

Heidelberg



KREATIVKRAFT HEIDELBERG

www.heidelberg.de/kreativwirtschaft

kreativ

[TECHNOLOGIE]

WIRTSCHAFTS-
FAKTOR

MOTOR

Wissen

Standortfaktor

PIONIERE

INNOVATION

AUF EINEN BLICK KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT HEIDELBERG

STEILE ENTWICKLUNG

Von 2010 bis 2019 verzeichnen die Heidelberger Kultur- und Kreativunternehmen eine Umsatzsteigerung um 23,5 Prozent. Im selben Zeitraum ist die Anzahl an Betrieben um 10,6 Prozent angestiegen. Die Zahl an Erwerbstätigen im Kultur- und Kreativsektor ist zwischen 2010 und 2019 um 25,6 Prozent, das heißt um über 1.200 Personen angewachsen. Die innovative und dynamische Branche mit ihren elf Teilmärkten hat sich als ein wichtiger und stabiler Arbeitsmarkt in Heidelberg etabliert.

MOTOR DER >>> >> >>> >> >>> STADTENTWICKLUNG >> >>> >>

In Heidelberg ist die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem festen Baustein und Instrument der Stadt- und Stadtteilentwicklung geworden. Als Pioniere gestalten Kreative neue Quartiere wie PHV oder das ehemalige Heidelberger Druck-Areal aktiv mit. Die von Akteuren und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffenen Orte – von den Neckarorten über die breidenbach studios bis hin zur PX-Factory auf PHV – haben sich als urbane Freiräume, Experimentierflächen und Begegnungsorte etabliert. Die Zwischennutzungsagentur Team Z verwandelt im Auftrag der Stadt leere Räume in Heidelberg zu lebendigen Orten und temporären Werkstätten für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

STARKE WIRTSCHAFTSKRAFT!

Elf Prozent aller Betriebe in Heidelberg gehören zur Kultur- und Kreativwirtschaft, die hier ansässigen Kultur- und Kreativunternehmen verzeichnen einen Jahresumsatz von 700 Millionen Euro. Insgesamt 6.000 Erwerbstätige arbeiten in den 950 Kultur- und Kreativbetrieben Heidelbergs (Berichtsjahr 2019). Damit liegt die Wirtschaftsleistung der Heidelberger Kreativen weit über den Werten im Landes- und bundesweiten Vergleich.

szenen werden Projekte und Aufträge vielfach in Kooperation mit anderen lokalen Partnern ausgeführt. Die funktionierenden Netzwerke und Kooperationen befördern so nachhaltig die Leistungs- und Konkurrenzfähigkeit der (Solo-)Selbstständigen sowie Klein- und Kleinstunternehmen der lokalen Kultur- und Kreativwirtschaft.

und Partnerschaften

Stabile Netzwerke

Die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft hat in den letzten zehn Jahren starke Netzwerkstrukturen sowohl innerhalb der Branche als auch zu Unternehmen anderer Wirtschaftszweige ausgebildet. Kreative Dienstleistungen in den Bereichen Design, Kunst, Film, Werbung werden in Industrie, Tourismus und Wissenschaft nachgefragt. In der Heidelberger Kultur- und Kreativ

DIGITALE TRANSFORMATION UND CROSS-INNOVATION //

Die Kultur- und Kreativwirtschaft verbindet als Querschnittsbranche traditionelle und neue Wirtschaftsbereiche, technologische und nicht-technologische Innovationen sowie analoge und digitale Informations- und Kommunikationsformen. In Heidelberg positionieren sich erfolgreich kreative Kleinstunternehmen neben Großunternehmen aus dem Software- und Pressemarkt. Aus innovativen Start-ups sind international agierende, am Markt erfolgreiche Kreativunternehmen geworden. Neben der Digitalisierung von Geschäftsmodellen stoßen Kultur- und Kreativunternehmen cross-innovative Prozesse und Projekte an. Ein Beispiel dafür ist der GamesHub für Health/Life Science in Heidelberg, der seit Juli 2021 transdisziplinäre Teams aus Wissenschaft und Kreativwirtschaft bei der Entwicklung von gesundheitsfördernden Serious Games unterstützt. Eingebettet in ein starkes lokales und überregionales Partnernetzwerk werden im GamesHub für Health/Life Science Heidelberg Unternehmensgründungen befördert. Zukunftsweisende Innovationen an der Schnittstelle von Medizin- und neuen Kreativtechnologien entstehen.

Zentrale und dezentrale Standorte

Eine Stärke der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg ist das Zusammenwirken von zentralen Hotspots der Kultur- und Kreativwirtschaft und gleichzeitig dezentralen Standorten von Kultur- und Kreativunternehmen im gesamten Stadtgebiet. Mit dem DEZERNAT#16 und einem weiteren Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum in Planung bietet die Stadt Heidelberg Kultur- und Kreativschaffenden optimale Voraussetzungen für die Ansiedlung, die Entwicklung und das Wachstum von kreativen Ideen und Unternehmen der Branche. Das städtisch geförderte Raumangebot wird ergänzt durch innovative Arbeitsräume und kreative Orte wie Hochschul-Inkubatoren, Coworking Spaces oder urbane Quartiere in privater und öffentlicher Hand.

Internationalé Szene

Heidelberg ist bekannt für seine internationalen Musik-, Kunst- und Kulturfestivals wie den Heidelberger Frühling, Enjoy Jazz oder METROPOLINK. Seit 2014 ist Heidelberg als Literaturstadt offizielles Mitglied im „UNESCO Creative Cities Netzwerk“. Der „Cultural and Creative Cities Monitor“ der EU-Kommission zeichnet die Kreativstadt mit ihren Stärken in den Bereichen Kreativwirtschaft, Kulturumfeld und kulturelle Dynamik 2017 und 2019 als ein Top-Standort in Europa aus. Die Kultur- und Kreativszene in Heidelberg versprüht internationales Flair. Als ein relevanter Standortfaktor spiegelt sich dies auch in der Wirtschaftskraft und Anziehungskraft der kreativen Stadt wider.

Eine hohe Innovationsleistung, eine große Kooperationsbereitschaft, Kreativität, Flexibilität und Lösungsorientierung – das zeichnet die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Selbst während der Corona-Lockdowns zeigt sie sich agil und anpassungsfähig: Soloselbstständige erweitern ihr Angebot an kreativen Dienstleistungen und Produkten und erproben neue Geschäftsmodelle, Unternehmen der Branche optimieren kreative Arbeitsweisen und neue Vertriebswege und bringen innovative Technologien zur Anwendung. Trotz teils

Agile
Kompetenz

auch in Krisen

immenser Umsatzverluste überwiegt innerhalb der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft der Mut zum Neustart und die Offenheit für Neues.







„Heidelberg ist eine junge, urbane und dynamische Stadt mit einem Reichtum an Kreativität und Innovation. Unsere Stadt und die Bürgerinnen und Bürger profitieren auf vielfältige Weise davon. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich zu einem wichtigen Wirtschaftszweig und Standortfaktor entwickelt: Sie schafft ein attraktives Umfeld für die junge und internationale Szene Heidelbergs, sie schafft Arbeitsplätze und sorgt für Einnahmen im städtischen Haushalt. Kreative Leistungen, künstlerische Werke und innovative Start-ups sorgen für mehr Wirtschaftswachstum und Weltoffenheit. Sie tragen zur ökonomischen und sozialen Entwicklung unserer Stadt bei. Heidelberg soll auch für zukünftige Generationen künstlerische Impulse bieten und eine vielfältige Kultur- und Kreativstadt sein.“

**PROF. DR. ECKART WÜRZNER,
OBERBÜRGERMEISTER DER STADT HEIDELBERG**

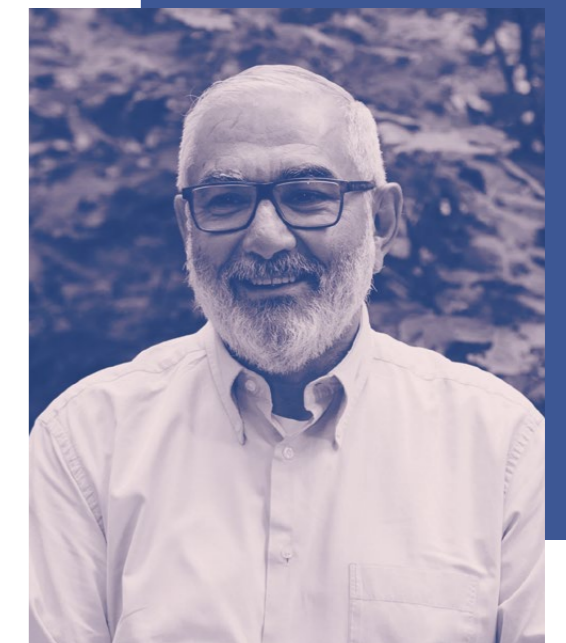


„Was wäre die Stadtplanung und Stadtentwicklung ohne all die kreativen Leistungen von Architektinnen und Architekten, ohne die Landschaftsplanung, ohne Kunst und Design? Allein mit Blick auf den Architekturmarkt und die Designwirtschaft hat die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft erstklassige Büros und international ausgezeichnete Agenturen zu bieten. Insgesamt tragen 6.000 Kultur- und Kreativschaffende – verstreut über die einzelnen Stadtteile – zum jungen Flair und auch kreativen Stadtbild Heidelbergs bei. Die Entwicklung der Stadtteile ist in Heidelberg eng mit Kultur- und Kreativorten verbunden. Zentren und Räume für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind nicht nur Pionernutzungen, sondern sie bleiben in Heidelberg und sie sind wichtige Orte für die Begegnung in einem lebendigen Stadtteil und einer kreativen Stadt.“

**JÜRGEN ODSZUCK,
DEZERNENT FÜR STADTENTWICKLUNG UND BAUEN**

„Toleranz, Talentiertheit, Lebendigkeit und Vielfalt – das zeichnet die Kultur- und Kreativszene in Heidelberg aus. Als Mitgliedsstadt im weltweiten Netzwerk der UNESCO Creative Cities verfolgt Heidelberg programmatisch die Sustainable Development Goals (SDGs) als Agenda und Kultur für eine nachhaltig weltoffene und verantwortungsbewusste Stadt. Teil dieser Agenda ist die strategische Förderung und Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft. So konnten in Heidelberg in den letzten Jahren zahlreiche kulturelle und kreative Orte, neue, vielfach digitale Geschäftsmodelle sowie Experimentierfelder für Kunst, Kreativität und Innovation entstehen. Im Sinne der Ermöglichungskultur wird die Stadt Heidelberg auch weiterhin Kultur- und Kreativschaffende in ihrer künstlerischen und unternehmerischen Entwicklung unterstützen – denn Transformation, Kooperation und Innovation können nur durch Kreativität, Neugier und Mut entstehen.“

**WOLFGANG ERICHSON,
DEZERNENT FÜR KULTUR, BÜRGERSERVICE UND KREATIVWIRTSCHAFT**





DAS HEIDELBERGER MODELL

1.1 DER HEIDELBERGER WEG

1.2 KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT:
ELF TEILMÄRKTE – EINE BRANCHE

Seite 8 – 19



DIE KREATIVEN

3.1 HOCHQUALIFIZIERT UND WIS-
SENSBASIERT

3.2 INTERNATIONALE VERFLECHTUNG
UND KOOPERATIONEN

Seite 40 – 47



WIRTSCHAFTSKRAFT IN HEIDELBERG

2.1 BETRIEBE, UMSATZ, IMPULSE:
ENTWICKLUNGEN SEIT 2010

2.2 VON A WIE ARCHITEKTUR BIS
W WIE WERBEMARKT

2.3 STÄRKE UND DYNAMIK

2.4 CORONA-AUSWIRKUNGEN

Seite 20 – 39



KREATIVSTADT HEIDELBERG

4.1 KREATIVE EVERYWHERE:
STANDORTWAHL

4.2 KREATIVORTE UND INKUBATOREN

4.3 STANDORTFAKTOR RAUM

4.4 KREATIVPIONIERE ALS MOTOR
DER STADTENTWICKLUNG

Seite 48 – 61



ZUKUNFTSTHEMA KREATIVWIRTSCHAFT

5.1 NEUE PERSPEKTIVEN UND POTENZIALE

5.2 WAS KOMMT

Seite 62 – 71



**GLOSSAR
LITERATURVERZEICHNIS
IMPRESSUM**

Seite 72 – 75

DAS HEIDELBERGER MODELL



LEITFRAGEN

Welche **Wirtschaftskraft** hat die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg?

Wie hat sich die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft **seit 2010** entwickelt?

Welche Effekte/Auswirkungen resultieren aus der **Corona-Krise**?

Was zeichnet Heidelberg als **Kreativstadt** aus?

Was sind **kreative Orte** in Heidelberg?

Welche **Wirkung** erzielt die Kultur- und Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftsbranchen und die Stadtentwicklung?

Wie entwickelt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft **zukünftig** weiter?



Bei vielen Produkten und Dienstleistungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft wird vielfach unterschätzt, welchen Stellenwert sie in unserem täglichen Leben einnehmen. Ob Musik, Bücher, Zeitungen, Kleidung, Apps, Software und bedienungsfreundliche Geräte – ohne die Kultur- und Kreativschaffenden gäbe es viele dieser Produkte und Anwendungen nicht.

Obwohl schon diese kleine Auswahl deutlich macht, an wie vielen Stellen die Leistungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft das tägliche Leben der Menschen begleiten, ist doch nicht allen bewusst, wie bedeutend die Kultur- und Kreativwirtschaft als Branche ist. Sie liefert wichtige Impulse auch für andere Wirtschaftsbranchen und ist aktive Treiberin für neue Produktentwicklungen und Wertschöpfungsketten, für technologische und nicht-technologische Innovationen sowie neuartige Formen der (Zusammen-)Arbeit – trotz einer charakteristisch kleinteiligen Unternehmensstruktur.

Kultur- und Kreativwirtschaftsförderung bedeutet eine Investition in die Zukunfts- und Innovationsfähigkeit von Städten und Standorten: Start-ups und Jungunternehmen aus dem Kreativbereich entwickeln digitale Tools, Animationen oder Virtual-Reality-Technologien für die Industrie, den Handel, Versicherungen oder den Gesundheitssektor weiter. Kulturschaffende werfen gesellschaftlich relevante Fragen auf und eröffnen neue Perspektiven. Sie führen mit Filmen, Musikstücken, Performances oder

Schriftwerken sinn- und werteorientierte Debatten und Auseinandersetzungen herbei. Gestaltende Kreative transformieren den Städtebau und Stadtraum, die Mode- und Textilindustrie. Durch die Corona-Pandemie wurden darüber hinaus neue Wertschöpfungsketten sichtbar sowie die Digitalisierung von Geschäftsmodellen beschleunigt – eine wirtschaftliche und kulturelle Entwicklung, deren Ursprung und Einfluss in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt.

Die Branche testet auf den unterschiedlichsten Gebieten neue Produkte und analoge sowie digitale Modelle und Möglichkeiten aus, sie bringt neues Wissen hervor und entwickelt im kreativen und künstlerischen Prozess notwendig Neues. Ihre Entwicklung und ihr Wachstum ist Voraussetzung für eine vielfältige Gründungs- und Unternehmenslandschaft sowie nachhaltige Innovationsentwicklung am Wirtschaftsstandort Deutschland, Baden-Württemberg und Heidelberg.

Der vorliegende Bericht zur Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt: In Heidelberg hat sich die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem starken Wirtschafts- und Standortfaktor entwickelt. Sie ist eine hoch dynamische und innovative Branche, die einen relevanten und wachsenden Beitrag zur gesamtstädtischen Wirtschaftskraft, zu Beschäftigung sowie Wissenstransfer leistet.

1.1 DER HEIDELBERGER WEG

Gute Rahmenbedingungen helfen dabei, dass Kreativität entsteht, Ideen zu Werken und Produkten werden und kreative Aktivitäten in wirtschaftlich erfolgreiche Bahnen gelenkt werden können. In Heidelberg sind es 2009 die Roland-Berger-Studie „Deutschlands lebendigste Städte“ und 2010 der Bericht zur „Kreativen Ökonomie in Heidelberg“ des Geographischen Instituts der Universität Heidelberg, die die Wirkung der Kultur- und Kreativwirtschaft nachweisen und den Weg hin zu einer strategischen Förderung der Branche einläuten. Die hohen Zahlen bezogen auf Anzahl der Wirtschaftsunternehmen, Beschäftigte und Umsatz sowie die positiven Entwicklungstendenzen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg überzeugen: Zur weiteren Stärkung der Wirtschaftsbranche beginnt die Stadt Heidelberg fortan mit dem Aufbau von gezielten Förderaktivitäten für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

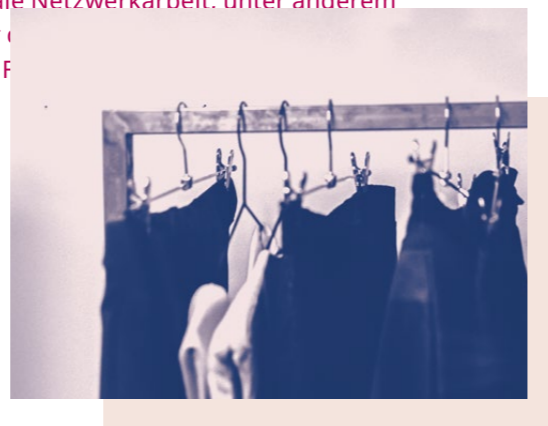
Eine dieser Fördermaßnahmen ist der Aufbau tragfähiger Netzwerke innerhalb der Branche sowie zu anderen Unternehmen und Einrichtungen aus Wirtschaft und Wissenschaft. Insbesondere unter den Klein- und Kleinstunternehmen, Soloselbstständigen und freiberuflich Tätigen in den Kultur- und Kreativbranchen resultieren aus den informellen wie formellen Netzwerkstrukturen längerfristige Geschäfts- und Kundenbeziehungen, Kooperationen und Partnerschaften. In Heidelberg werden solche Branchen- und Netzwerktreffen erstmalig An-

fang der 2010er Jahre durch den damaligen Kreativwirtschaftsbeauftragten der Stadt Heidelberg durchgeführt, weitere „Community-bildende“ Maßnahmen folgen. Im selben Zeitraum wird das städtische Prowjekt „Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum in der alten Feuerwache“ – legitimiert und unterstützt durch den Heidelberger Gemeinderat – auf den Weg gebracht.

Die ersten zielführenden Ergebnisse in der Vernetzung der Kultur- und Kreativunternehmen und der Vermittlung der Wirtschaftskraft der Branchen nach Außen bestätigen Politik und Verwaltung, dass der eingeschlagene Weg zukunftsweisend fortgeführt werden soll. Im Jahr 2013 folgt die Einrichtung der Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft – zunächst im Amt für Stadtentwicklung und Statistik, seit Oktober 2020 im Dezernat für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft – der Stadt Heidelberg. Mit ihr beginnt die systematische Arbeit in den drei identifizierten Handlungsfeldern Wirtschaft, Raum und Profil. Seither sorgen die branchenspezifische Unterstützung und Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Form von Beratungs- und Weiterbildungsangeboten, überregionaler Netzwerkarbeit, Kommunikation sowie Standort-sicherung für eine erfolgreiche Entwicklung der Selbstständigen und Unternehmen in Heidelberg – von der Gründungsidee bis zum ausgereiften Geschäftsmodell oder erwerbswirtschaftlichen freien Beruf.

