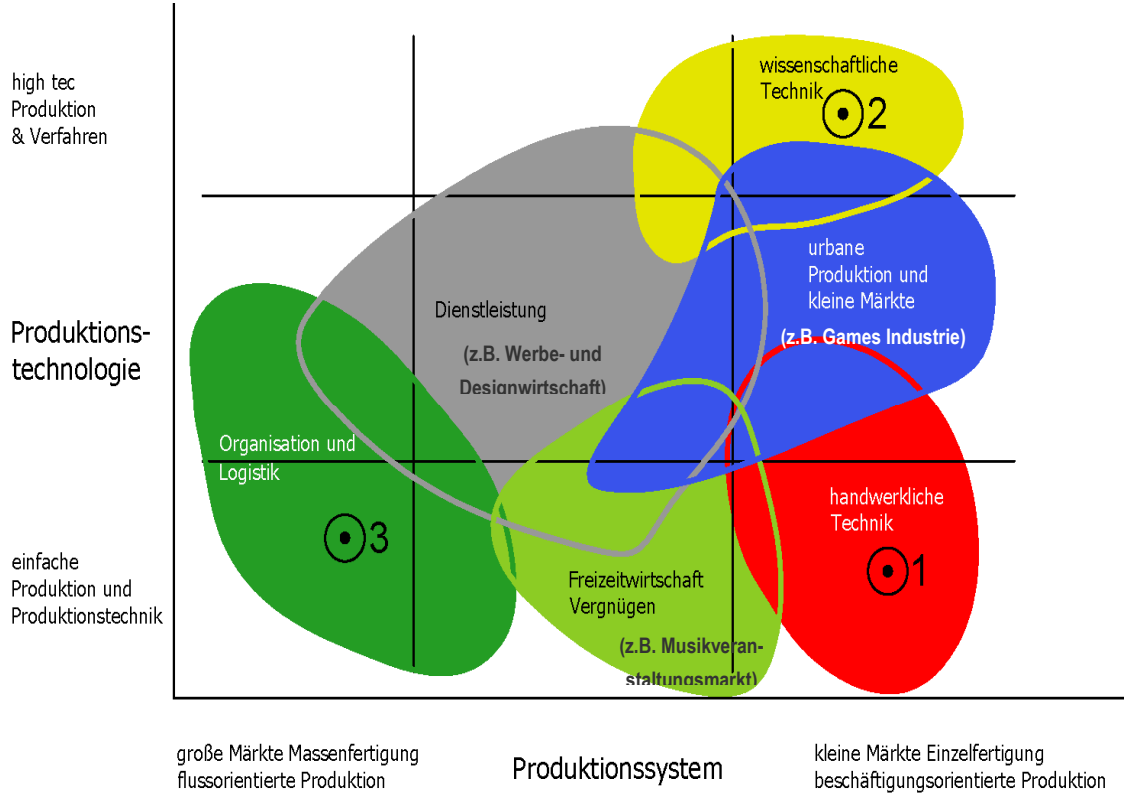
Die räumlichen Schwerpunkte der Kultur- und Kreativwirtschaft werden weiterhin die Großstädte in Metropolregionen, aber auch ihr Umland sein

Auch zukünftig wird sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Metropolregionen und dabei insbesondere in den Großstädten konzentrieren. Hier finden die Unternehmen, die Selbstständigen und Startups der Branche bessere Lokalisations- und Urbanisationsvorteile, sind die Ausbildungseinrichtungen und die „kreativen Szenen“ und sitzen sowohl die Unternehmen anderer Branchen die ihre Produkte und Dienstleistungen abnehmen als auch die nachfragenden Haushaltsgruppen. Doch ist bei anhaltender wirtschaftlicher Dynamik in diesen Räumen (u.a. mit noch weiter steigenden Mietpreisen und einer Verknappung von Angeboten in Hinterhoflagen) vor allem bei mietpreisempfindlichen Selbstständigen und Mikrounternehmen der Branche von räumlichen Zentrifugalkräften auszugehen. Verbunden ist damit auch eine Regionalisierung des bestehenden eher urbanen Systems der „Kreativen Räume“.

Die skizzierten Entwicklungstendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft machen deutlich, dass eine erfolgversprechende kommunale Wirtschaftsförderungsstrategie anders anzulegen ist als unter den Bedingungen der letzten Jahrzehnte. Sie ist

zum einen insbesondere unter Einbezug der Kulturentwicklung bzw. der Stadtentwicklung/Stadtplanung zu konzipieren. Dabei sind aktuell diskutierte Ansätze der „urbanen Produktion“, wozu überwiegend kleinere bis mittelgroße, inhabergeführte Betriebe zwischen Handwerk und High-Tech gezählt werden (Übersicht 5.3, Bonny 2013) angemessen zu berücksichtigen. Zudem bedarf es angesichts des strukturellen Wandels in der Kultur- und Kreativwirtschaft in regionalwirtschaftlich besonders entwicklungsrelevanten Teilmärkten der Branche darauf zugeschnittenen Strategiekonzepten.

Übersicht 5.3: Schematische Darstellung des Zusammenhangs von Produktionssystem und -technologie



Quelle: *STADTart* 2013, nach Bonny 2013

6 Handlungsvorschläge für eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik und zur Stärkung der Fokusräume

Vor dem Hintergrund der identifizierten Fokusräume von Kultur bzw. Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig, der skizzierten strukturellen Veränderungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft wie etwa den trisektoralen Wertschöpfungsnetzwerken mit dem Kulturbereich (Kapitel 5), bedeutenden Marktveränderungen wie etwa der sich durchsetzenden Digitalisierung, sowie der Erfahrungen der sechs ausgewählten Best-Practice-Beispiele bedarf die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft eines gesamtstädtischen integrierten Politikansatzes. Von zentraler Bedeutung sind dabei vor allem die Wirtschaftsförderung, die Kulturförderung sowie die Stadtentwicklung/Stadtplanung und die Stadtplanung. Eine von diesen Politikfeldern und Akteursgruppen getragene gesamtstädtische Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik bildet den Rahmen für Maßnahmenvorschläge zur Entwicklung der unterschiedlich strukturierten Fokusräume mit dem Ziel, diese zu stärken und auf diese Weise die Entwicklung der Stadt Braunschweig zu unterstützen.

6.1 Leitlinien einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik

Dass eine Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik anders zu konzipieren ist als Strategien und Maßnahmen für traditionelle Branchen wie etwa den Maschinenbau oder die Gesundheitswirtschaft (z.B. Konrad 2016, „Kulturunternehmen gründen anders“) ist heute weitgehend akzeptiert. Das liegt zum einen an der stark ausgeprägten Eigenmotivation der Akteurinnen und Akteuren sowie den Wirkungszusammenhängen mit dem öffentlich geförderten und dem zivilgesellschaftlich getragenen Kultursektor. Andere Gründe sind die ausgeprägte Abhängigkeit einiger Teilmärkte dieser Querschnittsbranche von kulturbezogenen Standortqualitäten (z.B. im Kunstmarkt) und dem nicht unerhebliche Einfluss der Stadtentwicklung/Stadtplanung auf die Entwicklungsbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft, etwa durch die Ermöglichung von Zwischennutzungen für kulturelle, ehrenamtlich getragene Initiativen. Eine erfolgversprechende Kreativwirtschaftspolitik seitens der Wirtschaftsförderung ist deshalb unter Einbezug vor allem von Kulturpolitik und Stadtentwicklung/Stadtplanung zu konzipieren. Zudem sollten Initiativen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Braunschweig wie andernorts auch vor allem darauf abzielen, die Rahmenbedingungen zur Selfgovernance der Branche (Laissez-faire bzw. Selbstorganisation der Akteurinnen und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft) zu verbessern. Zudem sind geeignete kooperative Ansätze einer Cogovernance aufzubauen, u.a. mit vorwiegend weichen Steuerungsformen wie etwa Sparingpartner und Coachingangebote für Selbstständige und Unternehmen (ausführlich Ebert, Lange, Kunzmann 2012, 65-66). Hierfür gilt es entsprechende Kapazitäten bereitzuhalten und Qualifikationen zu schaffen bzw. externe Beratung einzubinden.

Unter Beachtung dieser grundsätzlichen Steuerungsaspekte sollte eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik der Stadt Braunschweig folgende Leitlinien verfolgen:

- Aufbau eines integrierten Politikverständnisses auf der Basis interdependenter Wirkungszusammenhänge von Wirtschaftsförderung, Kulturförderung, Stadtentwicklung/Stadtplanung

Vielfach werden auch heute noch Wirtschaftsförderung, Kulturpolitik und Stadtentwicklung/Stadtplanung getrennt konzipiert oder man beschränkt sich auf den Aspekt der Kultur als weichem Standortfaktor. Angesichts der interdependenten Wirkungszusammenhänge zwischen diesen drei Politikfeldern für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in einer Stadt (ausführlich Kapitel 3),

bedarf es jedoch eines integrierten Politikverständnisses. Ein solcher gemeinsamer Ansatz, der die Eigenständigkeit der jeweiligen Politikfelder anerkennt und wertschätzt, ist eine zentrale Voraussetzung für eine erfolgversprechende integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik. Es können aber auch weitere Politikfelder wie etwa die lokale Migrations- und Arbeitsmarktpolitik prinzipiell daran angedockt werden, etwa durch Unterstützung von Selbständigen mit Migrationspolitik in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

- Intensivierung der Binnenkoordinierung von Wirtschaftsförderung, Kulturpolitik und Stadtentwicklung/Stadtplanung

Für eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik reicht es nicht aus, die Ressourcen und Instrumente der einzelnen Politikfelder zu addieren. Erfahrungsgemäß bedarf es vielmehr einer pro-aktiven und vorausschauenden Binnenkoordination der relevanten Verwaltungsressorts. Auf diese Weise lassen sich zukünftige Herausforderungen und potenzielle Konfliktlagen frühzeitig erkennen und zwischen den drei Politikfeldern abgestimmte Maßnahmen bzw. Handlungsstrategien erarbeiten. *Eine Möglichkeit der Binnenkoordinierung ist die Einrichtung eines verwaltungsinternen Arbeitskreises aus den Kernressorts Wirtschaftsförderung, Kulturförderung und* Stadtentwicklung/Stadtplanung*, dessen Mitglieder sich in regelmäßigen Abständen über Initiativen und Maßnahmen ihrer jeweiligen Ressorts verständigen bzw. diese aufeinander abstimmen wie dies beispielsweise in Köln seit einigen Jahren praktiziert wird (Ebert, Lange, Kunzmann 2013, 71). Alternativ ist für diese Aufgabe auch die Schaffung einer Koordinierungsstelle oder eines Koordinierungsbeauftragten denkbar.*

- Bestehende Planungspraxis hinsichtlich der kulturellen Initiativen und Startups der Kultur- und Kreativwirtschaft dynamisieren

Kulturelle Initiativen und Startups der Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen angesichts der Kleinteiligkeit der Branche vielfach unter dem Radar von Wirtschaftsförderung, Kulturförderung und Stadtentwicklung/Stadtplanung, häufig auch an ungewöhnlichen Orten mit attraktiven Gebäuden („Räumliches Kapital“). Damit können Konfliktlagen mit anderen angrenzenden Nutzungen oder Planungen verbunden sein, insbesondere mit den hohen Anforderungen des Wohnens hinsichtlich des Lärmschutzes. Zahlreiche, heute bundesweit bekannte Standorte der Kultur bzw. der Kultur- und Kreativwirtschaft lassen sich auf erfolgreiche bottom-up Entwicklungen zurückführen. Das zeigt insbesondere das Best-Practice Beispiel der „Utopiastadt“ in Wuppertal (ausführlich Kapitel 4). Daher sollte eine integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik gegenüber neu aufkommenden kulturellen Initiativen und Startups offen sein und diese als stadtentwicklungsrelevante Raumproduzenten Zeit zur Entwicklung geben bzw. sie frühzeitig in ergebnisoffene Prozesse einbinden (im Kontext des Ansatzes der „Planung der Nichtplanung“ u.a. durch die Ermöglichung von Test- und Zwischennutzungen).

- Intensivierung regelmäßiger Branchentreffen unter Einbezug der identifizierten und möglichen neuen „Kreativen Orte“

Erfahrungsgemäß ist die Vernetzung und damit die Kommunikation zwischen den Akteurinnen und Akteuren in der Kultur- und Kreativwirtschaft und unter den „Kreativen Orten“ nicht nur in Braunschweig ausbaufähig (siehe Exkurs „Zentrale Ergebnisse eines halbtägigen Workshops mit Kreativen Orten in Braunschweig“). Durch von der Wirtschaftsförderung Braunschweig initiierte themenorientierte Workshops (u.a. zur Unternehmensnachfolge, zu aktuellen Entwicklungstendenzen in der Branche und deren Bedeutung für die Branche am Standort Braunschweig) oder auch von den lokal ansässigen Akteurinnen und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft entwickelte andere Formate lassen sich Synergien erzielen und frühzeitig gemeinsam Herausforderungen erkennen sowie neue Handlungsimpulse setzen. Alle zwei Jahre, veranstaltete, zwei bis-dreistündige-Treffen zu sich abzeichnenden Entwicklungstendenzen und Herausforderungen in der gesamten Branche bzw. in

einzelnen Teilmärkten bieten darüber hinaus einen adäquaten Rahmen, in dem auch die Belange der beteiligten städtischen Ressorts einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik zielgerichtet mit den lokalen Akteurinnen und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgetauscht und erörtert werden können. Die Stadt Braunschweig kann dabei Initiator sein, kann dies aber auch an andere Organisationen oder Beteiligte abgeben.

