

KREATIV QUARTIER DETMOLD

Eine Potentialstudie im Auftrag von

KREATIV QUARTIER DETMOLD

Die Adresse für Forschung, Bildung
und Transfer in der Kreativwirtschaft

EINE POTENTIALSTUDIE IM AUFTRAG DER

Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe,
Hochschule für Musik Detmold,
Stadt Detmold und des Kreises Lippe

Wissenschaftliche Bearbeitung

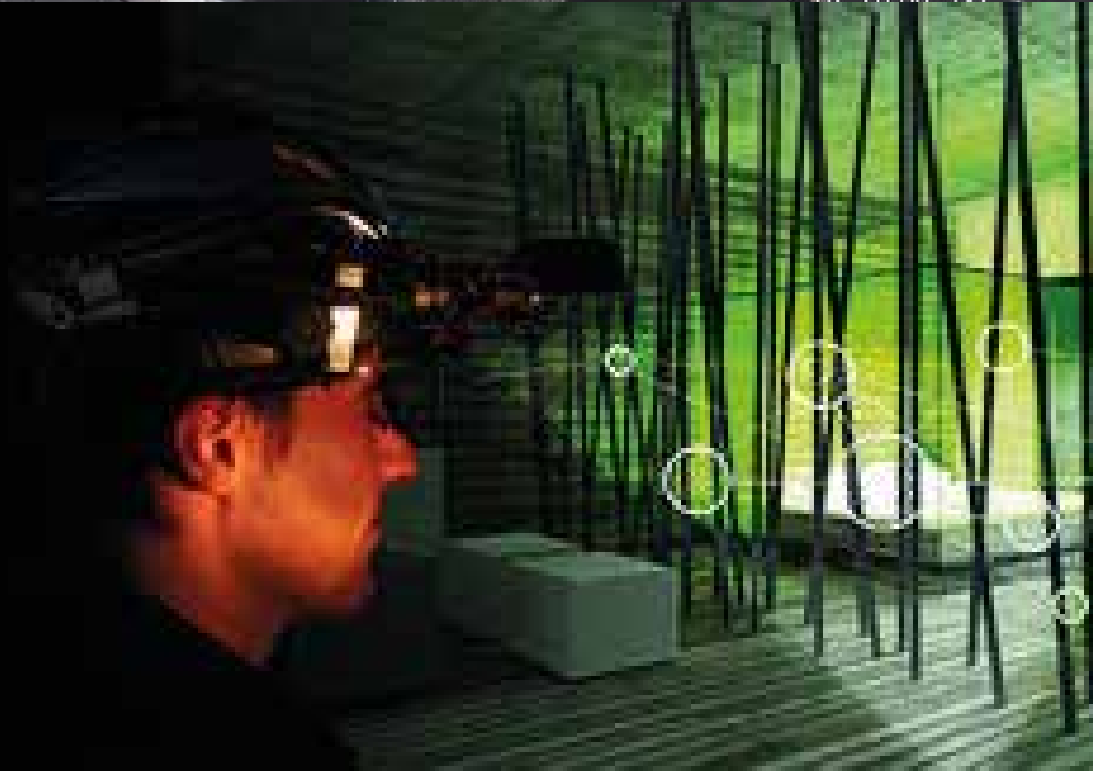
urbanLab
INTERDISZIPLINÄRE STADT- & QUARTIERSFORSCHUNG
TECHNISCHE HOCHSCHULE OSTWESTFALEN-LIPPE

Anmerkung zu Flächen im privaten Eigentum: Stadtentwicklung ist immer ein Prozess der zahlreiche Interessen berührt und sowohl private als auch öffentliche Belange behandeln und abwägen muss. Wenn innerhalb der Studie privates Eigentum berührt ist, bedeutet dies nicht automatisch, dass Verhandlungen über diese Grundstücke stattfinden oder überhaupt ein Kauf- oder Verkaufsinteresse besteht. Die Studie zeigt hier lediglich Möglichkeiten und Potentiale dieser Flächen auf.

Anmerkung zur Lesbarkeit: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Text verallgemeinernd das generische Maskulinum verwendet. Diese Formulierungen umfassen gleichermaßen weibliche und männliche Personen; alle sind damit gleichberechtigt angesprochen.

Inhalt

1 • EINLEITUNG	6
2 • METHODIK	12
3 • ENTWICKLUNGSANFORDERUNGEN / STAKEHOLDERANALYSE	16
3.1 PROFIL DER KuK	20
3.2 BEWERTUNG DETMOLD & OWL	22
3.3 NETZWERKE & CLUSTER	24
3.4 STANDORTFAKTOREN	28
3.5 GRÜNDUNGSPOTENTIAL	44
3.6 BILDUNG	50
3.7 FORTBILDUNG	54
3.8 CONCLUSIO	58
4 • ENTWICKLUNGSRAHMEN / FALLSTUDIEN	60
4.1 MANNHEIM JUNGBUSCH	64
4.2 COBURG	74
4.3 CONCLUSIO	86
5 • ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN / STÄDTEBAULICHE ANALYSE	88
5.1 POTENTIALFLÄCHEN DETMOLDS	90
5.2 RELEVANTE AKTEURE UND IHRE STANDORTE	95
5.3 BEWEGUNGEN	96
5.4 CONCLUSIO	97
6 • ENTWICKLUNGSSZENARIEN	100
6.1 SZENARIO KREATIV CAMPUS+	106
6.2 SZENARIO KREATIV RAHMEN	116
6.3 SZENARIO KREATIV HOTSPOTS	126
6.4 CONCLUSIO	136
7 • REGIONALE EINBINDUNG	138
8 • ZUSAMMENFASSUNG UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	142





EINLEITUNG

Der Anteil der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft in Detmold ist schon heute mit mehr als 1.200 Beschäftigten ein wichtiger Faktor. Für Detmold verteilen sich die Beschäftigtenzahlen auf viele kleine Unternehmen wie Architekturbüros, Verlage, Buchhandel und Tonstudios. Hinzu kommen die Kreativen, die in den größeren Unternehmen der Gesamtwirtschaft ihren Arbeitsplatz finden. Aber auch wichtige Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen haben in Detmold ihren Standort. Mit dem Zuzug des Fachbereichs Medienproduktion der Technischen Hochschule OWL an den Standort Detmold gewinnt die etablierte Kreativwissenschaft, vertreten durch den Fachbereich Architektur, Innenarchitektur und Stadtplanung sowie der Hochschule für Musik Detmold, einen weiteren wichtigen Akteur.

Ausgehend von den vorhandenen Hochschulen haben sich in den vergangenen Jahren bereits Institute und Forschungslaboratorien gegründet, die dem kreativen Forschungssektor zuzuordnen sind (siehe Abb. 1). Beispiele sind das Zentrum für Musik- und Filminformatik oder das Zentrum Musik, Edition und Medien, an dem, neben den beiden Hochschulen vor Ort, auch die Universität Paderborn beteiligt ist. Während die Kreativwissenschaft somit schon eine wahrnehmbare Dichte aufweist, ist die Kreativwirtschaft noch räumlich kleinteilig verstreut. Ohne die räumliche Nähe ist es bisher nicht möglich, die Wertschöpfungsketten der kreativen Akteure zwischen Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig zu festigen. In der Außenwahrnehmung ist das starke kreativwirtschaftliche Potential noch nicht als Profil der Stadt Detmold sichtbar, sodass es auch noch nicht als Standortfaktor für weitere Unternehmensansiedlungen, Startups und einen Zuzug von Studierenden wirken kann.

KREATIV CAMPUS DETMOLD als Schlüssel zur Implementierung der Wertschöpfungs- und Innovationsketten zwischen Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft

Es ist das erklärte Ziel der Partner TH OWL, Hochschule für Musik Detmold, Stadt Detmold und Kreis Lippe das Entwicklungspotential der Kreativwissenschaft und -wirtschaft zu nutzen und auszubauen. Hierzu werden die Aktivitäten in Forschung und Lehre der TH OWL zusammen mit den Kompetenzbündelungen zum KREATIV CAMPUS DETMOLD entscheidend beitragen. Auf der Basis bereits bestehender Institutionen, die in hohem Maße neben dem kreativen auch dem digitalen Sektor zugeordnet werden können, sind insbesondere wichtige Impulse für die digitale Transformation der Kreativwirtschaft zu erwarten.

Die Rahmenbedingungen hierfür sind mit dem Zuzug des Fachbereichs Medienproduktion und den bereits vorhandenen Bildungs- und Forschungseinrichtungen als Nukleus hervorragend. Sie dienen als Impulswirkung für weitere Ansiedlungen im Bereich der Kreativwirtschaft und der angrenzenden Wirtschaftszweige. Hierdurch kann neben einer deutlichen Attraktivitätssteigerung des Standorts, eine Stärkung und Profilierung des kreativen Potentials in Detmold regional und national erfolgen. In der Folge erhöht sich absehbar die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Wirtschaft im Bereich der Kreativwirtschaft für OWL deutlich.

Dies kann auch für andere und neue Wirtschaftszweige der Region wesentliche Beiträge liefern und die Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen ermöglichen. „Offene, digital vernetzte und kollaborative Arbeitsorte bilden häufig die Plattform für innovatives Arbeiten. Wertbildung und Wertschöpfung wird immer öfter nicht in klassischen Büros geschaffen, sondern findet an unterschiedlichen Orten und in wechselnden Teamkonstellationen statt. Hier kann die Kreativwirtschaft als eine Vorreiterin auf dem Weg in eine wissensbasierte Ökonomie gesehen werden, die modellhaft für zukünftige Arbeits- und Lebensformen steht.“ (metropoleruhr 2012: 11)

Um diesem Anspruch nachhaltig gerecht zu werden, ist es wichtig die unmittelbare räumliche Nähe der Akteure in den Innovations- und Wertschöpfungsketten Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft in dem wachsenden Markt der Kreativwirtschaft herzustellen. Dieses Kreativ- und Querdenkerpotential lässt sich so auch für andere Wirtschaftszweige öffnen. Durch die bestehenden wissenschaftlichen Einrichtungen im Bereich der Kreativwirtschaft, ihrer Ressourcen (z.B. FabLab, Lichtlabor, Baustofflabor, Studio- und Medienräume, Tonstudios, Tischlerei) sowie dem Kreativpotential der Studierenden und Berufsschüler selbst, existieren besonders günstige Erfolgsaussichten, um die Kreativwirtschaft in unmittelbarer räumlicher Nähe zu bündeln und effiziente Entwicklungs-, Herstellungs- und Informationsbeziehungen zu erzeugen. Ein entsprechendes Umfeld ist darüber hinaus besonders vielversprechend, um Startups und Ausgründungen der Wissenschaft zu ermöglichen, die von den Hochschulressourcen und spezifischen Unterstützungsangeboten zur Gründungsförderung profitieren. Die beteiligten Hochschulen und (Berufs-)Schulen werden so zum Motor, Katalysator und Nährboden für die Etablierung kreativer Milieus und der Ansiedlung der Kreativwirtschaft. Der KREATIV CAMPUS DETMOLD führt junge Menschen aus Berufskollegs und allgemeinbildenden Schulen mit Studierenden zusammen. Das Spektrum möglicher Gründungsvorhaben wird so deutlich erweitert.

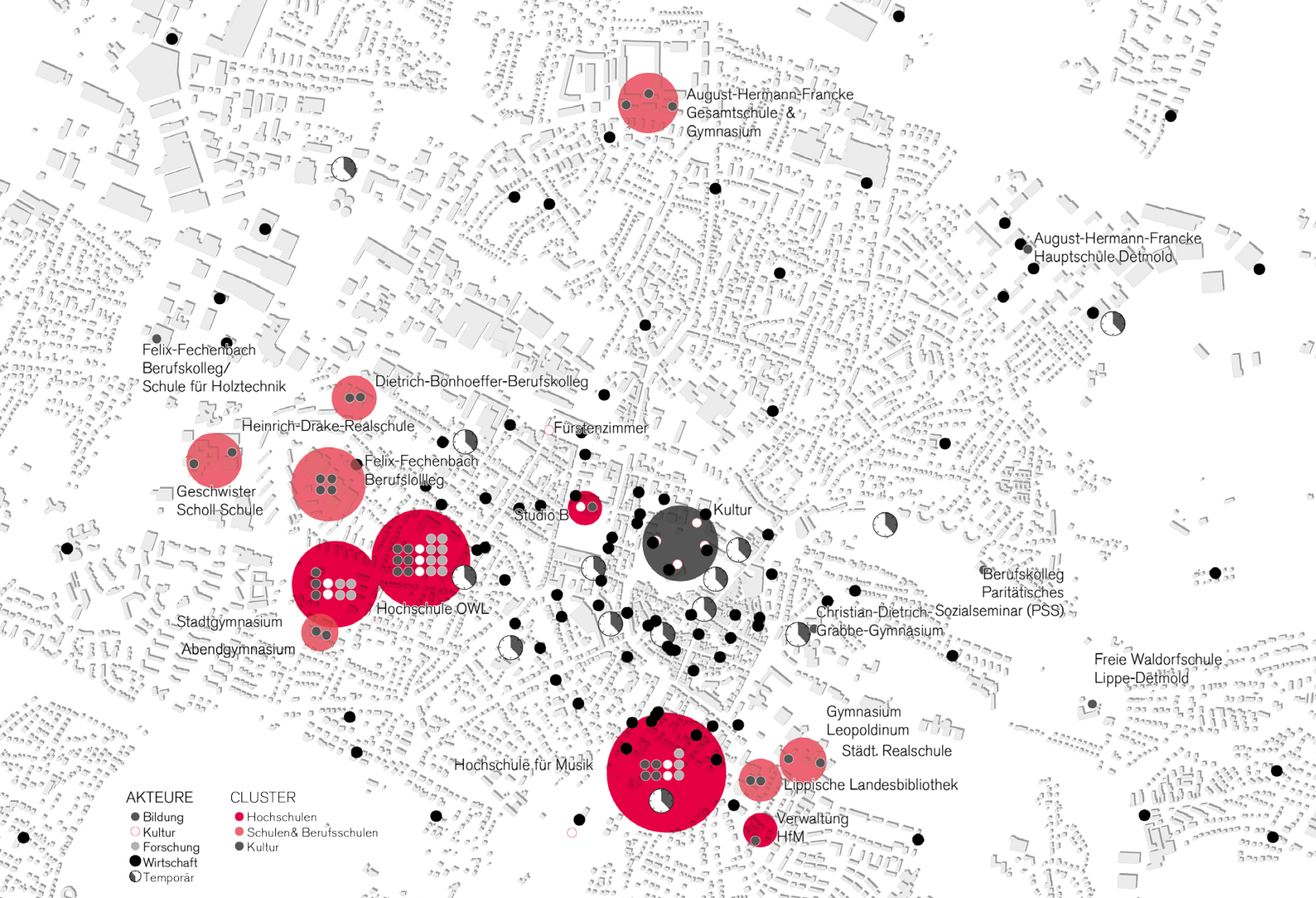


ABB. 2: AKTEURE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DETMOLD

Mit der Ansiedlung des Fachbereichs Medienproduktion der TH OWL, als Neubau an der Bielefelder Straße in unmittelbarer Nähe zum bestehenden Standort an der Emilienstraße, ist ein erster Anfang gemacht. Ein potentieller Neubau des Felix-Fechenbach Berufskollegs (Gebäude 4) an der Bielefelder Straße führt diese Entwicklung potentiell fort. Die Schaffung zusätzlicher Ansiedlungsmöglichkeiten im direkten Umfeld und die damit verbundene Entwicklung zum KREATIV CAMPUS DETMOLD ermöglicht durch die räumliche Verdichtung eine ganzheitliche Bildungskette im Themenfeld Kreativwirtschaft und damit eine Bildungslandschaft als Sozialraum und informelle Lernwelt zusätzlich zu den formalen Lernorten.

KREATIV QUARTIER DETMOLD als langfristige strategische Zielplanung

Darauf aufbauend ist beabsichtigt eine nachhaltige und strategische Quartiersentwicklung zum KREATIV QUARTIER DETMOLD anzugehen, die dem wachsenden Netzwerk aus kreativen Akteuren Räume im unmittelbaren Umfeld ermöglicht und so einen Austausch zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und kreativen Köpfen auf Dauer ermöglicht. Dies stellt sicher, dass der Markt der Kreativwirtschaft in seiner Wett-

bewerbsfähigkeit, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen genügend Entfaltungsraum findet. Durch die Ansiedlung weiterer Akteure werden neue Einfluss- und Einsatzfelder erschlossen sowie Impulse für Forschung und Innovation gesetzt. Darüber hinaus eröffnen sich Entfaltungsräume für freie Künstler und Kreative, die dann wesentlich zur kreativen, offenen Gesamtatmosphäre beitragen. Insbesondere die Kreativwirtschaft wirkt zudem stark in den öffentlichen Raum und lässt sich durch Einrichtungen wie Cafés, Bars, Restaurants, Eventausrichter und Caterer ergänzen, die zusammen eine Kombination aus lebendigem öffentlichen Raum, angebotenen kreativen Produkten und Dienstleistungen erzeugen, welche die Stadtgesellschaft bereichert und das Image der Gesamtstadt steigert. Zusammengenommen entsteht so ein hochattraktives lebendiges Quartier, als Anziehungsmagnet für Unternehmen, Startups und Forschungseinrichtungen sowie für hochqualifizierte Arbeitskräfte und Studieninteressierte. Um die Impulswirkung der neuen Bildungseinrichtungen an der Bielefelder Straße zur Entwicklung eines KREATIV CAMPUS und schließlich zur Etablierung des KREATIV QUARTIER DETMOLD zu nutzen und in die Stadtentwicklung Detmolds einzubinden, bedarf es einer strategischen und ganzheitlichen Konzeption. Absehbare Potentialflächen für diese Entwicklung zeigt der Ansatz in Abbildung 2.

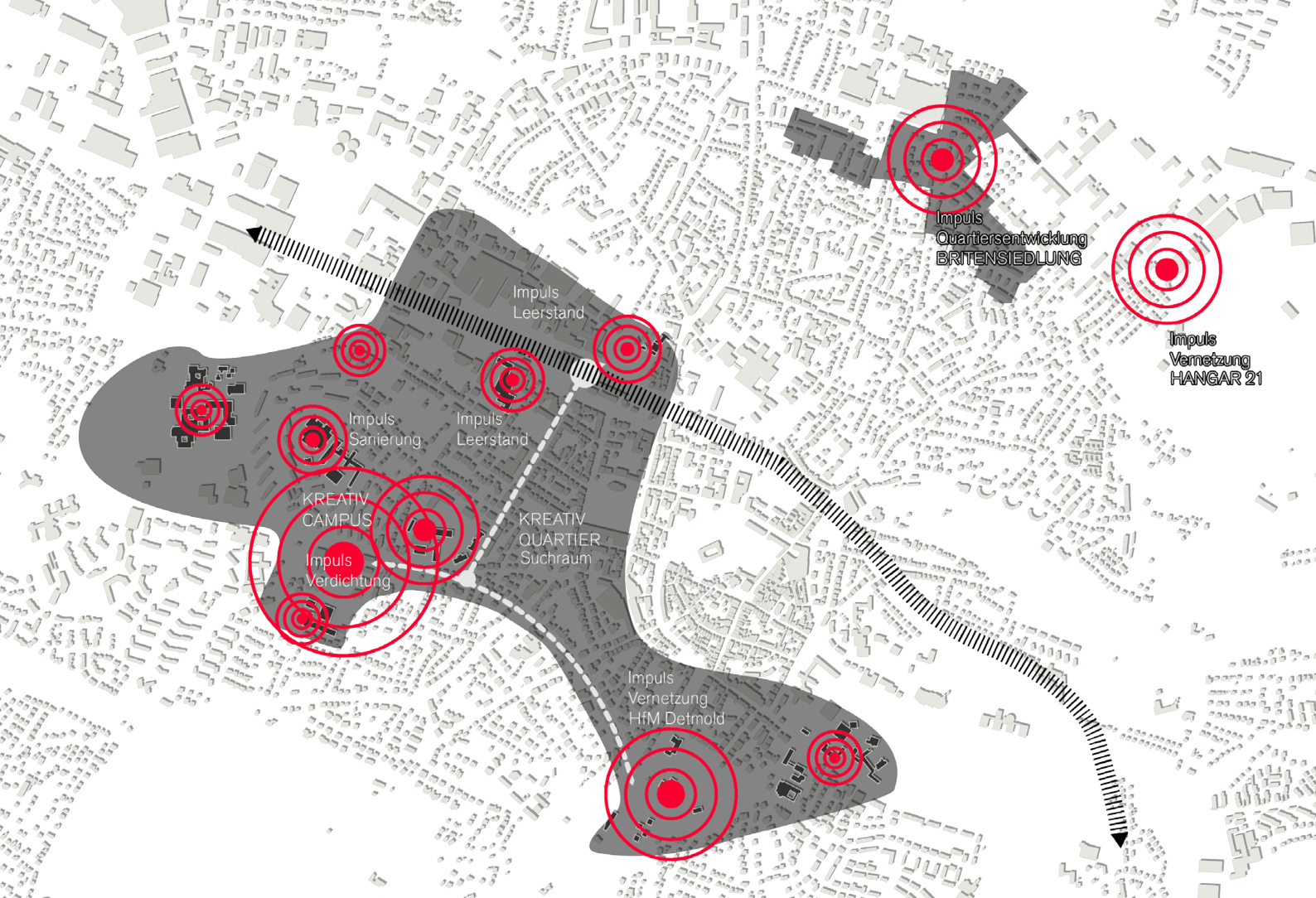


ABB. 3: UNTERSUCHUNGSRAUM KREATIV QUARTIER DETMOLD

KREATIV REGION OWL als symbiotisches Netzwerk aus lokal profilierten Clustern

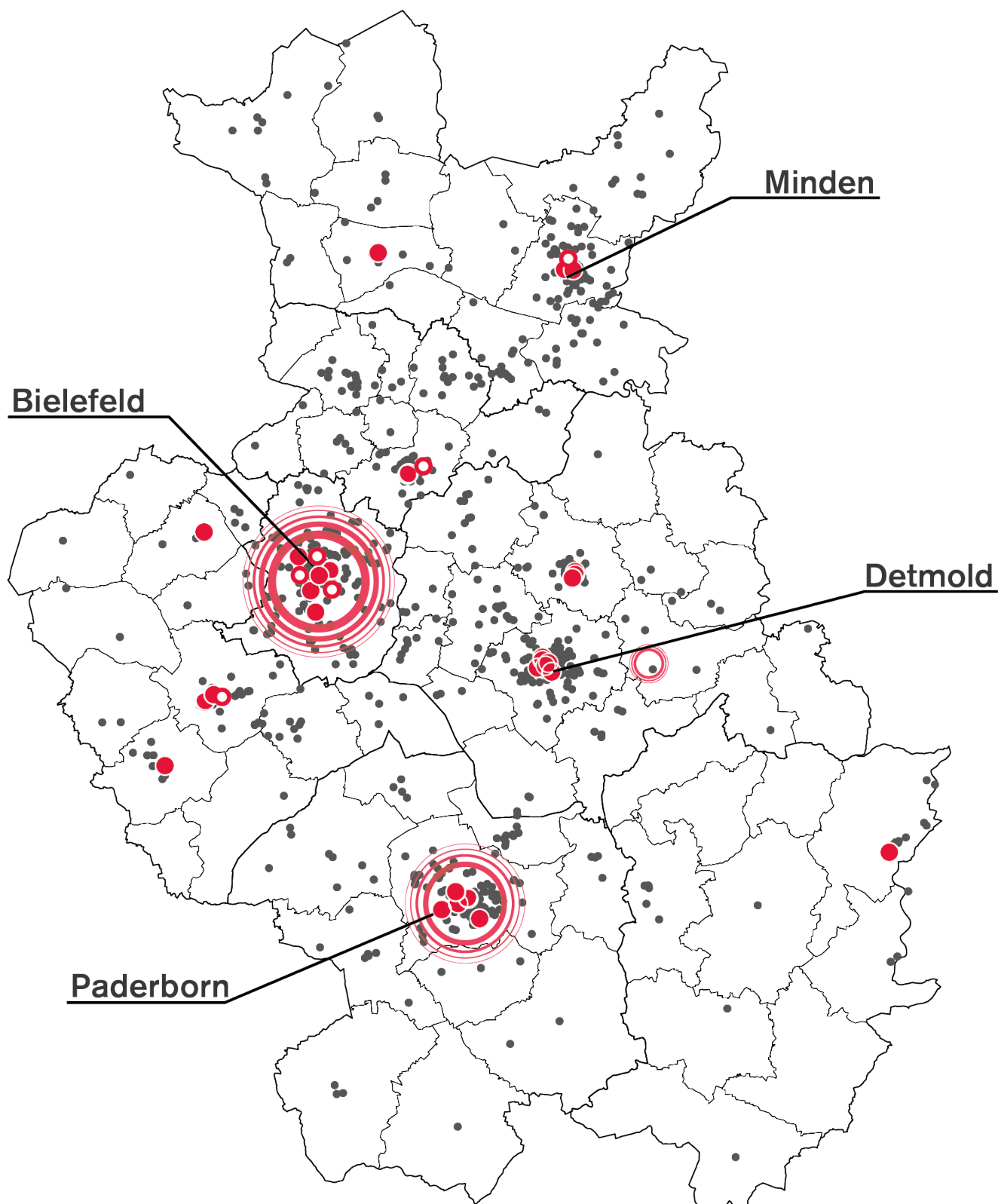
Der Spitzencluster it's OWL im Bereich intelligente technische Systeme hat es erfolgreich vorgemacht. Nun ist es an den Akteuren der Kreativwirtschaft ähnliche Netzwerkstrukturen zu etablieren, die sich gegenseitig ergänzen. Die Fokussierung und Bündelung der Kreativwirtschaft in Detmold unterstützt gemeinsam mit weiteren Kreativclustern der kreativen Milieus in den Regiopolen Paderborn und Bielefeld die Marktstellung der Kreativwirtschaft in Ostwestfalen-Lippe insgesamt. Es wird angestrebt, dass sich die jeweils eigenständigen Profile der kreativen Cluster in der Region zu einem symbiotischen Netzwerk ergänzen. Im Ergebnis lassen sich die Wertschöpfungsketten der lokalen Akteure untereinander stärken und die Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft OWLs im Landes- und Bundesgebiet deutlich steigern. Gemeinsam werden so die regionalen Entwicklungspotenziale genutzt und die Standortqualitäten der Region im Bereich Kreativwirtschaft sichtbar.

Das KREATIV QUARTIER DETMOLD stärkt absehbar Wertschöpfung und Innovationen zwischen Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft in

der Kreativwirtschaft. Die Entwicklung von Kreativität ist Bildungschance und Wirtschaftsfaktor für die gesamte Region. Entstehende Impulse gehen über die Kreativwirtschaft hinaus in andere Wirtschaftszweige und die Gesellschaft hinein. Das intensive Zusammenspiel aller Partner vor Ort, das gemeinsame Ziel „Bildung“ und das Grundprinzip „interdisziplinäres Arbeiten“ sind wesentliche Bedingungen zur Beschleunigung von Innovationen.

Die Region Ostwestfalen-Lippe (OWL) hat großes Potential, die Profilierung im Bereich der Kreativwirtschaft nachhaltig auszubauen, zu festigen und dies durch Kreativquartiere sichtbar zu gestalten. Insbesondere Detmold bietet mit seinen Einrichtungen, wie z.B. der Hochschule für Musik Detmold und den gestaltenden Fachbereichen der TH OWL sowie bereits bestehenden Kooperationen in der Region, sehr gute Voraussetzungen perspektivisch ein zentraler Knoten im kreativwirtschaftlichen Netzwerk Ostwestfalen-Lippes zu sein.

Die vorliegende Studie hat das Ziel Erfolgchancen, Potentiale, Herausforderungen und Anforderungen an eine solche Entwicklung an verschiedenen Standorten in Detmold zu untersuchen.



- Institutionen der KUK in OWL
- Berufsschulen und Hochschulen im Bereich der KUK
- ⊙ Netzwerke der KUK in OWL
- ⊙ Coworking Spaces

ABB. 4: AKTEURE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN OSTWESTFALEN-LIPPE

**KREATIV
QUARTIER
DETMOLD**



2 METHODIK

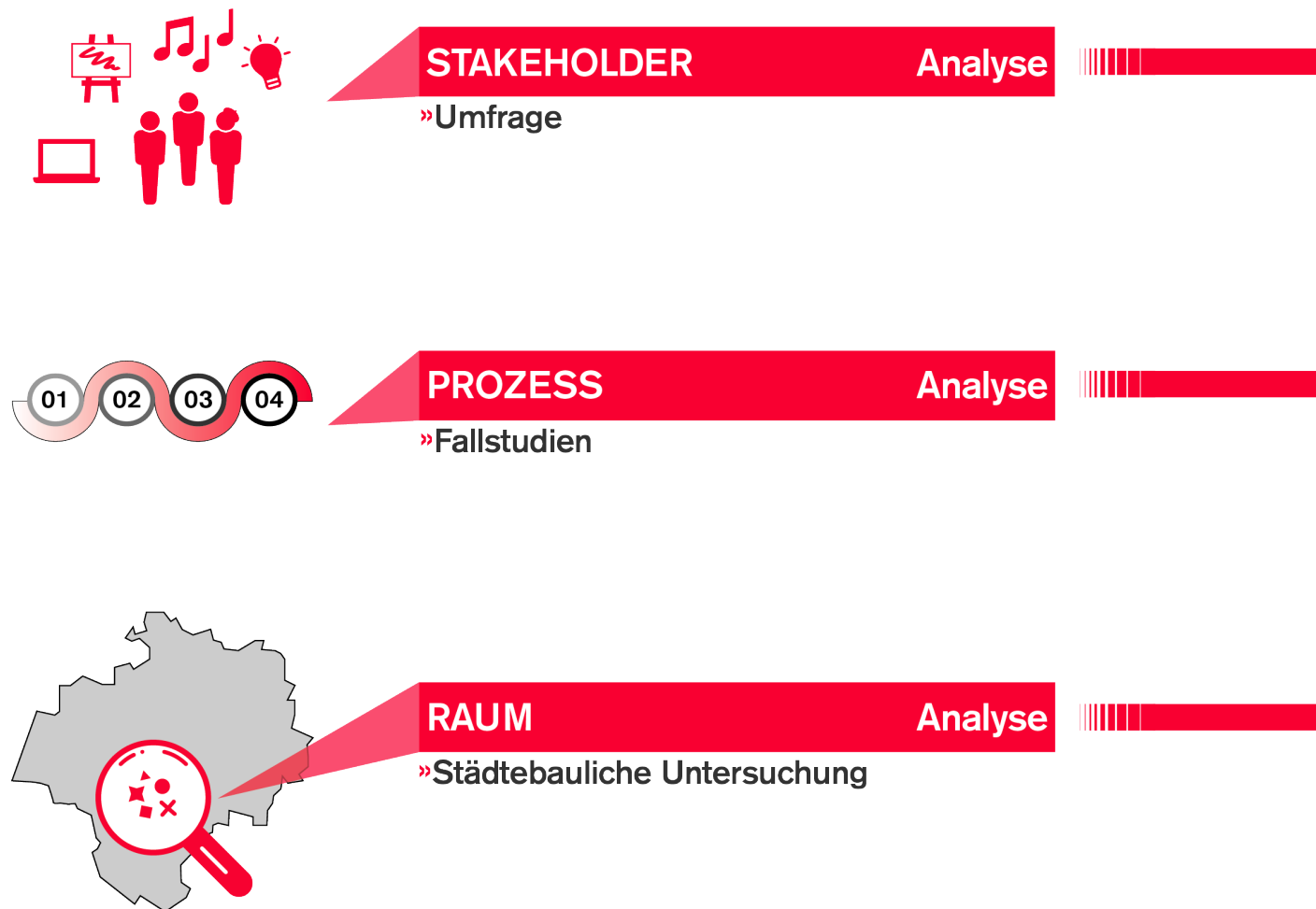


ABB. 5: METHODIK

METHODIK

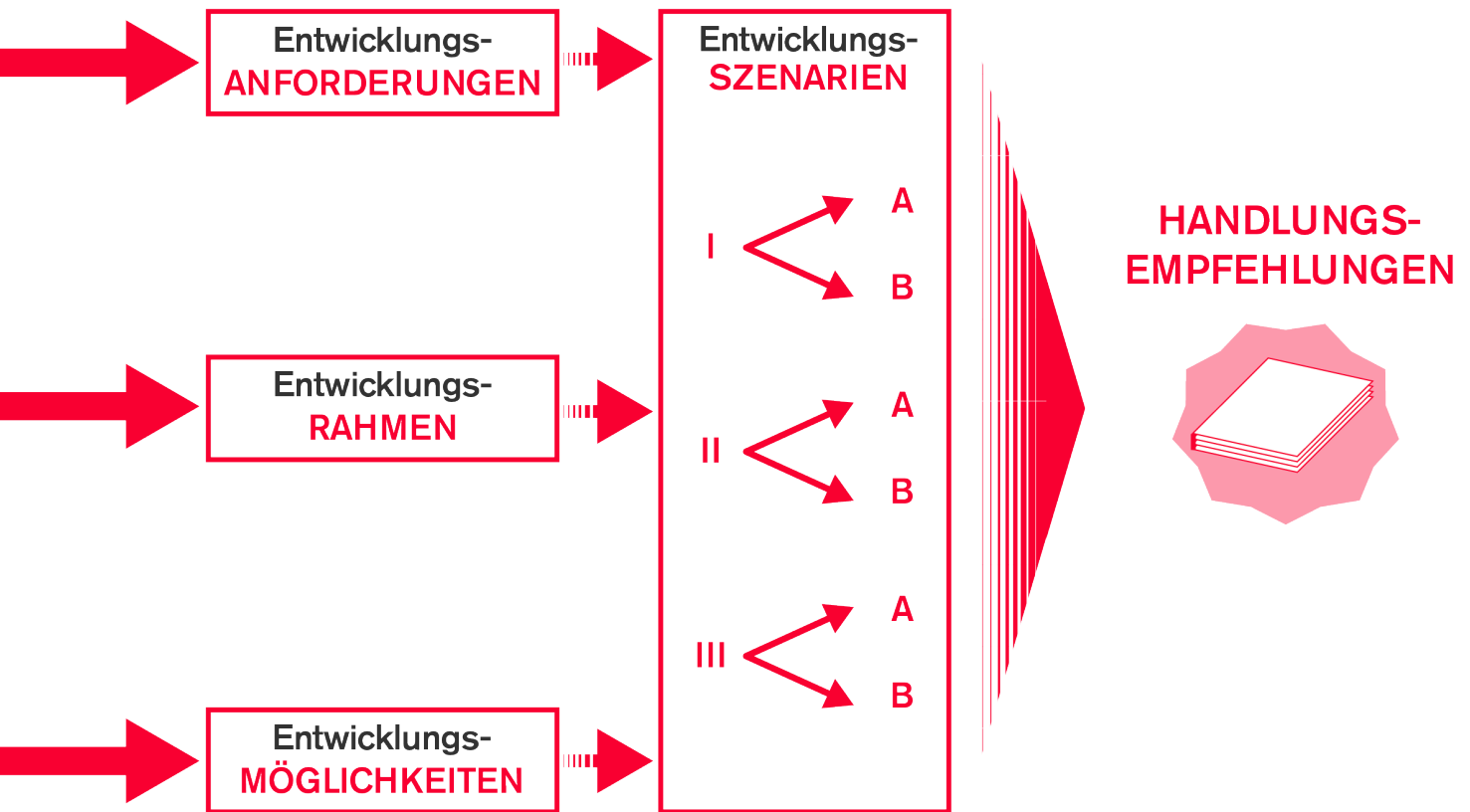
Die beauftragte Studie untersucht die (Weiter-) Entwicklungspotentiale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Detmold und ihrer Vernetzung in Ostwestfalen-Lippe (nachfolgend OWL) insbesondere in städtebaulicher, aber auch in gesamtstrategischer Hinsicht. Die vorliegende Potentialstudie geht der Frage nach, wie durch bereits beschlossene oder noch zu planende öffentlich geförderte städtebauliche Impulse ein sichtbares kreatives Netzwerk entstehen kann, das die Wertschöpfungsketten zwischen Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft stimuliert und festigt. Um sich diesem hochkomplexen Thema systematisch zu nähern, kommen verschiedene Methoden zum Einsatz.

Die **Stakeholderanalyse** generiert Informationen zu Bedürfnissen, Anforderungen und Herausforderungen der Kreativwirtschaft in Ostwestfalen-Lippe. Sie wertet vorhandene statistische Erhebungen auf Bundes-, Landes- und Regionaler Ebene aus und ergänzt sie durch eine eigene Umfrage, die gezielt Fragen zu Raum- und Standortanforderungen sowie zur Vernetzung zwischen Hochschulen, Berufsschulen und Wirtschaft stellt. Adressaten der Umfrage waren neben der

Kreativwirtschaft Ostwestfalen-Lippes, auch Vereine und Netzwerke sowie Studierende, Alumni und Berufsschüler der kreativen Bildungsbereiche in Detmold. Diese Ergebnisse werden im Anschluss durch ausgewählte Kurzinterviews qualitativ ergänzt und validiert. Im Ergebnis sind so Entwicklungsanforderungen der kreativen Milieus an ein Kreativquartier erkennbar.

Das Instrument der **Fallstudien** gibt Einblicke in bestehende Kreativquartiere in Deutschland und ihre Umsetzungsstrategien, sowie die Konzeption des Betriebsablaufs. Für die Untersuchung wurden Kreativquartiere ausgewählt, die einerseits die Bandbreite möglicher Entwicklungsstrategien und Dimensionen zeigen und andererseits in möglichst vielen Indikatoren vergleichbar mit den aktuellen Bedingungen in der Mittelstadt Detmold sind. Zusammengefasst entsteht so ein Bild eines möglichen Entwicklungsrahmens sowie der Ablauf einzelner Schritte im Prozess zum Kreativquartier.

Eine **städtebaulich räumliche Analyse** des Untersuchungsraums identifiziert schließlich Neubau-, Umbau-, Umnutzungs- und Aneignungspotentiale zur Etablie-



rung eines Kreativquartiers in der bestehenden Stadtstruktur. Hierfür werden nach einschlägiger Literatur verschiedene Raumkategorien untersucht und insbesondere die Frequentierung und Lebendigkeit des öffentlichen Raums betrachtet. In der Folge werden Räume mit besonders vielversprechenden Entwicklungsmöglichkeiten und Impulswirkungen erkennbar.

Um abschließend zu validen Entwicklungsschritten zu gelangen, die eine größtmögliche nachhaltige Impulswirkung auf dem Weg zum Kreativ Quartier Detmold ermöglichen, werden drei **städtebauliche Szenarien** entwickelt und anhand der vorher identifizierten Bedürfnisse und Anforderungen sowie den räumlichen Potentialen und den vorliegenden Entwicklungsmöglichkeiten bewertet.

Zusätzlich wird die Einbettung des potentiellen Kreativquartiers in die Region untersucht, der aufgrund der besonderen polyzentrischen Struktur der Region und der gedeckelten Leistbarkeit von Mittelstädten wie Detmold eine besondere Bedeutung zukommt. Die Einordnung der verschiedenen Aktivitäten in OWL er-

folgt einerseits durch eine geodatenbasierte Auswertung der Adressdaten sowie einer vertiefenden Untersuchung bestehender Netzwerke. Am Ende werden so Anknüpfungspunkte, Unterstützungsmöglichkeiten für die Region, aber auch Alleinstellungsmerkmale für Detmold sichtbar.

Im Ergebnis entstehen wissensbasierte Handlungsempfehlungen für wichtige Meilensteile und nächsten Schritte im Prozess zum Kreativ Quartier Detmold sowie dessen Einbindung in die Kreativ Region OWL.

**KREATIV
QUARTIER
DETMOLD**



3 STAKEHOLDERANALYSE

Teilmarkt	Musik-wirtschaft	Markt f. darst. Künste	Film-wirtschaft	Design-wirtschaft	Architektur-markt
Wirtschafts-zweig	Theater- und Konzertveranstalter*	Theater- und Konzertveranstalter*	Nachbearbeitung/sonstige Filmtechnik	Büros für Innenarchitektur	Büros für Innenarchitektur
	Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	Dienstleistungen für die darstellende Kunst*	Filmverleih u. -vertrieb	Grafik- und Kommunikationsdesign	Architekturbüros f. Orts-, Regional- u. Landesplanung
	Selbstständige Komponisten, Musikbearbeiter	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler*	Selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Künstler*	Interior Design und Raumgestaltung	Architekturbüros f. Garten-, Landschaftsgestaltung
	Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. ä.*	Musical-/Theaterhäuser, Konzerthallen u. ä.*	Film-/TV-Produktion	Industrie-, Produkt- und Mode-Design	Architekturbüros für Hochbau
	Einzelh. mit bespielten Ton-/Bildträgern*	Kulturunterricht/ Tanzschulen	Einzelh. mit bespielten Ton-/Bildträgern*	Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen)	Selbstständige Restauratoren
	Tonträgerverlage	Varietés und Kleinkunsthöhlen	Kinos	Herstellung von Schmuck	
	Tonstudios etc.	Theaterensembles	Videotheken	Selbstständige Fotografen	
	Musikensembles	Selbstständige Artisten, Zirkusbetriebe			
	Einzelh. mit Musikinstrumenten etc.				
	Musikverlage				
	Herstellung von Musikinstrumenten				

ABB. 6: TEILMÄRKTE & WIRTSCHAFTSZWEIGE DER KREATIVWIRTSCHAFT (nach BMWI 2017 und MWIDE NRW 2016)

Um wirksame und nachhaltige städtebauliche Entwicklungen vorschlagen zu können, ist es unerlässlich die avisierten Nutzergruppen zu verstehen und deren Bedürfnisse und Anforderungen an Raum und ihr soziales Gefüge zu kennen. Zu diesem Zweck wurden in einem ersten Schritt vorhandene Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft (nachfolgend KuK) ausgewertet. Während die ausgewertete Literatur einige wichtige Fakten benennt und einen guten Überblick über den derzeitigen Stand der KuK zu geben vermag, fehlen doch notwendige Erkenntnisse in den Bereichen Bildung, Standortfaktoren, Übergang in den Arbeitsmarkt und zur möglichen Vernetzung der Akteure der KuK in Ostwestfalen-Lippe und Detmold. Darüber hinaus mangelte es an einem ausreichend großen Datensatz der KuK in Ostwestfalen-Lippe. Dies machte eine eigene Erhebung notwendig. Die Befragung setzt dabei auf den vorhandenen Studien von Bund, Land und OWL auf und vertieft diese gezielt in Bezug auf ihre Netzwerke untereinander, ihre Standortfaktoren, Fortbildungsmöglichkeiten sowie dem Bedarf an technischer Infrastruktur und organisatorischer Unterstützung.

Es zeigt sich schnell, dass im Sprachgebrauch und in der Literatur unterschiedliche Definitionen für

die KuK existieren. Darüber hinaus sind sowohl Teilmärkte der KuK als auch die Wirtschaftszweige innerhalb der Teilmärkte nicht scharf umrissen und weisen zahlreiche Überlappungen auf (siehe Abb. 6). Um die Vergleichbarkeit und Verknüpfung mit anderen wesentlichen Ergebnissen zur KuK zu gewährleisten, knüpft die eigens erhobene Umfrage an die Definition des Bundes bzgl. der Teilmärkte an und erweitert sie um die definierten Wirtschaftszweige innerhalb dieser Teilmärkte des Landes NRW (siehe Abb. 6).

Auf dieser Basis erfolgte nun eine Recherche nach Berufsbildern sowie übergeordneten Begriffen der Kreativbranche. Mit dieser Methodik konnten ca. 1100 Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft in Ostwestfalen-Lippe ermittelt werden. Dies erlaubt bereits die Erstellung von Profilen für die einzelnen Städte und macht die Verteilung in der Region sichtbar. Einige Multiplikatoren haben den Link zur Online-Umfrage zusätzlich über Ihre Verteiler weitergeleitet, so dass davon ausgegangen werden kann nahezu flächendeckend zur Teilnahme an der Umfrage aufgerufen zu haben. Die Akteure lassen sich in Kreativwirtschaft, freischaffender Künstler und Kulturinitiativen unterteilen und bilden die ers-

Presse- markt	Rundfunk- wirtschaft	Buch- markt	Kunst- markt	Software- / Games-Industrie	Werbe- markt
Selbstständige Journalisten etc.*	Selbstständige Journalisten etc.*	Buchverlage	Einzelhandel mit Antiquitäten etc.	Programmierungstätigkeiten	Werbeagenturen/ Werbegestaltung
Zeitungsverlage	Fernsehveranstalter	Einzelhandel mit Büchern	Selbstständige bildende Künstler	"Computerspiel- und sonstige Softwareverlage"	Vermittlung und Vermarktung von Werbezeiten u. ä.
Adressbücher- und Verzeichnisverlage	Hörfunkveranstalter	Selbstständige Schriftsteller	Ezh. mit Kunstgegenständen, Museumsshops	Webportale	
Korrespondenz- und Nachrichtenbüros		Selbstständige Übersetzer			
Zeitschriftenverlage		Antiquariate			
Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)		Buchbinderei, Druckweiterverarbeitung			
Einzelh. m. Zeitschrift u. Zeitungen					

* Wirtschaftszweige erstrecken sich über mehrere Teilmärkte

te Säule der Adressaten. Der Fragebogen war in acht verschiedene Kategorien eingeteilt und hat folgende Themen abgefragt:

- Einschätzung der KuK Allgemein
- Beschreibung Unternehmen/Organisation
- Standortfaktoren
- Mitarbeiter/Mitglieder
- Infrastruktur & Arbeitsformen
- Kooperation & Wertschöpfungsketten
- Fortbildung
- Allgemeine Angaben

Eine zweite Säule ist der Bildungs- und Ausbildungsbereich der Kreativwirtschaft, der durch bestehende Verteiler an den teilnehmenden Hochschulen in Detmold (Hochschule für Musik Detmold und Technische Hochschule OWL - Fachbereich Architektur & Innenarchitektur, Fachbereich Medienproduktion, Fachbereich Bauingenieurwesen) sowie den teilnehmenden Berufsschulen in Detmold (Dietrich-Bonhoeffer Berufskolleg und Felix-Fechenbach Berufskolleg) breit unter Absolventen, Studenten und Berufsschülern gestreut werden konnte. Dieser Fragebogen hatte ebenfalls acht Kategorien, die allerdings teilweise nur an Absolventen adressiert wurden (mit A gekennzeichnet)

- Einschätzung der KuK Allgemein
- Angaben zu Studium & Ausbildung
- Standortfaktoren
- Ambitionen zur Selbstständigkeit
- (A) Übergang in den Arbeitsmarkt
- (A) Beschreibung Unternehmen
- (A) Beschreibung Tätigkeit
- Allgemeine Angaben

Insgesamt haben 278 Akteure an der Umfrage teilgenommen:

- 51 Vertreter eines Unternehmens
- 15 Vertreter eines Vereins/Initiative
- 24 Freischaffende Künstler
- 60 Absolventen
- 97 Studenten
- 31 Berufsschüler

Auf den nachfolgenden Seiten befindet sich die Auswertung der Umfrage im Detail, jeweils angereichert mit Erkenntnissen aus anderen Studien.

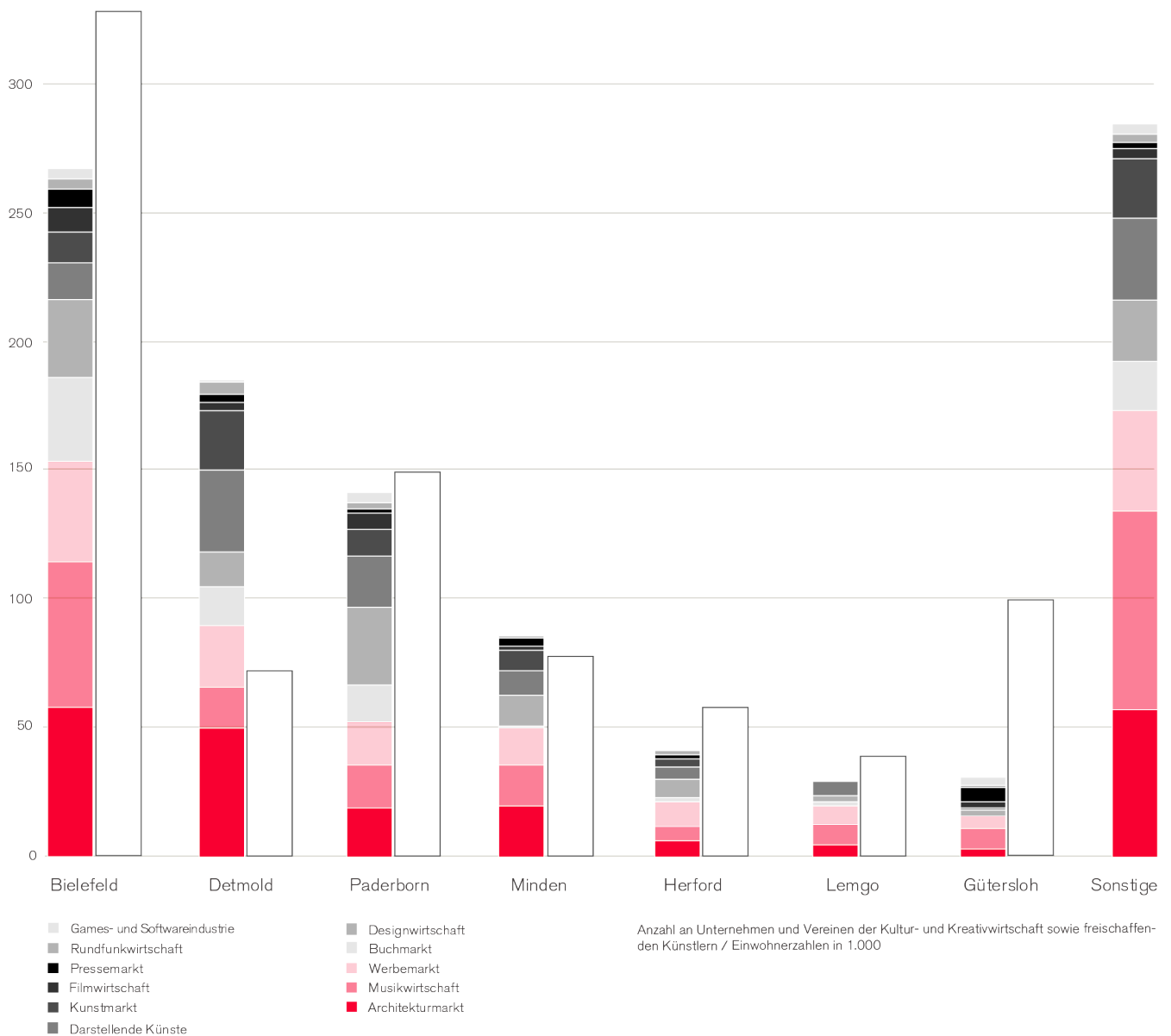


ABB. 7: TEILMÄRKTE DER KREATIVWIRTSCHAFT IN OSTWESTFALEN-LIPPE

3.1 Profil der KuK

Die aktuellen Monitoringberichte auf Bundes- und Landesebene attestieren der Kultur- und Kreativwirtschaft langfristige und solide Wachstumsraten. Die Bedeutung dieser Teilmärkte nimmt trotz seiner Kleinteiligkeit immer weiter zu. Die Innovationskraft ist überdurchschnittlich. Gleichwohl sind starke Unterschiede in der Entwicklung erkennbar. Während die Musikwirtschaft überdurchschnittlich wächst und auch der Architekturmarkt solide Wachstumszahlen aufweist, profitiert derzeit vor allem die Software und Games Branche von der Digitalisierung. Auf der anderen Seite verzeichnen derzeit Buch- und Kunstmarkt negative Wachstumsraten. (vgl. BMW 2017)

Der Blick auf die Region Ostwestfalen-Lippe zeigt auf den ersten Blick ein typisches Bild der Kreativwirtschaft. Insbesondere die größeren Städte der Region sind Attraktor für Unternehmensansiedlungen. Dazu gesellt

sich aber ein bemerkenswerter Anteil an Kreativen, die ihren Standort in den kleineren Städten und peripheren Regionen OWLs gefunden haben, was auf die polyzentrale Struktur der Region hindeutet. Traditionell befinden sich auch in OWL die Teilmärkte Architektur, Musikwirtschaft und Werbemarkt auf den oberen Plätzen was die absolute Zahl an Unternehmen betrifft.

Insgesamt weist demnach Bielefeld erwartungsgemäß die höchste Anzahl an Kreativen in der Region auf. Dahinter folgen Detmold auf Platz 2 und Paderborn auf Platz 3. Dies überrascht auf den ersten Blick. Großstädte wie Paderborn, Gütersloh, sowie das weit besser überregional vernetzte Minden weisen eine geringe Konzentration kreativer Akteure auf. Noch bemerkenswerter erscheint die kreative Dichte von Detmold im Vergleich mit den Einwohnerzahlen. Während alle anderen Kommunen der

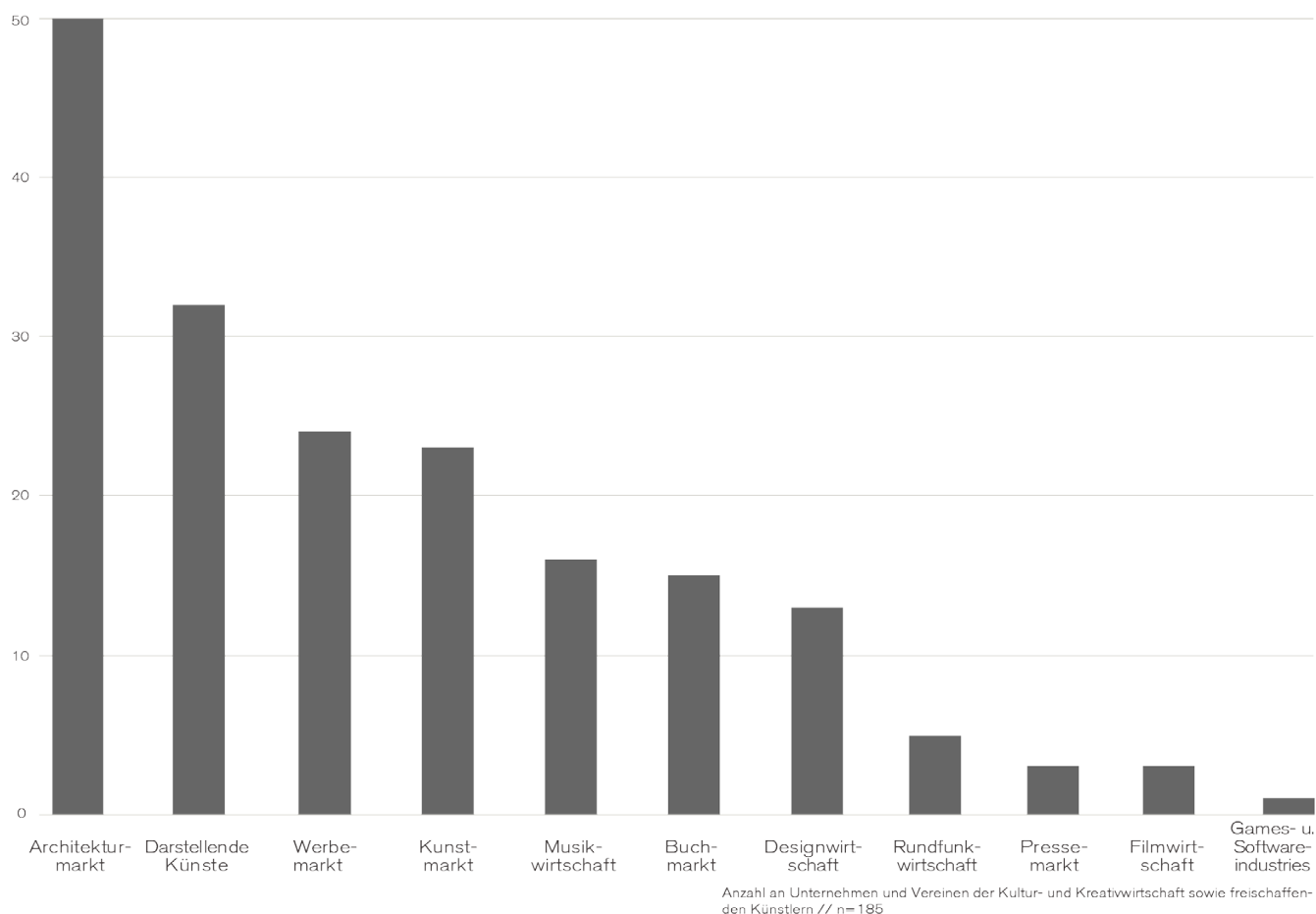


ABB. 8: TEILMÄRKTE DER KREATIVWIRTSCHAFT IN DETMOLD

Region einen Wert von unter 1 Einrichtung pro 1.000 Einwohner aufweisen, erreicht Detmold einen Wert von 2,5 Einrichtungen pro 1.000 Einwohnern (siehe Abb. 7). Auch wenn dies nicht gleichzusetzen ist mit der wirtschaftlichen Leistung oder der Innovationsrate, so zeigt sich doch, dass die vielfältigen Einrichtungen der Region wie Landestheater und Hochschulen offenbar zu einer Konzentration kreativer Akteure aus der Region führen. Ein Erklärungsansatz hierfür ist die Ankerwirkung Detmolds für die Region Lippe und Teile der Region Höxter, sowie die lange Tradition als Ort für Kultur in der Region.