ANGEBOTE DER STABSSTELLE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

- Gründungs- und Unternehmensberatungen für Kultur- und Kreativunternehmen
- Weiterbildungs- und Seminarangebot für Kultur- und Kreativschaffende
- Netzwerktreffen für Kreative und das Start-up Ökosystem in Heidelberg
- Unterstützung bei der Raumsuche und -vermittlung
- Förderung von Zwischennutzungsprojekten in Kooperation mit der Zwischennutzungsagentur TEAM Z
- Finanzielle Unterstützung von Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft durch ein branchenspezifisches Förderprogramm
- Nationale Netzwerkarbeit, unter anderem Partner auf der F



KREATIVE IMPULSE UND LEISTUNGEN FÜR ANDERE BRANCHEN

Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft haben nicht nur ihren eigenen Wert, sondern sind Impulsgeber für Innovationen und Imageaufbau, für Gestaltungs- und Digitalisierungsprozesse in anderen Branchen und Bereichen.

Laut einer Befragung in nicht kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchen des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) aus dem Jahr 2018 sind extern bezogene Kultur- und Kreativleistungen insbesondere für das verarbeitende Gewerbe wichtig, das haben rund 79 Prozent der befragten Industrieunternehmen angegeben, sowohl aus dem Fahrzeug- und Maschinenbau als auch dem Bereich Elektronik und Elektrotechnik. Benötigt werden am häufigsten Leistungen im Bereich Grafik- und Produktdesign, außerdem Werbedienstleistungen oder extern erbrachte Software-Programmierungen. Es folgen Leistungen aus den Bereichen Journalismus, Architektur sowie Texterstellung oder Literatur.

Kultur- und Kreativleistungen erbringen damit einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfungskette auch anderer Unternehmen und Bereiche.

„Heidelberg's creativity is what makes it a unique economic player in Germany.“

CULTURAL AND
CREATIVE CITIES MONITOR, 2017

Ein städtisches Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum, ein weiteres in Planung sowie eine Vielzahl privater Initiativen und „kreativer Orte“ sind erfolgreiche Motoren für die Stadt- und Stadtteilentwicklung, bieten Platz und Plattformen für die Sichtbarkeit und Stärke der Szene. Die Präsenz und der Diskurs um Kunst, Kreativität und Kultur im Alltag wird zum Heidelberger Markenzeichen.

Im Jahr 2014 wird die Stadt Heidelberg in das weltweite Netzwerk der UNESCO Creative Cities im Bereich Literatur aufgenommen und ausgezeichnet. Dieses positive Ergebnis bestätigt der „Cultural and Creative Cities Monitor“ der EU-Kommission, der erstmalig im Jahr 2017 und zuletzt 2019 veröffentlicht wurde: Heidelberg ist 2017 auf Rang 5 und 2019 klettert die Stadt auf Rang 2 der untersuchten Kultur- und Kreativstädte Europas mit einer Einwohnerzahl zwischen 100.000 und 250.000 Personen. Heidelberg punktet dabei vor allem mit seinem Kulturumfeld („Enabling Environment“), seiner kulturellen Dynamik („Cultural Vibrancy“) und seiner Kreativwirtschaft („Creative Economy“). „Die Kreativität Heidelbergs macht die Stadt zu einem einzigartigen Wirtschaftsfaktor in Deutschland“, betont der Städtevergleich.

Dieses Potenzial entwickelt die Stadt Heidelberg aktiv weiter. Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft bildet konstant eine wichtige Säule einer zukunftsorientierten Wirtschafts- und Stadtentwicklungspolitik. Für ihre umfangreichen Aktivitäten im Bereich der Gründungsförderung, unter anderem im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, verlieh das badenwürttembergische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau der Neckarstadt bereits zweimalig den Titel „Gründungsfreundliche Kommune – Ausgezeichneter Ort“ für die Jahre 2018/2019 sowie 2020/2021.

In Heidelberg findet sich eine vitale Gründungszone, die sich grob drei Schwerpunkten zuordnen lässt: Gründungen aus dem Hochschul- und Forschungswesen, aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie aus dem Bereich

Handel, Handwerk und Gastgewerbe. Zur Gründungsförderung wurde in den letzten Jahren ein Start-up Ökosystem zwischen Forschungs- und Bildungseinrichtungen, städtischen Einrichtungen sowie der Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar entwickelt. Im kollegialen Austausch werden Gründungen aktiv unterstützt. Die jeweiligen Einrichtungen agieren hierbei als Kompetenzzentren für die verschiedenen Branchen. Die Gründungsförderung in Heidelberg verfolgt damit das Ziel, sowohl den speziellen Bedürfnissen ihrer Ziel- und Anspruchsgruppen als auch den vielfältigen Überschneidungen gerecht zu werden. Zudem fördert sie die aktive Durchmischung der Branchenschwerpunkte. So ist in den vergangenen Jahren ein differenziertes Angebot spezialisierter Ansprechpersonen, Technologie-, Gründungs- und Kreativwirtschaftszentren sowie ein umfangreiches Portfolio an Veranstaltungen und Programmen entstanden.

Bestnoten erhält Heidelberg auch in angrenzenden Wissensbereichen, etwa als Smart City, forschungsstarke und nachhaltige Stadt, wie zuletzt das Städteranking 2020 des renommierten Wirtschaftsmagazins Wirtschaftswoche belegt: Heidelberg zählt zu den drei zukunftsfähigsten Städten Deutschlands. In der neuen Kategorie „nachhaltige Wirtschaft“ ist Heidelberg sogar bundesweit der Topstandort Nummer 1. Auch die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft trägt mit ihrer Innovationskraft zu diesem überragenden Standortpotenzial und zur Wettbewerbsfähigkeit Heidelbergs bei.

Das Potential der Kultur- und Kreativwirtschaft spiegelt sich auch in den städtischen Strukturen wider: Mit Beschluss des Gemeinderates wird zum 01. Oktober 2020 ein eigenständiges Dezernat für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft bei der Stadt Heidelberg geschaffen. Die Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft ist seither dem neuen Dezernat strategisch und inhaltlich zugeordnet.

2009

Roland Berger Kreativitätsindex:
Spitzenplatz
für Heidelberg unter
**„Deutschlands
lebendigsten Städten“**

2010

Veröffentlichung
**„Die kreative Ökonomie
in Heidelberg“**

2011

Erste
Zwischennutzung
für die Kultur- und
Kreativwirtschaft in den
Breidenbach Studios

2013

Einrichtung der **Stabsstelle
Kultur- und Kreativwirt-
schaft** und des städtischen
Kultur- und Kreativwirtschafts-
zentrums **DEZERNAT#16**

**„Cultural and
Creative Cities Monitor“**

der EU-Kommission:

2017 Platz 5

2019 Platz 2

als Kultur- und Kreativstadt
unter kleinen europäischen Großstädten



**„Gründungsfreundliche Kommune
– Ausgezeichneter Ort“**

für die Jahre
2018/2019

sowie
2020/2021

2020

Topstandort **Nummer 1**
in der Kategorie
„nachhaltige Wirtschaft“,
bundesweites Städteranking
Wirtschaftswoche

2020

Schaffung eines
**eigenständigen
Dezernats**
für Kultur, Bürgerservice und
Kreativwirtschaft
in der Stadt Heidelberg



ALLE TEILMÄRKTE DER
KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
IM ÜBERBLICK



1.2 KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT: ELF TEILMÄRKTE – EINE BRANCHE



Elf Teilmärkte, eine Branche: Sie eint ihr kreatives und schöpferisches Potential und die Fähigkeit durch mediale Produkte, künstlerische Werke oder kreative Dienstleistungen Neues zu erschaffen. Und damit „überzuschwappen“ – auf andere Wirtschafts- oder Gesellschaftsbereiche, auf tägliches oder außeralltägliches Wahrnehmen und Handeln.

Deutschlandweit wird die Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2008 als eigene Wirtschaftsbranche mit einem heterogenen Branchenmix und hoher Innovationskraft gewertet. Sie gliedert sich in elf Teilmärkte und einen zwölften Bereich „Sonstige“, worunter neuartige wirtschaftliche Aktivitäten mit kreativem oder kulturellem Wert gefasst werden.

„Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT
UND TECHNOLOGIE, 2009

SCHON GEWUSST?

Die genaue Zusammensetzung der Teilmärkte und die Zuordnung der Betriebsgruppen zur Kultur- und Kreativwirtschaft richtet sich nach der in der deutschen amtlichen Statistik gebräuchlichen Klassifikation der Wirtschaftszweige durch das Statistische Bundesamt. Alle Zahlen und Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf amtlichen Statistiken. Hauptquellen sind das Unternehmensregister des statistischen Landesamts Baden-Württemberg sowie Daten der Bundesagentur für Arbeit.

Zur Kultur- und Kreativwirtschaft gehören statistisch und nominell Selbstständige und Unternehmen aus den Teilbranchen Architekturmarkt, Buchmarkt, Designwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Filmwirtschaft, Kunstmarkt, Musikwirtschaft, Pressemarkt, Rundfunkwirtschaft, Software-/Games-Industrie und Bewirtung sowie Sonstige.

In diesem Branchenkomplex zeigt sich, dass sich in der Kultur- und Kreativwirtschaft traditionelle Branchen, neue Medien und moderne Informationstechnologien miteinander verbinden.

Charakteristisch für die Kultur- und Kreativwirtschaft sind Kleinst- und Kleinbetriebe bis hin zu mittelständischen Betrieben und einzelnen Großbetrieben.

Insgesamt gehören der Kultur- und Kreativwirtschaft schätzungsweise 258.790 Unterneh-

men in Deutschland im Jahr 2019 an. Dabei dominieren Kleinunternehmen mit maximal 10 Mitarbeitenden in diesem Wirtschaftszweig. Die Anzahl an Kernerwerbstätigen je Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt bundesweit durchschnittlich bei 4,78 Mitarbeitenden. Auffallend hoch ist zugleich der große Anteil an (Solo-)Selbstständigen in der Branche. Unter den 1.235.767 Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2019 ist ein Fünftel als selbstständig (Umsatz >17.500 Euro) registriert.

Kultur- und Kreativunternehmen sind dementsprechend meist kleinteilig organisiert. Sie bauen starke Netzwerkstrukturen auf und arbeiten oftmals in engen Kooperationen mit anderen Selbstständigen und Unternehmen projektbezogen zusammen.

HÄTTEN SIE GEDACHT?

... dass die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland mit jener des Maschinenbaus vergleichbar ist und jene der Chemischen Industrie, der Energieversorger und Finanzdienstleister deutlich übertrifft? Die Bruttowertschöpfung betrug in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2019 schätzungsweise insgesamt 106,4 Milliarden Euro.

BUNDESWEIT GEHÖREN ZUR KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT*:**20,9 Prozent**

(Umsatz >17.500 Euro) unter 1.235.767 Kernerwerbstätigen

%**106,4
Milliarden
Euro**
Bruttowertschöpfungstarke
Netzwerkstrukturen**EINE HOHE
INNOVATIONS-
FÄHIGKEIT****258.790
Unternehmen****€**

*MONITORINGBERICHT KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT 2020, DATENBASIS: SCHÄTZUNG FÜR DAS JAHR 2019



WIRTSCHAFTSKRAFT IN HEIDELBERG



2.1 BETRIEBE, UMSATZ, IMPULSE: ENTWICKLUNGEN SEIT 2010



SCHON GEWUSST?

Elf Prozent aller Betriebe in Heidelberg gehören zur Kultur- und Kreativwirtschaft. 700 Millionen Euro Umsatz erwirtschafteten die hier ansässigen Unternehmen für das Jahr 2019. Insgesamt 6.000 Erwerbstätige arbeiten in den 950 Kultur- und Kreativbetrieben Heidelbergs. Damit liegt die Wirtschaftsleistung der Heidelberger Kreativen im Verhältnis weit über den Werten im landes- und bundesweiten Vergleich.

Rund 950 Betriebe, knapp 4.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (kurz: SV-Beschäftigte), schätzungsweise weitere 900 freiberuflich Tätige (Umsatz >17.500€) und 330 ausschließlich geringfügig Beschäftigte und ein Jahresumsatz von knapp 700 Millionen Euro im Jahr 2019 – die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg ist ein bedeutender Faktor für den Heidelberger Arbeitsmarkt mit einer überdurchschnittlichen Wirtschaftsleistung im Vergleich zu Land und Bund geworden.

Zum Vergleich: Während in Heidelberg im Jahr 2019 5,3 Prozent aller Erwerbstätigen zur Kultur- und Kreativwirtschaft zählen, gehören auf Bundes- und Landesebene 3,9 beziehungsweise 3,6 Prozent (2017) aller Erwerbstätigen zur Kultur-

und Kreativwirtschaft. Deutschlandweit zählen knapp acht Prozent der Unternehmen zur Kultur- und Kreativwirtschaft, in Baden-Württemberg liegt der Anteil bei 6,8 Prozent (2017), speziell in Heidelberg wiederum bei 11,8 Prozent. Der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft liegt hinsichtlich des Umsatzes bundesweit bei 2,6 Prozent und landesweit bei 2,3 Prozent. Der Anteil in Heidelberg liegt bei 5,5 Prozent.

Kurzum: Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg zeichnet sich im landes- und bundesweiten Vergleich durch eine überdurchschnittlich hohe Wirtschaftskraft und eine besonders starke gesamtwirtschaftliche Bedeutung aus.



11 Prozent aller Betriebe
in Heidelberg gehören zur
Kultur- und Kreativwirtschaft.

Rund
700 Millionen Euro
Umsatz erwirtschaftete
die Kultur- und Kreativwirtschaft
in Heidelberg im Jahr 2019.

Im LANDES- UND BUNDESWEITEN
VERGLEICH zeigt die Heidelberger Kultur-
und Kreativwirtschaft eine **ÜBERDURCH-**
SCHNITTTLICHE WIRTSCHAFTS-
LEISTUNG.

Die Zahl der Erwerbstätigen in der
Kultur- und Kreativwirtschaft
stieg seit 2010 um über 1.200
Erwerbstätige auf 5.925 an.

TABELLE 1 Überblick relevanter Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg für das Jahr 2010 und 2019

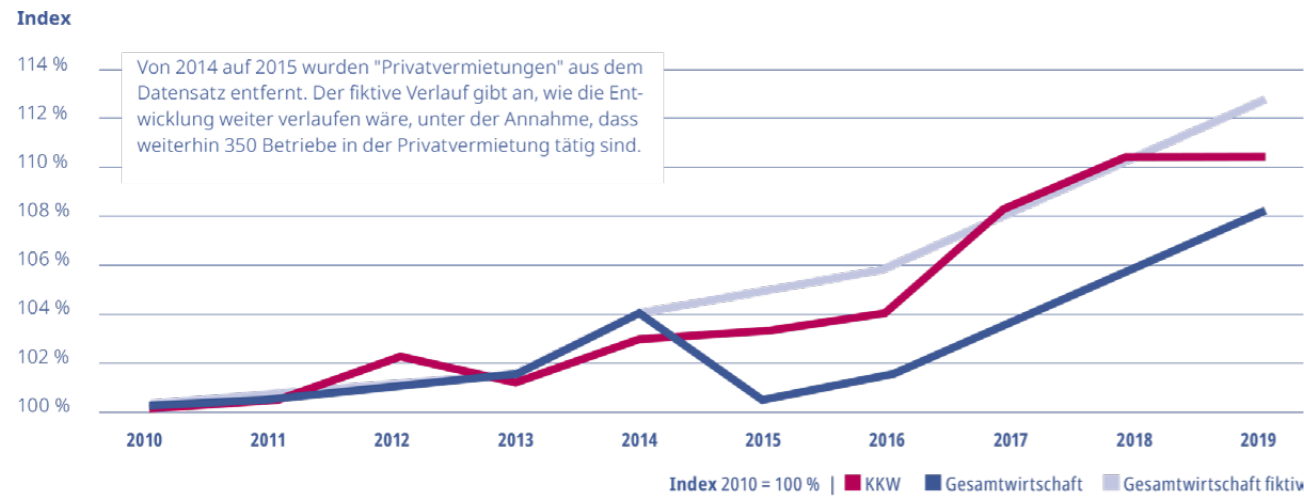
		Betriebe	SV-Beschäftigte	im Nebenjob geringfügig Beschäftigte ¹	Ausschließlich geringfügig Beschäftigte	Unternehmen	Umsatz der Unternehmen in 1.000 Euro	Schätzwert: Erwerbstätige ²
Gesamtwirtschaft	2010	7.621	79.803	4.962	13.913	7.200	10.069.859	100.916
	2019	8.249	91.782	6.998	13.134	7.655	12.477.252	112.571
	Veränderung	628	11.979	2.036	-779	455	2.407.393	11.655
darunter Kultur- und Kreativwirtschaft	2010	852	3.406	161	475	837	555.851	4.718
	2019	943	4.690	171	332	903	686.299	5.925
	Veränderung	91	1.285	9	-144	66	130.448	1.207
Anteil der Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft	2010	11,2	4,3	3,2	3,4	11,6	5,5	4,7
	2019	11,4	5,1	2,4	2,5	11,8	5,5	5,3
	Veränderung	0,2	0,8	-0,8	-0,9	0,2	0,0	0,6

¹ In manchen Wirtschaftszweigen wird aufgrund des Datenschutzes kein Wert ausgewiesen, diese sind in der Summe nicht erfasst.
² Setzt sich zusammen aus den SV-Beschäftigten, ausschließlich geringfügig Beschäftigten und Unternehmen (farbig hinterlegte Werte).

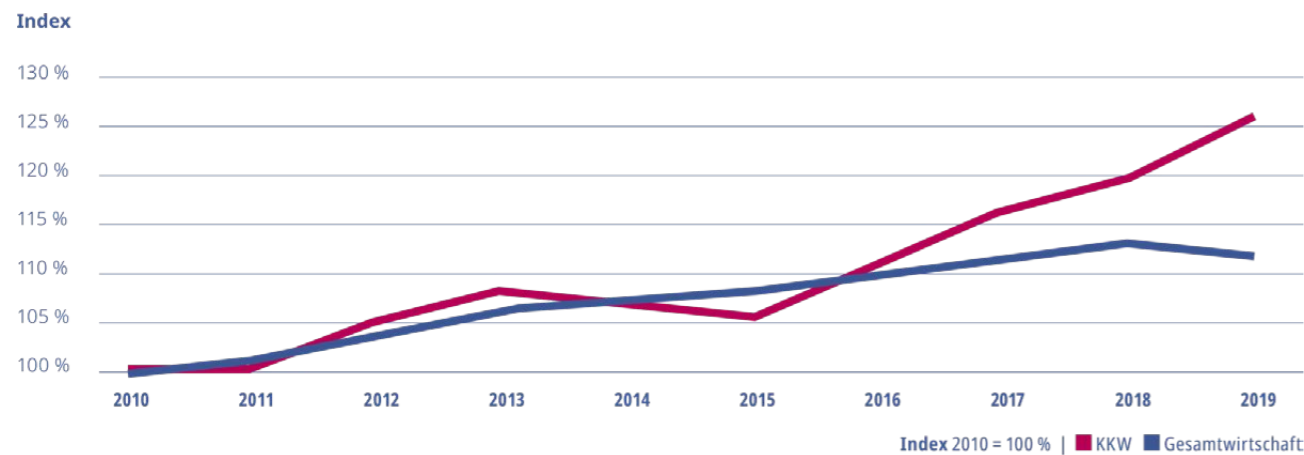
QUELLE: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG, 2021, JEWEILS ZUM 30. SEPTEMBER DES JAHRES. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, 2021, JEWEILS ZUM 30. JUNI DES JAHRES. EIGENE BERECHNUNGEN.

WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IM VERGLEICH ZUR GESAMTWIRTSCHAFT VON 2010 BIS 2019

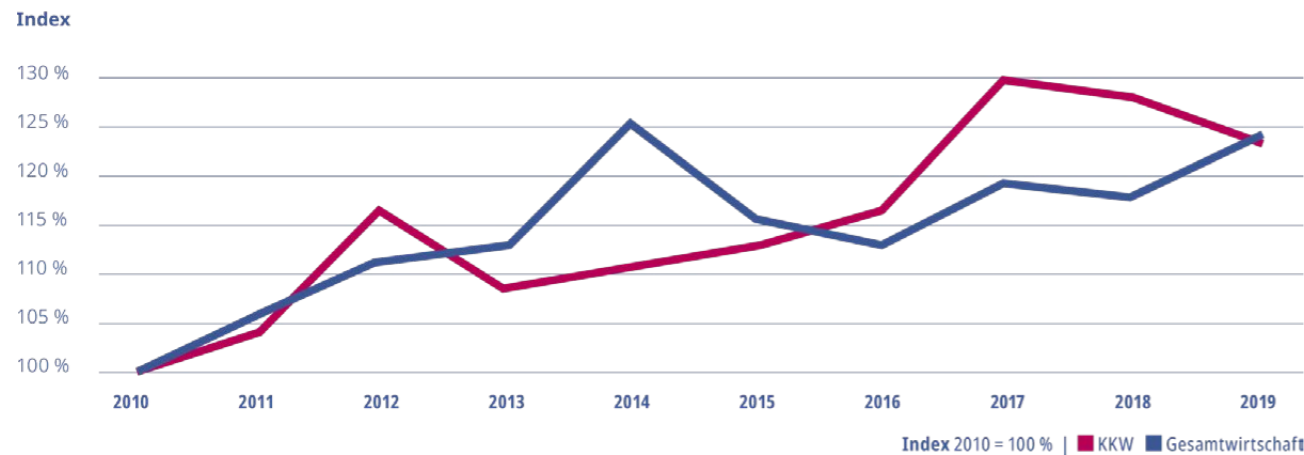
ANZAHL DER BETRIEBE | INDEX 2010 = 100 %



ERWERBSTÄTIGE* (SCHÄTZGRÖSSE) | INDEX 2010 = 100 %



UMSATZ | INDEX 2010 = 100 %



* In manchen Wirtschaftszweigen wird aufgrund des Datenschutzes kein Wert für ausschließlich geringfügig Beschäftigte ausgewiesen, diese sind in der Summe nicht erfasst. Es handelt sich insgesamt um einen Schätzwert (siehe Glossar).

QUELLE: UNTERNEHMENSREGISTER, STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG UND SONDERAUSWERTUNG DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, STAND 2021. EIGENE BERECHNUNG, EIGENE DARSTELLUNG.

Die Zahl der zur Kultur- und Kreativwirtschaft gehörenden Betriebe in Heidelberg ist seit 2010 fast kontinuierlich gestiegen. 91 Betriebe sind zwischen 2010 und 2019 hinzugekommen. Insgesamt 943 Betriebe verzeichnet die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft aktuell. Die Steigerung bei der Anzahl an Betrieben um 10,6 Prozent seit 2010 macht sich insbesondere in den Teilbranchen Software-/Games-Industrie, Sonstiges, Designwirtschaft und Musikwirtschaft bemerkbar. Parallel zu dieser Entwicklung verzeichnet die Gesamtwirtschaft in Heidelberg einen ähnlichen Wachstumskurs wie die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der Anstieg der Zahl der Erwerbstätigen verlief in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit 2010 insgesamt steiler als in der Gesamtwirtschaft. Die Anzahl an Erwerbstätigen im Kultur- und Kreativsektor stieg um 25,6 Prozent, das heißt um über 1.200 Personen an. Im Jahr 2019 sind in Heidelberg insgesamt 5.925 Personen in den Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft erwerbstätig. In diese Zahl sind freiberuflich Tätige und Selbstständige mit einem Jahresumsatz unter 17.500 Euro nicht eingerechnet.



79,2 Prozent der kultur- und kreativwirtschaftlich Erwerbstätigen sind im Jahr 2019 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. In der Gesamtwirtschaft liegt ihr Anteil bei 81,5 Prozent und damit kaum höher als in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Äußerst positiv ist zu betrachten, dass die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft im Betrachtungszeitraum stark angestiegen ist. Dieser Trend lässt sich zwar auch auf Landes- und Bundesebene beobachten, in Heidelberg fällt der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft jedoch deutlich höher aus als im bundesweiten Vergleich.

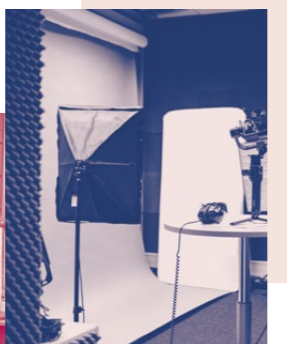


Unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind 2019 in Heidelberg in der Gesamtwirtschaft 54,5 Prozent weiblichen Geschlechts. In der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt der Anteil an Frauen an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit 47,8 Prozent etwas niedriger. Der Anteil variiert stark zwischen den Teilmärkten: den niedrigsten Anteil hat die Software-/Games-Industrie mit 33,0 Prozent, den höchsten die Rundfunkwirtschaft mit 81,3 Prozent gefolgt vom Pressemarkt mit 67,9 Prozent. Parallel zum Anstieg an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist die ausschließlich geringfügige Beschäftigung seit 2010 unter den Heidelberger Kreativen zurückgegangen.

Für das Jahr 2019 wird zusätzlich die Zahl an Mini- beziehungsweise Soloselbstständigen mit einem jährlichen Umsatz unter 17.500 Euro auf etwa 900 Personen geschätzt. Diese Zahl wird an dieser Stelle als Zusatzinformation bereitgestellt, sie ist unabhängig von der oben genannten Zahl der Erwerbstätigen. Die atypischen Beschäftigungsformen, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft bundesweit registriert werden, spielen in Heidelberg eine vergleichsweise geringe Rolle.

In Heidelberg hat sich die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein stabiler Arbeitsmarkt etabliert. Zwischen 2010 und 2019 verzeichnen die Heidelberger Kultur- und Kreativunternehmen eine Umsatzsteigerung um 23,5 Prozent.

Der Umsatzanteil von Kultur- und Kreativunternehmen am Gesamtumsatz liegt im Jahr 2019 bei 5,5 Prozent und damit im landes- und bundesweiten Vergleich überdurchschnittlich hoch. Der signifikante Unterschied wiederum zwischen Anteil am Gesamtumsatz (5,5 Prozent) und Anteil an Unternehmen (11,8 Prozent) ist auf die strukturelle Besonderheit der Kultur- und Kreativwirtschaft zurückzuführen. Aufgrund ihrer kleinteiligen Unternehmensstruktur und dem hohen Anteil an (Solo-)Selbstständigen weist die Kultur- und Kreativwirtschaft tendenziell niedrigere Umsatzzahlen je Unternehmen auf. Dies entspricht dem landes- und bundesweiten Vergleich.



SPILLOVER: AUS KREATIVEN IDEEN WIRD ZUKUNFT GEMACHT!

Seit Juli 2020 präsentiert der Podcast „SPILLOVER“ Ideen und Unternehmen aus der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft, aus denen neues für die Zukunft entsteht. Das Start-up Living Brain beispielsweise entwickelt virtuelle Realitäten, die im Bereich der Medizin und Rehabilitation als innovative Trainingsmöglichkeiten bei hirngeschädigten Patienten eingesetzt werden. Die E-Bikes des Heidelberger E-Bike-Herstellers Coboc zeichnen sich durch schlankes Design und minimalistische Ausstattung aus und machen so das Elektro-Rad als urbanes Verkehrsmittel attraktiv.

Visionär analysiert der Softwarekonzern SAS in seiner Deutschlandzentrale in Heidelberg globale Datenmassen und nutzt künstliche Intelligenz in Vorhaben für die Gesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft. Die jungen Gründerinnen des Heidelberger Start-ups Spootainable, haben wiederum die ökologischen Probleme durch Einwegbesteck als Handlungsnotwendigkeit erkannt und produzieren heute essbare Löffel aus Kakao- und Haferschalen, ganz nach dem Motto: Don't Waste It – Taste It!

Mehr über die kreativen Leistungen und Antworten auf Zukunftsfragen aus der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft gibt es in den Podcast-Folgen nachzuhören. Jeden zweiten Mittwoch im Monat erscheint eine neue Folge auf den Plattformen Spotify, Apple Podcasts und dem städtischen YouTube-Kanal:
www.heidelberg.de/kreativwirtschaft

2.2 VON A WIE ARCHITEKTUR BIS W WIE WERBEMARKT

a

ARCHITEKTUR- MARKT

Der Architekturmarkt gehört mit mehr als 110 Unternehmen und einem Umsatz von 41,5 Millionen Euro zu einer der größten und wachstumsstärksten Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg. Zum Architekturmarkt zählen die Wirtschaftszweige Architektur, Innenarchitektur, Stadtplanung, Landschaftsplanung und Landschaftsgestaltung.

DESIGNWIRTSCHAFT

Mit 160 Unternehmen ist die Heidelberger Designwirtschaft eine der größten und am stärksten wachsenden Teilbranchen. Sie ist äußerst vielfältig aufgestellt und umfasst unterschiedlichste Arten und Formen von Design. Büros für Industrie-, Produkt-, Grafik- und Kommunikationsdesign sind genauso Teil der Branche wie die Wirtschaftszweige Schmuckherstellung, Modedesign, Raumgestaltung und Fotografie. Die Kreativen der Teilbranche erwirtschaften in Heidelberg insgesamt rund 26 Millionen Euro.

KUNSTMARKT

Der Kunstmarkt verzeichnet in Heidelberg 35 Unternehmen mit etwa 80 Erwerbstätigen, die einen Umsatz von etwa 11 Millionen Euro erwirtschaften. Als besonders umsatzstarke Bereiche im Kunstmarkt gelten die Galerien, das heißt der Einzelhandel mit Kunstgegenständen und der Einzelhandel mit Antiquitäten. Neben der künstlerischen Produktion sind die freischaffenden Künstlerinnen und Künstler von der Bildenden Kunst über die Bildhauerei bis zur Street Art häufig auch in der Kunstvermittlung an Hochschulen und Kunstakademien oder im Kunsthandel tätig.

PRESSEMARKT

Der Pressemarkt ist in Heidelberg mit über 215 Millionen Euro die Teilbranche mit dem zweithöchsten Umsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Vergleich zu 2010 konnte der Umsatz bis 2019 um 11 Prozent gesteigert werden. Zu dem Teilmarkt gehören unter anderem Journalistinnen und Journalisten, Korrespondentinnen und Korrespondenten, Zeitungs-, Zeitschriften- und sonstige Verlage wie auch der Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen.

BUCHMARKT

Der Buchmarkt hat in den letzten Jahren weltweit – und auch in Heidelberg – Umsatz- und Betriebsrückgänge zu verzeichnen. In Heidelberg bleibt die Buchbranche dennoch einer der größten und umsatzstärksten Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft und auf Platz 3 hinsichtlich des Umsatzes und der Betriebszahl. Rund 140 Unternehmen gehören dem Teilmarkt an, darunter große und mittelständische Unternehmen wie der Springer Verlag und die Buch und Presse GmbH & Co. KG „Schmitt & Hahn“ mit den dazugehörigen Bahnhofsbuchhandlungen. Insgesamt zählen 19 Verlage zum Heidelberger Buchmarkt, darunter 13 Kleinstverlage, 25 Buchhandlungen und Antiquariate, 27 selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller sowie 72 Übersetzerinnen und Übersetzer. Darüber hinaus gehören dem Buchmarkt auch Buchbindereien und Druckereien an. Nicht erfasst sind freie Autorinnen und Autoren mit einem Jahresumsatz unter 17.500 Euro. Die Teilbranche erwirtschaftet einen Gesamtumsatz von rund 70 Millionen Euro im Jahr 2019.

FILMWIRTSCHAFT

Die Filmwirtschaft mit ihren 41 Unternehmen umfasst ein breites Spektrum an Tätigkeiten: von der Filmproduktion, über die Filmtechnik und Nachbearbeitung bis hin zur Verbreitung von Kino-, Fernseh- und anderen Filmen. Die in Heidelberg ansässigen Filmproduktions- und Filmverleihfirmen sowie freischaffenden Drehbuchautorinnen und -autoren, Regisseurinnen und Regisseure, Cutterinnen, Cutter und Kameraleute erwirtschaften gemeinsam einen Umsatz von fast 9 Millionen Euro (2018).

MUSIKWIRTSCHAFT

In der Musikwirtschaft erwirtschaften rund 40 Heidelberger Firmen knapp 11 Millionen Euro Jahresumsatz. Dabei bietet die Musikwirtschaft eine bunte Mischung an Komponisten und Musikensembles. Auch Agenturen, Tonstudios, Labels, Musikverlage und Konzertveranstalter sind Teil der Branche. Hinzu kommen Herstellung, Vertrieb und Einzelhandel von Musikinstrumenten, Tonträgern und ähnlichen Produkten.

RUNDFUNK- WIRTSCHAFT

Die 40 Heidelberger Kultur- und Kreativunternehmen im Bereich der Rundfunkwirtschaft erwirtschaften knapp 4,6 Millionen Euro Umsatz (2018). Zur Branche gehören unter anderem kommerzielle Radio- oder Fernsehunternehmen sowie Journalistinnen und Journalisten.

SONSTIGE

In der Kultur- und Kreativwirtschaft werden unter „Sonstige“ jene Unternehmen und Freischaffende gefasst, die nicht eindeutig einer der elf Teilbranchen zugeordnet werden können, jedoch ebenso kreative, schöpferische Leistungen erbringen. Hierunter fallen auch neue wirtschaftliche und innovative Aktivitäten. In Heidelberg zählen etwa 80 Unternehmen mit einem Umsatz von rund 9,8 Millionen Euro zu diesem Bereich innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft.

MARKT FÜR DARSTELLENDEN KÜNDE

Im Markt für darstellende Künste arbeiten in Heidelberg etwa 170 Erwerbstätige. Zu dieser Branche gehören unter anderem Bühnenkünstlerinnen und -künstler, Schauspielerinnen und Schauspieler, Artistinnen und Artisten, Theaterensembles, Varietés- und Kleinkunsthöfen sowie Tanzschulen. Auch Theater- und Konzertveranstalter sorgen für eine breite und bunte Palette an darstellender Kunst. Unternehmen, die Dienstleistungen für die darstellenden Künste erbringen, runden das Angebot ab.

SOFTWARE- UND GAMES-INDUSTRIE

Die Software-/Games-Industrie hat in Heidelberg und deutschlandweit seit 2010 einen bemerkenswerten Boom erfahren. Die Branche steigerte die Zahl der Betriebe, den Umsatz und die Zahl der Erwerbstätigen deutlich. In Heidelberg erwirtschafteten im Jahr 2019 über 170 Softwareunternehmen mit über 2.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen Jahresumsatz von über 270 Millionen Euro. Der Teilmarkt umfasst die Wirtschaftszweige Programmierung von Internetpräsentationen, sonstige Softwareentwicklung, Webportale sowie die Verlage von Computerspielen und sonstiger Software. Er gilt als Wachstums- und Digitalisierungstreiber weit über die Kultur- und Kreativwirtschaft hinaus. Die Software-/Games-Industrie erbringt als Teilmarkt der Kreativwirtschaft Leistungen in allen Branchen und nahezu in alle gesellschaftlichen Bereiche hinein.

WERBEMARKT

In der Werbebranche erwirtschaften 74 Werbe- und Kommunikationsagenturen einen Umsatz von rund 30,4 Millionen Euro in Heidelberg. Neben den Agenturen zählen auch solselbstständige Werbetexterinnen und -texter zum Werbemarkt. Insgesamt sind in diesem Sektor in Heidelberg rund 300 Personen erwerbstätig.

2.3 STÄRKE UND DYNAMIK

Anhand der Betriebsanzahl, der Zahl und der Zusammensetzung der Erwerbstätigen sowie anhand des Umsatzes zeigen sich starke strukturelle Unterschiede zwischen den Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft – nicht nur in Heidelberg, sondern deutschlandweit. Die Entwicklungslinien im Betrachtungszeitraum von 2010 bis 2019 verlaufen pro Teilmarkt dynamisch und individuell.

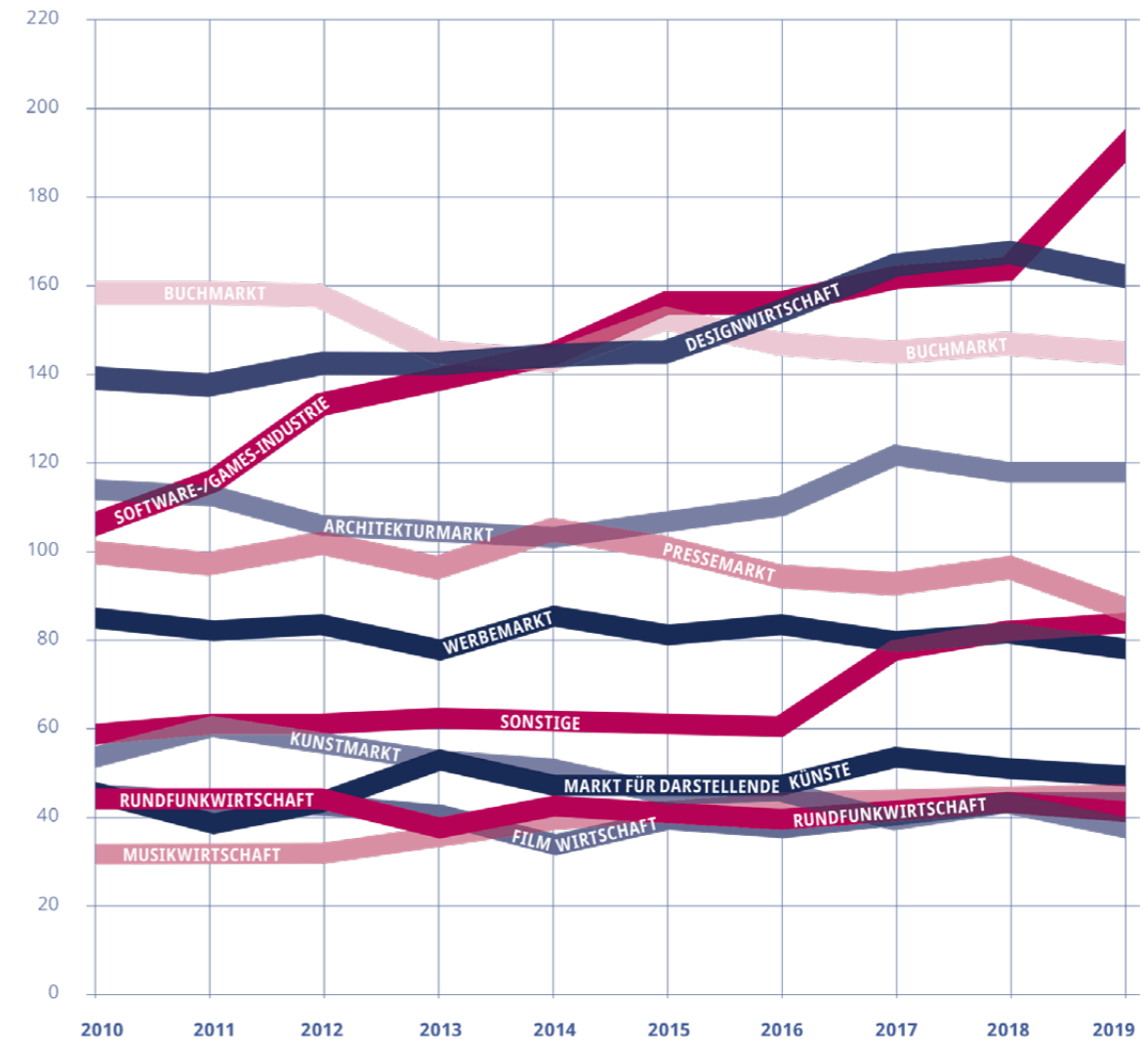
TABELLE 2 Wirtschaftliche Kennzahlen für die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg, Vergleich 2010 und 2019

		Betriebe	SV-Beschäftigte	im Nebenjob geringfügig Beschäftigte ¹	Ausschließlich geringfügig Beschäftigte	Unternehmen	Umsatz der Unternehmen in 1.000 Euro	Schätzwert: Erwerbstätige ²
Musikwirtschaft	2010	32	85	5	24	30	5.817	138
	2019	45	74	6	2	42	10.751	118
Buchmarkt	2010	156	444	31	108	149	88.854	701
	2019	143	285	20	50	136	69.942	471
Kunstmarkt	2010	52	40	5	20	51	11.256	111
	2019	37	31	8	16	35	10.996	82
Filmwirtschaft	2010	43	33	8	15	43	8.137	91
	2019	44	50	*	6	41	*	97
Rundfunkwirtschaft	2010	44	19	0	0	42	*	61
	2019	40	32	*	3	40	*	75
Markt für darstellende Künste	2010	44	75	14	46	42	4.655	164
	2019	50	102	18	26	46	9.915	174
Designwirtschaft	2010	138	133	13	70	138	21.745	340
	2019	161	133	13	31	160	26.036	323
Architekturmarkt	2010	113	240	13	27	113	26.499	380
	2019	116	422	27	42	112	41.490	576
Pressemarkt	2010	99	1.156	41	73	97	193.997	1.326
	2019	86	1.246	34	63	83	215.248	1.392
Werbemarkt	2010	89	224	22	115	89	*	428
	2019	77	176	12	25	74	30.378	275
Software- und Games-Industrie	2010	107	1.120	26	51	107	180.150	1.278
	2019	189	2.312	41	81	174	276.985	2.567
Sonstige	2010	58	10	2	5	57	4.009	72
	2019	83	9	2	6	82	9.758	97
KKW-Gesamt ³	2010	852	3.406	161	475	837	555.851	4.718
	2019	943	4.690	171	332	903	686.299	5.925

¹ In manchen Wirtschaftszweigen wird aufgrund des Datenschutzes kein Wert ausgewiesen, diese sind in der Summe nicht erfasst.
² Setzt sich zusammen aus den SV-Beschäftigten, ausschließlich geringfügig Beschäftigten und Unternehmen (farbig hinterlegte Werte).
³ Ohne Doppelzählungen: Die Zahl kann von der Summe der Teilmärkte abweichen, da hier Doppelzählungen (ein Betrieb wird mehreren Teilmärkten zugeordnet) herausgerechnet werden.
 * = Datenschutz

QUELLE: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG, 2021, JEWEILS ZUM 31. DEZEMBER DES JAHRES. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, 2021, JEWEILS ZUM 30. JULI DES JAHRES. EIGENE BERECHNUNGEN.