- Unterstützung von (inter-)national wirkungsmächtigen top-down-Projekten und von bottom-up-Initiativen

Ein Kennzeichen der Kultur- und Kreativwirtschaft ist das Nebeneinander von Unternehmen, die (inter-)national am Markt tätig sind und jenen, die eher regional oder sogar kleinräumig in den Wertschöpfungsprozess eingebunden sind. Über Akteursnetzwerke und kulturelle Szenen stehen diese „beiden Welten“ jedoch vielfach miteinander in einem marktrelevanten Austausch. *Zur Stärkung beider Gruppen an Unternehmen bedarf es zum einen der Unterstützung von (inter-)national wirkungsmächtigen top-down Projekten wie etwa Festivals oder integrierten Städtebauprojekten mit weit über Braunschweig hinaus reichenden Ausstrahlungseffekten. Ein solches städtebauliches Projekt könnte eventuell die Entwicklung der „Bahnstadt“ sein. Zugleich sind durch regionale Initiativen wie beispielsweise eine, lokale Potenziale präsentierende Designmesse adäquate Rahmenbedingungen für die eher regional agierenden Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu schaffen.*

- Sensibilisierung der Immobilienwirtschaft für die Belange der kulturellen Initiativen und Start-ups der Kultur- und Kreativwirtschaft

Eine der zentralen Voraussetzungen für kulturelle Initiativen und Start-ups der Kultur- und Kreativwirtschaft sind preisgünstige Immobilien. Diese können aber nur bedingt top-down zur Verfügung gestellt werden, insbesondere nicht unter den gegenwärtigen, tendenziell hochpreisigen Marktbedingungen. Auch können seitens des städtischen Immobilienmanagements nicht immer ausreichend Flächen zur Verfügung gestellt werden. Da die Immobilienwirtschaft von kulturellen Initiativen und Startups vielfach mittelfristig profitiert (z.B. hinsichtlich des place makings), sollte sie für deren Belange verstärkt sensibilisiert werden. *Sie könnte für diese Gruppe etwa Immobilien zu günstigen Konditionen anbieten, darunter in Form einer mehrjährigen Zwischennutzung für Ateliers und Musikproberäume, für die es nach Informationen der Kulturverwaltung der Stadt einen großen Bedarf gibt. Dies kann auch seitens kommunale Wohnungsunternehmen erfolgen. Hilfreich könnte in diesem Zusammenhang auch die Einrichtung einer für Zwischennutzungen zuständigen Raumzentrale (wie z.B. die ZwischenZeitZentrale in Bremen) oder einer dafür zuständigen Anlaufstelle innerhalb der Kommunalverwaltung sein.* Diese Raumzentrale bündelt die Informationen zu geeigneten Räumen, verwaltungstechnischen Abläufen oder Nutzungskonzepten und vermittelt zwischen Angeboten und Nachfrage. Neben Coworking-Angeboten in öffentlicher oder erwerbswirtschaftlicher Trägerschaft sind zudem zivilgesellschaftlich getragene, in Eigenregie der Nutzergruppen geführte Gründerzentren denkbar, wie etwa das Beispiel des Union Gewerbehofs in Dortmund zeigt. Darüber hinaus sind auch Spezialimmobilien wie ein Musikerhaus denkbar, eine Hausgemeinschaft für Musikerinnen und Musiker (Ebert 2011), das es etwa in Lübeck schon gibt.

- Anpassung der Fördermöglichkeiten an unterschiedliche Rahmenbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie im Kulturbereich

Insbesondere für Mikrounternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und für junge kulturelle Initiativen kann es schwierig sein, eine Anschubfinanzierung zu erhalten. Erfahrungsgemäß sind dies zumeist Kleinstbeiträge, die gerade deswegen kaum gewährt werden. Dies hat zur Folge, dass die Qualität von Produkten und Dienstleistungen dieser Akteurinnen und Akteuren darunter leidet, was

sich dann negativ auf den weiteren Entwicklungsprozess auswirkt. Deshalb empfiehlt sich die Bereitstellung von unbürokratisch zu beantragenden Fördermitteln bzw. Mikrokrediten bis etwa 5.000, - EUR, von denen auch alternative, nicht-gewinnorientierte Unternehmen profitieren sollten (siehe auch Exkurs „Zentrale Ergebnisse eines halbtägigen Workshops mit Kreativen Orten in Braunschweig“). Zu prüfen ist zudem die Einrichtung einer quartiersbezogenen Förderung, verbunden mit der Bedingung dadurch einen Beitrag zur Quartiersentwicklung zu leisten. Im Kontext einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik sollten zudem die schon länger bestehenden kulturbezogenen „kreativen Orte“ der Stadt durch eine mehrjährige Förderzusage gestärkt werden. *Diese verbesserte Planungssicherheit könnte mit einer auf die jeweilige Einrichtung zugeschnittenen, auf mehrere Jahre sich erstreckenden Zielvereinbarung in den Förderbescheiden der Stadt Braunschweig verbunden werden.*

- Erarbeitung teilmarktspezifischer Entwicklungskonzepte und Schaffung von Schnittstellen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Branchen

Die Entwicklungsbedingungen und -tendenzen in der Kultur- und Kreativwirtschaft unterscheiden sich vielfach von Teilmarkt zu Teilmarkt (Kapitel 5). Dies gilt insbesondere hinsichtlich der Kulturwirtschaft (u.a. mit der Darstellenden Kunst) und der Kreativwirtschaft (u.a. mit der Werbewirtschaft), wobei es Schnittstellen zwischen beiden gibt. Daher bedarf es ergänzend zu einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik auch einzelner teilmarktspezifischer Zukunftsstrategien. Vor dem Hintergrund, dass heute Produkte und Dienstleistungen in Design und Werbung für eine große Anzahl an Unternehmen in anderen Branchen ein bedeutendes Innovationsfeld sind, empfiehlt es sich, insbesondere für diese Teilmärkte eigene Entwicklungskonzepte zu erarbeiten. Dabei sind die sich abzeichnenden strukturellen Veränderungen adäquat einzubeziehen (Kapitel 5). Ausgehend von den lokalen Potenzialen in diesen beiden Teilmärkten ist dabei auf Schnittstellen mit anderen am Standort Braunschweig bedeutenden Branchen zu achten, darunter etwa die entwicklungsstrategisch bedeutsame Wissensökonomie (Thierstein et al. 2009). Mögliche Maßnahmen sind in diesem Kontext die Auslobung von Wettbewerben und Preisen sowie die Initiierung von darauf zugeschnitten Messeveranstaltungen.

- Sichtbarmachtung von Projekten und Initiativen der integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik nach außen

Angesichts der ausgeprägten kleinteiligen Unternehmensstruktur für weite Teile der Kultur- und Kreativwirtschaft ist diese im Unterschied zu anderen Branchen in der Stadt für die Kommunalpolitik und auch für die Bewohnerinnen und Bewohner häufig wenig sichtbar. Dadurch wird die Bedeutung der Branche für den Wirtschaftsstandort unterschätzt, weshalb oftmals auch unterstützende Maßnahmen unterbleiben. Als Maßnahmen zur besseren Sichtbarkeit von kulturellen Einrichtungen sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft nach innen und nach außen bieten sich darauf zugeschnittene städtebauliche Projekte wie etwa die erfolgreiche Umnutzung des ehemaligen Schlachthofs in Karlsruhe als Kreativpark oder des früheren Gaswerks in Augsburg an. Weitere Möglichkeiten sind Veranstaltungen, attraktiv gestaltete Broschüren oder eine interaktive Karte an.

- Verbesserung der Kommunikation und Ergänzung des Beratungsangebots für die Kultur- und Kreativwirtschaft, vor allem für Startups

Seitens der Wirtschaftsförderung und der Kulturförderung der Stadt Braunschweig gibt es schon seit 2015 sowohl für kulturelle Projekte als auch für die Startups der Kultur- und Kreativwirtschaft zahlreiche Beratungsangebote. Dazu zählen etwa kostenlose Einzelberatungs- und Orientierungsgespräche für junge Unternehmen und Gründungsinteressierte, das Beratungsangebot mit dem Fachbereich Kultur für kulturelle und künstlerische Pro-

jekte bzw. Projekte der Kultur- und Kreativwirtschaft oder Beratungen in Kooperation mit der Beratungsstelle Frau und Beruf. Anscheinend sind diese Angebote der Zielgruppe jedoch zu wenig bekannt (siehe Exkurs „Zentrale Ergebnisse eines halbtägigen Workshops mit Kreativen Orten in Braunschweig“). Deshalb sollten Schritte in die Wege geleitet werden, wie die vorhandenen Angebote besser für die Zielgruppe kommuniziert werden können. Zudem ist das bestehende Maßnahmenset punktuell zu ergänzen, etwa hinsichtlich der vorgeschlagenen Mikrokredite. Darüber hinaus empfiehlt es sich mit dem Beratungsangebot im Kulturbereich qualifizierte Zuwanderer anzusprechen. Die Ansprache dieser Zielgruppe sollte auch mehrsprachige Informationsbroschüren oder entsprechende Online-Angebote umfassen. Dies eröffnet die Chance in größerem Umfang auch transnational ausgerichtete Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft wie etwa in der Musikwirtschaft stärken zu können (u.a. Ebner, Wösten 2013).

- Perspektivischer Aufbau eines teilräumlichen regionalen Netzwerks der Fokusräume im Umland von Braunschweig

Die größere Standortunabhängigkeit aufgrund der Digitalisierung der Branche und dem Mangel an mietpreisgünstigen, für die Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft standortadäquaten Immobilien haben in den letzten Jahren in manchen Metropolregionen schon dazu geführt, dass insbesondere mietpreisempfindliche Selbstständige der Branche ins Umland gezogen sind und bei weiter steigenden Immobilienpreisen auch noch ziehen werden (Berliner Institut für Bevölkerung und Entwicklung 2019). Die dort ansässigen Firmen bilden vielfach mit Unternehmen in der Kernstadt regionale Produktions- und Dienstleistungsnetzwerke. Im Kontext einer netzwerk-und wertschöpfungsbezogenen Clusterpolitik der Metropolregion Hannover, Braunschweig, Göttingen, Wolfsburg“ zur Kultur- und Kreativwirtschaft sollte perspektivisch darüber nachgedacht werden, ob durch den Aufbau eines teilräumlichen regionalen Netzwerks der Fokusräume die Initiativen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig zusätzlich wirksam unterstützt werden können.

- Konzentration von Maßnahmen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf die identifizierten Fokusräume

Die Standortanalyse der „Kreativen Orte“ und zur kleinräumigen Clusterstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig zeigen, dass aktuell von vier Fokusräumen in der Stadt ausgegangen werden kann, in denen jeweils Handlungsbedarf besteht. Dieser variiert jedoch aufgrund unterschiedlicher kleinräumiger Rahmenbedingungen etwa hinsichtlich der Stadtstruktur, der Sozialstruktur von Fokusraum zu Fokusraum. Deshalb bedarf es neben einer gesamtstädtischen integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik auch auf die Rahmenbedingungen der identifizierten Fokusräume zugeschnittener Entwicklungs- und Maßnahmenkonzepte. Diese stehen mit den Herausforderungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. im Kulturbereich auf gesamtstädtischer Ebene in enger Verbindung (Übersicht 5.3). Dies beinhaltet u.a., dass auch andernorts in Braunschweig kulturelle Initiativen (z.B. für ein Atelier- und Künstlerhaus) unterstützt werden können (z.B. in den drei identifizierten Potenzialflächen Übersicht 2.3.3) jedoch sollten kommunale Initiativen sich eher auf die Fokusräume konzentrieren.

6.2 Handlungsvorschläge zur Stärkung der Fokusräume in Braunschweig

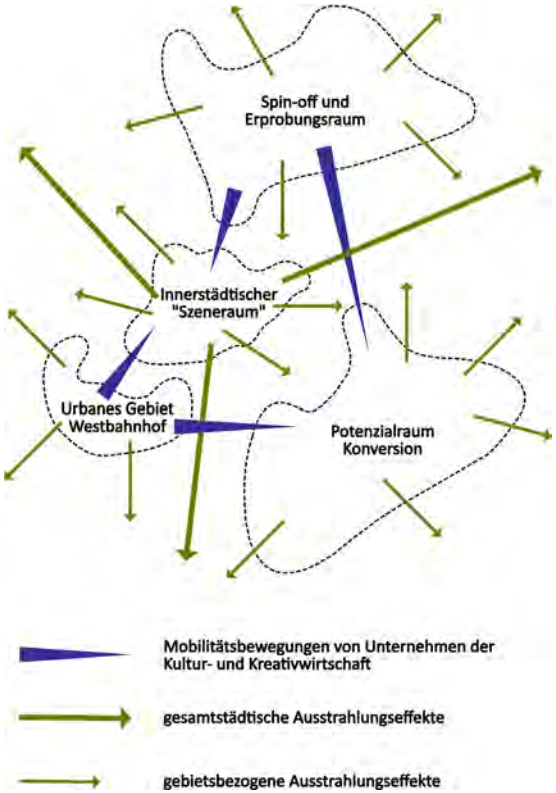
Die quartiersbezogene Standortanalyse der „Kreativen Orte“ in Braunschweig hat vier unterschiedliche Fokusräume identifiziert (Kapitel 2). Diese bilden zusammen ein sich vielfach wechselnd beeinflussendes System (Übersicht 6.2.1, u.a. Thierstein et al. 2009). Dabei übernimmt der Fokusraum „Spin-off und Erprobungsraum“ die Funktion die hochschulbezogenen Gründungspotenziale auf vielfältige Weise zu ermöglichen. Eine vergleichbare Funktion hat wie ähnlich strukturierte Gebiete in anderen Städten zeigen (z.B. die Dortmunder Nordstadt) auch das „Urbane Gebiet Westbahnhof“, jedoch ist das Gründungsgeschehen weniger hochschulgeprägt. Der „Innerstädtische Szeneraum“ fungiert aufgrund der zahlreichen publikumsbezogenen Kulturangebote, seien dies nun öffentlich geförderte Einrichtungen wie etwa Museen und Clubs, Kinos etc. vor allem als „leuchtender Raum“ bzw. als eine Art Aushängeschild nach außen. In dieser Funktion trägt dieser Raum zur Attraktivität von Braunschweig als Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft bei. Der „Potenzialraum-Konversion“ wird dagegen in den kommenden Jahren verstärkt eine größere Rolle spielen, vor allem als Angebot an jene Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig, die sich in den drei anderen Fokusräumen erweitern wollen, an ihrem Standort nicht ausreichend Flächen finden, am Markt etabliert sind und im Kontext der Reurbanisierung der Produktion die Nähe zu Unternehmen anderer Branchen suchen (zum Konzept der „Urbanen Produktion“ zusammenfassend Hackenberg, Jonas 2019, im Kontext der Kultur- und Kreativwirtschaft Gärtner, Kunzmann 2019). Angesichts dieser Wirkungszusammenhänge sollten die identifizierten Fokusräume der Schwerpunkt einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik der Stadt Braunschweig sein.