Diese kulturelle Tradition lässt sich auch in der Verteilung der Teilmärkte in Detmold erkennen (siehe Abb. 8). Einrichtungen der darstellenden Künste und des Kunstmarkts sind auch im Bundesvergleich deutlich überdurchschnittlich in Detmold ansässig und prägen das

kulturelle Bild der Stadt. Dem gegenüber ist der jüngste und derzeit dynamischste Teilmarkt der Kreativwirtschaft, die Games- und Softwareindustrie in Detmold nur in sehr geringem Maße vertreten. Dies gilt allerdings für ganz Ostwestfalen-Lippe. Im Bundesdurchschnitt fallen derzeit knapp drei Viertel der Innovationsausgaben von 4,75 Milliarden Euro der Kultur- und Kreativwirtschaft auf den Bereich Software- und Games (vgl. BMW 2017: 32).

Grundsätzlich wird der Kultur- und Kreativwirtschaft jedoch zugeschrieben Vorleistungen für andere Wirtschaftszweige zu erbringen und insgesamt als Innovationstreiber zu fungieren. Erwartet wird, dass die gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen der Digitalisierung immer weiter auf die anderen Teilmärkte der KuK einwirken. Dies ist insbesondere schon im Bereich Medien, Werbung und Design zu beobachten.

3.2 Bewertung Detmold & Ostwestfalen-Lippe

Eine eigene Einschätzung der aktuellen Lage der KuK in Ostwestfalen-Lippe zeigt ein durchwachsendes Bild. Während sich die KuK selbst als aktiv wahrnimmt und angibt für die Zukunft gut aufgestellt zu sein, wird die Wahrnehmbarkeit und die Vernetzung untereinander negativ bewertet (siehe Abb. 9).

Die KuK bewertet insbesondere die eigene Wahrnehmbarkeit - ob digital oder analog - als ausbaufähig. Hier offenbaren sich die Nachteile der polyzentralen Region, die die Kreativen auf viele Standorte in OWL verteilt. Für viele Teile der Region bleiben die Kreativen für die regionale Stadtgesellschaft weitgehend unsichtbar ohne räumliche Dichte und gemeinsame Plattformen, die der kleinteiligen Wirtschaftsstruktur eine gebündelte und sichtbare Außenwirkung geben.

Die Vernetzung innerhalb der Branche wird ebenfalls überwiegend als negativ beurteilt und ist auf dieselben Ursachen zurückzuführen. Je größer die Distanz untereinander, desto geringer wird die Wahrscheinlichkeit des Austauschs, der Kollaboration oder eines dauerhaften Netzwerks.

Die Suche nach Netzwerken, Gemeinschaft und Wahrnehmbarkeit dient als erster Hinweis für die Notwendigkeit lokaler Plattformen und Anker, die als Knoten für die Vernetzung in der Region dienen können (siehe hierzu auch das nachfolgende Kapitel 3.3: Netzwerke & Cluster).

Auf städtischer Maßstabsebene wird die KuK grundsätzlich positiver wahrgenommen, als in der Gesamtregion (siehe Abb. 10). Das leuchtet ein. Die unmittelbare Umgebung, die Aktivitäten in der Stadt und die Vernetzung untereinander sind lokal bedingt durch die geringere Entfernung untereinander schlicht einfacher. Es zeigt sich das Detmold im Durchschnitt etwas besser bewertet wird als andere Städte in OWL - insbesondere im Bereich Aktivität. Demgegenüber sind die Bereiche Vernetzung und Wahrnehmung nur höchstens durchschnittlich bewertet. Gemessen an der hohen Dichte an kreativen Einrichtungen und dem innewohnenden Potential gebündelter Aktivitäten und Plattformen sowie vorhandenen Schlüssellakteuren, wie z.B. der Hochschulen, die in solchen Clustern als Koordination fungieren können, bleiben vorhandene Stärken derzeit noch ungenutzt. Hier sind andere Städte in Ostwestfalen-Lippe, wie Bielefeld und Paderborn schon etwas weiter (siehe Kapitel 7: Regionale Einbindung).

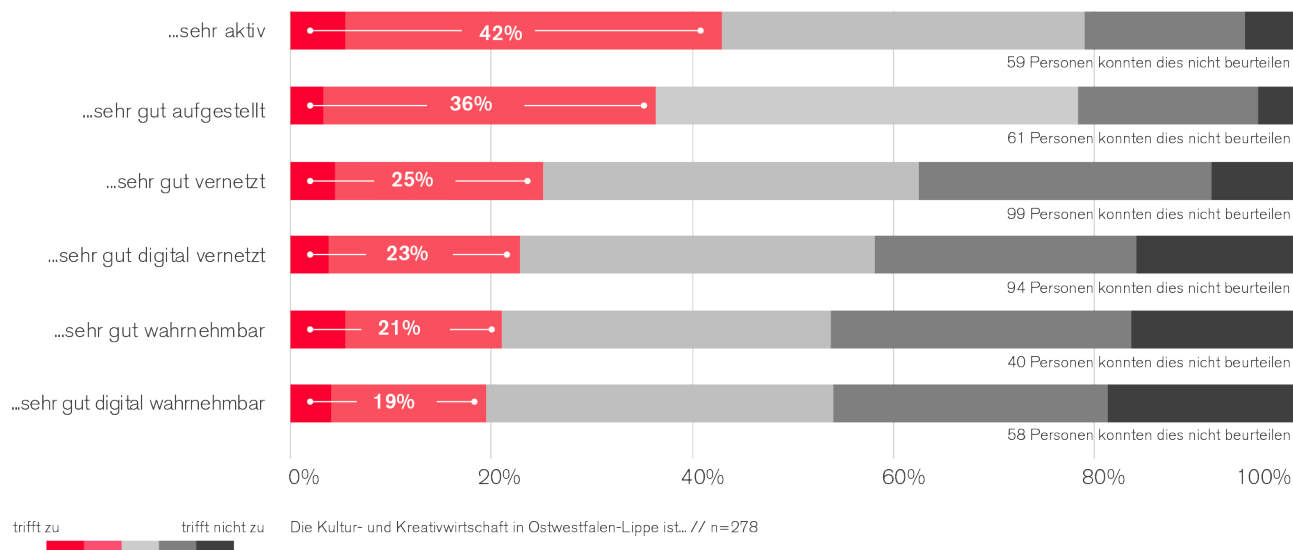


ABB. 9: EINSCHÄTZUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN OSTWESTFALEN-LIPPE

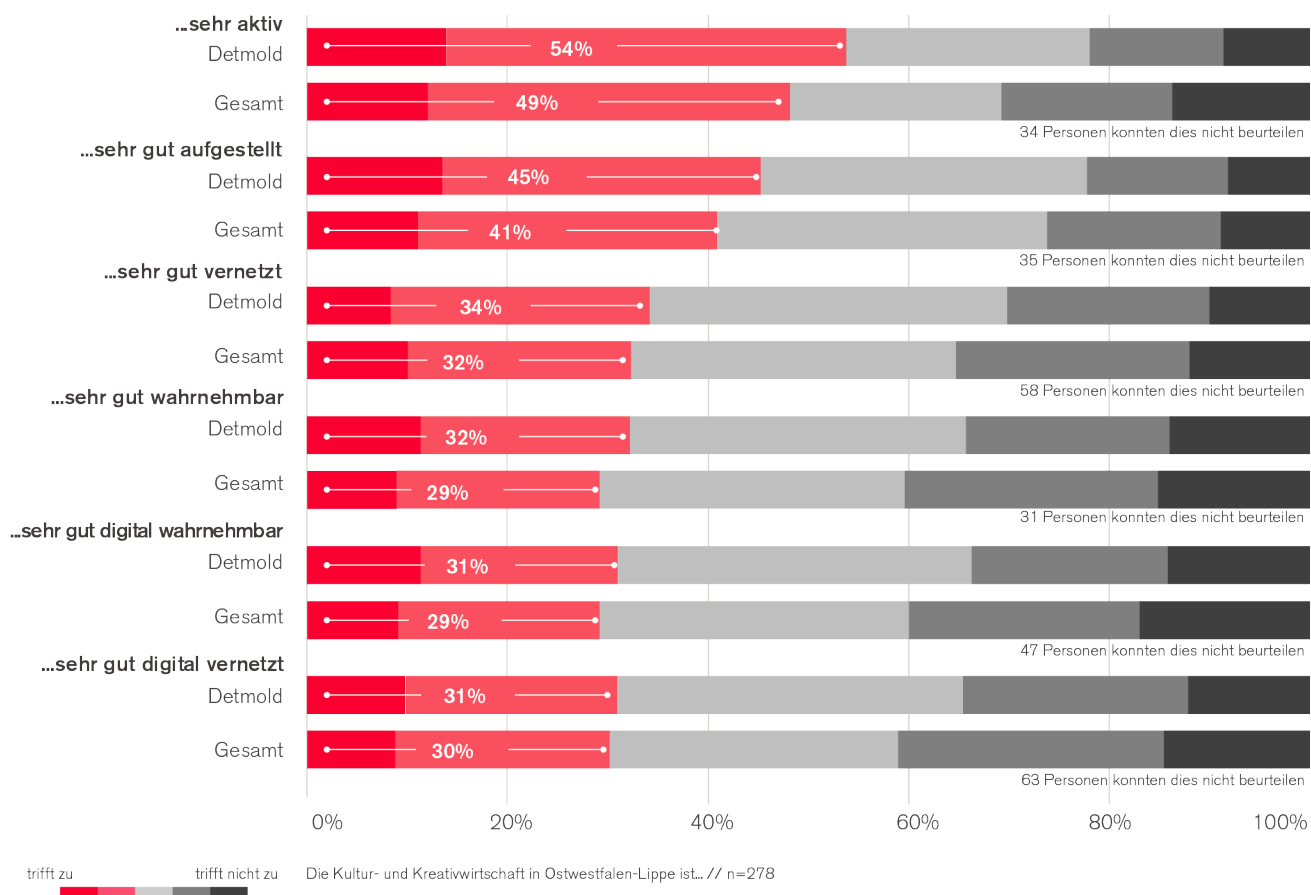


ABB. 10: EINSCHÄTZUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT AM STANDORT



Wer wir sind und was wir machen: Markenarchitektur und Retail-Design

Seit über 20 Jahren entwickeln wir erfolgreiche Storekonzepte und verstehen uns als Markenarchitekten.

Wir entwickeln Räume, die zu markenspezifischen Erlebniswelten werden. Unser Ziel ist es mit unserem Design Menschen zu begeistern und Wohlfühlatmosphären zu erzeugen.

Veränderung durch die Digitalisierung: es verändert sich alles

Viele unserer Kunden sind stark im stationären Handel. Durch die Digitalisierung verändert sich die Kundenansprache: die Touchpoints in der Customer Journey vermehren und verändern sich. Das Store-Design reagiert darauf und schafft digitale Anbindungen am POS, die in der Raumarchitektur berücksichtigt werden müssen. Die Grenzen von Raum-, Erlebnisarchitektur und Kommunikation vermischen sich ständig und neu. Die Digitalisierung bietet uns hier die Chance, zusätzliche Leistungen mit anzubieten. So entwickelt unser Grafik- und Kommunikationsbereich auch digitale Projekte mit unseren Kunden.

Einschätzung der KuK in OWL: Region für kreativen Nachwuchs

Die Standortfrage hat sich für mein Unternehmen nie gestellt, da wir uns stark mit der Region OWL identifizieren. Im unmittelbaren Umfeld gibt es viele starke Marken, die neue Impulse in Ihren Markt geben und offen sind für kreative Anregungen. Viele unserer Mitarbeiter sind Absolventen der Hochschule aus Ostwestfalen-Lippe, das bestärkt das kreative Potential in der Region.

Einschätzung des Standorts Detmold: verstecktes Potential

Detmold hat durch die Fachhochschule natürlich ein hohes Kreativitätspotential. Besonders die Absolventen der Fachhochschule finden viele Arbeitgeber in der Region die mit innovativen Produkten weltweit Maßstäbe setzen. Das Kulturangebot wirkt, gerade auch durch das Theater, schon weit ausgereift. Aber am stärksten empfinde ich das Freizeitangebot für Sport und Natur. Da ist Detmold und OWL ganz große Klasse.

Wer wir sind und was wir machen: Kommunikation für Unternehmen

Die Agenturszene ist unsere Leidenschaft. Aufgeteilt in die vier Units Brand Consulting, Visual Design, Digital Technology und Content Media Production, erledigen wir Agenturarbeit in Form von Kampagnenarbeit, strategisches Marketing, Design und Markenemotionalisierung für viele, auch lokale, Unternehmen und sind mit 40 Mitarbeitern eine der größten Agenturen hier in der Region.

Veränderung durch die Digitalisierung: fast alles wird zukünftig in Bild und Ton stattfinden

Wir sind nach und nach natürlich auch immer mehr eine Digitalagentur geworden. Das Print-Geschäft hat abgenommen. Es hat immer noch Bestand und um Marken aufzubauen ist Print manchmal noch sehr wertvoll. Video ist der Treiber des Internets geworden und das wird mit Sicherheit noch deutlich mehr. Fast alles wird zukünftig in Bild und Ton stattfinden. Die jüngere Generation kommuniziert hauptsächlich in Bildern und darauf muss man sich dann einstellen.

Einschätzung der KuK in OWL: Vernetzungsarbeit muss stattfinden

In der Gegend gibt es ein wahnsinniges Potential an Kunden aus der Küchen-, Möbel-, Auto- und Elektroindustrie. Einige davon zählen in Teilbereichen sogar zu Weltmarktführern. Außerdem gibt es in OWL ein großes Feld an Agenturen. Die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Agentur und Hochschulen hat in der Vergangenheit immer gut funktioniert, hier muss aber noch eine klare Vernetzungsarbeit stattfinden und diese benötigt, unter anderem auch wegen der Mentalität, etwas Zeit.

Einschätzung des Standorts Detmold: Potential vorhanden, aber nicht wahrnehmbar

Das Potential ist da, aber eine Entwicklung zum Kreativquartier nehmen wir nicht wahr. Die geballte Kraft aus Kreativen ist viel, viel mehr wert als die eines Einzelnen, der hinter seinem Schreibtisch sitzt und sich ein gutes Konzept ausdenken muss.

AGENTURGRUPPE FÜR INTEGRIERTE KOMMUNIKATION
MEN AT WORK

68% der Befragten sind nicht Mitglied eines Netzwerks 32% sind Mitglied eines Netzwerks

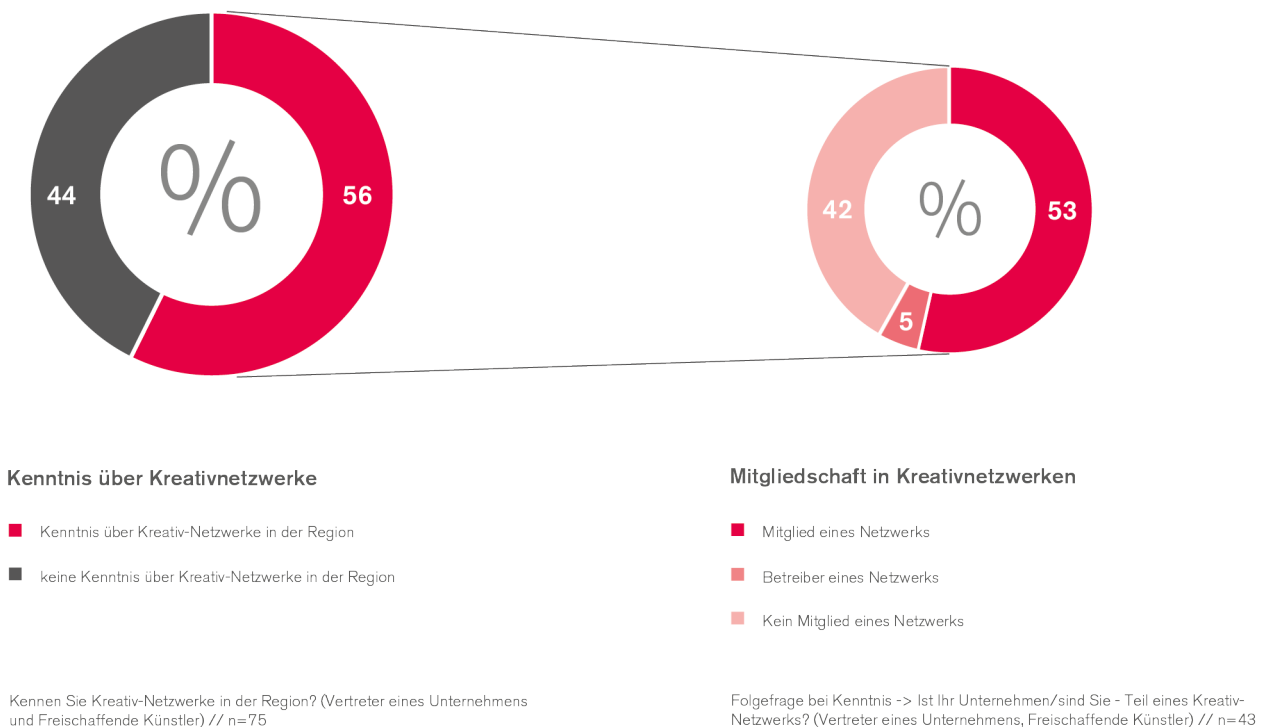


ABB. 11: KREATIVNETZWERKE IN OWL

3.3 Netzwerke & Cluster

Der große Bedarf unter Kreativen sich zu vernetzen hat in den vergangenen Jahren auch in OWL bereits dazu geführt, dass sich Kreativnetzwerke gegründet und etabliert haben. Derzeit sind sie jedoch noch nicht überall bekannt und oft nur lokal verankert. So antworten über 2/3 aller Befragten, dass sie nicht Teil eines solchen Netzwerks sind. Fast der Hälfte der Befragten ist nicht einmal bekannt, dass es solche Organisationen in der Region gibt (siehe Abb. 11). Offenbar reicht die Außenwirkung und Wahrnehmung der bisher aktiven Netzwerke noch nicht in weite Teile der Region hinein. Während insbesondere Paderborn und Bielefeld bereits über Netzwerkstrukturen verfügen, sind sie in anderen Städten wie z.B. Detmold nicht etabliert. Dabei wird der Wunsch mitein-

ander und branchenübergreifend in Kontakt zu treten immer wieder geäußert (vgl. IHK 2017), so dass eine gemeinsame und gebündelte Vorgehensweise in OWL ratsam erscheint, um eine ausreichend hohe Wahrnehmbarkeit und Impulswirkung zu erzeugen.

Wertschöpfungsketten der KuK

Netzwerke und Cluster kommen in der Kreativwirtschaft nicht nur aufgrund der kleinteiligen wirtschaftlichen Struktur eine besondere Bedeutung zu, sondern auch weil nahezu alle Teilmärkte Wertschöpfungsketten untereinander aufweisen (siehe Abb. 12). Eine Clusterung verspricht positive Auswirkungen auf die Wirtschaftsbeziehungen untereinander (Business to

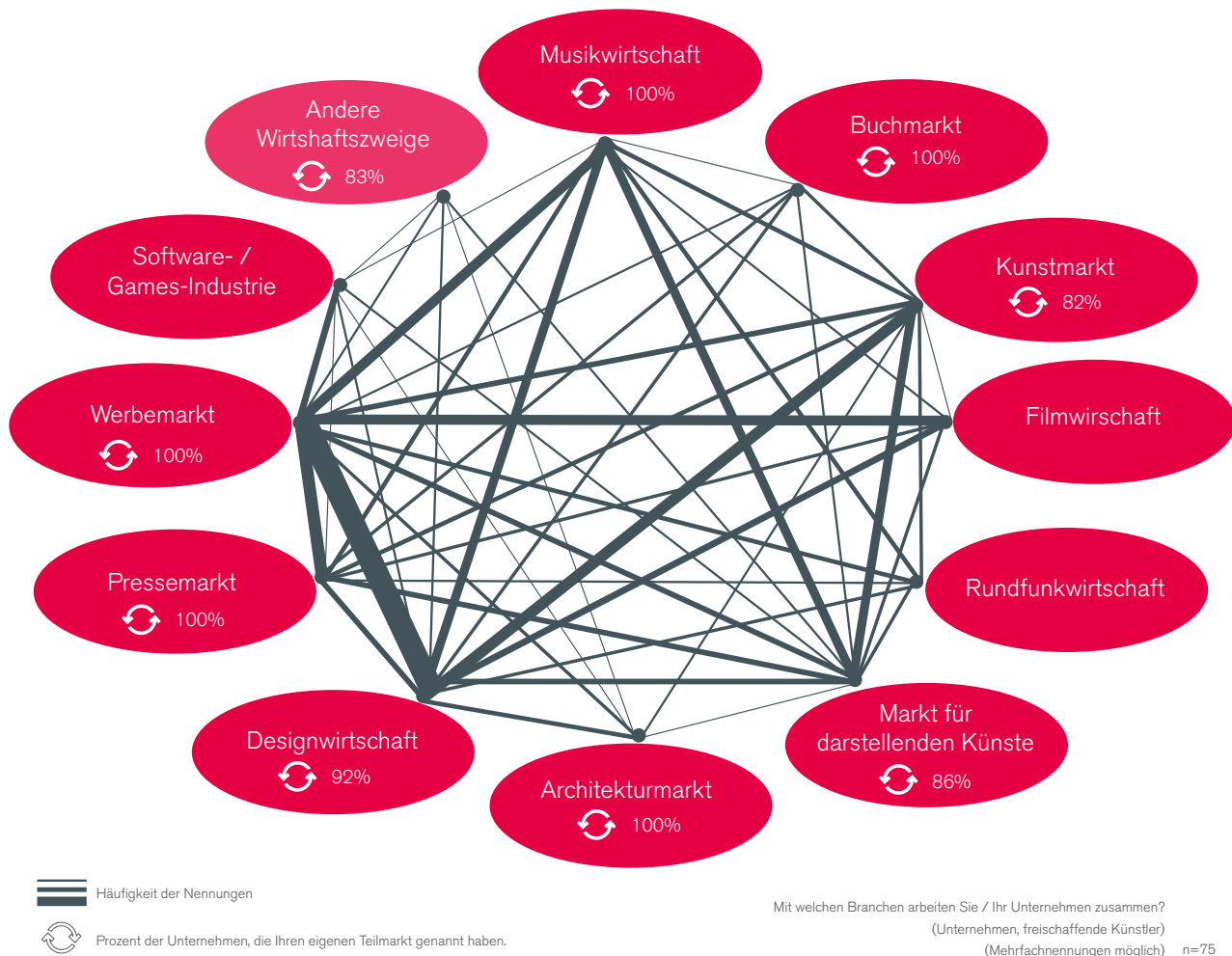


ABB. 12: WERTSCHÖPFUNGSKETTEN

Business - B2B), da die Kontakte untereinander erleichtert oder sogar erst ermöglicht werden. Darüber hinaus wird die Sichtbarkeit nach außen in die Stadtgesellschaft und die klassische Wirtschaft erhöht. Derzeit weisen die ansässigen Kreativen nur wenig ausgeprägte Verbindungen zur klassischen Wirtschaft aus, so dass das Innovationspotential dieses Sektors bisher scheinbar nicht ausgeschöpft wird.

Ein genauerer Blick auf die wirtschaftlichen Beziehungen untereinander offenbart darüber hinaus einzelne sichtbare Cluster innerhalb der KuK. So weisen z.B. Werbemarkt, Designwirtschaft und Filmwirtschaft starke Beziehungen untereinander auf (siehe Abb. 12). Demgegenüber ist z.B. der Architekturmarkt tra-

ditionell als Dienstleister auf dem lokalen Markt aktiv und weist starke wirtschaftliche Beziehungen zur Bauwirtschaft auf. Auf einer für den Sektor der KuK typischen Wertschöpfungskette von Urheber/Vermittler/Vertrieb befinden sich insbesondere Musikwirtschaft, Buchmarkt und Kunstmarkt. Von diesen hat bisher nur die Musikwirtschaft den Schritt in die Digitalisierung weitestgehend hinter sich und weist als einziges ein positives Wachstum auf.

Wer wir sind und was wir machen: ein Magazin für die Entscheider in Ostwestfalen-Lippe

In dem RE:LOAD MAGAZIN stellen sich die Akteure der Kreativwirtschaft mit ihrem USP vor und haben darüber hinaus die Möglichkeit ihr Portfolio zu präsentieren. Leserzielgruppe ist die Unternehmerschaft, die Entscheider in der Region OWL.

Veränderung durch die Digitalisierung: das Vernetzen wird immer wichtiger

Wir vertrauen dem Print-Medium, weil es erwiesen ist, dass Inhalte sich über multisensorische Reize besser platzieren lassen als über den Bildschirm. Da bekommen wir viel Zuspruch. Aber das Magazin und das Online Magazin wurden mit der Veranstaltungsreihe CREATIVE MEET ergänzt, weil der persönliche Austausch ebenfalls eine ganz eigene Qualität hat.

Einschätzung der KuK in OWL: Detmold würde mir nicht als erstes einfallen

Jeder rührt zu sehr im eigenen Töpfchen herum. Eine Bündelung wäre sinnvoll, so wie es OWL Maschinenbau geschaff hat. Da passiert etwas. Zunächst müsste man sich dafür einander öffnen. Eine gemeinsame Infrastruktur könnte vielleicht auch bei bürokratischen Hürden oder Vorgaben unterstützen.

Einschätzung des Standorts Detmold: das sind alles zarte Gewächse

In Detmold passiert ja einiges. Um die Kreativwirtschaft aufbrechen zu können, müsste eine Struktur geschaffen werden. Wo sind denn die Verbindungen? Die Wahrnehmung muss verbessert werden - die gesamte Breite des Angebots. Ein Standort mit interdisziplinärer Verknüpfung könnte ein Sprachrohr für die Region sein.





Wer wir sind und was wir machen: **Existenzgründung**

Die garage33 ist der Gründungsraum für Forschende und Studierende aus der Universität Paderborn, die ein Startup gründen möchten. Wir (TecUP - das Technologietransfer- und Existenzgründungs-Center) bieten sowohl das entsprechende Coaching, als auch eine Räumlichkeit zur Realisierung der Geschäftsideen an. Außerdem veranstalten wir - manchmal auch in Kooperation mit regionalen Unternehmen - Workshops, Pitch- und Networking-Events.

Veränderung durch die Digitalisierung: **Fundament der Kommunikation**

Bei uns entwickeln alle Startup-Teams digitale Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle - sie entwickeln Software, online-Plattformen, künstliche Intelligenz und nutzen VR/AR usw. Daher beschäftigen wir uns in unserer täglichen Arbeit mit Veränderungen von Märkten durch die Digitalisierung. Für uns im Team betrifft die Digitalisierung am stärksten den Kommunikationsweg, also die digitale Infrastruktur.

Einschätzung der KuK in OWL: **großes Potential aber nicht sichtbar**

Es ist ein Riesenpotential in OWL vorhanden, allerdings immer noch wenig sichtbar. Dadurch werden wiederum mögliche Anknüpfungspunkte von Kreativschaffenden untereinander nicht wahrgenommen. Ich glaube aber auch, dass sich in der Öffentlichkeit langsam eine Akzeptanz und Wertschätzung für die lokalen Kultur- und Kreativ-Szenen entwickelt. Und auch ein Verständnis dafür, was alles noch dazu zählen kann: Räume, Netzwerke, Veranstaltungen, Dialoge und eben diverse Disziplinen des kreativen Ausdrucks.

Einschätzung des Standorts Detmold: **Voraussetzung kreatives Potential**

Ich habe bereits viel Gutes über Detmold gehört, muss aber gestehen, dass ich Detmold nicht gut kenne. Mit der Musikhochschule, der Fachhochschule und der Innenstadt offenbaren sich für mich als Außenstehende einige Verdichtungspunkte kreativen Potentials. Das ist jedenfalls eine super Voraussetzung und Ausgangslage.

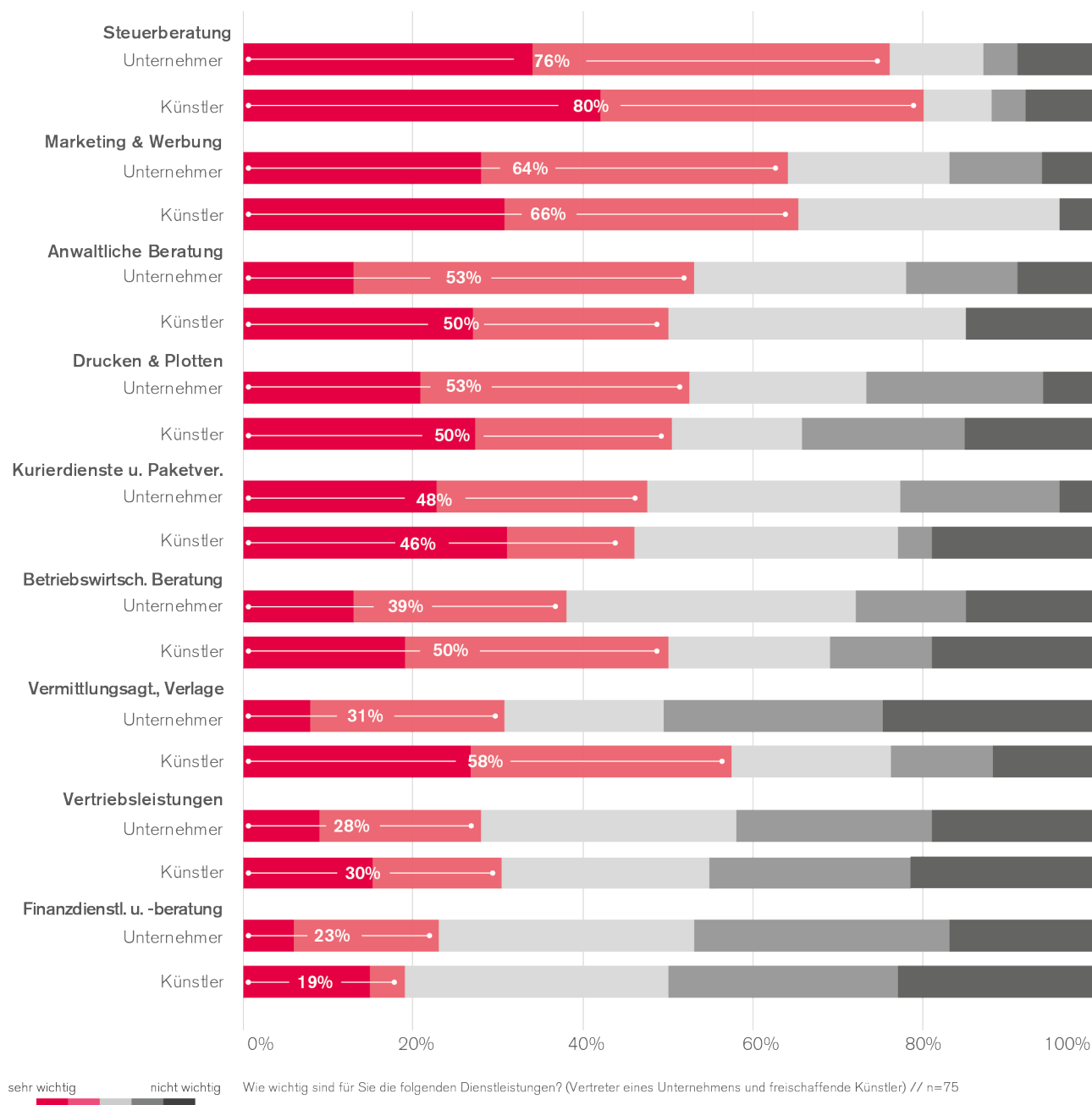


ABB. 13: UNTERSTÜTZUNGSBEDARF - ERGÄNZENDE DIENSTLEISTUNGEN

Unterstützungsbedarf der KuK

Weitere Wertschöpfungsketten entstehen durch den Unterstützungsbedarf der meist kleinteiligen Unternehmensstrukturen. Die KuK nimmt ergänzende Dienstleistungen insbesondere in den Bereichen Steuer- und Anwaltliche Beratung, sowie Marketing und Werbung in Anspruch (selbst ein Teil der Kreativwirtschaft). Folgeleistungen beauftragt die KuK vor allem im Bereich Drucken/Plotten, Versand und Vermittlung (siehe Abb. 13). Die differenzierte Datenerhebung ermöglicht außerdem einen Einblick in die unterschiedliche Bewertung von freischaffenden Künstlern im Vergleich zu klassischen Unternehmen. Freischaffende Künstler, vorwiegend in den Bereichen darstellende Künste und Kunstmarkt zuhause, räumen der

betriebswirtschaftlichen Beratung und der Vermittlung einen hohen Stellenwert ein. Alle anderen Dienstleistungen sind in ihrer Einschätzung jedoch annähernd gleich bewertet.

Waren früher noch Dienstleistungen im Bereich Vermittlung und Vertrieb der kreativen Waren von hoher Bedeutung, so zeigt sich wie rasant sich die Rollen der Vermittler und Vertriebe durch die Digitalisierung verändern. Die Digitalisierung der Vertriebswege erlaubt nun eine weltweite Verfügbarkeit - auch von vormals lokalen Nischenprodukten. Der Kontakt zu den Kunden erfolgt inzwischen direkt. Er ist interaktiv und erlaubt nun durch diverse Algorithmen messbare Rückschlüsse auf das Kaufverhalten (MWIDE NRW 2016).

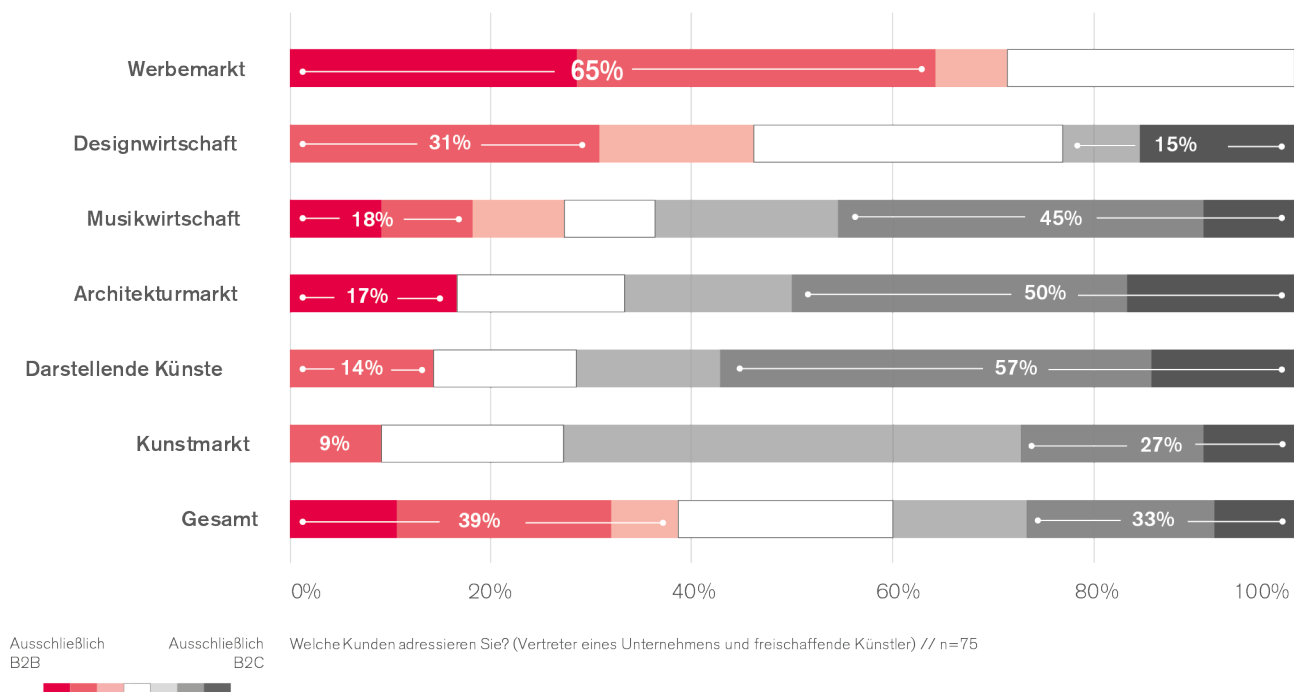


ABB. 14: KUNDENBEZIEHUNGEN NACH TEILMARKT

Die wirtschaftlichen Spillover Effekte zu angrenzenden Wirtschaftszweigen und nachgefragten Dienstleistungen lassen sich durch die Einbindung in die Kreativcluster am wahrscheinlichsten erzeugen. Entsprechend wird empfohlen geeignete Räumlichkeiten für die genannten Dienstleistungen von Anfang an in der Entwicklung mitzudenken. Strategisch ist ein Unterstützungsangebot im Bereich der digitalisierten Vertriebswege und der Auswertung des Kaufverhaltens hilfreich um die Kreativwirtschaft in der Region auf dem Weg in die Zukunft zu unterstützen.

Kundenbeziehungen der KuK

An welche Kunden das jeweilige Endprodukt adressiert wird ist von Teilmarkt zu Teilmarkt sehr unterschiedlich (siehe Abb. 14). Business to Business

(B2B) Modelle sind klassischer Weise die dominierende Kundenbeziehung in der Werbewirtschaft. Aber auch die Designwirtschaft verkauft ihre Produkte überwiegend an andere Unternehmen. Für diese Art von Geschäftsmodelle sind Cluster und Netzwerke besonders förderlich, da sie u.a. Direktaufträge auf kurzem Wege ermöglichen. Diese Cluster können sich sowohl in städtebaulicher Art manifestieren, aber auch mit einer digitalen Plattform unterstützt werden.

Business to Customer (B2C) Modelle finden sich überwiegend im Kunstbereich. Diese Geschäftsmodelle profitieren stark von einer direkten Sichtbarkeit an (stark frequentierten) öffentlichen Räumen und damit zur Stadtgesellschaft, sowie von digitalen Plattformen, die auch regionalen Produkten eine internationale Reichweite garantieren.

Überwiegend B2C beschreibt das Geschäftsmodell des Architekturmarkts und der Musikwirtschaft. Ein direkter Kundenkontakt und eine hohe Sichtbarkeit sind entsprechend wichtig. Darüber hinaus können Netzwerke, gemeinschaftliche Arbeits- und Büroräume mit anderen Kreativen stark förderlich wirken.

Aus städtebaulicher Sicht ergeben sich so Standort- und Nutzungsanforderungen der Kreativen, die einen stark frequentierten öffentlichen Raum nachfragen, der Vernetzungen untereinander und zufällige Begegnungen mit der Stadtgesellschaft ermöglicht. Hierfür sind ergänzende Dienstleistungen förderlich, da sie nicht nur als attraktive Standortfaktoren für die Kreativen gelten, sondern diese Art von Begegnungen und die Belebung des öffentlichen Raums insgesamt fördern. Darüber hinaus können insbesondere die B2C Modelle von digitalen Vertriebswegen profitieren.

Zusammenarbeit mit Bildungs- & Forschungseinrichtungen

Die Akteure der KuK zeigen ein starkes Interesse an der Zusammenarbeit mit Hochschulen, die sich dann aber nicht in demselben Ausmaß in der tatsächlichen Zusammenarbeit widerspiegelt. Während die regelmäßige Beschäftigung von Studentischen Hilfskräften und Praktikanten noch stark ausgeprägt ist, ist die Zusammenarbeit in der angewandten Lehre und Forschung noch unterentwickelt (siehe Abb. 15).

Ein Interesse an einer Zusammenarbeit mit den Berufsschulen haben etwas weniger als die Hälfte der Befragten. In etwa gleich viele sind auch anerkannter Ausbildungsbetrieb und bilden aus.

Die wenig ausgeprägte Zusammenarbeit mit Bildungs- und Forschungseinrichtungen scheint der kleinteiligen Unternehmensstruktur geschuldet. Derzeit existieren keine etablierten Kommunikationsstrukturen, die für eine regelmäßige Zusammenarbeit zwischen Bildung und Wirtschaft notwendig wären. Hier können die räumliche Nähe zueinander, sowie etablierte Netzwerke, die als Ansprechpartner dienen unterstützend wirken, so dass auch komplexere Themen, wie Fördermöglichkeiten der Zusammenarbeit gemeinsam erarbeitet werden. Derzeit mangelt es den Forschungseinrichtungen oft an geeigneten Ansprechpartnern (in der Region) und der Kreativwirtschaft an dem notwendigen Personal und Routine zur Beantragung von Fördermitteln. Entsprechend kann die Etablierung von Clustern die sowohl Bildungs- und Forschungseinrichtungen, wie auch die Kreativwirtschaft zusammenbringen, dauerhafte Kommunikationswege offenhalten, so die Zusammenarbeit ermöglichen und damit Innovationshemmnisse in der Region abbauen.

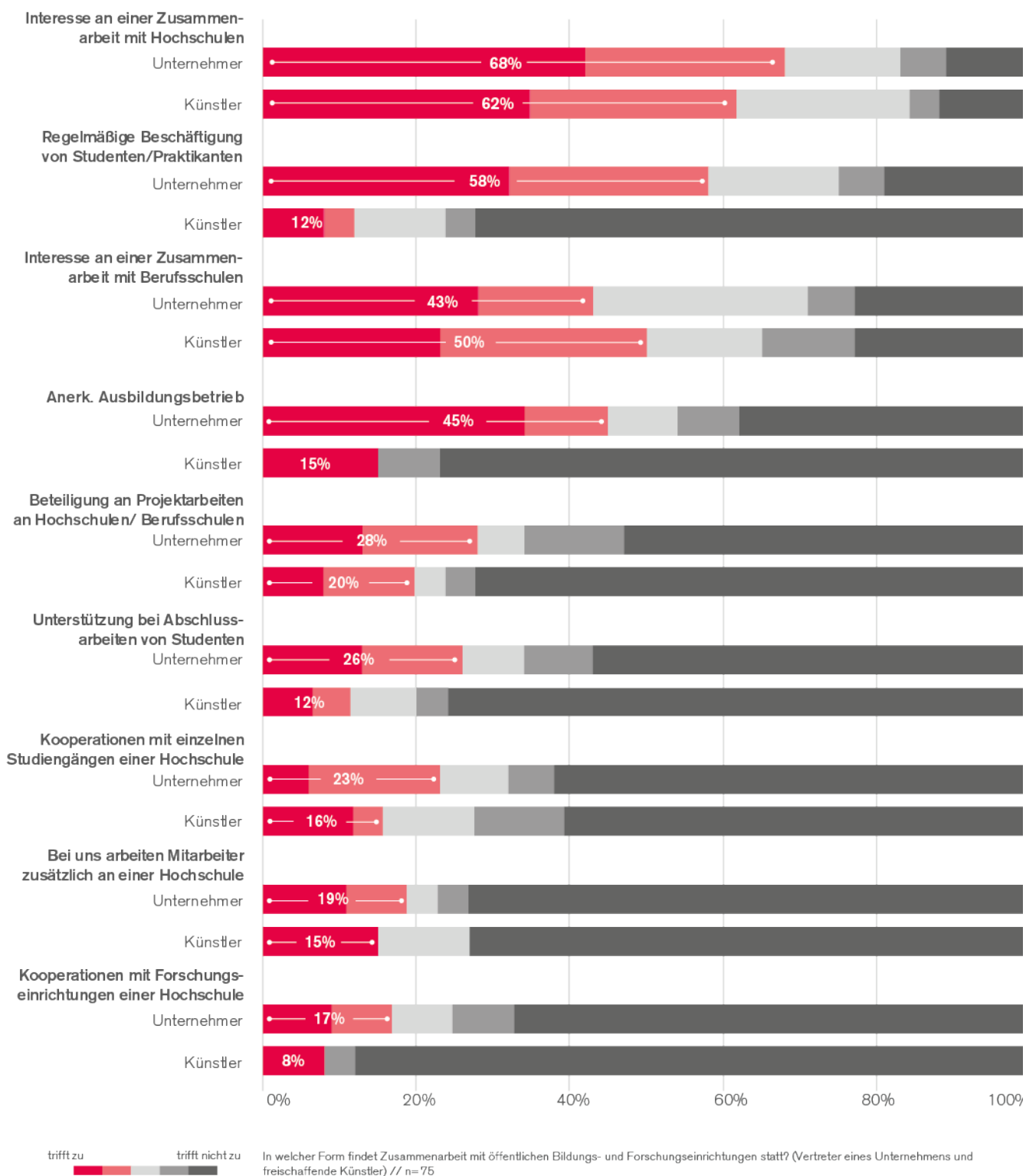


ABB. 15: ZUSAMMENARBEIT MIT BILDUNG & FORSCHUNG

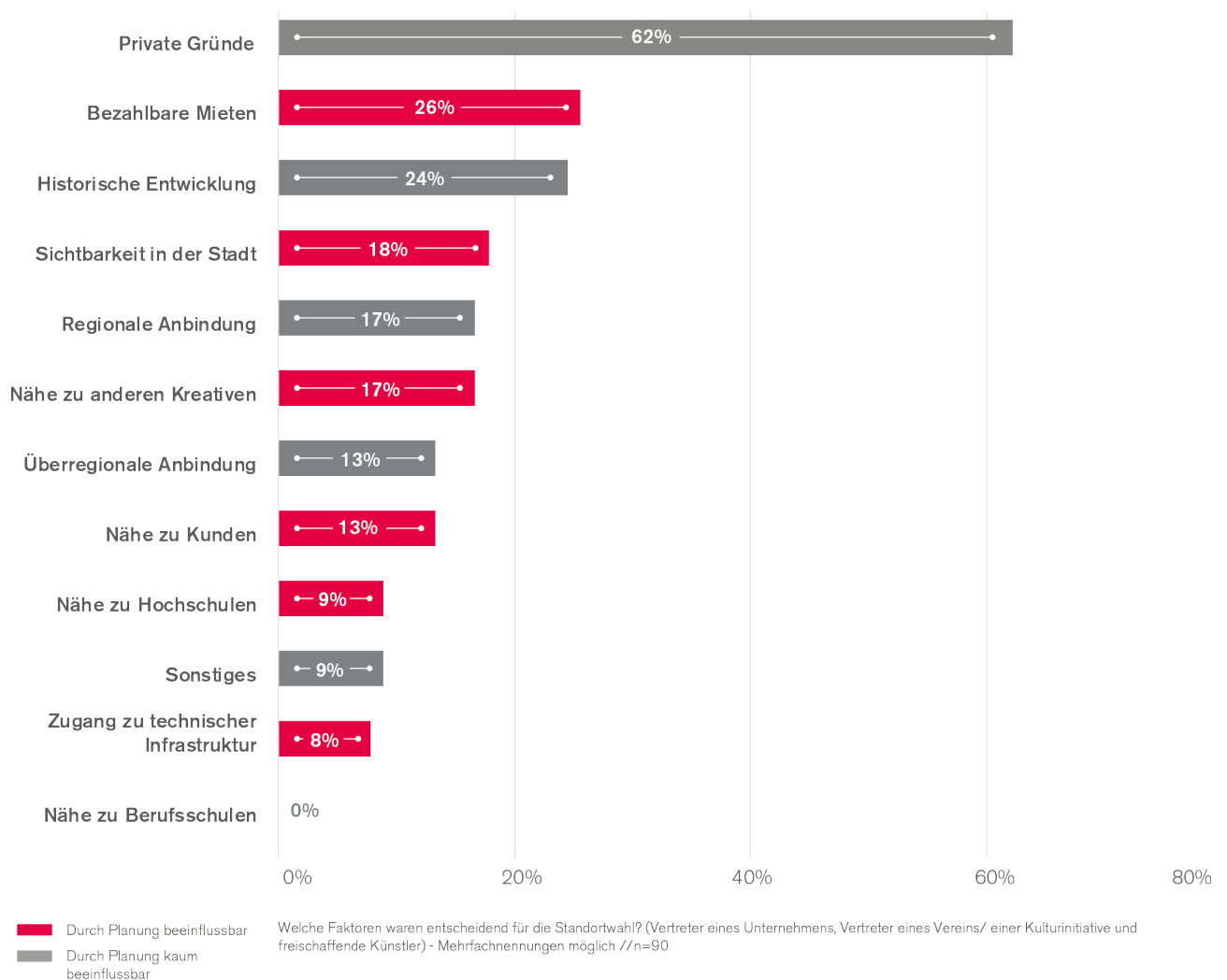


ABB. 16: STANDORTWAHL

3.4 Standortfaktoren

Die Standortanforderungen der kreativen Klasse erfolgte durch gestaffelte, aufeinander folgende Fragestellungen. Die Frage nach den entscheidenden Faktoren für die Wahl des Standorts des eigenen Unternehmens ergab erwartungsgemäß ein stark durch private Gründe geprägtes Bild. Mit großem Abstand folgen bezahlbare Mieten als Entscheidungskriterium, gefolgt von historisch gewachsenen Standorten (Generationenwechsel) bei schon länger bestehenden Unternehmen. Bis auf die bezahlbaren Mieten sind diese Faktoren nicht städtebaulich beeinflussbar. Von den genannten Faktoren sind neben den Mieten nur die Sichtbarkeit in der Stadt und die Nähe zu den Kunden (ob nun andere Unternehmen oder Endkunden), sowie der Zugang zu technischer Infrastruktur durch städtebauliche Entwicklungen, wie ein Kreativ Quartier, beeinflussbar (siehe Abb. 16).

Gefragt nach der Wichtigkeit verschiedener Standortfaktoren ergibt sich ein differenzierteres Bild (siehe Abb. 17). Bemerkenswerterweise sind hier nun nahezu alle Faktoren als wichtig oder sehr wichtig eingestuft worden. Der Vergleich beider Diagramme offenbart die typischen nicht wirtschaftlich-rationalen (Standort-) Entscheidungen (vgl. Bathelt & Glückler 2012: 159).

Für mehr als 75% der Befragten ist der Zugang zu technischer Infrastruktur ein wichtiger Standortfaktor. Insbesondere die Hochschulen und Berufsschulen haben aufgrund ihrer Bildungs- und Forschungsaufgaben i.d.R. eine breite Ausstattung an technischer Infrastruktur. Die Bereitstellung eines Zugangs zu diesen Ressourcen kann absehbar enorme Anziehungskraft entwickeln. Zugleich

unterstützt es beim Transfer in Gesellschaft und Wirtschaft, als eine Aufgabe der Hochschulen. Hier wird ein wesentlicher Verknüpfungspunkt zwischen Bildung, Forschung und Wirtschaft sichtbar, auf dessen Basis gemeinsame Aktivitäten und Projekte entstehen können. Denn isoliert betrachtet ist den Akteuren der KuK die Nähe zu Hochschulen oder Berufsschulen weniger wichtig (siehe Abb. 17).

Die Nähe zu potentiellen Kunden - ob nun Endkunde oder Unternehmen ist für ca. 70% der Befragten wichtig oder sehr wichtig. Wie auf Seite 29 erläutert, hat die städtebauliche Gestaltung und Ausprägung eines Kreativquartiers enormen Einfluss auf den potentiellen Kundenkontakt. Gleiches gilt für die Sichtbarkeit in der Stadt, die 60% der Befragten als wichtigen oder sehr wichtigen Standortfaktor einschätzen.