ENTWICKLUNG DER ZAHL DER BETRIEBE DER TEILMÄRKTE SEIT 2010



QUELLE: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG, UNTERNEHMENSREGISTER, STAND 09/2020. EIGENE DARSTELLUNG.

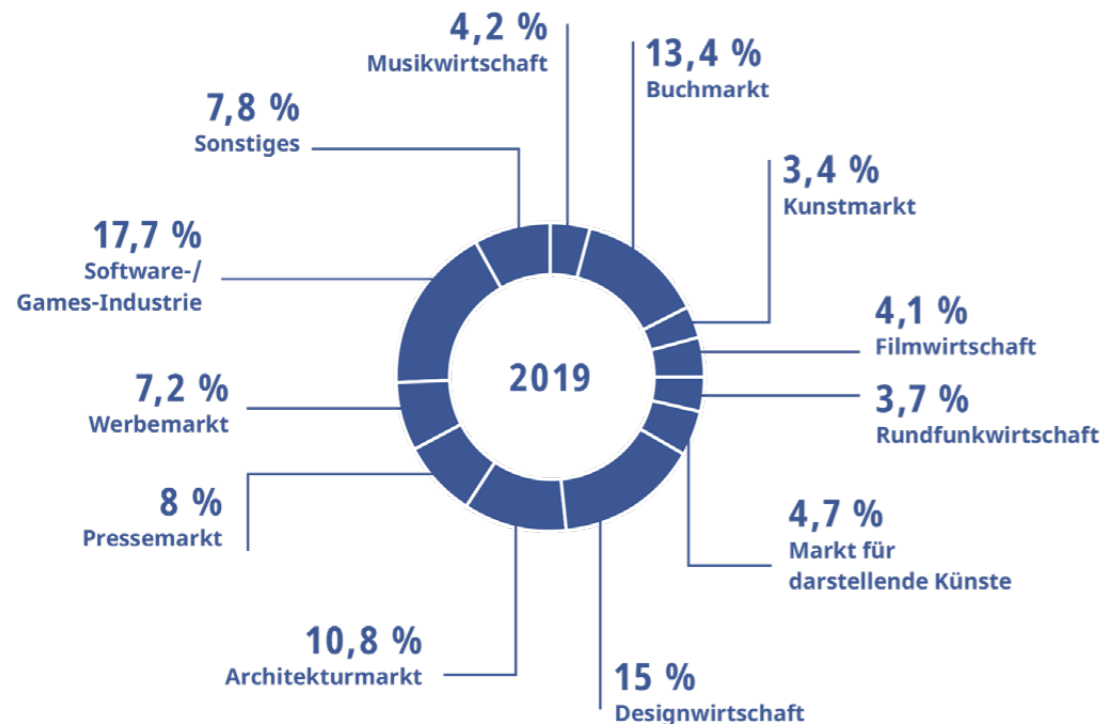
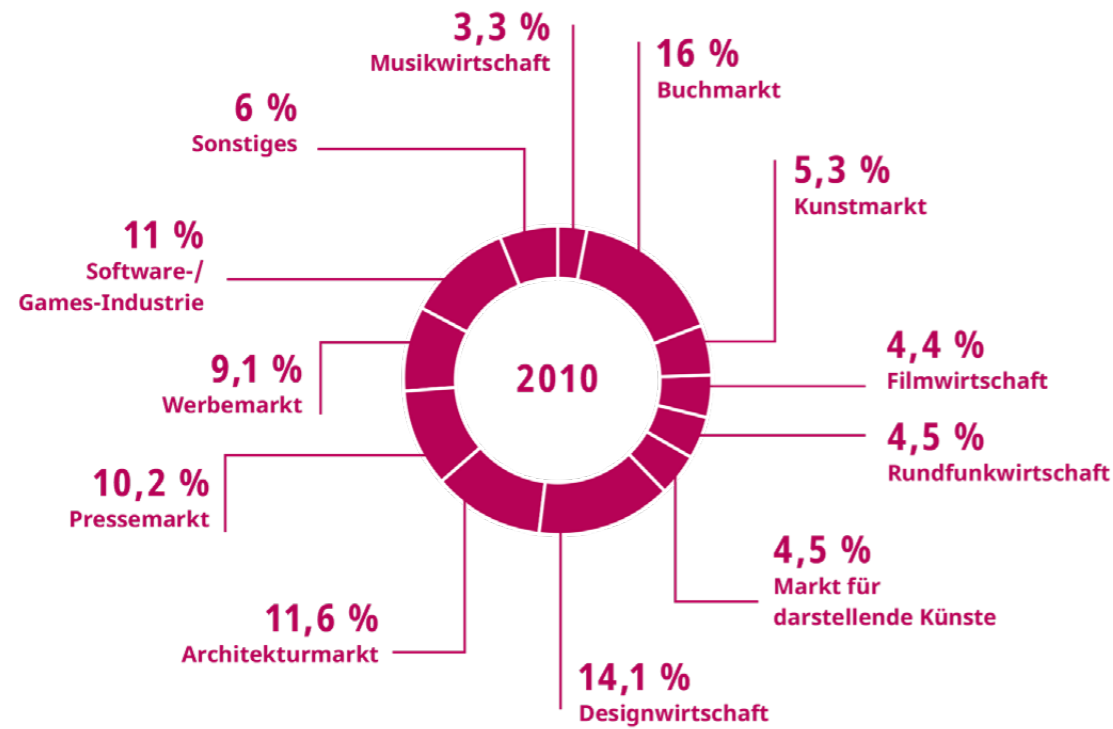
PLATZ 1 FÜR DIE SOFTWARE- UND GAMES-INDUSTRIE IN DER KATEGORIE BETRIEBE

Mit knapp 190 in Heidelberg ansässigen Betrieben in der Software-/Games-Industrie „schlägt“ dieser Teilmarkt die Designwirtschaft mit insgesamt 161 Betrieben mit Sitz in Heidelberg im Jahr 2019. Von 2010 bis 2019 gewannen vor allem die Software-/Games-Industrie, die Designwirtschaft, die Musikwirtschaft sowie die Branche „Sonstige“ absolut und relativ gesehen Betriebe hinzu. Betrachtet man die Verteilung aller Kultur- und Kreativbetriebe auf die Teilmärkte zeigt sich, dass diese vier Teilmärkte auch ihre Anteile an allen KKW-Betrieben steigern konnten.

Bundesweit liegt die Software-/Games-Industrie mit ihren fast 42.000 Unternehmen hinter der Designwirtschaft mit fast 60.500 Unternehmen zurück (Betriebe werden nicht ausgewiesen). Der Software-/Games-Industrie folgt der Architekturmarkt mit über 38.000 Unternehmen.

Bundesweit geht die Anzahl an Unternehmen im Kunstmarkt, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt und in der Rundfunkwirtschaft zurück.

ANTEILE AN DER ZAHL DER BETRIEBE NACH TEILBRANCHEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HEIDELBERG, VERGLEICH 2010 UND 2019

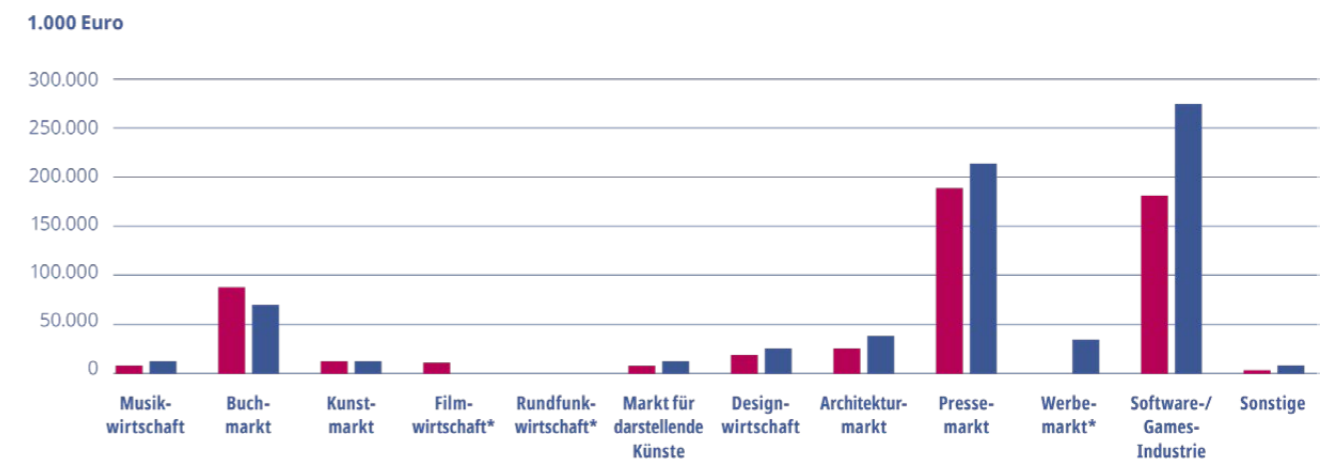


SPITZENPLÄTZE FÜR DIE SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE UND DEN PRESSEMARKT IN DER KATEGORIE UMSATZ

Den größten Umsatz innerhalb der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft mit über 275 Millionen Euro im Jahr 2019 erwirtschaftet seit 2012 die Software- und Games-Industrie. In den Jahren zuvor belegte der Pressemarkt den Spitzenplatz. Er bleibt mit über 215 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2019 der zweitstärkste Teilmarkt in Heidelberg. Auf Bundesebene konkurrieren Presse- und Werbemarkt um den zweiten, umsatzstärksten Platz hinter der Software-/Games-Industrie.

Der Buchmarkt hat zwar in den Jahren 2010 bis 2019 in Heidelberg deutlich an Umsatz verloren. Er bleibt in Heidelberg dennoch stabil auf einem dritten umsatzstarken Platz, während die Branche bundesweit auf Platz 5 hinsichtlich des Umsatzes rangiert. Zu starken Umsatzgewinnern gehören im Betrachtungszeitraum in absoluten Zahlen neben der Software-/Games-Industrie auch der Heidelberger Pressemarkt und Architekturmarkt. Prozentual konnten darüber hinaus die Musikwirtschaft, der Markt für darstellende Künste und „Sonstige“ ihren Umsatz stark steigern. Insgesamt fällt der Umsatz zwischen den einzelnen Teilbranchen sehr unterschiedlich aus.

UMSATZ DER TEILMÄRKTE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN 2010 UND 2019 IN 1.000 EURO



1.000 Euro | ■ 2010 ■ 2019
*Es liegen nicht für alle Jahre Werte vor.

QUELLE: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG, UNTERNEHMENSREGISTER, STAND 09/2020. EIGENE DARSTELLUNG.

QUELLE: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG, UNTERNEHMENSREGISTER, STAND 09/2020. EIGENE DARSTELLUNG.

PLATZ 1 FÜR DIE SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE IN DER KATEGORIE ERWERBSTÄTIGE

Die meisten Erwerbstätigen (zusammengesetzt aus sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Unternehmerinnen und Unternehmern und ausschließlich geringfügig Beschäftigten) der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten in der Software-/Games-Industrie und im Pressemarkt. Hinsichtlich der Zahl der Erwerbstätigen zeigt sich, dass die Software-/Games-Industrie seit 2010 die Zahl ihrer Erwerbstätigen mehr als verdoppeln konnte. Insbesondere die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg in diesem Teilmarkt sehr stark an. Die zweitstärkste Steigerung der Erwerbstätigenzahl zeigt in Heidelberg der Architekturmarkt. Auch hier geht der Zuwachs hauptsächlich auf eine gestiegene Zahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zurück. Eine zurückgehende Erwerbstätigenzahl haben im Betrachtungszeitraum die Musikwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt, die Designwirtschaft sowie der Werbemarkt. Auf der Bundesebene steigern alle Branchen die Zahl ihrer Erwerbstätigen mit Ausnahme vom Buchmarkt, Pressemarkt und Kunstmarkt.

» siehe Tabelle 2



2.4 CORONA-AUSWIRKUNGEN

Ausfälle von Messen, Absagen von Ausstellungen und Veranstaltungen sowie Betriebsschließungen aufgrund behördlicher Vorgaben: Die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört zu den Branchen, die wirtschaftlich am stärksten von dem Shutdown während der Corona-Pandemie betroffen sind. Die durch sie ausgelösten und durch Bund und Länder beschlossenen Lockdowns von Mitte März bis Mai 2020 und November 2020 bis Juni 2021 – mit wenigen kurzzeitigen Lockerungen – hatten und haben anhaltende, weitreichende Auswirkungen auf die Wirtschaftskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft und auf die Wertschöpfung der Gesamtwirtschaft. Insbesondere für die vielfach kleinteilig strukturierten und auf „Live“-Events fokussierten Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft bedeuteten die Maßnahmen zur Bekämpfung der Pandemie, dass komplette Vertriebswege wegbrachen, Werke und Waren kaum verkauft, Aufträge und Auftritte storniert, Projekte nicht abgeschlossen und somit nicht bezahlt wurden, Berufe nicht mehr ausgeübt werden konnten.

Darüber hinaus erschwerte sich die Akquise von Neuaufträgen und Neukunden deutlich.

Um Bilanz zu den wirtschaftlichen Auswirkungen auf Selbstständige der Kultur- und Kreativwirtschaft für das Jahr 2020 zu ziehen, führten das Netzwerk „Promoting Creative Industries“ (PCI), darunter die Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg, und der Bundesverband „Kreative Deutschland“ im Januar/Februar 2021 eine bundesweite Umfrage durch.

Deutschlandweit nahmen 2.006 Selbstständige aus der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Befragung teil, darunter überwiegend Selbstständige ohne Beschäftigte, nämlich 74 Prozent Solo-Selbstständige und 13 Prozent Selbstständige, die (auch) mit anderen Selbstständigen im Verbund arbeiten.

**RÜCKLAGEN WURDEN
AUFGEBRAUCHT,
WAS SICH NEGATIV AUF DIE SOZIALE
ABSICHERUNG IM ALTER AUSWIRKEN WIRD.**

*Es fehlen Möglichkeiten
zur Auftragsakquise, sodass auch
**längerfristige
Auswirkungen**
erwartet werden.*

Kultur- und Kreativwirtschaft erwartet **große
Umsatzeinbußen** durch Pandemie.

**Unsicherheiten und fehlende
Planungsmöglichkeiten führen zu
Zukunftsängsten.**

Kultur- und Kreativunternehmen reagieren mit
neuen Geschäftsmodellen agil
auf die Krise.

ERGEBNISSE DER
BUNDESWEITEN UMFRAGE
UNTER KREATIVEN
(MÄRZ 2021)

42 Prozent

der Selbstständigen geben an, dass sie im Jahr 2020 Umsatzrückgänge von über 70 Prozent verzeichnen, die in direktem Zusammenhang mit der Corona-Pandemie stehen.

83 Prozent sagen,

dass die Krise sehr negative oder eher negative Auswirkungen auf ihre Selbstständigkeit sowie auf die Gründungsfreudigkeit innerhalb der Branche hat.

Selbstständige haben Rücklagen substantiell aufgezehrt.

Selbstständige erwarten eine **wirtschaftliche Erholung** erst für das **Jahr 2022**.

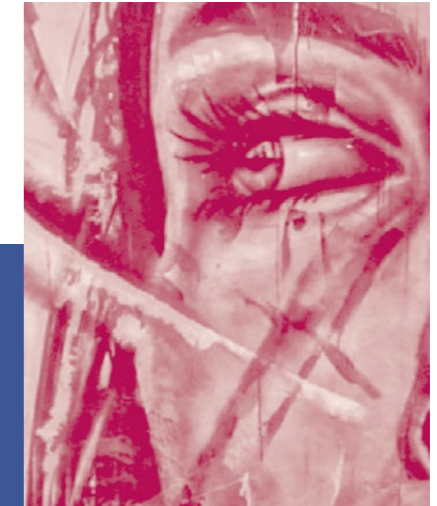
Der Kultur- und Kreativwirtschaft droht mittelfristig ein „Braindrain“, das **heißt eine Talent- und Fachkräfteabwanderung** für die kommenden Jahre.

DIE DETAILLIERTEN ERGEBNISSE DER BUNDESWEITEN UMFRAGE DES NETZWERKS
„PROMOTING CREATIVE INDUSTRIES“ (PCI)
UND DES BUNDESVERBANDS „KREATIVE DEUTSCHLAND“
SIND ALS PRÄSENTATION UNTER NACHFOLGENDEM LINK VERFÜGBAR:
[HTTPS://BIT.LY/CORONABILANZ-KREATIVWIRTSCHAFT](https://bit.ly/coronabilanz-kreativwirtschaft)

**PROGNOSEN FÜR DIE KULTUR-
UND KREATIVWIRTSCHAFT
IN DEUTSCHLAND**

Die Ergebnisse der bundesweiten Umfrage unter Kultur- und Kreativschaffenden verfestigen die wissenschaftlichen Analysen, die zuvor durch das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes mit wissenschaftlicher Unterstützung durch die Prognos AG veröffentlicht worden sind: Im Vergleich zum Vorjahresumsatz von rund 173 Milliarden Euro in 2019 verzeichnet die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland voraussichtlich einen Umsatzeinbruch von circa 22,4 Milliarden Euro für das Jahr 2020.