Um die skizzierten Funktionen erfüllen zu können bedarf es in den vier Fokusräumen jedoch zusätzlicher integrierter Konzepte, in denen hinsichtlich der Wirtschaftsförderung, der Kulturförderung und der Stadtentwicklung/Stadtplanung insbesondere folgende Maßnahmen empfohlen werden (Übersicht 6.2.2):

Spin-off und Erprobungsraum (Fokusraum1)

Dieser Fokusraum nordöstlich der Innenstadt, u.a. mit dem Gründerquartier (Technologiepark, Hackerspace, Stratum 0 etc.) und Teilen der TU Braunschweig, sollte als „Wissensraum der 2. Generation“ entwickelt werden. Merkmale dieses, den traditionellen Campus- bzw. Technologieparkansatz weiter qualifizierenden Raumtyps sind etwa eine stärkere Nutzungsmischung (ausführlich van

Übersicht 6.2.1 Wirkungszusammenhänge der vier Fokusräume in Braunschweig



Quelle: STADTart/Urban Catalyst 2020

Übersicht 6.2.2: Vorschläge zur Stärkung der vier Fokusräume in Braunschweig mit den Handlungsschwerpunkten Wirtschaftsförderung, Kulturförderung und Stadtentwicklung/Stadtplanung im Rahmen einer gesamtstädtischen integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik

Fokusräume	Strategische Ziele	Funktion	Wirtschaftsförderung	Kulturförderung	Stadtentwicklung/Stadtplanung	Beispiele
Spin-off und Erprobungsraum	Entwicklung als Wissensraum der 2. Generation	▪ Nutzung der Gründungspotenziale der vorhandenen Wissenseinrichtungen	▪ Unterstützung der wirtschaftsbezogenen kreativen Orte bei Erweiterung etc. ▪ Bereitstellung studentischer Projekträume (etwa als ergänzender Angebotsbaustein der Transferstelle)	▪ Unterstützung von kulturellen Initiativen vor Ort ▪ Erarbeitung eines Kulturentwicklungskonzepts	▪ Identifizierung von Flächen- und Raumpotenzialen für Kultur bzw. Kultur- und Kreativwirtschaft ▪ Ermöglichung branchenzugeschnittener Wohn- und Infrastrukturmaßnahmen (z.B. KiTas)	▪ Gewerbezentrum der Kreativwirtschaft Kiel ▪ C-HUB Kreativwirtschaftszentrum Mannheim
Urbanes Gebiet Westbahnhof	Stärkung der Ausstrahlungseffekte der „Kreativen Orte“ unter Erhaltung der Nutzungsmischung	▪ Standorte für Gründungspotenziale aus dem Kulturbereich sowie der vorhandenen Wissenseinrichtungen	▪ Unterstützung wirtschaftsbezogener kreativer Orte u.a. bei Erweiterungsabsichten, evtl. langfristige Sicherung durch Erwerb oder Erbpacht ▪ Identifizierung von verfügbaren Raumpotenzialen für Labs, Makerszene, kulturelle Initiativen, Atelierhäuser etc.	▪ Stärkung der bestehenden kulturbezogenen Kreativen Orte (u.a. durch erhöhte Planungssicherheit) ▪ Unterstützung von kulturellen ehrenamtlichen Initiativen, Atelierhäusern etc. als „informelle Inkubatoren“ durch Bereitstellung von Räumlichkeiten (u.a. als mehrjährige Zwischennutzung)	▪ Berücksichtigung der Belange der Kultureinrichtungen und der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft bei Umwidmungsprojekten, eventuell durch Schutzmaßnahmen ▪ Verbesserung der Verknüpfung zwischen Wohnbereich und den vorhandenen Kreativen Orten	▪ Atelierhaus Aachen im Kreativ- und Bürgerzentrum „Depot“ ▪ Utopiastadt Campus Wuppertal ▪ „Alter Schlachthof“ Kreativpark Karlsruhe
Innerstädtischer Szeneraum	Entwicklung als Kultur- und Freizeitviertel der 2. Generation	▪ Standort für am Markt etablierte Unternehmen der Kultur mit Nähe zu kulturellen Angeboten ▪ Aushängeschild für Kultur und Kultur- und Kreativwirtschaft („Leuchtender Raum“)	▪ Einbeziehung der publikumsbezogenen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in die Förderung (z.B. für Galerien) ▪ Bereitstellung von Raumangeboten für am Markt etablierte Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft	▪ Stärkung der bestehenden kulturbezogenen Kreativen Orte (u.a. durch erhöhte Planungssicherheit)	▪ Vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel Erarbeitung eines Konzepts für ein Kultur- und Freizeitviertel 2. Generation ▪ Nutzungsverträglichkeit sichern (keine „störende Wohnnutzung“) ▪ Aufenthaltsqualität im Umfeld der kulturbezogenen Kreativen Orte stärken bzw. schaffen	▪ Bermuda3Eck Bochum
Potenzialraum Konversion	Gewerbegebiet für Urbane Produktion unter Einbezug der Kultur- und Kreativwirtschaft	▪ In der Entstehungsphase „Spielwiese“ für kulturelle Initiativen ▪ In der Umsetzungsphase. Standort für Gründungen in der Stabilisierungs- und Erweiterungsphase	▪ Entwicklung eines Handwerks- und Produktionshofs bzw. eines Gründerzentrums mit Schwerpunkt von Startups in der Erweiterungsphase (evtl. in Kooperation mit der Immobilienwirtschaft und mittelständischen Unternehmen in Braunschweig)	▪ Unterstützung von Initiativen bei der temporären kulturellen Zwischennutzung und bei stationären Angeboten	▪ Erarbeitung eines integrierten temporären Nutzungskonzepts ▪ attraktive Wohnprojekte einbeziehen ▪ Ausweisung als Gewerbegebiet für Branchen der urbanen Produktion	▪ „DEZERNAT 16 – in der alten Feuerwache Heidelberg ▪ Gasfabrik Augsburg

Quelle: STADTart/Urban Catalyst 2020

Winden 2013). Dies kann auf der Basis des § 34 BauGB erfolgen oder durch Überplanung als Sondergebiet mit entsprechenden textlichen Festsetzungen. Falls erforderlich ist dabei zudem eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität der öffentlichen Räume anzustreben. In diesem Rahmen sind auch die bestehenden wirtschaftsbezogenen „Kreativen Orte“ und kulturellen Initiativen zu unterstützen (z.B. bei der Absicht sich erweitern zu wollen). Darüber hinaus empfiehlt es sich verstärkt studentische Projekträume als ergänzendes Angebot der Technologietransferstelle vorzuhalten. Solche Räume werden wie das Best-Practice-Beispiel „Anscharpark Kiel“ zeigt, als wichtige Vorstufe im Existenzgründungsprozess angesehen (Kapitel 4). Auch sollte auf die Anforderungen der dortigen Nutzergruppen und der ansässigen Branchen zugeschnittene Wohn- und Infrastrukturmaßnahmen angegangen werden, etwa die Einrichtung von KiTas u.a. mit dem Ziel, die Rahmenbedingungen für Existenzgründungen auch von jungen Familien zu verbessern. Um die kulturelle Entwicklung des Fokusraums zielgerichtet steuern zu können, empfiehlt sich zudem die Erarbeitung eines, auf die Nachfragebedingungen der Studierenden bzw. der dort Beschäftigten ausgerichtetes Kulturentwicklungskonzept (u.a. Gothe 2009). In diesem Kontext sind u.a. auch vorhandene Flächen- und Raumpotenziale für Kultur sowie für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu identifizieren.

Urbanes Gebiet Westbahnhof (Fokusraum 2)

Die erst in den letzten Jahren, um den ehemaligen Industriebahnhof im Westen entstandenen „kreativen Orte“ konnten bislang noch wenig zur Entwicklung eines Clusters der Kultur- und Kreativwirtschaft beitragen. Ziel sollte es daher sein, die Ausstrahlungseffekte der bestehenden wirtschaftsbezogenen sowie kulturbezogenen „kreativen Orte“ so zu stärken, dass die aktuelle Nutzungsmischung dieses Areals nicht wesentlich durch eventuelle Aufwertungsprozesse verändert wird. Eine Maßnahme in diese Richtung ist die zumindest mittelfristige Sicherung der vorhandenen „Kreativen Orte“ seitens der Wirtschaftsförderung bzw. der Kulturförderung. Möglich ist dies etwa durch mittelfristige Mietverträge oder durch den Erwerb der Gebäude seitens der Stadt Braunschweig. Zudem sind in Abstimmung mit dem kommunalen Gebäudemanagement, Wohnungsbaugesellschaften und der Immobilienwirtschaft verfügbare Raumpotenziale zu identifizieren, um einerseits Mikrounternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ansiedeln und um andererseits Atelierhäuser, Labs etc. in Trägerschaft von kulturellen Initiativen und Makerszenen realisieren zu können. Solche Initiativen haben sich retrospektiv oftmals als „informelle Inkubatoren“ der Kultur- und Kreativwirtschaft erwiesen (STADTart 2007, 57-61). Aus diesen Gründen sollte die Stadtplanung die Belange der „Kreativen Orte“ insbesondere bei unmittelbar angrenzenden Umwidmungsprojekten berücksichtigen und eventuell benötigte Maßnahmen zu deren Schutz einbeziehen. Zudem bedarf es einer besseren räumlichen Anbindung der bestehenden „Kreativen Orte“ an die Wohnnutzung. Damit kann zu deren besseren Nutzung und zur Stärkung der Quartiersentwicklung beigetragen werden.

Innerstädtischer „Szeneraum“ (Fokusraum 3)

Als strategisches Ziel zur Stärkung dieses Fokusraumes empfiehlt es sich, das Gebiet zu einem Kultur- und Freizeitviertel der 2. Generation zu entwickeln. Im Unterschied zu früheren gebietsbezogenen Konzepten wie etwa „Kulturviertel“ werden dabei auch Angebote in zivilgesellschaftlicher und erwerbswirtschaftlicher Trägerschaft einbezogen (Übersicht 6.2.3 und ausführlich Ebert, Siegmann 2003; STADTart 2006). Nach diesem Konzept, das angesichts des anhaltenden Strukturwandels im Einzelhandel und den damit verbundenen Herausforderungen vor allem in den Innenstädten zusätzlich an Aktualität gewonnen hat (u.a. Anders/ Kreutz/Krüger 2017, oder auch im Kontext des Ansatzes der urbanen Nachtökonomie Krüger/ Schmid/Jauernig 2015), sollten bei der Entwicklung dieses Fokusraums vor allem publikumsbezogene Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft

wie etwa Galerien, Kinos und Clubs in die integrierte Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik der Stadt Braunschweig einbezogen werden (siehe z.B. das Handlungs- und Nutzungskonzepte für das Bermuda-3eck in Bochum der ISG Bermuda3Eck Bochum e.V., o.J. 9-13). Zudem empfiehlt es sich die bereits vorhandenen kulturbezogenen „Kreativen Orte“ durch eine größere Planungssicherheit zu stärken, da solche frequenzerzeugenden Angebote erfahrungsgemäß auch eine nicht unerhebliche touristische Bedeutung haben (Schmid/Kosinski, Pill 2016, 54-59 am Beispiel des Bermuda3Ecks in Bochum), mit positiven Effekten für Teile des innerstädtischen Einzelhandels. Voraussetzung dafür ist, dass Nutzungskonflikte vor allem mit der Wohnnutzung vermieden werden. Zur Stärkung der Akzeptanz solcher Gebiete bedarf es darüber hinaus einer hohen Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, gerade im Umfeld der Frequenzerzeuger. Da dieser Fokusraum auch bei am Markt etablierten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ein bevorzugter Standort ist (siehe auch Kapitel 2, am Beispiel Kreativkai Münster Krajewski 2019), könnten zusammen mit der Immobilienwirtschaft insbesondere für die Nutzergruppe der Design-, Werbe- und Architekturbüros attraktive Räumlichkeiten für angeboten werden.

Übersicht 6.2.3: Mögliche Bausteine eines Kultur- und Freizeitviertels der 2. Generation

Quelle: STADTart 2020 nach Ebert, Siegmann 2003

Potenzialraum Konversion (Fokusraum 4)

Wie das Konzept „Bahnstadt“ zeigt, steht das südöstlich des Hauptbahnhofs gelegene, teilweise ungenutzte Industrie und Gewerbeareal, einschließlich noch vorhandener Gleisflächen vor einer umfassenden Transformation. Wie zahlreiche auf ähnlichen Rahmenbedingungen basierende Projekte in Städten mit einer ähnlichen Einwohnerzahl wie Braunschweig zeigen (u.a. die Campbell-Barracks in Heidelberg, das Gaswerk-Areal in Augsburg), stoßen solche Gebiete bzw. nicht mehr benötigte Infrastrukturanlagen sowie bei kulturellen Initiativen als auch bei Existenzgründerinnen und -gründern in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit vielen Jahren auf großes Interesse, u.a. weil diese über einige Jahre vielfach preisgünstig und experimentell genutzt werden können. Zudem sind diese Gebiete auch potenzielle Standorte zur Umsetzung des aktuell diskutierten Ansatzes der urbanen Produktion, einer Integration von stadtverträglicher Produktion bzw. Dienstleistung mit Wohnen und kulturellen sowie freizeitbezogenen Nutzungen. In einem ersten Schritt sollte daher geprüft werden, welche Anlagen in diesem Areal von kulturellen Initiativen bzw. seitens der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft als „Spielwiese“ zwischengenutzt werden können. Hilfreich könnte hierbei auch ein integriertes temporäres Nutzungskonzept mit experimentellen Zwischennutzungen sein. Soll der Potenzialraum als Standort für die urbane Produktion ausgewiesen werden, dann empfiehlt sich zudem die Einrichtung eines Handwerks- und Produktionshofs bzw. eines Gründerzentrums als zusätzlicher „Kreativer Ort“, der auch Startups der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Erweiterungsphase offensteht. Solche Einrichtungen, die auch in Trägerschaft mit der Immobilienwirtschaft und mit mittelständischen Unternehmen aus Braunschweig denkbar sind, können einen Beitrag zur Innovationsfähigkeit von Unternehmen anderer Branchen an diesem Standort sein. Darüber hinaus sind attraktive Wohnprojekte städtebaulich so zu integrieren, dass sie die Nutzung des Fokusraums als Produktions- und Dienstleistungsstandort bzw. als Ort kultureller Initiativen so wenig wie möglich beeinträchtigen.

Die vorliegenden gesamtstädtischen Handlungsleitlinien und Maßnahmenvorschläge für die vier Fokusräume sind ein erster Schritt einer integrierten Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik der Stadt Braunschweig. Wie die Erfahrungen in anderen Großstädten zeigen, wird diese umso erfolgreicher sein, je größer ein vertrauensvolles Klima zwischen den Akteurinnen und Akteuren der Branche, der Kommunalen Verwaltung und der Politik besteht bzw. geschaffen werden kann.

Literatur

Anders, Sascha; Kreutz, Stefan; Krüger, Thomas (2017): Transformation urbaner Zentren – Den „Marktplatz“ neu definieren. In: PLANERIN, Heft 6: Stadt statt Handel – Die Zukunft der Handelsstadt, S. 16-18.

Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung (2019): Urbane Dörfer – Wie digitales Arbeiten Städter aufs Land bringen kann.

Bingel, Katharina; Leßmann, Grit; Nußbaum, Jens; Wotha, Brigitte (2017): Netzwerkstrukturen kreativ-urbaner Milieus in mittleren Großstädten. In: Raumforschung Raumordnung, H. 75, S. 455-469.

BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2019) (Hg.): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2019.

BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2018) (Hg.): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2018.

BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2017) (Hg.): Digitalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Böhme, Gernot (2016): Ästhetischer Kapitalismus. Erste Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Bonny, Hanns-Werner (2013): Gewerbeflächen und Gewerbegebietstypen – Welche Qualitäten sind erforderlich, unveröffentlichtes Manuskript, Dortmund.

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2017): Die neue Stadtökonomie: Strukturwandel in Zeiten der Digitalisierung. Bonn.

Deutscher Städtetag (2013): Standortfaktor Kultur – Positionspapier des Deutschen Städtetages. Berlin.

Ebert, Ralf (2014): „Kreativ.Quartiere Ruhr“: Chancen und Profilierung: Anmerkungen zu einer Strategie zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet. In: RaumPlanung, Heft 174/3/4-2014, S. 44-49.

Ebert, Ralf (2011): „Kreative Räume“ in Städten: Ansatzpunkt und Chancen für die Immobilienwirtschaft? Tagung: Räume neu denken – Immobilienwirtschaft trifft Kreativwirtschaft. Welterbe Zollverein Essen. Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes NRW.

Ebert, Ralf; Kunzmann, Klaus R. (2008): Kulturwirtschaft, Kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin. In: DISP, Heft 171, S. 64-79.