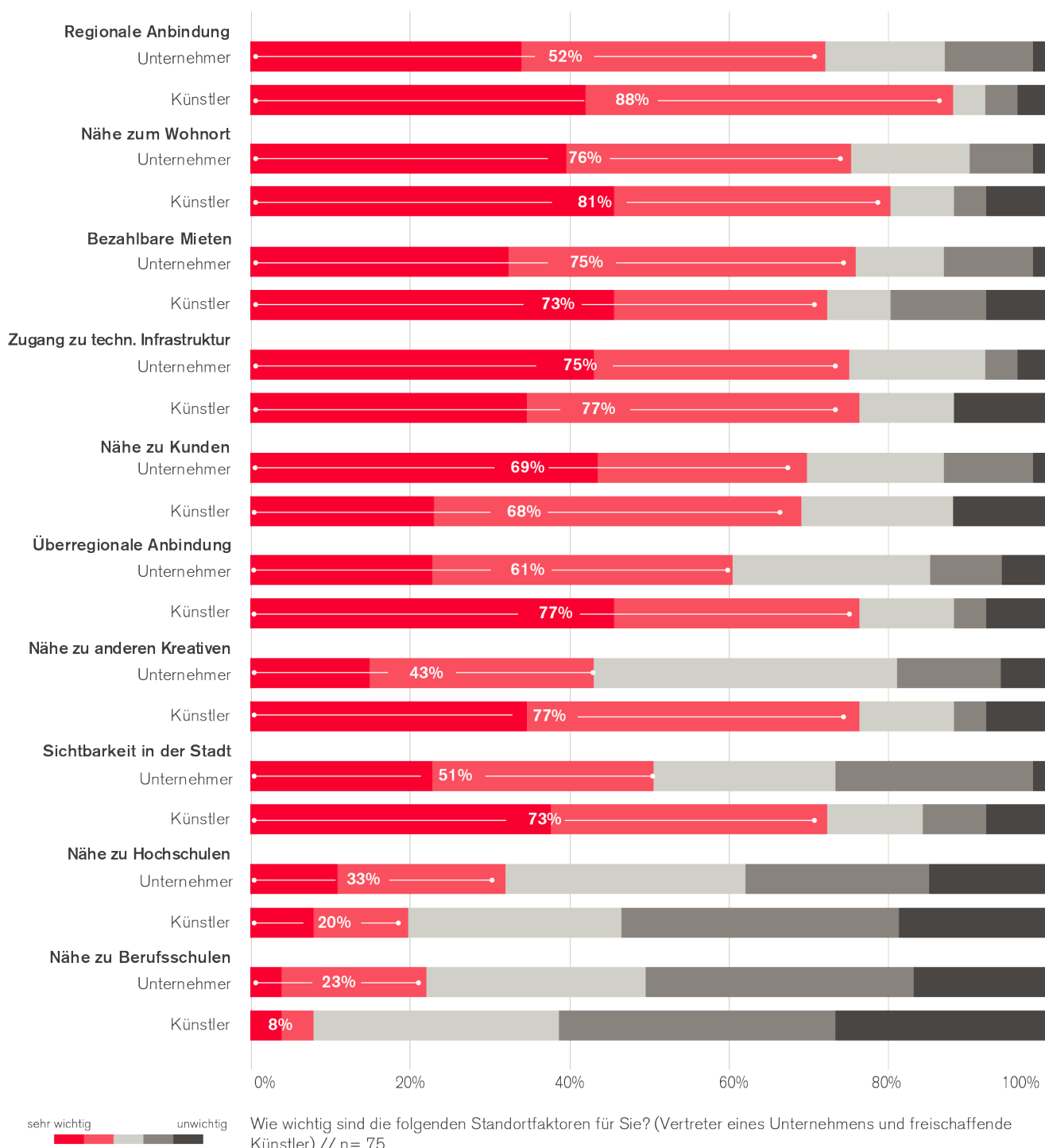


ABB. 17: STANDORTFAKTOREN

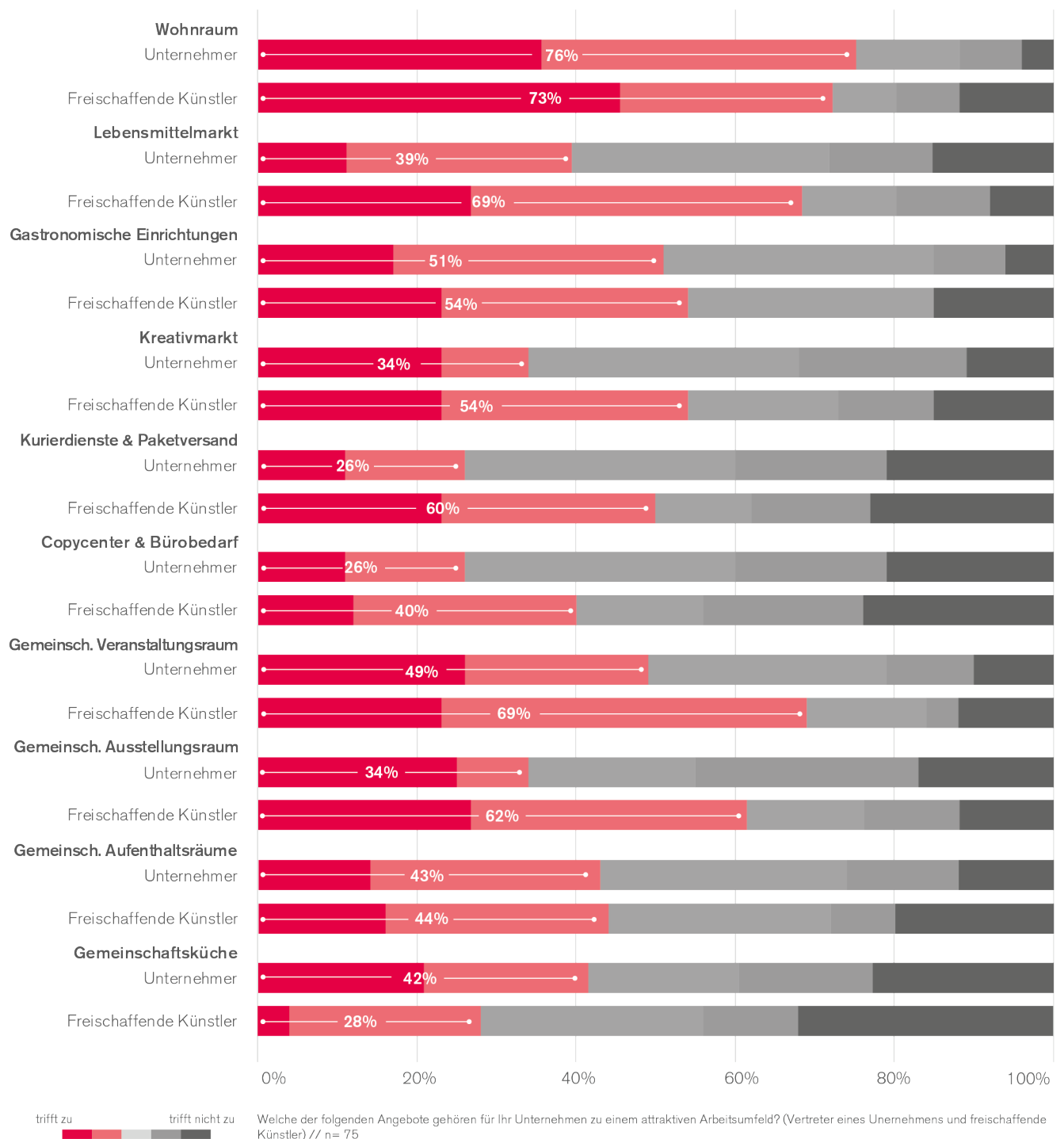


ABB. 18: ARBEITSUMFELD

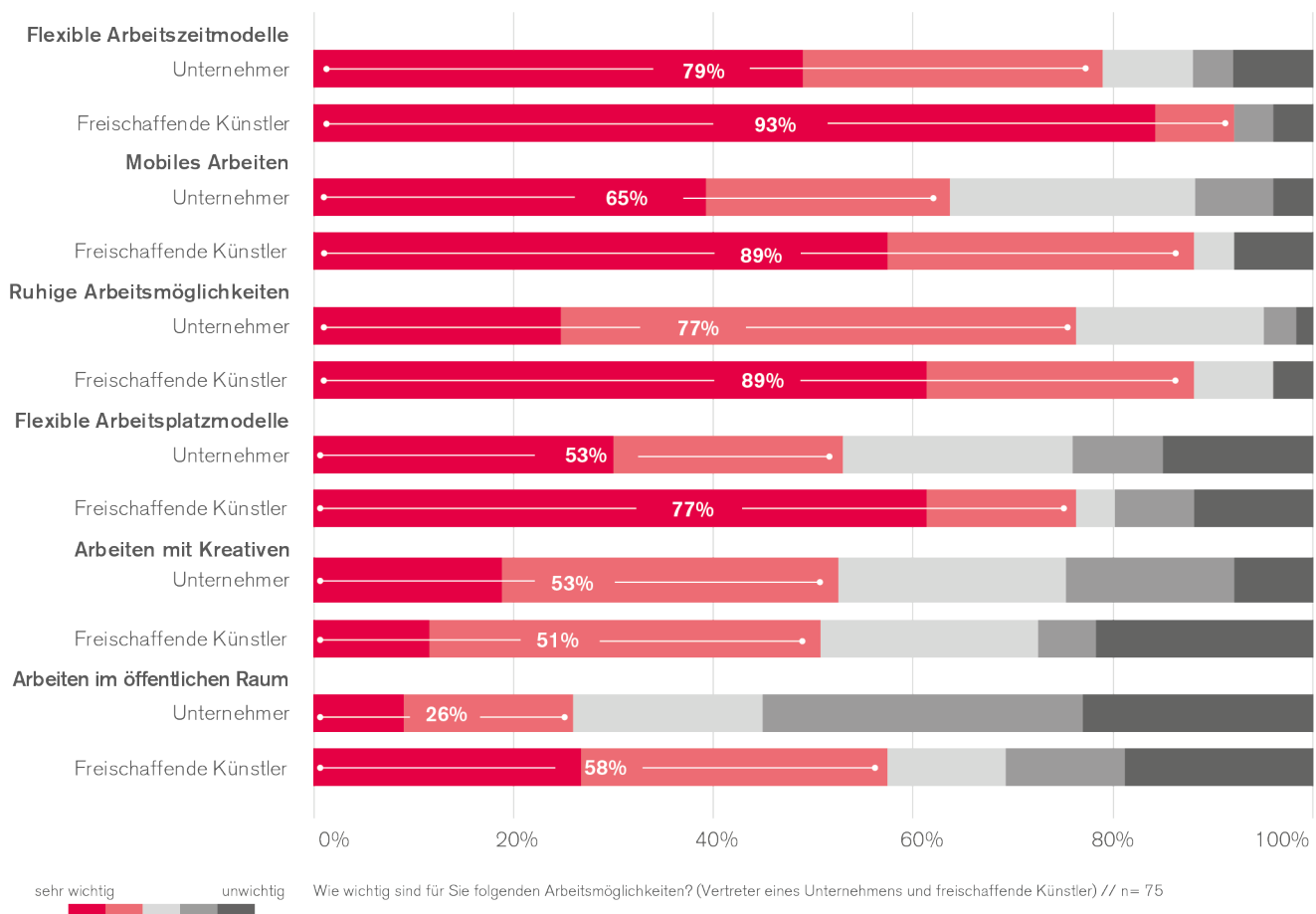


ABB. 19: ARBEITSMÖGLICHKEITEN

Arbeitsumfeld

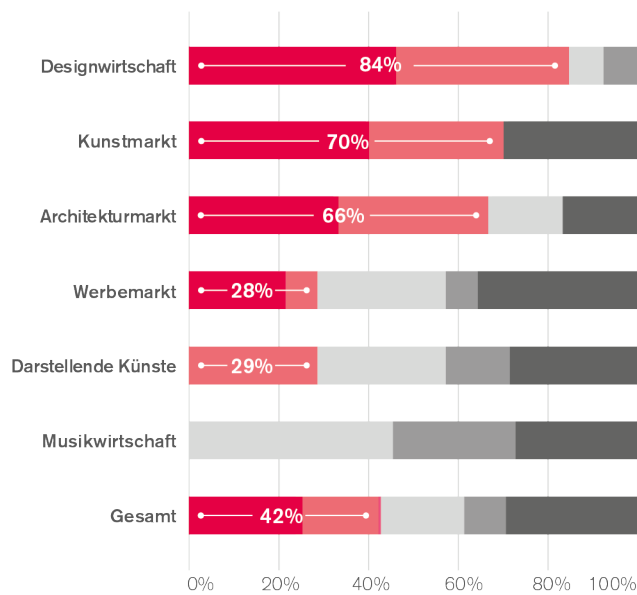
Ein attraktives Arbeitsumfeld für Kreative spiegelt im Wesentlichen die aktuellen Vorstellungen eines urbanen, nutzungsgemischten Quartiers wider. Ein Quartier mit kurzen Wegen zu den Einrichtungen des täglichen Bedarfs, sowie Raum für Erholung und Gemeinschaft, neben den tatsächlichen Arbeitsmöglichkeiten (siehe Abb. 19). Diese Art von Stadtraum findet sich heute in den meisten Innenstädten und stadtnahen Quartieren, wo die Entwicklung zu hippen und kreativen Szenevierteln mancherorts, auch ganz ohne planerische Eingriffe von statten geht, was dann oft zur Gentrifizierung dieser Stadtteile führt. Prominente Beispiele sind Kreuzberg in Berlin und St. Pauli in Hamburg.

Auffällig ist darüber hinaus der Bedarf an gemeinschaftlichen Ausstellungs- und Veranstaltungsräumen, insbesondere unter den freischaffenden Künstlern. Eine Erklärung für diesen Bedarf ist einmal mehr die kleinteilige Unternehmensstruktur dieses Wirtschaftssektors, so dass einzelne Unternehmen i.d.R. nicht in der Lage sind diese Art von Räumen vorzuhalten. Abgesehen von dieser rein rationalen Betrachtungsweise scheint die Nutzergruppe der Kreativen grundsätzlich auf der Suche nach urbanen, lebendigen und stark in der Stadtgesellschaft verankerten Orten zu suchen, die einen Austausch mit anderen Kreativen und der Stadtgesellschaft ermöglichen.

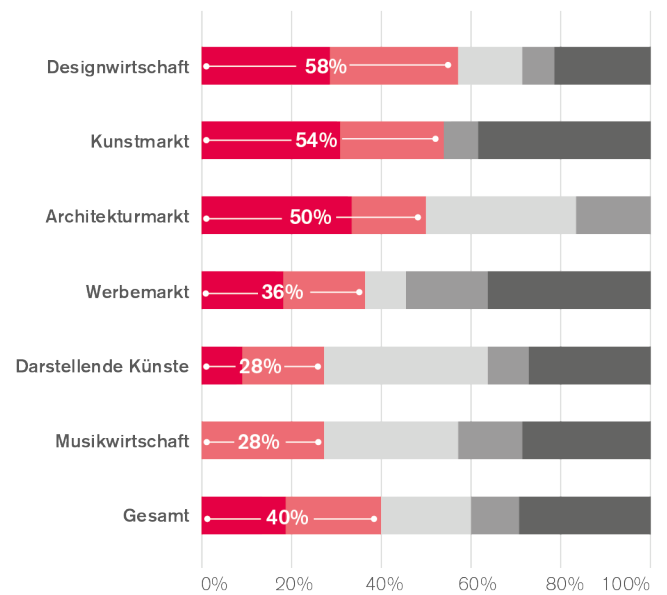
Arbeitsmöglichkeiten

Kreative suchen zudem möglichst flexible Arbeitsmöglichkeiten, die u.a. sowohl ruhiges Arbeiten, als auch das Arbeiten in Gemeinschaft oder im öffentlichen Raum ermöglichen. Aus städtebaulicher und architektonischer Perspektive gilt es diesen Nutzergruppen also ruhige Rückzugsräume anzubieten, die flexibles Arbeiten zu jeder Zeit ermöglichen. Gerade in dieser Branche stellt dies keine zusätzliche Hürde auf dem Weg zu einem lebendigen Quartier mit zusätzlichen Wohnnutzungen dar, da der überwiegende Teil der Arbeitsformen der Kreativen kaum oder keine Emissionen verursachen. Der Übergang zu gemeinschaftlichen und öffentlich genutzten Räumen kann die Sichtbarkeit der kreativen Klasse in der Stadt stark befördern. Bemerkenswert ist das, gemessen an der klassischen Wirtschaft, hohe Bedürfnis an Arbeitsmöglichkeiten im öffentlichen Raum und mit anderen Akteuren derselben Branche. Dies reicht von klassischen Cafés mit WLAN und Co-Working Spaces, über Shootings oder Aufnahmen im öffentlichen Raum, bis zum Straßentheater, Performances oder anderen künstlerischen Aktivitäten. Eine angemessene Gestaltung des öffentlichen Raums kann die Sichtbarkeit der kreativen Klasse in der Stadtgesellschaft stark erhöhen. Förderlich sind hier stark frequentierte Orte, die den kreativen eine Bühne bieten und nicht durch Lärm und hohes Verkehrsaufkommen in der Aufenthaltsqualität gemindert werden.

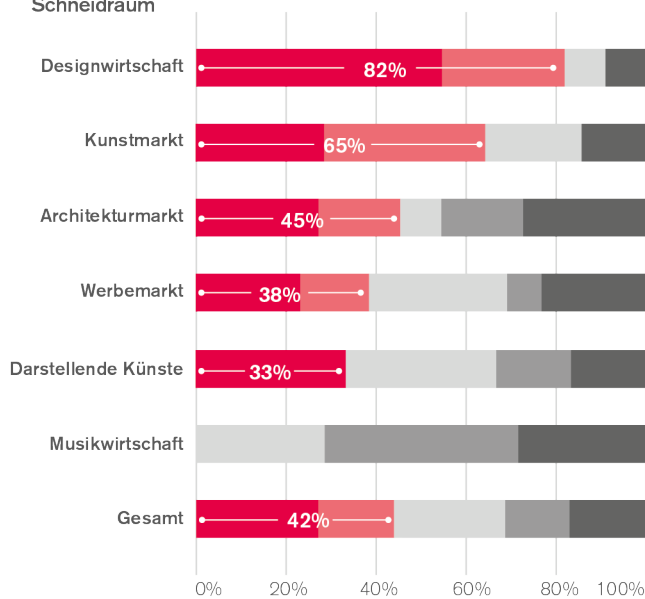
z.B. 3D- Drucker, Lasercutter und Tischlerei



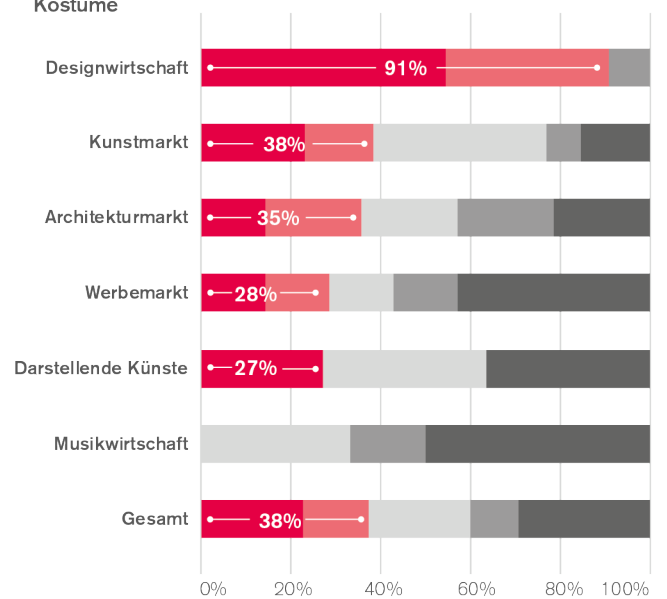
Spezialisierte Software z.B. Holo Lens o. Serverstrukturen



Software zur Herstellung von Medien z.B. Tonstudio oder Schneidraum



Equipment für Veranstaltungen z.B. Bühnenequipment oder Kostüme



sehr überhaupt nicht Wie sehr würden Sie durch den Zugang zu spezieller technischer Infrastruktur profitieren? (Vertreter eines Unternehmens und freischaffende Künstler)
 // n = 75

ABB. 20: TECHNISCHE INFRASTRUKTUR

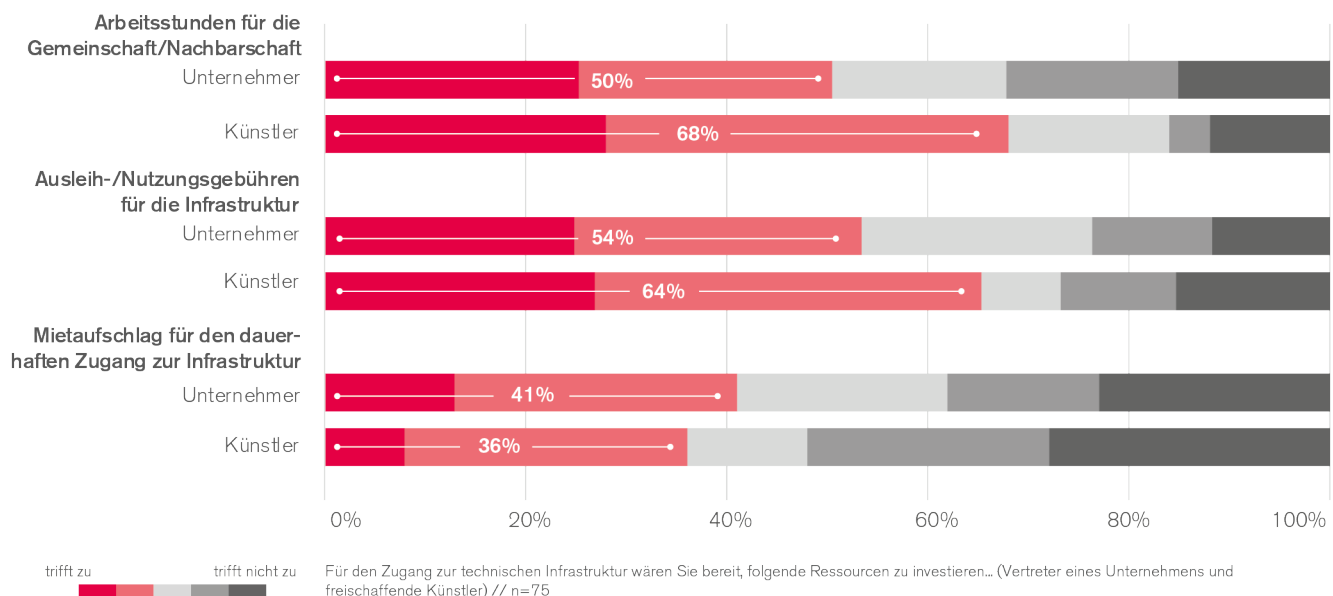


ABB. 21: GEGENLEISTUNG

Technische Infrastruktur

Eines der größten Potentiale der Hochschulen und Berufsschulen ist die große Bandbreite an technischem Equipment von Tonstudios und Schneiderräumen im Bereich Medienproduktion und Musik, über Lasercutter, 3D Drucker und Tischlerei im Bereich Architektur und Design, bis hin zu hochpreisigen digitalen Tools wie Serverstrukturen, Holo Lens und Ähnlichem. Diese Geräte und Tools werden für die Ausbildung benötigt und sind in der vorlesungsfreien Zeit oft ungenutzt. Gleichzeitig sind die vergleichsweise kleinen Unternehmen der KuK oft nicht in der Lage die Preise für diese Art von Equipment aufzubringen, so dass insbesondere aktuelle und innovative Tools außer Reichweite bleiben. Die Umfrage zeigt, dass der Bedarf für einen Zugang zu dieser Infrastruktur sehr hoch ist (siehe Abb. 20). Ein geregelter offener Zugang würde damit nicht nur Innovationshemmnisse abbauen und der KuK neue Möglichkeiten eröffnen. Der Zugang zur Infrastruktur ist auch ein hoch attraktiver Standortfaktor, der in der Lage ist die Kreativen in ein potentielles Kreativquartier und in die Nähe zum Bildungssektor zu bringen. Dies kann ein wesentlicher Hebel für die Etablierung der Transferkette Bildung-Wirtschaft sein und auch die Verbindung zwischen Wirtschaft und Forschung erleichtern. Das Format des Open-Lab bietet als offene Werkstatt zudem die Möglichkeit Angebote für die Stadtgesellschaft bereitzustellen und sie zu mit in das Quartier einzubinden.

Die technischen Ressourcen sind dabei nicht nur ein starker Attraktor für Unternehmen und freischaffende Künstler, es existiert zudem eine hohe Bereitschaft Gegenleistungen für den Zugang zu dieser Infrastruktur zu erbringen (siehe Abb 24).

Dadurch eröffnen sich Möglichkeiten zur Refinanzierung des Equipments oder anderer Subventionen des laufenden Betriebs, wie z.B. ein Quartiersmanagement oder niedrigere Mieten für StartUps. Darüber hinaus kann die kreative Schaffenskraft direkt für das Quartier genutzt werden (vgl. Samtweberei Krefeld 2017) und so den Zusammenhalt im Quartier stärken, die Sichtbarkeit untereinander erhöhen und die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit stark reduzieren. Indem die Akteure selbst mitgestalten und sich einbringen fungiert dieses Konzept auch als Möglichkeit zur Unterstützung der Gemeinschaft und zur Aneignung des Quartiers. Aneignungs- und Beteiligungsmöglichkeiten für Kreative sind gerade für den Arbeits- und Lebensstil der Kreativen ein wichtiger Faktor und sind in der Lage die Identifikation mit dem Quartier zu fördern. Nicht zuletzt kann so ein Arbeitsumfeld gerade ambitionierte StartUps und Gründungswillige darin bestärken den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Die monatliche Belastung sinkt und gleichzeitig kann die anfänglich i.d.R. noch geringe Auftragsauslastung in Zeit für die Gemeinschaft investiert werden. Ein entsprechendes Konzept kann also zusammen mit dem Zugang zur Infrastruktur einen vielversprechenden Nährboden für Gründer sowie Ausgründungen und Spinoffs aus den Hochschulen und Berufsschulen bieten. Eine strategische Einbindung in das Gesamtkonzept eines Kreativquartiers bietet ein hohes Potential und deutet auf den Bedarf einer koordinierenden Instanz hin, wie es z.B. ein (Kreativ-) Quartiersmanagement sein könnte.



Wer wir sind und was wir machen: Inhabergeführte Marketing- & Designagentur

Hunter & Farmer ist eine kreative Markenagentur. Wir entwickeln für Kunden neue Marken, unterstützen bei der kommunikativen Neuausrichtung von bestehende Marken und/oder pflegen Marken weiter. Auf strategischer Grundlage entwickeln wir Markenerlebnisse, die kleine, mittlere und große Unternehmungen kommunikativ unterstützen und zum Unternehmenserfolge nachhaltig beitragen. Die bessere Positionierung der Unternehmen, die Fokussierung auf eigene Mehrwerte und die höhere Relevanz für entsprechende Zielgruppen sind hier immer die ersten Stufen der Zusammenarbeit.

Veränderung durch die Digitalisierung: zwischen Marke und Menschen ist unfassbar viel los

Es hat sich vieles verändert - wie Menschen kommunizieren und Inhalte aufnehmen. Nach dem Aufwachen fängt man an die 10.000 Eindrücke zu sammeln, die einem am Tag so begegnen. Das Medienverhalten der Menschen hat sich so stark verändert, dass wir uns noch viel mehr Gedanken machen müssen, wie wir die Zielgruppen erreichen. Bei der Zusammenarbeit im Team ist es heute allerdings egal, ob jemand hier in unseren Räumen, im Homeoffice in der Küche oder irgendwo in einem Coworking arbeitet. Interdisziplinäre Teams denken medienübergreifend und agieren von überall aus. In Detmold sitzt der Großteil des Teams, aber es gibt auch einen Standort in Münster und zukünftig auch in Süddeutschland.

Einschätzung der KuK in OWL: viel Potential, aber noch nicht ausgeschöpft

Viele Kreative gehen vielleicht nach Hamburg, Berlin oder München, aber auch hier gibt es ja Menschen und Unternehmen mit dem Anspruch an gutes Design und moderner Kommunikation. Unsere Region wird oft noch unterschätzt. Aber das ändert sich gefühlt jeden Tag ein bisschen mehr.

Einschätzung des Standorts Detmold: Kreativität braucht Raum und Zeit

Gefühlt sind das hier alles noch „nur“ einzelne Institutionen. Außerdem fehlen hier in Detmold noch weitere Vernetzungsorte. In Paderborn hat man die Garage33- sehr technologisch getrieben. In Bielefeld hat man Founders Foundation und den Pioneers Club- alles Start Up und auch Technologie. Aber vielleicht braucht es auch einen Ort des kreativen Austauschs und für die Kreativkultur. Da sehe ich eine Möglichkeit für Detmold. Dazu braucht es das Bekenntnis dazu Räume zu schaffen.

Wer ich bin und was ich mache: **selbständiger Innenarchitekt - Designmanagement**

Ich habe in Detmold Innenarchitektur studiert, danach war ich für einen Küchenhersteller tätig. Vor zwei Jahren habe ich mich dann selbstständig gemacht und arbeite jetzt schwerpunktmäßig für die Möbelzulieferindustrie, sowohl in OWL als auch in Europa. Mir ist es wichtig, dass ich Kunden aus unterschiedlichen Bereichen habe, die untereinander nicht im Wettbewerb stehen.

Veränderung durch die Digitalisierung: **Hilfsmittel, das nicht den persönlichen Kontakt ersetzt**

Digitalisierung findet natürlich statt und bietet auch ziemlich viele Möglichkeiten. Aber ich habe festgestellt, wenn man Konzepte entwickelt hat, macht es absoluten Sinn, die auch persönlich zu präsentieren. Der 3D-Druck war auch eine irre Hilfe. Man hat jetzt nicht nur eine Visualisierung, man hat ein 1:1 Modell zum Anfassen und das ist unheimlich viel wert. Was meiner Meinung nach im Möbelbereich sowohl auf Seiten der Hersteller als auch auf Seiten der Händler total versäumt und unterschätzt wird, ist das Thema online-Vermarktung.

Einschätzung der KuK in OWL: **vorhanden, aber nicht sichtbar**

Hier in der Region ist immer noch das Zentrum der Küchenmöbelindustrie und das ist kein unbedeutender Teil. Es ist schade, dass es hier in der Region zwar das Thema Innenarchitektur gibt, jedoch keine Ausbildung für Möbeldesigner. Für angehende Designer ist die Möbelindustrie scheinbar total uninteressant. Ich glaube schon, dass es einige kreative Unternehmen oder Einzelkämpfer hier in OWL gibt, aber keine Plattform auf der diese sichtbar werden. Außerdem mangelt es an einem Erkennungszeichen für die Kreativwirtschaft.

Einschätzung des Standorts Detmold: **das Potential muss gestärkt und sichtbar werden**

Detmold hat eigentlich ein riesen Potential, aber als Stadt könnte es sich ein bisschen nach vorne bewegen. Detmold ist in der Außenwirkung nicht da - auch überregional, also nicht nur auf OWL begrenzt. Da fehlt ein Bindeglied, eine Aktion, die das verkörpert. Eine Veranstaltung, die dann auch durch die Medien geht. Ich glaube, dass der Fachbereich Medienproduktion für Detmold gut ist, weil dadurch noch mehr Kreativität an einem Punkt konzentriert wird.





Wer wir sind und was wir machen: Musikunterricht

Wir sind eine Musikschule mit zwei Angestellten, 40 Honorarkräften und fast 400 Schülern. Neben den angemieteten Räumlichkeiten nutzen wir zusätzlich Gemeindehäuser und geben Musikunterricht an Schulen in Form von Bläser- und Streicherklassen in Bielefeld und Detmold. Außerdem kooperieren wir mit Kindergärten und führen dort die Musikalische Früherziehung durch.

Veränderung durch die Digitalisierung: Die Digitalisierung sieht man überall

In der Regel werden die Noten nur noch digital zugeschickt. Statt einen üblichen Notenständer gibt es jetzt im Band-Bereich fast nur noch Tablet Ständer. Wir arbeiten gerade an einer digitalen Notenbibliothek, sodass unsere Lehrer und Schüler noch schneller auf Noten zugreifen können. Die Cloudfunktion, die durch das Office Paket angeboten wird, macht dies möglich.

Einschätzung der KuK in OWL: aktiv aber nicht gut vernetzt, es wirkt anonym

Die Vernetzung funktioniert immer dann am Besten, wenn die Personen, die schon in mehreren Communitys unterwegs sind, als „Brückenbauer“ fungieren. Viele Sachen kannst du nur machen, wenn du ein Netzwerk hast. Unser Kapital ist unser Netzwerk. Die anderen Städte in OWL sind durch große Banner und Leuchtreklame wesentlich besser aufgestellt.

Einschätzung des Standorts Detmold: Detmold ist schnelllebig

Es kommt immer darauf an, in welcher Community du unterwegs bist. In der Künstlerszene z.B. hast man in Detmold unglaublich viel, worauf man zurückgreifen kann. Es gibt eine Vielzahl an Künstlern, die leider oft nur vor kleinem oder immer dem selben Publikum spielen. Wenn du jedoch in einer anderen Blase lebst, bekommst du davon aber gar nichts mit. Und ehe du sie kennengelernt hast, sind sie schon wieder weg. Wir brauchen Personen in Detmold, die Brücken im kulturellen Bereich bauen können.



Wer wir sind und was wir machen: Interessengemeinschaft

Die ISG ist eine Interessengemeinschaft der Immobilienbesitzer und des Einzelhandels in der Region. Seit über 10 Jahren bündeln wir die Kreativität aus verschiedenen Bereichen des Einzelhandels in der Krummen Straße. Wir organisieren kulturelle Veranstaltungen, welche in Detmold bereits fest verankert sind. „Krumme Kulturnacht“, „Tischlein deck dich“ und „Kino im Hinterhof“ sind dabei als die drei wesentlichen Veranstaltungen zu nennen.

Veränderung durch die Digitalisierung: Kombination aus Einzelhandel und Onlineshop

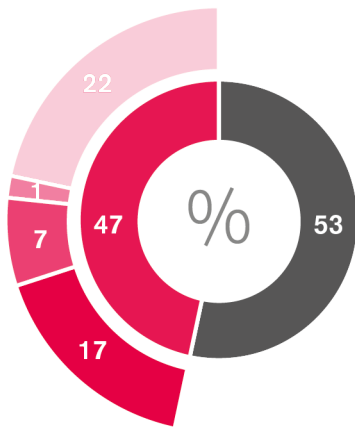
Im Zuge der voranschreitenden Digitalisierung ist es uns wichtig unsere Internetpräsenz stärker auszubauen und somit weitere Interessen über die Grenzen von Detmold hinaus zu gewinnen. Dazu gehört zum Einen ein anspruchsvollerer Internetauftritt und zum Anderen der Ausbau des Onlineshops der Einzelhändler.

Einschätzung der KuK in OWL: Punktuell aktiv

In Bielefeld ist die Kreativwirtschaft sehr aktiv, reicht aber nicht über die Grenzen Bielefelds bis nach Detmold hinaus. Wobei die Wahrnehmbarkeit von Branche zu Branche unterschiedlich stark ausgeprägt ist.

Einschätzung des Standorts Detmold: Geballt und fokussiert

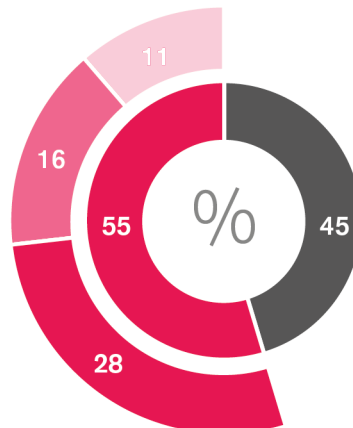
Die Musikhochschule und die Hochschule für Architektur und Innenarchitektur sind ausschlaggebende Akteure für die Wahrnehmbarkeit der Kreativität in Detmold und bringen das entscheidende Potential für eine wachsende Kreativwirtschaft am Standort mit. Deswegen kooperieren wir bereits jetzt mit den beiden Hochschulen.



Absolventen

- Ja
- Nein
- Ja, ich würde gerne mein Fachwissen am Markt anbieten.
- Ja, ich würde gerne ein innovatives Produkt entwickeln und am Markt anbieten.
- Ja, ich habe keine Stelle gefunden und brauchte eine Alternative
- Ja, ...

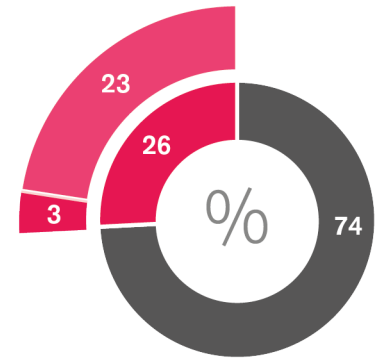
Haben Sie schon mal daran gedacht sich selbstständig zu machen? (Absolventen) // n=60



Studenten

- Ja
- Nein
- Ja, ich würde gerne mein Fachwissen am Markt anbieten.
- Ja, ich würde gerne ein innovatives Produkt entwickeln und am Markt anbieten.
- Ja, ich habe keine Stelle gefunden und brauchte eine Alternative
- Ja, ...

Haben Sie schon mal daran gedacht sich selbstständig zu machen? (Studenten) // n=97



Berufsschüler

- Ja
- Nein
- Ja, ich würde gerne mein Fachwissen am Markt anbieten.
- Ja, ich würde gerne ein innovatives Produkt entwickeln und am Markt anbieten.
- Ja, ich habe keine Stelle gefunden und brauchte eine Alternative
- Ja, ...

Haben Sie schon mal daran gedacht sich selbstständig zu machen? (Berufsschüler) // n=31

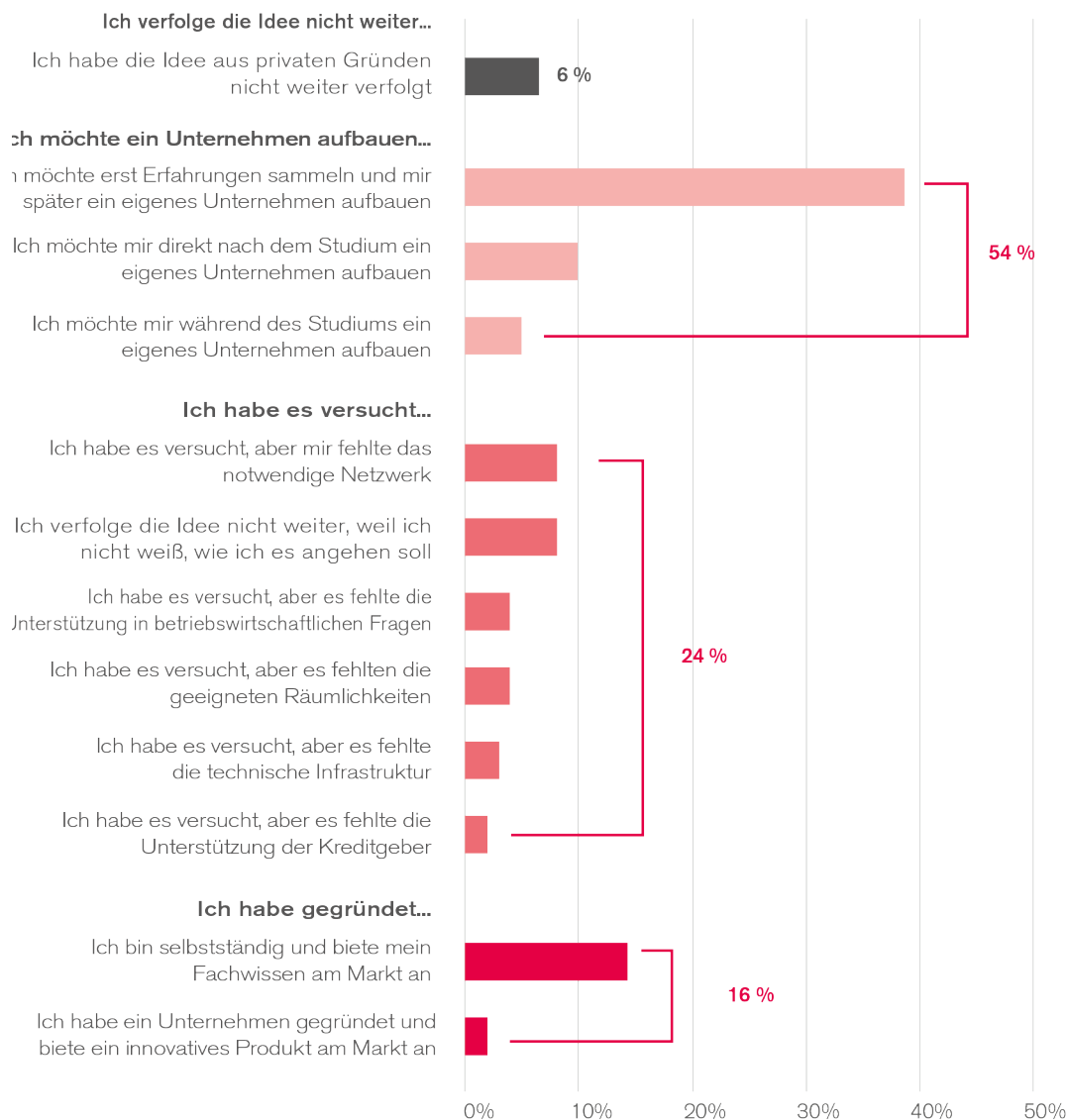
ABB. 21: GRÜNDUNGSTENDENZEN

3.5 Gründungspotenzial

Unternehmensgründungen sind für die Dynamik eines Wirtschaftssektors und die Erneuerung der Produkt- und Dienstleistungsangebote ein entscheidender Faktor. Insgesamt sind in Deutschland über alle Wirtschaftsbereiche verteilt abnehmende Gründungszahlen zu beobachten, wie der Monitoringbericht der Bundesregierung klarstellt (vgl. BMW 2017: 20). Der gesamtgesellschaftliche Trend der Digitalisierung hat zudem dazu geführt, dass im Bereich der KuK die Gründungstätigkeiten überwiegend in der Software- und Gamesindustrie auftreten. "Deutlich rückläufige Anteile am Gründungsgeschehen weisen der Werbemarkt, der Pressemarkt, der Kunstmarkt, der Buchmarkt, der Markt für darstellende Künste, die Musikwirtschaft und die Rundfunkwirtschaft auf. Die Designwirtschaft, die Filmwirtschaft und der Architekturmarkt konnten ihre Anteile annähernd halten." (ebd.: 21)

Dabei ist die Gründungsabsicht unter den jungen Studierenden, Berufsschülern und Absolventen im Kreativbereich ausgesprochen hoch. So hat mehr als jeder zweite Studierende schon einmal darüber nachgedacht sich selbstständig zu machen. Selbst bei den Berufsschülern, die im Durchschnitt deutlich am jüngsten sind, hat jeder vierte die Idee für ein innovatives Produkt. Immerhin 16% der Studierenden geben an, über die Einführung eines innovativen Produkts nachgedacht zu haben. Nur bei jedem Fünften ist der Gedanke aus der Not geboren selbst keine Stelle zu finden (siehe Abb. 21).

Das am Ende doch nur jede sechste Idee zu einer tatsächlichen Gründung führt liegt daran, das bisher die meisten Versuche an den Randbedingungen scheitern (siehe Abb. 22). Die eingehende Betrachtung



Folgefrage bei „Ja...“ -> Was ist daraus geworden? (Absolventen, Studenten und Berufsschüler) - Mehrfachnennung möglich - In Prozent dargestellt ist der Anteil der Gesamtnennungen zu dieser Frage // n¹= 124 Anzahl der Nennungen n²= Anzahl der Befragten 89

ABB. 22: GRÜNDUNGSCHEMMNISSE

tung dieser einzelnen Faktoren lässt erkennen, dass gezielte Unterstützungsangebote in betriebswirtschaftlichen Fragen, sowie der Zugang zu technischer Infrastruktur und geeigneten Räumlichkeiten zu einer merkbaren Steigerung der Gründungsrate führen kann. Bemerkenswert ist, dass auch die etablierte Kreativwirtschaft diese Unterstützungsangebote ebenfalls nachfragt und sie als einen wertvollen Standortfaktor wahrnimmt. Es gilt also den Auszubildenden und Studierenden einen geeigneten Nährboden anzubieten, der es den Ideengebern erlaubt ihr Geschäftsmodell zu entwickeln und mit Unterstützung professionell am Markt zu erproben. Das für solche Unterstützungsangebote ein ausreichender Bedarf vorhanden ist, zeigt die vorliegende Umfrage.

In Detmold nutzen mit dem Zuzug des Fachbereichs Medienproduktion bald über 2500 junge Menschen die kreativen Studiengänge und Ausbildungsmöglichkeiten. Dieses Gründerpotential das offenbar in vielen der jungen Fachkräfte steckt, kann die Teilmärkte die von den Hochschulen und Berufsschulen gespeist werden stark dynamisieren und den Innovationsgrad in der Region in diesen Märkten stärken. Im Falle Detmolds sind dies vor allem die Teilmärkte Architektur, Musikwirtschaft und Design, sowie Film- und Rundfunkwirtschaft. Zusätzlich ist zu erwarten, dass eine offene Unterstützungsplattform auch die Gründungsrate der anderen Teilmärkte Detmolds erhöhen kann.

Wer ich bin und was ich mache: **Kreative zusammenbringen**

Ich bin gelernte Hörfunkredakteurin und arbeite aktuell fest und freiberulich in Kombination. Fest angestellt bin ich als Pressereferentin und arbeite als freie Moderatorin auf unterschiedlichen Veranstaltungen. Meine große Leidenschaft ist das Netzwerken. Wir organisieren in einem dreiköpfigen Team als Netzwerk 0525.1fallsreich vier Treffen für Künstler, Kreative und Kulturschaffende aus Paderborn und Umgebung im Jahr. Im Februar 2016 fand das erste Treffen statt und seitdem haben wir jedes Mal etwa 100 Besucher. Wir möchten Menschen zusammenbringen und die Möglichkeit für die Entstehung gemeinsamer Projekte bieten.

Veränderung durch die Digitalisierung: **Digitalisierung fördert Vernetzung**

Was meine Moderationstätigkeit angeht, hoffe ich, dass keine Maschine meine Tätigkeit so schnell ersetzen wird können. Auf vielen Veranstaltungen binden wir mittlerweile digitale Mittel ein, ich selbst habe meist noch meine Karteikarten dabei. Da bin ich gerne (noch) ganz analog. Viele Veranstaltungen, die ich moderieren darf, befassen sich mit der Frage, wie wir morgen leben, wie sich die Gesellschaft verändert. Da ist die Digitalisierung inatürlich ein ganz wichtiger Aspekt. Was unser Netzwerk 0525.1fallsreich angeht, so wäre diese erfolgreiche Vernetzung von Menschen auf den analogen Treffen „im echten Leben“ ohne die digitale Bewerbung ganz sicher nicht denkbar gewesen.

Einschätzung der KuK in OWL: **viele kreative Menschen, wenig Vernetzung**

Es gibt extrem viele kreative und kreativ arbeitende Menschen in unserer Region. An der Sichtbarkeit und Vernetzung mangelt es jedoch manchmal noch. Um unseren Teil dazu beizutragen, diese zu fördern, haben wir 0525.1fallsreich ins Leben gerufen. Es gibt noch viel Luft für weitere Synergieeffekte und natürlich viel Potential durch die Hochschulen. Schön wäre es, noch mehr Know How in die Hochschulen zu bringen und auch mehr Wissen und Kreativität aus der Hochschule hinaus.

Einschätzung des Standorts Detmold: **ein kreativer, aber wenig wahrgenommener Standort**

Wie ich es erlebe, wird zumindest bei uns in Paderborn Detmold sehr wenig wahrgenommen. Man weiß zwar, es werden Leute in kreativen Berufen gut ausgebildet, aber viel mehr vermutlich auch nicht. Detmold ist grundsätzlich präsent, aber die Kreisgrenze bedeutet wohl oft auch eine Grenze im Kopf. Es gibt sicherlich Bestrebungen, aber zur Entwicklung des Kreativquartiers in Detmold ist meines Erachtens in Paderborn noch nicht viel angekommen.

Wer ich bin und was ich mache: **Eventmanager der Pionier und Startup Szene**

Ich habe die Start-Up-Lounge ins Leben gerufen. Bei dieser Veranstaltung werden Menschen zum Interview eingeladen, die ihren Start in die Selbstständigkeit cool gelöst haben. Das Publikum hat die Chance voneinander zu lernen und in engen Austausch zu kommen. Ich möchte Start-Ups miteinander vernetzen und biete eine Schnittstelle für die junge kreative Community.

Veränderung durch die Digitalisierung: **Gründen ist einfach als Digitaler Nomade**

Heutzutage kann man mit einem Laptop und einem Telefon alles machen. Wo man möchte. Früher musste man All-In gehen, wenn man sich selbstständig gemacht hat. Heute kannst du neben deinem Job abends ein paar Stunden an deinem eigenen Projekt arbeiten und bist nicht mehr ortsgebunden. Und über die sozialen Medien entstehen die meisten Kontakte. Die junge Kreativszene bekommt vor allem über Instagram Inspiration.

Einschätzung der KuK in OWL: **Vernetzung der Kreativen fehlt**

Es gibt viele Leute hier, die motiviert sind, kreativ zu sein. Auch viele der Studenten hier möchten gerne nebenbei etwas dazu verdienen. In der Region Lippe gibt es pro Jahr 2000 Gründungen. Man braucht Partner mit denen man sich vernetzt und guckt, welche Synergien es geben kann. Konservative mittelständische Unternehmen können in der Start-Up-Bewegung die Rolle der Investoren und Experten einnehmen, dafür steht aber schon die nächste Veranstaltung in den Startlöchern: Die PIONEERS SUMMIT 2019.

Einschätzung des Standorts Detmold: **das Interesse ist da**

Das ist irgendwie so ganz typisch Detmold, dass viele Aktionen hier schon laufen und dass es Ansätze gibt, aber die Vernetzung fehlt. Die Community in Detmold ist da. Wenn es hier in Detmold einen Co-Working-Space gäbe, würde ich da auch ziemlich sicher arbeiten.





Wer wir sind und was wir machen: Musikproduktionen im eigenen Studio

MusiKreAktiv - Gläser GbR wurde 2003 als Musikschule gegründet. Seit 2009 bieten wir Auftragskompositionen an, seit 2013 Musikproduktionen im eigenen Studio. Wir sind mittlerweile Deutschland- und europaweit tätig, insbesondere als Zulieferer für Musikproduktionen für die wir Instrumentalspuren produzieren und zur Verfügung stellen.

Veränderung durch die Digitalisierung: Digitalisierung bietet enorme Chancen

Durch die Digitalisierung entstehen neue Aufgabenfelder, insbesondere im Studiobereich. Der Austausch auch großer Datenmengen stellt weltweit keine Schwierigkeiten mehr dar. Insofern wächst der Musikproduktionsmarkt deutlich enger zusammen, Prozesse beschleunigen sich. Durch die Digitalisierung erschließt sich auch ein erweiterter Kundenbereich insbesondere im semiprofessionellen Sektor. Der Austausch mit Profis erfolgte schon vorher weltweit.

Einschätzung der KuK in OWL: Detmolder Musikkünstler sind gut vernetzt

Durch eine überregionale Ausrichtung unserer Arbeit, abgesehen von der Musikschule, ist die Regionalität für uns nicht sehr wichtig. Durch die Zusammenarbeit mit Freelancern, ist der Standort des Mitarbeiters nebensächlich. Ich weiss, dass die Detmolder Künstler, insbesondere im Bereich Musik, gut vernetzt sind. Ich weiss allerdings auch, dass die Kulturwirtschaft eine wirklich gute Arbeit in der Region leistet.

Einschätzung des Standorts Detmold: gute Wahrnehmbarkeit im Bereich Musik

Im Bereich Musik ist die Wahrnehmbarkeit gut, es werden viele Aktivitäten kommuniziert. Ich denke, dass gerade im Rahmen der Digitalisierung der physische Standort nebensächlich ist. Wahrnehmbar sollten die Ergebnisse sein, nicht die Standorte. Als eine Sammlung Kreativschaffender und „offline“-Kreativpool finde ich das Kreativquartier interessant und bin gespannt auf die weitere Entwicklung.



Wer wir sind und was wir machen: crossmediale Berichterstattung

Das WDR Büro in Detmold berichtet seit 1996 über die aktuellen Ereignisse im Kreis Lippe. Neben Radio und Fernsehen gehören heute Internet und soziale Medien selbstverständlich dazu. Als Korrespondentenbüro liefern wir den Sendungen des WDR Informationen und Beiträge zu - im Radio hauptsächlich für die WDR2 Regionalsendungen „Lokalzeit“ aus dem WDR-Studio Bielefeld, landesweit z. B. für WDR5, aber auch bundesweit für alle Sender der ARD.

Veränderung durch die Digitalisierung: Digitalisierung hat den Arbeitsalltag enorm verändert

Wo man noch vor 10 Jahren umständlich einen Ü-Wagen aus Köln mit Fahrer und Techniker bestellen musste, um „live“ von einem wichtigen Ereignis im Radio oder Fernsehen zu berichten, reichen heute ein Smartphone mit entsprechender App und ein guter Mobilfunkempfang, um auf Sendung zu gehen. Herausfordernd ist die durch das Internet geforderte Schnelligkeit in der Berichterstattung. Hier müssen wir sorgsam abwägen, ob erste Informationen auch einer Überprüfung durch mehrere Quellen standhalten.

Einschätzung der KuK in OWL: zum Teil eine überregionale Strahlkraft

Unserer Einschätzung nach sind OWL und besonders Lippe besonders reiche und vielfältige Kulturregionen. Die „Leuchttürme“ strahlen allerdings allein, eine Verknüpfung und gegenseitige „Cross-Promotion“ ist nicht öffentlich wahrnehmbar. Eine Kreativwirtschaft gibt es sicherlich, fällt aber als Dienstleister in unserer öffentlichen Wahrnehmung nicht auf.

Einschätzung des Standorts Detmold: Detmold ist und bleibt die Stadt der klassischen Kultur

Alternative Kultur hat es hier schwerer, auch wenn die Stadt erfolgreich versucht, diese Sparte auszubauen. Ab und zu finden sich in Detmold ansässige Künstler zusammen, da zeigt sich eine Vernetzung, die sonst öffentlich nicht wahrnehmbar ist. Das Publikum ist wohlwollend und begeisterungsfähig, könnte sicher mehr davon vertragen. Die Entwicklung zum Kreativquartier beobachte ich aufmerksam. Wir sind gespannt, ob das Quartier der Szene in Detmold den erwarteten und nötigen Schub gibt.

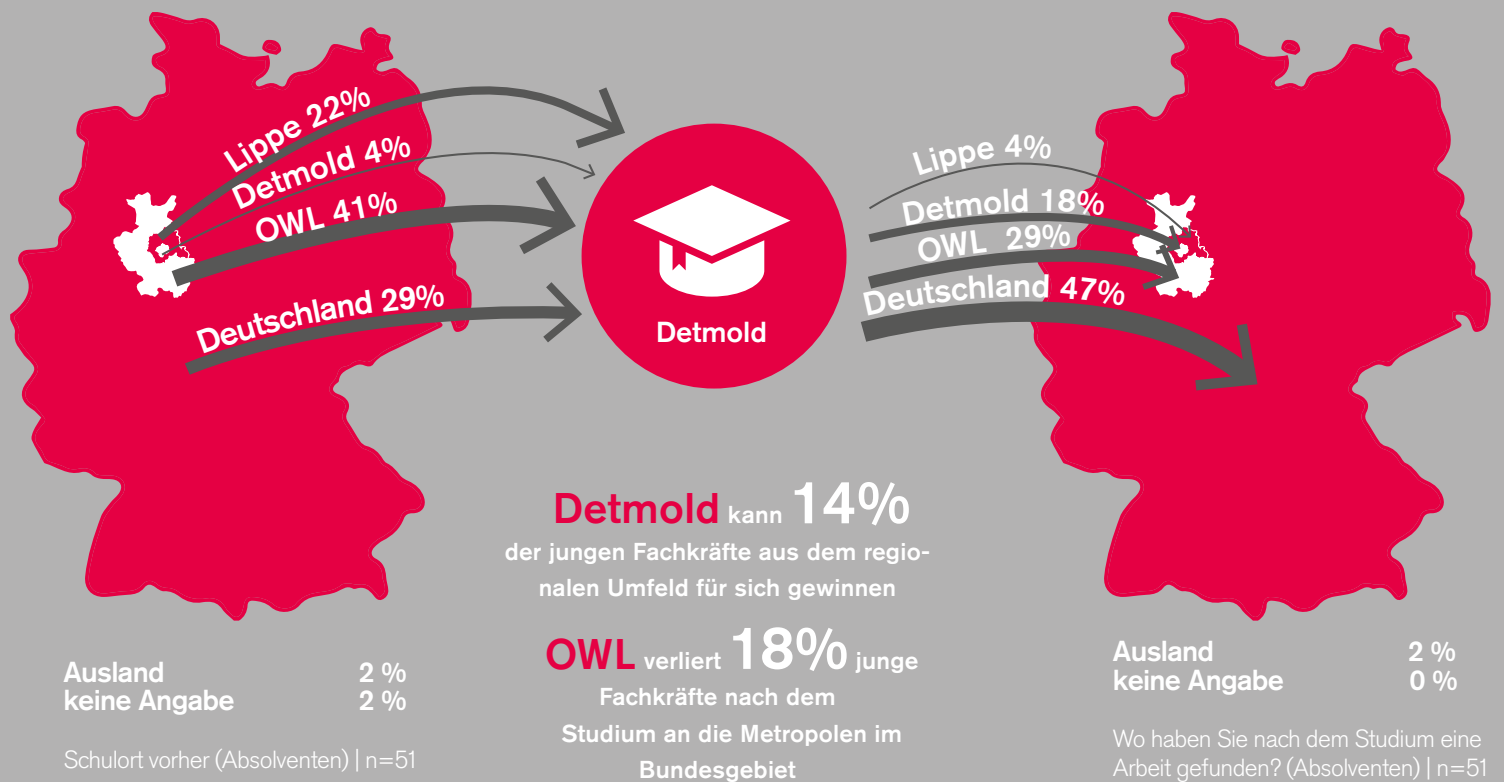


ABB. 23: BILDUNGSWANDERUNG

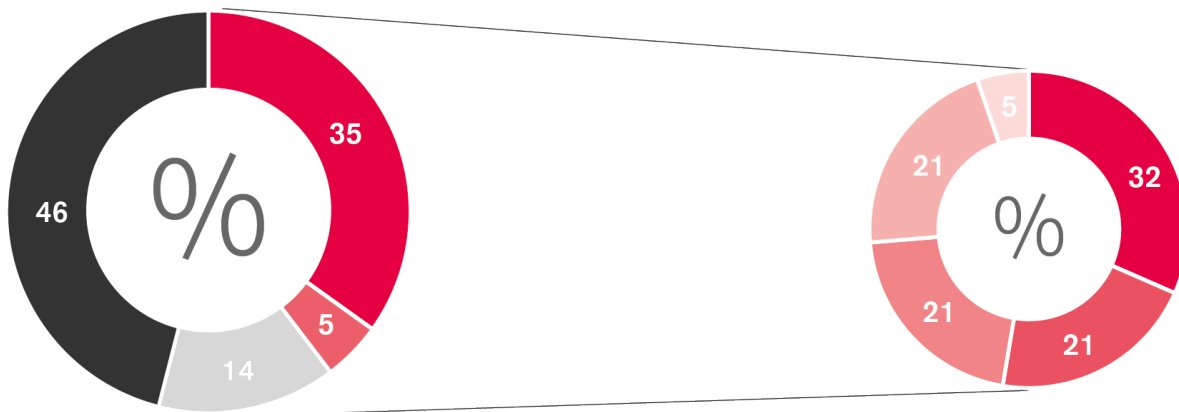
3.6 Bildung

Eine weitere wichtige Säule für einen dynamischen Wirtschaftsbereich sind hochwertige Bildungsangebote in der Branche. Sie bilden die Grundlage für einen stetigen Zustrom an jungen Fachkräften und Gründern. Gleichzeitig sind attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen notwendig, um ausgebildete Fachkräfte in der Region zu halten. Gerade in der Kreativbranche, dessen Akteuren nachgesagt wird das Lebens- und Arbeitsgefühl der großen Metropolen zu suchen. Die Befragung der Absolventen der beiden Hochschulen zeigt, dass die wenigsten Studierenden direkt aus Detmold kommen, es sich aber bei gut 2/3 der Studierenden um junge Leute aus der Region handelt. Immerhin ca. 30% der Studierenden kommen aus dem Bundesgebiet nach Detmold um dort einen kreativen Studiengang zu absolvieren - derzeit sind das ungefähr 700 junge Talente (siehe Abb. 23).