Dabei sind die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft je nach Tätigkeits- und Geschäftsfeld unterschiedlich stark – sowohl künstlerisch als auch wirtschaftlich – von der Corona-Krise betroffen. In den Teilmärkten Darstellende Kunst, Filmwirtschaft, Kunstmarkt und Musikwirtschaft werden besonders starke Einbrüche erwartet. Die Teilmärkte Architektur, Pressemarkt und Software-/Games-Industrie werden die Krise – so die Erwartung – eher stabil überstehen.



REAKTIONEN AUF DIE KRISE

Die Eigenschaften, die der Kultur- und Kreativwirtschaft zugesprochen werden, wie unter anderem eine hohe Innovationsbereitschaft, Kreativität, Agilität und Lösungsorientierung, zeigen sich laut bundesweiter Umfrage des Netzwerks „PCI“ und des Bundesverbands „Kreative Deutschland“ auch in der Krise. So reagierten viele Kultur- und Kreativschaffende agil auf die erzwungenen Veränderungen und ...

...entwickelten neue künstlerische beziehungsweise **creative Ideen** und **Projekte**

...stellten ihr **Geschäftsmodell** um oder erweiterten dieses



...erschlossen **neue Netzwerke** beziehungsweise **Kundengruppen**

...bildeten **sich weiter**

...brachten **neue Technologien** zur Anwendung, **optimierten Arbeitsabläufe**, **digitalisierten ihre Angebote**

Trotz aller Agilität und Digitalisierung von unter anderem künstlerischen und kulturellen Programmen in der Musik-, Film-, Literatur- und Kunstbranche können Einnahmen durch Eintrittskarten und Tantiemen sowie Akquisemöglichkeiten durch Live-Auftritte, -vorführungen oder Ausstellungen nicht ausgeglichen werden. So zehrte ein Großteil der Selbstständigen 2020 Rücklagen auf. Dies wird sich langfristig auf die Innovationskraft und soziale Absicherung auswirken. Die große Bereitschaft in Digitalisierung zu investieren, wird durch mittlerweile fehlendes Kapital gehemmt, so die bundesweiten Umfrageergebnisse.

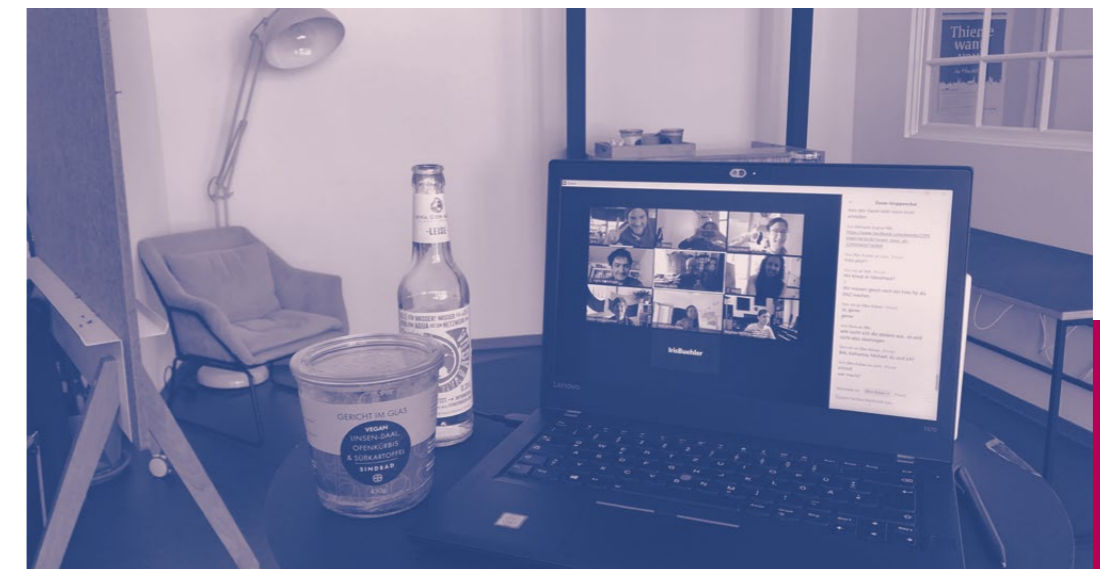
ANGEBOTE FÜR KULTUR- UND KREATIVSCHAFFENDE IN HEIDELBERG WÄHREND DER CORONA-KRISE

Die Stadt Heidelberg hat bereits zu Beginn der Corona-Krise mit der „Heidelsberger Wirtschafts-offensive“ ein branchen- und bereichsübergreifendes, umfassendes Maßnahmenpaket zur Unterstützung von Betrieben, Vereinen, Kultur-, Sozial- und Bildungsrichtungen auf den Weg gebracht. Neben der Einrichtung einer Lotsenfunktion durch die städtische Wirtschaftsförderung wurden und werden teils weiterhin interimswise Zahlungen gestundet, Mieten in städtischen Liegenschaften sowie Gebühren für die Außenbewirtschaftung und Werbung in 2020 und 2021 erlassen, die Möglichkeiten der Außenbewirtschaftung erweitert. Der Heidelberger „Dankeschein“ wurde aufgesetzt und bis März 2021 35.000 Mal eingelöst.

Selbstständige und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft werden darüber hinaus seit Beginn der Pandemie über die Wirtschaftshilfen und speziellen Förderprogramme auf der Webseite und im Newsletter der Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg informiert sowie in Online-Sprechstunden zu Corona-Hilfen und allgemeinen Fragen zur Existenzgründung und Unternehmensentwicklung beraten. Das gesamte Weiterbildungs- und Vernetzungsangebot wurde digital fortgesetzt und das monatliche Branchentreffen „Fenster-Lunch“ um Info-Sessions speziell für Kreative erweitert. Außerdem wurde durch den Gemein-

derat am 17. Dezember 2020 ein Soforthilfefonds für Wirtschaft, Kultur und Soziales beschlossen, aus welchem 10.000 Euro zur Teilkostenübernahme von Prüfleistungen im Rahmen der staatlichen Wirtschaftshilfen in das Förderprogramm der Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft flossen, um Kultur- und Kreativunternehmen finanziell zu entlasten.

Trotz der städtischen und staatlichen Unterstützung und bei aller Agilität und digitalen Flexibilität haben auch die Kultur- und Kreativschaffenden und Kultur- und Kreativunternehmen in Heidelberg vielfach ihre Rücklagen aufgebraucht und sind dringend angewiesen auf Planungssicherheit und eine wirtschaftliche Stabilisierung. Dies spiegelt sich in den regelmäßigen Beratungen und zahlreichen Gesprächen mit Heidelberger Kultur- und Kreativschaffenden wider. Die konkreten Auswirkungen auf die Wirtschaftskraft und die Dynamik innerhalb der Kultur- und Kreativbranche in Heidelberg sowie bundesweit können umfassend erst mit Vorlage der Beschäftigten-, Betriebs-, Unternehmens- und Umsatzzahlen für die Berichtsjahre 2020 und 2021 erfasst und analysiert werden. Die oben skizzierte bundesweite Umfrage lässt jedoch auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft Heidelbergs kaum positivere Prognosen zu.



DIE KREATIVEN

3

3.1 HOCHQUALIFIZIERT UND WISSENSBASIERT

Die Kultur- und Kreativwirtschaft zeichnet sich durch vielfältige Beschäftigungsformen und unterschiedliche Geschäftsmodelle aus: Gründungen im Vollerwerb existieren parallel zu den in den letzten Jahren tendenziell steigenden Gründungen im Nebenerwerb. Freiberuflich und selbstständig Tätige, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, geringfügig Beschäftigte, befristet oder dauerhaft Beschäftigte, Kleinst- und Kleinunternehmen sowie mittelständische und Großunternehmen mit über 49 beziehungsweise 249 Beschäftigten – sie alle sind Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Während in der spontanen Vorstellung zu Verdienst und Beschäftigung noch das Bild des „freien, aber brotlosen Künstlers“ vorherrschen mag, ist in Deutschland ein Großteil der Kreativen (solo-)selbstständig oder sozialversicherungspflichtig erwerbstätig.

In der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft sind es knapp 80 Prozent unter den Erwerbstätigen, die in einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis stehen. Schätzungsweise 15 Prozent der insgesamt 5.925 Erwerbstätigen sind (solo-)selbstständig tätig. Der Anteil an geringfügig Beschäftigten wird auf knapp 6 Prozent beziffert. Dabei lassen sich folgende teilmarktspezifischen Charakteristika ableiten: Während im Pressemarkt und in der Software-/ Games-Industrie aufgrund eher größerer Unternehmen mit mehr Beschäftigten je Unternehmen sogar rund 90 Prozent der Erwerbstätigen in Heidelberg sozialversicherungspflichtig beschäftigt sind, verzeichnen die Designwirtschaft, die Rundfunkwirtschaft und „Sonstige“ die höchsten Anteile an Selbstständigen. Der Kunstmarkt und der Markt für darstellende Künste weisen wiederum die höchsten Anteile an geringfügig Beschäftigten auf.

Unabhängig von der individuellen Einkommenssituation und den jeweiligen Geschäftsmodellen bringen Kultur- und Kreativschaffende eine gute Qualifizierung und ein insgesamt hohes Bildungsniveau mit: Über zwei Drittel der kreativen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten werden in Heidelberg als Spezialisten oder Experten und damit in höher qualifizierte berufliche Anforderungsniveaus klassifiziert. In der Gesamt-

wirtschaft entfallen insgesamt knapp 40 Prozent auf diese Gruppen.

Ein Grund für das insgesamt hohe Bildungsniveau innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt in der Charakteristik der Branche als einer auf Wissen und Innovation basierenden Ökonomie. Die Kultur- und Kreativwirtschaft verbindet als Querschnittsbranche traditionelle und neue Wirtschaftsbereiche, technologische und nicht-technologische Innovationen sowie analoge und digitale Informations- und Kommunikationsformen. Wissensarbeiterinnen und -arbeiter und schöpferisch tätige Menschen sind bei der Entwicklung von neuen Design- und Architekturleistungen, von Software- und Kommunikationslösungen, von Visualisierungen, Animationen und virtuellen Realitäten, von Kunst-, Musik-, Film-, Theater- und Schriftwerken gefragt. Voraussetzung für die Ausübung dieser spezialisierten Berufe ist in der Regel ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder ein breites, interdisziplinäres Wissen durch mehrjährige und vielfältige Berufserfahrungen.

HIP-HOP IN HEIDELBERG

Heidelberg gilt als Wiege des deutschsprachigen Hip-Hop. Hier startete der aus Heidelberg stammende, international bekannte Hip-Hop-Pionier Frederik Hahn alias Torch seine künstlerische Karriere als Rapper, Breakdancer, Graffiti-Maler und DJ. Zusammen mit Toni-L, Linguist, Gee-One und DJ Mike MD gründete er 1987 die Band Advanced Chemistry. Im November 1992 erscheint das Lied „Fremd im eigenen Land“, welches durch seinen kritischen Inhalt gegen Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Hass international für Aufsehen sorgte und nachhaltig die Szene prägte. Ein Hip-Hop-Zentrum in Heidelberg soll das kulturelle Erbe und den Einfluss der Heidelberger Hip-Hop-Pioniere auf die nationale und internationale Musik- und Kulturszene für zukünftige Generationen erschließen und erfahrbar machen.

HEIDELBERG

„Heidelberg. Stadt der Dichter und Denker und Philosophen über diese Stadt gibt es viele Strophen. (...) Ethnische Vielfalt, jeder Art Gestalt, viele verschiedene Tasten, ein Akkord erschallt. Dies gibt der Stadt ihr gegenwärtiges Antlitz, ist der eigentliche Grund warum sie so interessant ist.“

AUSZUG AUS DEM LIED „HEIDELBERG“
VON ADVANCED CHEMISTRY

3.2 INTERNATIONALE VERFLECHTUNG UND KOOPERATIONEN

Die Heterogenität der Kultur- und Kreativwirtschaft spiegelt sich auch im Grad der Internationalisierung wider. Für einen Teil der Unternehmen, insbesondere Kleinunternehmen und (Solo-)Selbstständige, bedeutet der Zugang zu fremden Märkten einen hohen Aufwand und ein zu hohes unternehmerisches Risiko, sodass eine klare Konzentration auf den deutschsprachigen Markt gewählt wird. In anderen Branchen gehören hingegen internationale Kooperationen, Wettbewerbe, Ausstellungen und die Ausrichtung auf internationale Absatzmärkte selbstverständlich dazu. Entsprechend erreichen Produkte, Dienstleistungen und Technologien hier ansässiger Kultur- und Kreativunternehmen nicht nur den nationalen, sondern auch den internationalen Markt. Auch in der Zusammenarbeit mit internationalen Unternehmen und Netzwerken zeigt die Kultur- und Kreativwirtschaft eindrucksvoll, dass Diversität ein Innovationstreiber ist.

Diese Faktoren sowie eine international ausgerichtete Kunstszene spielen eine entscheidende Rolle für das international geprägte, kreative Milieu in Heidelberg. METROPOLINK, das Internationale Festival für urbane Kunst, Enjoy Jazz,

das Internationale Festival für Jazz und Anderes, das Internationale Musikfestival Heidelberger Frühling, das Internationale Filmfestival Mannheim-Heidelberg – all die vielen internationalen Kunst- und Musikfestivals, durch die jährlich Künstlerinnen und Künstler aus der ganzen Welt nach Heidelberg kommen, wirken „glokal“ (global + lokal) und auch genial in die Stadt und Stadtgesellschaft hinein.

Brüche in den Erwerbsbiografien sind eher die Regel als die Ausnahme unter Kultur- und Kreativschaffenden. Projekt- oder produktionsbezogenes Arbeiten in der Kunst-, Theater- und Filmbranche sind ebenso typisch wie freies und flexibles Arbeiten in der Software-/Games-Industrie sowie Rundfunk- und Designwirtschaft. Darüber hinaus finden ebenso Normalarbeitsverhältnisse von abhängig Beschäftigten beispielsweise in großen Buchverlagen oder Softwarefirmen zwischenzeitlich vermehrt in Projektarbeit und für einzelne Teams beispielsweise in Coworking Spaces statt.



SCHON GEWUSST?

Coworking Spaces sind Innovationstreiber und Start-up-Inkubatoren! Sie werden mittlerweile sowohl von „digitalen Nomaden“ aus den kreativen Berufsfeldern, von freiberuflich und soloselbstständig Tätigen als auch von Start-ups und kleinen Teams großer Unternehmen für einen kurz- oder längerfristigen Zeitraum genutzt. Denn das Konzept der geteilten Arbeitsräume und flexiblen Arbeitsplätze bringt nicht nur finanzielle und praktische Vorteile mit sich. Die Ressourcenteilung geht über die gemeinsam genutzte Infrastruktur (zum Beispiel Internet, Küche, Gemeinschafts- und Besprechungsräume) hinaus und bezieht das Wissen und den Austausch mit anderen innerhalb der „Coworking Community“ mit ein. Es entstehen kooperative und kollaborative Arbeitsbeziehungen bis hin zu gemeinsam durchgeführten Projekten.



GUT VERNETZT IST GUT FÜR DEN UMSATZ

Biografische Überschneidungen in Studium, Ausbildung, Praktika und Jobs, Projektarbeit und Zugehörigkeit zu einer gemeinsamen Szene befördern innerhalb der Kultur- und Kreativbranche die informellen und zugleich starken Netzwerkstrukturen unter Kreativen. Dieses soziale und wirtschaftliche Kapital aus Netzwerken, Kontakten und der Gruppenzugehörigkeit gilt als wichtige Ressource, um Zugang zu Kunden, neuen Aufträgen und Mitarbeitenden zu gewinnen. Zur Umsetzung von Projekten vergeben etwa Kommunikations-, Werbe- oder Eventagenturen Aufträge für Design-, Lektorats-, Film- oder Fotoleistungen an Dritte innerhalb ihres Netzwerks. Für Film-, Theater- und Musikproduktionen werden wiederum eine Vielzahl freischaffender Künstlerinnen und Künstler auf und hinter der Bühne beziehungsweise dem Studio kurzzeitig angestellt.

Kooperationen gelten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft als effizientes Mittel der Leistungs- sowie Konkurrenzfähigkeit. Kooperatio-

nen finden dabei sowohl innerhalb der Branche als auch zu Unternehmen anderer Wirtschaftszweige statt und erweitern – flexibel anpassbar – das eigene Portfolio und den Kundenkontakt. Nicht selten erwachsen aus etablierten Geschäfts- auch räumliche Beziehungen. So siedeln sich Kultur- und Kreativschaffende bevorzugt in räumlicher Nähe zueinander und an zentralen Lagen im Stadtgebiet an.

» Mehr dazu in Kapitel 4

Auf diese Weise entstehen lokale kreative Milieus, die untereinander – sozial und/oder räumlich – in engem Austausch stehen und lokal wie überregional vernetzt sind. Neben branchenbezogenen Netzwerken, Verbänden, Clubs und Vereinen und teilweise auch verfestigten Strukturen in Kammern werden in Heidelberg die kreativen Netzwerke zudem branchenübergreifend gepflegt und durch Vernetzungsangebote und Unterstützungsmaßnahmen der Stadt Heidelberg gefördert.

Charakteristisch für die Kultur- und Kreativwirtschaft sind:



- weitverzweigte Netzwerkstrukturen mit hoher Binnenkommunikation
- informelle, wenige verfestigte Netzwerke
- eine große Kooperationsbereitschaft
- Vertrauenskultur
- Zusammengehörigkeit zu einer Szene
- Relevanz der Standortwahl
- Brüche in der Erwerbsbiografie
- Transferleistungen für andere Branchen und kreative Wissensvermittlung

SCHON GEWUSST?

Der FensterLunch, das Branchentreffen der Kultur- und Kreativschaffenden zur Mittagspause, bietet seit Januar 2018 jeden zweiten Mittwoch im Monat von 12.30 bis 14.00 Uhr eine Plattform für inhaltlichen und informellen Austausch. Der FensterLunch am Fensterplatz – am ehemaligen Pförtnerhäuschen der Heidelberger Druckmaschinen AG in der Kurfürsten-Anlage 58 – hat sich als monatlicher Treffpunkt für zahlreiche Akteure der Szene etabliert, um neue Ideen und Unternehmen aus den elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft kennenzulernen und sich zu vernetzen.