Ebert, Ralf; Kunzmann, Klaus R.; Lange, Bastian (2012): Kreativwirtschaftspolitik in Metropolen. Detmold: Verlag Dorothea Rohn.

Ebert, Ralf; Siegmann, Jörg (2003): Stadtkultur durch Kultur- und Freizeitviertel: ein struktureller Ansatz zur Stärkung der Innenstädte von Mittelzentren, In: Arbeitskreis Stadterneuerung (2003); Jahrbuch Stadterneuerung 2003, 167-178, Berlin.

Ebner, Alexander; Wösten, Benjamin (2013): Transnationales Unternehmertum in Frankfurt am Main: Profile, Bedingungen und Handlungspotenziale, Frankfurt am Main.

FFA-Filmförderungsanstalt (2019): Programmkinos in der Bundesrepublik Deutschland und das Publikum von Arthouse-Filmen im Jahr 2018 – Analyse zur Auslastung, Bestand, Besuch und Eintrittspreis sowie zu soziodemografischen, kino- und filmspezifischen Merkmalen. Berlin.

Förster, Agnes; Wenzel, Stephanie; Thierstein, Alain; Gilliard, Lukas; Scholze, Lea; Unland, Leila; Brunner, Bernadette (2017): Gewerbe & Stadt: Gemeinsam Zukunft gestalten. STUDIO I STADT I REGION, Technische Universität München.

Fromhold-Eisebith, Martina (1999): Das „kreative Milieu“ nur theoretisches Konzept oder Instrument der Regionalentwicklung? In: Raumforschung und Raumordnung, H. 2/3 1999, S. 168-175.

Fromhold-Eisebith, Martina (1995): Das „kreative Milieu“ als Motor regionalwirtschaftlicher Entwick-

lung – Forschungstrends und Erfassungsmöglichkeiten. In: Geographische Zeitschrift, H. 1/1995, S. 30-47.

Gärtner, Stefan; Kunzmann, Klaus R. (2019): Kreativwirtschaft, Start-Ups und Urbane Produktion: Kreative Wege zur innovativen und produktiven Stadt. In: RaumPlanung, Heft 203/5-2019, S. 46-54.

Gnad, Friedrich; Ebert, Ralf; Kunzmann, Klaus R. (2017): Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region: Branchen-Orte-Netze. Stuttgart.

Gothe, Kerstin (2009): Qualifizierung von Wissensquartieren: Wünsche von Studierenden an ihr Studienumfeld. In: RaumPlanung, Heft 147, S. 273-277.

Grüner, Herbert; Kleine, Helene; Puchta, Dieter; Schulze, Klaus-P. (2009): Kreative gründen anders! Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft. Ein Handbuch. transcript verlag.

IHK Berlin (2019): Branchenanalyse/SWOT-Analyse Kreativwirtschaft. Berlin.

Institut Arbeit und Technik, StadtRaumKonzept (2017): Produktion zurück ins Quartier? Neue Arbeitsorte in der gemischten Stadt. Institut Arbeit und Technik (Hrsg.). Im Auftrag des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen. Gelsenkirchen, Dortmund.

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung, STADTart (2008): Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung. Dortmund.

Kimpeler, Simone; Wydra, Sven (2010): Potenzialanalyse Kreativpark Karlsruhe. Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung. Karlsruhe.

Kollmann, Tobias; Stöckmann, Cristoph; Hensellek, Simon; Kensbock, Julia (2017): Deutscher Startup Monitor 2017: Mut und Macher. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.). Berlin.

Konrad, Elmar D.; Fronz, C. (2016): Finanzierungsstrukturen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Analyse der unternehmerischen Einflüsse. In: ZfKE–Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship – Fokusheft Cultural Entrepreneurship, (Jhg. 64/Vol. 1 – 2016), S. 47-80.

Krajewski, Christian (2019: Waterfront Redevelopment in Münster: Vom Stadthafen zum Kreativkai, Geographische Online Dokumentation der Geographischen Kommission für Westfalen, Münster.

Krüger, Thomas; Schmid, Jakob F.; Jauernig, Tanja (2015): stadtnachacht – Management der Urbanen Nachtökonomie. HafenCity Universität Hamburg.

Landeshauptstadt München (2007): München – Standort Kreativität, Referat für Arbeit und Wirtschaft.

Lange, Bastian (2007): Die Räume der Kreativszenen – Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin. Bielefeld.

Meier, Josiane (2011): Standortfaktoren im Wandel – Erkenntnisse aus der Forschung zu Standortfaktoren und Standortwahl von Unternehmen. Difu-Impulse. Berlin.

Meier, Niklas; Wirth, Marco (2013): FabLabs – High-Tech-Werkstätten für jedermann. CEDIFA Arbeitsbericht 4. Würzburg.

Mossig, Ivo; Müller, Andreas (2014): Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wissensökonomie. In: Geographische Rundschau 12/2014, S. 20-25.

Mundelius, Marco; Hertzsch, Wencke (2005): Berlin – Da steckt Musike drin. In: Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 14, S. 229-234.

Pechlaner, Harald; Innerhofer, Elisa (2018): Temporäre Konzepte: Coworking und Coliving als Perspektive für die Regionalentwicklung. Erste Auflage. Stuttgart: Kohlhammer.

Reckwitz, Andreas (2013): Die Erfindung der Kreativität, In: Kulturpolitische Mitteilungen H. II, 23-34.

RVR – Regionalverband Ruhr; STADTart (2010): Urbane und Kreative Räume der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelzentren des Ruhrgebiets. Essen/Dortmund.

Schmid, Jakob F.; Kosinski, Jörg; Pill, Malte (2016): Gutachten – Wirtschafts- und Standortfaktor Bermuda3Eck. Hamburg, Bochum.

Scholz, Carola (2018): Das Samtweberviertel in Krefeld – Eine andere Immobilien- und Quartiersentwicklung ermöglichen! In: RaumPlanung, Heft 197, S. 60-64.

Scott, Allan J. (2000): The Cultural Economy of Cities. London.

Söndermann, Michael (2019): Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Augsburg 2019. Herausgeber: Stadt Augsburg, Wirtschaftsförderung Augsburg.

Söndermann, Michael (2015): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Niedersachen 2014. Köln, Hannover.

Söndermann, Michael (2011): Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Braunschweig 2011 – Empirische Untersuchung zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Braunschweig. Köln, Erfurt.

Stadt Braunschweig (2016): Gewerbeflächen Braunschweig: Entwicklungskonzept. Braunschweig Zukunft GmbH, Bau- und Umweltschutzdezernat, Finanzdezernat.

STADTart (2017): 2. Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht Düsseldorf. Dortmund.

STADTart (2017): Zwischenevaluation zur Entwicklung des Kultur- und Kreativwirtschaftszentrums in der alten Feuerwache Heidelberg. Stadt Heidelberg. Dortmund.

STADTart (2006): Innenstadtentwicklung durch Freizeit- und Kulturwirtschaft - Modellvorhaben des Landes NRW in den Städten Arnsberg, Hamm und Solingen, unveröffentlichter Endbericht. Dortmund.

STADTart; CR Architekten; fwi Hamburg (2018): Konzept zu einem Gewerbezentrum der Kreativwirtschaft in Kiel für Schleswig-Holstein: Marktbedingungen, Trägerkonzept, Wirtschaftlichkeit. Dortmund, Hamburg.

STADTart, HWWI, Institut für Kulturpolitik (2012): Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor – Wirkungsketten, Interdependenzen und Potenziale. Berlin.

STADTart, Kunzmann, Culture Concepts (2007): Kreative Räume in der Stadt – Integration von Kunst, Kultur und Co. in die Berliner Stadtentwicklung. Berlin, Dortmund.

STADTart; Kunzmann, Klaus (2007): Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007. Analyse der Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund, der Vernetzungen mit dem Kultursektor, der Entwicklungspotenziale der Aus- und Weiterbildungseinrichtungen und Identifizierung der Zukunftsfelder. Dortmund.

Thierstein, Alain; Förster, Agnes; Lüthi, Stefan (2009): Kreativwirtschaft und Metropolregionen – Konturen einer systematischen Steuerung. In: Lange, Bastian; Kalandides, Ares; Stöber, Birgit; Wellmann, Inga (Hrsg.) (2009): Governance der Kreativwirtschaft: Diagnosen und Handlungsoptionen. S. 61-85. Bielefeld: Transcript Verlag.

Urban Catalyst (2010): Kreative Milieus & Offene Räume in Hamburg. Berlin.

Voß, Arnold (2008): Anspruch und Zukunft des „Bermuda3Eck Bochum“ – Positionspapier und Anforderungskatalog. Office for the Art of Planning. New York, Berlin, Bochum.

Winden, Willem van (2013): Stadtplanung für Innovationen? Trends und Herausforderungen. In: Zwicker-Schwarm (Hg.): Wirtschaftsflächen der Zukunft – Flächenentwicklung für wissensintensive Unternehmen. Difu-Impulse, Bd. 5/2013. Berlin.

Zwicker-Schwarm, Daniel (Hg.) (2013): Wirtschaftsflächen der Zukunft: Flächenentwicklung für wissensintensive Unternehmen: Dokumentation einer Fachtagung des Deutschen Instituts für Urbanistik und der Stadt Heidelberg am 24. und 25. Januar 2013 in Heidelberg. Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH. Difu-Impulse, Bd. 5/2013. Berlin.

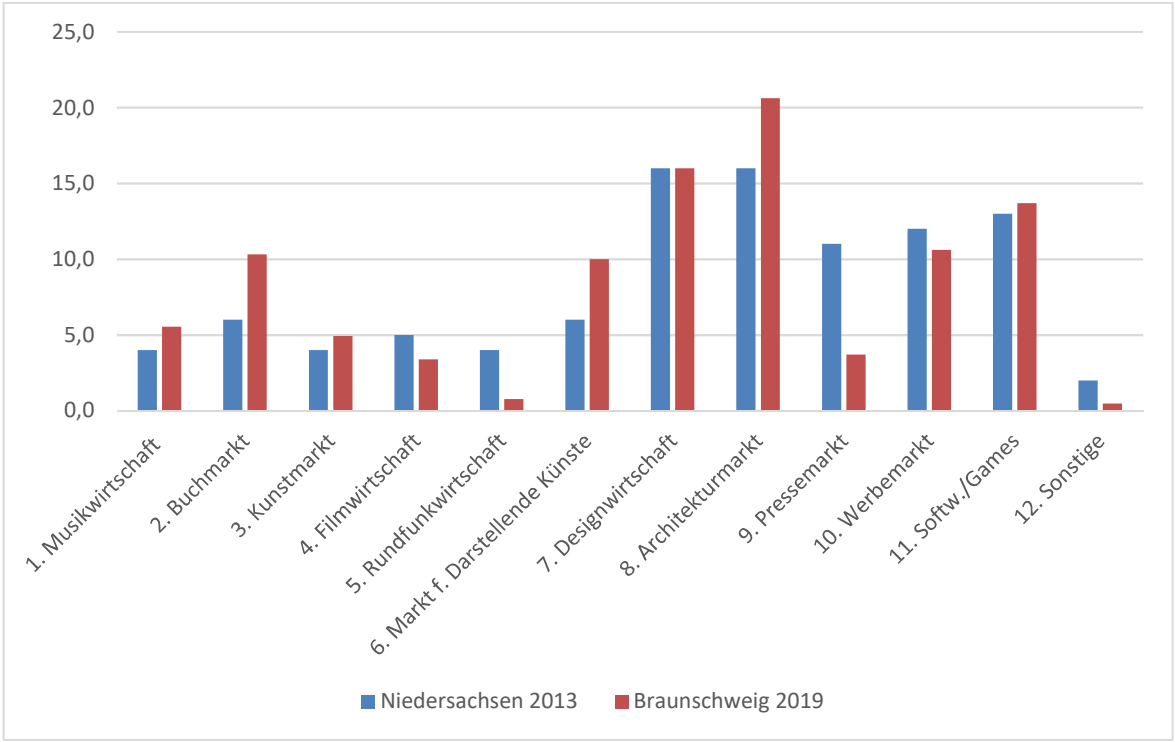
Anhang

Repräsentativität der verorteten Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig

Für die Verortung der Unternehmen und Selbstständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft konnten per Internetrecherchen, der Auswertung von unterschiedlicher Adressverzeichnissen und Veranstaltungshinweisen, der online „Gelben Seiten“ etc. 650 Adressen (Postleitzahl, Straße und Hausnummer) identifiziert werden. Inwieweit diese die Struktur der Branche adäquat abbilden lässt sich nur im Abgleich mit validen quantitativen Analysen klären.

Aktuelle Angaben zur Anzahl auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik liegen nicht vor. Eine ältere quantitative Analyse zu der Branche geht von 899 Unternehmen für die Stadt Braunschweig im Jahr 2009 aus (Söndermann 2011, 17). Eine Wachstumsrate zwischen den beiden Erhebungszeitpunkten für 2009 und 2013 um 0,5 Prozent (Söndermann 2015, 89) lässt für das Jahr 2019 den Schluss zu, dass schätzungsweise von 910 Betrieben und Selbstständigen in Braunschweig ausgegangen werden kann. Darauf bezogen deckt die

Übersicht Anhang 1: Teilmarktstruktur der Unternehmen und Selbstständigen in Niedersachsen im Vergleich zu den erhobenen Daten für Braunschweig



STADTart / Urban Catalyst 2020 , Söndermann 2015

händische Erfassung der Unternehmen und Selbstständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit 650 Unternehmen (Anhang Übersicht 2) 71 Prozent der über die Umsatzsteuerstatistik erfassten Anzahl ab.

Dabei ist jedoch zu beachten, dass beide Erhebungen nicht deckungsgleich sind. Da die Umsatzsteuerstatistik nur jene Unternehmen und Selbstständigen erfasst die über 17.500 EUR Jahresumsatz erzielen, ist die tatsächliche Anzahl deutlich höher. Erfahrungsgemäß bis zu 30 Prozent. Damit sinkt auch der Deckungsgrad der identifizierten Adressen in Braunschweig, bei einem gleichzeitigen Überhang an kleineren Betrieben. Angesichts der großen Anzahl an verorteten Betrieben der Kultur- und Kreativwirtschaft ist jedoch davon auszugehen, dass es keine relevanten Verzerrungen hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Branche bzw. der Cluster in Braunschweig gibt.

Hinsichtlich der Teilmarktstruktur liegt auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik keine Analyse für die Stadt Braunschweig vor. Daher wird auf eine Analyse für das Land Niedersachsen aus dem Jahr 2013 zurückgegriffen (Söndermann 2015). In dieser Hinsicht (Anhang Übersicht 1) zeigt die Erhebung für Braunschweig folgende Abweichungen auf:

- stärker und damit überproportional als im Landesdurchschnitt sind der Buchmarkt, der Architekturmarkt und der Markt für Darstellende Kunst vertreten,
- etwas überproportional dagegen Selbstständige und Unternehmen in der Musikwirtschaft und im Kunstmarkt,
- deutlich unterproportional sind Selbstständige und Unternehmen der Rundfunkwirtschaft und des Pressemarktes repräsentiert.