Nach dem Studienabschluss verbleiben dann auch einige junge Menschen mehr in Detmold als vorher. Die Stadt kann die Anzahl an jungen Fachkräften um 450% steigern (vorher 4%, nachher 18%). Dies geschieht bisher allerdings im Wesentlichen auf Kosten des umliegenden Kreises Lippe und der Region OWL. In das restliche

Bundesgebiet zieht es nach dem Studium gut die Hälfte der Absolventen, so dass die Region Ostwestfalen-Lippe derzeit unter dem Strich einige junge Talente an die Metropolen im Bundesgebiet abgeben muss (18%). Um sich als Gesamtregion gegen die Metropolen der Bundesrepublik zu behaupten, sind die weitere Profilierung der urbanen Zentren wie Paderborn und Bielefeld sicher entscheidend. Für den Rest der Region sind Fachleute in der Phase der Familiengründung die vielversprechendere Zielgruppe. Studien der Bundesstiftung Baukultur zeigen, dass lediglich die jungen Leute (18-29 Jahre) in der Mehrzahl in der Großstadt leben möchten (40%). In der Phase der Familiengründung (30-44 Jahre) möchte dies nur noch jeder Fünfte. In dieser Phase wünschen sich nahezu die Hälfte der Befragten ein Leben auf dem Land (vgl. Bundestiftung Baukultur 2016: 37). Die Region OWL hat also für junge Fachkräfte in Zeiten der Familiengründung die besten Voraussetzungen mit seinen ländlichen Räumen und hochattraktiven Arbeitsplätzen, bei den zahlreichen Weltmarktführern in der Region. Wenn es gelingt für den Wirtschaftsbereich der KuK ähnlich attraktive Arbeitsplätze bereitzustellen und vielversprechende Gründungsbedingungen und wirtschaft-

über 50% der Abwanderer könnten durch ein erweitertes Masterangebot in Detmold gehalten werden



Weiterführendes Studium

- Ja, in einer Stadt außerhalb von OWL
- Ja, in einer anderen Stadt in OWL
- Ja, am selben Standort
- Nein

Haben Sie nach Ihrem Studium in Ostwestfalen-Lippe ein weiterführendes Studium aufgenommen? (Absolventen) // n=63

Begründung des Hochschulwechsels

- Es gab kein weiterführendes Studienangebot am Standort
- Es gab kein zufriedenstellendes Studienangebot
- Ich wollte etwas Neues ausprobieren
- Private Gründe
- Sonstiges

Folgefrage bei „Ja...“ -> Warum sind Sie nicht am Hochschulstandort geblieben? (Absolventen) // n=22

ABB. 24: HOCHSCHULWECHSEL

liche Netzwerke bereitzuhalten, ist die Region auch in der Lage in der KuK mehr Fachkräfte halten, zurückgewinnen oder sogar dazuzugewinnen.

Der Übergang zwischen dem Bachelorstudium und einem angestrebten Masterstudium ist ein weiterer wichtiger Meilenstein, der der Umfrage zufolge bisher noch bei über 74% der Studierenden dazu führt, dass sie die Hochschule und damit auch die Stadt wechseln (siehe Abb. 24). Gefragt nach den Gründen zeigt sich, dass immerhin die Hälfte der Studierenden durch ein erweiterter und/oder verbessertes Masterangebot in Detmold gehalten werden könnten. Die andere Hälfte begründet den Wechsel mit dem Drang nach etwas Neuem oder privaten Umständen.

Wichtig für den Verbleib der Studierenden an der Schwelle zum Masterstudium ist auch die Zufriedenheit mit dem Campus und dem Umfeld (siehe Abb. 25 & 26). Hier zeigen sich die Studierenden beider Hochschulen mit dem Umfeld zufrieden. Insbesondere mit den vergleichsweise günstigen Mieten sind die Studierenden größtenteils zufrieden. Lediglich Freizeitmöglichkeiten

und insbesondere die Anbindung in Stadt, Region und überregional wird negativ bewertet. Bei der Hochschule für Musik fehlt es den Studierenden an Gastronomie und dem Zugang zu technischer Infrastruktur. Am Campus Detmold der TH OWL sind die Studierenden mit den Ruhe-, Lern- und Lagerräumen nicht so zufrieden. Das Angebot beider Campi wird insgesamt aber bis auf diese wenigen Ausnahmen sehr positiv bewertet.

Von den Berufsschulen liegen deutlich weniger Rückmeldungen vor. Beide Berufsschulen werden jedoch in der Tendenz deutlich schlechter bewertet. Dies ist auf verschiedene Ursachen zurückzuführen. Die Berufsschulen sind einerseits sowohl in ihrem täglichen Ablauf, als auch in ihrer Bauform nicht auf eine Campusnutzung ausgelegt. Das duale System andererseits verringert die Anwesenheit zusätzlich, so dass kaum öffentliches Leben an den Berufsschulen zu erwarten ist. Hinzu kommt die eher periphere Lage der Berufsschulen, die für eine schlechtere Bewertung des Umfelds sorgt, da die Auszubildenden hier kaum ergänzende Angebote für sich vorfinden.

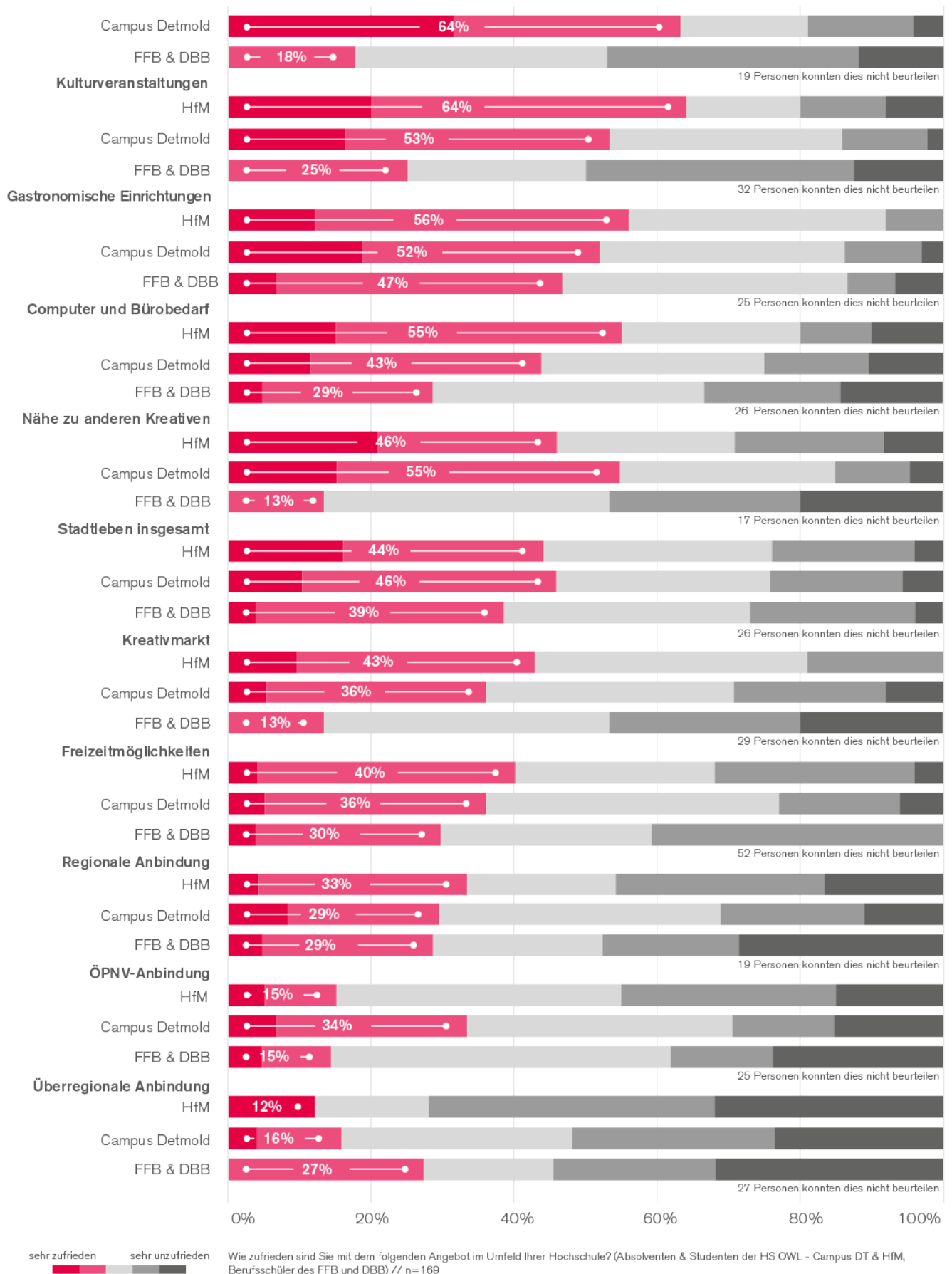


ABB. 25: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM UMFELD

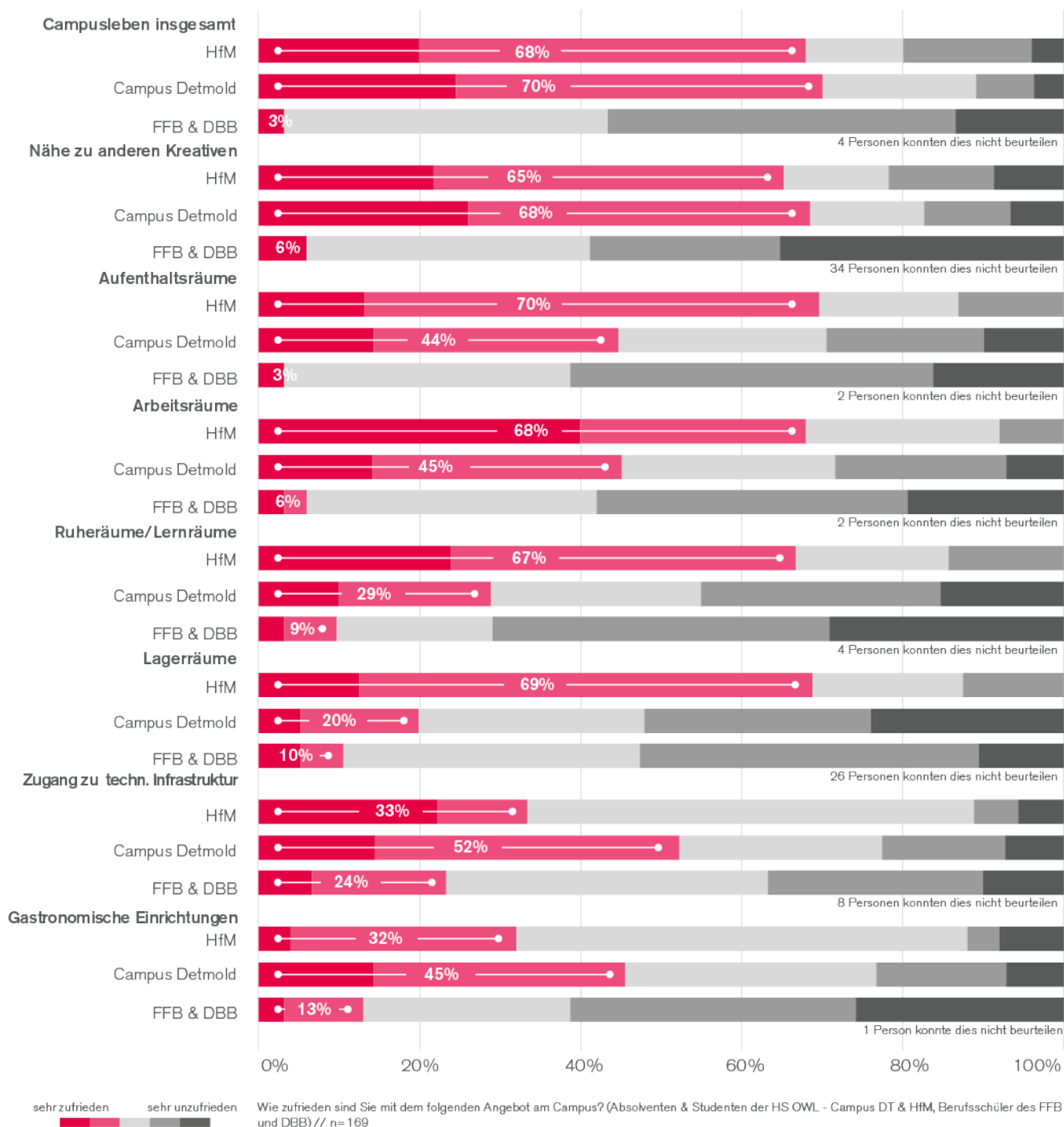


ABB. 26: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM CAMPUS

3.7 Fortbildung

Wirtschaft und Gesellschaft befinden sich in einem stetigen Wandel. Zur Zeit sorgt insbesondere die Digitalisierung dafür, dass auch Berufstätige niemals ausgelassen haben. Die in der Ausbildung und dem Studium erlernten Handgriffe, Techniken und Strategien müssen immer wieder überprüft und kontinuierlich neu erlernt werden. Die Umfrage zeigt, dass die Digitalisierung die Tätigkeiten massiv verändert oder bereits verändert hat (siehe Abb. 27). Dieser Anpassungsbedarf stellt die Bildungseinrichtungen vor die Chance dieses Thema zu besetzen und diesem geballten Bedarf gezielt Fortbildungsangebote entgegenzusetzen. In der Folge würde nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit der Region erhöht, auch die Vernetzung mit der Kreativwirtschaft kann so kontinuierlich weiter anwachsen. Das Land NRW hat eigens eine Studie herausgegeben, die die Treiber der Digitalisierung für die Kreativwirtschaft näher beleuch-

tet und zeichnet dabei einige wichtige Veränderungen nach. So erweitert die Möglichkeit des 3D-Drucks die Wertschöpfungsketten in der Designwirtschaft und der Architektur. Durch die stetig neuen Bedienmöglichkeiten und komplexen Hintergrundvorgänge bekommt das Interfacedesign eine immer größere Bedeutung und kann eine wesentliche Schnittstelle zur klassischen Wirtschaft sein. Hard- und Software wird immer günstiger, so dass der Markteintritt in die Filmbranche deutlich niederschwelliger geworden ist. Neue Technologien wie Virtual Reality (VR) vernetzen Software- und Gamesentwicklung zusehends mit der Filmbranche. Für die Softwarebranche selbst ist das Smartphone und das mobile Gaming ein wesentlicher Treiber der Entwicklung der letzten Jahre und wahrscheinlich auch noch der kommenden. Das Smartphone ist auch für die Architektur ein neues Werkzeug und ermöglicht neue Beteiligungsmöglich-

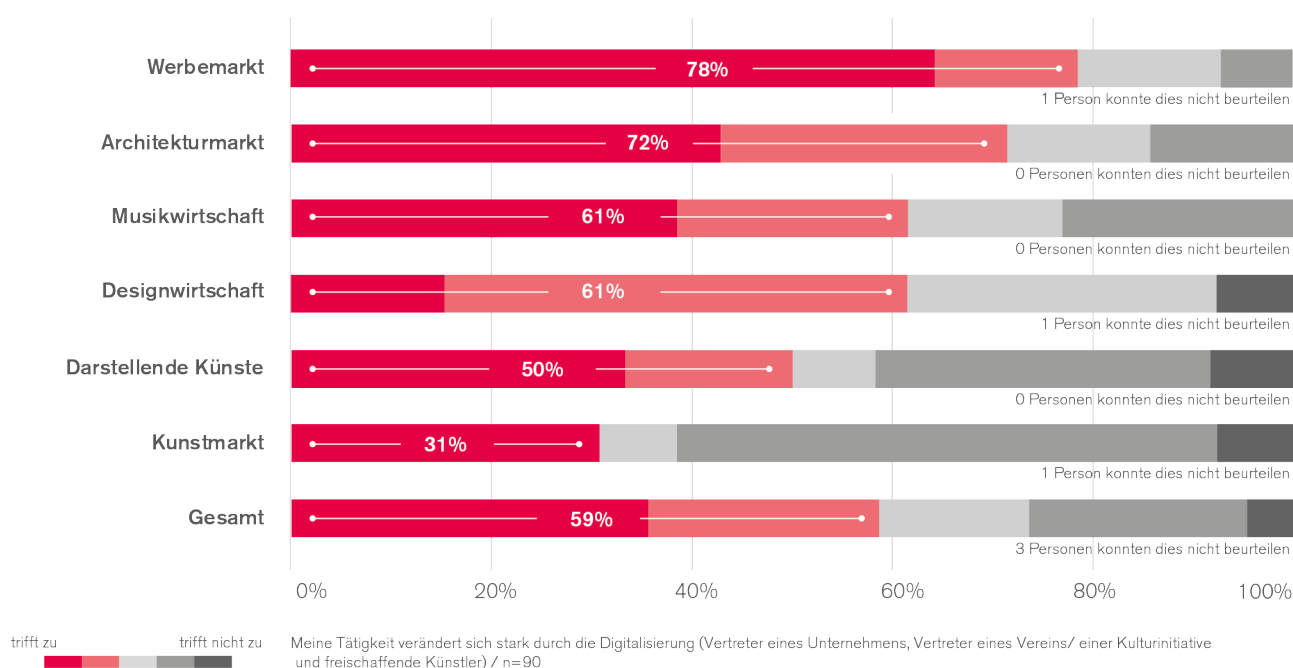


ABB. 27: VERÄNDERUNG DURCH DIE DIGITALISIERUNG

keiten durch Techniken wie Augmented Reality (AR). Der Buchmarkt geht nach der Entwicklung zum E-Book in einem Plattformvertrieb über und motiviert durch die sinkenden Produktionskosten Autoren zum Self-Publishing. Nicht zuletzt sind durch digitale Plattformen und Vertriebskanäle nun Rückkopplungen zum Kauf- und Nutzerverhalten der kreativen Produkte und Dienstleistungen möglich. Erstmals kann niederschwellig die Art und Weise der Nutzung eines angebotenen Produkts analysiert und das Produkt so verbessert werden. (vgl. MWIDE NRW 2017)

In den Teilmärkten der Kreativwirtschaft werden Fortbildungsangebote sehr unterschiedlich genutzt. Alle Akteure der KuK weisen Fortbildungen einen hohen Stellenwert zu. Allerdings spiegelt sich diese Wichtigkeit nicht im gleichen Maße in der Nutzung der Angebote wieder (siehe Abb. 28 & 29). Insbesondere in der Architektur wird aufgrund der Fortbildungspflicht eine große Vielfalt an Angeboten sichergestellt. Im künstlerischen Bereich werden Bildungsangebote zwar ebenfalls als wichtig erachtet, aber selten genutzt.

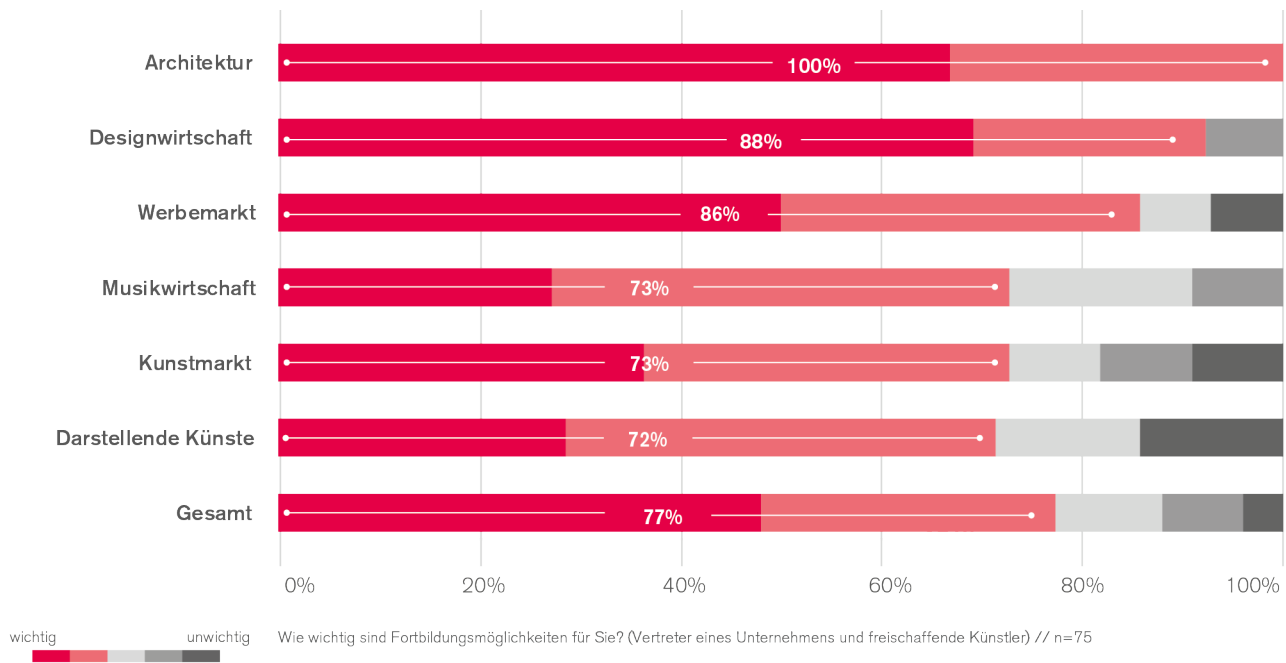


ABB. 28: FORTBILDUNG WICHTIGKEIT

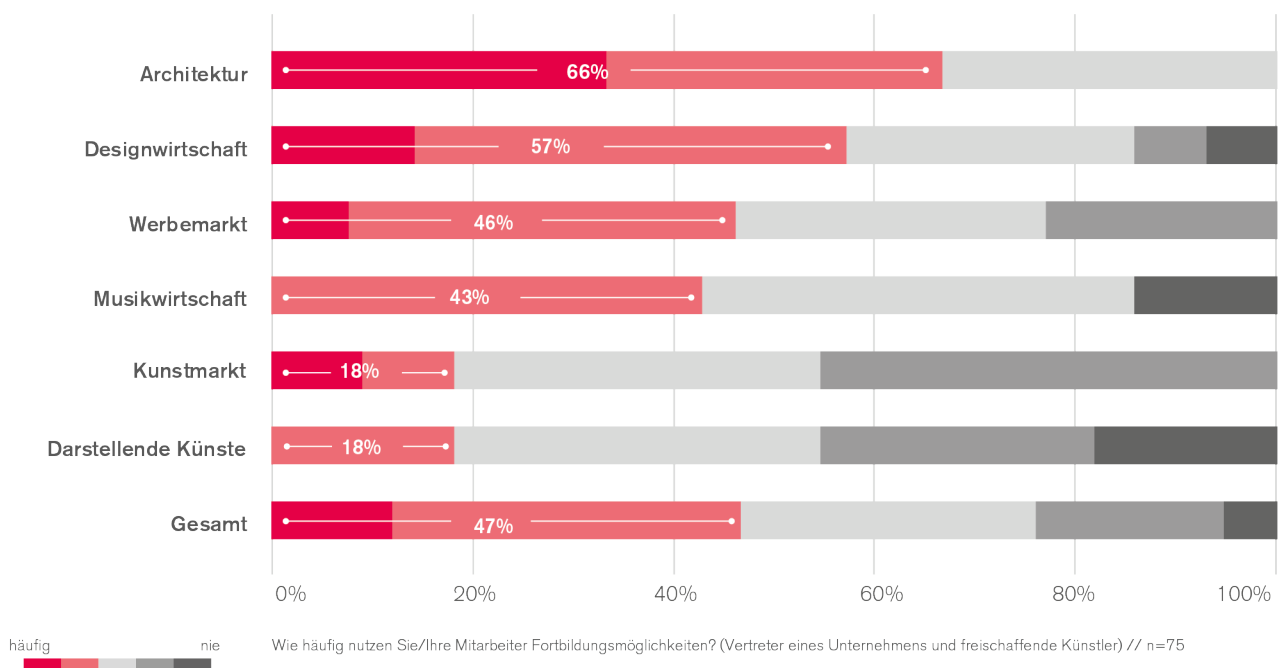


ABB. 29: FORTBILDUNG HÄUFIGKEIT

Hemmnisfaktoren sind sicherlich die Kosten solcher Maßnahmen. 62,2% der KuK geben an, dass die Kosten für sie nicht leistbar sind (BMWE 2017: 19). Eine weitere Schwierigkeit ist es geeignete Angebote zu finden. Die durchschnittliche Wegstrecke für Weiterbildungsangebot in OWL beträgt fast 100km (siehe Abb. 30). In der Regel liegt der Ort der Fortbildung damit nicht mehr in OWL. Auch in der bundesweiten Umfrage der Bundesregierung geben 42,9% an, Schwierigkeiten dabei zu haben, geeignete Weiterbildungsangebote

zu finden (ebd.). Darüber hinaus senkt die lange Reisezeit die Attraktivität der Fortbildungsangebote.

Die Zahlen deuten damit einerseits klar auf ein Angebotsdefizit in OWL hin. Trotz der Nähe zu den Hochschulen in Detmold fahren die Akteure der KuK in den Bereichen Musik, Design und Architektur durchschnittlich über 70km zur Fortbildung. Ein weiterer Erklärungsansatz ist die fehlende Wahrnehmbarkeit der bestehenden Angebote.

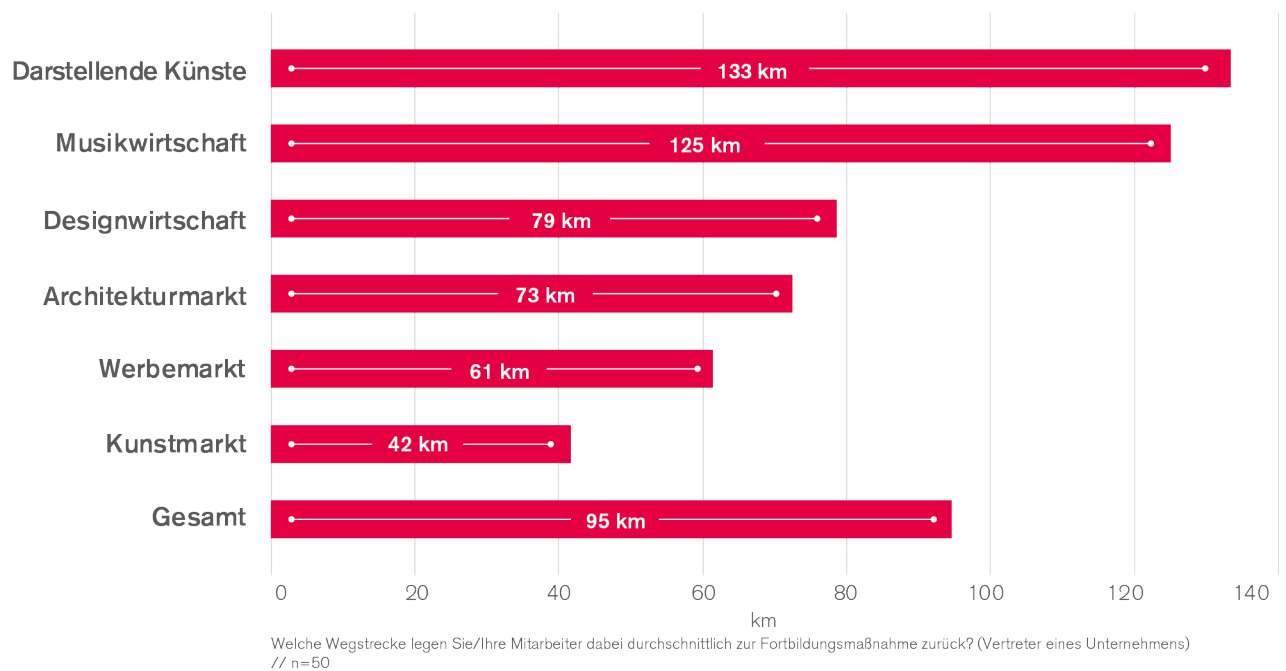


ABB. 30: WEGSTRECKE FORTBILDUNG

Den Fortbildungsbedarf sieht die KuK im Wesentlichen in der stetigen Fortbildung der Fachqualifikation (74%). Eine Fortbildung in Sachen Software ist für 45% der Befragten wichtig (siehe Abb. 31). Betriebswirtschaftliche Fortbildungsangebote können den Bedarf abrunden. Hier sehen 23% der Befragten ihren Fortbildungsbedarf.

Bisher ermöglichen die Unternehmen der KuK ihren Mitarbeitern insbesondere den Besuch von Fachmessen, Fortbildungskursen und internen Fortbildungsmöglichkeiten im Bereich der Architektur. Der Werbemarkt bietet seinen Mitarbeitern eher den Besuch von Konferenzen, Onlineschulungen oder sonstigen Fortbildungsmöglichkeiten an. Lediglich der Kunstmarkt gibt an, seinen Mitarbeitern auch mal keine Fortbildungsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen (siehe Abb. 32).

Ein Kreativnetzwerk, das auch seine Fortbildungen über die Hochschulen gebündelt nach außen kommuniziert, kann dem entgegenwirken. Die Hochschulen wären ohne weiteres in der Lage diesem

Bedarf in Ihren Themenfeldern hier in der Region nachzukommen. Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft - insbesondere in den Kleinunternehmen kann in der Aus- und Weiterbildung gezielt den Qualifikationsbedarf in Zeiten der Digitalisierung decken. An den Hochschulen existiert nicht nur das notwendige Wissen, sondern auch die entsprechende Software sowie aktuelle Hardware. Auch die Notwendigkeit der Beratung über mögliche Qualifikations- und Weiterbildungsangebote kann in Zeiten der Digitalisierung über Plattformen und lokale Ansprechpartner erfolgen. Durch den ständigen Austausch wird zudem die Bildung von Netzwerken stark gefördert (BMWE 2017). Es empfiehlt sich gegebenenfalls zusätzlich erforderliche Räumlichkeiten, die zur Durchführung der Fortbildungsmaßnahmen erforderlich sind, bereits jetzt in der Konzeptionsphase mitzudenken.

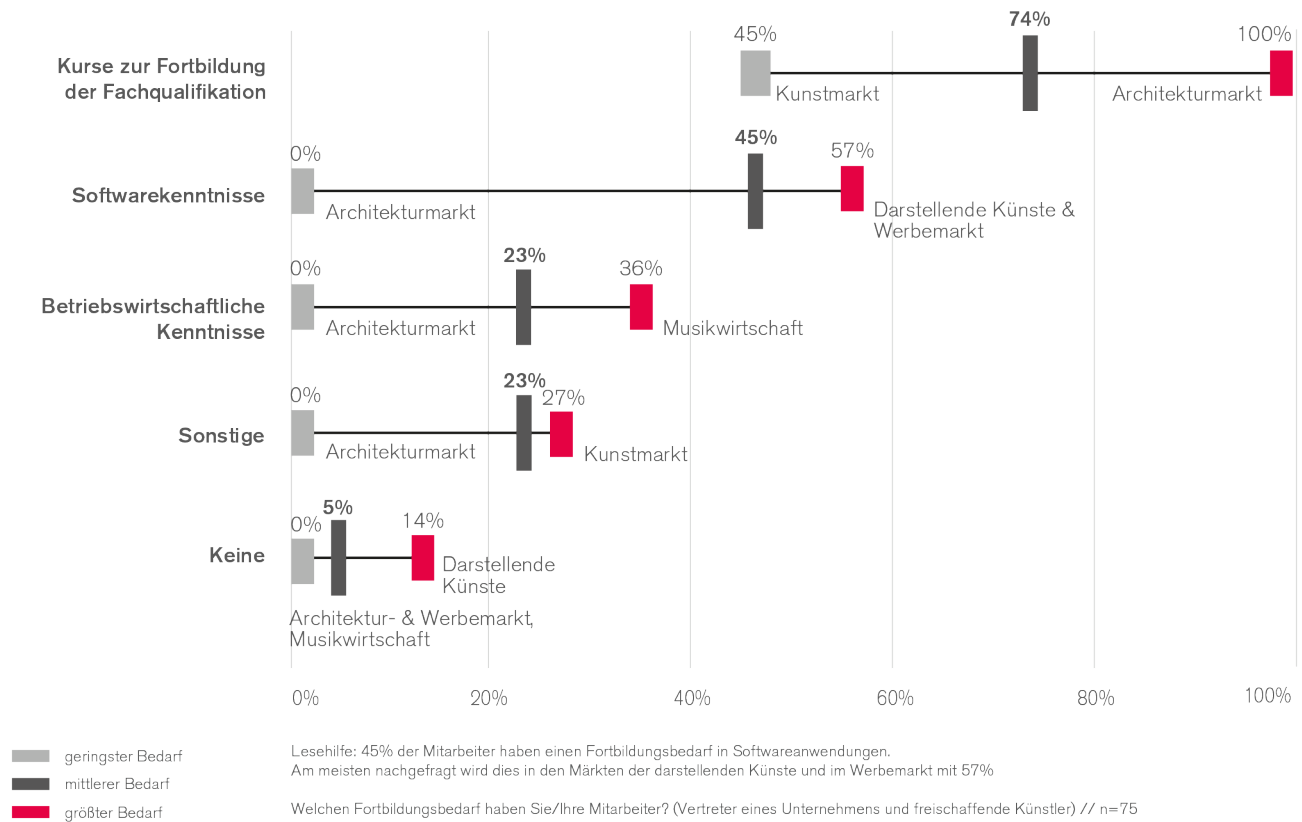


ABB. 31: FORTBILDUNGSBEDARF

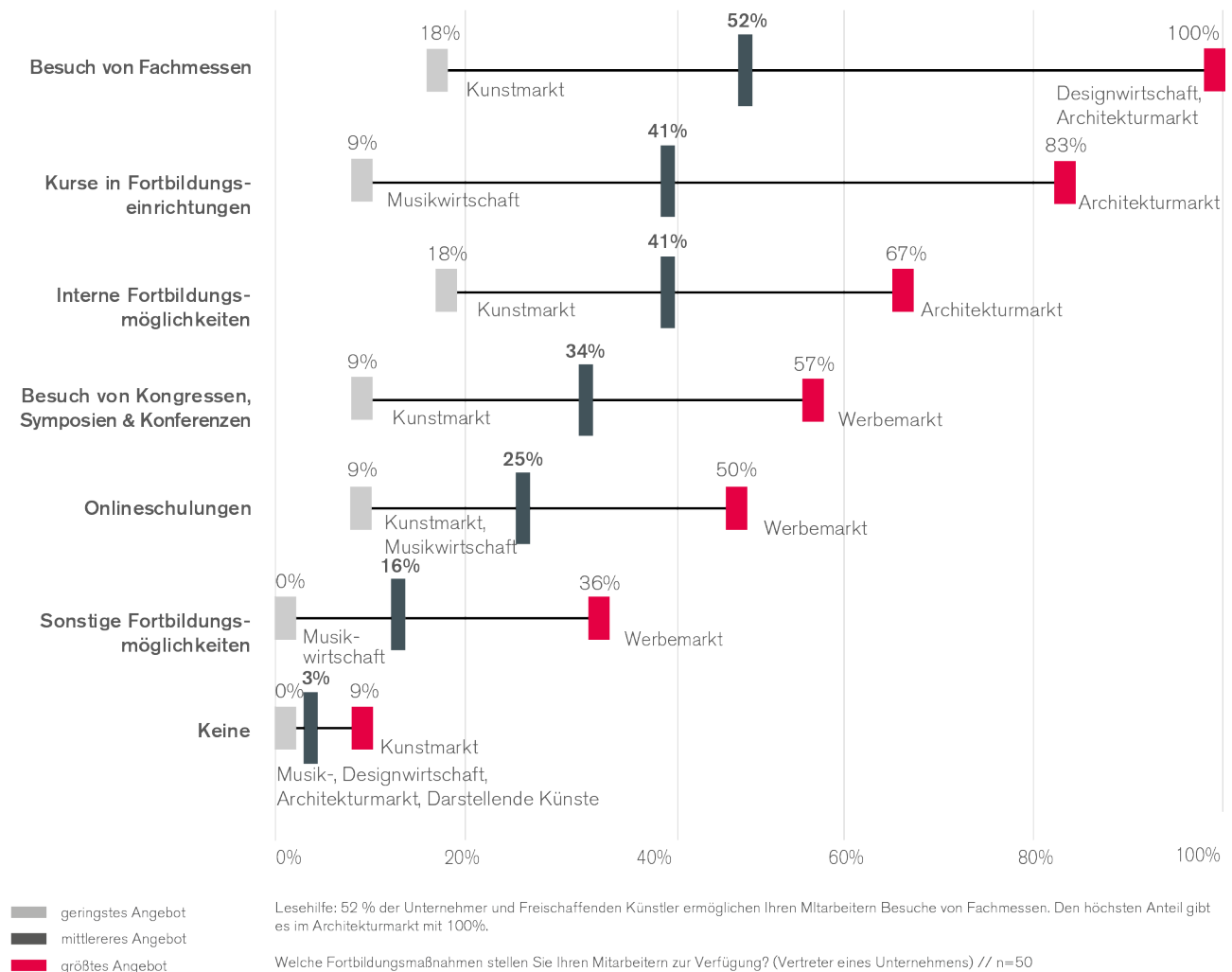


ABB. 32: FORTBILDUNGSMÖGLICHKEITEN

3.8 Conclusio - Anforderungen und Potentiale der KuK

Detmold ist gemessen an der Einwohnerzahl, vor allem in Hinblick auf die verkehrlichen Rahmenbedingungen ein überdurchschnittlich ausgeprägter kreativer Hotspot der Region. Gleichzeitig ist dies kaum wahrnehmbar. Die Kreativen selbst wünschen sich eine bessere Wahrnehmbarkeit untereinander und nach außen. Es besteht ein großes Bedürfnis nach Vernetzung und Gemeinschaft in der Branche - sowohl digital als auch analog.

Die Wirtschaftskraft kann durch die **Clusterung und Vernetzung** der Akteure gesteigert werden, da sie zahlreiche Wertschöpfungsketten untereinander aufweisen. In der Kultur- und Kreativbranche scheint dies zudem besonders vielversprechend aufgrund der kleinteiligen Unternehmensstruktur und dem intrinsischen Bedürfnis nach Gemeinschaft. Bemerkenswert ist darüber hinaus die Bereitschaft sich für den Zugang zu unterstützenden Angeboten und Dienstleistungen in diese Gemeinschaft finanziell oder mit Arbeitsstunden einzubringen.

Aus Sicht der KuK bieten attraktive Standorte die Möglichkeit sich gemeinschaftlich zu organisieren. Hierfür sind gemeinschaftliche Räume in Gebäuden genauso hilfreich, wie ein qualitativer öffentlicher Raum, der Begegnungen ermöglicht. Diese Begegnungen und zwanglosen Kontakte können zusätzlich durch flankierende Dienstleistungen unterstützt werden. So werden z.B. gastronomische Einrichtungen aber auch Unterstützungsangebote von dieser Gruppe als Standortattraktoren wahrgenommen und nachgefragt. Es hat sich zudem gezeigt, dass die gleichen Unterstützungsangebote die Gründungsrate unter den Studierenden und Berufsschülern absehbar stark steigern könnte. Das Gründungspotential der Studierenden und Auszubildenden der Kreativbranche ist ausgesprochen hoch und spiegelt die kleinteilige Unternehmensstruktur in der Praxis wieder. Um dieses Innovationspotenzial auszuschöpfen sind Unterstützungsangebote in der Nähe zu den Bildungseinrichtungen essentiell. Beide Gruppen, Gründer und etablierte Kreativwirtschaft, würden zudem stark von dem **Zugang zu der technischen Infrastruktur der Hochschulen und Berufsschulen** profitieren. Nähe und Zugang zu dieser Infrastruktur kann damit ein wesentlicher Schlüssel zur Implementierung der Wertschöpfungsketten zwischen Bildung und Wirtschaft sein. Die Verbindungen untereinander würden erwartbar zunehmen, was sich schließlich auch auf die Forschungsk Kooperationen niederschlägt und den Übergang in den lokalen Arbeitsmarkt für die jungen Fachkräfte erleichtert.

Zusätzliches Potenzial zur Etablierung der Wertschöpfungskette zwischen Wirtschaft, Bildung und Forschung liegt im Bereich der **Fortbildung**. Die Umfrage hat gezeigt wie wichtig Fortbildungsangebote für die Branche sind - gerade im Bereich der Digitalisierung. Sie hat aber auch gezeigt, dass Fortbildungen bisher eher außerhalb von OWL wahrgenommen werden, was bei der Nähe zu den Hoch-

schulen erstmal verwundert. Der gesellschaftliche Megatrend der Digitalisierung verändert die KuK massiv, wie die Studie aus Nordrhein-Westfalen zeigt. Die Rückmeldungen aus der Umfrage bestätigen diesen Eindruck. Ausgestattet mit der neuesten Technik und Experten in ihrem jeweiligen Fach haben insbesondere die Hochschulen die große Chance das Themenfeld der Digitalisierung in der Kreativwirtschaft zu besetzen und sich als Fortbildungszentrum der Kreativwirtschaft zu etablieren. Die Umfrage zeigt, dass dies absehbar auf starke Nachfrage stößt und eine Angebotslücke in OWL schließt. Nicht zuletzt erleichtert und fördert ein solches Angebot Netzwerke zwischen Bildung, Forschung und Wirtschaft. Die Verknüpfung mit der Stadtgesellschaft kann auf dieser Basis durch offene Veranstaltungsformate, Ausstellungen und Events erfolgen, die den Kreativen darüber hinaus eine Bühne bieten. Eine offene Einbindung der baulichen Strukturen in frequentierte öffentliche Wegeverbindungen, sowie zusätzliche Anziehungspunkte wie Bars, Restaurants oder Cafés können die Verbindung zur Stadtgesellschaft zusätzlich fördern und sind wiederum Attraktor für die Kreativen selbst.

Eine weitere wichtige Säule für eine dynamische starke Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region ist die Ausbildung der **angehenden jungen Fachkräfte und das Halten dieser in der Region**. Bislang kann Detmold zwar Fachkräfte dazu bewegen in Detmold zu bleiben, aber hauptsächlich auf Kosten des nahen Umfelds. Insgesamt verliert die Region bisher ca. die Hälfte der jungen Fachkräfte an das restliche Bundesgebiet. Es hat sich gezeigt, dass hier weitere Masterangebote ebenso unterstützen können, wie auch urbane kreative Zentren, die für diese Zielgruppe wahrnehmbar sind und ggf. einen direkten Übergang vom Studium ermöglichen. Diese urbane Dichte an Nutzungsmischungen und lebendigen öffentlichen Räumen wird auch von der etablierten Wirtschaft als wichtiger Standortfaktor betrachtet. So wünschen sich z.B. viele der Befragten Wohnnutzungen in direkter Nähe. Die Sichtbarkeit vorhandener attraktiver Arbeitsplätze in der Branche kann zusätzlich durch die von der Kreativbranche nachgefragten gemeinsamen Plattformen und Veranstaltungen der Region gefördert werden und so Fachkräfte in der Region halten. Diese sollten sowohl digital als auch analog wahrnehmbar sein.

Ein attraktives Kreativquartier bietet also einerseits Unterstützung und Vernetzung für die angehende und etablierte Kreativwirtschaft untereinander. Darüber hinaus nutzt es das Potential der vorhandenen technischen Ausstattung und das Expertenwissen der Hochschulen zur Unterstützung und Fortbildung der Kreativbranche. Durch ein attraktives dichtes, urbanes und nutzungsgemischtes Umfeld erhalten flankierende Dienstleistungen, bis hin zur Wohnnutzung ihren Platz. Durch diese Dichte an Angeboten sowie Veranstaltungs- und Fortbildungsformaten und eine digitale Präsenz wird die Kreativwirtschaft wahrnehmbar in Detmold und der Region.

STAKEHOLDER ANALYSE KOMPAKT

Profil der Kultur- und Kreativwirtschaft in OWL und Detmold

- Detmold ist gemessen an der Einwohnerzahl, vor allem in Hinblick auf die verkehrlichen Rahmenbedingungen ein überdurchschnittlich ausgeprägter kreativer Hotspot der Region. Gleichzeitig ist dies kaum wahrnehmbar.
- Das Profil der bisher ansässigen Kreativbranche in Detmold weist im Vergleich zum Bundesdurchschnitt einen stark überdurchschnittlichen Anteil an den künstlerischen Teilmärkten auf. Die klassisch starken Teilmärkte der Architektur, Werbung und Musikwirtschaft ergänzen das Profil der Stadt.

Netzwerke & Cluster

- Eine aktive Kreativbranche hat das Bedürfnis sich stärker zu vernetzen und wahrnehmbarer zu werden - sowohl digital als auch analog.
- Innerhalb der Kreativbranche existieren zahlreiche Wertschöpfungsketten und Wechselwirkungen, die das Potential einer räumlichen Nähe und eines gemeinsamen Netzwerks verdeutlichen.
- Die Bereitschaft sich gemeinschaftlich zu organisieren und zu unterstützen ist überdurchschnittlich hoch und prägend für die kleinteiligen Unternehmensstrukturen der KuK.

Standortfaktoren

- Der Zugang zu technischer Infrastruktur (FabLab, Tonstudios, Tischlerei, etc...) wird stark von der Branche nachgefragt und kann durch die Hochschulen bereitgestellt werden. Die Kreativbranche ist ohne Weiteres bereit für diesen Zugang Gegenleistungen zu erbringen.
- Flankierende Dienstleistungen können die Standortattraktivität stark erhöhen und werden auch durch Berufsschüler, Studierende und potentielle Gründer nachgefragt.
- Die KuK fragt insbesondere stark frequentierte, urbane und nutzungsgemischte Räume nach. Bestimmte Teilmärkte benötigen darüber hinaus den direkten Kundenkontakt.

Gründungspotential

- Das Gründungspotential der Studierenden und Auszubildenden der KuK ist überdurchschnittlich ausgeprägt und spiegelt die kleinteilige Unternehmensstruktur in der Praxis wider.
- Einige Hemmnisse können durch gezielte Unterstützungsangebote gemindert werden, so dass ein messbarer Anstieg der Gründungen zu erwarten wäre.

Fortbildung

- Die durchschnittliche Wegstrecke zu den Fortbildungsangeboten zeigt, dass kaum Angebote zur Fortbildung in OWL vorhanden sind und/oder genutzt werden.
- Eine (spezialisierte) Fortbildung der Hochschulen im Bereich der Digitalisierung könnte die Angebotslücke in OWL ein Stück schließen und stieße absehbar auf starke Nachfrage.

Bildung

- Ein Teil der Studierenden findet keine (zufriedenstellenden) Angebote für ein weiterführendes Studium am Standort. Die Dichte an Kreativen vor Ort und damit auch das Fachkräfte- und Gründungspotential ließe sich durch neue Angebote entsprechend weiter steigern.

The background of the entire page is a white surface covered with numerous black ink splatters of various sizes and shapes, creating a dynamic and artistic texture. The splatters are most concentrated around the central text area.

KREATIV QUARTIER DETMOLD



4 FALLSTUDIEN

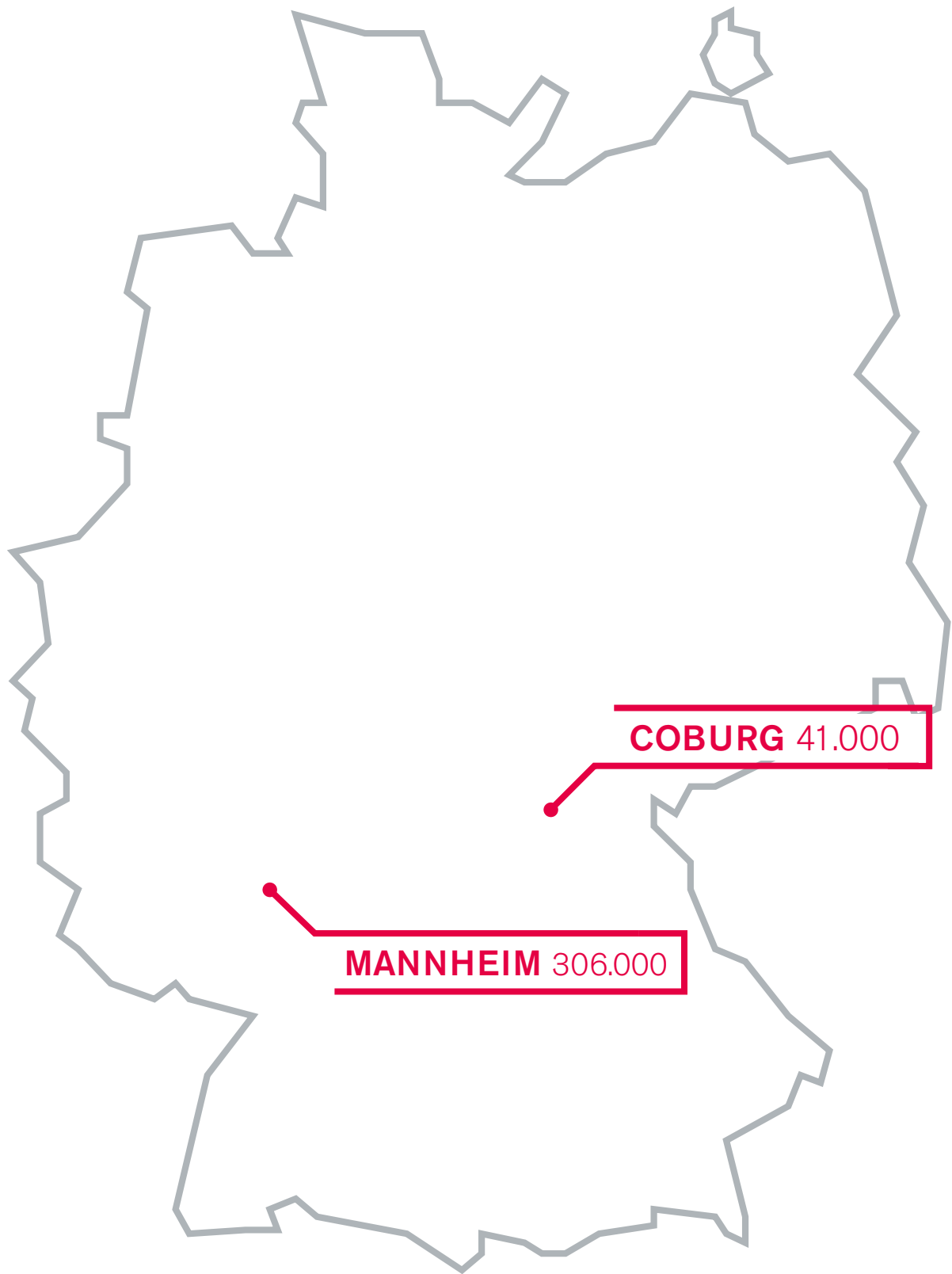
4 Entwicklungsrahmen / Fallstudien

Das Instrument der Fallstudien zielt darauf ab einen Einblick in den Stadtentwicklungsprozess bestehender Kreativquartiere zu erlangen, um in der Folge bereits existierende Konzepte, mit den Anforderungen die sich aus der Stakeholderanalyse ergeben haben, abzugleichen. Für die Untersuchung wurden Kreativquartiere ausgewählt, die in möglichst vielen Indikatoren vergleichbar mit den aktuellen Bedingungen in der Mittelstadt Detmold sind, aber auch Einblicke in Steuerung, Prozess und Folgewirkungen erlauben. Mit gleich mehreren Hochschulen als Schlüsselakteure in Detmold, erfolgt nun die Analyse zweier strategischer Stadtentwicklungsprozesse in denen die Hochschulen ebenfalls als Schlüssellakteur miteingebunden ist.

In der Großstadt Mannheim ist der Prozess bereits sehr weit fortgeschritten und Folgewirkungen der Impulsprojekte sind bereits sichtbar. In der kleinen Mittelstadt Coburg ist der erste Baustein des Stadtentwicklungskonzepts im direkten Umfeld reali-

siert. Die Fallstudien fußen dabei im Wesentlichen auf einer Dokumentenanalyse. Fehlende Inhalte wurden an den notwendigen Stellen durch Gespräche mit Schlüsselpersonen ergänzt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde zudem eine Erreichbarkeitsanalyse erstellt, um den Einzugsbereich der Fallbeispiele besser mit dem polyzentralen Raum rund um Detmold vergleichen zu können.

Die Fallstudien zu Mannheim und Coburg beginnen dabei mit einer Untersuchung des städtebaulichen Prozesses im Hinblick auf Akteure, Impulse, Steuerung und Förderung. Im Anschluss erfolgt eine steckbriefartige Darstellung der geförderten Einzelimpulse mit dem Fokus auf Projektentwicklung, Nutzer, Strategie und Struktur. In Mannheim rundet ein Blick auf die Folgeentwicklungen im Stadtteil die Fallstudie ab. In Coburg schließt das Fallbeispiel mit einem Überblick über Betreibergesellschaft und Vereinsstruktur.



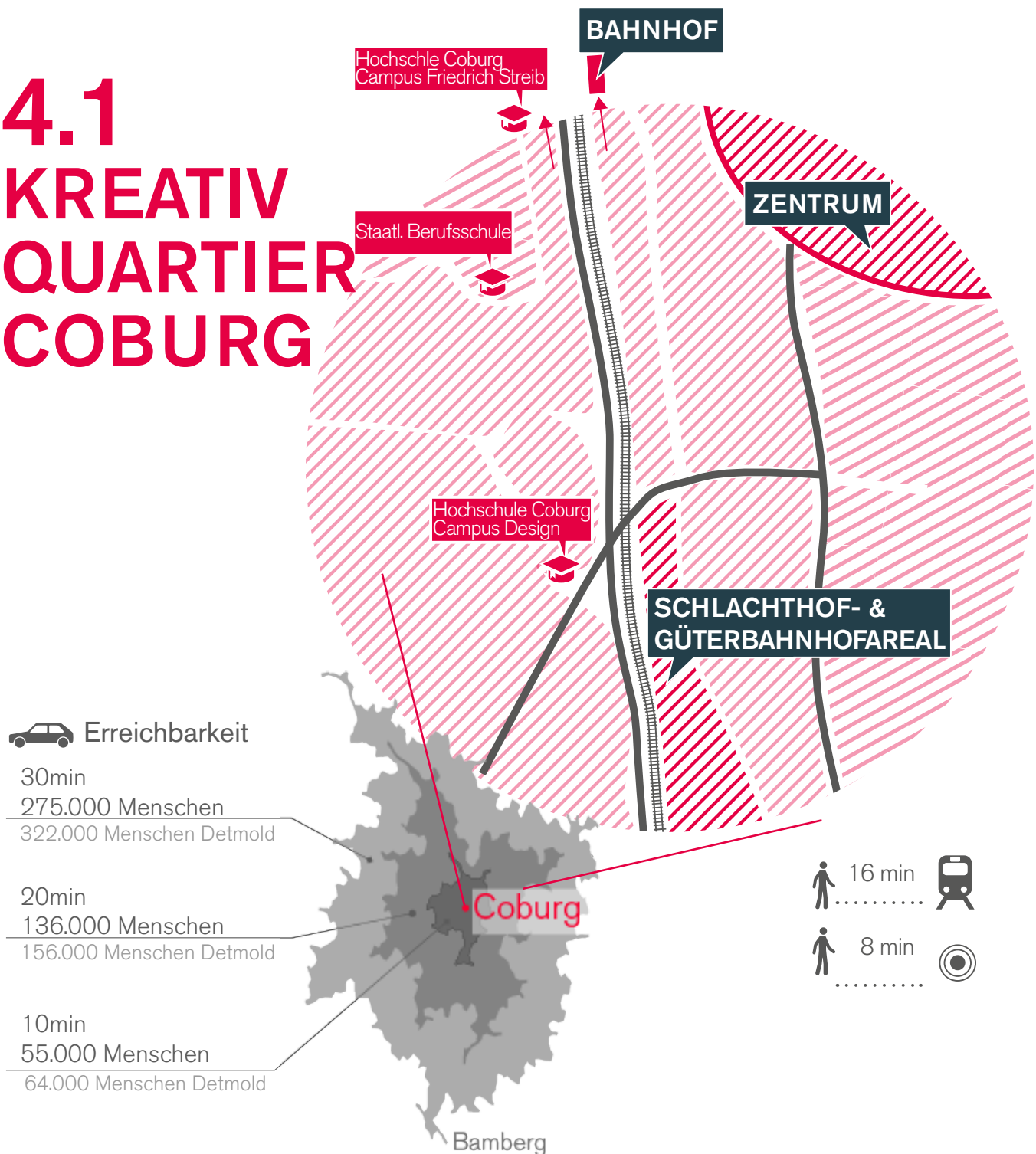
1.000.000 Einwohnerzahl

ABB. 33: FALLSTUDIEN



ABB. 34: BLICK AUF DIE EHEMALIGE SCHLACHTHOFVILLA. COBURG

4.1 KREATIV QUARTIER COBURG



Coburg als aktuelles Beispiel mit ähnlichem Einzugsgebiet und Ausgangsvoraussetzungen

Als Mittelstadt ist Coburg mit 42.000 Einwohnern und der impulsgebenden Hochschule für den dynamischen Wirtschaftsbereich der Sensor- und Aktortechnik, ihrer Kreativwirtschaft, der Designbranche und der integrativen Gesundheitsförderung mit Detmold vergleichbar. Die Erreichbarkeitsanalyse zeigt ebenfalls einen ähnlichen Einzugsbereich mit ca. 300.000 Menschen in einem Umkreis von 30 Autominuten. Die fußläufigen Entfernungen zu Stadtzentrum und Bahnhof sind ebenfalls vergleichbar. 2014 beschloss der Stadtrat der Stadt Coburg die Erstellung eines Rahmenplans für die Entwicklung des Güterbahnhofs. Dieser befindet sich unweit des Zentrums und in direkter Nähe zum Campus Design

der Hochschule Coburg. Eine Förderung erfolgte durch das Bayerische Sonderprogramm der Städtebauförderung zur Revitalisierung von Industrie- und Gewerbebrachen. Der Planungsprozess nahm etwa ein Jahr in Anspruch. Der entstandene Rahmenplan, der aktuell fortgeschrieben wird, schaffte damit die räumlichen und funktionalen Rahmenbedingungen für eine zukünftige koordinierte Entwicklung des Gebiets und die Einbindung in das Stadtgefüge und ist aus dem Stadtentwicklungskonzept von 2008 hervorgegangen. Der nordwestlich an das Plangebiet angrenzende Standort der Hochschule, die Designfakultät mit einem Studentenwohnheim, bildet eine wichtige zentrale Nutzung innerhalb der Stadt Coburg in direkter Nähe zum Areal und war wichtiger Impulsgeber für die Entwicklung des Areals. (vgl. Schirmer 2015)



ABB. 35: AREAL GÜTERBAHNHOF & SCHLACHTHOFGELÄNDE. COBURG

Das Stadtentwicklungskonzept der Stadt Coburg beschreibt bereits 2008 das große Potential auf den freiwerdenden Flächen in Angrenzung an die Hochschule ein Quartier "...mit dem Schwerpunkt Wissenschaft, Technik und Design zu entwickeln. Hier sollen sich u.a. Ingenieurdienstleistungen, Designlabors, Forschungseinrichtungen und Institute ansiedeln und durch Gründerzentren, Mediennetzwerke und Verbund mit bestehenden Unternehmen besondere Stärken entfalten. Hier bietet sich die Möglichkeit, den Strukturwandel zur Dienstleistungsstruktur in der Stadt Coburg voranzutreiben und den Kontakt zwischen Hochschule und Firmen zu intensivieren. Als Hochschule für angewandte Wissenschaften ist der Kontakt zu Kunden von erhöhter Bedeutung. Ziel soll es sein, Coburg auch als Standort für Forschung weiterzuentwickeln.“ (Ackers 2008)

Das Integrierte Stadtentwicklungskonzept aus dem Jahr 2008 formuliert damit erstmals das Potential des Areals und die Zielvorstellung dieser neuen wirtschaftlichen Profilierung der Stadt. Es schlägt ein Band für Kultur, Wissenschaft, Dienstleistung und Gewerbe auf dem 6 Hektar großen Areal vor (siehe Abb. 35). Es bildet damit die Grundlage für die weitere konzeptionelle und städtebauliche Entwicklung. Die Bemühung um die entsprechenden Flächen endete 2013 in einem erfolgreichen Ankauf des ehemaligen Güterbahnhofs. Gemeinsam mit der Wohnbaugesellschaft der Stadt erfolgte anschließend 2014 ein Beteiligungsprozess, der schließlich 2015 in einen Rahmenplan mündete. Diese Planungsabschnitte sind durch das Bayerische Sonderprogramm zur Revitalisierung von Industrie- und Gewerbebrachen gefördert worden.