Poetry Slam
ist fester Bestandteil
in der Kreativstadt
Heidelberg



Musik und Kunst
beim FensterLunch



Kennenlernen und Austauschen
beim monatlichen Branchentreffen
der Kreativen



Podiumsdiskussion
Kick-Off TEAM Z



Street Art beim METROPOLINK-Festival

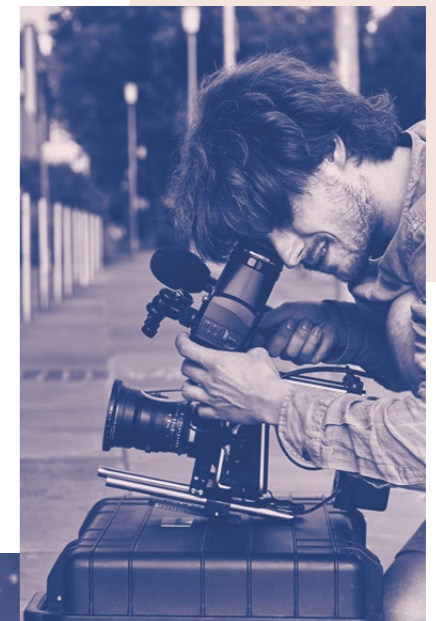


Bild oben
Filmen in Heidelberg



Bild links
Hip-Hop-Legende Toni-L legt auf

KREATIVSTADT HEIDELBERG

CASE - MACLAIM
WOW123

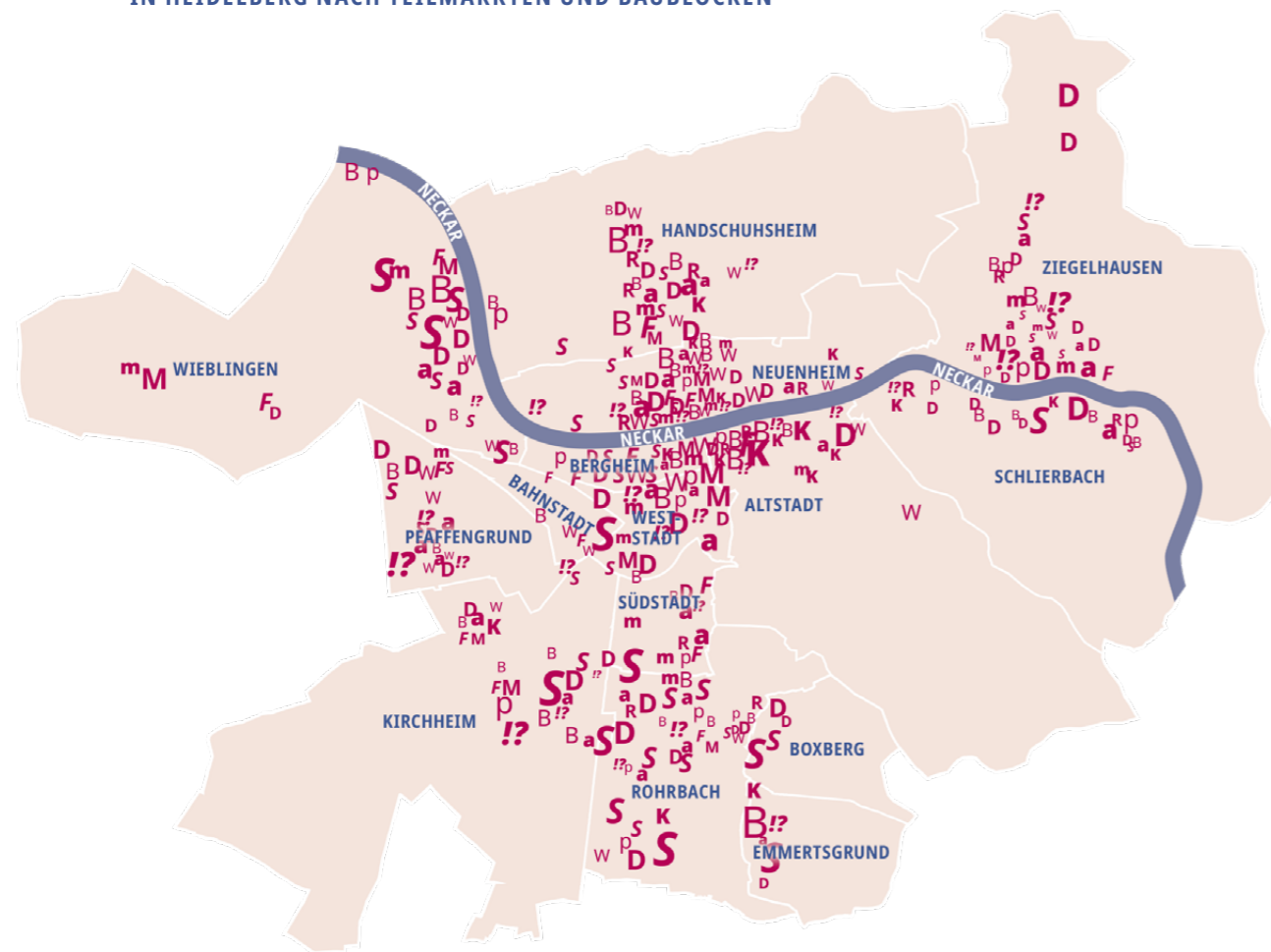


4

4.1 KREATIVE EVERYWHERE: STANDORTWAHL

So vielfältig wie die Teilbranchen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, so verstreut sind ihre Standorte in Heidelberg: Verteilt im gesamten Stadtgebiet finden sich Büros, Ateliers und Werkstätten von Kultur- und Kreativunternehmen fast überall wieder.

BETRIEBE DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN HEIDELBERG NACH TEILMÄRKTEN UND BAUBLÖCKEN



m Musikwirtschaft	B Buchmarkt	K Kunstmarkt	F Filmwirtschaft	R Rundfunkwirtschaft	M Markt für darstellende Künste
D Designwirtschaft	a Architekturmärkte	p Pressemarkt	W Werbemarkt	S Software- und Games-Industrie	!? Sonstige

» Anmerkung: Bei der dargestellten Karte handelt es sich um eine vereinfachte Form. Die exakte Platzierung und Menge der Kultur- und Kreativbetriebe ist aufgrund der Lesbarkeit (Erfassung) reduziert dargestellt und hat keine statistische Richtigkeit.

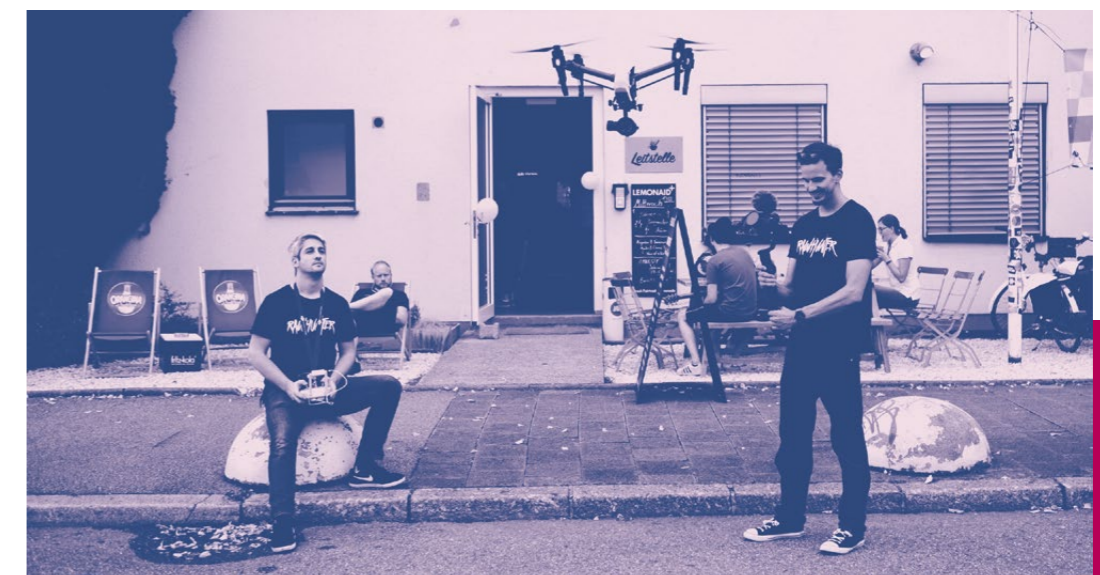
QUELLE: AMT FÜR STADTENTWICKLUNG UND STATISTIK, HEIDELBERG, AUGUST 2021. UNTERNEHMENSREGISTER IM JAHR 2019 ZUM STICHTAG DES REGISTERAUZUGES SEPTEMBER 2020.

In vielen Städten lassen sich räumliche Ballungen von Kultur- und Kreativbetrieben in der Innenstadt und in zentralen Lagen beobachten. Auch in Heidelberg siedeln sich Kultur- und Kreativbetriebe gehäuft in der historischen Altstadt und den innenstadtnahen Lagen von Weststadt, Bergheim und Neuenheim an. Insbesondere Agenturen im Design- und Werbemarkt, Galerien, Kinos, Theater, Verlage und Buchhandlungen sind in zentraler Lage zu finden. Zurückzuführen ist dies auf die publikumsaffinen und dienstleistungsorientierten Betriebe sowie den Einzelhandel in diesen Teilbranchen, deren Einrichtungen und Geschäfte auf Publikum beziehungsweise Publikumsverkehr („B2C“ – Business-to-Consumer) und damit auf eine zentrale Anbindung und gute Erreichbarkeit angewiesen sind.

Zugleich sind für viele Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft auch die gemischten Stadtteilstrukturen und randständigen Gewerbegebiete attraktiv. Von Rohrbach-Süd über Kirchheim bis Handschuhsheim, von Pfaffengrund, Wieblingen bis Ziegelhausen, auf dem Grenzhof, Pleikartsförster Hof oder Im Weiher – selbst in Randlagen der Stadt finden sich Soloselbstständige und Unternehmen aus den elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder. Neben Kunsthandwerk, Mode- oder Möbeldesign zählen hierzu Architekturbüros, Ateliers und Filmverleihfirmen, ebenso Softwarefirmen, Werbeagenturen und Grafikbüros. Inhabergeführte Buchhandlungen zeigen sich in fast allen Heidelberger Stadtteilen präsent. Sie versorgen

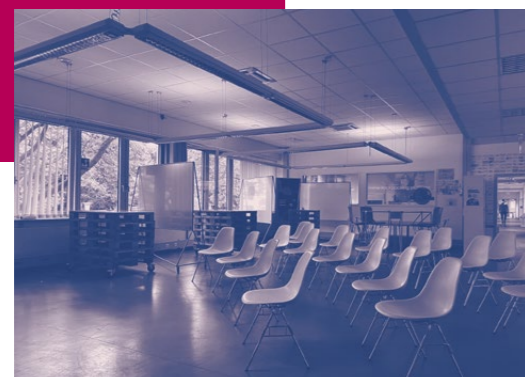
und beraten hier Alt und Jung nicht nur mit einem breiten Buchsortiment, sondern bilden in den Quartieren kulturelle Fixpunkte und soziale Begegnungsorte im alltäglichen Raum.

Wie Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft belegen, sind neben den örtlichen Gewerberäumen und -mietpreisen insbesondere weiche Faktoren für die Ansiedlung von Kultur- und Kreativbetrieben relevant. Heidelberg ist eine dynamisch wachsende Stadt, in der neue lebendige Orte auf Konversionsflächen entstehen. Es herrscht ein kreatives Umfeld, vielfältige Möglichkeiten der Vernetzung, Kooperation und Produktion bestehen. Heidelberg hat trotz hoher Mieten die entscheidenden Standortfaktoren zu bieten: Neben einem städtischen Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum und einem auch regional gut vernetzten Start-up Ökosystem ist Heidelberg traditionsreiche Universitäts- und Wissensstadt. Sie ist ein angesehener internationaler Forschungsstandort, gründungsfreundliche Kommune und seit 2014 im weltweiten Netzwerk der UNESCO Creative Cities als Kreativstadt mit Schwerpunkt Literatur aktiv. Urbane Kunst im öffentlichen Raum ist Zeichen der internationalen Kunstszene. Hinzu kommen die „klassischen“ Standortfaktoren wie die naturräumlichen und landschaftlichen Qualitäten, die lange Kulturgeschichte und historische Altstadt, die geografische Lage und eine hohe Lebensqualität, die Unternehmen und Arbeitskräfte der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Heidelberg ziehen.



4.2 KREATIVORTE UND INKUBATOREN

2010



GRÜNDER-INSTITUT DER SRH HOCHSCHULE HEIDELBERG, KURFÜRSTEN-ANLAGE 52, BERGHEIM

Das Gründer-Institut ist Anlaufstelle für Gründerinnen und Gründer jeglicher Art sowie für Unternehmen, die kreativen Gründergeist in ihre Innovationsprozesse integrieren wollen. Bis zu 25 Gründungsprojekte bzw. Start-ups werden direkt vor Ort professionell unterstützt, eine Vielzahl weiterer sind unmittelbar angedockt. Das Gründer-Institut ist ein mehrfach ausgezeichnete Inkubator für Gründungen aus allen Branchen. Einen großen Anteil haben kreative Gründungsvorhaben aus den Bereichen Software- und Gamesentwicklung sowie Filmwirtschaft. In 20 Büros, einem Großraumbüro, im Design Thinking Workshop-Raum oder auch beim Mittagessen in der Gemeinschaftsküche werden Ideen in Geschäftsmodelle verwandelt, werden aus Teams innovative Start-ups und Unternehmen.

Seit dem Jahr 2010 hat sich die SRH Hochschule Heidelberg zum Ziel gesetzt, das Thema Existenzgründung aktiv voranzutreiben. Das Gründer-Institut der SRH Hochschule Heidelberg agiert seitdem erfolgreich im Bereich von Lehre und Entrepreneurship, Team-/Gründungsbetreuung, Fördermittelakquise, Raumangebot und Vernetzung.

2011



BREIDENBACH STUDIOS, HEBELSTRASSE 18, WESTSTADT

Früher wurden in der Hebelstraße 18 Gasflaschen neu befüllt, bevor das Gelände in den Besitz der Stadt Heidelberg überging. Seit Oktober 2011 trägt das ehemalige Industriebauwerk den Namen breidenbach studios. Das Pionierprojekt für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg hat sich schnell zu einem einzigartigen Experimentier-, Ausstellungs- und Aufführungsraum für die freie Szene entwickelt. Insbesondere Akteure aus den bildenden und darstellenden Künsten finden hier einen günstigen Schaffensraum. Das Gebäude beherbergt 10 Atelierplätze, Werkstätten und Proberäume sowie einen Galerieraum. Darüber hinaus finden in den breidenbach studios regelmäßig Ausstellungen, Lesungen, Performances sowie Partys statt.

Die breidenbach studios wurden als Initiative eines privaten Kollektivs gegründet und werden zwischenzeitlich durch die hieraus entstandene Breidenbach GmbH betrieben. Da das Gebäude Bestandteil einer privaten Entwicklungsfläche ist, wird die Zwischennutzung in der Hebelstraße 18 voraussichtlich 2022 enden. Das Projekt „breidenbach studios“ wird jedoch fortgeführt und in neuem Gewand auf dem ehemaligen Betriebswerk-Areal eröffnen.

2013



DEZERNAT#16, EMIL-MAIER-STRASSE 16-18, BERGHEIM

Das DEZERNAT#16 ist das Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum in der alten Feuerwache. Seit 2013 stehen hier auf rund 3.000 Quadratmetern günstige Büroräume, Ateliers, Werkstätten, Studios, Medien- und Proberäume für Kultur- und Kreativschaffende zur Verfügung. Über 100 Soloselbstständige, Start-ups und Jungunternehmen, freiberuflich und künstlerisch Tätige aus allen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten vor Ort an ihren Kunstwerken, Skulpturen, Musik-, Film- oder Theaterproduktionen, bieten Grafik- oder Designleistungen an oder entwickeln neue Apps, Games und Softwareprodukte. Auch die Internationale Bauausstellung Heidelberg (IBA Heidelberg) findet hier seit 2014 ihren Arbeitsort, an dem städtebauliche Projekte für die „Stadt von Morgen“ entstehen. Neben dem künstlerisch-kreativen Spirit in der ehemaligen Feuerwache sorgt das Café Leitstelle im Eingangsbereich des Zentrums für ein offenes und inspirierendes Flair.

Das DEZERNAT#16 ist ein Projekt der Stadt Heidelberg und der Betreibergesellschaft Heidelberger Dienste gGmbH. Gestartet als Zwischennutzungsprojekt und aktuell bis 31. Dezember 2025 verlängert, hat es sich am Standort in Bergheim in zentraler Lage nahe des Hauptbahnhofs voll etabliert. Ausgehend vom DEZERNAT#16 soll hier zukünftig im Rahmen der Stadtteilentwicklung ein Kreativquartier entstehen.

2021



GAMESHUB FÜR HEALTH/LIFE SCIENCE HEIDELBERG, BUSINESS DEVELOPMENT CENTER, HEIDELBERG INNOVATION PARK

Als neues Kompetenzzentrum für Gründungen aus der Games-Branche und für innovative Game-Entwicklungen im Bereich Gesundheit, Life Science und Medizin öffnet der GamesHub Heidelberg im Juli 2021 seine Tore. Er bietet technisch voll ausgestattete Räumlichkeiten und optimale Vernetzungsmöglichkeiten in der Gründer- und Kreativstadt Heidelberg. Bis zu fünf ausgewählte Gründerteams werden im Rahmen eines knapp einjährigen Qualifizierungsprogrammes im GamesHub in der Projektentwicklung von Serious Games unterstützt und in ihrer unternehmerischen Entwicklung gezielt gefördert.

Der GamesHub für Health/Life Science Heidelberg ist ein Kooperationsprojekt der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg, der Stuttgarter Hochschule der Medien, der Stadt Heidelberg, der Universität Heidelberg und der Technologiepark GmbH. Mit der Projektkoordination ist das Gründer-Institut der SRH Hochschule Heidelberg beauftragt. Der GamesHub für Health/Life Science Heidelberg wird außerdem unterstützt vom Life Science Accelerator Baden-Württemberg und vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg gefördert.

2022

ALTE STALLUNGEN: NEUES KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFTSZENTRUM, SÜDSTADT

In der Heidelberger Südstadt entsteht in direkter Nachbarschaft zum Kulturhaus Karlstorbahnhof ein zweites städtisches Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum im Bestandsgebäude der „Alten Stallungen“ auf der ehemaligen US-Konversionsfläche Campbell Barracks. Es wird als Ergänzung zum Raumangebot im DEZERNAT#16 als „Phase 2 – Zentrum“ entwickelt. Rund 3.000 Quadratmeter Fläche sowie zwei Werkhöfe im Außenbereich sollen für (Solo-)Selbstständige, Start-ups und sich etablierende Klein- und Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung stehen.

Mit Entwicklung und Realisierung des neuen Kultur- und Kreativwirtschaftszentrums verfolgt die Stadt Heidelberg das Ziel, innovative und wachsende Unternehmen aller Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Heidelberg zu halten und durch zielgruppenspezifische Beratungs-, Weiterbildungs- und Vernetzungsangebote in ihrer unternehmerischen Entwicklung zu fördern. Analog zum DEZERNAT#16 erfolgen die Projektumsetzung und der Zentrumsbetrieb durch die städtische Tochtergesellschaft Heidelberger Dienste gGmbH.

2022–2025

BETRIEBSWERK, AM BAHNBETRIEBSWERK 5, BAHNSTADT

Auf der Fläche des ehemaligen Bahnbetriebswerks Heidelberg entstehen auf rund 18.000 Quadratmetern Arbeits-, Veranstaltungs- und Gemeinwohlfächen für Wirtschaft, Leben und Kultur. Das sanierte Betriebswerk, neu gebaute Werkhäuser, ein siebengeschossiger Werkturn sowie ein Gästehaus sollen größere Wirtschaftsunternehmen, Klein- und Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft, Freiberuflerinnen und Freiberufler, Manufakturen und Start-ups, eine Kinder- und eine Altentagesstätte und weitere Tagesgäste beherbergen.

Das Quartier wird entwickelt durch die Betriebswerk-Gesellschaft GmbH & Co. KG. Der Baubeginn startet voraussichtlich im dritten Quartal 2021.

4.3 STANDORTFAKTOR RAUM

Das sich gegenseitig ergänzende Angebot von öffentlichen und privat getragenen Kreativorten in zentralen sowie dezentralen Lagen zeichnet die Vitalität und Dynamik Heidelbergs als kreative Stadt aus.