Angesichts des vergleichsweise großen Besatzes an Selbstständigen und Unternehmen im Buchmarkt, im Architekturmarkt und im Markt für Darstellenden Künste beeinflussen diese Unterschiede aber nicht die grundlegenden Aussagen zu den räumlichen Clustern der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig.

Übersicht Anhang 2: Standorte der Unternehmen und Selbstständigen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Braunschweig

	TM		Name	Straße	PLZ
1	M	1	- Rautmann Geigenbau	- Schöppenstedter Str. 42	- 38100
2	M	2	- Joseph Boasson Geigenbaumeister	- Im Seumel 64	- 38122
3	M	3	- Wilhelm Schimmel Pianofortefabrik	- Friedrich-Seele-Str. 20	- 38122
4	M	4	- Meyne Klaviertechnik	- In den Waashainen 9	- 38108
5	M	5	- Joop Pianohaus	- Lüderitzstr. 32	- 38108
6	M	6	- Orgelfayfe - Florian Fay	- Madamenweg 52	- 38118
7	M	7	- Piano Schibilak	- Frankenstr. 26	- 38116
8	M	8	- Musikshop Wyrwas Studiotechnik	- Hamburger Str. 268	- 38114
9	M	9	- Guitar-Shop	- Bertramstr. 26	- 38102
10	M	10	- Sandberg guitars	- Helmstedter Str. 55	- 38126
11	M	11	- Musikalien Bartels	- Schlosspassage 1	- 38100
12	M	12	- Musikhaus More than music	- Wilhelmstr. 89	- 38100
13	M	13	- Bassert Guitars Musikfachhandel	- Steinweg 30	- 38100
14	M	14	- SINUS	- Bertramstr. 23	- 38102
15	M	15	- Tastenstudio Krause	- Kattreppeln 17	- 38100
16	M	16	- Musik-Mewes	- Ägidienmarkt 7	- 38100
17	M	17	- Café Riptide	- Handelsweg 11	- 38100
18	M	18	- Raute Records - Katrin Howard	- Sonnenstr. 9d	- 38100
19	M	19	- David Eis	- Kleine Leonhardstr. 4	- 38102
20	M	20	- l'afrique	- Böcklerstr. 10	- 38102
21	M	21	- Christian Rank	- Steinbrecherstr. 8	- 38106

	TM		Name	Straße	PLZ
22	M	22	- Studiowerk Tonstudio Olaf Sander	- Rebenring 31	- 38106
23	M	23	- Record2Go Olaf Sander	- Nordstraße 42	- 38106
24	M	24	- Whiteline Music	- Kirchweg 9	- 38104
25	M	25	- Thomas Wolter Musikproduktion	- Adolfstr. 23	- 38102
26	M	26	- ram Musikproduktion	- Jasperallee 9	- 38102
27	M	27	- Tonstudio Löwenhertz im B58	- Bültenweg 58	- 38106
28	M	28	- ARC Tonproduktion	- Im Schühfeld 7	- 38110
29	M	29	- Christian Spilles Multimedia-Produkte	- Keplerstr. 1	- 38114
30	M	30	- Chris Werner - Pianist	- Herbstkampweg 18	- 38124
31	M	31	- Géza Gál	- Eichhagen 40	- 38108
32	M	32	- Alpha Music Group	- Königstieg 15a	- 38118
33	M	33	- Brunswiek Marketing GmbH (Eventmanagement)	- Büchnerstraße 3	- 38118
34	M	34	- Staatstheater Braunschweig	- Am Theater	- 38100
35	M	35	- Stadthalle Braunschweig	- Leonhardplatz 1	- 38100
36	M	36	- Volkswagenhalle Braunschweig	- Europaplatz 1	- 38100
37	B	1	- Codex Buch & Broschur	- Leiferder Weg 44	- 38122
38	B	2	- Löwendruck Bertram	- Rebhuhnweg 3	- 38108
39	B	3	- Mercedes Hoppe Buchbinderei	- Fallersleber Str. 19	- 38100
40	B	4	- Buchhandlung Graff	- Sack 15	- 38100
41	B	5	- Bücherwurm Kinder- und Jugendbuchladen	- Schloßstr. 8	- 38100
42	B	6	- Pfankuch Buch	- Kleine Burg 10	- 38100
43	B	7	- Thalia	- Platz am Ritterbrunnen 1	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
44	B	8	- Arche Buchhandel	- Breite Str. 5	- 38100
45	B	9	- Buchhandlung Oliver Holz	- Güldenstr. 57	- 38100
46	B	10	- Benno Göritz	- Breite Str. 20	- 38100
47	B	11	- Guten Morgen Buchladen	- Bültenweg 87	- 38106
48	B	12	- Ulrike Meyer Haus der Schönen Dinge	- Pöttgerbrink 10	- 38112
49	B	13	- Der Buchladen Lesefutter	- Gifhorner Str. 77	- 38112
50	B	14	- Buchhandlung U. Gottstein Bücherstube	- Stadtblick 2	- 38112
51	B	15	- Buchhandlung Manfred Fischer	- Auerstr. 5	- 38112
52	B	16	- Leseratte-Buchladen	- Hopfengarten 40	- 38102
53	B	17	- Weltbild	- Hutfiltern 5	- 38100
54	B	18	- Comicculture	- Handelsweg 8	- 38100
55	B	19	- Clowns & Helden	- Bienroder Str. 18	- 38110
56	B	20	- Wolfgang Wendt	- Stobenstr. 12	- 38100
57	B	21	- k presse + buch	- Berliner Platz 1	- 38102
58	B	22	- Hugendubel	- Schuhstr. 29-34	- 38100
59	B	23	- Buchhandlung Grinsekatze	- Helmstedter Str. 170	- 38102
60	B	24	- St. Elisabeth-Buchhandlung	- Güldenstr. 55	- 38100
61	B	25	- Neumeyer Buchhandlung Manfred Zieger	- Bohlweg 26	- 38100
62	B	26	- Bertelsmann Der Club	- Ölschlägern 40	- 38100
63	B	27	- Galeria Kaufhof	- Bohlweg 72	- 38100
64	B	28	- Algonkin-Antiquariat Horst Henneberg	- Sonnenstr. 9	- 38100
65	B	29	- Antiquariat im Hopfengarten	- Hopfengarten 3	- 38102

	TM		Name	Straße	PLZ
66	B	30	- Antiquariat Stephan Gründer	- Petersilienstr. 1	- 38100
67	B	31	- Antiquariat Adelheid Klittich-Pfankuch	- Theaterwall 17	- 38100
68	B	32	- Antiquariat Rabenschwarz	- Wendenstr. 48	- 38100
69	B	33	- Antiquariat und Galerie Buch & Kunst	- Kasernenstr. 12	- 38102
70	B	34	- Antiquariat Jürgen Fuhrmann	- Burgplatz 4	- 38100
71	B	35	- Antiquariat Hagenbrücke	- Ägidienstr. 13	- 38100
72	B	36	- Antiquariat Buch + Information	- Marthastr. 2	- 38102
73	B	37	- Krimi-Antiquariat mord + totschlag	- Karl-Marx-Str. 6	- 38104
74	B	38	- Antiquariat Serge	- Handelsweg 12	- 38100
75	B	39	- Antiquariat Rosenstraße - Stefan Bode	- Rosenstr. 5	- 38102
76	B	40	- Antiquariat Carsten Kohlweyer	- Am Horstbleek 32	- 38116
77	B	41	- Archiv Verlag	- Theodor-Heuss-Str. 7	- 38122
78	B	42	- Zelter Verlag	- Scharenbusch 37	- 38104
79	B	43	- Bollmann-Bildkarten-Verlag	- Lilienthalplatz 4	- 38108
80	B	44	- Westermann Gruppe	- Georg-Westermann-Allee 66	- 38104
81	B	45	- Westermann Verlag	- Helmstedter Str. 99	- 38126
82	B	46	- Menander Verlag	- Stettinstr. 40	- 38124
83	B	47	- Verlag Worte & Leben	- Scharenbusch 63	- 38104
84	B	48	- döringDruck - Druckerei und Verlag	- Koppestr. 6	- 38104
85	B	49	- E. Appelhans Verlag	- Breite Str. 15	- 38100
86	B	50	- Birgit Wolff-Gross	- Fasanenstr. 17	- 38102
87	B	51	- GKG Übersetzungen	- Belfort 17	- 38118

	TM		Name	Straße	PLZ
88	B	52	- Sigrid Starck	- Im Gettelhagen 3	- 38108
89	B	53	- Irina Jakovleva	- Am Sportplatz 8	- 38104
90	B	54	- Edyta Hagenau	- Im Moor 6	- 38112
91	B	55	- Goldbach-Sprachendienst	- Wilhelmitorwall 7	- 38118
92	B	56	- Aneta Billion	- Comeniusstr. 1	- 38102
93	B	57	- Neriman Ciner-Sahin Dolmetscher- und Übersetzungsdienst	- Maschplatz 21	- 38114
94	B	58	- ELINGUS	- Humboldtstr. 21	- 38106
95	B	59	- Alicja Szybko-Streit	- Werder 8-9	- 38100
96	B	60	- EURO ÜbersetzungsService Heiko Krekel	- Peiner Str. 130c	- 38112
97	B	61	- Michail Gosman	- Riedestr. 2	- 38102
98	B	62	- Jolanta Plonetzka	- Rosenstr. 4	- 38102
99	B	63	- Ali Suliman	- Honrothstr. 16	- 38118
100	B	64	- Dr. Thormann Wirtschaftsenglisch	- Freyastr. 2a	- 38106
101	B	65	- Petra Jordens	- Jasperallee 25	- 38102
102	B	66	- Topword Übersetzungen	- Bechtsbütteler Str. 2	- 38110
103	B	67	- Übersetzungszentrale an der Uni	- Madamenweg 173	- 38106
104	K	1	- Querpunkt . Edition Kunsthandel D. Schäfer	- Hagenring 84	- 38106
105	K	2	- Galerie Jaeschke	- Schuhstr. 42	- 38100
106	K	3	- art plakat	- Münzstr. 2	- 38100
107	K	4	- Cartina	- Ölschlägern 38	- 38100
108	K	5	- Haus Dänemark - Erik Tillge	- Karrenführerstr. 4	- 38100
109	K	6	- Kunsthandel Olaf Koch	- Kuhstr. 33	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
110	K	7	- Kunsthandel Ernst Riedel	- Rankestr. 12	- 38102
111	K	8	- ROM-ART Galerie	- Celler Str. 106	- 38114
112	K	9	- Seelmann-Rahmen Sabine Werner	- Büchnerstr. 1	- 38118
113	K	10	- Galerie Kaphammel	- Ziegenmarkt 4	- 38100
114	K	11	- Bilder - Rahmen - rache	- Ölschlägern 6	- 38100
115	K	12	- einRaum 5-7	- Handelsweg 5	- 38100
116	K	13	- 65°NORD - Scandinavian Concept Store	- Schützenstr. 3	- 38100
117	K	14	- Galerie der HBK	- Johannes-Selenka-Platz 1	- 38118
118	K	15	- Galerie Geyso20	- Geysostr. 20	- 38106
119	K	16	- Antik-Galerie	- Kurzekampstr. 15	- 38104
120	K	17	- Antiquitäten Rudolf Faltinsky	- Böcklerstr. 4	- 38102
121	K	18	- Antiquitäten Gabriele Söllner	- Breite Str. 24	- 38102
122	K	19	- Magni Antik	- Ölschlägern 13	- 38100
123	K	20	- Antiquitäten Mario Casagrande	- Kuhstr. 10	- 38100
124	K	21	- Antiquitäten Angela Hippler	- Gaußstr. 27	- 38106
125	K	22	- Antiquitäten Rolf Behrens	- An der Trift 22	- 38124
126	K	23	- Antica	- Neustadtring 36	- 38114
127	K	24	- Keramikatelier Bestform	- Helmstedter Str. 135	- 38102
128	K	25	- Kunstkeramik Günzel	- Am Galggraben 39	- 38112
129	K	26	- Bildhauerin Sylta Molzahn	- Auf dem Brink 4	- 38112
130	K	27	- Daria Beyer	- Neißeweg 3	- 38108
131	K	28	- Kunsthaus BBK	- Humboldtstr. 34	- 38106

	TM		Name	Straße	PLZ
132	K	29	- Museum für Photographie	- Helmstedter Str. 1	- 38102
133	K	30	- Herzog Anton Ulrich Museum	- Museumstr. 1	- 38100
134	K	31	- Braunschweigisches Landesmuseum	- Burgplatz 1	- 38100
135	K	32	- Schlossmuseum Braunschweig	- Schlossplatz 1	- 38100
136	F	1	- Mediadrive Film- und Videoproduktion	- Karl-Marx-Str. 25	- 38104
137	F	2	- Cashqui Film- und Fernsehproduktion	- Alte Knochenhauerstr. 11	- 38100
138	F	3	- Axel Herrmann Yaovo audio video Filmproduktion	- Lichtenberger Str. 23	- 38120
139	F	4	- Marctropolis	- Besselstr. 1	- 38114
140	F	5	- Cine Location Videoproduktioni	- Kreuzstr. 115	- 38118
141	F	6	- Faktotum Medienproduktion	- Frankfurter Str. 3	- 38122
142	F	7	- Future Technik Videofilmproduktion	- Lammer Heide 280	- 38116
143	F	8	- Kernmedia Videoproduktion Bodo Kern	- Kasernenstr. 28	- 38106
144	F	9	- cine visa Film- und Videoproduktion	- Adolfstr. 23	- 38102
145	F	10	- Ngg Nikolaus Gojowczyk-Groon Video- und Filmproduktion	-	- 38102
146	F	11	- Pro Video	- Sophienstr. 33	- 38118
147	F	12	- Chunk	- Eulenstr. 5	- 38114
148	F	13	- M.I.T 18 Filmproduktion Kiesche	- Friedensallee 42	- 38104
149	F	14	- Agentur Ausdruckslos	- Madamenweg 169	- 38118
150	F	15	- Alexander Müller – Audio Visual Media Designer	- Roggenkamp 5	- 38112
151	F	16	- FlyingArms	- Lammer Heide 173	- 38116
152	F	17	- Kamworx	- Ludwigstr. 19	- 38106
153	F	18	- mediaVA	- Ölschlägern 10	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
154	F	19	- C1 Cinema Braunschweig	- Lange Str. 60	- 38100
155	F	20	- Universum Filmtheater	- Neue Str. 8	- 38100
156	F	21	- Sommerkino Braunschweig e.V:	- Johannes-Selenka-Platz 1	- 38118
157	F	22	- bosses dvdparadies	- Auguststr. 21	- 38100
158	R	1	- Radio Okerwelle	- Karlstr. 35	- 38106
159	R	2	- Hit-Radio Antenne Außenstudio Braunschweig	- Hamburger Str. 277	- 38114
160	R	3	- Radio FFN - Regionalstudio Braunschweig	- Lange Str. 5	- 38100
161	R	4	- Radio38	- Hintern Brüdern 23	- 38100
162	R	5	- NDR Braunschweig	- Fallersleber-Tor-Wall 16	- 38100
163	DK	1	- Musische Akademie im CJD Braunschweig	- Neustadtring 9	- 38114
164	DK	2	- Integrative Kunst&Musikschule BS Gesa Schlüter	- Händelstr. 6	- 38106
165	DK	3	- Apostolos Stefanou	- Diesterwegstr. 5	- 38114
166	DK	4	- Klangfarben - Yvonne Krüger-Schulte	- Rösekenwinkel 35	- 38110
167	DK	5	- Musikschule Melodia	- Steinberganger 6	- 38122
168	DK	6	- Musiktrainer Jan-Heie Erchinger	- Beethovenstr. 56	- 38106
169	DK	7	- Lern Insel e.V.	- Goslarsche Str. 93	- 38118
170	DK	8	- Music Point Bernd Flentge (Musikschule)	- Ottweilerstr. 4	- 38116
171	DK	9	- Chorus Akademie - Schule für Darstellende Künste	- Am Alten Bahnhof 15	- 38122
172	DK	10	- Städtische Musikschule	- Magnitorwall 16	- 38100
173	DK	11	- Guitar Gym Christoph Drüben (Musikschule)	- Kuhstr. 16	- 38100
174	DK	12	- Musikschule FIT IN music - Peter Brenner	- Jasperallee 33	- 38102
175	DK	13	- Musikschule KeysFun - Ulrich Laabs	- Wiesenstr. 12	- 38102

