

Executive Summary zur Masterarbeit: „Hamburgs Szeneviertel im Wandel – Eine Untersuchung zu den Wechselwirkungen zwischen Kreativwirtschaft, Stadtentwicklung und Tourismus. – Universität Trier im August 2014, Julia Ruedi

Die Kreativwirtschaft einer Stadt wurde in den letzten Jahren verstärkt zu einem Schlüsselfaktor für die positive und nachhaltige Entwicklung einer Stadt. „Städte und Gemeinden initiieren [...] einen Imagewechsel zumeist von der Industriestadt hin zur Kultur- oder Kongressstadt, um Investoren und/ oder eben die ‚creative class‘ mit diesen Standortvorteilen in die Stadt zu locken oder auch den Tourismus anzukurbeln“ (HANNEMANN et al. 2010, S. 9). Das Entstehen sog. Kreativer Milieus trägt zur Identitäts- und Imagebildung von Städten bzw. deren Quartieren bei und kann sich positiv auf die gesamtgesellschaftlichen Prozesse der Stadt (inkl. Tourismus, Wirtschaft, Lebensqualität) auswirken.

Auch in Hamburg rückt „die wirtschaftliche Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft [...] immer stärker in das Blickfeld der fachöffentlichen, kultur- sowie wirtschaftspolitischen Aufmerksamkeit.“ (STUDIO UC 2010, S. 30) Da Hamburg als eine der attraktivsten Städte für Kreative und Wissensarbeiter gilt (vgl. ebd., S. 80), ist das Befassen mit dieser Gruppe ein unumgängliches Mittel, um die Stadt weiterzuentwickeln und die Attraktivität – nicht nur für die Kreativwirtschaft selbst, sondern auch für die übrigen Bewohner sowie Besucher – beizubehalten bzw. noch zu verstärken. Die vorliegende Arbeit wird sich daher am Beispiel verschiedener Viertel in Hamburg, vornehmlich sog. Szeneviertel und dem potenziellen neuen Trendviertel Wilhelmsburg-Reiherstiegviertel mit den Fragen beschäftigen, wie Kreative Viertel/ Orte entstehen, was sie ausmacht und wie sie durch Faktoren wie die Stadtentwicklung und auch touristische Aufmerksamkeit beeinflusst werden. Des Weiteren soll beleuchtet werden, ob ein neuer Kreativer Ort planbar ist und falls ja, was Voraussetzungen dafür sind.

Es wurden folgende Forschungsleitfragen aufgestellt:

- Was macht einen Kreativen Ort aus?
- Wie beeinflussen sich die Kultur- und Kreativwirtschaft und die Stadtentwicklung bzw. der Städtetourismus?
- Kann ein ‚neuer‘ Kreativer Ort entwickelt werden?

Um ein tiefergehendes Verständnis für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu erlangen und ihre Aus- bzw. Wechselwirkungen auf die Stadtentwicklung Hamburgs bzw. eines Viertels/ Quartiers darin herauszufiltern, wurde eine Raumanalyse durchgeführt. Als zweite Methode wurden anhand von leitfadengestützten Experteninterviews, sowohl mit Vertretern der Kreativwirtschaft wie auch von Stadtentwicklung und Tourismusmanagement, qualitative Erkenntnisse gewonnen. Es sollten Experten aus verschiedenen zuständigen Institutionen befragt werden, da sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in einem Schnittpunkt aus verschiedenen Disziplinen befindet und somit weder aus der ausschließlich ökonomischen noch einzig aus der Sicht der Kulturförderung betrachtet werden sollte. Zusätzlich erfolgte eine standardisierte Online-Befragung der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft Hamburgs.