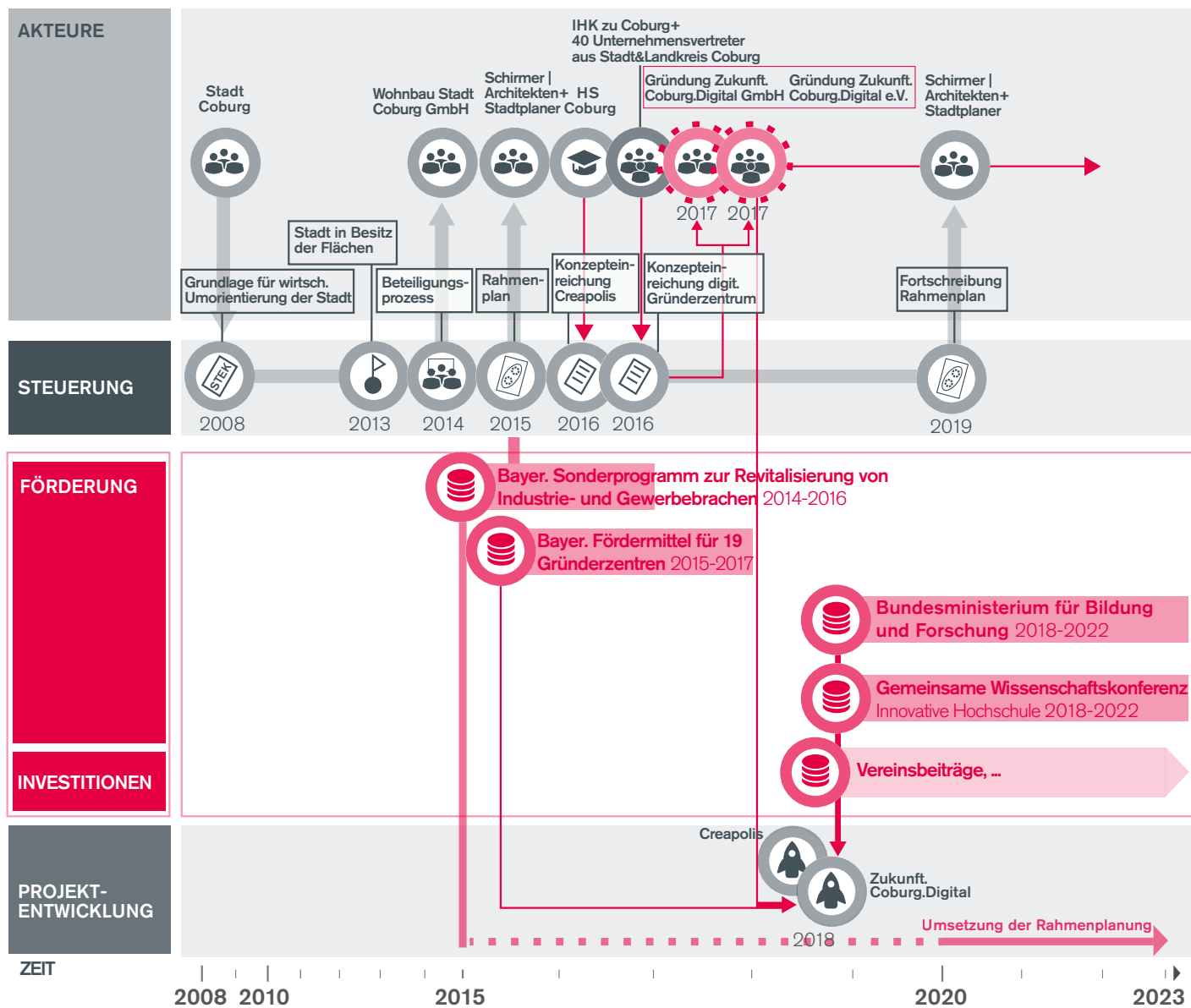


ABB. 36: PROZESS "KREATIVQUARTIER" COBURG

Die darin definierten Impulsbausteine sind mit Hilfe weiterer Fördermittel für Gründerzentren zwischen 2016 und 2018 realisiert worden. Dabei handelt es sich um die ersten Entwicklungsschritte des Areals im Norden des Plangebiets in direkter Nähe zur Hochschule. Mit Hilfe von Fördermitteln wurde das Projekt Creapolis als offenes Werkstattkonzept für Bürger, Schüler und Studenten, sowie das Gründerzentrum Zukunft.Coburg.Digital inklusive CoWorkingspace realisiert. Beide Projekte fanden ihren Standort in der ehemaligen Schlachthofvilla die 2018 feierlich neu eröffnet wurde. Auf den nachfolgenden Seiten befinden sich detaillierte Steckbriefe zu den beiden Einzelprojekten.



CREAPOLIS

Das Ziel von CREAPOLIS ist es, die Vernetzung und Sichtbarkeit der Hochschule zu erhöhen und dabei Impulsgeber für Innovationen und Forschungsaktivitäten in der Region zu sein. Als Innovations- und Transferplattform will CREAPOLIS Knowhow und Kompetenzen der Hochschule stärker in der Region verankern. Im Zentrum der Aktivitäten steht der Makerspace als offene Werkstatt auf dem ehem. Schlachthofareal. Hinter Dem Konzept Co-Transfer verbergen sich sechs wissenschaftliche Projektmanager, die aktiv in allen Phasen eines Forschungsprojekts unterstützen sollen - von der Antragsstellung bis zur Abwicklung.

CREAPOLIS

Fläche:
870 m²

BGF:
250 m²

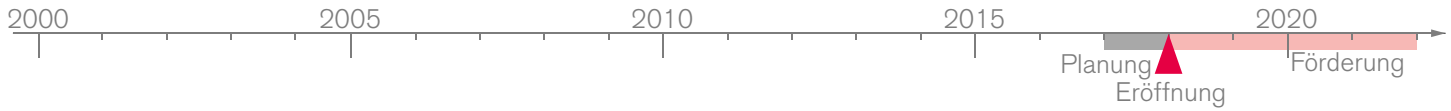
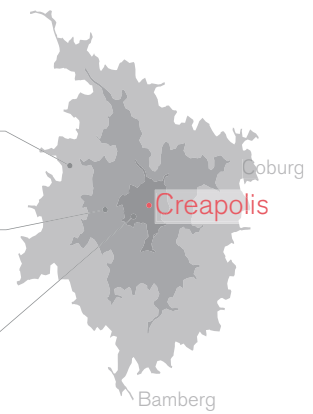


Erreichbarkeit

30min
275.000 Menschen
322.000 Menschen Detmold

20min
136.000 Menschen
156.000 Menschen Detmold

10min
55.000 Menschen
64.000 Menschen Detmold



PROJEKTENTWICKLUNG

- Projektträger: Hochschule Coburg
- Umsetzung: Top-Down
- Gebäudeentw.: Umnutzung ehem. Schlachthofvilla (EG)
- Baukosten: nn
- Förderung: 6,5 Mio Euro (Bundesministerium für Bildung und Forschung, Gemeinsame Wissenschaftskonferenz GWK (Programm - Innovative Hochschulen))

CLUSTER

- Branchen: nn
- Unternehmen: nn
- Fillings: MakerSpace - offene Werkstatt für Bürger, Schüler, Studierende und Unternehmen. Infrastruktur von traditionellen Werkzeugen bis High-Tech-Geräten
- Zusatz: Verwaltungsbüro, Veranstaltungsräume, Ausstellungsräume

STRATEGIE

- Ziele: Stärkung der innovationsbasierten Regionalentwicklung, Vernetzungsgrad und Sichtbarkeit der Hochschule erhöhen, Initiativen zu Forschungsaktivitäten von Unternehmen, Professoren mit Unternehmen in Region vernetzen
- Besonderheiten: Wiss. Projektmanager an Fakultäten, die aktiv Antragstellung, Projektabwicklung und Controlling von Forschungsprojekten unterstützen; Workshops

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

- Geschäftsführung: Dr. Markus Neufeld (Projektleiter)
- Mitarbeiter: 10 im Kernteam + 9 an den Fakultäten (z.T. in Teilzeit)
- Miete: wird durch Förderung gezahlt
- Zuschüsse: siehe Förderung

ABB. 38: STECKBRIEF CREAPOLIS

Die wissenschaftlichen Projektmanager sind an den Fakultäten der Hochschule angestellt und arbeiten eng mit dem ForschungsTransferCenter und dem Team CREAPOLIS zusammen. Neben der Unterstützung bei der Antragstellung, Controlling und Abwicklung von Forschungsprojekten, sind sie auf Messen präsent und leisten aktive Netzwerkarbeit mit bestehenden und potentiellen Kooperationspartnern. Die Kommunikationsaktivitäten reichen von Forscherkarteien, über Projektbörsen bis hin zu Workshops und Social Media Kanälen. Der Makerspace ist als offene High-Tech-Werkstatt konzipiert in der Bürger, Schüler, Studenten und Wirtschaft den Zugang zu

spezieller technischer Infrastruktur erhalten.

Für dieses innovative Konzept hat der Bund 6,5 Millionen Euro an Fördermitteln aus dem Programm Innovative Hochschule zur Verfügung gestellt. Auf 250m² ist dadurch im EG der ehemaligen Schlachthofvilla ein Hochschulstandort in innenstadtnaher Lage entstanden, der den Ideen-, Wissens- und Technologietransfer in Wirtschaft und Gesellschaft fördern soll.



ZUKUNFT.COBURG.DIGITAL

Im Obergeschoss der ehemaligen Schlachthofvilla ist das digitale Gründerzentrum für den Wirtschaftsraum Coburg entstanden. Projektträger des Co-Working Space ist eine eigens gegründete GmbH die das Ziel hat die Kooperation zwischen Hochschule, IHK und Unternehmen auszubauen indem es Startups und Jungunternehmer unterstützt. Die Projektträger beabsichtigen die zunehmende Dynamik der Digitalisierung zu nutzen und die Chancen für neue Geschäftsmodelle und Betätigungsfelder im Wirtschaftsraum Coburg frühzeitig zu etablieren und sich damit zukunftsfest zu machen. Gemeinsam mit den jungen engagierten

ZUKUNFT. COBURG.DIGITAL

Fläche:
870 m²

BGF:
250 m²

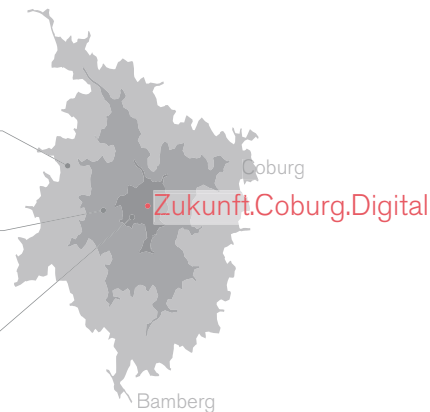


Erreichbarkeit

30min
275.000 Menschen
322.000 Menschen Detmold

20min
136.000 Menschen
156.000 Menschen Detmold

10min
55.000 Menschen
64.000 Menschen Detmold



PROJEKTENTWICKLUNG

- Projektträger: Zukunft.Coburg.Digital GmbH
Zukunft.Coburg.Digital e.V. IHK zu Coburg,
Hochschule Coburg, Stadt und Landkreis
Coburg, ... (insgesamt über 40)
- Umsetzung: Top-Down
- Gebäudeentw.: Umnutzung ehem. Schlachthofvilla (OG)
- Baukosten: nn
- Förderung: 300.000 Euro

CLUSTER

- Branchen: Kunstmarkt, Architekturmarkt, Design-
wirtschaft, Pressemarkt, Werbemarkt,
Software- und Games-Industrie
- Unternehmen: nn
- Fillings: Co-Working-Space
- Zusatz: Werkstätte (MakerSpace) im EG,
Workshopraum, Kreativraum, Gemein-
schaftsküche, Besprechungszimmer

STRATEGIE

- Ziele: Kooperation zwischen Hochschule,
IHK und Unternehmen ausbauen,
Startups und Jungunternehmen unter-
stützen, Attraktivität des Wirtschafts-
standorts (digital) ausbauen
- Besonderheiten: Gründung des Vereins Zukunft.Coburg.
Digital e.V., gestaffelte Mietpreise
für Studenten, Startups, Unternehmen
und Vereinsmitglieder; Inklusivangebote
(Druckernutzung, Internet, Getränke, ...);
kostenlose Coachingangebote

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

- Geschäftsführung: Dominique Dölz (Geschäftsführer),
Eric Rösner (Geschäftsführer)
- Mitarbeiter: 2
- Miete: Tagesmiete : 8 Euro - 20 Euro
Wochenmiete: 28 Euro - 60 Euro
Monatsmiete: 50 Euro - 200 Euro
- Zuschüsse: siehe Förderung
Mitgliedsbeiträge

ABB. 40: STECKBRIEF ZUKUNFT.COBURG.DIGITAL

Fachkräften soll die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts durch neue digitale Innovationen gesteigert werden.

Zusätzlich zu den mietbaren Arbeitsplätzen gibt es wöchentliche Veranstaltungen, Networking-Events und Workshops zum Thema Digitalisierung und Startups. Darüber hinaus ist dort das Berater Netzwerk von BayStartup, gefördert vom Freistaat Bayern vertreten. Der Standort in der Schlachthofvilla gilt als Übergangslösung. Damit entsteht eine erste Anlaufstelle der Initiative, die mit dem geschaffenen Coworkingspace die Funktion eines Inkubators

für Startups einnimmt. Bereits 2008 wird enormes Wachstumspotential auf dem Areal des Schlachthof- und Güterbahnhofs angenommen (vgl. Ackers 2008). Die Projektträger haben in einer weiteren Entwicklungsstufe das Konzept der "Digital Manufactory" entwickelt. Hier sollen gezielt Startups mit digitalen Geschäftsmodellen und Tech-Startups mit innovativen Prozess- und Produktionstechnologien gefördert werden. In Zuge dessen werden mit der gegenüberliegenden Kühlhalle und einem zweiten Standort im Landkreis Coburg neue Räumlichkeiten geschaffen, die auf insgesamt mehr als 2.000 m² Raum für neue Ideen und Innovationen bieten.

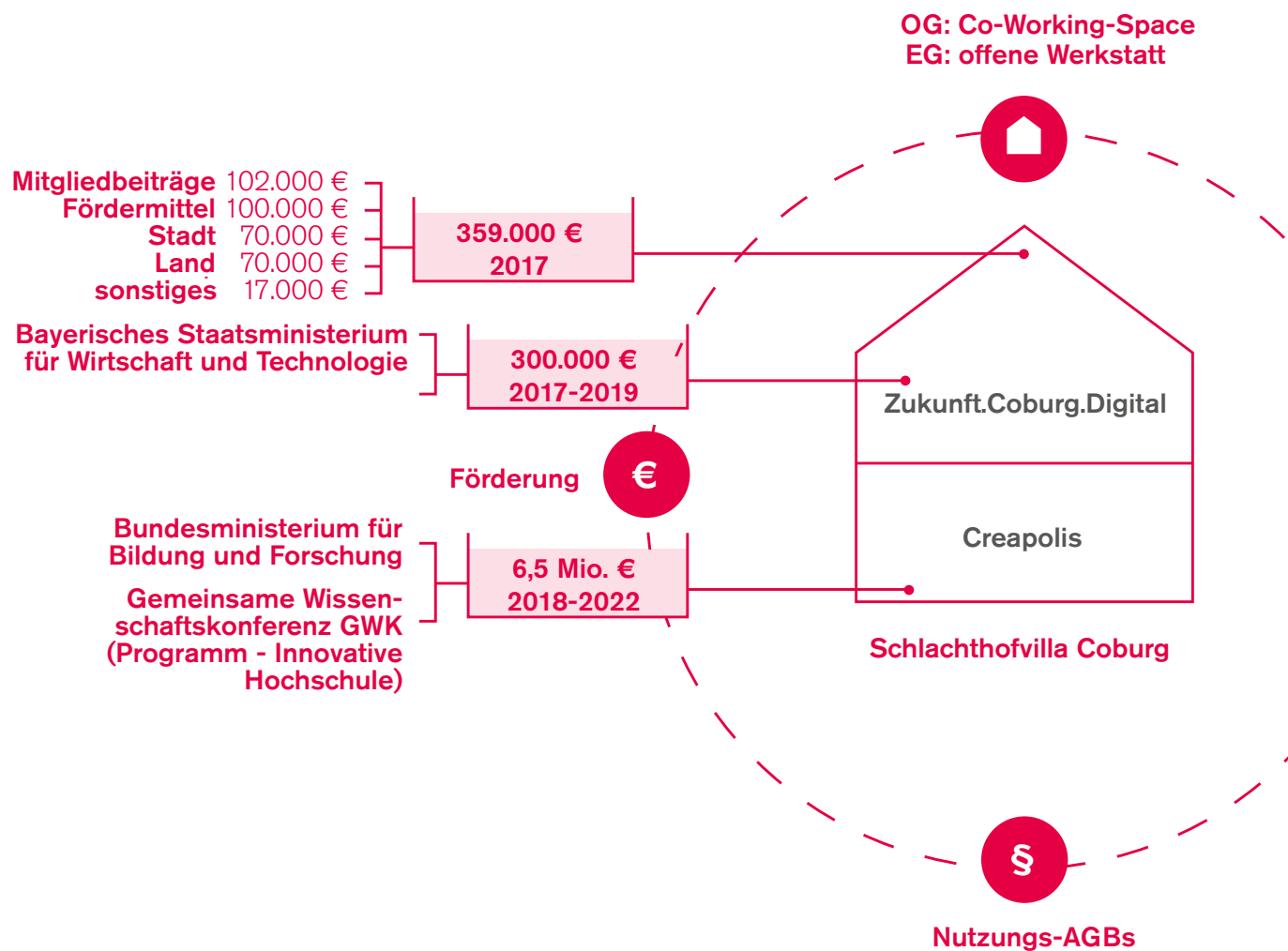


ABB. 41: ÜBERSICHT KONZEPT COBURG

Neben der Gründung einer GmbH zur Steuerung des Projekts wurde zudem ein Verein gegründet, bestehend aus Unternehmen und Förderern zur finanziellen Unterstützung der Jungunternehmen. (vgl. Coburg IHK 2018).

Insgesamt sind für die Entwicklung dieser ersten Impulse auf dem Areal 9,4 Millionen Euro geflossen (siehe Abb. 40). Zur Umsetzung und Finanzierung des Betriebs und weiterer Maßnahmen bedarf es geeigneter Organisations- und Finanzierungsstrukturen. Deshalb wurde als strategischer Unterbau der gesamten Initiative der Verein Zukunft.Coburg.Digital e.V. gegründet, dem mehr als 40 Unternehmen sowie weitere Partner

aus Wissenschaft, Gebietskörperschaften und wirtschaftsfördernden Institutionen als Gründungsmitglieder angehören. (Coburg IHK 2018)

Jungunternehmer (Unternehmen jünger als 3 Jahre), Studierende und wissenschaftliche Partner, gGmbHs und kommunale Gebietskörperschaften können beitragsfrei Mitglied werden. Für alle anderen Unternehmen sind die Mitgliedsbeiträge nach der Anzahl der Mitarbeiter gestaffelt. Sie reichen von 250 €/Jahr für kleine Unternehmen unter 10 Mitarbeitern bis zu 10.000 €/Jahr für große Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern. Mitglieder profitieren dabei von reduzierten Mieten für die Arbeitsplätze im Co-Working Spa-

Beitragsfrei sind ...

Jungunternehmen bis 3 Jahre Existenz), gGmbHs, kommunale Gebietskörperschaften, Hochschulen, Wissenschaftspartner, Studenten

unter 10 Mitarbeiter	250 €/a
10 bis 25 Mitarbeiter	500 €/a
26 bis 50 Mitarbeiter	1.000 €/a
51 bis 250 Mitarbeiter	5.000 €/a
über 500 Mitarbeiter	10.000 €/a

e.V

jährlicher Mitgliedsbeitrag

Reduzierung der Miete

€

€

Tages-, Wochen-, Monatsmieten

Studenten

Tagesmiete	10,00 € // 8,00 €
Wochenmiete	40,00 € // 28,00 €
Monatsmiete	100,00 € // 50,00 €

Startups

Tagesmiete	12,00 € // 10,00 €
Wochenmiete	48,00 € // 35,00 €
Monatsmiete	150,00 € // 100,00 €

Unternehmen
/sonstige

Tagesmiete	25,00 € // 20,00 €
Wochenmiete	80,00 € // 60,00 €
Monatsmiete	250,00 € // 200,00 €

inkl.

Schreibtisch

WLAN

Druckernutzung

kostenlose Coachingangebote

Netzwerkzugang

Workshop- und Besprechungsräume

ce. Dieser bietet bisher neben einem Schreibtisch, WLAN-Zugang, Druckernutzung und kostenlose Coachingangebote sowie Zugang zum Netzwerk, Workshop- und Besprechungsräume an. (ebd)

Auch die Preise für Tages-, Wochen- und Monatsmieten werden in dem Konzept von Zukunft.Coburg.Digital nach Zielgruppen unterschieden. Während Studenten nur 50 Euro pro Monat als Mitglied für einen Arbeitsplatz bezahlen müssen, sind es bei Unternehmen als Mitglied 200 Euro pro Monat. (ebd)



ABB. 42: ARBEITEN IM C-HUB. MANNHEIM-JUNGBUSCH

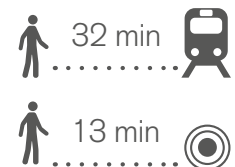
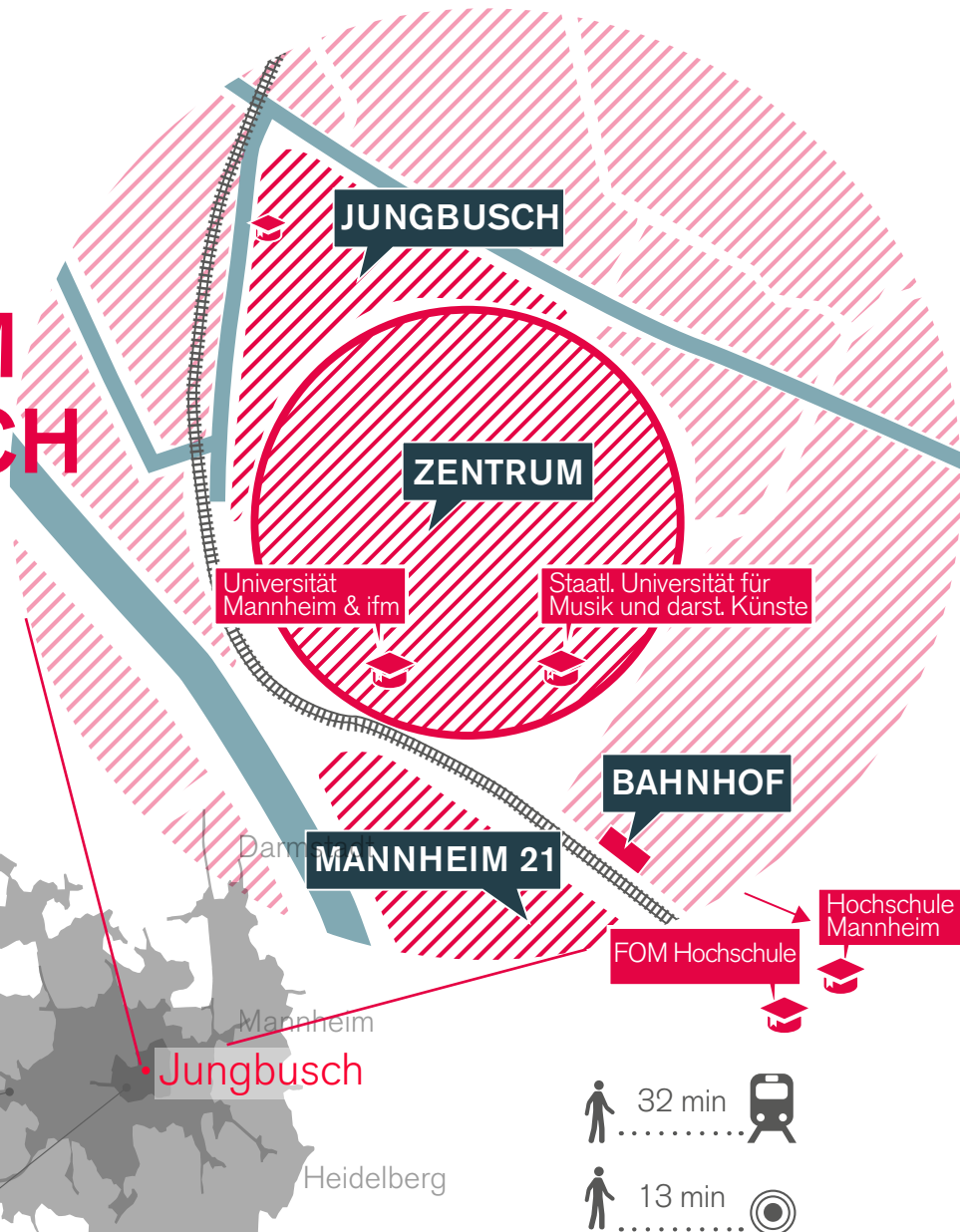
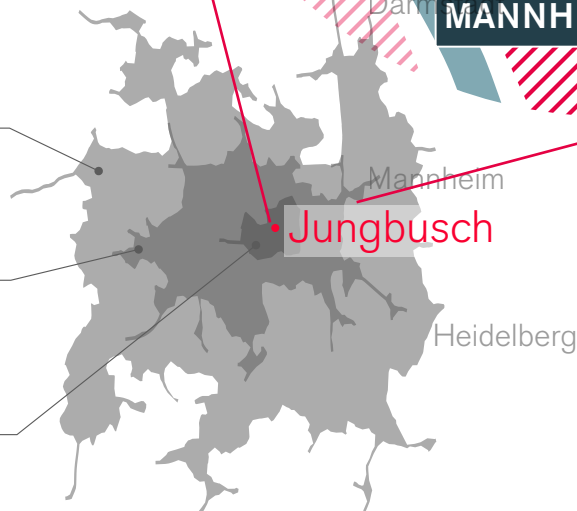
4.2 KREATIV QUARTIER MANNHEIM JUNGBUSCH

Erreichbarkeit

30min
1.5 Mio Menschen
322.000 Menschen Detmold

20min
557.000 Menschen
156.000 Menschen Detmold

10min
90.000 Menschen
64.000 Menschen Detmold



Mannheim-Jungbusch als Best-Practice für die Folgeeffekte einer Kreativquartierentwicklung

Die Stadt Mannheim dient mit seinen 306.000 Einwohnern als Best-Practice Beispiel für die Folgeeffekte einer Kreativquartierentwicklung. Die weit fortgeschrittenen Entwicklungen zeigen Möglichkeiten und Impulswirkungen öffentlicher Förderung im Bereich der KuK. Die Erreichbarkeitsanalyse zeigt, was die Einwohnerzahl bereits vermuten lässt. In 30min Fahrtfernung ist das Kreativquartier in Mannheim-Jungbusch von ca. 1,5 Millionen Menschen erreichbar - das Fünffache im Vergleich zu Detmold. Im Nahbereich relativiert sich das auf einen Faktor von 1,5 (90.000 zu 64.000 Menschen). Als kulturelles und wirtschaftliches Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar, dem siebtgrößten Ballungsraum Deutschlands, sind die Voraussetzungen durchaus unterschiedlich. Das Fallbeispiel zu

Mannheim-Jungbusch bietet aber wichtige Einblicke in den gesamten Prozess zur Entwicklung eines Kreativquartiers und gibt einen Eindruck möglicher Folgewirkungen.

Ursprünglich war Mannheim-Jungbusch geprägt durch eine einkommensschwache Bewohnerschaft, einen hohen Migrantenanteil und galt zudem als Rotlichtviertel. Trotz umfassender Sanierungen bereits in den 1980er Jahren behielt der Stadtteil zunächst sein negatives Image. Ausgangspunkt der Entwicklung zum Kreativquartier war der Strukturwandel im Hafen. Die Hafennutzung des Kanals ging immer mehr zurück und eröffnete damit Potentiale für eine Neuordnung des westlichen Rands des Stadtteils. Durch einen Mix aus städtischen Impulsen, Fördermitteln des Landes und privaten Mitteln ist so in den letzten 20 Jahren eine deutlich spürbare Entwicklung zum hippen Szeneviertel vollzogen worden.



ABB. 43: STÄDTEBAULICHE ENTWICKLUNG MANNHEIM-JUNGBUSCH

Dass Jungbusch heute als Multi-Kulti-Viertel mit Wachstumspotential gilt, ist auf verschiedene Stadtentwicklungsmaßnahmen zurückzuführen. Der Stadt gelingt es seit nunmehr 20 Jahren gezielt Fördermittel zu akquirieren und sie in einen integrierten Stadtentwicklungsprozess einfließen zu lassen. Als Ausgangspunkt kann die Zukunftswerkstatt Jungbusch gesehen werden, die eine Stabilisierung des Quartiers einleiten sollte. Zwei Jahre später kam es 1998 zum Beschluss der Nutzungsänderung am Kanal. Es folgten ein Beteiligungsprozess und schließlich der Rahmenplan Jungbusch/Verbindungskanal 2001 (siehe Abb. 43). Die Förderung durch die EU-Gemeinschaftsinitiative URBAN II Mannheim/Ludwigshafen am Rhein war ein wichtiger Schlüssel für die weitere Entwicklung.

Der Rahmenplan war die notwendige Voraussetzung für die folgenden zahlreichen Einzelprojekte und wurde über das EFRE Programme Ziel2 gefördert (siehe Abb. 44). In der Folge war eine geordnete

te und sich gegenseitig ergänzende städtebauliche und hochbauliche Entwicklung in einem stabilen Gerüst möglich. Sowohl private als auch öffentliche Investitionen erhielten so die notwendige Planungssicherheit. Auf dieser Grundlage entstanden die ersten wichtigen Meilensteine wie der Musikpark als Existenzgründerzentrum und die Popakademie 2004. Zur Stabilisierung und Unterstützung des Stadtteils hat sich die Stadt Mannheim außerdem für Mittel aus dem Programm Soziale Stadt der Städtebauförderung bemüht. Diese Mittel haben unter anderem ein Quartiersmanagement für den Stadtteil ermöglicht (2002-2007).

In einer zweiten Förderphase durch das EFRE-Programm RWB (Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung) erfolgten Aufstockungen und Erweiterungen der bestehenden erfolgreichen Projekte. Dazu wurden ein Clustermanagement und das C-HUB, als Kreativwirtschaftszentrum Mannheims, gefördert.

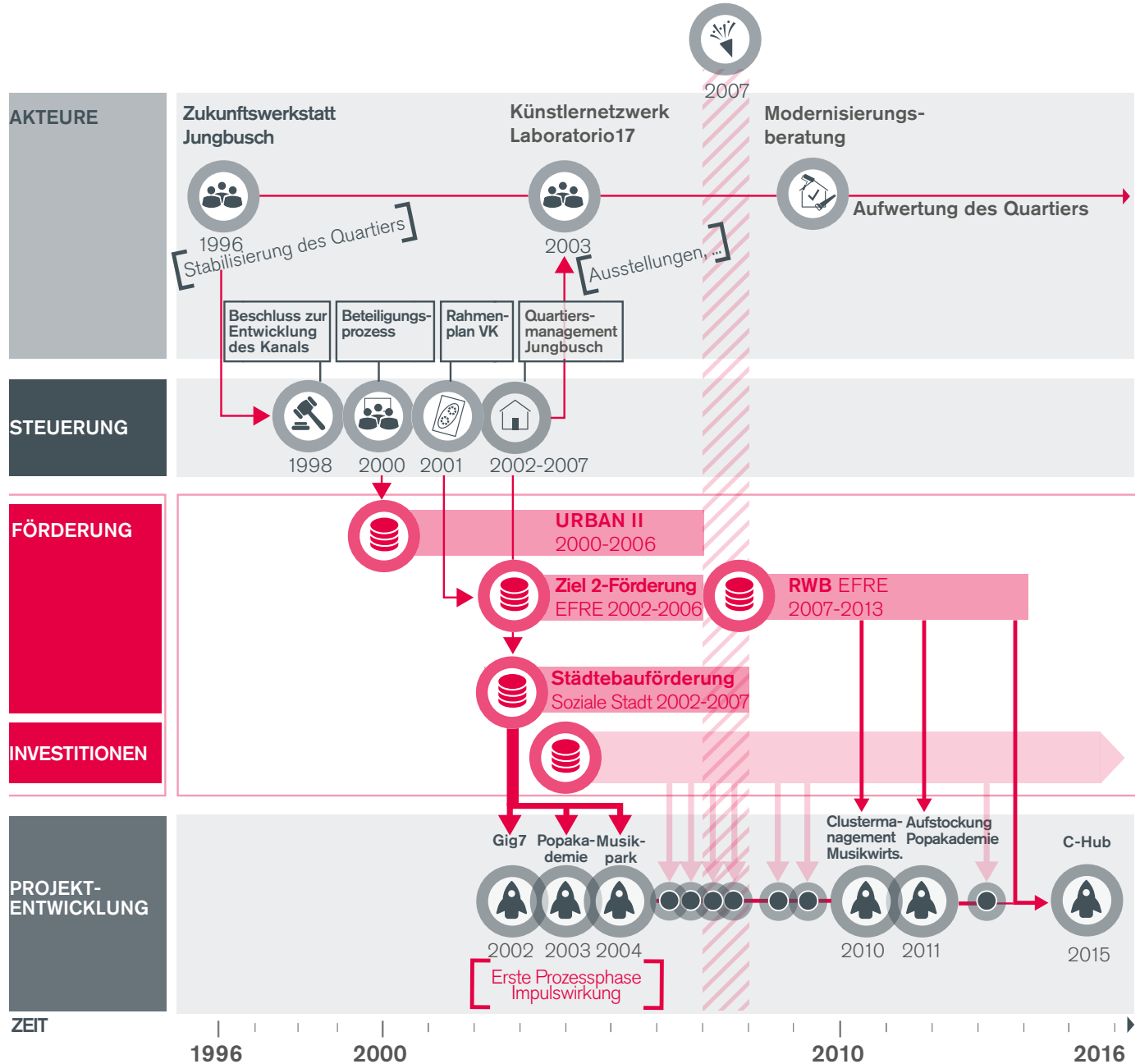


ABB. 44: PROZESS "KREATIVQUARTIER" MANNHEIM-JUNGBUSCH

Dieses stabile Gerüst und die öffentlichen Impulse führten darüber hinaus auch zu bemerkenswerten privatwirtschaftlichen Investitionen wie die Revitalisierung der alten Kaufmannmühle zu einem Mix aus Handel, Gastronomie, Büro und Wohnen. Die Investitionssumme von 35 Millionen Euro übersteigt die Mittel der Förderprogramme zur Entwicklung des Stadtteils, die sich auf 27,4 Millionen Euro belaufen, deutlich. Gleichzeitig weisen diese Summen auf durchschnittlich steigende Mieten im Stadtteil und eine entsprechende Gentrifizierung hin. Auf den nachfolgenden Seiten befinden sich detaillierte Steckbriefe zu ausgewählten öffentlich geförderten Einzelprojekten.



MUSIKPARK MANNHEIM

Der Musikpark als Existenzgründerzentrum für die Musikwirtschaft war der Ausgangspunkt für die weitere Entwicklung. Träger der Entwicklung war die Betreibergesellschaft mg: Mannheimer Gründungszentren GmbH, die für insgesamt 6,2 Millionen Euro den Neubau mit ca. 5400 m² BGF realisiert hat. Davon kamen 4,0 Millionen Euro Fördermittel aus der EU Ziel II Förderung.

Zielgruppen des Musikparks sind Musiker, Produzenten, Booker-Agenturen, DJs und Modell-Agenturen. Mit einer günstigen Miete, sowie betriebswirtschaftlichen Unterstützungsangeboten in einem attrakti-

ABB. 45: MUSIKPARK MANNHEIM (2018)

MUSIKPARK MANNHEIM

Fläche:
3.000 m²

BGF:
4.300 m²

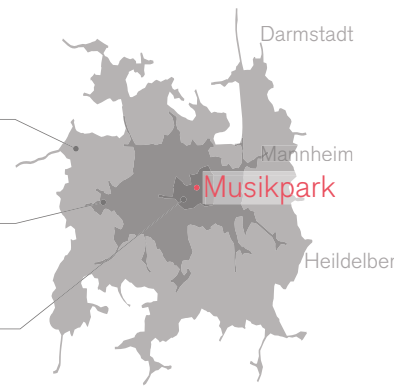


Erreichbarkeit

30min
1.5 Mio Menschen
322.000 Menschen Detmold

20min
557.000 Menschen
156.000 Menschen Detmold

10min
90.000 Menschen
64.000 Menschen Detmold



PROJEKTENTWICKLUNG

- Projektträger: Betreibergesellschaft (mg: mannheimer gründungszentren gmbh)
- Umsetzung: Top-Down
- Gebäudeentw.: Neubau
- Baukosten: 6,2 Mio Euro
- Förderung: 4,0 Mio Euro

CLUSTER

- Branchen: Musikwirtschaft sowie ergänzende Märkte wie die Designwirtschaft
- Unternehmen: 60 (Labels, Musikverlage, Event-, Booking- und Coaching-Agenturen, Musikproduzenten, Fotografen, Creative-Services und Rechtsanwälte)
- Fillings: 28 Büroeinheiten, 8 Proberäume, 3 Projektstudios, Seminarräume, Eventflächen, Tanz-, Performanceräume
- Zusatz: Restaurant mit Außenterrasse

STRATEGIE

- Ziele: Existenzgründerzentrum für die Musikwirtschaft (Musiker, Produzenten, Booker-Agenturen, DJs oder Modell-Agenturen)
- Besonderheiten: günstige Büromiete, betriebswirtschaftliche Beratungsangebote, Netzwerk; Kooperationspartner: IHK, Gründerverbünde, Wirtschaftsförderung

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

- Geschäftsführer: Christian Sommer
- Mitarbeiter: Community Management (2), Gebäudemanagement (1), Clustermanagement Musikwirtschaft (1), Beauftragte für Musik und Popkultur (1), Kulturelle Stadtentwicklung (2).
- Miete: subventioniert
- Zuschüsse: Höhe unbekannt

ABB. 46: STECKBRIEF MUSIKPARK MANNHEIM

ven Netzwerk der Musikwirtschaft sollten die Gründungsquote deutlich gesteigert werden. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde inzwischen ein Erweiterungsgebäude im angrenzenden Gewerbegebiet errichtet. Der Musikpark konzentriert sich dabei auf die Branchen der Musikwirtschaft sowie ergänzende Teilmärkte, wie z.B. die Designwirtschaft. In dem Cluster finden sich 60 Unternehmen die sich auf zahlreiche Büroeinheiten, Proberäume, Studios, Seminarräume und Eventflächen verteilen. Kooperationspartner sind die IHK, Gründerverbünde und die Wirtschaftsförderung der Stadt Mannheim.

Zusätzlich zu dem täglichen Betrieb finden immer wieder Musikevents in und um den Musikpark statt. So wurde z.B. für das Event "Pop im Hafen" eigens eine schwimmende Bühne aufgebaut Diese Art von Events werden strategisch dazu genutzt, um den Ort im regionalen Umfeld bekannt zu machen und das Image des Stadtteils und der Gesamtstadt positiv zu verändern. (Musikparkheim 2018)



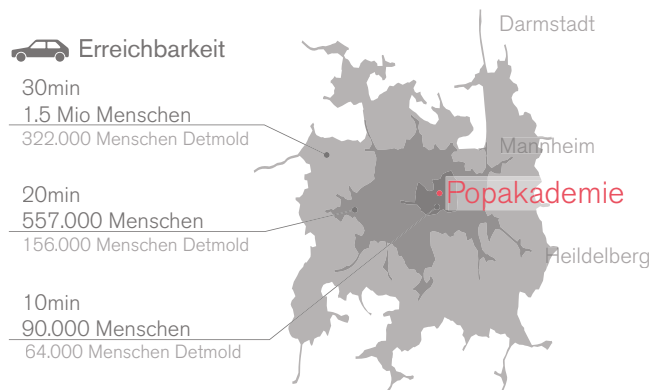
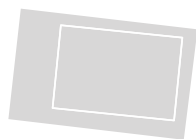
POPAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG

Der Musikpark Mannheim wird mit der Popakademie Baden-Württemberg und den wichtigen Bereich der Ausbildung ergänzt. Dabei handelt es sich um einen weiteren Leuchtturm in der Neustrukturierung der Wirtschaft und des Hafengebiets. Als Träger fungiert eine eigene GmbH, mit der Stadt Mannheim und dem Land Baden-Württemberg als Gesellschafter. Das Grundstück gehört der HGM, hinter der sich das Land Baden-Württemberg verbirgt. Die HGM hat einen langfristigen Mietvertrag

POPAKADEMIE MANNHEIM

Fläche:
1.800 m²

BGF:
2.200 m²



PROJEKTENTWICKLUNG

- Projektträger: Stadt Mannheim, Land Baden-Württemberg
- Umsetzung: Top-Down
- Gebäudeentw.: Aufbau eines zusätzlichen Baukörpers
- Baukosten: 13 Mio Euro (inkl. Aufstockung)
- Förderung: 6,9 Mio Euro (6,2 Mio Euro über EFRE)

CLUSTER

- Branchen: Musikwirtschaft
- Unternehmen: University of Popular Music and Music Business
- Fillings: Cafeteria, Seminarräume
- Zusatz: Probe- und Aufnahme-räume, Performenceraum

STRATEGIE

- Ziele: Musik- und Kreativwerkstatt fördern, Existenzgründung motivieren, Absolventen motivieren in der Region zu bleiben
- Besonderheiten: Pop-Beauftragte als wichtiger Kontakt zur Musikwirtschaft

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

- Geschäftsführer: Prof. Udo Dahmen (Leiter Fachbereich Populäre Musik)
Prof. Hubert Wandjo (Leiter Fachbereich Musik und Kreativwirtschaft)
- Mitarbeiter: 25 Mitarbeiter (Überschneidungen mit Mitarbeiter der Universität)
- Miete: -
- Zuschüsse: 2,1 Mio Euro (pro Jahr)

ABB. 48: STECKBRIEF POPAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG

mit der Stadt Mannheim geschlossen. Das Gebäude selbst hat 3,8 Millionen Euro gekostet und bietet 2.200 m² Nutzfläche. Ein vorgelagerter Platz ist sowohl öffentlicher Stadtraum als auch Entree für die Akademie. Er verbindet das Quartier mit dem Stadtteil und ist gleichzeitig Campus für die Studierenden.

Die Popakademie dient als Hochschuleinrichtung und Kompetenzzentrum für die Musikwirtschaft und die Musikszene. Ziel ist es diese Teilmärkte zu

fördern, Absolventen zu motivieren in der Region zu bleiben und zu einer Existenzgründung zu motivieren. Ein dauerhaft installierter Pop-Beauftragter soll für den ständigen Kontakt zur Musikwirtschaft sorgen. Die Akademie bietet rund 150 jungen Musikern staatlich anerkannte Bachelorstudiengänge in Popmusik und Musikbusiness an. Der erste Absolventenjahrgang wurde im Jahr 2006 verabschiedet. (Popakademie 2018).



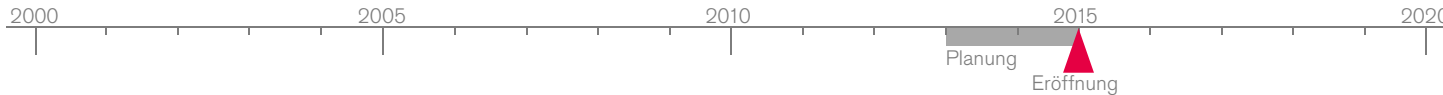
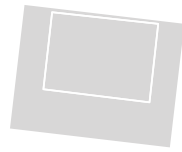
C-HUB MANNHEIM

Das C-HUB ist einer der neuesten Bausteine in der Entwicklung und seit 2015 in Betrieb. Das mittlerweile attraktive Image des Stadtteils hat dazu geführt, dass in kurzer Zeit bereits über 150 Akteure in den Büroflächen und Co-Working Spaces ihren Platz gefunden haben. Damit ist das C-HUB nahezu voll besetzt. Das Raumangebot trifft damit den Bedarf einer Branche im Wachstum. Von den derzeit 51 Unternehmen im C-HUB sind 36 StartUps. Die anderen 15 Unternehmen setzen sich aus Partnern und Förderern des C-HUBs zusammen.

C-HUB MANNHEIM

Fläche:
1.600 m²

BGF:
5.000 m²

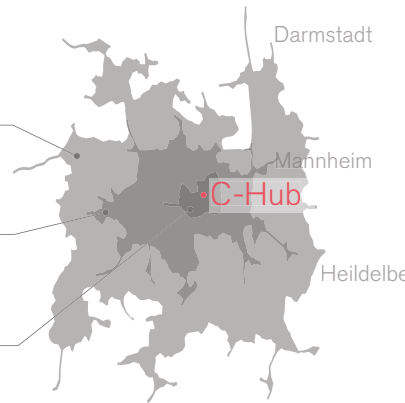


Erreichbarkeit

30min
1.5 Mio Menschen
322.000 Menschen Detmold

20min
557.000 Menschen
156.000 Menschen Detmold

10min
90.000 Menschen
64.000 Menschen Detmold



PROJEKTENTWICKLUNG

- Projektträger: Betreibergesellschaft (mg: mannheimer gründungszentren gmbh)
- Umsetzung: Top-Down
- Gebäudeentw.: Neubau
- Baukosten: 14,2 Mio Euro
- Förderung: 6,2 Mio Euro (EFRE und Land)

CLUSTER

- Branchen: Filmwirtschaft, Designwirtschaft, Werbemarkt, Kunstmarkt, Kommunikationsberatung, Software und App-Entwicklung
- Unternehmen: 51 Start-Up Unternehmen
- Fillings: flexible Büroflächen, temporäre Arbeitsplätze, Lagerräume, Gastronomie
- Zusatz: Kunstgalerie, Tagungsräume, Besprechungsräume, Showroom

STRATEGIE

- Ziele: ein Umfeld für Arbeit und Kommunikation schaffen, das die besonderen Bedürfnisse der Kreativbranche aufgreift und zielgruppenorientiert umsetzt
- Besonderheiten: Gebäude verfügt über eine hochwertige moderne Ausstattung, variierende Büroräume (kleinste Räume ab 24m²)

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

- Geschäftsführer: Christian Sommer (Betreibergesellschaft)
- Mitarbeiter: Community Management (2), Film Commission Nordbaden (1), Gebäudemanagement (1), Kultur- und Kreativwirtschaft(2)
- Miete: zwischen 8,50 (für Existenzgründer) und 10,50 Euro/m² netto zzgl. Nebenkosten
- Zuschüsse: unbekannt

ABB. 50: STECKBRIEF C-HUB MANNHEIM

Ziel der Betreibergesellschaft mg: mannheimer gründungszentren gmbh war es mit dem 14,2 Millionen Euro teuren Hochbauprojekt ein Umfeld für Arbeit und Kommunikation zu schaffen, das die besonderen Bedürfnisse der Kreativbranche ernst nimmt und Räume nach dem Bedarf der Branche anbietet. Als Neubau-projekt wurde deswegen auf eine standardisierte Fertigstellung der Arbeitsräume verzichtet. Stattdessen ist der Rohbau lediglich veredelt und mit einer hochwertigen, modernen Ausstattung bezugsfertig gemacht worden. So bleiben den Kreativen ausreichend Aneignungsmöglichkeiten und eine niedrigere durchschnittli-

che Miete ist realisierbar. Die stark variierenden Raumgrößen sorgen zusätzlich dafür, dass niedrigschwellige Mietmodelle für junge Existenzgründer verfügbar sind. Die benachbarte Galerie, Besprechungs- und Tagungsräume, Showrooms und gastronomische Angebote runden das attraktive Angebot ab.

Das C-HUB löst dabei den Fokus auf die Musikwirtschaft etwas auf und bietet auch anderen Branchen der Kreativwirtschaft Raum. So befinden sich derzeit z.B. Akteure aus der Filmwirtschaft, Designwirtschaft, Werbemarkt und der Softwareentwicklung unter einem Dach.

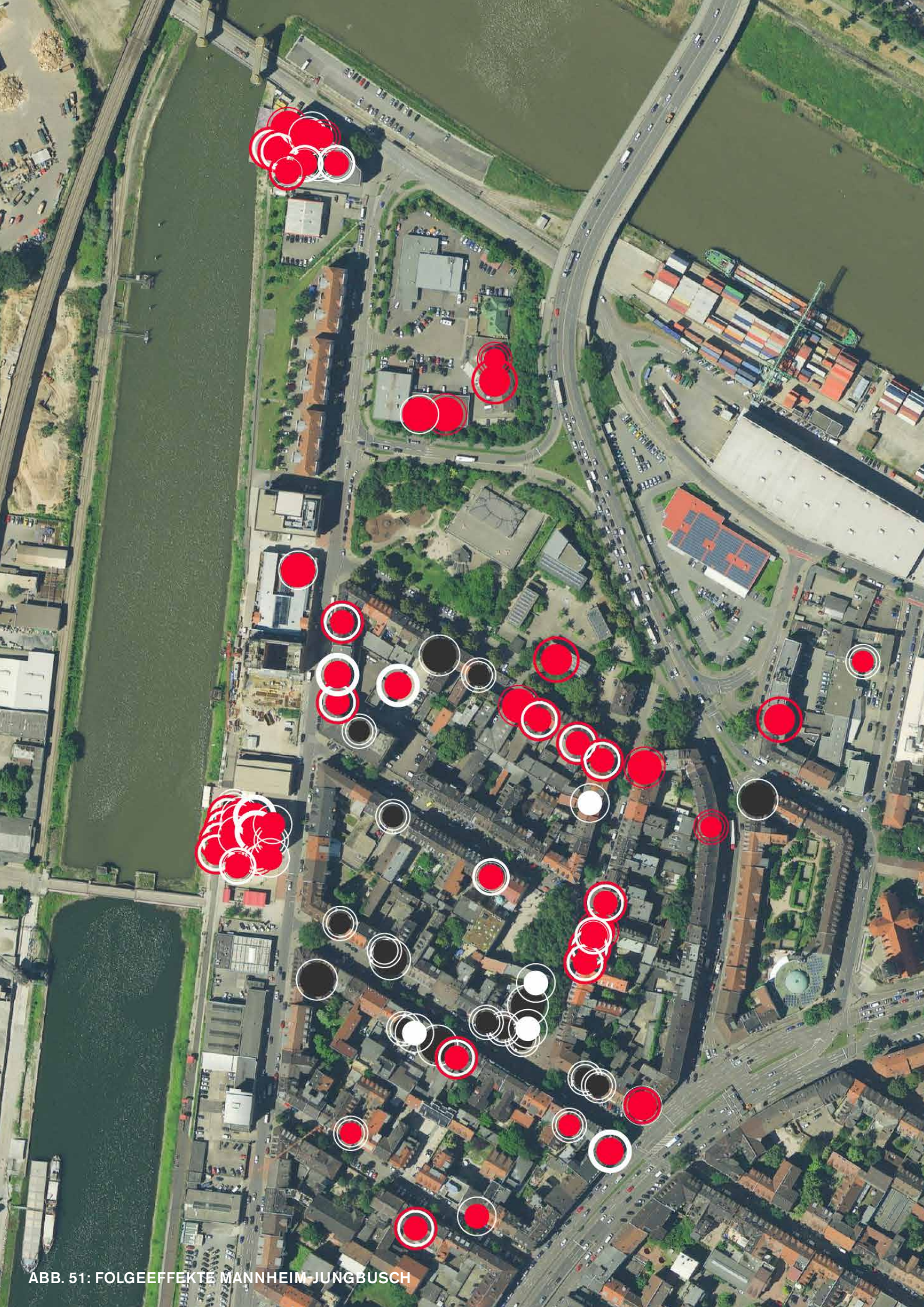


ABB. 51: FOLGEEFFEKTE MANNHEIM-JUNGBUSCH

Über einen Zeitraum von knapp 20 Jahren haben sich inzwischen zahlreiche Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Umfeld angesiedelt. Die Dichte an gastronomischen Einrichtungen (und die Ausrichtung dieser) hat sich ebenfalls stark verändert. Ladenlokale in den Erdgeschossen der Blockstrukturen haben sich in Jungbusch als Potentialflächen für die Ansiedlung und Verdichtung der kreativen Akteure erwiesen. Gemeinsam mit den stabilisierenden Förderprogrammen hat die Stadt bereits kurz nach der Fertigstellung der ersten öffentlichen Impulse einen deutlichen Anstieg an Nachfragen zur Existenzgründung wahrgenommen (Stadt Mannheim 2006). Die Kombination einer umfangreichen Beratung gekoppelt mit Investitionszuschüssen an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) konnte seine Wirkung entfalten. So kam 2012 auch die Prognos AG und Fraunhofer zu der Auffassung, dass durch die Etablierung eines Musikclusters, in Form öffentlich geförderter Stadtbausteine, von einer deutlich positiven Wirkung auszugehen ist (Arndt et al 2012). Eine eigene Datenrecherche zählt inzwischen (Stand Dez 2018) 30 Unternehmen der KuK im Stadtteil, zusätzlich zu den Clustern im C-HUB (51 Startups) und dem Musikpark (ca. 60 Unternehmen). Sie verteilen sich auf alle Teilmärkte und werden durch 27 Bars, Cafes und Restaurants ergänzt, die für einen lebendigen öffentlichen Raum sorgen und die Attraktivität des Stadtteils weiter erhöhen. Vom benachteiligten Stadtteil im Förderprogramm Soziale Stadt Anfang des Jahrtausends, sorgen sich inzwischen viele über eine anhaltende Gentrifizierung des Stadtteils (SWR 2019).