	TM		Name	Straße	PLZ
176	DK	14	- Schule für Akkordeon, Chor und Bühne - Heike Lachetta	- Helmstedter Str. 160	- 38102
177	DK	15	- Musikakademie Chen (Musikschule)	- Willy-Brandt-Platz 1	- 38102
178	DK	16	- Musikkolleg e.V. (Musikschule der BS-Friedenskirche)	- Kälberwiese 1	- 38118
179	DK	17	- Musikschule am Ölper See	- Uferstr. 42	- 38114
180	DK	18	- Gitarrenschule Helge Preuß	- Friedrich-Seele-Str. 20	- 38122
181	DK	19	- Musikschule neue musik	- Varrentrappstr. 14	- 38114
182	DK	20	- Musikschule Zitzewitz	- Narzissenweg 8	- 38108
183	DK	21	- Musikunterricht L. Bürger	- Köterei 14	- 38108
184	DK	22	- Cherry Musik Keyboardschule	- Juliusstr. 35	- 38118
185	DK	23	- Tanzschule Haeusler-Kwiatkowski	- Leonhardstr. 20	- 38102
186	DK	24	- BSE Tanzschule	- John-F.-Kennedy-Platz 2	- 38100
187	DK	25	- Tanzschule Hans-Joachim Hoffmann	- Karrenführerstr. 1	- 38100
188	DK	26	- Kunstschule Meridian e.V.	- Kirchbergstr. 1	- 38114
189	DK	27	- Dance Agentur - Dangerous Styles	- Obere Dorfstr. 3	- 38122
190	DK	28	- Tanzschule Berger	- Neue Str. 26	- 38100
191	DK	29	- dance&fun! Walter Schmidt	- Am Wasserturm 15	- 38102
192	DK	30	- E-MOTION e.V.	- Tuckermannstr. 2	- 38118
193	DK	31	- Tanzschule Manfred Eltmann	- Gliesmaroder Str. 10	- 38106
194	DK	32	- Granhara Schule für Orientalischen Tanz	- Wachholtzstr. 1	- 38106
195	DK	33	- Tanzschule Sylvia Heyden	- Hamburger Str. 273	- 38114
196	DK	34	- Tanzstudio Heidberg Xyländer-Scharnberg	- Zuckerbergweg 22	- 38124
197	DK	35	- Bauchtanz Sibel Nefa	- St.-Ingbert-Str. 4	- 38116

	TM		Name	Straße	PLZ
198	DK	36	- Ballett Tanz und Gymnastik Käthe Berger-Heubner	- Rebenring 31	- 38102
199	DK	37	- C. Niehues Tanz- und Theaterpädagogin	-	- 38102
200	DK	38	- Ballettschule Steinbach	- Adolfstr. 9	- 38102
201	DK	39	- T-Tanzstück	- Berliner Str. 52	- 38104
202	DK	40	- Lets dance e.V.	- Wolfenbütteler Str. 31	- 38102
203	DK	41	- Flamenco Studio Al-Kanani	- Goslarsche Str. 35	- 38118
204	DK	42	- PoleRoom GbR	- Büchnerstr. 10	- 38118
205	DK	43	- Tanzschule Heilika Nöth	- Kleine Campestr. 10	- 38102
206	DK	44	- Bauchtanz Stefanie Mathe	- Alte Landwehr 5	- 38114
207	DK	45	- TaoTango Felictas Wittstock	- Bruderstieg 26	- 38118
208	DK	46	- Atelier Sonja Warntjen	- Lessingplatz 7	- 38100
209	DK	47	- Städtische Musikschule Augusttorwall	- Augusttorwall 5	- 38100
210	DK	48	- 4gewinnt Improtheater	- Hamburger Str. 273	- 38114
211	DK	49	- Theater Fanferlüsch	- Wilmerdingstr. 8	- 38118
212	DK	50	- Bauchredner Kai Wedekind	- Ritterstr. 18	- 38100
213	DK	51	- Heckmann Event Agentur	- Maschstr. 31a	- 38114
214	DK	52	- Agentur pluszwo	- Frankfurter Str. 3a	- 38122
215	DK	53	- Pauli´s Konzert- und Theateragentur	- Fasanenstr. 28	- 38102
216	DK	54	- stereolove	- Altewiekring 19	- 38102
217	DK	55	- TPZ. Theaterpädagogisches Zentrum	- Hannoversche Str. 69	- 38116
218	DK	56	- Komödie am Altstadtmarkt	- Gördelingerstr. 7	- 38100
219	DK	57	- LOT-Theater	- Kaffeetwete 4a	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
220	DK	58	- Theater Fadenschein	- Bültenweg 95	- 38106
221	DK	59	- Theater Feuer und Flamme	- Fritz-Giesel-Str. 4	- 38126
222	DK	60	- Theater Anke Berger	- Ebertallee 60	- 38104
223	DK	61	- Freie Volksbühne Braunschweig	- Hochstr. 18	- 38102
224	DK	62	- Niederdeutsches Theater	- Unterdorf 20	- 38104
225	DK	63	- Das KULT	- Hamburger Str. 273	- 38114
226	DK	64	- Kulturpunkt West	- Ludwig-Winter-Str. 4	- 38120
227	DK	65	- Studio Ost	- Kastanienallee 53	- 38102
228	DG	1	- Kinzel & Bode (Goldschmied)	- Kastanienallee 20	- 38102
229	DG	2	- Johannes Batke Schmuckdesign	- Kattreppeln 3	- 38100
230	DG	3	- Elbe Goldschmiede	- Bankplatz 5	- 38100
231	DG	4	- Katrin Erben Goldschmiedemeister	- Bevenroder Str. 122	- 38108
232	DG	5	- Goldschmiede Hein	- Kuhstr. 1	- 38100
233	DG	6	- Goldschmiedmeister Oliver Goudehus	- Gliesmaroder Str. 128	- 38106
234	DG	7	- Goldschmiede Barbara Herz	- Kleine Burg 11	- 38100
235	DG	8	- Goldschmiede Morgenstern	- Neue Str. 24	- 38100
236	DG	9	- Goldschmiede Jens Christian Peters	- Wendenstr. 63	- 38100
237	DG	10	- Goldschmiedemeister Manfred Schmidt	- Ölschlägern 16	- 38100
237	DG	11	- Goldschmiede Torsten Ihlemann	- Bankplatz 5	- 38100
239	DG	12	- Nils Komm Schmuck	- Kohlmarkt 9	- 38100
240	DG	13	- Goldschmiede Morgenroth	- Friedrich-Wilhelm-Str. 49	- 38100
241	DG	14	- Kleinod	- Ölschlägern 40	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
242	DG	15	- SchmuckWerkStadt38	- Handelsweg 3-4	- 38100
243	DG	16	- Silbermeer	- Am Magnitor 13	- 38100
244	DG	17	- Modedesign am Kohlmarkt	- Kohlmarkt 10	- 38100
245	DG	18	- Die Hutschachtel und Modestudio Aelita	- Helmstedter Str. 3	- 38102
246	DG	19	- Formherr Industriedesign	- Hamburger Str. 273a	- 38114
247	DG	20	- Ethrotec	- Leipziger Str. 232	- 38124
248	DG	21	- Gerrit Haase	- Rudolfstr. 11	- 38114
249	DG	22	- Vierhock Design	- Sophienstr. 31	- 38118
250	DG	23	- franke Kommunikationsdesign	- Königsberger Str. 4	- 38126
251	DG	24	- AKOS Grafikdesign	- Gartenstr. 7	- 38114
252	DG	25	- Tatendrang Design Meike Töpperwien	- Heinrichstr. 44	- 38106
253	DG	26	- Tatendrang Design Roberta Bergmann	- Hinter Liebfrauen 2	- 38100
254	DG	27	- Tatendrang Design Tonia Wiatrowski	- Petristr. 5	- 38118
255	DG	28	- crossoverdesign	- Gliesmaroder Str. 94	- 38106
256	DG	29	- Hinz & Kunst	- Inselwall 6a	- 38114
257	DG	30	- Formidable	- Marienstr. 35	- 38104
258	DG	31	- Wolters-Design	- Bültenweg 95	- 38106
259	DG	32	- Kleines Füchslein Design	- Am Steinring 41	- 38110
260	DG	33	- mangodesign	- Papenstieg 4-7	- 38100
261	DG	34	- amtenbrink.design	- Kastanienallee 40	- 38104
262	DG	35	- Anja Fass	- Hamburger Str. 273b	- 38114
263	DG	36	- ax.kommunikation + design	- Wendenmühle 4a	- 38110

	TM		Name	Straße	PLZ
264	DG	37	- infragrau	- Eschenburgstr. 10	- 38106
265	DG	38	- Hyperebene	- Am Wendentor 2	- 38100
266	DG	39	- Studio Nea	- Hopfengarten 17	- 38102
267	DG	40	- schlichtundbündig	- Güldenstr. 41	- 38100
268	DG	41	- Unruh Designbüro	- Frankfurter Str. 4	- 38122
269	DG	42	- Frank Fitzner	- Lachmannstr. 6	- 38102
270	DG	43	- JI Design	- Eisenbütteler Str. 14	- 38122
271	DG	44	- Barbara Hilmer-Schröer	- Helenenstr. 32	- 38118
272	DG	45	- Punctum. Diplom Designer Robert Glogowski BDG	- Ölschlägern 27	- 38100
273	DG	46	- blaudesign e.K. André Hallbauer Fotostudio	- Maybachstraße 3	- 38112
274	DG	47	- Jan Erich – Web Design Beratung	- Gliesmaroder Str. 51	- 38102
275	DG	48	- Markwort Design	- Ekbertstr. 19	- 38122
276	DG	49	- hana+nils – Büro für Gestaltung	- Honrothstr. 20	- 38118
277	DG	50	- Alpha Design	- Rathenowstr. 20	- 38110
278	DG	51	- Maria Pfeiffer Illustration & Grafikdesign	- Finkenherd 2	- 38118
279	DG	52	- Ute Ohlms	- Schunterstr. 49	- 38106
280	DG	53	- JPGD – Jakob Piest Gafikdesign	- Grazer Str. 20	- 38112
281	DG	54	- 4-e-motions	- Grüner Ring 55	- 38108
282	DG	55	- Jonas Karnagel	- Humboldtstr. 15	- 38106
283	DG	56	- Bettina Kumpe	- Wilhelmitorwall 33b	- 38118
284	DG	57	- boje5 Grafik & Werbung	- Friedrich-Wilhelm-Str. 2	- 38100
285	DG	58	- Hygin-Graphix	- Ratsbleiche 11	- 38114

	TM		Name	Straße	PLZ
286	DG	59	- ok color	- Elsterstr. 6	- 38120
287	DG	60	- cube visualisierungen	- Kruehgarten 35	- 38114
288	DG	61	- Manuel Albert	- Friedrich-Wilhelm-Str. 2	- 38100
289	DG	62	- Studio B12	- Rebenring 31	- 38106
290	DG	63	- Fotostudio Roman Brodel	- Frankfurter Str. 6	- 38122
291	DG	64	- Artmann	- Ölschlägern 33	- 38100
292	DG	65	- Fotostudio Sascha Gramann	- Hintern Brüdern 4	- 38100
293	DG	66	- Foto-Jonscher	- Hagenbrücke 15	- 38100
294	DG	67	- fotodesign Braunschweig	- Büchnerstr. 10	- 38118
295	DG	68	- Pixyfoto	- Am Marstall 18	- 38100
296	DG	69	- Bildermacher Fotoatelier Aisha Lüer	- Korfesstr. 12	- 38104
297	DG	70	- Photographie und Grafikdesign Jörg Heidenreich	- Fasanenstr. 18	- 38102
298	DG	71	- Björn Küssner Fotografie	- Peterskamp 52	- 38108
299	DG	72	- Löwen Foto Braunschweig	- Wilhelmstr. 85a	- 38100
300	DG	73	- Zana Photos	- Geysostr. 3	- 38106
301	DG	74	- Uschi Gelhaar Fotodesign	- Striegaustr. 5	- 38124
302	DG	75	- Jörg Scheibe - Fotograf	- Hermannstr. 1	- 38114
303	DG	76	- Michael Seidel Foto	- Heimstättenweg 21	- 38126
304	DG	77	- Studio Overlook	- Sophienstr. 40	- 38118
305	DG	78	- Studioline Photography	- Platz am Ritterbrunnen 1	- 38100
306	DG	79	- Uwe Brodmann Fotografie	- Scharrnstr. 23	- 38100
307	DG	80	- Creativ-Fotografie	- Rosina-de-Gasc-Weg 12	- 38124

	TM		Name	Straße	PLZ
308	DG	81	- Vivien Hundeshagen Fotografie	- Heinrichstr. 32	- 38106
309	DG	82	- Klaus G. Kohn Fotografie	- Leisewitzstr. 11	- 38102
310	DG	83	- Dieter Rixe	- Steinbrecherstr. 9	- 38122
311	DG	84	- Stantien Fotostudio	- Kastanienallee 40	- 38104
312	DG	85	- brauer.bio	- Petritorwall 30a	- 38118
313	DG	86	- Okerstudio – Christiane Häger Fotografie	- Kirchenbrink 2a	- 38124
314	DG	87	- moodmood	- Eulenstr. 5	- 38114
315	DG	88	- Bildschirm I Fotografie	- Osterbergstr. 69	- 38112
316	DG	89	- Sebastian Dorbrietz	- Eulenstr. 5	- 38114
317	DG	90	- zapvista.net	- Jasperallee 35	- 38102
318	DG	91	- vonDeichen.com Photographie Imagefilm	- Sophienstr. 28b	- 38118
319	DG	92	- Moritz Obst	- Siekgraben 16	- 38124
320	DG	93	- BK Photos Boris Kuster	- Max-Osterloh-Platz 8	- 38102
321	DG	94	- Tomas Liebig Photography	- Bindestr. 1a	- 38106
322	DG	95	- MoNo Photography	- Karlstr. 70	- 38106
323	DG	96	- spiegelbilder.de Nikolai Försterling	- Frankfurter Str. 17	- 38122
324	DG	97	- Ars Magica Luminis	- Fasanenstr. 31	- 38102
325	DG	98	- Aoun Photo	- Innstr. 14	- 38120
326	DG	99	- Verena Meier Fotografie	- An der Trift 11	- 38124
327	DG	100	- Simone Fürst Fotografie	- Wiesenstr. 6	- 38102
328	DG	101	- déjàvue Nizar Fahem Photography	- Jöddenstr. 13	- 38100
329	DG	102	- Lisa Justine Photography	- Helmstedter Str. 32	- 38102