Die steigenden Immobilienpreise sind ein Hindernis für die Entwicklung neuer Kultur- und Kreativorte. Die strategische Stadtentwicklungs- und Wirtschaftspolitik der Stadt Heidelberg unterstützt deshalb die Ansiedlung kreativer Milieus und die innerstädtische Bestands- und Flächenentwicklung für innovatives und produ-

zierendes Gewerbe. Daneben spielen insbesondere private Akteure und lokale Initiativen bei der Entwicklung neuer Kreativorte eine zentrale Rolle. Private Akteure und Unternehmen – von Immobilienunternehmen über Architekturbüros bis hin zu Coworking-Space-Betreibern und Kunst- und Kulturvereinen – gestalten in Heidelberg nicht nur durch die Realisierung kreativer Orte, sondern ebenso durch vielfältige kulturelle und soziale Aktivitäten die Standortbedingungen und das Kulturumfeld der Kreativstadt proaktiv mit.



STANDORTBEDINGUNGEN

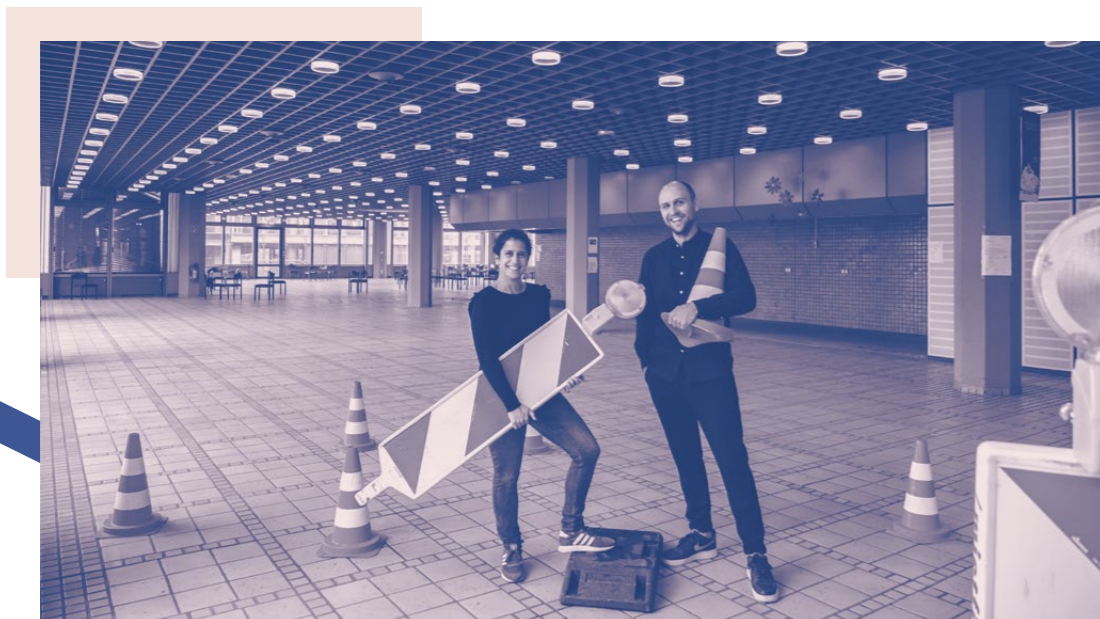
Trotz der Flächenentwicklung und einer insgesamt dynamischen Stadt- und Stadtteilentwicklung in Heidelberg mangelt es Kultur- und Kreativunternehmen, insbesondere freischaffenden Künstlerinnen und Künstlern aller Sparten an Raum. Günstige Produktions-, Probe- und Atelierflächen sind in Heidelberg rar und mehr oder minder auf die städtisch subventionierten Kultur- und Kreativwirtschaftszentren sowie Kultur- und Tanzhäuser begrenzt.

Die Warteliste für einen Arbeitsplatz im DE-ZERNAT#16 ist lang. Auch bei der Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg und ihrer seit 2019 beauftragten Zwischennutzungsagentur TEAM Z gehen regelmäßig Raumgesuche ein. Rund 70 Prozent der Anfragen beziehen sich auf die Suche nach preisgünstigen Atelier-, Medien- und Proberäumen. Rund 20 Prozent der Raumsuchenden benötigen dagegen für ihre Jungunternehmen größere Büroräumlichkeiten bis zu 400 Quadratmetern – ebenfalls zu günstigen und mittleren Konditionen, zu denen Unternehmenswachstum und langfristige Bindung an den Standort Heidelberg

vonseiten der Start-ups, Klein- und Kleinstunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft möglich werden.

Studien belegen, dass sich Kultur- und Kreativschaffende primär Arbeitsorte in Netzwerkstrukturen und innerhalb eines kreativen Umfeldes suchen. Die Standortwahl ist dabei auch an die Gestaltungsmöglichkeiten, an den „kreativen Spirit“ von Orten und an potentielle Synergieeffekte gekoppelt. Gemeint sind Synergien zu branchennahen sowie entfernten Unternehmen, die in wechselseitigem Austausch Kooperationen befördern und Möglichkeiten schaffen für neuen Kunden- oder Geschäftskontakt.

Kreativräume wie Kultur- und Kreativwirtschaftszentren, Bürogemeinschaften oder Co-working Spaces bilden hierbei zentrale kreative und künstlerische Hot Spots, die nicht nur optimale Arbeits-, Austausch- und Vernetzungsmöglichkeiten bieten, sondern auch die Nachbarschaft und Stadtgesellschaft durch Angebote zum Treffen und durch experimentelle Räume für Kunst, Kultur und Kreativität beleben.



TEAM Z ZWISCHENNUTZUNGEN FÜR HEIDELBERG

Zwischennutzungen sind zeitlich befristete Nutzungen von Flächen, die meist mit einfachen Mitteln und geringem Investitionsvolumen umgesetzt werden.

Durch Zwischennutzungen können Städte **Leerstand vermeiden und Abwanderungstendenzen entgegenwirken.**

Für Kultur- und Kreativschaffende in Heidelberg steht das Problem der Raumknappheit im Vordergrund.

Kreative brauchen Räume, um zu arbeiten, zu experimentieren und ihre Sichtbarkeit in der Stadt zu erhöhen.

Zwischennutzungsprojekte in Leerständen können und sollen Abhilfe schaffen. Mit Beschluss des Heidelberger Gemeinderates im Dezember 2018 ist seit Sommer 2019 zu diesem Zweck die städtisch beauftragte Zwischennutzungsagentur „TEAM Z“ aktiv. Die Agentur ist Ansprechpartnerin für Raumsuchende wie Raum anbietende. Sie berät, vermittelt und begleitet Zwischen-nutzungsprojekte von der Idee bis zur Realisierung.



**DAS ZIEL DES TEAM Z: LEERE RÄUME IN
HEIDELBERG ZU LEBENDIGEN ORTEN UND
WIRKSTÄTTEN FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRT-
SCHAFT UMZUGESTALTEN.**

Kontakt: hallo@team-zwischennutzungen.de

4.4 KREATIVPIONIERE ALS MOTOR DER STADTENTWICKLUNG

In den kommenden Jahren werden im Heidelberger Stadtgebiet weitere kreative Orte und Kreativquartiere entstehen, etwa im Heidelberg Innovation Park, kurz „hip“, sowie auf der ehemaligen US-Konversionsfläche Patrick-Henry-Village (PHV). Zentrale Vorhaben der Stadt werden mit Blick auf kreative Standortentwicklungen zudem das neue Kultur- und Kreativwirtschaftszentrum in einer Einheit mit dem Kulturhaus Karlstorbahnhof in den „Alten Stallungen“ in der Südstadt sowie die Planung und Entwicklung eines Kreativquartiers rund um das DEZERNAT#16 in Bergheim sein.

Kreative Standortentwicklungen und die damit einhergehende Ansiedlung von Kultur- und Kreativunternehmen gehen mit der Erwartung einher, dass durch die Pioniere und Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft positive Ausstrahlungseffekte über das jeweilige Gebäude hinaus in die Quartiere hinein entstehen. Neben einer hohen Innovationskraft ist dies insbesondere eine starke Identifizierung von Akteuren und Unternehmen mit dem und am Standort, die zu Synergien zwischen Unternehmen und einem hohen Gestaltungswillen von jeweils eigenen, kreativen Orten motiviert. Zunehmend werden die weichen Standortfaktoren Solidarität, Kultur und Kreativität zu zentralen Bindegliedern – dem Kitt – für Quartiere und eine zukunftsfähige, kreative Stadt- und Stadtteilentwicklung.

Das auf rund 18.000 Quadratmetern geplante KREATIVQUARTIER BETRIEBSWERK soll bis 2025 zu einem experimentellen, generationenübergreifenden Arbeits-, Kultur- und Begegnungsort für Gewerbe, Gastronomie, kulturelle und soziale Einrichtungen werden. Architektonischer Ausgangs- und inhaltlicher Angelpunkt bleiben die Bestandsgebäude mit Probe- und Veranstaltungsräumen für Kunst und Kultur.



Auf den ehemaligen Konversionsflächen „Mark-Twain-Village/Campbell Barracks“ entsteht bereits heute die SÜDSTADT als ein gemischt genutztes, LEBENDIGES QUARTIER. Neben dem national geförderten Freiraumprojekt „Der Andere Park“, den Bewohnenden und Arbeitenden zählen insbesondere das Mark Twain Center für transatlantische Beziehungen, der „Karlstorbahnhof“ und das neue Zentrum für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu den imageprägenden und identitätsstiftenden Wissens- und Kulturorten des Quartiers.



Innovation, Kreativität, Flexibilität, Digitalisierung – das bietet der HEIDELBERG INNOVATION PARK, das neu entstehende INNOVATIONSQUARTIER HIP auf den ehemaligen Patton Barracks. Unter dem Motto „work connected“ sollen auf einer Gesamtfläche von fast 15 Hektar interdisziplinäre Synergien an einem inspirierenden Ort entstehen, an dem Start-ups und etablierte Unternehmen aus den Bereichen IT, Digitale Medien, Design und Bioinformatik kreative Lösungen und Produkte für die digitale Welt von morgen kreieren.

KREATIVE PIONIERE ENTWICKELN RÄUME: AKTIVIERUNG VON PHV

Für die Entwicklung von Heidelberg 16. Stadtteil weisen Pioniere aus der Kultur- und Kreativwirtschaft den Weg: Auf der Konversionsfläche Patrick-Henry-Village sollen sich insbesondere innovative Start-ups und Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft und aus dem produzierenden Gewerbe ansiedeln, es sollen neue Formen des Arbeitens und Zusammenlebens entstehen, nachhaltige Mobilität und Klimaneutralität sollen den Stadtteil nachhaltig prägen. Mit Beschluss des Dynamischen Masterplans durch den Gemeinderat am 18. Juni 2020 soll aus der ehemaligen US-Wohnsiedlung westlich der Autobahn 5 in den kommenden Jahren ein ZUKUNFTSQUARTIER werden. Mindestens 10.000 Menschen sollen hier wohnen, weitere 5.000 arbeiten können. Im Süden der Fläche wird im ehemaligen Supermarkt, der „Commissary“, bereits heute der Grundstein für die Transformation hin zu einem urbanen, gemischt genutzten Quartier gelegt.

METROPOLINK, das Festival für urbane Kunst, feiert an diesem Ort seit 2018 seinen jährlichen Festivalhöhepunkt. Für zwei Wochen im Sommer wird die ehemalige US-Wohnsiedlung in ein Künstlerdorf transformiert, das verschlossene



„Kreative Milieus entdecken und verändern Stadträume und befördern urbane Transformationsprozesse. Als urbane Pioniere bringen sie neue, häufig kontrastierende Nutzungen und Aktivitäten in zentrumsnahe, oft sanierungsbedürftige und daher transformierbare Stadträume. Sie schaffen neue Angebote (Kultur, Gastronomie und Einzelhandel), neue Aufmerksamkeiten und verändern die öffentliche Wahrnehmung des Stadtraums.“

KLAUS OVERMEYER, 2010

Patrick-Henry-Village für die Öffentlichkeit geöffnet. Internationales Kunstflair durchströmt dann die Straßen und ehemaligen Offiziersvillen. Neben internationaler Street-Art sind Konzerte, Theater- und Tanzvorstellungen und Open-Air-Kino zu sehen. Jährlich zieht das weit über Heidelberg hinaus bekannte, internationale Festival bis zu 10.000 Besucherinnen und Besucher an. Auch im Corona-Jahr 2020 war METROPOLINK mit insgesamt 7.500 Gästen und einer täglichen Besucherkapazität von maximal 500 Personen ausverkauft – als einziges Festival deutschlandweit.

Jährlich kommen neue, großflächige Kunstwerke auf den Häuserfassaden sowie im Innenraum des ehemaligen Supermarktes hinzu. Die Gegenwartskunst und das internationale, urbane Flair sollen den historischen Ort und die zukünftige Stadtteilentwicklung nachhaltig prägen. Für das Kunstfestival und Kulturunternehmen METROPOLINK soll das Patrick-Henry-Village langfristiger Unternehmenssitz und Standort bleiben. In der Anlieferzone des ehemaligen Supermarkts, umgewidmet zur „Metropolink's Commissary, Studios/Gallery/PHV“, wird ab dem 29. Juli 2021 eine Kunsthalle für die internationale Urban Art entstehen.



SCHON GEWUSST?

Im Rahmen des METROPOLINK-Festivals wurden von 2015 bis 2020 insgesamt 86 Wände, Fassaden oder Plätze von internationalen Street-Artisten bemalt, eine Straßenbahn gestaltet und jährlich 1 Kunstprojekt an Schulen durchgeführt. Das Festival für urbane Kunst im öffentlichen Raum gestaltet das kreative Flair Heidelbergs in entscheidender Weise mit und steht für ein weltoffenes, generationenübergreifendes Milieu kunst- und kulturinteressierter Menschen.



**ZUKUNFTSTHEMA
KREATIVWIRTSCHAFT**

5

WIE SIEHT NUN DIE NEUE „LANDKARTE DER KREATIVSTADT HEIDELBERG“ AUS?

**Welche kreativen Talente
und Technologien
hat sie in den letzten
zehn Jahren befördert?**

Wo entsteht
künstlerische Innovation?

**Wie werden kreative Kompetenzen
zukünftig gebündelt
und Wissenstransfer hergestellt?**



Das kreative Milieu der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren weitverzweigten Netzwerkstrukturen und Verflechtungen zu den (multi-)kulturellen, sozialen sowie universitären Szenen ist zum Inbild der kreativen Stadt Heidelberg geworden und hat vielfache Auszeichnungen erhalten. Die Kultur- und Kreativwirtschaftsszene selbst sprengt die bundesweit festgelegten definitorischen Grenzen der Wirtschaftsbranche. Mit ihren vielfältigen Ideen und Vorhaben in den Bereichen der Kunst und Gestaltung, der Architektur und Stadtentwicklung, der technologischen und nicht-technologischen Innovationen aktiviert die Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft – als role model und Pionierin – neue Potentiale, Qualitäten und Talente dieser Stadt.

In der Kreativstadt Heidelberg gestaltet die Kultur- und Kreativwirtschaft bereits seit vielen Jahren in Form von Kreativwirtschaftszentren und Kreativorten sowie künstlerischen Impulsen und interkulturellem Austausch Prozesse der Stadt- und Stadtteilentwicklung als engagierter „Player“ proaktiv mit. Es sind sowohl die städtischen Vorhaben von Bergheim bis PHV als auch die privaten Initiativen, (Kultur-)Unternehmen oder Vereine wie „formAD“, „Neckarorte“, METROPOLINK, die „breidenbach studios“ oder das Deutsch-Amerikanische-Institut (DAI), die in Heidelberg neue Räume für Kunst, Kultur und Kreativität im Stadtgebiet schaffen. Sie kreieren außergewöhnliche Räume, die einen wichtigen Beitrag zum attraktiven Lebensumfeld Heidel-

bergs leisten. Für die Standortentwicklung Heidelbergs, für den Tourismus und das Image der romantischen historischen Stadt wird sich die Kultur- und Kreativwirtschaft – so zeigen die avisierten Projekte – zukünftig noch stärker als Ideengeberin, Kunstvermittlerin und Gestalterin kreativer Orte und öffentlichen Lebens positionieren.

Für die Wirtschaftskraft in Heidelberg ist der Branchenkomplex Kultur- und Kreativwirtschaft ein wichtiger und stabiler Arbeitsmarkt geworden. Von 2010 bis 2019 verzeichnen die Heidelberger Kultur- und Kreativunternehmen eine Umsatzsteigerung um 23,5 Prozent. Im selben Zeitraum ist die Anzahl an Betrieben um 10,6 Prozent angestiegen. Die Zahl an Erwerbstätigen im Kultur- und Kreativsektor ist zwischen 2010 und 2019 um 25,6 Prozent, das heißt um über 1.200 Personen angewachsen.

Die Corona-Pandemie hat seit 2020 den Wachstumstrend gestoppt und zu großen wirtschaftlichen Einbußen, für manche Betriebe und Teilbranchen in existenzgefährdendem Ausmaß, geführt. Und dennoch: Auf Basis der positiven wirtschaftlichen Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg in den letzten zehn Jahren ist zu erwarten, dass sich die Branche über alle Teilmärkte hinweg perspektivisch erholen und durch ihre gesellschaftliche Bedeutung sowie den aktuellen Investitionsstau weiterwachsen und zum Motor und zur Ideengeberin für andere Branchen werden wird.

5.1 NEUE PERSPEKTIVEN UND POTENZIALE

Die Corona-Krise hat zu einem Hinterfragen der eingeübten Wege und Werte geführt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat auch in dieser Situation gezeigt, dass sie schnell, flexibel und innovativ auf neue Herausforderungen reagieren und zugleich neue Wertschöpfung generieren kann. Mit Blick auf die vielfältigen arbeitsökonomischen und technologischen Entwicklungen sowie hinsichtlich der Trends und Perspektiven wird die Kultur- und Kreativwirtschaft bundesweit und speziell in Heidelberg insbesondere die folgenden Zukunftsfelder proaktiv und nachhaltig beeinflussen.



TRANSFORMATIONEN UND DIGITALISIERUNG

Die Kultur- und Kreativwirtschaft steht wie keine andere Branche für innovatives und agiles Handeln. Ihr Kennzeichen sind starke Netzwerkstrukturen und interdisziplinäre Zusammenarbeiten, aus denen kollaborativ neue Konzepte und Wertschöpfungsmodelle entstehen.

Die Corona-Pandemie hat der Digitalisierung in der Gesellschaft einen gewaltigen Schub verliehen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat dazu beigetragen, neue digitale Geschäftsfelder zu eröffnen: Vorhandene technische Lösungen wurden in Geschäftsmodellinnovationen übertragen. Neue Lieferketten wurden aufgestellt, Kundenbeziehungen in den Fokus gerückt, neue Formen der Wertschöpfung und des Marketings entwickelt. Es bietet sich nun die Chance, diese Wege bewusst weiterzugehen und aktiv die neuen Möglichkeiten zu nutzen. Wenn der pandemiebedingte Innovationsschub endet, wird die zentrale Herausforderung sein, wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen für die Professionalisierung der neu entstandenen Märkte zu schaffen. Handlungserfordernisse werden darin liegen, die Akteure und Unternehmen

durch Weiterbildungsmöglichkeiten zu befähigen und durch Angebote der branchenspezifischen sowie branchenübergreifenden Vernetzung zu unterstützen.

Die Kultur- und Kreativakteure sind hochqualifiziert und bringen eine hohe Motivation zur Weiterentwicklung mit. Besonders jene Berufe und Branchen des Kultursektors, die von der Corona-Pandemie besonders betroffen sind und spezialisierte Fähigkeiten erfordern, laufen Gefahr, dass ihnen perspektivisch ein Fachkräftemangel droht. Und auch in den technischen/digitalen Berufsfeldern mit hohen Anforderungsniveaus wird der Bedarf an gut ausgebildeten Kreativen und „Professionals“ zukünftig deutlich zunehmen. Neue Einrichtungen und Standorte für Wissenschaft und Forschung auf den Konversionsflächen hip und perspektivisch PHV bieten ergänzende Qualifizierungsangebote und die Möglichkeit, Forschung aus den Hochschulen, Unternehmen und gründungsinteressierte Personen zu verbinden und Innovationsprozesse anzustoßen.