- Musikwirtschaft
- Designwirtschaft
- Filmwirtschaft
- Kunstmarkt
- Buchmarkt
- Werbemarkt
- Software- & Gamesindustrie
- Architekturmarkt
- Markt der darstellenden Künste
- Rundfunkwirtschaft
- Pressemarkt
- Cafe
- Bar
- Restaurant



4.3 Conclusio - Entwicklungsrahmen

Die Fallstudien zeigen auf, wie aus einzelnen Hochbauprojekten und verschiedenen Akteuren ein integriertes Stadtentwicklungskonzept entstehen kann, das in der Lage ist als attraktiver Standort für die KuK Kreativität in der Stadt zu bündeln und mit einer erhöhten Gründungsrate für ein Erstarken dieses Wirtschaftssektors sorgen kann. Die Erkenntnisse lassen sich in vier Themenfelder unterteilen.

Steuerung und Rahmen

Ein integriertes Stadtentwicklungskonzept sowie Rahmenpläne für eine Kreativquartierentwicklung sind nicht nur dazu geeignet Synergieeffekte zwischen einzelnen Projekten herzustellen und gemeinsam eine tragfähigere Gesamtentwicklung zu erreichen. Sie sind auch notwendige Grundlage für die Beantragung von Fördermitteln und geben privaten Investoren Planungssicherheit. Eine gemeinsam abgestimmte von der Stadtgesellschaft getragene Entwicklung kann zudem in sich selbst schon als Impuls verstanden werden.

Schlüsselmaßnahmen und Impulse

Gründungszentren haben als eine der ersten wichtigen Leitprojekte auf dem Weg zum Kreativquartier gerade unter Einbeziehung der Hochschulen eine starke Impulswirkung und Anziehungskraft auf angehende Gründer. Die Gründungsrate kann so messbar gesteigert werden. Es entsteht ein erster dauerhafter Kommunikationskanal zwischen Hochschule und Wirtschaft. Ergänzend sind offene Werkstätten Teil erfolgreicher Konzepte. Ob nun FabLab, MakerSpace oder OpenLabs, sie sind wesentlicher Treiber für das Ansiedeln kreativer Unternehmen im Umfeld. Neben den attraktiven Produktionsbedingungen für die etablierte Kreativwirtschaft sind solche offenen Werkstätten ein wichtiges Unterstützungsangebot für angehende Gründer. Nicht zuletzt dienen Sie als OpenLab strategisch zur Vernetzung aller Akteure von Gründern und etablierter Wirtschaft genauso, wie zwischen Schülern, Berufsschülern, Wissenschaftlern und der Stadtgesellschaft.

Im Umfeld dieser Einrichtungen sind Co-Working Spaces ein folgerichtiges Angebot, um einen niederschweligen Einstieg in die Selbstständigkeit und eine Plattform für Austausch und Netzwerk zu ermöglichen. Nachdem der neue Standort in das Bewusstsein der Kreativwirtschaft gelangt ist, steigt erwartbar die Nachfrage nach Arbeitsräumen im Umfeld. Creative-Hubs, als Synonym für Büroimmobilien mit differenzierten Raum- und Mietangeboten, bieten jeder Unternehmensgröße das passende Angebot. Während Bestandsimmobilien möglichst roh, aber mit funktio-

nierender Infrastruktur zur Verfügung gestellt werden, um die Miete niedrig und die Aneignungsmöglichkeiten hoch zu halten, sind beim Neubau Konzepte wie ein veredelter Rohbau gefragt, um dieselben Effekte zu erzielen. Viele dieser Schlüsselmaßnahmen sind Einzelimpulse die aufeinander aufbauen. Sie wirken am Besten in Kombination und eingebettet in einen attraktiven gut erreichbaren öffentlichen Raum.

Förderung und Unterstützung

Gründungszentren als ein erstes Schlüsselprojekt schaffen die notwendigen räumlichen Voraussetzungen für eine spürbare Unterstützung von Jungunternehmen und Gründern. Hierzu zählen Beratungsangebote bereits deutlich vor der Gründung, Netzwerkarbeit, regelmäßige Veranstaltungen, sowie der Zugang zu technischem Equipment und Wissen. Der Nährboden für die angehende und etablierte Kreativwirtschaft wird vervollständigt durch gemeinschaftlich nutzbare Räume, wie Besprechungs-, Tagungs- und Ausstellungsräume. Einige Konzepte sehen Gegenleistungen für den Zugang zu diesen Angeboten vor. So existieren z.B. Verpflichtungen Praktikanten oder Auszubildende anzustellen. Leuchtturmprojekte wie die Samtweberei Krefeld zeigen außerdem, wie auch die kreative Schöpfungskraft dieser Jungunternehmer für das Quartier genutzt werden kann (vgl. Samtweberei Krefeld 2017). Die Bereitschaft eine Gegenleistung zu erbringen ist auch in diesen Projekten stark ausgeprägt und führt nicht zu leeren Büroflächen.

Netzwerk und Transfer

Diese Bereitschaft die Gemeinschaft aktiv zu unterstützen kann über Vereinsstrukturen oder über Mietverträge verstetigt werden. Gerade Vereinsstrukturen eignen sich auch, um Förderer und Großunternehmen miteinzubinden, die Bereitschaft zeigen StartUps in der Region zu fördern und das Innovationspotential der Region zu steigern. Eingenommene Gelder wiederum können zur Reduzierung der Miete verwendet werden. Die Nähe zu Hochschulen und Berufsschulen erleichtert die Etablierung von flankierenden Dienstleistungen durch eine größere Nachfrage. Diese Einrichtungen sind neben Veranstaltungen und Festivals der Kreativen wichtige Anlaufpunkte für die Stadtgesellschaft und die Kreativen selbst. So kann ohne große Werbemaßnahmen ein Bewusstsein für die Kreativen vor Ort erzeugt und ein weiteres Stück Netzwerkarbeit geleistet werden. Insbesondere Festivals und regelmäßige Veranstaltungen helfen dabei den Ort im Bewusstsein des lokalen und regionalen Umfelds zu verankern und so die Wahrnehmbarkeit der KuK, ihrer Gründer und auch der anderen beteiligten Akteure zu erhöhen.

FALLSTUDIEN ANALYSE KOMPAKT

Steuerung und Rahmen

- Damit ein Einzelobjekt als Impuls für eine größere Entwicklung dienen kann, sind integrierte Stadtentwicklungen entscheidend.
- Rahmenplanungen und Stadtentwicklungskonzepte können Synergieeffekte zwischen den Einrichtungen fördern und sorgen dafür, dass die Entwicklungen aufeinander aufbauen. Sie betten öffentlich geförderte Leuchtturmprojekte als gezielte Impulse in eine gesamtstädtische Entwicklung ein.
- Rahmenplanungen und Stadtentwicklungskonzepte dienen als sicheres Gerüst für Investitionen aus privater und öffentlicher Hand. Dazu gehören auch Investitionen in den öffentlichen Raum, die für eine Aufwertung und Wertsteigerung der umliegenden Nachbarschaft sorgen
- Rahmenplanungen und Stadtentwicklungskonzepte bilden die Grundlage für die Förderanträge von hochbaulichen und städtebaulichen Entwicklungsimpulsen.

Schlüsselmaßnahmen und Impulse

- Gründerzentren: sind wesentlicher Impuls für eine Clusterung der Kreativen vor Ort. Sie können die Sichtbarkeit der Einzelnen stark erhöhen und die Gründungsrate messbar steigern.
- Offene Werkstätten: FabLabs/Makerspaces und andere Werkstätten sind wesentliche Treiber für eine Ansiedlung in o.g. Räumen und ein wichtiges Unterstützungsangebot für potentielle Gründer.
- Co-Working Spaces: dienen als erster niedrighschwelliger Einstieg in ein Kreativnetzwerk. Es fördert und verstetigt die Netzbildung der ansässigen KuK.
- Creative-Hubs: nehmen den Nachfragedruck auf und bieten mit differenzierten Raum- und Mietangeboten jeder Größe von Unternehmen Arbeitsräume an. Sie erhöhen die Sichtbarkeit der KuK und verstetigen die Entwicklung eines Kreativclusters. Bei Neubauten helfen Konzepte wie veredelter Rohbau die Mieten gering zu halten und den Kreativen Aneignungsmöglichkeiten zu bieten.
- Die Einzelelemente wirken am besten in Kombination.

Förderung und Unterstützung

- Beratungsangebote in Kombination mit weiteren Unterstützungsangeboten führen zu einem spürbaren Anstieg der Gründungsrate. Erfolgreiche Kreativquartiere unterstützen im besonderen Maße Jungunternehmer und Gründer.
- Zu dieser Unterstützung zählen niedrige und flexible Mieten, der Zugang zu technischem Equipment, sowie die zur Verfügungstellung von Besprechungs-, Tagungs- und Ausstellungsräumen.
- Einige Konzepte sehen Gegenleistungen für den Zugang zu diesen Angeboten vor. So existieren z.B. Verpflichtungen Praktikanten oder Auszubildende zu beschäftigen.

Netzwerk und Transfer

- Der Gemeinschafts- und Netzwerkgedanke ist allen Konzepten gemein. Der Zugang zum lokalen Netzwerk der Kreativwirtschaft und etablierten Wirtschaft lässt sich über Vereinsstrukturen und regelmäßige Veranstaltungsformate etablieren.
- Die Nähe zu Hochschulen fördert die Gründungsrate durch den erleichterten Übergang in den Arbeitsmarkt und den Zugang zu technischer Infrastruktur. Darüber hinaus erleichtert die hohe Anzahl an Studierenden die Etablierung von flankierenden Dienstleistungen, die wiederum wichtige Anlaufpunkte für die KuK und die Stadtgesellschaft sind.
- Festivals und Veranstaltungen helfen zusätzlich dabei den Ort im Bewusstsein des lokalen und regionalen Umfelds zu verankern und so die Wahrnehmbarkeit der KuK, ihrer Gründer und auch der anderen beteiligten Akteure zu erhöhen.

**KREATIV
QUARTIER
DETMOLD**



5 RÄUMLICHE BETRACHTUNG



ABB. 52: SUCHRAUM KREATIV QUARTIER DETMOLD



Impuls
Quartiersentwicklung
BRITENSIEDLUNG

Impuls
Vernetzung
HANGAR 21

5 Räumliche Betrachtung

Detmold ist eine bürgerliche Mittelstadt abseits von ICE oder Autobahnverbindungen, allerdings mit vielfältigen kreativen Einrichtungen wie dem Landestheater und den zwei Hochschulen. Wie in Kapitel 3 erläutert, beherbergt Detmold mit seinen 73.000 Einwohnern bereits jetzt einen überdurchschnittlichen Anteil an Kreativen. Der Zuzug des Fachbereichs 2 Medienproduktion wird diesen Cluster weiter stärken und bietet Anlass im Umfeld nach möglichen Räumen zu suchen, die eine Folgeentwicklung zum Kreativquartier initiieren oder aufnehmen können.

Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Kreativquartiers in Detmold ist die Umzug des Fachbereichs 2 Medienproduktion von Lemgo nach Detmold. Auf dem Grundstück und in unmittelbarer Nähe existieren weitere Flächen, die eine Nachverdichtung mit weiteren Einrichtungen ermöglichen. Auf der Suche nach geeigneten Räumen und Flächen für geförderte Impulsbausteine, ist der Standort an der Bielefelder Straße ein wichtiger Anker. Dieser Logik folgend fällt als erstes Detmold West als weiterer Suchraum in Betracht, als Bindeglied zwischen Innenstadt und Campus sowie als geeignet dichter städtischer Transformationsraum, der potentiell Impulse aufnehmen kann. Der Suchraum beruht zudem auf unterschiedlichen Ambitionen und Möglichkeiten, die von den Kooperationspartnern dieser Initiative gesehen werden. Dabei handelt es sich um das Umfeld des FB2 Neubaus, aber auch die Leerstände am Bahnhof mit der im Bau befindlichen

Fußgängerunterführung und dem Wärmespeicherturm am Kronenplatz als Impuls. Der Abzug der britischen Streitkräfte aus der Siedlung im Nordosten der Stadt bringt den Druck der Nachnutzung aber auch weiteres Potenzial im Detmolder Nordosten. Hinzu kommen bestehende Einrichtungen wie der Hangar21 und die landesweit bekannte Hochschule für Musik Detmold, die über Entwicklungen zum Kreativquartier potenziell stärker mit anderen Kreativen vernetzt werden können.

Im Folgenden wird der Stadtraum nun auf von kreativen nachgefragte Räume untersucht. Diese Potentialräume lassen sich in vier Typologien unterscheiden (vgl. Overmeyer u.a. 2014). Ehemalige Gewerbeareale sind als Transformationsräume für Kreative ebenso attraktiv, wie leere Erdgeschosslokale oder leerstehende Büroimmobilien aus der Nachkriegszeit. Dazu sind auf ungenutzten Brachflächen natürlich Neubauentwicklungen möglich.

Auf den folgenden Seiten befindet sich eine detaillierte Beschreibung dieser Räume mit Beispielen aus Detmold sowie eine Verortung im Raum. Die Lage dieser Räume im Stadtgebiet wird im Anschluss mit bestehenden Einrichtungen der KuK und anderen Akteuren im Stadtgebiet sowie resultierenden Bewegungslinien abgeglichen. Im Ergebnis werden die vielversprechendsten Räume sichtbar, die ausreichend räumliches Potential bieten und eine Einbindung in die Stadtgesellschaft ermöglichen.



Transformationsräume - Beispiel Temde



Erdgeschosslokale - Beispiel Emilienstraße / Elisabethstraße

ABB. 53: POTENTIALRÄUME - BEISPIELE AUS DETMOLD

Typ 1: Transformationsräume

(Overmeyer u.a. 2014: 172ff)

Unter Transformationsräumen werden durch den Strukturwandel leergefallene oder mindergenutzte ehemalige Gewerbe- und Industrieareale oder Kasernenstandorte verstanden. Dies ist i.d.R. Ausdruck tiefgreifender Veränderungen in dem Stadtgefüge und betrifft Orte, die stark im städtischen Bewusstsein verankert sind. Sich dieser Kultorte anzunehmen und sie neu zu beleben, ist für Kreative hoch attraktiv. Oft sind hier große Flächen verfügbar, so dass sie für Einzelne kaum nachnutzbar sind.

Typische Potentiale:

- oft hohe (innerstädtische) Lagewerte
- umfangreiche Flächenpotentiale und großes Angebot an offenen, vielfältig nutzbaren Bestandsgebäuden
- Hohe Identifikationsmöglichkeiten durch atmosphärische Qualitäten und Wirkungen sowie Quartiersqualitäten und Ensemblewirkung
- Verknüpfung von nicht kommerziellen und gewinnorientierten Nutzungen möglich

Typische Schwierigkeiten:

- zum Teil schwierige Eigentümerkonstellationen oder verteilte Zuständigkeiten
- notwendige Umbau- und/oder Sicherungsmaßnahmen

Typ 2: Leergefallene Erdgeschosslokale

(ebd: 178ff)

Leergefallene Erdgeschosslokale bieten Raum für kleinere kreative Nutzungen mit direktem Kundenkontakt. Oft befinden sich diese Lokale in bestehenden Laufwegen in oder unweit der Innenstadt. Diese Lokalitäten sind daher stark im öffentlichen Bewusstsein verankert und werden im alltäglichen Handeln der Stadtgesellschaft wahrgenommen. Aufgrund ihrer Größe eignen sich diese Flächen insbesondere für Gründer und andere privatwirtschaftliche Folgeentwicklungen.

Typische Potentiale:

- oftmals günstige Mietkonditionen
- direkter Bezug zum öffentlichen Raum
- meist sehr gute öffentliche Anbindung und innerstädtische Lage
- gute Lokalgrößen für kleinere Nutzungen
- Möglichkeiten zur Bildung einer kritischen Masse an kreativen Nutzungen
- starke Verankerung im öffentlichen Bewusstsein, dadurch schnellere Adressbildung

Typische Schwierigkeiten:

- komplexe Eigentümerstrukturen und geteilte Zuständigkeiten
- Zustand der Lokale, hoher Sanierungsbedarf
- baurechtliche Auflagen



Büroimmobilien - Beispiel Bismarkhaus / Studio B



Neubaugebiet - Beispiel Bielefelder Straße

Typ 3: Leerstehende Büroimmobilien (ebd:179ff)

Büroimmobilien der Nachkriegszeit, die durch Umstrukturierungsmaßnahmen temporär leerfallen oder durch eine Aufgabe des Betriebs dauerhaft eine neue Nutzung suchen, bieten den Kreativen i.d.R. innenstadtnahe Raumpotenziale, die mit wenigen Eingriffen direkt nachnutzbar sind. Die Offenheit der Fassade hat einen großen Einfluss darauf, wie stark die neue Nutzung in der Stadtgesellschaft wahrgenommen wird.

Typische Potentiale:

- gute Einbindung in städtische Lagen
- großes Raumpotenzial für eine kritische Masse
- zum Teil gute öffentliche Anbindung
- potentiell günstige Mietkonditionen für Zwischennutzungen

Typische Schwierigkeiten:

- zum Teil schwierige oder ungeklärte Eigentümerkonstellationen
- Vorbehalte der Eigentümerschaft
- notwendige Umbau- und/oder Sicherungsmaßnahmen

Typ 4: Neubaugebiete (ebd:177ff)

Neubauprojekte auf Brachflächen bieten die Möglichkeit die Kreativen bei der Erstellung und bei der Findung des Raumprogramms zu beteiligen. Neubauprojekte können gezielt nach Nutzung und Konzept errichtet werden, bergen aber die Gefahr kaum Aneignungsraum zu bieten und mit zu hohen Mieten gerade junge Kreative zu verschrecken. Diese Orte sind i.d.R. nicht im öffentlichen Bewusstsein und haben es schwerer eine ansprechende Atmosphäre für Kreative zu kreieren.

Typische Potentiale:

- Mitgestaltungsmöglichkeiten bei der Entwicklung hybrider Formen des Wohnens und des Arbeitens im Neubau
- Frei in Variabilität und Flexibilität von Nutzungen und Dimensionen

Typische Schwierigkeiten:

- Standorte besitzen mitunter eine periphere Lage (geographisch und/oder auch mental)
- teilweise suboptimale Erreichbarkeit über ÖPNV
- fehlende Atmosphäre
- häufig schwierig zu überbrückender Entwicklungszeitraum, kritische Masse entwickelt sich sehr langsam
- vergleichsweise hohes Mietniveau im Neubau
- hoher ökonomischer Verwertungsdruck

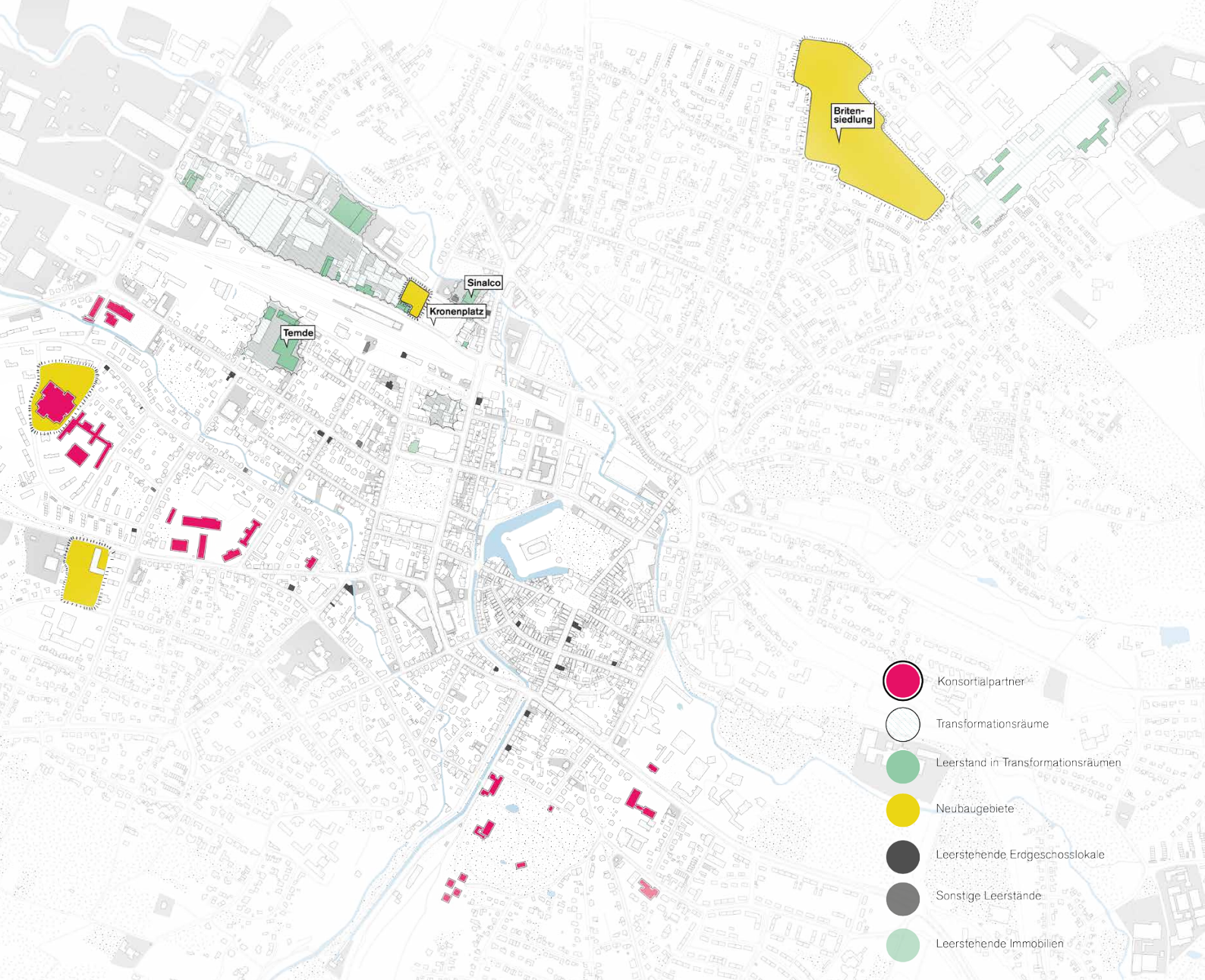


ABB. 54: POTENTIALRÄUME IN DETMOLD

5.1 POTENTIALFLÄCHEN IN DETMOLD

In Detmold bündeln sich **Transformationsräume** - wie in vielen anderen Städten auch - klassisch im Umfeld des Bahnhofs, in den meist bereits in der Umstrukturierung befindlichen Gewerbegebieten. Detmold weist hier leerstehende oder mindergenutzte Gewerbeimmobilien auf, die Potential für die Nachnutzung von Kreativen aufweisen - allen voran die geschichtsträchtigen Gebäude der Temde Leuchtenfabrik und Sinalco. Ein weiterer großflächiger Transformationsraum befindet sich am ehemaligen Standort der britischen Streitkräfte. Hier hat die Transformation bereits begonnen. Die britischen Streitkräfte sind abgezogen und einige der Kasernen sind schon in eine neue Nutzung - vereinzelt auch durch die KuK - überführt worden. Nach wie vor bieten die Kasernen aber viele weitere Räume zur Aneignung und Nachnutzung. Demgegenüber ist die weiter westlich befindliche Britensiedlung aufgrund ihrer Wohntypologien nicht ohne weiteres durch die Kreativwirtschaft

nachzunutzen. Insofern kommen hier im Einklang mit den bereits in der Bürgerbeteiligung befindlichen Entwürfen eher Neubauten in Betracht. Weitere **Neubaupotentiale** liegen westlich des Kronenplatzes als möglicher Impuls für eine weitere Transformation des Gewerbeareals und der Leerstände im Umfeld des Bahnhofs, sowie an der Bielefelder Straße, als Ausgangspunkt der Entwicklungen vor.

Leerstehende Erdgeschosslokale befinden sich in der Innenstadt sowie angrenzend im Detmolder Westen und Süden. **Büroimmobilien** die aus der Nutzung gefallen sind, finden sich ebenfalls vereinzelt in dem Untersuchungsraum. Das ehemalige Bismarckhaus wird bereits durch die TH OWL als Lern- und Arbeitsraum, sowie als Standort für die Campus Agentur zur Förderung von Startups genutzt, bietet aber weiteres Flächenpotential in den Obergeschossen.

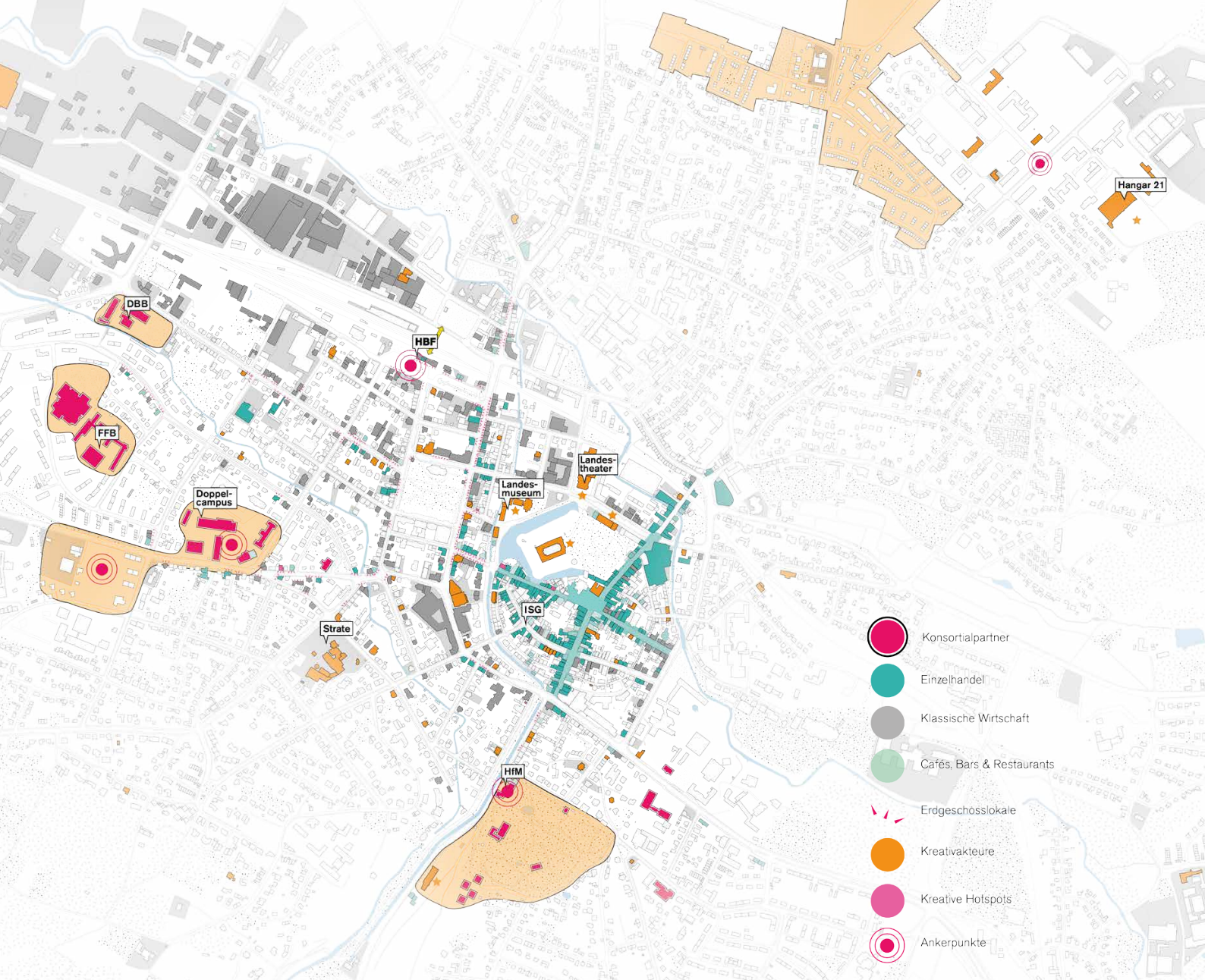


ABB. 55: BESTEHENDE AKTEURE UND IHRE STANDORTE

5.2 BESTEHENDE AKTEURE UND IHRE STANDORTE

Neben der reinen Verortung von Potentialräumen sind die Standorte bereits bestehender Kultureinrichtungen und Akteure der Kreativwirtschaft wichtig, um mögliche Synergieeffekte abschätzen und die Attraktivität der potentiellen Standorte bewerten zu können. Dazu gehören auch ergänzende Nutzungen und Zielorte des Alltags, wie Cafés, Bars, Restaurants oder Einzelhandel. Eine räumliche Nähe zu den Akteuren anderer Wirtschaftszweige kann ebenfalls positive Auswirkungen auf die Attraktivität eines Standorts haben.

Erwartungsgemäß weist die **Innenstadt** selbst die höchste Dichte an öffentlich wirksamen Nutzungen auf, gefolgt vom **Detmolder Westen**, der ebenfalls Standort zahlreicher Nutzungen dieser Art ist. Die Nordseite des Bahnhofs beherbergt zwar zahlreiche Akteure aus Gewerbe und Industrie, ist aber derzeit

nur monostrukturell genutzt. Die ehemaligen Kasernen bieten die multifunktionale Halle des Hangar 21 zusätzlich zu ersten Pionieren der KuK, die sich in einigen der ehemaligen Kasernen niedergelassen haben. Insgesamt ist auch dieses Areal bisher eher durch eine Funktionstrennung geprägt. Eine kreative Nutzungsdichte und urbane Atmosphäre, die von Kreativen nachgefragt wird, müsste sich erst entwickeln. Gerade auch weil große Teile der Wohngebäude bisher durch den Abzug der Briten nicht genutzt werden.

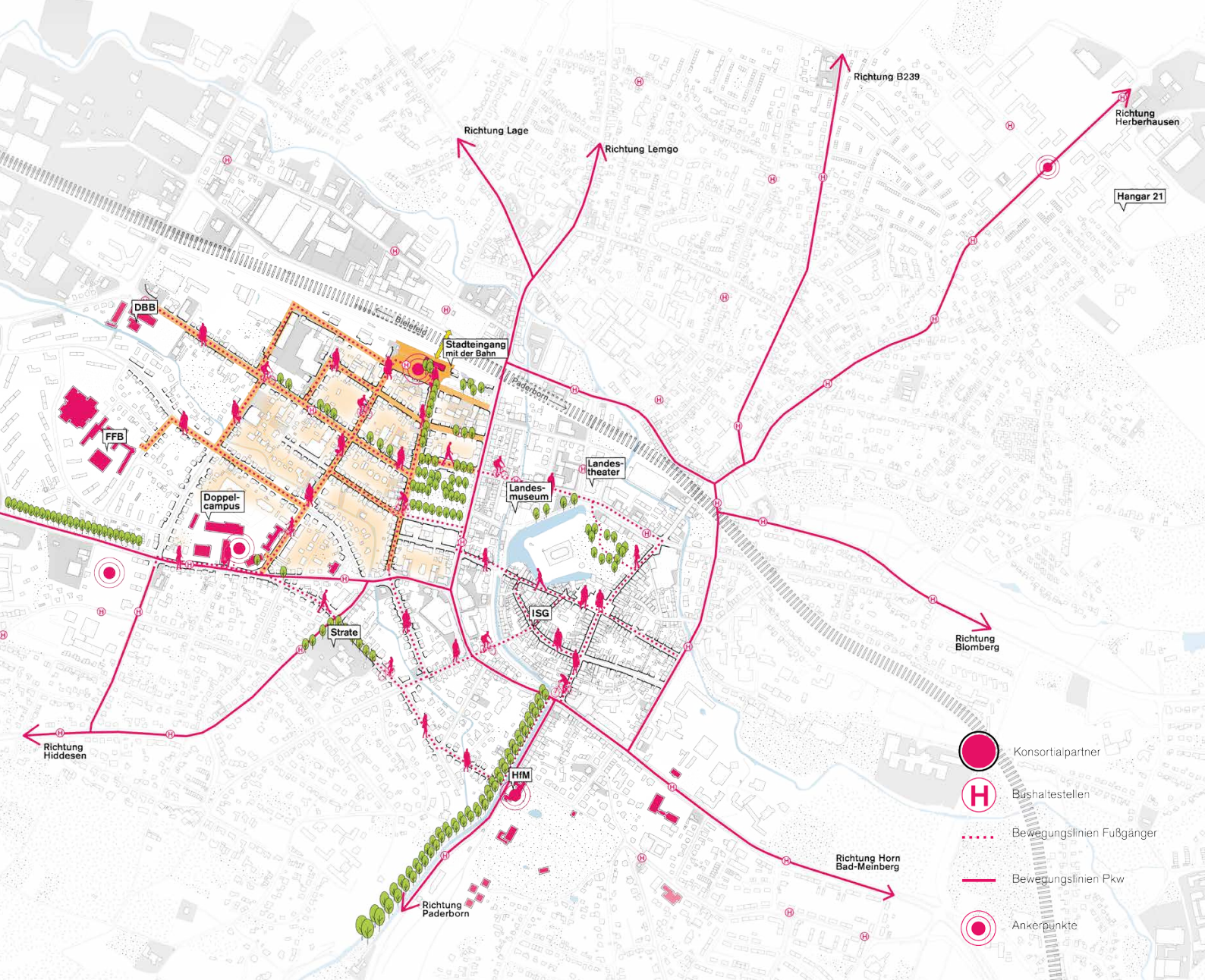


ABB. 56: BEWEGUNGEN UND STADTLEBEN

5.3 BEWEGUNGEN UND STADTLEBEN

Ein lebendiges urbanes Umfeld ist für die Integration der KuK in die Stadtgesellschaft genauso entscheidend, wie möglichst hohe Kundenfrequenzen. Darüber hinaus helfen regelmäßige, zufällige Kontakte bei der Vernetzung der KuK untereinander, sowie zur klassischen Wirtschaft, zu den Hochschulen und zur Stadtgesellschaft. Ein Standort mit möglichst vielfältigem öffentlichen Stadtleben ist potenzieller Treiber für all diese Entwicklungen. Um diese Räume zu identifizieren, wurden neben den Nutzungen auch die Wegebeziehungen von Studierenden, Berufsschülern und Kunden des Einzelhandels im Stadtgrundriss verortet. Neben diesen Zielorten sind der Bahnhof und die Bushaltestellen als Ausgangspunkt für fußläufige Wegebeziehungen wichtige Knotenpunkte. Bedingt durch die Lage der Hochschulen und Berufsschulen lassen sich hoch-

frequentierte Räume im Detmolder Westen erkennen, aber natürlich auch in der Innenstadt und mit Abstrichen im Detmolder Süden am Standort der Hochschule für Musik.

Aufgrund der höheren Raumwiderstände in Folge der Topographie und der Entfernung nehmen die fußläufigen Wegebeziehungen am Standort der Britensiedlung und der Kasernen im Vergleich stark ab. Hinzu kommt, dass die Britensiedlung derzeit nicht genutzt wird und am Standort der Kasernen kaum öffentlich wirksame Nutzungen vorhanden sind. An diesen Orten werden die meisten Strecken mit dem PKW zurückgelegt. Die Folge ist ein bisher nur gering frequentierter Raum mit wenig urbaner Atmosphäre.

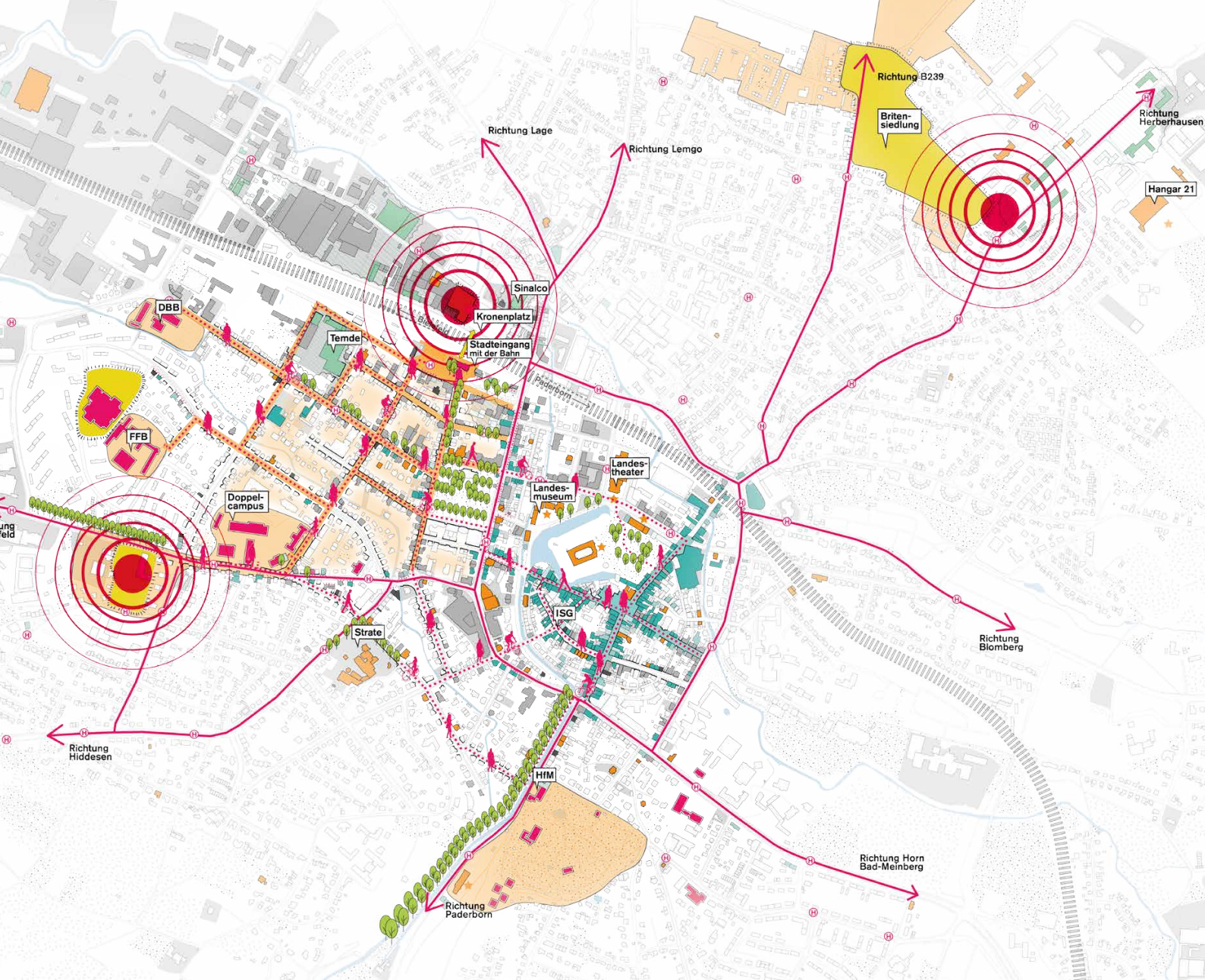


ABB. 57 ENTWICKLUNGSRÄUME

5.4 Conclusio

Durch Überlagerung der einzelnen Analyseschritte wird ein Teil der komplexen Stadtstruktur sichtbar. Auf dieser Basis lässt sich der Raum in vier Kategorien unterteilen. Die bereits angesprochenen großflächigen Entwicklungsräume wie Kreativ Campus an der Bielefelder Straße, Bahnhofsareal und Britensiedlung inklusive der Kasernen bilden jeweils eigene Herausforderungen und Potentiale. Die gründerzeitliche Struktur des Detmolder Westens bietet als vierter Potentialraum Möglichkeiten für kleinteiligere privatwirtschaftliche Entwicklungen.

Alle drei größeren Entwicklungsstandorte besitzen ihre eigene Identität. Unter den Typus Neubau mit Campusflair fällt der Standort des **Kreativ Campus** an der Bielefelder Straße. Auffällig ist die direkte Nähe zur Hochschule und damit zu Studierenden,

Lehrenden und Forschung. Rund um den **Bahnhof** befindet sich ein Mix aus geschichtsträchtigen Transformationsräumen sowie leerstehende oder minder genutzte Gewerbehallen. Die Lage in der Stadt mit dem Kronenplatz sorgt für eine selbstverständliche Integration in die Stadtgesellschaft und stellt sicher, dass die Kreativen in der Stadt wahrgenommen werden würden. Das **Kasernenareal** ist der historisch bedeutendste Ort abseits der Kernstadt mit eigener Prägung und dem Hangar21 im Zentrum. Angrenzend im Westen befindet sich zudem die **Britensiedlung** als großflächiges Neubaupotential. Durch den Hangar21 können bereits jetzt Räume für Ausstellungen, Veranstaltungen, Events und andere kreative Prozesse bereitgestellt werden.

Als vierter Entwicklungsraum zeigt sich die **gründerzeitliche Struktur des Detmolder Westens**. Bewegungslinien und Leerstände weisen gleichermaßen auf ein großes Potential des Detmolder Westens hin, der insbesondere in den Erdgeschosszonen absehbar kleinteilige privatwirtschaftliche Folgeentwicklungen aufnehmen kann. Hier bewegen sich zahlreiche Studierende und Berufsschüler; hier finden sich leerstehende und in Nutzung befindliche Erdgeschosslokale. Prägende Gebäude und Nutzungen wie Temde Leuchten, der Bahnhof als Stadteingang und auch die TH OWL schließen direkt im Norden und Süden an. Die Innenstadt liegt direkt im Osten, die Berufsschulen im Westen. Dazu wird der Detmolder Westen durch zwei der großflächigeren Entwicklungsareale eingerahmt und liegt zentral als Verbindungsraum zwischen mehreren Ankernutzungen.

Sowohl die Flächen rund um den Bahnhof und Kronenplatz als auch die Campuserweiterung an der Bielefelderstraße bieten die Chance für geförderte Impulsprojekte, die absehbar in den Detmolder Westen hinein wirken. Es besteht ein hohes Potential, dass privatwirtschaftliche Folgewirkungen im Detmolder Westen eine kritische Masse an Kreativen erzeugen können, die dazu beiträgt gegenüber der Stadtgesellschaft und im regionalen Umfeld als kreativer Standort sichtbar und wahrgenommen zu werden. Als größter Entwicklungsraum stehen Britensiedlung und Kasernen allein schon durch die Lage in der Stadt unter anderen Vorzeichen. Diese Räume sind dadurch im Vergleich weniger gut an ÖPNV, Stadtzentrum und öffentliches Stadtleben angebunden, bieten aber bereits einigen Kreativen einen Arbeitsplatz und mit dem Hangar21 zusätzliche Raumangebote direkt vor Ort. Dafür besteht an diesem Ort durch die große Flächenverfügbarkeit die Möglichkeit Förderimpulse und Folgeentwicklungen direkt am Standort zu initiieren und damit ein ganz eigenes Quartier zu prägen. Dies bedeutet aber auch, dass sich eine kreative lebendige Atmosphäre weniger einfach entwickeln kann. Mit dem Abzug des britischen Militärs stehen nicht nur die Kasernen noch in einigen Teilen leer, sondern auch die Britensiedlung als westlich angrenzendes Wohnquartier.

Insgesamt lässt sich durch die städtebauliche Analyse festhalten, dass eine bauliche Entwicklung in den drei größeren Entwicklungsräumen am Kreativ Campus, im Umfeld des Bahnhofs und im ehemaligen Areal der Briten potentiell attraktive Standorte für die KuK ermöglicht. Alle Räume dabei bieten jeweils eigene Stärken, Herausforderungen und Entwicklungschancen. Die Räume sind unterschiedlich stark in die Stadtgesellschaft integriert, bieten unterschiedliche Flächenverfügbarkeiten und Potenzial für weitere Entwicklungen. Besondere kleinteilige Entwicklungschancen bestehen darüber hinaus im Detmolder Westen.

RÄUMLICHE ANALYSE KOMPAKT



KREATIV
QUARTIER
DETMOLD

Kreativ Campus

- Die Flächen an der Bielefelder Straße ermöglichen eine campusartige Struktur als konsequente Weiterentwicklung des bereits beschlossenen Neubaus des Fachbereichs 2 Medienproduktion der TH OWL.
- Mit dem Zuzug der Medienproduktion an den Standort ist ein erster Impuls bereits gegeben.
- Eine Entwicklung an diesem Standort ist durch eine maximale Nähe zu Studierenden, Dozenten, Professoren, Forschern und der technischen Infrastrukturen der Hochschule geprägt.
- Die Frequentierung des Areals erfolgt im Wesentlichen durch Studierende, Berufsschüler und potentiell Kreative am Standort, so dass sich die Möglichkeit für tragfähige ergänzende Dienstleistungen und Gastronomie eröffnet.

Bahnhofsareal

- Das Areal rund um den Bahnhof besticht durch geschichtsträchtige Leerstände wie Sinalco oder Temde Leuchten und dem Potential zur Nachnutzung weiterer Gewerbeareale im nahen Umfeld.
- Ein erster Impuls ist durch die Unterführung der Gleise zum Kronenplatz bereits in der Umsetzung. Dazu kommt der Wärmespeicher der Stadtwerke als Landmarke.
- Eine Entwicklung an diesem Standort befindet sich am Knotenpunkt der Bewegungen von Studierenden, Berufsschülern und der Stadtgesellschaft durch Bahnhof und Kronenplatz.
- Es kann eine starke Frequentierung im Umfeld des Kronenplatzes erwartet werden, so dass ergänzende Dienstleistungen und gastronomische Einrichtungen tragfähig werden.

Britensiedlung & Kasernen

- Das Areal besticht durch die prägenden historischen Gebäude und seine großflächigen Möglichkeitsräume, die eine Vielzahl an Kreativen aufnehmen können.
- Ein Impuls für eine Ansiedlung ist der Hangar21 und die städtebauliche Entwicklung des Britenviertels, die durch die neuen Bewohner und ein Quartierszentrum für ein Plus an öffentlichem Leben im Detmolder Norden sorgen wird.
- Eine Entwicklung an diesem Standort - insbesondere im Bereich der Kasernen - bringt absehbar ein eigenständiges autarkes Quartier hervor, dass aufgrund der Größe eines stetigen Entwicklungskonzepts bedarf.
- Die Frequentierung des öffentlichen Raums ist durch die geringe Anzahl an Akteuren vor Ort und der Lage in der Stadt derzeit nicht ausreichend gegeben, so dass sich erstmal aufgrund der fehlenden Kundschaft keine ergänzenden Dienstleistungen und gastronomischen Einrichtungen erfolgreich ansiedeln können.

Detmolder Westen

- Die kleinteilige Gründerzeitstruktur liegt zentral zwischen zwei großflächigen Entwicklungspotentialen und ist Verbindungsraum zwischen Ankernutzungen und Bahnhof.
- Der Detmolder Westen eignet sich hervorragend für kleinteilige niederschwellige privatwirtschaftliche Entwicklungen mit seinen teilweise leerstehenden Erdgeschosslokalen, der hohen Nutzungsdichte sowie den stark frequentierten Straßenzügen. Eine Adressbildung der KuK in Detmold wird so erleichtert.
- Durch kleinteilige Raumangebote können Folgewirkungen der baulichen Maßnahmen im Umfeld aufgenommen werden und zur Bildung einer kritischen Masse an kreativen Nutzungen beitragen.

**KREATIV
QUARTIER
DETMOLD**



6 ENTWICKLUNGSSZENARIEN

6 Entwicklungsszenarien

Die Ergebnisse der städtebaulichen Analyse offenbaren mögliche Entwicklungskerne und geben Aufschluss über die räumlichen Qualitäten eines Standorts. Die untersuchten Fallstudien ermöglichen Einblicke in mögliche Konzepte und Strategien in der Entwicklung, sowie Anzahl und Größe öffentlich geförderter Leuchttürme, die in der Lage sind weitere Stadtentwicklungen anzustoßen. Nicht zuletzt verdeutlicht die Umfrage die Anforderungen, Notwendigkeiten und Bedürfnisse an kreativwirtschaftliche Standorte durch die Kreativen selbst. Um eine größtmögliche nachhaltige Impulswirkung auf dem Weg zum Kreativ Quartier Detmold zu ermöglichen, werden im Folgenden drei städtebauliche Szenarien entwickelt und anhand der vorher identifizierten Bedürfnisse und Anforderungen sowie den räumlichen Potentialen und den vorliegenden Entwicklungsmöglichkeiten bewertet.

Grundlage für eine vergleichende Bewertung der einzelnen Szenarien ist eine Bewertungsmatrix mit einfacher Bewertungsskala zwischen 1-5 pro Indikator. Die Indikatoren setzen sich aus den Anforderungen der Nutzer (Sichtbarkeit & Identität, Gemeinschaft & Netzwerk) und ergänzenden klassischen städtebaulichen Bewertungskriterien zusammen (Entwicklung & Realisierbarkeit, Erreichbarkeit & Anbindung). Die einzelnen Kriterien bilden abschließend eine Gesamtsumme und geben Aufschluss über Talente und Hemmnisse eines jeweiligen Szenarios (siehe Abb. 58). Es erfolgt dabei bewusst keine Gewichtung einzelner Kriterien. Die Verwendung von Zahlen suggeriert zudem eine Genauigkeit, die eine solche Methodik nicht gewährleisten kann. Die fachliche Beurteilung kann lediglich als Basis für abschließende Entscheidungen dienen und damit je nach Gewichtung durchaus zu anderen Ergebnissen führen. Gleichwohl erlaubt diese Methodik

Sichtbarkeit & Identität - Qualität des öffentlichen Raums - Frequentierung des Öffentlichen Raums - Raumangebot für Veranstaltungen & Fortbildungen - Identitätsfördernder Charakter - Sichtbarkeit der Kreativen in der Stadt - Einbindung umliegender Strukturen Entwicklungsstufen & Realisierbarkeit - Flächenverfügbarkeit - Impulswirkung durch öffentliche Investitionen - Eigenständigkeit der Entwicklungsstufen - Verträglichkeit mit bestehenden Nutzungen	Erreichbarkeit & Anbindung - MIV (Motorisierter Individualverkehr) - Wegebeziehungen untereinander - ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr) Gemeinschaft & Netzwerk - Raumangebot für Gemeinschaft (Innen) - Raumangebot für Gemeinschaft (Öffentlicher Raum) - Raumangebot für flankierende Dienstleistungen - Kommunikationsfördernde Strukturen - Aneignungsmöglichkeiten - Kulisse für StartUps & Gründer - Lebendigkeit & Nutzungsmischung (z.B. Wohnen)
--	---

ABB. 58: BEWERTUNGSKRITERIEN

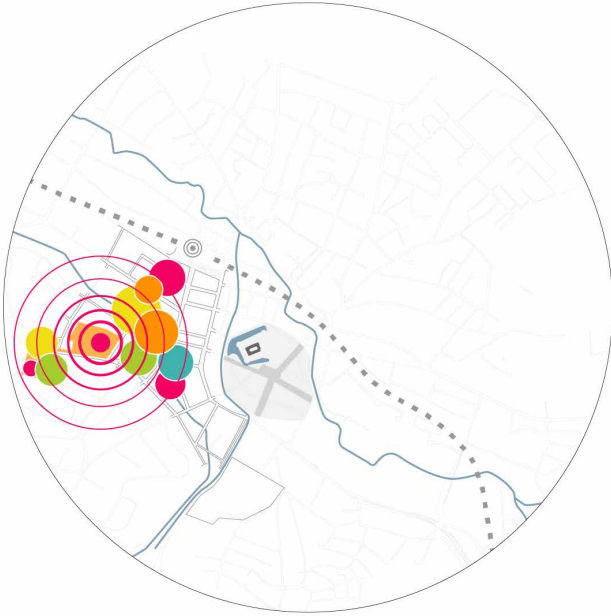
einen verhältnismäßig sachlichen und objektiven Vergleich von Entwicklungspotentialen. Die Szenarien orientieren sich dabei an bereits beschlossenen baulichen Entwicklungen an der Bielefelder Straße. Alle Szenarien nehmen die Impulse der Entwicklung dort auf und versuchen sie in unterschiedlichem Maße vor Ort weiterzuentwickeln (siehe Abb. 59).

Das **Szenario Kreativ Campus+** erweitert den bestehenden Campus um eine möglichst hohe Nutzungsdichte an Kreativen und flankierenden Dienstleistungen und geht dabei der Frage nach, wieviel Dichte der Standort trägt und welche Flächen für eine Entwicklung potentiell akquiriert werden könnten.

Das **Szenario Kreativ Rahmen** nutzt die Impulse durch den Fachbereich Medienproduktion an der Bielefelder Straße und den Anschluss des Detmolder Nordens durch eine Unterführung an den Bahnhof, mit dem Ziel die Möglichkeiten für potentielle Folgeentwicklungen im Detmolder Westen voll auszuschöpfen.

Analog zum vorherigen Szenario nutzt das Konzept der **Kreativ Hotspots** Impulswirkungen an der Bielefelder Straße und verknüpft darüber hinaus die städtebaulich notwendigen Entwicklungen im Detmolder Norden mit der Neubauentwicklungen in der Britensiedlung sowie der Inwertsetzung der leerstehenden Kasernen rund um den Hangar21.

Die Annäherung an ein Vorzugsszenario im Entwurf erfolgt iterativ. Für die bessere Nachvollziehbarkeit der getroffenen Entwurfsentscheidungen und der Reihenfolge möglicher Entwicklungen werden auf den folgenden Seiten zuerst jeweils zwei Varianten einander gegenübergestellt und vergleichend bewertet. Die Vorzugsvarianten werden dann im Anschluss ausführlich erläutert und abschließend dann als Szenarien untereinander verglichen. Dabei kommen bestimmte Stadtbausteine, die sich aus den vorherigen Analysen ergeben haben, immer wieder zur Anwendung. Diese werden auf den nächsten Seiten erläutert.



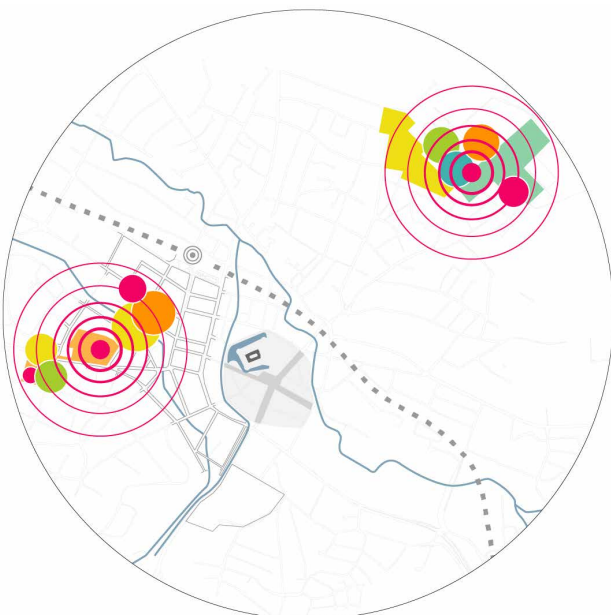
Kreativ Campus+

- Maximale Entwicklungsdichte am Doppelcampus
- Nachverdichtung Campus Emilie
- Entwicklung auf Grundstücken im Umfeld, sofern verfügbar



Kreativ Rahmen

- Entwicklungsimpulse am Doppelcampus und am Bahnhof
- Nutzung Impuls Bahnunterführung und Wärmespeicher
- Entwicklung Kronenplatz und Aneignung prägender Leerstände



Kreativ Hotspots

- Entwicklungsimpulse am Doppelcampus und in/um die ehemalige Britensiedlung und den Hangar21
- Nutzung leerstehender Kasernen
- Neubauentwicklung in Teilen der Britensiedlung



Referenz: CIIT Lemgo, Forschungs- und Entwicklungszentrum (2018)



Referenz New Aarch Aarhus - Den Grønne Kile, Visual by ADEPT

ABB. 60: REFERENZEN STADTBAUSTEINE KREATIV QUARTIER

Stadtbaustein: Kreativ Institut

Als einer der ersten Bausteine in der Entwicklung bieten Gründerzentren wesentliche Impulse für eine Clusterung der Kreativen vor Ort. Sie können die Gründungsrate messbar steigern und bieten eine wichtige Schnittstelle für junge Fachkräfte aus Hochschulen und Berufsschulen. Dieses Angebot wird mit Flächen für interdisziplinäre Forschungsinstitute wie z.B. zwischen HfM und Universität Paderborn kombiniert. Ergänzende Dienstleistungen komplettieren diesen Einzelbaustein. Das CIIT Lemgo zeigt beispielhaft eine Architektur die die Kontakte der Akteure untereinander fördert und verschiedene Büro- und Institutsräume anbietet. Dort eingemietet ist auch der KnOWledge Cube OWL der darüber hinaus flexible Mietangebote ermöglicht und mit Angeboten zur Gründungsberatung unterstützt.