	TM		Name	Straße	PLZ
330	DG	103	- Nils Hendrik Mueller	- Nussbergstr. 17a	- 38102
331	DG	104	- Metapherschwein	- Buchhorstblick 16	- 38104
332	A	1	- CPArch Carsten Peters Architektur	- Goslarsche Str. 90	- 38118
333	A	2	- Ahola Architekten	- Steinweg 4	- 38100
334	A	3	- alt + neu Architekten	- Schillstr. 14	- 38102
335	A	4	- Architekten Reichel + Stauth	- Frankfurter Str. 4	- 38122
336	A	5	- Architektur und Bauleitung Sylke Brandes	- Bertha-von-Suttner-Str. 51	- 38124
337	A	6	- Planungsbüro Wehmeyer	- Heinrich-Büssing-Ring 11	- 38102
338	A	7	- hsv architekten BDA	- Hinter Liebfrauen 2a	- 38100
339	A	8	- Platter Architekten BDA	- Scharnhorststr. 7	- 38104
340	A	9	- kpn architekten BDA	- Frankfurter Str. 2	- 38122
341	A	10	- Springmeier Architekten	- Kastanienallee 40	- 38104
342	A	11	- pbr Planungsbüro Rohling AG	- Campestr. 7	- 38102
343	A	12	- PROTEC Planungsgesellschaft mbH	- Heinrich-Büssing-Ring 25	- 38102
344	A	13	- Planungsbüro Dienemann	- Im Moor 6	- 38112
345	A	14	- Schulitz Architekten	- Viewegstr. 26	- 38102
346	A	15	- Architekten Rüdiger	- Echternstr. 64	- 38100
347	A	16	- HTP Architekten	- Mandelnstr. 6	- 38100
348	A	17	- Ottinger Architekten	- Kaffeetwete 3	- 38100
349	A	18	- bplan architekten & ingenieure	- Dierckestr. 31	- 38108
350	A	19	- T. Möhlendick Architekten BDA	- Breite Str. 15	- 38100
351	A	20	- Thamm Architekten	- Wilhelmitorwall 25	- 38118

	TM		Name	Straße	PLZ
352	A	21	- Kleineberg Architekten und Ingenieure	- Hamburger Str. 267	- 38114
353	A	22	- architekten t+p	- Kohlmarkt 16	- 38100
354	A	23	- Dohle+Lohse Architekten	- Karrenführer Str. 1-3	- 38100
355	A	24	- Claus Ludwig Architekt	- Breitscheidstr. 1	- 38116
356	A	25	- Nachtigal Architektur- und Sachverständigenbüro	- Gablonzstr. 12	- 38114
357	A	26	- Planungsbüro Dlugas	- Gablonzstr. 12	- 38114
358	A	27	- Architektengruppe Schweitzer+Partner	- Obergstr. 4	- 38102
359	A	28	- Gondesen + Wenzig Architekten BDA	- Steinbrecherstr. 31a	- 38102
360	A	29	- Vahjen Architekten	- Steinbrecherstr. 17	- 38106
361	A	30	- architekturbüro grabow	- Altstadtmarkt 8-9	- 38100
362	A	31	- SABI Architekten PartGmbB	- Ölschlägern 29	- 38100
363	A	32	- Ahad Architekten	- St.-Leonhards-Garten 16	- 38102
364	A	33	- Architekten Adomeit, Felkenmeyer und Mätzing	- Hedwigstr. 10	- 38118
365	A	34	- Kuhn Pramann Krail Architekten	- Am Hafen 2	- 38112
366	A	35	- Krail Architekten	- Saarbrückener Str. 54	- 38116
367	A	36	- Architekturbüro Ingenieurbüro Joachim Schmidt	- Steinriedendamm 15	- 38108
368	A	37	- Heribert Maurer Architektur	- Jasperallee 19	- 38102
369	A	38	- Schwarz Architekten	- Wendenmühle 4	- 38110
370	A	39	- S & P Architektur	- Adolfstr. 35	- 38102
371	A	40	- Architekturbüro und Energieberatung Wernfried Hubertus	- Saarbrückener Str. 253a	- 38116
372	A	41	- Dr. Krekeler Architekten und Generalplaner	- Husarenstr. 74	- 38102
373	A	42	- Architekturbüro Brümmer + Meth	- Thiedebacher Weg 2	- 38124

	TM		Name	Straße	PLZ
374	A	43	- plp Architekten Generalplaner	- Steintorwall 4	- 38100
375	A	44	- AK Bauplanungsbüro	- Göttingstr. 25	- 38106
376	A	45	- PLAN II GmbH Architekten Ingenieure	- Reichsstr. 2a	- 38100
377	A	46	- Assmann Beraten + Planen AG	- Willy-Brandt-Platz 18-19	- 38102
378	A	47	- DELTA Bauplanung GmbH	- Theodor-Heuss-Str. 1	- 38122
379	A	48	- gattermann immobilien projekt	- Porschestr. 50	- 38112
380	A	49	- Papendieck, Rade + Partner	- Im Steinkampe 10	- 38110
381	A	50	- Morese Architekten	- Sophienstr. 33	- 38118
382	A	51	- struhkarchitekten BDA	- Papenstieg 4-7	- 38100
383	A	52	- ft+ architekten	- Steinbrecherstr. 31	- 38102
384	A	53	- FBW Architekten	- Friedrichstr. 5	- 38102
385	A	54	- KWP Architekten	- Hansestr. 49a	- 38112
386	A	55	- Isermann + Jensen Architekten BDA	- Am Kleinen Schafkamp 21	- 38126
387	A	56	- Bähr Architekten	- Spitzwegstr. 14	- 38106
388	A	57	- Architekturbüro Bernd Grigull	- Nussbergstr. 17	- 38102
389	A	58	- MW Architekten	- Adolfstr. 66	- 38102
390	A	59	- Giesler Projektmanagement	- Adolfstr. 39d	- 38102
391	A	60	- beier baudesign	- Petzvalstr. 43a	- 38104
392	A	61	- adp Thomas Funke	- Hannoversche Str. 60b	- 38116
393	A	62	- Schneider + Sendelbach Architektengesellschaft	- Breite Str. 15	- 38100
394	A	63	- Architekt H. Kemmerich	- Salzdahlumer Str. 196	- 38126
395	A	64	- Kultur-Boxx Raumkultur Dipl.-Ing. Dagmar Brick	- Steinweg 4	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
396	A	65	- Blaustift Architektur Dipl.-Ing. Björn Sellge	- Steinweg 4	- 38100
397	A	66	- BauWerk	- Heinrich-Büssing-Ring 12	- 38102
398	A	67	- Architekturbüro Bothe	- Juliusstr. 22	- 38118
399	A	68	- Dipl.-Ing.-Architekt Leonhard Pröttel	- Fasanenstr. 53	- 38102
400	A	69	- GP Dr. Grossert Planungsgesellschaft	- Inselwall 14	- 38114
401	A	70	- Ingenieurbüro Hidar	- Neustadtring 30a	- 38114
402	A	71	- Bauunternehmen Schmidt	- Lammer Busch 8	- 38116
403	A	72	- Meißner & Ziehe	- Lessingplatz 7	- 38100
404	A	73	- Innenräume Mira Jüds	- Krühgarten 40	- 38116
405	A	74	- KULTUR-BOXX raumkultur - Dagmar Brick	- Steinweg 4	- 38100
406	A	75	- Innenarchitektin Ulrike Reinig-Hühne	- Oderweg 25	- 38124
407	A	76	- Innenarchitekten möller-iselt	- Maschplatz 13	- 38114
408	A	77	- roland holz design	- Heinrich-Büssing-Ring 10	- 38102
409	A	78	- 4[e]motions	- Grüner Ring 55	- 38108
410	A	79	- innenarchitekten möller-iselt - Marion Iselt	- Roonstr. 11	- 38102
411	A	80	- Berenfeld Interieur	- Marstall 16	- 38100
412	A	81	- PARGA Wohnkonzept	- Kirchweg 6a	- 38104
413	A	82	- stil X Innenarchitektur	- Kleine Leonhardstr. 6	- 38102
414	A	83	- Jakobi Innenarchitektur	- Husarenstr. 43a	- 38104
415	A	84	- Neustädt Büro-Planung und Einrichtung	- Senefelderstr. 8	- 38124
416	A	85	- büro innovativ	- Braunstr. 10d	- 38122
417	A	86	- Krumpholz Bürosysteme	- Kirchweg 4	- 38104

	TM		Name	Straße	PLZ
418	A	87	- RK-Raumgestaltung	- Baumeisterweg 9a	- 38126
419	A	88	- Scheer Raumausstattung	- Leipziger Str. 46	- 38124
420	A	89	- Köpper Raumausstattung	- Zum Ackerberg 29	- 38126
421	A	90	- RaumTraum	- Sackring 38	- 38118
422	A	91	- Planungsgruppe 4 Architektur & Innenarchitektur	- Klingemannstr. 9	- 38104
423	A	92	- Wolf Heimdecor	- Helmstedter Str. 156	- 38102
424	A	93	- Renter Einrichtungen	- Casparistraße 7	- 38100
425	A	94	- Täger Raumausstattung	- Leipziger Str. 215	- 38124
426	A	95	- Polsterei Lenz (Hanjo Lenz Raumausstatter)	- Kastanienallee 35	- 38104
427	A	96	- AST Bürossteme	- Alte Leipziger Str. 17	- 38124
428	A	97	- Giesler Architekten	- Steintorwall 7	- 38100
429	A	98	- Dr.-Ing. W. Schwerdt: Büro für Stadtplanung	- Waisenhausdamm 7	- 38100
430	A	99	- Planungsbüro Warnecke	- Wendentorwall 19	- 38100
431	A	100	- Welp von Klitzing	- Kurt-Schumacher-Str. 25	- 38102
432	A	101	- carsten meier architekten stadtplaner	- Campestr. 29	- 38102
433	A	102	- Ackers Partner Städtebau	- Adolfstr. 15	- 38102
434	A	103	- KSP Jürgen Engel Architekten	- Frankfurter Str. 2	- 38122
435	A	104	- Stahm Architekten	- Hamburger Str. 273b	- 38114
436	A	105	- Brederlau Holik Büro für Architektur und Städtebau	- Fasanenstr. 53	- 38102
437	A	106	- Architektur + Stadtplanung Dipl.-Ing. Grundmann	- Reichsstr. 35	- 38100
438	A	107	- BÖREGIO Planungs- und Beratungsbüro	- Humboldtstr. 21	- 38106
439	A	108	- plankontor Stadt und Gesellschaft	- Hugo-Luther-Str. 60a	- 38118

	TM		Name	Straße	PLZ
440	A	109	- plan&rat Büro für kommunale Planung und Beratung	- Humboldtstr. 21	- 38106
441	A	110	- WVI Prof. Dr. Wermuth Verkehrsforschung und Infrastrukturplanung	- Nordstr. 11	- 38106
442	A	111	- Bellis GmbH	- Taubenstr. 7	- 38106
443	A	112	- Kirchner Beratende Ingenieure	- Schölkestr. 14	- 38118
444	A	113	- Planungsbüro Schütz	- Am Hohen Felde 11	- 38104
445	A	114	- Planungsbüro Hoffmann	- Kasernenstr. 36	- 38102
446	A	115	- Gero Hille & Jürgen Müller Landschaftsarchitekten BDLA	- Wolfenbütteler Str. 31a	- 38102
447	A	116	- Frank Gödeke Landschaftsarchitektur	- Wachtelstieg 6	- 38118
448	A	117	- Gruner & Wurm	- Bunsenstr. 11a	- 38126
449	A	118	- Planungsgruppe Ökologie und Landschaft GbR	- Schunterstr. 15	- 38106
450	A	119	- Planungsgemeinschaft LaReG	- Helmstedter Str. 55a	- 38126
451	A	120	- raumplusgrün Garten- und Landschaftsarchitektur	- Am kleinen Schafkamp 2	- 38126
452	A	121	- Haltern und Kaufmann	- Robert-Bosch-Str. 2	- 38112
453	A	122	- Wulf Gartenlandschaften	- Boltenberg 5	- 38126
454	A	123	- Biodata	- Spinnerstr. 33b	- 38114
455	A	124	- Friedrichs Garten- und Landschaftsbau, Tiefbau GmbH	- Boeselagerstr. 44	- 38108
456	A	125	- Brendel Garten- und Landschaftsbau	- Salzdahlumer Weg 5b	- 38124
457	A	126	- Der Grüne Baum	- Messeweg 32	- 38104
458	A	127	- Eisler Garten- und Landschaftsbau	- Wendhäuser Weg 6d	- 38108
459	A	128	- Junicke GmbH Garten- und Landschaftsbau	- Helmstedter Str. 94	- 38126
460	A	129	- Fassadenfachbetrieb	- Danziger Str. 26	- 38108
461	A	130	- Dudek Dipl.-Restaurator	- Am Alten Petritore 6	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
462	A	131	- Ines Boysen Gemälderestaurierung	- Sidonienstr. 6	- 38118
463	A	132	- Eleonore Lang Gemälderestauratorin	- Ölschlägern 18	- 38100
464	A	133	- Sonja Schmitz-Wadjinny Gemälderestauration	- Lessingplatz 6	- 38100
465	A	134	- Michael Rothe	- Rebenring 31	- 38106
466	PR	1	- Lotto Toto Zeitschriften Aleksandria	- Kruckweg 4	- 38122
467	PR	2	- J. Lochau	- Sonnenstr. 9	- 38100
468	PR	3	- Mathias Bogdan	- Hamburger Str. 250	- 38114
469	PR	4	- Andrea Große Kiosk	- Karlstr. 80	- 38106
470	PR	5	- Cornilia Hille	- Guntherstr. 137	- 38102
471	PR	6	- Erika Kühling	- Westfalenplatz 3	- 38108
472	PR	7	- Jörg Beese Lotto-Tabakwaren-Zeitschriften	- Donaustr. 1	- 38120
473	PR	8	- Patrick Windisch Presseshop	- Berliner Str. 53	- 38104
474	PR	9	- Lesezirkel Leserkreis Daheim	- Friedrich-Seele-Str. 20	- 38122
475	PR	10	- Wiedmann	- Erfurtplatz 1	- 38124
476	PR	11	- Remzi Durmus Kiosk	- Holwedestr. 3	- 38118
477	PR	12	- Braunschweiger Zeitung	- Hintern Brüdern 23	- 38100
478	PR	13	- Georg Verlag	- Greifswaldstr. 61	- 38124
479	PR	14	- JHM Verlag	- Hintern Brüdern 23	- 38100
480	PR	15	- brunswick social club I create 38	- Ölschlägern 18	- 38100
481	PR	16	- Haymarket Media	- Frankfurter Str. 3d	- 38122
482	PR	17	- Verlag Dieter Heitefuss	- Buchfinkweg 10	- 38122
483	PR	18	- Kreuter Foto Kalender	- Friedrich-Voigtländer-Str. 32	- 38104