Für Städte und Regionen gilt die Kultur- und Kreativwirtschaft, wie auch in der vorliegenden Untersuchung herausgefunden wurde, als ein wichtiges Instrument im Wettbewerb der Städte und zur Attraktivitätssteigerung. Das Konzept der Kreativen Stadt sowie die Kultur- und Kreativwirtschaft an sich wird in der heutigen Stadtentwicklung oft als ‚Problemlöser‘ und wirtschaftlicher Antrieb gesehen. Während dies in Teilen durchaus möglich sein kann, ist es wichtig zu sehen, dass es kein Muster für alle Städte gibt.

Die Ansiedlung von kreativwirtschaftlichen Unternehmen kann teilweise gefördert werden, teilweise ist sie jedoch – vor allem auf der Mikroebene der Stadträume, d.h. wo genau, in welchen Vierteln sich Kreative Milieus bilden – nur bedingt steuer- und planbar.

Die verschiedenen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft haben stark heterogene Ansprüche – sowohl an Räume als auch an soziale Gegebenheiten. Es ist daher darauf zu achten, welche Teilmärkte sich in einem Gebiet befinden bzw. dorthin gesteuert werden sollen.

Während das Grundkonzept der Kreativität in Städten als sehr positiv und imagefördernd gesehen wird, können auch negativere Prozesse wie z.B. die Gentrifizierungsprozesse in Gang gesetzt werden. Maßnahmen, um Verdrängung zu vermeiden bzw. abzuschwächen sind daher wichtig.

Kreative Orte haben eine bestimmte Struktur, die je nach Ort individuell ist. Gemeinsamkeiten sind jedoch oft der Umbruchscharakter, wo beispielsweise alte, verlassene Orte neu entdeckt werden und aufgewertet werden. Überwiegend befinden sich die attraktivsten Orte für die Kultur- und Kreativwirtschaft zentral in den inneren Gebieten der Städte. Günstige Mieten und Räume, um sich zu entfalten sind wichtige Voraussetzungen.

Ein zentrales Ergebnis bei den Charakteristika der Kreativen Viertel ist, dass sich verstärkt Künstler und Kreative in gemeinsamen Gebäuden bzw. ‚Kreativzentren‘, Cluster u.ä. zusammenschließen – selbst organisiert oder durch stadtentwicklerische Maßnahmen. Dies konnte z.B. im Schanzenviertel, aber auch der Langen Reihe, dem Karo Viertel und Wilhelmsburg, aber auch in anderen Beispielen gesehen werden. Die Beweggründe und Vorteile bzw. Nachteile hierfür könnten in einer Weiterführung noch untersucht werden.

Die Orte verändern sich durch die Einflüsse der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die positiven Auswirkungen können sich jedoch für diese Gruppe auch als negativ herausstellen, da durch eine Attraktivitätssteigerung verstärkt Investoren angezogen werden und sich eine Verteuerung und evtl. auch Gentrifizierung der Orte entwickeln kann. Die Stadtentwicklung muss hierbei regulierend wirken und Wege finden, die Orte sanft zu entwickeln, ohne starke Verdrängungen in Kauf zu nehmen.

Da die Akteure, die an der standardisierten Befragung teilnahmen, nur zu einem geringen Teil mit dem Tourismus in Kontakt kommen, konnte die touristische Seite der Szeneviertel nur wenig beleuchtet werden. Die Stimmung gegenüber Tourismus ist (auch laut der Expertengespräche) zwar weitestgehend positiv, hierzu könnten jedoch noch weitere Befragungen (z.B. Passantenbefragung, standardisierte Befragung des EH und der Gastronomie in den Vierteln) durchgeführt werden.

Eine Entwicklung eines neuen Kreativen Ortes ist generell möglich, jedoch nicht mit starren Vorgaben und auf dem Reißbrett. Wie die empirische Untersuchung ergab und auch die Beispiel-Exkurse von anderen Städten/ Orten zeigten, können durch gute Konzepte brachliegende Orte aktiviert werden. Hierbei ist es jedoch immer wichtig, Kommunikation zwischen allen beteiligten Parteien zu stärken, da starre Vorgaben eher kontraproduktiv auf die Kreativen Milieus wirken. Es ist außerdem zu sehen, dass vor allem in Gebieten, wo bereits ein (kleines) Kreatives Milieu besteht, größere Erfolgchancen bestehen, da bestehende Netzwerke genutzt werden können.