Stadtbaustein: FabLab Cube

Offene Werkstätten wie FabLabs und Makerspaces sind wesentliche Treiber für eine Ansiedlung in der Nähe und attraktiver Standortfaktor. Der FabLab Cube steht für einen Stadtbaustein, der die Nachfrage nach Unterstützungsangeboten, wie technischer Infrastruktur bündelt und als Experimentierraum für Studierende, Berufsschüler, Gründer, etablierte Kreativwirtschaft und interessierte Bürger zur Verfügung steht. Der FabLab Cube dient damit als Basis und Schnittstelle zahlreicher hochschulinterner und -externer Aktivitäten sowie Institutionen im Bereich Musik, Medien, Ingenieurwesen, Innenarchitektur, Gestaltung, Architektur, Stadtplanung, uvm. Dieser Baustein ist damit nicht nur attraktiver Standortfaktor und Impuls zur Ansiedlung, sondern auch Treffpunkt für die Akteure der KuK und ist insofern ein wichtiges Bindeglied für die Etablierung der Wertschöpfungsketten zwischen Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft. Als Referenz dient die New Aarch Aarhus als offene transparente Architektur, die stark in den Außenraum ausstrahlt und ihn als offene Werkstatt auch nutzt.



Referenz: Impact Hub London (CC-BY 2.0)



Referenz: C-HUB Mannheim (2018)

Stadtbaustein: Co-Working Space

Co-Working Spaces dienen als erster niedragschwelliger Einstieg in ein Kreativnetzwerk. Sie fördern und verstetigen die Netzwerkbildung der ansässigen KuK. Gründungswillige finden so einen Einstieg und Unterstützungangebote für ihre Unternehmensidee. Dabei ist dieses Arbeitsplatzmodell nicht nur für angehende Fachkräfte interessant, sondern ein stark im Wachstum befindliches Arbeitsplatzmodell, weit über die KuK hinaus. Gab es 2015 noch rund 8.900 Co-Working Spaces weltweit, so hat sich diese Zahl in einem Zeitraum von nur drei Jahren mehr als verdoppelt. Im Global Coworking Survery werden für 2018 ein weiteres Wachstum auf 18.900 Co-Working Spaces erwartet. Zudem planen auch 71% der bestehenden Co-Working Spaces ihre Räume aufgrund der hohen Nachfrage zu erweitern. (vgl. deskmag 2018)

Co-Working Spaces finanzieren sich zudem in der Regel über mehrere Einnahmequellen. So sind durchschnittlich 22% der Flächen dauerhaft als Privatbüros vermietet und von großen Unternehmen gerne genutzt, um firmeninterne Innovationsprozesse anzustoßen (vgl. ebd).

Stadtbaustein: Creative Hubs

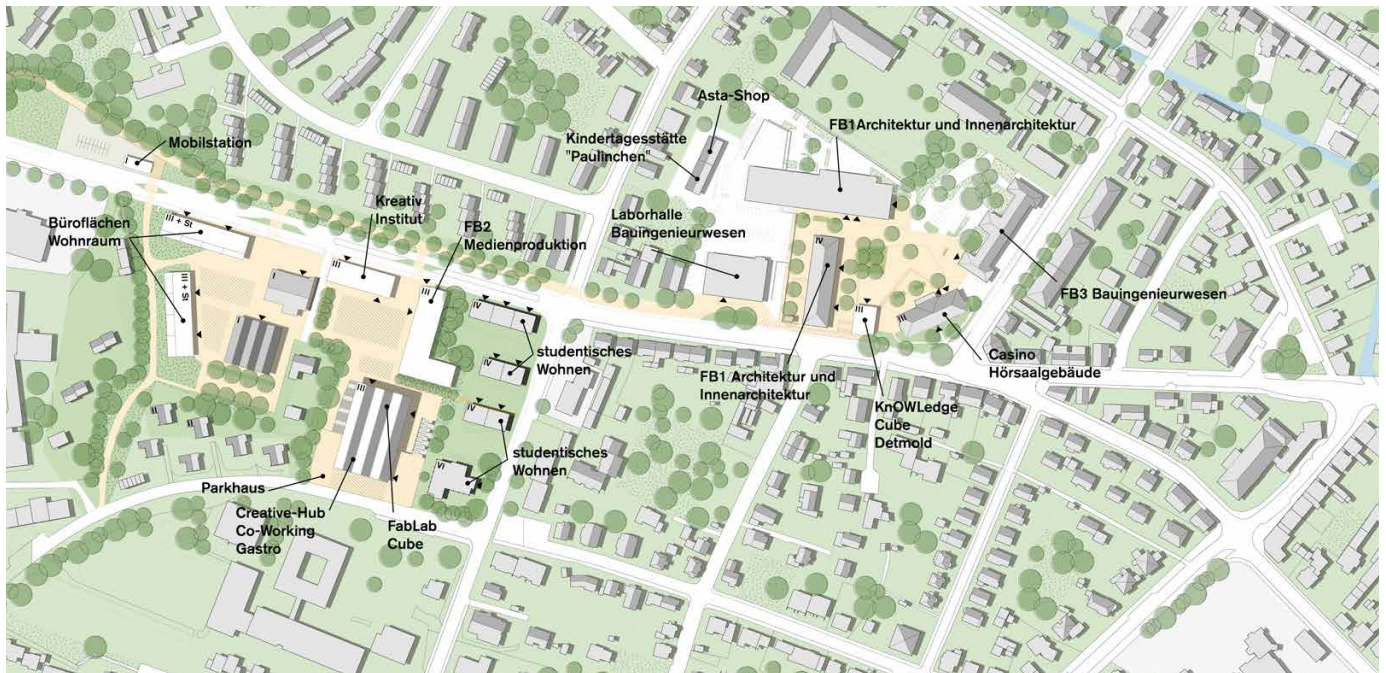
Creative Hubs sind besonders geeignet den Nachfragedruck, der aus den anderen Stadtbausteinen entsteht, aufzunehmen. Sie bieten mit differenzierten Raum- und Mietangeboten jeder Größe von Unternehmen Arbeitsräume an. Sie erhöhen die Sichtbarkeit der KuK deutlich und verstetigen die Entwicklung eines Kreativclusters. Bei Neubauten helfen Konzepte wie veredelter Rohbau um die Mieten gering zu halten und den Kreativen Aneignungsmöglichkeiten zu bieten. Das C-Hub in Mannheim zeigt dies beispielhaft.



Szenario
Kreativ Campus+

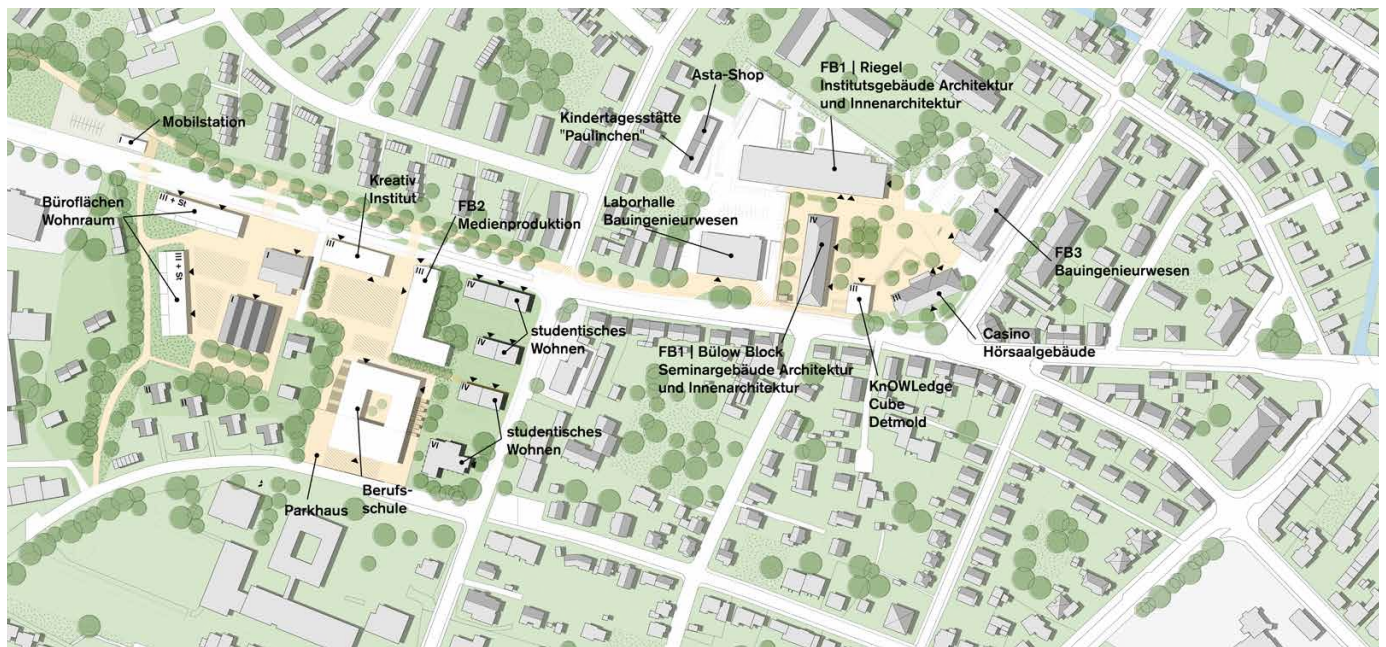






Variante A / Impuls FabLab Cube

- Kreativ Institut mit Gründerzentrum als Impuls
- FabLab Cube als Impuls
- In den Hang geschobenes Parkhaus für den Stellplatzbedarf des ganzen Quartiers
- Verdichtung KnOWledge Cube auf Campus Emilie



Variante B / Impuls Berufsschule

- Kreativ Institut mit Gründerzentrum als Impuls
- Berufsschule als Impuls
- In den Hang geschobenes Parkhaus für den Stellplatzbedarf des ganzen Quartiers
- Verdichtung KnOWledge Cube auf Campus Emilie

6.1 Szenario Kreativ Campus+

Eine maximale Verdichtung auf den Flächen rund um die Bielefelder Straße bringt verschiedene Herausforderungen mit sich. So sind alte und neue Hochschuleinrichtungen zwar nicht weit auseinander, aber durch die Bielefelder Straße bisher getrennt. Ausgangspunkt für die Variantenentwicklung ist der Neubau des FB2 Medienproduktion. Dazu existieren konkrete Überlegungen für ein zweites Gebäude direkt an der Bielefelder Straße. Darüber hinaus konnte die Studie auf keine weiteren konkreten Planungen zurückgreifen. Eine Herausforderung für die maximale Verdichtung der kreativen Akteure an der Bielefelder Straße ist die geringe Flächenverfügbarkeit. Insbesondere in solchen Fällen gilt es ein städtebauliches Gesamtkonzept zu entwickeln, dass in der Lage ist schrittweise zu wachsen, aber auch jederzeit im dann aktuellen Zustand tragfähig ist und funktionieren kann.

Ziel des Szenarios Kreativ Campus+ ist eine verdichtete Campusatmosphäre für den alten Standort der TH OWL an der Bielefelder Straße zu generieren und in späteren Entwicklungsschritten optional Nachbargrundstücke nachzunutzen und mit ergänzendem Neubau nachzuverdichten. Zur Verbindung der beiden Campi zu einem Kreativ Campus Detmold greifen beide Varianten die konzeptionelle Idee einer Mobilstation gegenüber der Autohäuser an der Bielefelder Straße auf und qualifizieren den vorhandenen Fuß- und Radweg durch einen Rückschnitt der Grünstrukturen und Querverbindungen zu dem neuen Campusabschnitt. Der Vergleich der Varianten konzentriert sich im Besonderen auf die Frage, ob der Standort für den Neubau des Gebäude 4 vom Felix-Fechenbach Berufskolleg geeignet ist und die optimale Lösung darstellt. Die Reihenfolge der Entwicklungsstufen ist aufgrund des begrenzten Handlungsspielraums und Flächenverfügbarkeit entscheidend für eine tragfähige Entwicklung, die nicht auf dem Stand einzelner Hochbauprojekte zurückbleibt.

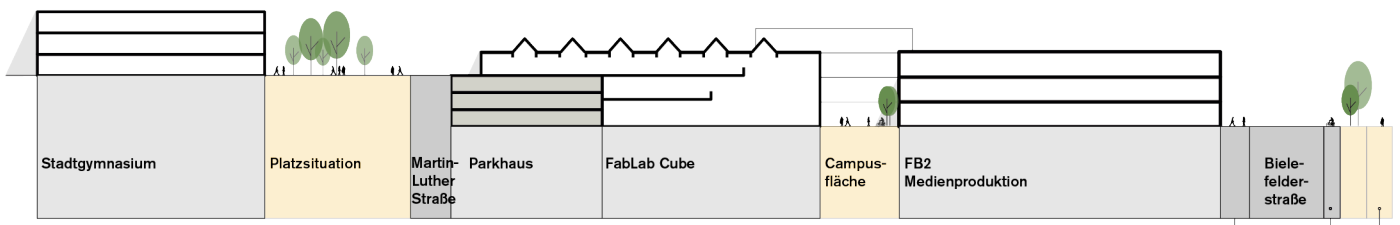
Variante A sieht nach dem "Kreativ Institut" mit Gründerzentrum als nördlichen Abschluss des Campus einen FabLab Cube als ein hallenartiges Gebäude mit eingeschobenem Parkhaus als südlichen Abschluss vor. Damit werden zwei wichtige Standortimpulse früh im Prozess gesetzt, die absehbar weitere Entwicklungen anstoßen können. Ein Creative-Hub als erste Ansiedlungsmöglichkeit für die Kreativwirtschaft ist ebenfalls in dem großflächigen Gebäude denkbar. Das Nachbargrundstück bietet optional die Möglichkeit zu einem späteren Zeitpunkt weitere Büro-, Atelier- und Wohnräume zu entwickeln, die zusammen mit den bereits bestehenden Studentenwohnheimen im Osten für ein

lebendiges,utzungsgemischtes Quartier sorgen, dass auch außerhalb der Kernarbeits- und Semesterzeiten belebt ist.

Variante B nimmt die Überlegungen zu einem Neubau der Berufsschule auf und sieht einen kompakten Baukörper mit eingeschobenem Parkhaus am Hang als südlichen Abschluss des neuen Campus als einen der ersten Entwicklungsschritte vor. Daraus folgt, dass der FabLab Cube als Schlüsselattraktor und ein Creative-Hub als erste Ansiedlungsmöglichkeit für die Kreativwirtschaft auf Nachbargrundstücke ausweichen müssten. Da sich diese Flächen nicht im Besitz der öffentlichen Hand befinden, ist eine Entwicklungssicherheit nicht gegeben.

Im Vergleich zeigt die Bewertung der Indikatoren der Variante B dann auch Abstriche in der Flächenverfügbarkeit sowie bezüglich der Eigenständigkeit der Entwicklungsstufen. Dazu ergeben sich durch den Flächenbedarf der Berufsschule geringere Flächenverfügbarkeiten für ergänzende Nutzungen. Insgesamt können beide Varianten in den meisten Bereichen aber durchaus punkten und erscheinen beide tragfähig. Die Variante A "Impuls FabLab Cube" erweist sich im Vergleich allerdings insgesamt als die mit größerer Impulswirkung und Flexibilität im Bezug auf die Grundstücksverfügbarkeit.

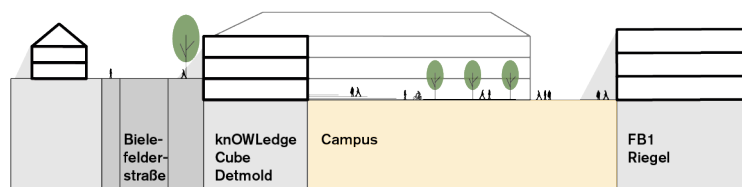
Kreativ Campus+		
	Var A	Var B
	87%	82%
Sichtbarkeit & Identität	90%	87%
Qualität des öffentlichen Raums	5	5
Frequenzierung des Öffentlichen Raums	4	4
Raumangebot für Veranstaltungen & Fortbildungen	5	4
Identitätsfördernder Charakter	5	5
Sichtbarkeit der Kreativen in der Stadt	4	4
Einbindung umliegender Strukturen	4	4
Entwicklungsstufen & Realisierbarkeit	85%	75%
Flächenverfügbarkeit	4	3
Impulswirkung durch Öffentliche Investitionen	4	4
Eigenständigkeit der Entwicklungsstufen	4	3
Verträglichkeit mit bestehenden Nutzungen	5	5
Erreichbarkeit & Anbindung	93%	93%
MIV	5	5
Wegebeziehungen untereinander	5	5
ÖPNV	4	4
Gemeinschaft & Netzwerk	83%	78%
Raumangebot für Gemeinschaft (Innen)	5	5
Raumangebot für Gemeinschaft (Öffentlicher Raum)	5	5
Raumangebot für flankierende Dienstleistungen	5	4
Kommunikationsfördernde Strukturen	5	4
Aneignungsmöglichkeiten	3	3
Kulisse für StartUps & Gründer	5	5
Lebendigkeit & Nutzungsmischung (z.B. Wohnen)	5	5
Gesamtpunktzahl	91	86



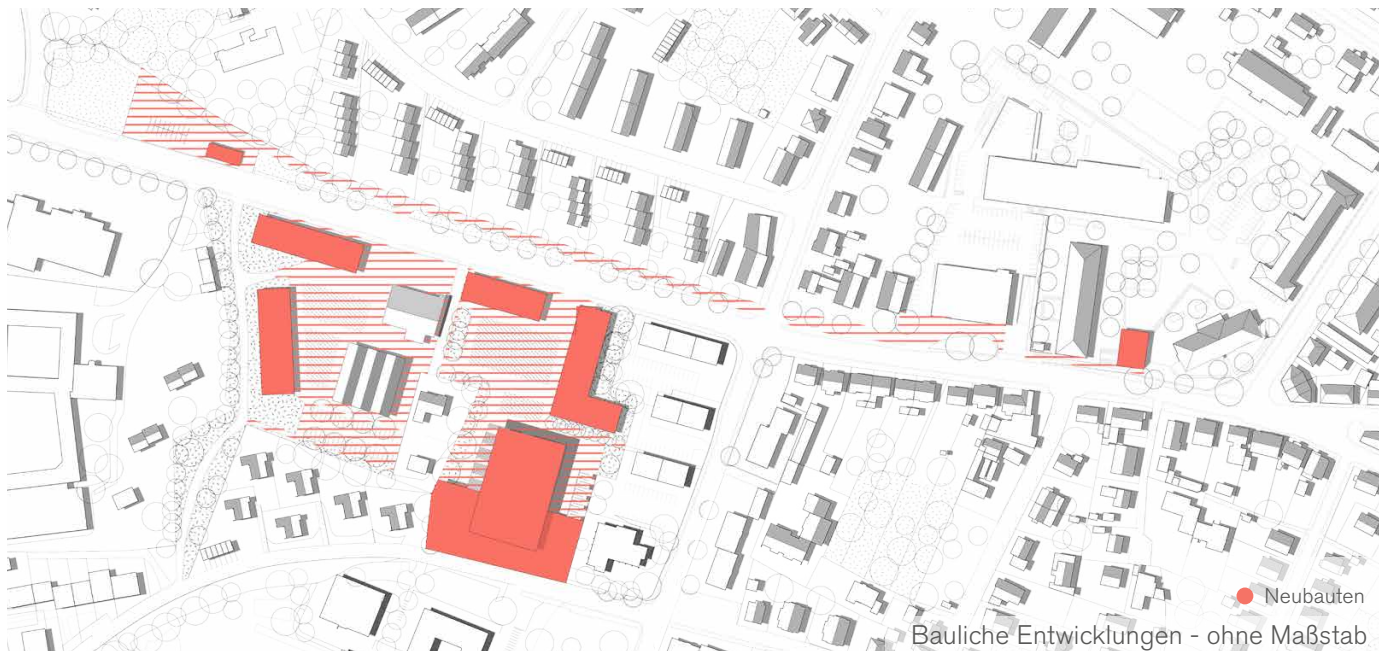
Schnitt FabLab Cube



Lageplan Szenario Campus+



Schnitt KnOWledge Cube Detmold



Das Szenario Campus+ schlägt verdichtete bauliche Entwicklungen an der Bielefelder Straße vor, die sich schrittweise über mehrere Einzelcampi und Plätze zu einem gemeinsamen Cluster entwickeln. Der Entwurf nimmt vorhandene Strukturen auf und integriert sie in die neue städtebauliche Entwicklung. Optional kann in einer letzten Entwicklungsstufe das Nachbargrundstück nachgenutzt werden und als Multifunktionshalle beispielsweise durch eine Mensa, Catering und Eventagenturen dienen. Aber auch Event- oder Ausstellungsflächen sind möglich. Die vorhandene Freiraumverbindung wird für die Integration neuer Wohnangebote genutzt, die die bestehenden Studentenwohnheime auf der Ostseite ergänzen. Die bestehende Fuß- und Radwegverbindung wird qualifiziert und verbindet als verbreiterte Campusallee alle öffentlichen Räume miteinander und mit der neuen Mobilstation. Im Ergebnis entstehen hochwertige öffentliche Platzsituationen, die eine hohe Aufenthaltsqualität bieten. Dies ist nicht zuletzt aufgrund der Quartiersgarage am Hang möglich, die es erlaubt den ruhenden Verkehr von den Campusflächen fernzuhalten. Das Parkhausdach ist dabei gleichzeitig begehbare Platzraum und verbindet das Stadtgymnasium mit der Freiraumverbindung und der Mobilstation sowie über Treppenanlagen mit den Campusflächen. Eine

maximale Durchlässigkeit für fußläufige Verbindungen stärkt so die Frequenz der öffentlichen Plätze. Vervollständigt wird die Entwicklung durch eine Nachverdichtung des Campus Emilie, der mit dem KnOWLedge Cube Detmold folgerichtig die benötigten Flächen am Campus auf Kosten der bisher ungenutzten Freitreppe zum Straßenraum schafft. Im für Büronutzungen ungeeigneten EG entstehen Räume für Ausstellungen und Veranstaltungen. Die oberen Geschosse können neuer gebündelter Standort für die Forschung in Detmold sein und so Flächen für dringend benötigte Seminarräume freimachen.

Das Szenario besticht durch seine kurzen Wege und die maximale Nähe der Akteure untereinander. Strategisch wichtige Instrumente wie die Startup-Förderung und die Bereitstellung der technischen Infrastruktur erfolgt auf kürzester Distanz mit entsprechend maximaler Impulswirkung. Die Impulswirkung für privatwirtschaftliche Folgeentwicklungen im Detmolder Westen erscheint zwar durchaus vorhanden, aber begrenzt aufgrund des introvertierten Charakters, so dass auch die Stadtgesellschaft im Wesentlichen über Veranstaltungen und Events in das Quartier eingeladen werden sollte.



Entwicklungsstufe 1

Wie bei jedem Szenario erfolgen die ersten Entwicklungsschritte an der Bielefelder Straße mit dem Fachbereich 2 Medienproduktion der TH OWL. Dieser erste Impuls wird durch das Kreativ Institut als Anlaufstelle für Existenzgründer und gemeinsamer Ort der Forschungsinstitute ergänzt. In dieser Entwicklungsstufe sind die erforderlichen Stellplätze temporär auf der Campusfläche oder auf dem unbebauten Südgrundstück nachzuweisen.

Entwicklungsstufe 2

Als Schlüsselbaustein der Quartiersentwicklung folgt nun der FabLab Cube inklusive des eingeschobenen Parkhauses, um den Stellplatzbedarf

für die meisten Gebäude des gesamten Quartiers abzudecken und so Folgeentwicklungen attraktiver zu machen. Es vernetzt das Stadtgymnasium über das begehbare Dach mit dem Campus. Die Zufahrt des Parkhauses erfolgt durch die Verlängerung der bisherigen Zufahrt nach Süden. Ein Creative-Hub ermöglicht es ganz unterschiedlichen Akteuren der KuK - vom Studenten bis zu Großunternehmen - Arbeitsräume direkt auf dem Areal zu nutzen.

Entwicklungsstufe 3

Die nächste Entwicklungsstufe nutzt die letzten frei verfügbaren Flächen für die Realisierung der Mobilitätsstation und der Qualifizierung der Campus Allee an der Bielefelder Straße. Auf dem bestehenden Campus Emilie entsteht in dieser Entwicklungsstu-



fe der KnOWledge Cube Detmold mit ca. 860 m² BGF als vergleichsweise kleiner Baustein, der die Südseite des Campus schließt. Hierdurch können intern Räume neu gebündelt und genutzt werden, so dass dringend benötigte Raumkapazitäten für Studierende und Seminarflächen entstehen.

Entwicklungsstufe 4+ (Optional)

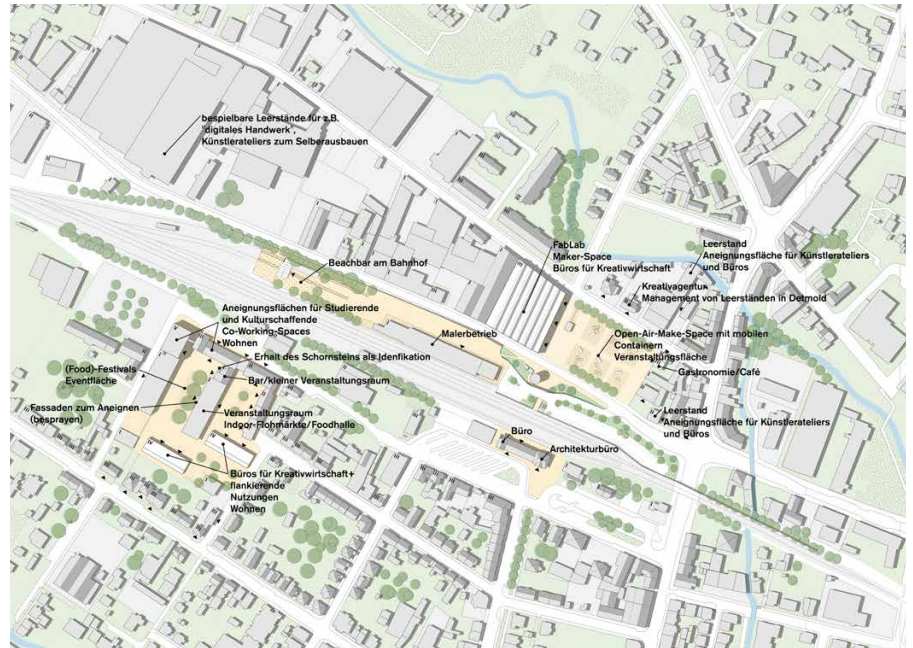
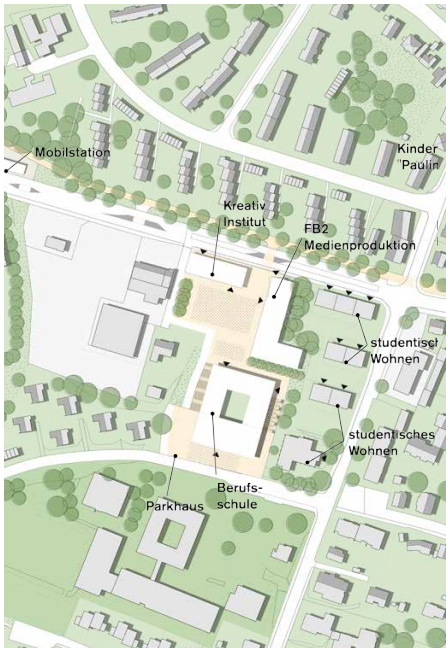
Mit einer potentiellen Nachnutzung des Nachbargrundstücks kann die Campusfläche rund um den FB2 vervollständigt werden. Hierdurch können optional weitere Entwicklungsimpulse und Ansiedlungswünsche zwischen Arbeiten und Wohnen durch einen zusätzlichen Gebäudecluster im Westen realisiert werden. Denkbare Schlüsselnutzungen innerhalb dieses Clusters können Veranstaltungen

und Events direkt vor Ort sein, die nun durch regelmäßige Ausstellungen, Konferenzen, Fortbildungen und Festivals, auch die Stadtgesellschaft in das Quartier holen. Nach Möglichkeit entsteht so neben dem Campus Emilie und dem Campus rund um den FB2 ein weiterer hochwertiger öffentlicher Aufenthaltsraum, der den Kreativ Campus vervollständigt.



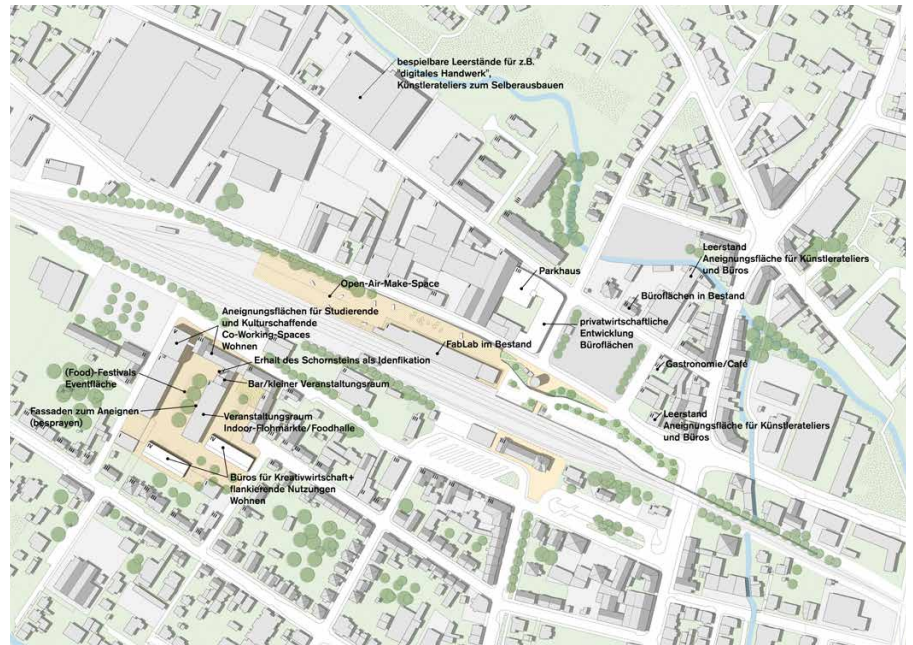
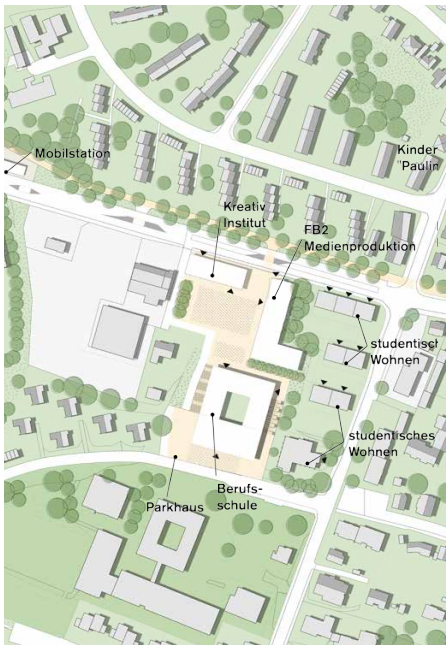
Szenario Kreativ Rahmen





Variante A / Impuls FabLab Cube

- Kreativ Institut mit Gründerzentrum und Berufsschule als Impuls an der Bielefelder Straße
- FabLab Cube als Impuls am Kronenplatz
- Umgestaltung Kronenplatz zur Eventfläche -> Open-Air Makerspace & Veranstaltungen aller Art (z.B. Kirmes)
- Beachbar am Bahnhof
- Kreativagentur in der Villa
- ggf. Entwicklung Temde
- Leerstehende / Mindergenutzte Gewerbeareale potentielle Aneignungsräume



Variante B / Impuls Bürogebäude

- Kreativ Institut mit Gründerzentrum und Berufsschule als Impuls an der Bielefelder Straße
- Entwicklung Bürowinkel am Kronenplatz
- FabLab Halle im Bestand (Malerbetrieb)
- Umfeld Open-Air Makerspace
- Kreativagentur in der Villa
- ggf. Entwicklung Temde
- Leerstehende / Mindergenutzte Gewerbeareale potentielle Aneignungsräume

6.2 Szenario Kreativ Rahmen

Das Szenario Kreativ Rahmen untersucht die städtebaulichen Möglichkeiten einer zweigeteilten Entwicklung rund um den Bahnhof und an den verfügbaren Flächen der Bielefelder Straße, um die Impulswirkung auf den Detmolder Westen zu maximieren. Als Ausgangspunkt für die Entwicklung am Bahnhof dienen die Planung zur nördlichen Erschließung des Bahnhofs, durch eine Fußgängerunterführung und den neuen Wärmespeicher der Stadtwerke als Landmarke im Stadtgebiet. Dazu entsteht ein Park & Ride Parkplatz der es erlaubt neu über die Parkplatzsituation am Kronenplatz nachzudenken. Desweiteren hat die Stadt Detmold die Flächen nördlich der Gleise von der Deutschen Bahn erworben und kann so weiteres Entwicklungspotential bereitstellen. Hinzu kommen stadthistorisch prägende Leerstände wie Sinalco und Temde Leuchten, die von weiteren kleineren Leerständen und zu vermietenden Hallen ergänzt werden. Beide historisch prägenden Leerstände sind allerdings im Privatbesitz.

Ziel des Szenarios Kreativ Rahmen ist es Entwicklungen zum Kreativ Quartier am Bahnhof und Kronenplatz als Gelenkpunkt und Stadteingang zu konzeptionieren, die die hervorragende Lage in der Stadt für eine Verankerung des Kreativ Quartiers in der Stadtgesellschaft nutzen. Mit der Impulswirkung durch Entwicklungen am Kronenplatz kann zudem ein großes Stück Stadtreparatur durch den Strukturwandel im Gewerbe weiterverfolgt werden. Die vorgestellten Varianten unterscheiden sich daher im Wesentlichen durch die unterschiedliche Impulssetzung an unterschiedlichen Orten und damit auch unterschiedlichen zeitlichen Abläufen am Bahnhof. Dabei setzen beide Varianten in diesem Szenario auf den Neubau der Berufsschule an der Bielefelder Straße inklusive Parkhaus, um die Impulswirkung des FabLab Cube für Entwicklungen am Bahnhof zu nutzen.

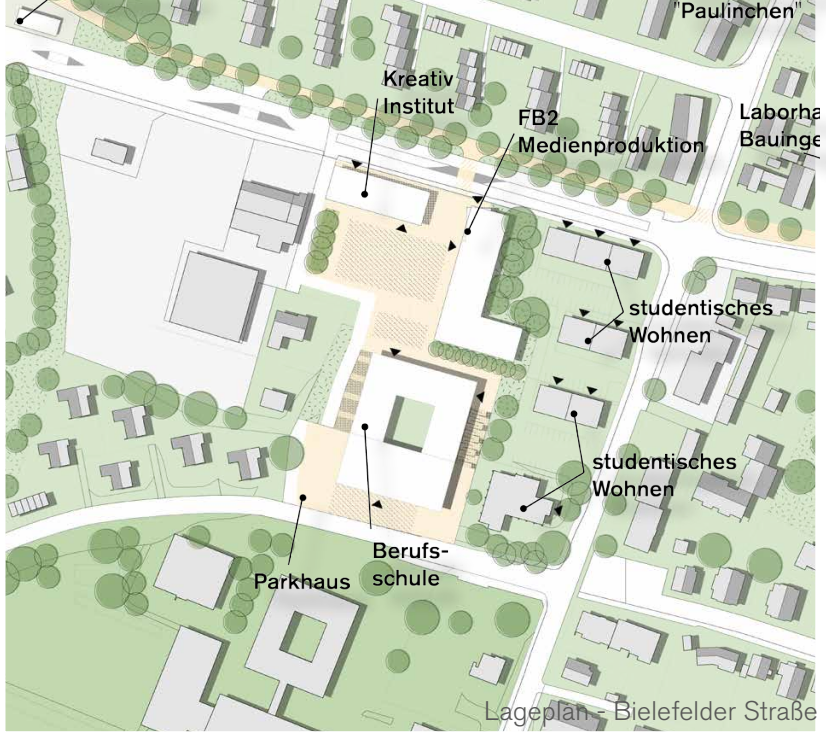
Variante A nutzt entsprechend die verfügbare Fläche an der Westseite des Kronenplatz für den FabLab Cube und verknüpft dies mit einer Neugestaltung des Kronenplatzes, der nun nicht mehr allseitig umfahrbar ist und als Open-Air Makerspace und Eventfläche für sichtbare Kreativität sorgt und gleichzeitig die Möglichkeit behält, weiterhin als Standort für die Kirmes zu dienen. Der Leerstand der Villa auf der nördlichen Seite des Kronenplatz wird in diesem Szenario zum Sitz einer Kreativ Quartier Agentur, die dabei helfen kann zwischen Eigentümer und potentiellen Mietern der leerstehenden Erdgeschosslokale zu vermitteln. Die Ausstrahlung und Impulswirkung hinein in den Detmolder Westen und in das Gewerbegebiet kann so angeschoben werden. Für die Flächen hinter dem Malerbetrieb wird in dieser Variante eine Beachbar am Bahnhof vorgeschlagen, die die Passantenfrequenz am Kronenplatz erhöhen kann. Damit werden ergänzende Dienstleistungen tragfähiger und die Stadtgesellschaft findet einen zusätzlichen An-

laufpunkt in dem früher monostrukturierten Gewerbegebiet. Diese Entwicklungen sind ggf. in der Lage die Investitionsbereitschaft der Privateigentümer von Sinalco und Temde für Sanierung und Nachnutzung zu erhöhen.

Variante B setzt darauf den FabLab Cube im Bestand der Malerhalle zu entwickeln und damit eine kostengünstige Alternative zum Neubau zu eruieren. Gleichwohl ist das Gebäude des Malerbetriebs nicht im öffentlichen Besitz und macht schon den wichtigen ersten Impulsbaustein zu einem Unsicherheitsfaktor. Die Fläche am Kronenplatz wird für die Entwicklung von Büroflächen genutzt, wie vor Jahren mal von der Stadt angedacht. Der Kronenplatz bleibt in dieser Variante entsprechend in seinem jetzigen Zustand.

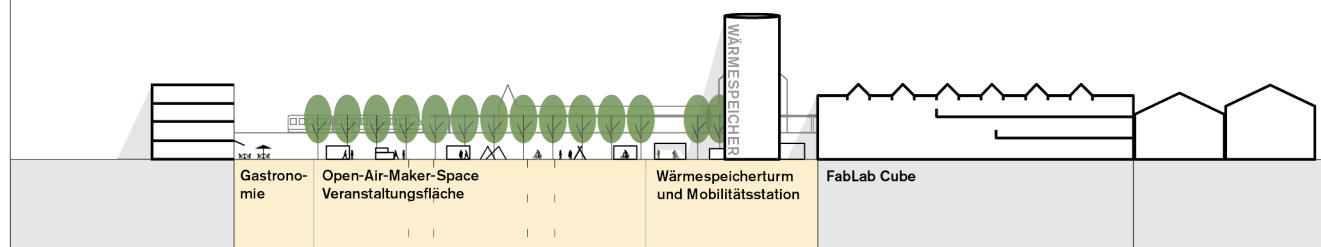
Im Vergleich zeigt Variante A nicht nur deutliche Vorteile durch die Entwicklungsmöglichkeit des FabLab Cube, als ersten Baustein, sondern birgt auch mehr Potentiale in den Bereichen Sichtbarkeit und Identität. Die Möglichkeiten des Netzwerks und der Charakter des öffentlichen Raums ist durch die neue Nutzungsdichte und die Umgestaltung des Kronenplatzes in Variante A ebenfalls höher zu bewerten. Für den Standort an der Bielefelder Straße fällt auf, dass die wenigen hochbaulichen Entwicklungen keine abgeschlossene Campusentwicklung an der Bielefelder Straße ermöglichen, die auch ausreichend Räume für die Kreativwirtschaft bietet.

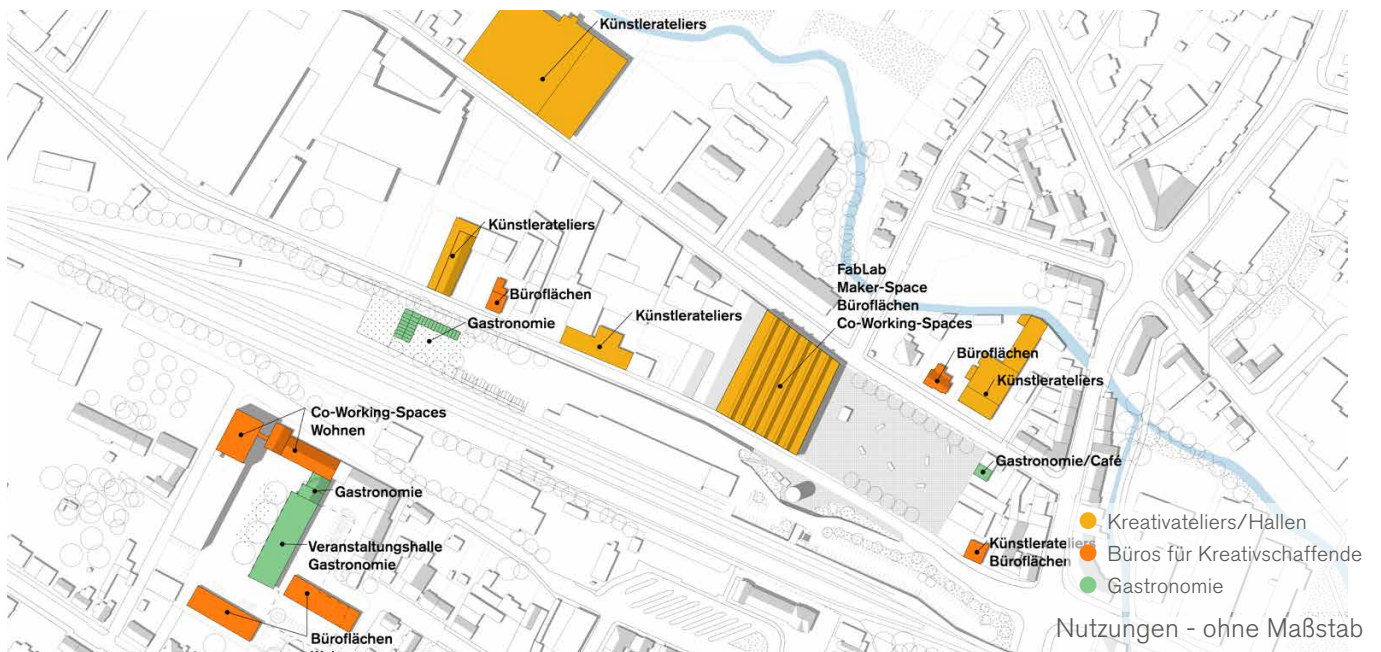
Kreativ Rahmen		
	Var A	Var B
	82%	72%
Sichtbarkeit & Identität	87%	80%
Qualität des öffentlichen Raums	4	4
Frequentierung des Öffentlichen Raums	5	5
Raumangebot für Veranstaltungen & Fortbildungen	4	3
Identitätsfördernder Charakter	4	3
Sichtbarkeit der Kreativen in der Stadt	5	5
Einbindung umliegender Strukturen	4	4
Entwicklungsstufen & Realisierbarkeit	85%	65%
Flächenverfügbarkeit	4	4
Impulswirkung durch Öffentliche Investitionen	5	2
Eigenständigkeit der Entwicklungsstufen	4	3
Verträglichkeit mit bestehenden Nutzungen	4	4
Erreichbarkeit & Anbindung	93%	93%
MIV	5	5
Wegebeziehungen untereinander	4	4
ÖPNV	5	5
Gemeinschaft & Netzwerk	73%	63%
Raumangebot für Gemeinschaft (Innen)	4	3
Raumangebot für Gemeinschaft (Öffentlicher Raum)	4	2
Raumangebot für flankierende Dienstleistungen	3	3
Kommunikationsfördernde Strukturen	5	5
Aneignungsmöglichkeiten	4	4
Kulisse für StartUps & Gründer	5	4
Lebendigkeit & Nutzungsmischung (z.B. Wohnen)	4	4
Gesamtpunktzahl	86	76





Schnitt Kronenplatz





Das Szenario Kreativ Rahmen besticht durch die geringe Anzahl an notwendigen Neubauten und die nachhaltige Umnutzung vieler Bestandsgebäude. Lediglich der FabLab Cube ist ein großmaßstäblicheres Hochbauprojekt. Die Umgestaltung des Kronenplatzes verringert die Versiegelung durch neue Baumstandorte und den Rückbau zweier Fahrbahnen. Ergänzend kommen kleinere Nachverdichtungen an der östlichen Seite des Kronenplatz in Betracht und möglicherweise ergänzende Strukturen auf dem Temdeareal, sofern die Eigentümer dies mittragen. Dazu kommen einige Leerstände und vermietbare Hallen, die vielfältiges Aneignungspotential für Kreative bieten können.

Als wesentlicher Impuls dient der FabLab Cube direkt angrenzend an einen dann stark frequentierten öffentlichen Raum, der selbst als offene Werkstatt und Eventfläche fungieren kann. Der dann neu gestaltete Kronenplatz mit FabLab Cube ist im weiteren Umfeld umgeben von kleineren und größeren Leerständen, die auf ein neues Nutzungskonzept warten. Eines dieser Gebäude im Norden des Kronenplatz wird in dem Szenario mit einer Kreativagentur besetzt, die im Sinne eines Kreativ Quartier Managements verschiedenste Organisation und Netzwerkarbeit im Quartier leisten kann. So kann die Vermittlung zwischen Eigentümer und potentiellern Nutzer eine wesentliche Aufgabe sein und die Chance auf eine Nachnutzung im Umfeld des Bahnhofs und in den Leerständen des Detmolder Westens stark erhöhen. Die Nutzungen in diesen Hallen können von Künstlerateliers, über Co-Working Spaces bis hin zu Foodhallen reichen. Eine dezidierte Festlegung ist zum jetzigen Zeitpunkt gar nicht notwendig.

Insgesamt besticht das Szenario durch seine starke Impulswirkung am Kronenplatz und seine Positionierung in der Stadtgesellschaft. Die Folgeentwicklungen haben ihre Stärken in der großen Flexibilität und der Nutzung vieler Leerstände. Diese Offenheit birgt aber auch die Gefahr vieler oder weniger Einzelentwicklungen, die nicht als Kreativ Quartier wirken und keine Gemeinschaft oder Netzwerk erzeugen können. Eine Steuerung dieses Szenarios in Form eines Kreativ Quartier Managements erscheint notwendig und folgerichtig.



Entwicklungen an der Bielefelder Straße

Auch in diesem Szenario erfolgen die ersten Entwicklungsschritte an der Bielefelder Straße mit dem Fachbereich 2 Medienproduktion der TH OWL. Dieser erste Impuls wird durch das Kreativ Institut als Anlaufstelle für Existenzgründer und gemeinsamer Ort der Forschungsinstitute ergänzt. In dieser Entwicklungsstufe sind die erforderlichen Stellplätze temporär auf der Campusfläche oder auf dem unbebauten Südgrundstück nachzuweisen. Darauf folgend kann auf dem südlichen Grundstücksteil der Neubau der Berufsschule inklusive des eingeschobenen Parkhauses erfolgen. Die nächste Entwicklungsstufe nutzt die letzten frei verfügbaren Flächen für die Realisierung der Mobilitätsstation und der Qualifizierung der Campus Allee an der

Bielefelder Straße. Auf dem bestehenden Campus Emilie entsteht in dieser Entwicklungsstufe der KnOWledge Cube Detmold mit ca. 860 m² BGF als vergleichsweise kleiner Baustein, der die Südseite des Campus schließt.

Bahnhof - Entwicklungsstufe 1

Angestoßen durch die neue Unterführung und den entstehenden Wärmespeicher wird der Fab-Lab Cube als Schlüsselbaustein am Kronenplatz gemeinsam mit einer Neugestaltung des Kronenplatzes realisiert. Dies geht einher mit dem Rückbau der westlich und östlich angrenzenden Straßen. Ergänzt wird die Entwicklung durch die Etablierung eines Kreativ Quartier Managements in der leerstehenden Villa auf der Nordseite des Platzes.



Entwicklungsstufe 2

Mit den ersten Passanten und Studierenden in dem neuen Stadtraum ist nun ausreichend Frequenz und Sichtbarkeit vorhanden, um die Beachbar am Bahnhof zu realisieren. Die neuen kreativen Impulse können zudem rund um den Kronenplatz zu ersten Nachnutzungen / Anmietungen der Leerstände führen.

Entwicklungsstufe 3+

Mit einer ausreichend kreativen Atmosphäre im Umfeld und einem lebendigen öffentlichen Raum erhöht sich das Nachnutzungspotential der großen prägenden Leerstände im Umfeld. Insbesondere das Sinalco Gebäude direkt am Kronenplatz bietet in dieser Phase aufgrund seiner Gebäudestruktur

das größte Potential als Creative-Hub im Bestand neu genutzt zu werden. Gleiches gilt für Temde, wo auf dem großen Areal noch weit mehr Möglichkeiten für weitere Nutzungen von Foodhalle bis Wohnen bestehen. Diese Entwicklung sind zuletzt alle abhängig von der Bereitschaft der Eigentümer und in ihrer Reihenfolge flexibel.



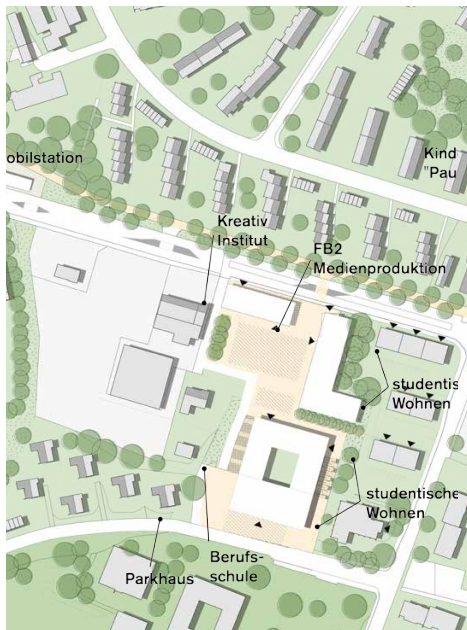


Szenario Kreativ Hotspots



Variante A / Impuls Britensiedlung

- Kreativ Institut mit Gründerzentrum und Berufsschule als Impuls an der Bielefelder Straße
- Impuls Ortskernentwicklung Britensiedlung
- Entwurf Stadt Stand Dez 2018
- Büroflächen und Nahversorger im Süden des Areals



Variante B / Impuls Kasernen

- Kreativ Institut mit Gründerzentrum und Berufsschule als Impuls an der Bielefelder Straße
- Entwicklung FabLab Cube am Hangar21
- Inwertsetzung und Platzentwicklung Denkmalspange (Gastro & Open-Air Makerspace)
- Hangar21 als Mehrzweckhalle und Ausstellungsfläche
- Co-Working, Büroflächen in leerstehenden Kasernen
- Britensiedlung parallel als Quartiersentwicklung inklusive studentischem Wohnen

6.3 Szenario Kreativ Hotspots

Das Szenario Kreativ Hotspots untersucht die strategischen Potenziale die Entwicklungen zum Kreativ Quartier mit der bereits angestoßenen städtebaulich notwendigen Erneuerung der Britensiedlung zu verknüpfen. Sowohl die Britensiedlung als auch einige der Kasernen der britischen Streitkräfte stehen derzeit leer. Insbesondere die Kasernen bieten mit dem Hangar 21 als Multifunktionshalle ebenfalls Potential für die Etablierung eines Kreativ Quartiers. Gleichzeitig sollen die bereits angestoßenen Entwicklungen an der Bielefelder Straße auch in diesem Szenario weitergeführt werden, so dass es sich auch hier um eine zweigeteilte Entwicklung handelt.

Ziel des Szenarios ist es das große Flächenpotential im Detmolder Norden und den Entwicklungsdruck auf den Flächen dazu zu nutzen eine Quartiersentwicklung anzustoßen, die einerseits den fehlenden Ortskern etabliert, der in den bestehenden Konzepten der Stadt Detmold bereits thematisiert wird und dabei andererseits attraktive Kreativcluster im Stadtteil zu etablieren, die ausreichend Anziehungskraft für die Ansiedlung von Kreativen bieten. Zu diesem Zweck wurde der aktuelle Planungsstand der Stadt vom Dezember 2018, der die Entwicklungen eines Kreativ Quartiers im neuen Ortskern der Britensiedlung vorsieht mit einer Variante verglichen, die sich bis auf die Kasernenflächen ausdehnt und versucht die Potentiale des Hangar 21 und der Kasernen miteinzubeziehen. Dabei gehen beide Varianten davon aus, dass die bereits angestoßenen Entwicklungen an der Bielefelder Straße mit dem Kreativ Institut und der Berufsschule inklusive Parkhaus forgesetzt werden.

Variante A ist insofern kein Entwurf der im Rahmen dieser Potenzialstudie entstanden ist, sondern überprüft lediglich den aktuellen Planungsstand der Stadt Detmold im Bezug auf die Tragfähigkeit zur Etablierung eines Kreativ Quartiers. Die wesentlichen Vorteile einer Verknüpfung dieser zwei Stadtentwicklungsthemen ist der bereits angeschobene Prozess und die große Flächenverfügbarkeit. Das neue Quartierszentrums gruppiert verschiedenster Versorgungsangebote für den täglichen Bedarf, die einen Großteil des Projektgebiets beanspruchen. Die im Entwurf vorgesehenen Bruttogeschossflächen für Kreative auf der Nordseite des Nahversorgers sowie in einem Gebäudebestand am südlichen Ende des Plangebiets bieten den Platz für Büroflächen, die von Kreativen genutzt werden. Die Gebäudedimensionen und Lage erweisen sich jedoch als nicht tragfähig für die größeren Stadtbausteine eines Kreativquartiers, wie den angedachten FabLab Cube. Kleinteiligere offene Werkstätten sind in den unteren Geschossen zwar möglich, sind jedoch schlecht an andere Kreativstandorte angebunden. Der Hangar21 und die Kasernen erscheinen mit rund 600m Luftlinie zuweit entfernt. So dass ein Standort an der Britensiedlung insgesamt die Gefahr birgt kaum nachgefragt zu werden - sowohl was mögliche Büroflächen und Ateliers angeht, als auch offene Werkstätten.

Variante B untersucht das Potential vorhandener Flächenpotentiale in den Kasernen und rund um den Hangar21. So wird als ein erster Impulsbaustein der FabLab Cube direkt nördlich angrenzend zum Hangar21 verortet, der zusammen mit einer Inwertsetzung und Platzentwicklung der Platzspanne zwischen den beiden Denkmälern eine wichtige Setzung in den Kasernen vornimmt. Mit der Gestaltung und Qualifizierung des öffentlichen Raums ist ein wesentlicher Impuls zur Nachnutzung der Kasernen zu erwarten, die die weiteren Bausteine wie Creative-Hub, Co-Working, Büro- und Atelierflächen ohne Weiteres aufnehmen können. Ein entsprechende Kernentwicklung ermöglicht in späteren Schritten dann auch eine Nachverdichtung durch Wohnnutzungen und weitere ergänzende Dienstleistungen erfolgen, die zu einer neuen Lebendigkeit des öffentlichen Raums in dem Kasernenareal führen kann. Die Entwicklung in den Kasernen wird durch eine parallele Entwicklung des Quartierszentrums der Britensiedlung unterstützt.

Im Vergleich kann Variante B überzeugen, durch deutliche Vorteile in den Bereichen Sichtbarkeit und Identität durch die historisch prägende Bausubstanz der Kasernen sowie Veranstaltungsformate in und um den Hangar21. Auch die Impulswirkung durch öffentlich geförderte Stadtbausteine ist höher einzuschätzen. Insbesondere im Themenfeld Gemeinschaft und Netzwerk sind die Varianten unterschiedlich stark aufgestellt. Variante B kann mit dem FabLab Cube und dem Hangar21 durch Aneignungsmöglichkeiten und einer guten Kulisse für Startups und Gründer punkten und erreicht hochwertigere öffentliche Räume.