	TM		Name	Straße	PLZ
484	PR	19	- Trio Text Total	- Am Brunnen 5	- 38116
485	PR	20	- Angela Stroppe	- Museumstr. 4	- 38100
486	PR	21	- Eberhard Schmidt	- Eichenweg 22	- 38100
487	PR	22	- Klaus Langhardt	- Wilsedeweg 12	- 38110
488	PR	23	- Dr. Heike Steingaß	- Harnackstr. 10	- 38100
489	PR	24	- Stefan Lohmann	- Leopoldstr. 3	- 38100
490	W	1	- 3FX media	- Altewiekring 27a	- 38102
491	W	2	- b2 Werbeagentur	- Am Hohen Tore 7	- 38118
492	W	3	- MediaWorld	- Bankplatz 8	- 38100
493	W	4	- logoform	- Bankplatz 8	- 38100
494	W	5	- PER Medien & Marketing	- Bismarckstr. 4	- 38102
495	W	6	- propaganda	- Bismarckstr. 4	- 38102
496	W	7	- Comunicare	- Bolchentwete 7	- 38102
497	W	8	- Docks of Design - Werbeagentur	- Breite Str. 11	- 38100
498	W	9	- Schroers Werbeagentur	- Casparistr. 7	- 38100
499	W	10	- Zeitgeist	- Damm 2	- 38100
500	W	11	- Kopfundgeist	- Franz-Liszt Str. 38	- 38106
501	W	12	- Steffen und Bach	- Friedrich-Wilhelm-Platz 3a	- 38100
502	W	13	- Morgenjung	- Gartenstr. 7	- 38114
503	W	14	- Concept & Design Werbeagentur	- Hannoversche Str. 60	- 38116
504	W	15	- Brockmann WerbeTec & Consult	- Heidbleekanger 5	- 38126
505	W	16	- PierraaGroup	- Inselwall 11	- 38114

	TM		Name	Straße	PLZ
506	W	17	- Gingco.net Werbeagentur	- Karrenführerstr. 1-3	- 38100
507	W	18	- Gingco.net New Media	- Kastanienallee 40	- 38104
508	W	19	- KreativRausch	- Petritorwall 6	- 38118
509	W	20	- wirDesign	- Sophienstr. 40	- 38118
510	W	21	- FWO Werbeagentur	- Theaterwall 6	- 38100
511	W	22	- Grafik & Design M. Heller	- Tuckermannstr. 31	- 38118
512	W	23	- Creative Spielraum UG	- Wilhelmstr. 74	- 38100
513	W	24	- Strutz Werbung e.K.	- Ostlandstr. 8	- 38108
514	W	25	- Wesemann Werbeagentur	- Salzdahlumer Straße 196	- 38126
515	W	26	- Springseven Agentur für Kommunikationsdesign GmbH	- Hamburger Str. 273c	- 38114
516	W	27	- Kilovolt Werbeagentur GmbH	- Göttingstraße 21	- 38106
517	W	28	- Sieverling & Thamm GmbH & Co. KG	- Kaulenbusch 5	- 38126
518	W	29	- Spot up Medien Advertising GmbH	- Rebenring 18	- 38106
519	W	30	- F-W-O-Gesellschaft für Marketing + Werbegestaltung mbH	- Theaterwall 6	- 38100
520	W	31	- Explizit Werbeagentur GmbH	- Wolfenbütteler Straße 45a	- 38124
521	W	32	- Holimed-Verlag und Werbeagentur GmbH	- Wolfenbütteler Str. 41	- 38124
522	W	33	- BICEPS Werbeagentur	- Husarenstr. 74	- 38102
523	W	34	- oker 11 media house (Ideeal Werbeagentur und Verlag GmbH)	- Juliusstr. 11	- 38118
524	W	35	- typografix Werbeagentur	- Gördelingerstr. 2-3	- 38100
525	W	36	- escen GmbH	- Jasperallee 86-87	- 38102
526	W	37	- Agentur Zentral	- Wittekindstr. 12	- 38114
527	W	38	- agenturspezial	- An der Petrikirche 4	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
528	W	39	- Max Fields	- Salzdahlumer Str. 196	- 38126
529	W	40	- just be agency	- Pillmannstr. 12	- 38112
530	W	41	- Werbeagentur Kaktusmedien	- Sandgrubenweg 57	- 38126
531	W	42	- KOMET Akademie und Agentur	- Bültenweg 95	- 38106
532	W	43	- infragrau, gute gestaltung	- Eschenburgstraße 10	- 38106
533	W	44	- Brunswik Design	- Hohenstaufenstraße 31	- 38126
534	W	45	- neo.says.miau	- Tuckermannstr. 9	- 38118
535	W	46	- Kleeeis Büro für Werbung & Textilveredelung	- Sophienstr. 35	- 38118
536	W	47	- Handke Media	- Lachmannstr. 1	- 38102
537	W	48	- DIE G[e]NG	- Frankfurter Str. 286	- 38122
538	W	49	- Löwenstark Online-Marketing GmbH	- Petzvalstr. 38	- 38104
539	W	50	- webnativ Online Marketing GmbH	- Willy-Brandt-Platz 16-20	- 38102
540	W	51	- SEOS Suchmaschinenoptimierung	- Raabestraße 2b	- 38122
541	W	52	- Nima Media	- Varrentrappstr. 15	- 38114
542	W	53	- Klickhelden GmbH	- Petzvalstr. 38	- 38104
543	W	54	- reputativ GmbH	- Petzvalstr. 38	- 38104
544	W	55	- TalkDigital Digitalberatung	- Petzvalstr. 38	- 38104
545	W	56	- nikolaidis marketing	- Hamburger Str. 273c	- 38114
546	W	57	- Caseconcept Marketing und Verlag	- Niddastr. 45	- 38120
547	W	58	- frische denke Jutta Thiel	- Friedrich-Wilhelm-Str. 2	- 38100
548	W	59	- keeen GmbH	- Kaffeetwete 3	- 38100
549	W	60	- pr nord. neue kommunikation. GmbH	- Reichsstr. 3	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
550	W	61	- stereolove GmbH	- Altewiekring 19	- 38102
551	W	62	- Socialyzer.Agency	- Methfesselstr. 2	- 38106
552	W	63	- Mediadrive	- Karl-Marx-Str. 25	- 38104
553	W	64	- Acoonia GmbH	- Brabandtstr. 8	- 38100
554	W	65	- Profil Marketing	- Humboldtstr. 21	- 38106
555	W	66	- next Werbeagentur	- Hannoversche Str. 60d	- 38116
556	W	67	- artfaktor design group	- Gerstäckerstr. 17	- 38102
557	W	68	- Eigenleben - Grafische Gestaltung in Kultur und Gesellschaft	- Friedrich-Wilhelm-Str. 2	- 38100
558	W	69	- mobfish GmbH	- Lange Str. 61	- 38100
559	SG	1	- Brainworxx	- Adolfstr. 62	- 38102
560	SG	2	- Sparkling Media	- Am Mühlengraben 3	- 38114
561	SG	3	- KOMET Agentur	- Bültenweg 95	- 38106
562	SG	4	- Le Rocco	- Celler-Heerstr. 13	- 38114
563	SG	5	- Internetagentur-Inside	- Forweilerstr. 2	- 38116
564	SG	6	- VeWeJa	- Fridtjof-Nansen-Str. 24	- 38108
565	SG	7	- Jan Ehrich Web Design Beratung	- Gliesmaroder Str. 51	- 38102
566	SG	8	- mr.nielsen	- Goslarsche Str. 12	- 38118
567	SG	9	- fishfarm netsolutions	- Hamburger Str. 273b	- 38114
568	SG	10	- zwei & einz - Raum für Gestaltung	- Hochstr. 16	- 38102
569	SG	11	- Full On - Agentur für digitale Kommunikation	- Jasperallee 35	- 38102
570	SG	12	- cpeach	- Kastanienallee 40	- 38104
571	SG	13	- Celocore	- Kohlmarkt 11	- 38100

	TM		Name	Straße	PLZ
572	SG	14	- Roberto Aiuto	- Kreuzstr. 87	- 38118
573	SG	15	- armistar.de	- Lechstr. 36	- 38120
574	SG	16	- Step 2 - WebDesign	- Lincolnstr. 76	- 38112
575	SG	17	- SOS MEDIA	- Neckarstr. 7	- 38120
576	SG	18	- Typoworx New.Media	- Rebenring 31	- 38106
577	SG	19	- Neonaut	- Rebenring 31	- 38106
578	SG	20	- GOBAS	- Rebenring 31	- 38106
579	SG	21	- CrossOverPoint Media	- Riedestr. 10	- 38102
580	SG	22	- Bitschön	- Saarstr. 151	- 38116
581	SG	23	- netfeld - web solutions	- Salzdahlumer Str. 196	- 38126
582	SG	24	- Tessmann Media Consulting	- Schreberweg 20	- 38108
583	SG	25	- Stillerdesign	- Schreiberkamp 10	- 38126
584	SG	26	- Komola	- Steintorwall 4	- 38100
585	SG	27	- Webdesign aus Braunschweig	- Timmerlahstr. 116	- 38120
586	SG	28	- Till.de	- Wendentorwall 25	- 38100
587	SG	29	- SoLúcido	- Wilhelmitorwall 35	- 38118
588	SG	30	- typusmedia	- Wolfenbütteler Str. 84	- 38102
589	SG	31	- Bola Design	- Bienroder Weg 65	- 38108
590	SG	32	- rootfeld - Die TYPO 3 Agentur!eichroseli	- Bevenroder Str. 151	- 38108
591	SG	33	- Löwenbiss	- Guntherstr. 120	- 38112
592	SG	34	- for each	- Lenaustr. 1	- 38114
593	SG	35	- Althaus.it	- Pfälzerstr. 55a	- 38112

	TM		Name	Straße	PLZ
594	SG	36	- mediafaktor - webentwicklung	- Gerstäckerstr. 17	- 38102
595	SG	37	- CodingNext	- Am Flughafen 12a	- 38110
596	SG	38	- High Office GmbH	- Berliner Platz 1	- 38102
597	SG	39	- d&d design & distribution	- Wilhelmstr. 5	- 38100
598	SG	40	- Gärtner Datensysteme	- Hamburger Str. 273	- 38114
599	SG	41	- ESE	- Am Alten Bahnhof 16	- 38122
600	SG	42	- HUP AG	- Am Alten Bahnhof 4b	- 38122
601	SG	43	- scheinwelten Echtzeit	- An der Petrikirche 4	- 38100
602	SG	44	- Triology	- Brabandtstr. 9-10	- 38100
603	SG	45	- yasc Informatik	- Frankfurter Str. 2	- 38122
604	SG	46	- Ottomatik	- Hasenwinkel 9b	- 38114
605	SG	47	- eves_	- Hermann-Blenk-Str. 22a	- 38108
606	SG	48	- IT-Forum	- Hungerkamp 4	- 38104
607	SG	49	- SBS-Softwaresysteme	- Kasernenstr. 31	- 38102
608	SG	50	- ido.software	- Kirchweg 6a	- 38104
609	SG	51	- Malz++Kassner	- Leopoldstr. 7a	- 38100
610	SG	52	- Bredex	- Lindentwete 1	- 38100
611	SG	53	- indi-IT	- Ludwigstr. 5b	- 38106
612	SG	54	- msg DAVID	- Mittelweg 7	- 38106
613	SG	55	- NORDSYS	- Mittelweg 7	- 38106
614	SG	56	- Barthauer Software	- Pillaustr. 1a	- 38126
615	SG	57	- CSTx Software Engineering	- Salzdahlumer Str. 196	- 38126

	TM		Name	Straße	PLZ
616	SG	58	- Markwardt Software	- Schmalbachstr. 9	- 38112
617	SG	59	- CN-Consult	- Schölkestr. 14	- 38118
618	SG	60	- Codenauten	- Sophienstr. 40	- 38118
619	SG	61	- conLeos	- Sophienstr. 40	- 38118
620	SG	62	- eck*cellent IT	- Theodor-Heuss-Str. 2	- 38122
621	SG	63	- fme	- Wolfenbütteler Str. 33	- 38102
622	SG	64	- LINEAS Informationstechnik	- Theodor-Heuss-Str. 2	- 38122
623	SG	65	- MultiCon Software	- Nussbergstr. 2	- 38102
624	SG	66	- Inviatec	- Unter den Linden 7	- 38112
625	SG	67	- Löwenstark Digital Solutions GmbH	- Petzvalstr. 38	- 38104
626	SG	68	- appoloxy Deutschland	- Willy-Brandt-Platz 16-20	- 38102
627	SG	69	- CodeFrog IT GmbH	- Bruchtorwall 6	- 38100
628	SG	70	- MTS Systemhaus GmbH	- Hinter dem Turme 7	- 38114
629	SG	71	- GOD Gesellschaft für Organisation und Datenverarbeitung mbH	- Roseliesstr. 1	- 38126
630	SG	72	- PHDSoft-Ingenieure	- Hartriegelweg 12b	- 38112
631	SG	73	- velian GmbH	- Frankfurter Str. 2	- 38122
632	SG	74	- bitlogic Internet und Services AG	- Frankfurter Str. 287	- 38122
633	SG	75	- cbb Software	- Mittelweg 2	- 38106
634	SG	76	- EDV-Office Priedigkeit	- Carl-Miele-Str. 33	- 38112
635	SG	77	- DOCby.net GmbH	- Nordstr. 13	- 38108
636	SG	78	- UNISOLO GmbH	- Gaußstr. 7	- 38106
637	SG	79	- etamax space GmbH	- Lilienthalplatz 1	- 38108

	TM		Name	Straße	PLZ
638	SG	80	- Cerro EDV-Systemhaus	- Schmalbachstr. 16	- 38112
639	SG	81	- Systemum	- Rebenring 31	- 38106
640	SG	82	- AUEL EDV-Beratung	- Wendentorwall 10	- 38100
641	SG	83	- symeda GmbH	- Hamburger Str. 273	- 38114
642	SG	84	- Wichmann Systemhaus	- Aussigstr. 6	- 38114
643	SG	85	- GWJ Technology	- Celler Str. 67-69	- 38114
644	SG	86	- GISCON geo.engineering.gmbh	- Salzdahlumer Str. 196	- 38126
645	SG	87	- Airpas Aviation	- Theodor-Heuss-Str. 2	- 38122
646	SG	88	- TLK-Thermo GmbH	- Hans-Sommer-Str. 5	- 38106
647	SG	89	- M&P business solutions	- Gablonzstr. 2-4	- 38114
648	sonst	1	- Jakob-Kemenate	- Eiermarkt 1b	- 38100
649	sonst	2	- Hagen-Kemenate	- Hagenbrücke 5	- 38100
650	sonst	3	- Brüdern Kirche	- Schützenstr. 21a	- 38100

Quelle: STADTart/Urban Catalyst 2020