In Wilhelmsburg zeigen sich einige Punkte, die darauf hinweisen dass es ein Kreativer Ort und Szeneviertel werden kann bzw. im Kleinen bereits ist. Die Orte im Umbruch, vor allem am Veringkanal bieten optimale Räume für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Mieten sind (noch) überwiegend günstig und es ist bereits ein natürlich gewachsenes Milieu vorhanden, auf das auch aufgebaut werden kann bzw. das beispielsweise während der IBA auch schon geschah. Mit gezielten Maßnahmen kann eine Attraktivitätssteigerung

durchgeführt werden. Jedoch muss auch beachtet werden, dass es auch Hindernisse gibt, die nicht bzw. nicht einfach zu beseitigen sind. Zum einen ist die Struktur um das Reiherstiegviertel eher ländlich, was eventuelle Netzwerke mit der Umgebung schwierig macht. Zum anderen besteht die Trennung durch die Elbe und keine direkte Verbindung der Innenstadt mit dem Reiherstiegviertel, da man umsteigen muss. Positiv zu bewerten ist aber in diesem Zusammenhang die hohe Frequenz der S-Bahn (ca. 6min-Takt).

Es ist noch zu sehen, wie sich das Viertel und auch andere potenzielle Szeneviertel und Kreative Orte in den nächsten Jahren entwickeln.

Bei der Überprüfung der Hypothesen wurde deutlich, dass noch weiterer Untersuchungsbedarf besteht, um alle Fragen tiefergehend zu beantworten. Dies war aufgrund des begrenzten zeitlichen Rahmen und des weitgehenden Themas nicht umfassend möglich.

Es stellt sich die Frage, inwiefern sich die Unternehmensgröße der kultur- und kreativwirtschaftlichen Unternehmen auf die Standortwahl auswirkt. Da die größeren Unternehmen in der Untersuchung nicht hinreichend untersucht wurden bzw. untersucht werden konnten, kann hierzu keine Antwort getroffen werden.

In der standardisierten Befragung wurde deutlich, dass der Status Szeneviertel nur selten ein ausschlaggebender Punkt bei der Standortwahl ist. Es wäre jedoch noch interessant zu sehen, ob dies vom Teilmarkt abhängig ist. Beispielsweise besteht die Vermutung, dass die neueren Teilmärkte (z.B. Software/ Games oder Marketing) eher auf diesen Status achten. Da bei der standardisierten Befragung jedoch diese Teilmärkte nicht vertreten waren, müsste dies noch nachgeholt werden.

Da es eine Unschärfe bei einigen Definitionen und Abgrenzungen im Umgang mit der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt, müssen die Ergebnisse von Untersuchungen in diesem Bereich mit einer gewissen Vorsicht betrachtet werden. Es kann jedoch der Schluss gezogen werden, dass durch die Ansiedlung der Kultur- und Kreativwirtschaft in einer Stadt bzw. in einem Stadtteil/ Viertel sich mit den richtigen Steuerelementen und dem maßvollen Einsatz dieser, sehr positive Effekte sowohl für die Künstler und Kreativen selbst, als auch für die Stadtentwicklung, die Gesamtwirtschaft und den Tourismus entstehen können. Eine natürliche Wanderungsbewegung dieser Berufsgruppen ist notwendig und kann und sollte nicht verhindert werden. Die ‚Steuerung durch Nicht-Steuerung‘ ist eine Maßnahme, die in dem Zusammenhang mit der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr im Vordergrund stehen sollte und die – nach den Erkenntnissen dieser Arbeit – sehr erfolgsversprechend sein kann.