ZUKUNFTSTHEMEN GAMES UND KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Mit den großen Entwicklungssprüngen im Bereich der künstlichen Intelligenz (KI) hat sich das Thema KI zu einem Zukunftsthema entwickelt, das Gesellschaft und Wirtschaft grundlegend zu verändern vermag. Das Miteinander von hochinnovativer Forschungslandschaft und international tätigen Unternehmen in Heidelberg, flankiert von spezifischen Unterstützungs- und Förderangeboten beispielsweise durch das KI-Lab Kurpfalz oder die KI-Garage Baden-Württemberg, schafft optimale Rahmenbedingungen, in denen sich dieses Zukunftsfeld lokal, regional und international entfalten und am Standort manifestieren kann. Auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft bietet sich hier ein großes Entwicklungspotenzial, wenn die Brücke zwischen KI und Kompetenzen in den kreativen und künstlerischen Branchen geschlagen wird.

Effekte durch solche Kooperationen zeigen sich bereits heute im Zukunftsthema Games, welches in den letzten Jahren nicht zuletzt durch Trends im Bereich Gamification enorm an Bedeutung gewonnen hat. Mit Einrichtung des durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg geförderten GamesHubs Heidelberg im März 2021 erfolgt die Bündelung von Stärken und Kompetenzen am Standort Heidelberg und die Vernetzung der kreativen Gründungs- mit der innovativen Forschungsszene. Der GamesHub Heidelberg verbindet mit

seinem deutschlandweit einzigartigen Schwerpunkt auf „Serious Games“ im Bereich „Life Science/Health“ Gründerteams aus der Games-Szene mit Forschungseinrichtungen und Unternehmen der Gesundheitsbranche und eröffnet so neue Potenziale und zukunftsweisende Innovationen an der Schnittstelle von Medizintechnik und Kreativtechnologien. Darüber hinaus unterstützt der GamesHub Heidelberg mit einem projektspezifischen Qualifizierungsprogramm die Entwicklung von Unternehmen und den Markteintritt von Produkten und Technologien.



BRÜCKENBAUER UND LÖSUNGSANBIETERIN

Neben diesen konkreten Themen leistet die Kultur- und Kreativwirtschaft wichtige Beiträge in der Ausgestaltung weiterer Zukunftsthemen wie beispielsweise den unter dem Begriff New Work verbundenen Trends wie Plattform-Ökonomie, Kollaboration, Co-Working, Gig-Economy, Open Innovation, Social Business, Work-Life-Blending. Trends und Themen, die vermehrt durch die Kultur- und Kreativwirtschaft als Avantgarde entwickelt und geprägt wurden und sich nun in Form von neuen technologischen Anwendungen und veränderten Verhaltensmustern in die gesellschaftliche Mitte hineinbewegen. In dieser Betrachtungsweise kann die Kultur- und Kreativwirtschaft zukünftig einen weiteren Bedeutungsgewinn erfahren, wenn sie sich noch stärker als Lösungsanbieterin positioniert. Neben den klassischen Dienstleistungsanbietern der Kultur- und Kreativwirtschaft können auch die kulturellen Leistungsträger mit ihren Fähigkeiten und Stärken eine wichtige Rolle als Brückenbauer zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Logiken einnehmen.



5.2 WAS KOMMT

Mit der Weiterentwicklung der Heidelberger Kultur- und Kreativwirtschaft in den letzten zehn Jahren hat sich auch die Arbeit von Politik und Stadtverwaltung für diese Branche entsprechend dynamisch gewandelt. Standen zu Beginn der 2010er-Jahre zunächst die Evaluierung der Branche und die Sichtbarmachung, der Auf- und Ausbau des Netzwerks und die Einrichtung des städtischen Kultur- und Kreativwirtschaftszentrums im Fokus der städtischen Förderung, verbreiterte und differenzierte sich sukzessive das Spektrum an Aufgaben und Leistungen seitens der Stadtverwaltung.

Als Voraussetzung zur Fortsetzung und Verfestigung der guten Rahmenbedingungen für Kultur- und Kreativschaffende und zur Stärkung der Innovations- und Wirtschaftskraft der Branche haben sich auch in den nächsten zehn Jahren die Angebote zur Unterstützung der lokalen Kultur- und Kreativwirtschaft den aktuellen Handlungserfordernissen entsprechend zu verändern und stetig weiterzuentwickeln.

IM RAHMEN DER STRATEGISCHEN PLANUNG ZUR KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG IN HEIDELBERG GILT ES:

<p>Begegnungs- und Vernetzungsorte zu stärken, zu erweitern und dabei insbesondere branchenübergreifende Zusammenarbeit zu fördern.</p>	<p>der Gewerbe- sowie Kreativ-Raumknappheit mit flexiblen Lösungen zu begegnen, etwa kreative Zwischennutzungen und Pop-Up-Stores weiter zu befördern oder Kunst- und Kulturprojekte im öffentlichen und privaten Raum zu stärken.</p>	<p>die Förderstrukturen weiterzuentwickeln und Kultur- und Kreativunternehmen unter anderem in den Bereich „Reskilling“ einzubinden.</p>
	<p>den Austausch und Transfer zwischen Wissenschaft und Kreativ-/Wirtschaft fortzusetzen und den gesellschaftlichen und ökonomischen Beitrag durch Kultur- und Kreativunternehmen sichtbar zu machen.</p>	<p>branchenübergreifende Kooperationen und Geschäftsbeziehungen zwischen (Kreativ-) Unternehmen unterschiedlicher Größe zu fördern.</p>
<p>Kultur- und Kreativschaffende fachlich und finanziell zu ermutigen, innovative Projekte umzusetzen und neue Gründungsvorhaben zu wagen.</p>	<p>die branchenspezifischen Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote weiter auszubauen.</p>	<p>die Diversität unter Kultur- und Kreativschaffenden und Gründerinnen und Gründern zu fördern.</p>
<p>Kultur- und Kreativunternehmen zu unterstützen, ihre Geschäftsmodelle zu internationalisieren und internationale Märkte zu erschließen.</p>	<p>neue Trends und Potenziale zu erkennen und die identifizierten Zukunftsthemen gezielt zu unterstützen.</p>	<p>Im Mut der lokalen Kreativakteure, dem gemeinsamen Engagement von Akteuren, Politik und Verwaltung, der Umsetzung der angestoßenen Projektideen und der Offenheit, neue Trends und Potenziale zu erkennen und die identifizierten Zukunftsthemen gezielt zu unterstützen, kann die Vision 2035 einer starken Kreativkraft Heidelberg Realität werden.</p>
<p>die lokalen, regionalen und bundesweiten Netzwerke zu stärken.</p>	<p>die Sichtbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft als Wirtschaftskraft und Standortfaktor zu erhöhen.</p>	



VISION 2035

Weitere Zunahme an Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft durch **Neugründungen, Ansiedlungen und Wachstum.**

Eine internationale, junge und dynamische Szene, die das urbane und kreative Milieu Heidelbergs prägt.

NEUE SYNERGIEN VON WISSENSCHAFT UND KREATIV-/WIRTSCHAFT sowie nicht-/technologische Innovationen durch die Ansiedlung und Etablierung von weiteren **STUDIENGÄNGEN UND INTERDISZIPLINÄREN FORSCHUNGSPROJEKTEN**

im Bereich neuer Medien und Technologien, die die bestehende vielseitige und exzellente Hochschullandschaft und Forschungsleistung in der Universitäts- und Wissensstadt Heidelberg ergänzt.

Dynamisch gewachsene Stadtteilentwicklungen auf den Konversionsflächen in der Südstadt, dem hip und PHV, die durch die vitale und vernetzte Kultur- und Kreativwirtschaft, ihre Produkte und Geschäftsmodelle nachhaltig beeinflusst werden.

Die Ansiedlung **neuer Manufakturen und Kultur- und Kreativbetriebe**

„made in Heidelberg“ in der **Innenstadt**, die das für Heidelberg charakteristische „neo-romantische“ Flair stärken und eigene Qualitäten schaffen.

Eine Kultur- und Kreativszene, die das **Image** Heidelbergs als UNESCO Creative City, als urbane, kreative und innovative Stadt und als starke Säule des **Tourismus** prägt.



GLOSSAR

Kultur- und Kreativwirtschaft

„Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“

(Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2009).

Datenquellen

Die Zahlen und Daten zur Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf amtlichen Statistiken. Hauptquelle ist das Unternehmensregister des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg. Die Daten zur Beschäftigungsstatistik entstammen der Bundesagentur für Arbeit.

Die für Heidelberg geltenden Daten sind durch das Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Heidelberg geprüft und ausgewertet worden. Die jüngsten zur Verfügung stehenden und vergleichbaren Wirtschaftsdaten zur Unternehmens- sowie Beschäftigungsstatistik beziehen sich auf das Berichtsjahr 2019. Beginn der Datenerhebung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg ist das Jahr 2010.

Anforderungsniveaus

Die Bundesagentur für Arbeit klassifiziert sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in vier berufliche Anforderungsniveaus: Hilfskraft, Fachkraft, Spezialist, Experte.

Indikator Betriebe und Unternehmen

Das Unternehmensregister weist jährlich unter anderem die Zahl der Unternehmen (auch „Rechtliche Einheit“), der Betriebe (auch „Niederlassung“) und des Umsatzes auf Unternehmensbasis zum Stichtag 30.09. aus (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2019). Die Daten werden mit einem Zeitversatz von zwei Jahren veröffentlicht. Aus diesem Grund ist das Jahr 2019 das derzeit aktuellste, verfügbare Betrachtungsjahr. Im vorliegenden Bericht wird in der Regel die Bezugsgröße Betriebe statt Unternehmen verwendet, da die Kennzahl „Betriebe“ eher den tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten entspricht. Es handelt sich um eine örtliche Einheit, die einer rechtlichen Einheit zugeordnet ist. Der Begriff Unternehmen meint demgegenüber die kleinste Kombination rechtlicher Einheiten.

(Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2019).

Für das Jahr 2019 wurden methodische Veränderungen vorgenommen, wodurch die ausgewiesenen Zahlen nur eingeschränkt mit den Zahlen der Vorjahre vergleichbar sind.

Indikator Erwerbstätige

Die Zahl der Erwerbstätigen im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft wird gemäß Michael Söndermann (2009) als Schätzgröße ermittelt. Hierzu werden die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (siehe unten), die ausschließlich geringfügig Beschäftigten (siehe unten) sowie die Zahl der Unternehmen addiert. Zugrunde

liegt die Annahme, dass jedes steuerpflichtige Unternehmen zumindest einen dort tätigen Inhaber/eine dort tätige Inhaberin oder eine nicht sozialversicherungspflichtige Führungskraft beschäftigt. Nicht enthalten sind in dieser Schätzgröße Solo-/Miniselbstständige mit einem Umsatz unter 17.500 Euro. Die Gesamterwerbstätigenzahl weicht von bereits veröffentlichten Zahlen ab, da in dieser Betrachtung Beamte nicht miteinbezogen wurden und die Zahl der Selbstständigen unterschätzt wird.

Indikator sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und geringfügig Beschäftigte

Für die Ermittlung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, der ausschließlich geringfügig Beschäftigten sowie der im Nebenjob geringfügig Beschäftigten wird die Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) herangezogen. Hier liegt in der Regel der 30.6. eines Jahres als Stichtag für die Datenerfassung vor. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten weicht von bereits veröffentlichten Daten ab, da im Rahmen des Berichts zusätzlich kurzfristig Beschäftigte (unter 70 Arbeitstage) berücksichtigt wurden. Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind enthalten: Auszubildende, Altersteilzeit, Praktikanten, Midijobs; nicht enthalten sind: Beamte, Selbstständige, mithelfende Familienangehörige, Berufs- und Zeitsoldaten, Wehr- und Zivildienstleistende.

(Bundesagentur für Arbeit, 2020).

Indikator „nicht-erfasste Miniselbstständige“
Kultur- und Kreativschaffende, deren Jahresum-

satz bis 31. Dezember 2019 unter 17.500 Euro und ab 1. Januar 2020 unter 22.000 Euro liegt, profitieren von der Kleinunternehmer-Regelung, das heißt sie müssen keine Umsatzsteuer ausweisen. Statistischer Nachteil ist jedoch, dass sie nicht im Unternehmensregister erfasst und daher nicht in der Statistik aufgeführt werden. Zur Annäherung an diese Gruppe wird anhand eines Landes-Prozentsatzes ein Schätzwert berechnet. Es ist anzunehmen, dass die „Dunkelziffer“ der nicht erfassten Soloselbstständigen, Kleinunternehmerinnen und -unternehmer zukünftig noch höher ausfallen wird, da seit dem 01.01.2020 die Umsatzgrenze zum Vorjahr auf 22.000 Euro im Zuge des Bürokratienteilungsgesetzes II angehoben worden ist.

Indikator Umsatz

„Der Begriff des Umsatzes schließt in der Umsatzsteuerstatistik denjenigen Teil des Umsatzes ein, der die steuerbaren Lieferungen und Leistungen eines Unternehmens enthält, und zwar für alle Unternehmen und Selbstständigen mit mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz.“

(Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft, 2020).

Datenquelle ist das Unternehmensregister der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder.

LITERATURVERZEICHNIS

Bundesagentur für Arbeit. 2020. Statistik der sozialversicherungspflichtigen und geringfügigen Beschäftigung. (https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Statischer-Content/Grundlagen/Methodik-Qualitaet/Qualitaetsberichte/Generische-Publikationen/Qualitaetsbericht-Statistik-Beschaeftigung_fj;jsessionid=79B8E69FD5169448D85E884636681223?__blob=publicationFile&v=6). Abgerufen am 21. Oktober 2020.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). 2009. Gesamtwirtschaftliche Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). 2012. Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette. Wirkungsketten, Innovationskraft, Potentiale.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). 2017. Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

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

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

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). 2020. Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020 (Datenbasis: Schätzung für das Jahr 2019).

Destatis. 2019. Anhebung der Umsatzgrenzen für die Kleinunternehmerregelung. (https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Buerokratiekosten/Publikationen/Downloads-Buerokratiekosten/anhebung-umsatzgrenzen-kleinunternehmen.pdf?__blob=publicationFile). Abgerufen am 21. Oktober 2020.

European Commission. 2017 und 2019. The Cultural and Creative Cities Monitor.

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. 2020. Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie. Ökonomische Auswirkungen anhand einer Szenarioanalyse. (Kurzpapier vom 21.04.2020).

Landtag von Baden-Württemberg. 2018. Drucksache 16/5402: Bericht der Landesregierung zu einem Beschluss des Landtags; hier: Kulturwirtschaft in Baden-Württemberg.

Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) und Bundesverband Kreative Deutschland. 2021. Coronajahr 2020: Eine Bilanz aus Sicht Selbständiger in der Kultur- und Kreativwirtschaft. (<https://bit.ly/coronabilanz-kreativwirtschaft>). Abgerufen am 19. März 2021

Overmeyer, Klaus. 2010. Kreative Milieus und offene Räume in Hamburg.

Söndermann, Michael. 2009. Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten. (https://kreativgesellschaft.org/assets/files/dokubox/4/Leitfaden_zur_Erstellung_einer_statistischen_Datengrundlage_fuer_die_Kulturwirtschaft_2009.pdf). Abgerufen am 17. August 2020.

Söndermann, Michael. 2016. Leitfaden zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung 2016). (https://www.wirtschaftsministerkonferenz.de/WMK/DE/termine/Sitzungen/16-06-08-09-WMK/16-06-08-09-bericht-leitfaden-ak-kultur-kreativwirtschaft-10.pdf?__blob=publicationFile&v=2). Abgerufen am 21. Oktober 2020.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder. 2019. Methodische Grundlagen, Definitionen und Qualität des statistischen Unternehmensregisters. (https://www.destatis.de/DE/Methoden/Qualitaet/Qualitaetsberichte/Unternehmen/unternehmensregister.pdf;jsessionid=D0EBAF26335EBE144852CAC08B48FD32.internet8711?__blob=publicationFile). Abgerufen am 21. Oktober 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Berichtsjahr 2019. Sonderauswertung des Unternehmensregisters.

WirtschaftsWoche, 26.11.2020, Städteranking 2020. Deutschlands zukunftsfähigste Städte. (<https://www.wiwo.de/politik/deutschland/staedteranking-2020-deutschlands-zukunftsfahigste-staedte/26612330.html>). Abgerufen am 05.05.2021.

Impressum

Stadt Heidelberg

Dezernat für Kultur, Bürgerservice und Kreativwirtschaft
Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft
Gaisbergstraße 11, 69115 Heidelberg

Telefon 06221 58-21520/-21
kreativwirtschaft@heidelberg.de
www.heidelberg.de/kreativwirtschaft

in Zusammenarbeit mit dem
Dezernat für Stadtentwicklung und Bauen
Amt für Stadtentwicklung und Statistik
Gaisbergstraße 11, 69115 Heidelberg

Redaktion

Dr. Ellen Koban, Katharina Pelka,
Dr. Gabriela Bloem, Carolina Föhl,
Stefan Lenz, Patrik Detzel

Fotos

Titelseite, Abrissseite, Seite 5 (Porträt Bürgermeister Jürgen Odszuck), 8–9, 11, 19 (links), 22 (unten), 25 (unten), 26 (rechts oben und unten), 37 (unten), 40–41, 46 (Mitte und unten), 65, 66: Felix Huth
Seite 4 (Porträt Oberbürgermeister Prof. Dr. Eckart Würzner), 17, 19 (oben und rechts), 20–21, 22 (oben), 38 (links), 51, 53 (links), 55 (links oben), 60: Julian Beekmann
Seite 5 (Porträt Bürgermeister Wolfgang Erichson), 15 (rechts), 54 (links), 55 (rechts oben): Sabine Arndt
Seite 12, 44, 69 (oben und unten), 72–73: Annemone Taake
Seite 25 (oben), 67 (unten): Tobias Dittmer
Seite 37 (mittig), 47 (oben), 55 (rechts unten), 62–63: Lars Kehrel
Seite 26 (links oben), 38 (rechts), 47 (Mitte rechts): Dirk Welz
Seite 39, 45, 47 (unten), 52 (rechts), 55 (links unten): Breidenbach GmbH
Seite 15 (links), 37 (oben), 48–49, 58 (links), 61, 68 (rechts), 70: METROPOLINK
Seite 34, 53 (rechts): MFG Baden-Württemberg
Seite 46 (oben): SchreiberPötter
Seite 47 (Mitte links): Melanie Deiß

Seite 52 (links): SRH Hochschule Heidelberg
Seite 54 (rechts), 58 (rechts): AAg
Seite 56: Benjamin Hotz
Seite 59 (links): GDLA Gornik Denkel
Seite 59 (rechts): Thilo Ross
Seite 67 (oben), 68 (links): Fotobpros

Copyright © 2021 Stadt Heidelberg.
Alle Rechte vorbehalten.
Abdruck (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Stadt Heidelberg.

Gestaltung

Stadt Heidelberg, Markenkommunikation

Druck

ABT Print und Medien GmbH

Bestellungen

E-Mail: kreativwirtschaft@heidelberg.de
Telefon: 06221 5821520/-21

August 2021, 1. Auflage

Die Übersicht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Heidelberg auf einen Blick basiert auf Ergebnissen der Studie „Kreativkraft Heidelberg“, veröffentlicht von der Stabsstelle Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg im September 2021.



**Stabsstelle
Kultur- und Kreativwirtschaft**

Stadt Heidelberg
Gaisbergstraße 11
69115 Heidelberg

Telefon 06221 58-21520/-21
kreativwirtschaft@heidelberg.de
www.heidelberg.de/kreativwirtschaft