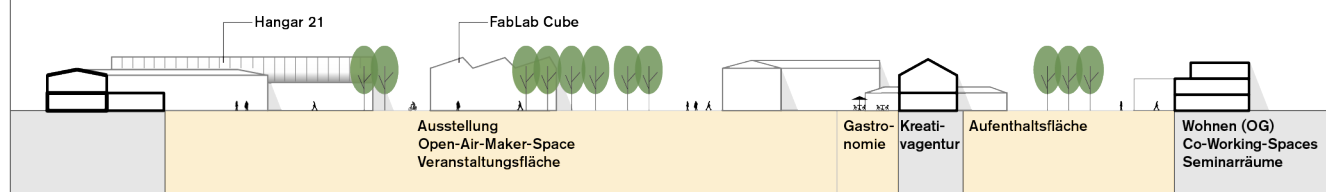
Kreativ Hotspots

	Var A	Var B
	49%	73%
Sichtbarkeit & Identität	47%	73%
Qualität des öffentlichen Raums	2	4
Frequenzierung des Öffentlichen Raums	2	3
Raumangebot für Veranstaltungen & Fortbildungen	2	4
Identitätsfördernder Charakter	2	4
Sichtbarkeit der Kreativen in der Stadt	3	3
Einbindung umliegender Strukturen	3	4
Entwicklungsstufen & Realisierbarkeit	75%	90%
Flächenverfügbarkeit	5	5
Impulswirkung durch Öffentliche Investitionen	3	5
Eigenständigkeit der Entwicklungsstufen	4	4
Verträglichkeit mit bestehenden Nutzungen	3	4
Erreichbarkeit & Anbindung	67%	60%
MIV	5	5
Wegebeziehungen untereinander	2	3
ÖPNV	3	1
Gemeinschaft & Netzwerk	30%	70%
Raumangebot für Gemeinschaft (Innen)	2	5
Raumangebot für Gemeinschaft (Öffentlicher Raum)	1	4
Raumangebot für flankierende Dienstleistungen	3	3
Kommunikationsfördernde Strukturen	2	4
Aneignungsmöglichkeiten	1	5
Kulisse für StartUps & Gründer	1	4
Lebendigkeit & Nutzungsmischung (z.B. Wohnen)	2	3
Gesamtpunktzahl	51	77





Schnitt Platzspange Makerspace

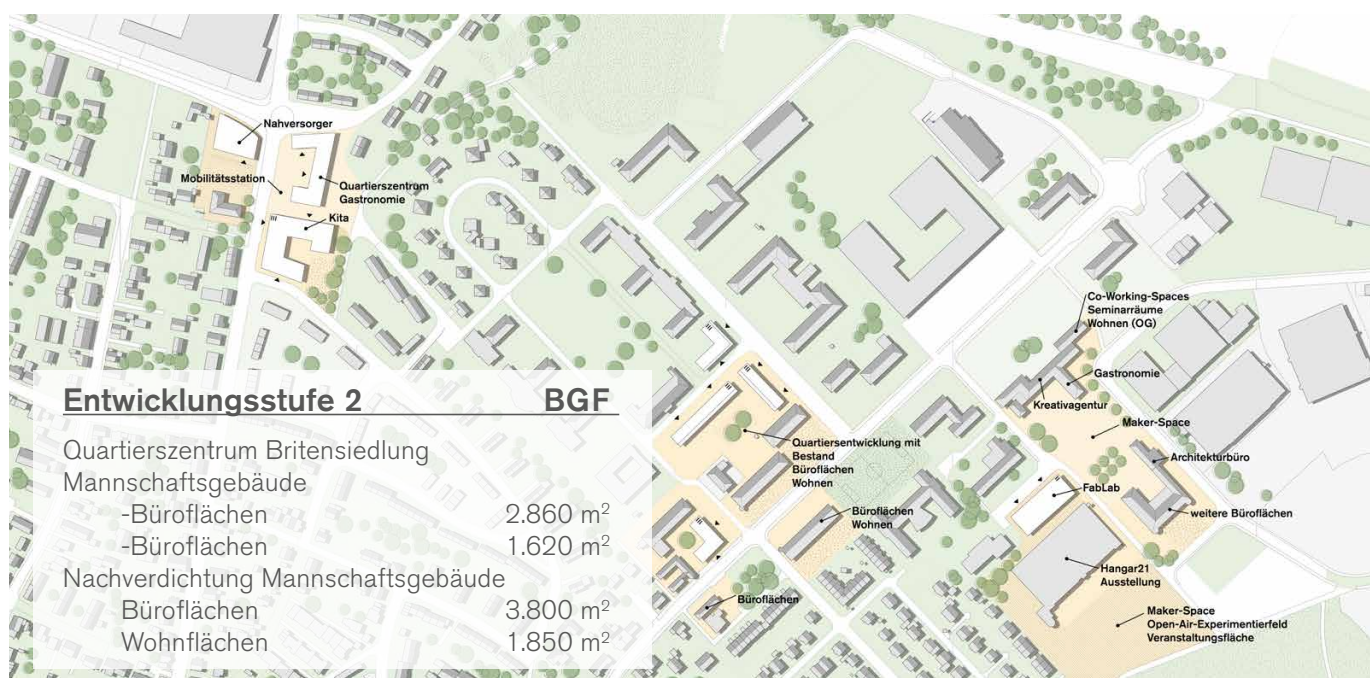
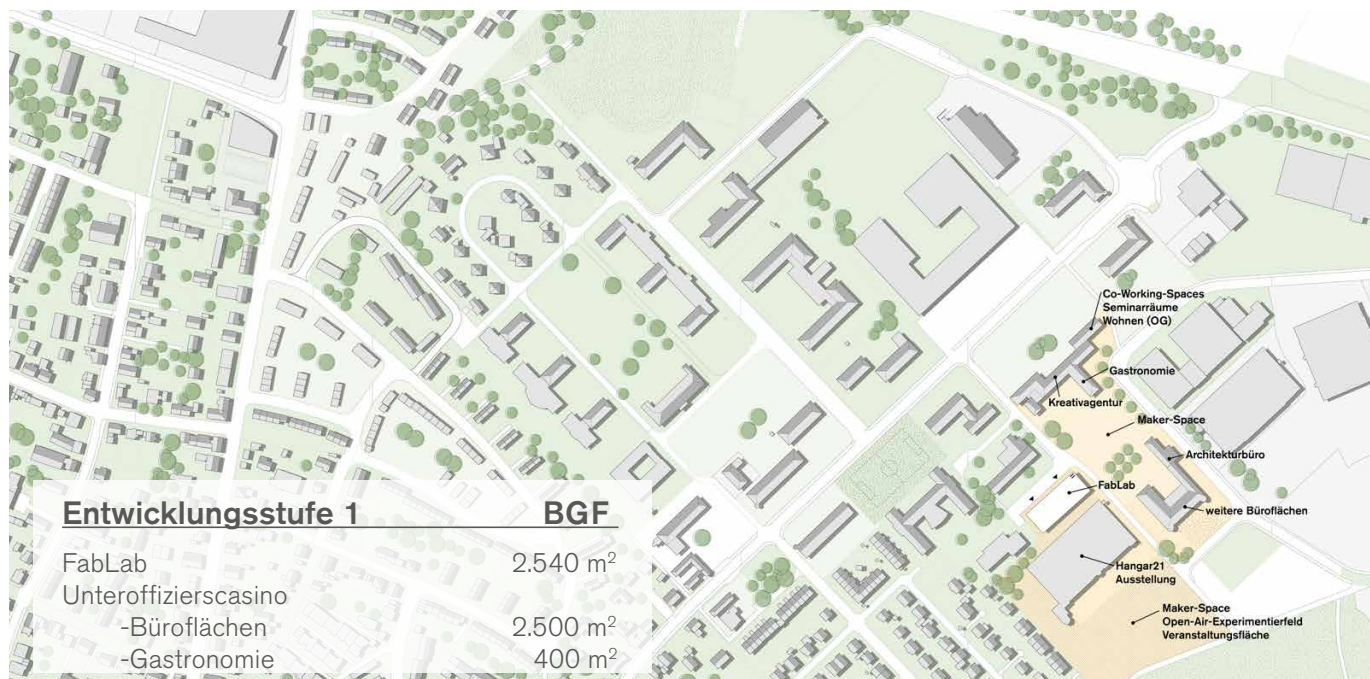




Das Szenario Kreativ Hotspots beschreibt eine großflächige Neustrukturierung des Detmolder Nordens und zeigt das Potential sowohl Britensiedlung als auch Kasernenareal zusammen zu denken und als gemeinsamen Standort zu konzeptionieren. Es greift damit notwendige Entwicklungen auf und skizziert ein großes Stück Stadtreparatur. Dabei handelt es sich um einen integrativen Ansatz einiger Bestandsnutzungen und Inwertsetzungen in Kombination mit Neubauten und neugestalteten öffentlichen Räumen.

Als wesentlicher Impuls dient der FabLab Cube als externer Satellit der Bildungseinrichtungen und attraktiver Standortfaktor für Kreative durch die Bereitsstellung der technischen Möglichkeiten. Damit ergänzt die offene Werkstatt den Hangar21 und schafft einen Nukleus für weitere Nutzungen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Umfeld. Die Nachnutzung der verschiedenen leerstehenden Kasernenflächen erfolgt dann idealerweise radial um diesen Nukleus, um direkt von Beginn eine gewisse Nutzungsdichte am Standort zu generieren. Eine dezidierte Festlegung der Nutzung ist zum jetzigen Zeitpunkt aufgrund der großen Flächenverfügbarkeit und Flexibilität aber gar nicht notwendig. Demgegenüber erhält die Britensiedlung ein Quartierszentrum mit neuer Mobilitätsstation, dass sich verdichtet südlich des Kreuzungspunkts gruppiert. Ergänzend dazu bestehen im südlichen Bereich vergleichsweise dichte Wohnungsangebote, die auch studentisches Wohnen ermöglichen und sich räumlich in Richtung des neuen Kreativclusters in den Kasernen erstrecken.

Die Neugestaltung des Raums zwischen den beiden Kasernen als neue Platzspanne und Mittelpunkt des Kreativclusters in den Kasernen, kreiert nicht nur einen hochqualitativen öffentlichen Raum, sondern bietet gleichzeitig die Chance für einen Open-Air Makerspace vorgelagert zum eigentlichen FabLab Cube, so dass der Entstehungsprozess von neuen Produkten und Prototypen auch für Besucher des Hangar21 und die niedergelassenen Kreativen sichtbar wird. Darüber hinaus erlaubt die Platzsituation flankierende Dienstleistungen, wie gastronomische Einrichtungen, die den Akteuren vor Ort und Besuchern der Veranstaltungen des Hangar21 die Möglichkeit gibt mehr Zeit vor Ort zu verbringen.



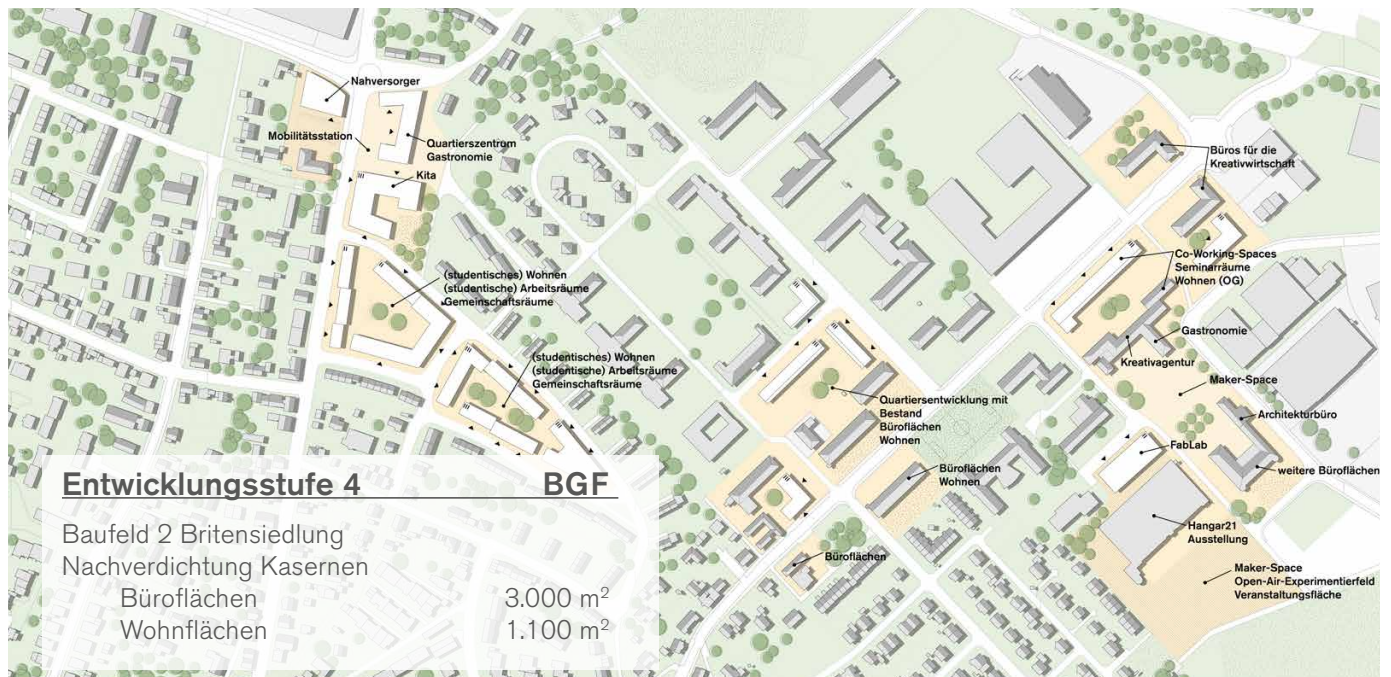
Entwicklungen an der Bielefelder Straße

Auch in diesem Szenario erfolgen die ersten Entwicklungsschritte an der Bielefelder Straße mit dem Fachbereich 2 Medienproduktion der TH OWL. Dieser erste Impuls wird durch das Kreativ Institut als Anlaufstelle für Existenzgründer und gemeinsamer Ort der Forschungsinstitute ergänzt. In dieser Entwicklungsstufe sind die erforderlichen Stellplätze temporär auf der Campusfläche oder auf dem unbebauten Südgrundstück nachzuweisen. Darauf folgend kann auf dem südlichen Grundstücksteil der Neubau der Berufsschule inklusive des eingeschobenen Parkhauses erfolgen. Die nächste Entwicklungsstufe nutzt die letzten frei verfügbaren

Flächen für die Realisierung der Mobilitätsstation und der Qualifizierung der Campus Allee an der Bielefelder Straße. Auf dem bestehenden Campus Emilie entsteht in dieser Entwicklungsstufe der KnOWLedge Cube Detmold mit ca. 860 m² BGF als vergleichsweise kleiner Baustein, der die Südseite des Campus schließt.

Entwicklungsstufe 1

In direkter Nachbarschaft zum Hangar 21 entsteht der FabLab Cube als Satellit der Hochschulen und Berufsschulen. Ergänzend findet eine Aufwertung und die Platzgestaltung im Umfeld statt, so dass ein Nukleus mit attraktivem Nutzungsangebot und



hoher Aufenthaltsqualität entsteht, der eine Inwertsetzung der umliegenden Kasernengebäude initiieren kann.

Entwicklungsstufe 2

Unabhängig von dem Zeitpunkt der Entwicklung in den Kasernen entsteht ein neues Quartierszentrum für die ehemalige Britensiedlung. Beide Entwicklungen zusammen bilden die Grundlage für weitere Entwicklungen im Detmolder Norden. So kann im Anschluss die Instandsetzung und Nachverdichtung an der Moritz-Rülfstraße erfolgen und als Bindeglied zwischen den beiden anderen Kernpunkten fungieren.

Entwicklungsstufe 3+

Mit einer ausreichend kreativen Atmosphäre im Umfeld und einem lebendigen öffentlichen Raum in Form des neuen Platzes und im Umfeld des Hangars sowie einem neuen Quartierszentrum in der ehemalige Britensiedlung werden weitere Entwicklungsimpulse zur Nachnutzung und Nachverdichtung weiterer Kasernen gesetzt. Gleiches gilt für die ehemalige Britensiedlung, wo die initiierte Entwicklung durch ein weiteres Baufeld, das sich in Richtung der Kasernen streckt, fortgeführt werden kann.

6.4 Conclusio

Ein Vergleich der Szenarien untereinander zeigt, dass die Szenarien vor unterschiedlichen Herausforderungen bzgl. Flächenverfügbarkeit, Impulswirkung und Anbindung stehen. Wie bereits erwähnt erfolgt die Bewertungsgrundlage auf einfach gewichteten Indikatoren. Es sei darauf hingewiesen, dass eine unterschiedliche Gewichtung der Indikatoren aufgrund bestimmter Sachzwänge oder politischen Entscheidungen zu anderen Ergebnissen führen kann. Die vorliegende Bewertung erfolgt deswegen bewusst ohne Gewichtung. Insgesamt sind aber alle Konzepte tragfähig, wie die durchschnittlich hohe Wertung verdeutlicht.

Sichtbarkeit & Identität

Insgesamt wird sichtbar, dass eine größtmögliche Nähe zur Innenstadt erstrebenswert ist, um ohne Mehraufwand eine hohe Sichtbarkeit in der Stadtgesellschaft und eine höhere Nutzerfrequenz für angebotene Dienstleistungen zu erhalten. Gerade aufgrund der fehlenden Nutzerdichte in den ersten Entwicklungsstufen und der peripheren Lage kann das Szenario Kreativ Hotspots hier im Vergleich am wenigsten überzeugen.

Entwicklungsstufen & Realisierbarkeit

In diesem Themenfeld zeigt sich die große Stärke einer Entwicklung im Detmolder Norden, wo die Flächenverfügbarkeit sichergestellt ist. In Abstrichen gilt dies auch für das Szenario Kreativ Rahmen, dass eine hohe Flexibilität in der Entwicklung zeigt, aber stark auf die Unterstützung privater Akteure in späteren Entwicklungsstufen angewiesen ist. Das Szenario Campus+ kann in seiner Integration in den Stadtraum punkten, in der bei abgeschlossener Entwicklung keine Nutzungskonflikte und eine maximale Einbindung der Bildungseinrichtungen erreicht werden kann. Ohne die Verfügbarkeit des Nachbargrundstücks kann dieses Szenario jedoch nicht vollständig realisiert werden.

Erreichbarkeit & Anbindung

Hauptsächlich durch die Nähe zur Innenstadt und zum Bahnhof sind die Szenarien Kreativ Campus+ und Kreativ Rahmen hier deutlich höher zu bewerten. Generell lässt sich festhalten, dass eine möglichst hohe räumliche Dichte vorteilhaft ist, um die Verknüpfung der Wertschöpfungsketten zwischen Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft zu forcieren. Mit Abstrichen in der Wirkung kann dies aber auch durch Satellitenlösungen in beide Richtungen erreicht werden, um die Vernetzung zwischen KuK und Hochschulen dauerhaft zu festigen, wie z.B. der FabLab Cube am Bahnhof oder neben dem Hangar 21 gezeigt hat.

Gemeinschaft & Netzwerk

Insbesondere in diesem Themenfeld erweist sich eine räumliche Dichte als vorteilhaft um die Gemeinschaft unter den Akteuren zu fördern. Für zufällige Treffpunkte sorgen ein stark frequentierter öffentlicher Raum und flankierende Dienstleistungen, die sich am leichtesten im Szenario Kreativ Campus+ etablieren können aufgrund der zahlreichen Schüler, Berufsschüler und Studierenden im Umfeld. Die Nähe zur Hochschule und zur Gründungsberatung im Kreativ Institut bevorzugt ebenfalls eine verdichteten Entwicklung an der Bielefelder Straße, wie in dem Szenario Kreativ Campus+ vorgeschlagen.

Gesamtbewertung

Alle Szenarien sind tragfähig, bieten aber unterschiedliche Erfolgsaussichten und Strahlkraft. Der größte Vorteil des Szenario Hotspots ist die Flächenverfügbarkeit neben dem Hangar 21. Eine Impulswirkung zur Revitalisierung der Leerstände ist sehr wahrscheinlich. Durch die schlechtere Erreichbarkeit und Vernetzung besteht aber eine Restgefahr, dass der Raum nicht angenommen wird. Das starke Argument für eine Entwicklung im Umfeld des Bahnhofs ist die hervorragende Einbindung in die Stadtgesellschaft und die damit einhergehende Sichtbarkeit in der Stadt. Auch hier ist eine Impulswirkung in das umliegende Gewerbegebiet und den Detmolder Westen sehr wahrscheinlich, aber mit dem Restrisiko verbunden, dass die privaten Eigentümer kein Interesse an der Entwicklung zeigen. Das Szenario Campus+ kann - bei einfacher Gewichtung der Indikatoren - insgesamt am meisten überzeugen und entwickelt als große Stärke weitere Campi und räumlich dichte Cluster, die insbesondere die Wirtschaft stark mit den vorhandenen Bildungs- und Forschungseinrichtungen vernetzen und sich gut in umliegende Strukturen einbetten. Ein Risiko in der Entwicklung ist das Einbeziehen der privaten Flächen des Nachbargrundstücks in die Entwicklung, die ggf. dazu führen, dass die Entwicklung ins Stocken gerät und eine potentielle Nachfrage nicht bedient werden kann. Unter diesen Umständen kann eine Kombination der Szenarien notwendig werden, die die Entwicklungen an der Bielefelder Straße in den Flächen rund um den Bahnhof fortsetzt. Diese Flexibilität führt dazu, dass das Szenario Kreativ Campus+ mit seiner potentiellen städtebaulichen Qualität, Anziehungskraft für Kreative und Strahlkraft für Detmold und die Region für die weitere Entwicklung empfohlen wird.

KREATIV QUARTIER DETMOLD

SZENARIEN ANALYSE KOMPAKT

- Szenario Campus+: Größter Vorteil ist die räumliche Nähe der Akteure, die die Vernetzung der Wirtschaft mit den vorhandenen Bildungs- und Forschungseinrichtungen am stärksten forciert.
- Szenario Rahmen: Größtes Plus ist die Nähe und Sichtbarkeit zur Stadtgesellschaft. Es liegt zudem in der Laufzone der meisten Studierenden und Berufsschüler. Eine Impulswirkung in das Gewerbegebiet ist sehr wahrscheinlich.
- Szenario Hotspots: Größtes Plus ist neben dem Hangar21 die große Flächenverfügbarkeit. Eine Impulswirkung zur Revitalisierung der Leerstände ist sehr wahrscheinlich.
- Ausgewählte Szenarien sind alle tragfähig - bieten aber unterschiedliche Erfolgsaussichten.
- Die Szenarien sind kombinierbar, Bausteine sind tauschbar.
- Insgesamt ist eine möglichst hohe räumliche Dichte an Kreativen vorteilhaft (Campus+), kann aber mit Abstrichen auch durch Satellitenangebote in beide Richtungen überbrückt werden (z.B. FabLab am Bahnhof oder Hangar für die Vernetzung mit den Hochschulen).
- Insgesamt ist eine größtmögliche Nähe zur Innenstadt erstrebenswert um ohne Mehraufwand eine hohe Sichtbarkeit in der Stadtgesellschaft und eine höhere Nutzerfrequenz für angebotene Dienstleistungen zu erhalten (Campus+, Rahmen).

	Kreativ Campus+	Kreativ Rahmen	Kreativ Hotspots
	Var A	Var A	Var B
	87%	82%	73%
Sichtbarkeit & Identität	90%	87%	73%
Qualität des öffentlichen Raums	5	4	4
Frequenzierung des Öffentlichen Raums	4	5	3
Raumangebot für Veranstaltungen & Fortbildungen	5	4	4
Identitätsfördernder Charakter	5	4	4
Sichtbarkeit der Kreativen in der Stadt	4	5	3
Einbindung umliegender Strukturen	4	4	4
Entwicklungsstufen & Realisierbarkeit	85%	85%	90%
Flächenverfügbarkeit	4	4	5
Impulswirkung durch Öffentliche Investitionen	4	5	5
Eigenständigkeit der Entwicklungsstufen	4	4	4
Verträglichkeit mit bestehenden Nutzungen	5	4	4
Erreichbarkeit & Anbindung	93%	93%	60%
MIV	5	5	5
Wegebeziehungen untereinander	5	4	3
ÖPNV	4	5	1
Gemeinschaft & Netzwerk	83%	73%	70%
Raumangebot für Gemeinschaft (Innen)	5	4	5
Raumangebot für Gemeinschaft (Öffentlicher Raum)	5	4	4
Raumangebot für flankierende Dienstleistungen	5	3	3
Kommunikationsfördernde Strukturen	5	5	4
Aneignungsmöglichkeiten	3	4	5
Kulisse für StartUps & Gründer	5	5	4
Lebendigkeit & Nutzungsmischung (z.B. Wohnen)	5	4	3
Gesamtpunktzahl	91	86	77

**KREATIV
QUARTIER
DETMOLD**



7 REGIONALE EINBINDUNG

7 Regionale Einbindung

Die Umfrageergebnisse zeigen ein großes Bedürfnis der KuK sich untereinander stärker zu vernetzen und insgesamt stärker sicht- und wahrnehmbar zu werden. Immer mehr Pioniere in Ostwestfalen-Lippe nehmen diesen Bedarf auf und gründen Netzwerke, lokale Plattformen und Creative Hubs.

Creative Hubs & Co-Working

So sind in verschiedenen Städten bereits Creative Hubs entstanden - teilweise mit großer Unterstützung von global agierenden Unternehmen hier in der Region. In der Bielefelder Altstadt befindet sich der Pioniers Club, in Herford das Denkwerk. Dazu kommen die garage33 in Paderborn sowie der CoWorking Space in Minden. Eine Entwicklung in Detmold würde sich entsprechend einreihen und als Anziehungspunkt für die umliegende Region fungieren. Die Etablierung solcher sichtbaren Anker in den Groß- und Mittelstädten zu stärken, stellt zudem gerade als polyzentrale Region sicher, dass die flächige Verteilung der Institutionen der KuK in OWL auch in den ländlichen Räumen so wie bisher bestehen bleiben kann.

Netzwerke & Plattformen

Darüber hinaus bestehen erste regionale Netzwerke und Plattformen wie die Initiative der StartUp Region OWL, die sich als Plattform für Startups versteht, regelmäßig Events veranstaltet und ein Magazin für die Region herausgibt. Die Nähe und Überschneidung zu vielen Akteuren und Branchen der Kreativwirtschaft besteht und bietet das Potential diese Pionierleistung auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft auszuweiten und so weitere Akteure zu vernetzen. Ein ähnliches Angebot bietet Moodboard Media mit ihrem regionalen Magazin, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft vorstellt, so Kontakte zur klassischen Wirtschaft herstellt und sie untereinander vernetzt. Als regionaler Multiplikator und Unterstützer versteht sich das OWL Kulturbüro als Teil der OWL GmbH. Es bietet Unterstützung bei der Einwerbung von Fördermitteln an und gibt durch die jährliche OWL Kulturkonferenz wichtige kulturpolitische Impulse in die Region und die Gelegenheit zur Vernetzung. In Paderborn hat sich zudem mit dem Netzwerk "05251fallsreich" als eines der ersten in der Region bereits ein lokales Kreativnetzwerk gegründet, dass mit einigen Veranstaltungen im Jahr wichtige Netzwerkarbeit leistet und über eine Gründersprechstunde insbesondere junge Talente fördern möchte.

Fortbildung & Unterstützung

In Bielefeld befindet sich mit der foundersfoundation ein wahrnehmbarer Anlaufpunkt für Gründer, die auf der Suche nach Unterstützung und Coachingangeboten sind. Die foundersfoundation strahlt insbesondere mit ihrer Konferenz Hinterland of things inzwischen in das gesamte Bundesgebiet aus und konnte kürzlich 1200 Konferenzteilnehmer in OWL begrüßen (WDR 2019). Sie haben es sich zum

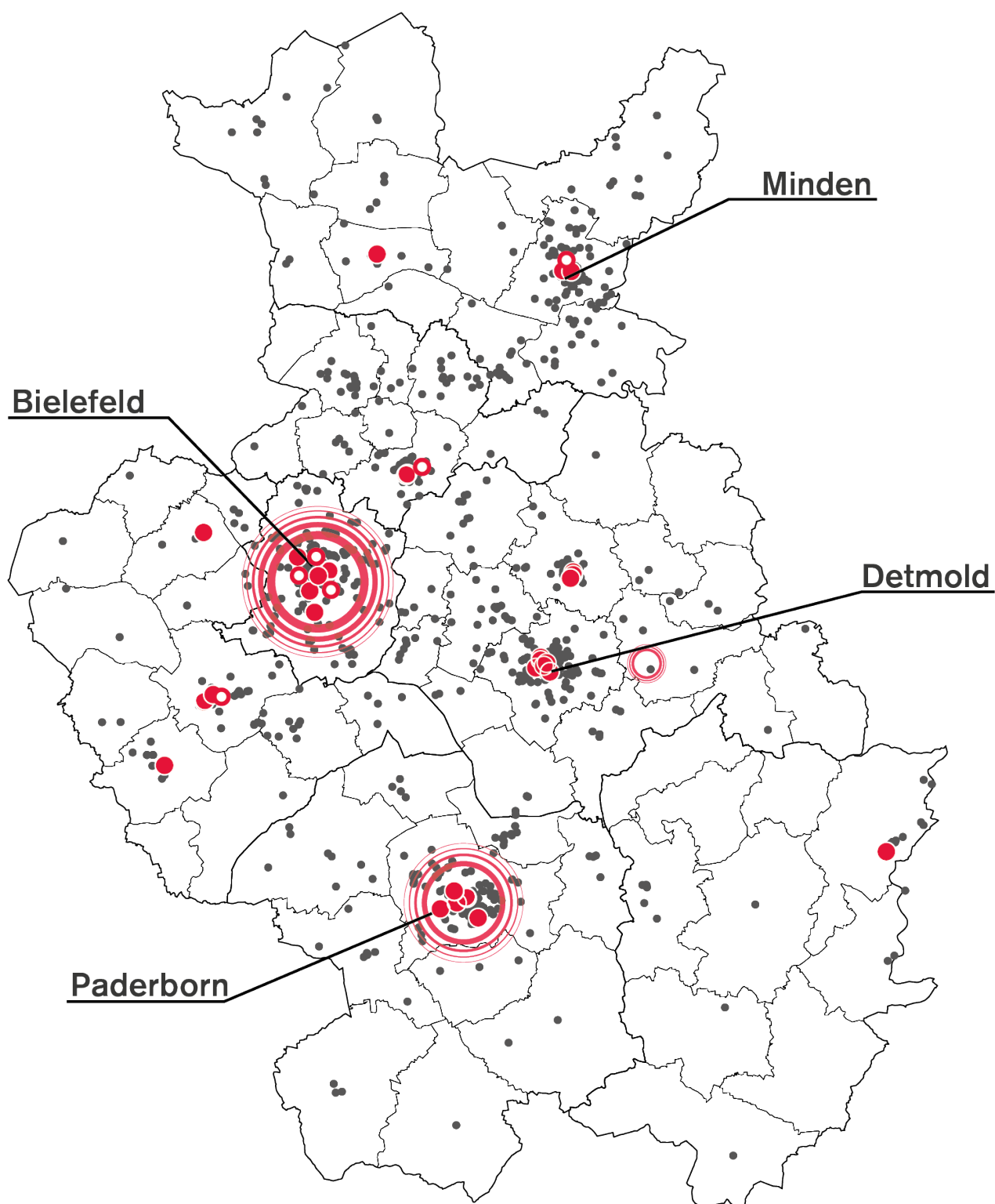
Thema gemacht hat Startups insbesondere im Bereich der Digitalisierung zu fördern.

Regionale Potentiale

Insbesondere im angesagten Bereich der Startup Szene haben sich in Bielefeld einige wichtige Anlaufpunkte für die Region entwickelt, die ganz bewusst dabei unterstützen neue digitale Produkte mit und für die zahlreichen Global Player hier in der Region zu entwickeln. Dazu kommen einige kleinere und größere Netzwerke und Raumangebote, die aber noch in unterschiedlichen Reichweiten, Zielgruppen und Konzepten unterwegs sind. Es gilt diese vorhandenen Potentiale und Pionierleistungen zu nutzen und auf einen Zusammenschluss der Kreativen hinzuwirken. Bei näherer Betrachtung wird deutlich, dass sich hier schon eine tragfähige Aufgabenteilung entwickelt. So existieren in einigen Städten bereits Cluster und Netzwerke, die als lokaler Anker fungieren. Um diese kleineren Strukturen sichtbar zu machen, sind neben wahrnehmbaren baulichen Strukturen übergeordnete Netzwerke hilfreich, die in der Region zu einzelnen Themen bereits existieren, aber noch nicht zusammenwirken. Denkbar ist ein gemeinsames Auftreten nach außen sowie Wanderausstellungen und Konferenzen unter einer Dachmarke. Im Bereich Startup Coaching und Fortbildung bieten die Hochschulen als Wissensträger noch einiges an Potential für flächendeckende und breiter gefächerte Unterstützungsangebote in der Region. Insbesondere die gute technische Ausstattung so mancher Hochschule wird noch nicht als Unterstützungsangebot für Gründer und etablierte KuK genutzt.

Detmold als lokaler Anker und wichtiger Partner

Mit der Etablierung eines FabLab Cubes und der Öffnung von 3D-Druckern, Lasercuttern und vielen weiteren Werkzeugen für die KuK kann Detmold einen wertvollen Beitrag zur Stärkung der Branche in der Region leisten. Neben dieser regionalen Bedeutung kann das Kreativ Quartier Detmold als lokaler Anker den Bedarf nach Vernetzung und gemeinschaftlichen Arbeitsformen im Umfeld abdecken. Als Standort mit einem überdurchschnittlichen Anteil an Kreativen und rein nach Zahlen hinter Bielefeld auf Platz 2 in der Region kann Detmold damit nicht nur wichtige Entwicklungen nachholen, sondern sich auch aus dem Stand als wichtiger Bestandteil des Kreativnetzwerks und Innovationstreiber in OWL platzieren. Darüber hinaus wird empfohlen eine gemeinsame Plattform für OWL zu initiieren, die alle bestehenden Pioniere miteinander ins Gespräch bringt. Kurzfristiges Ziel sollte es sein, weitere Synergien zu finden und Kooperationen zu etablieren, die langfristig in eine gemeinsame Dachmarke überführt werden, um die Kräfte zu bündeln und damit die Schlagkraft der Region OWL zu erhöhen. Nicht zuletzt hat die größere Wahrnehmbarkeit in und außerhalb der Region positive Auswirkungen auf das Anwerben von Fachkräften im Konkurrenzkampf der Regionen.



- Institutionen der KUK in OWL
- Berufsschulen und Hochschulen im Bereich der KUK
- ⊙ Netzwerke der KUK in OWL
- ⊙ Coworking Spaces

**KREATIV
QUARTIER
DETMOLD**



8 ZUSAMMENFASSUNG & HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

8 Zusammenfassung & Handlungsempfehlungen

Die vorliegende Studie zeigt den hohen Bedarf für ein Kreativ Quartier Detmold. Die Stakeholderanalyse weist auf zahlreiche Standortfaktoren der KuK hin, die durch den Standort an der Bielefelder Straße erfüllt werden können. Dabei zeigt sich, dass diese städtebauliche Entwicklung nicht nur ein hochattraktiver Standort für die Kreativwirtschaft sein kann, sondern dabei auch wichtige strategische Zielsetzungen erfüllen kann, wie die Vernetzung von Bildung, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft in der Branche. Dazu birgt der Standort das Potential die Strahlkraft von Detmold und der Region im Bereich der KuK zu erhöhen und somit dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken.

Fortbildungs- und Unterstützungsbedarf der KuK und potentieller Gründer adressieren

Die Befragungen zeigen darüber hinaus, dass ein Bedarf für Fortbildungsangebote besteht, die nicht nur zusätzliches Publikum in das Kreativ Quartier Detmold bringen, sondern auch die Wirtschafts- und Innovationskraft der Region steigern kann. Gerade der Bedarf an Unterstützungsangeboten ist ausgesprochen hoch und kann bei einer kleinteiligen und gründungsintensiven Branche zu einer merklichen Steigerung der Gründungsrate und dem Erfolg der Branche insgesamt beitragen. So nehmen auch die untersuchten Fallbeispiele diesen Bedarf als Grundlage für eine strategische Entwicklung aus den Hochschulen heraus, um möglichst am Ausbildungsort der jungen Fachkräfte direkt Existenzgründungsangebote bereitzustellen. Dazu gehört auch die große Nachfrage nach einem Zugang zu hochwertigen technischen Geräten, die sich die wenigsten Unternehmen der Kreativbranche selbst leisten können, insbesondere keine Unternehmen in Gründung. Dabei sind sie gerade in der Phase des Ausprobierens und der Erstellung von Prototypen entscheidend, um ein Produkt zur Marktreife zu führen. Dieses Equipment ist in der TH OWL, in der Hochschule für Musik und in den Berufsschulen vorhanden. Auf Grundlage dieser starken Nachfrage und ohne vergleichbares Angebot in OWL wird empfohlen dieses technische Equipment in einem gemeinsamen Gebäude zusammenzulegen. Ein solches Angebot ist dabei nicht nur Standortattraktor und eine große Unterstützung für Gründer und etablierte Kreativwirtschaft, es sorgt auch für den Austausch und die Etablierung von Netzwerken untereinander, sowie zwischen Berufsschülern, Studierenden, Gründern und etablierter Kreativwirtschaft. Der angedachte neue Standort des Gebäude 4 des Felix-Fechenbach Berufskollegs an der Bielefelder Straße hat sich in der Variantenuntersuchung zwar als tragfähig erwiesen, aber nicht als

optimale Lösung. Um dennoch das Ziel einer Vernetzung der Berufsschüler mit Studierenden und Kreativwirtschaft zu erreichen und auch unter den Berufsschülern die Gründungsrate zu steigern, wird empfohlen im Zuge der Sanierung des Gebäude 4 am Altstandort den Maschinenpark an die Bielefelder Straße zu verlegen. Auf diese Weise kann die bauliche Qualität am Altstandort gesteigert werden und Seminar- und Verwaltungsräume bleiben an einem Standort. Der skizzierte FabLab Cube gewinnt damit nicht nur an Kapazität und Auslastung. Er wird auch wichtiger Knoten für eine Verknüpfung der Berufsschülern mit dem anderen Akteuren des Kreativ Quartiers und der Stadtgesellschaft. Nicht zuletzt erhöht es die Frequenz im neuen Kreativ Quartier und ermöglicht ausreichend Nachfrage für die Ansiedlung tragfähiger zusätzlicher Dienstleistungen und gastronomischer Angebote. Im Sinne eines OpenLabs kann auch die Stadtgesellschaft zum Ausprobieren eingeladen werden und so das Kreativ Quartier Detmold im öffentlichen Bewusstsein verankern. Fortbildungsangebote, sowie Events und Maßnahmen komplettieren das Angebot. Insgesamt empfiehlt sich eine dichte nutzungsgemischte städtebauliche Entwicklung, die den Standortanforderungen der Kreativwirtschaft nach lebendigen urbanen Räumen gerecht wird.

Zusammenführung der Impulsprojekte in einem gesteuerten Stadtentwicklungsprozess mit Gründerzentrum, FabLab Cube, Co-Working Spaces und Creative Hubs

Die Ergebnisse der Studie verdeutlichen darüber hinaus die Notwendigkeit eines gesteuerten Prozesses, der die verschiedenen einzelnen Impulse und Konzepte zu einem integrierten Prozess zusammenführt. Rahmenplanungen und Stadtentwicklungskonzepte können Synergieeffekte zwischen den Einrichtungen fördern und sorgen dafür, dass die Entwicklungen aufeinander aufbauen. Sie betten öffentlich geförderte Leuchtturmprojekte als gezielte Impulse in eine gesamtstädtische Entwicklung ein. Dabei dienen sie zudem als sicheres und stabiles Gerüst für private Investitionen und fördern die Investitionsbereitschaft. Als übergreifendes Leitbild ist das Konzept Kreativ Quartier Detmold in der Lage für einen integrierten Prozess zu sorgen, der die verschiedenen Akteure, bis hin zu engagierten Bürgern, zusammenführt und entsprechende Ambitionen und Energien bündelt. Die Studie kann hierfür als Arbeitsgrundlage dienen.

Es empfiehlt sich die Entwicklung zum Kreativ Quartier mit einigen wenigen öffentlich geförderten Schlüsselmaßnahmen als Impulssetzungen zu initi-

ieren und zu steuern. Dabei dienen Gründerzentren als wesentlicher Impuls für eine Entwicklung aus den Hochschulen heraus. Gegebenenfalls vorhandene Angebote, wie z.B. die CampusAgentur der TH OWL, sollten an der Bielefelder Straße gebündelt werden und für die Adressaten wahrnehmbar sein. Um den entstehenden Raumbedarf passgenau abdecken zu können empfehlen sich Co-Working Spaces und Creative-Hubs, die über differenzierte Raum- und Mietangebote, der Unterschiedlichkeit und Kleinteiligkeit der Kreativwirtschaft entsprechen. Dieser Logik folgend wird deutlich, dass diese Schlüsselmaßnahmen sich gegenseitig unterstützen und am Besten in Kombination wirken.

Nicht nur um flexibel auf mögliche Restriktionen bei der Flächenverfügbarkeit reagieren zu können und ggf. Entwicklungen rund um den Bahnhof weiterzuverfolgen, empfiehlt sich zudem die dauerhafte Einrichtung eines Lenkungskreises zur Steuerung und Begleitung des langfristigen Entwicklungsprozesses. Dieser Lenkungskreis sollte in regelmäßigen Abständen Projektfortschritt, Projekthemmnisse sowie Rahmenbedingungen überprüfen.

Entwicklungen zum Kreativ Quartier Detmold an der Bielefelder Straße konzentrieren

Räumlich betrachtet erweist sich der Detmolder Westen und insbesondere der Standort an der Bielefelder Straße als der Planungsraum mit dem größten Potential. Es wird empfohlen die Entwicklungen rund um den Standort an der Bielefelder Straße zu konzentrieren und für die ersten Entwicklungsschritte kurzfristig nach geeigneten Fördermaßnahmen zu suchen. Für diese Förderungen sind in der Regel Rahmenplanungen oder Stadtentwicklungskonzepte notwendige Fördergrundlage. Es erscheint ratsam das bestehende Stadtentwicklungskonzept der Stadt Detmold, auf Basis dieser Studie um die entsprechenden Flächen zu erweitern.

In der Standortanalyse und im Szenarienvergleich erweisen sich die Entwicklungen im Detmolder Westen für die Etablierung eines Kreativ Quartiers generell als tragfähiger, im Vergleich zu Entwicklungen in der Britensiedlung und den Kasernen in Hohenloh. Um die potentiellen Entwicklungsdynamiken an der Bielefelder Straße und die notwendigen Entwicklungen an der Britensiedlung nicht zu behindern, wird empfohlen eine Doppelnennung des Begriffs „Kreativ Quartier Detmold“ zu vermeiden.

Strategische Steuerung und Unterstützung der lokalen Vernetzung und regionalen Entwicklung der KuK

Neben der städtebaulichen Entwicklung, die ggf. durch die Trägerschaft einer GmbH erfolgen kann, empfiehlt sich die strategische Unterstützung durch eine Vereinsstruktur. Unter den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Wunsch nach Gemeinschaft und Vernetzung stark ausgeprägt. Das Kreativ Quartier Detmold bietet die Möglichkeit diesem Bedarf als lokaler Anker für Lippe nicht nur über die zur Verfügungstellung von Räumlichkeiten zu begegnen, sondern auch ein Netzwerk zu etablieren, dass ggf. größere Unternehmen mit einbindet. Gleichzeitig bieten Vereinsstrukturen die Grundlage für verschiedene konzeptionelle Ansätze wie Patenschaften, vergünstigte Konditionen für Vereinsmitglieder und Gemeinschaftsarbeit für das Quartier. Das solche Strukturen auf eine absehbar hohe Nachfrage stoßen, zeigt die Studie deutlich. Darüber hinaus wird empfohlen gemeinsam mit den bereits etablierten Pionieren, ihren Förderern sowie den ambitionierten Städten in Ostwestfalen-Lippe als Schlüsselakteure Gespräche für ein gesamtregionalen Kreativcluster zu initiieren. Mögliche gemeinsame Projekte reichen von einem gemeinsamen Webauftritt, über Wanderausstellungen und Konferenzen bis zu einer Verständigung über eine ineinandergreifende Aufgabenteilung, bzgl. Förderung, Gründungsberatung, Marketing und mehr. Die Studie zeigt den Wunsch nach Gemeinschaft und Netzwerk, nach Sichtbarkeit und Wahrnehmbarkeit, sowohl digital als auch analog. Um diese Aspekte zu verbessern, empfiehlt sich eine Bündelung der vorhandenen Kräfte, die zu einer größeren Strahlkraft nach innen und nach außen führen.

Zusammenfassend betrachtet erweist sich Detmold nicht nur als hervorragender Standort für die Entwicklung eines Kreativquartiers, sondern kann auch durch eine Bündelung des reichhaltigen Angebots an technischer Infrastruktur und dem Wissen der Hochschulen als Schlüsselakteur in der Kreativlandschaft Ostwestfalen-Lippes gesehen werden. Damit hat das Kreativ Quartier Detmold das Potential zu einem wichtigen Schlüsselprojekt der Region zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Detmold, Lippe und der Region zu werden.

HANDLUNGS- EMPFEHLUNGEN KOMPAKT

KURZFRISTIG / Entscheidung über Vorzugsszenario

- Vorstellung und Beratung der Erkenntnisse der Studie in den politischen Gremien
- Abstimmung und Entscheidung zum Titel, bzw. zur Marke "Kreativ Quartier Detmold" im Abgleich der beiden Standorte Britensiedlung und Bielefelder Straße
- Schlüsselbausteine 1. Kreativ Institut mit Existenzgründerzentrum und 2. FabLab Cube initiieren.

KURZFRISTIG / Etablierung eines Lenkungskreises KREATIV QUARTIER DETMOLD

- Als dauerhaft eingerichtetes Gremium für eine stetige Weiterentwicklung
- Zur Steuerung weiterer Maßnahmen und ggf. notwendiger Anpassungen im Prozess

KURZFRISTIG / Erweiterung des vorhandenen Stadtentwicklungskonzepts Detmolds

- Erweiterung des vorhandenen ISEK auf Basis der Studie
- Als Grundlage für die Förderfähigkeit einzelner Maßnahmen
- Als gemeinsamer strategischer Rahmen
- Als sicheres Gerüst für private Investitionen

KURZFRISTIG / 1. Entwicklungsstufe: KREATIV INSTITUT

- Entwicklung eines Gebäudekonzepts und Raumprogramm als Grundlage für eine Förderung
- inkl. Existenzgründungszentrum als erste Impulswirkung
- Bündelung der vorhandenen Forschungsinstitute der verschiedenen Hochschulen insbesondere im Bereich Medienproduktion, Hochschule für Musik und Universität Paderborn
- Beantragung von Fördermitteln auf Grundlage des ISEKs

KURZFRISTIG / 2. Entwicklungsstufe: FAB LAB CUBE

- Klärung der Flächenverfügbarkeiten.
- Entwicklung eines Gebäudekonzepts und Raumprogramm als Grundlage für eine Förderung
- inkl. Zugang zu technischer Infrastruktur als wesentlicher Treiber für die weitere Entwicklung
- Bündelung der Ausstattung der Hochschulen und Berufsschulen
- Insbesondere Umzug des Maschinenparks des FBB Berufskollegs, Gebäude 4 zur Vernetzung der Berufsschüler mit den Aktivitäten an der Bielefelder Straße
- Beantragung von Fördermitteln auf Grundlage des ISEKs
- Qualifizierungsverfahren (Wettbewerb, Mehrfachbeauftragung) zur Sicherung der architektonischen Qualität des Leuchtturmprojekts

MITTELFRISTIG / Gründung einer GmbH KREATIV QUARTIER DETMOLD

- Als Folgeentwicklung aus dem Lenkungskreis
- Als Träger der baulichen Entwicklung
- Als Fördermittelempfänger

MITTELFRISTIG / Gründung eines Vereins KREATIV QUARTIER DETMOLD

- Zur Umsetzung und Finanzierung des Betriebs und weiterer Maßnahmen bedarf es geeigneter Organisations- und Finanzierungsstrukturen.
- Strategischer Unterbau der es erlaubt Unternehmen der Region mit einzubinden.

MITTELFRISTIG / Fortschreiben der Planung

- Abschließende Klärung von Flächenverfügbarkeiten für die weiteren Entwicklungsflächen
- Ausarbeitung der weiteren Entwicklungsstufen und Einzelbausteine
- Ausarbeitung und Abstimmung einer städtebaulichen Planung (Rahmenplan, Masterplan) für das favorisierte Szenario unter Einbindung der Fachressorts, wie Verkehr, Umwelt, Wirtschaft, etc.

MITTELFRISTIG / Initiieren eines runden Tisches KREATIV CLUSTER OWL

- Zum besseren Abstimmung der Tätigkeitsfelder und Aufgabenbereiche, bzgl. Förderung, Gründungsberatung, Netzwerkarbeit, Marketing und mehr in der Region
- Zur Verstetigung und Vergrößerung von Netzwerken, Wertschöpfungsketten und Synergien
- Für eine bessere Strahlkraft und Wahrnehmbarkeit nach Innen und nach außen

ABBILDUNGEN

Einleitung

- 1 Collage. Bildrechte liegen bei den Auftraggebern.
- 2-3 eigene Darstellung
- 4 eigene Datenerhebung

Methodik

- 5 eigene Darstellung

Stakeholderanalyse

- 6 eigene Darstellung - nach Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.). (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017. Berlin. Und Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). (2016). Kreativ-Report NRW. Düsseldorf.
- 7-32 eigene Datenerhebung

Kurzportraits: Rechteinhaber der Fotos sind direkt auf den jeweiligen Seiten (S. 24f., S. 28f., S. 40-43, S. 46-49) benannt.

Fallstudien

- 33 eigene Darstellung
- 34 Villa am alten Schlachthof als Standort von Creapolis & Zukunft.Coburg.Digital - Copyright: Zukunft.Coburg.Digital
- 35 eigene Darstellung, Luftbild: Datenquelle: Bayerische Vermessungsverwaltung – www.geodaten.bayern.de
- 36 eigene Darstellung
- 37 Creapolis. Copyright: Hochschule Coburg
- 38 eigene Darstellung
- 39 Coworking Space in der Villa am alten Schlachthof - Copyright: Zukunft.Coburg.Digital
- 41 eigene Darstellung
- 42 Arbeiten im C-Hub. - Foto: Daniel Lukac
- 43 eigene Darstellung, Luftbild: Geobasisdaten © Landesamt für Geoinformation und Landentwicklung Baden-Württemberg (www.lgl-bw.de)
- 44 eigene Darstellung
- 45 Musikpark Mannheim - Foto: Daniel Lukac
- 46 eigene Darstellung
- 47 Popakademie Baden-Württemberg – Foto: Alu-Bau Gräbner GmbH
- 48 eigene Darstellung
- 49 C-Hub Mannheim – Foto: Daniel Lukac
- 50 eigene Darstellung
- 51 eigene Darstellung, Luftbild: Geobasisdaten © Landesamt für Geoinformation und Landentwicklung Baden-Württemberg (www.lgl-bw.de)

Räumliche Betrachtung

- 52 eigene Darstellung
- 53 Fotos: urbanLab
- 54-57 eigene Darstellungen

Szenarien

- 58-59 eigene Darstellungen
- 60 Referenz CIIT - <https://www.ciit-owl.de/> (12.02.2019)
Referenz New Aarch Aarhus - Den Grønne Kile_Visual by ADEPT
Referenz Impact Hub London - flickr.com, Lizenz: CC-BY 2.0, <https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>
Referenz C-Hub Mannheim – Foto: Daniel Lukac
- 64+ eigene Darstellungen

LITERATUR

- Ackers et al. 2008** Städtebau Prof. Ackers et al. (Hrsg.). (2008). Integriertes Stadtentwicklungskonzept Coburg.
- Arndt et al. 2008** Arndt et al, Prognos AG & Fraunhofer ISI (2012). Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette - Wirkungsketten, Innovationskraft, Potenziale. <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2012/kuk-in-der-gesamtwirtschaftlichen-wertschoepfungskette-wirkungsketten-innovationskraft-potentiale-endbericht.pdf?__blob=publicationFile&v=7> abgerufen am 15.02.2019
- Bathelt & Glückler 2012** Bathelt, H., & Glückler, J. (2012). Wirtschaftsgeographie (3., vollst. überarb. und erw. Aufl. Ausg., Bd. 8217). Stuttgart: Ulmer.
- BMWE 2017** Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.). (2017). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017. Berlin
- Bundesstiftung Baukultur 2016** Bundesstiftung Baukultur (Hrsg.). (September 2016). Baukultur Bericht 2016/17. Potsdam.
- Coburg IHK 2018** IHK zu Coburg (2018). Zukunft.Coburg.Digital": der nächste Schritt in die digitale Zukunft des Wirtschaftsraums <<https://www.coburg.ihk.de/862-0-Zukunft-CoburgDigital.html>> abgerufen am 14.02.2019
- deskmag 2018** deskmag (2018). Global Coworking Survery 2018. <<http://www.deskmag.com/de/coworking-spaces-in-deutschland-2018-marktreport-studie-erhebung-993>>, abgerufen am 14.02.2019
- IHK 2017** Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold et al (Hrsg.). (2017). Umfrage-Ergebnis zur Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft in OstWestfalenLippe. Herford
- metropol Ruhr 2012** Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH (Hrsg.). (2012). Kreativ.wirtschaft. Ruhr. Essen: WOESTE DRUCK + VERLAG GmbH & Co KG.
- Musikpark 2018** Musikpark (2018). Internetauftritt. <<https://musikpark-mannheim.de>>, abgerufen 15.02.2019
- MWIDE NRW 2016** Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). (2016). Kreativ-Report NRW. Düsseldorf.
- MWIDE NRW 2017** Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). (2017). Digitalisierung in der Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalens. Düsseldorf.
- Overmeyer, et al. 2014** Overmeyer, K. u.a. (2014). Räume kreativer Nutzungen. Nürnberg: Verl. für moderne Kunst.
- Popakademie 2018** Popakademie (2018). Internetauftritt. <<https://www.popakademie.de/de/>>, abgerufen 15.02.2019
- Schirmer 2015** Schirmer | Architekten & Stadtplaner (2015). Band für Kultur, Wissenschaft, Dienstleistung und Gewerbe. Rahmenplanung ehemaliger Schlachthof und Güterbahnhof. Coburg (2015).
- Stadt Mannheim 2006** Stadt Mannheim (Hrsg.). (2006). vkm. Mannheim.
- Samtweberei Krefeld 2017** Urbane Nachbarschaft Samtweberei gGmbH (Hrsg.). (2017). Das ist die Nachbarschaft Samtweber. Krefeld.
- SWR 2019** Südwestdeutscher Rundfunk, Niklas Maurer (2019). Gentrifizierung im Mannheimer Jungbusch. <<https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/mannheim/Gentrifizierung-Jungbusch,av-o1084106-100.html>>, abgerufen 15.02.2019
- WDR 2019** Westdeutscher Rundfunk (2019). <<https://www1.wdr.de/nachrichten/westfalen-lippe/startup-konferenz-hinterland-of-things-100.html>>, abgerufen am 15.02.2019

Impressum

Herausgeber

urbanLab - Interdisziplinäre Stadt- & Quartiersforschung
Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe
Emilienstraße 45
32756 Detmold

Wissenschaftliche Leitung

Prof. Oliver Hall
Marcel Cardinali, MSc.

Bearbeitung

Julia Krick, MSc.
Norman Kalesse, BA.
Oliver Großpietsch, BA.
Nele Rodenberg
Manuela Kasper
Sandra Vanessa Marin
Isabell Santüns
Laura Marie Sportelli

Druck

K2-Druck GmbH, Lage

Auflage

100 Exemplare

Detmold, März 2019

Wissenschaftliche Bearbeitung

urbanLab
INTERDISZIPLINÄRE STADT- & QUARTIERSFORSCHUNG
TECHNISCHE HOCHSCHULE OSTWESTFALEN-LIPPE



Eine Potentialstudie im Auftrag von

