



Anfrage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2012/11286**
Datum: 21.11.2012
Bezug-Nummer.
PSP-Element/ Sachkonto: 1.11101.06/58110220
Verfasser: Herr Oliver Paulsen
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	12.12.2012 30.01.2013	öffentlich Kenntnisnahme

Betreff: Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zur halleschen Kultur- und Kreativwirtschaft

Von den unter dem Oberbegriff der Kultur- und Kreativwirtschaft subsummierten Branchen wie Musik, Film, Kunst, Design, Architektur, Internet- und Softwareentwicklung, Spielen oder Werbung versprechen sich Städte neben der direkten Beschäftigungswirkung und den Steuereinnahmen vielfältige Zusatzeffekte. In der Regel wird mit der Kreativwirtschaft assoziiert: Hoffnungen auf ein anziehendes Image und gesteigerte Attraktivität als Stadt, ein Ideenlabor (nicht nur) zur Entwicklung neuer Produkte, vermarktbarer (Medien)Inhalte und Dienstleistungen beziehungsweise generell die Hoffnung auf Wirtschaftswachstum und Stadtentwicklung jenseits klassischer Industrieproduktion.

Punktuell fördert die Stadt Halle direkt und indirekt einige dieser Bereiche, seien es die Kulturförderung, Messebeteiligungen oder das MMZ, jedoch ohne dass dabei immer eine langfristige und nachhaltige Strategie erkennbar wird. Dieser Umstand ist angesichts der Tatsache umso stärker zu hinterfragen, als dass eine jüngst veröffentlichte Potentialstudie zur Magdeburger Kreativwirtschaft zu dem Ergebnis gekommen sein will, dass bei ähnlicher Unternehmensanzahl der Umsatz der Magdeburger Branche um das Dreifache über dem der Hallenser liege.

Wir fragen daher:

1. Welche Kenntnisse hat die Stadtverwaltung Halle zu Umfang, Branchen- und Betriebsstruktur sowie Beschäftigungs- und Steuerwirkungen der halleschen Kultur- und Kreativwirtschaft?
2. Werden besondere Entwicklungspotentiale in konkreten Kreativbranchen in Halle gesehen? Wenn ja, welche?
3. Gibt es in der Stadtverwaltung konzeptionelle Überlegungen zur branchenspezifischen Wirtschaftsförderung? Welche Anstrengungen unternimmt die Stadtverwaltung gegebenenfalls, um weitere Ansiedlungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zu befördern?
4. Welche Unterstützung nicht-monetärer Natur erfahren ansässige Unternehmen durch die Stadtverwaltung?

gez. Oliver Paulsen
Fraktionsvorsitzender

Stadt Halle (Saale)
Dezernat V

Datum 7.12.2012

Sitzung des Stadtrates am 12.12.2012

Betreff: Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zur halleschen Kultur- und Kreativwirtschaft

Vorlagen-Nummer: V/2012/11286

Antwort der Verwaltung

Zur Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zur halleschen Kultur- und Kreativwirtschaft

In Anbetracht der sich im finalen Erarbeitungsstadium befindlichen Kreativwirtschaftsstudie 2012 und deren Erkenntnisse, die in eine Beantwortung einfließen sollen, wird die Verwaltung die Anfrage im kommenden Stadtrat beantworten.

Wolfram Neumann
Beigeordneter für Wirtschaft,
Wissenschaft und Arbeit



Stadt Halle (Saale)
Geschäftsbereich V

21.01.2013

Sitzung des Stadtrates am 30.01.2013

Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zur halleschen Kultur- und Kreativwirtschaft

TOP: 9.14

Vorlagen-Nummer: V/2012/11286

Antwort der Verwaltung:

Vorbemerkung:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) mit ihren 11 Teilmärkten entwickelt sich schon seit geraumer Zeit zu einem eigenständigen Wirtschaftsfeld und ist nicht länger mehr nur ein Imagefaktor. Durch die Wirtschaftsförderung wurden die Betreuung und die Unterstützung der zur KKW gehörigen Branchen trotz personeller und finanzieller Restriktionen seit Jahren gemeinsam mit der MMZ GmbH und anderen am Standort aktiven Partnern nachhaltig unterstützt. Von großem Interesse ist daher das von Herrn Oberbürgermeister Dr. Wiegand vorgelegte Programm, das die Kreativwirtschaft als einen erheblichen Schwerpunkt für die Entwicklung der Stadt definiert und damit auch die Potentiale des durch die Landesregierung nachhaltig gestützten Hauptmedienstandortes des Landes Sachsen-Anhalt würdigt und für die künftige Entwicklung ins Kalkül zieht. Die Unterstützungs- und Betätigungsmöglichkeiten der Stadtverwaltung bewegen sich dabei in dem Spannungsfeld zwischen der Vielzahl bedeutender künstlerischer Einrichtungen und das Image von Halle prägenden Veranstaltungsformaten mit Möglichkeiten der verbesserten Innen- und Außenwahrnehmung auf der einen und dem vergleichsweise geringen Bestand von Unternehmen im Kreativbereich mit weniger als 5 Prozent der Beschäftigten bei 2,6 Prozent des Bruttoinlandproduktes - was u.a. Ausdruck des hohen Anteils prekärer Beschäftigungsverhältnisse in dieser Branche ist – auf der anderen Seite.

Frage 1:

Welche Kenntnisse hat die Stadtverwaltung Halle zu Umfang, Branchen- und Betriebsstruktur sowie Beschäftigungs- und Steuerwirkungen der halleschen Kultur- und Kreativwirtschaft?

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Halle, bei der seit Jahren die Bestandspflege- und Akquisitionsaktivitäten im Bereich der KKW konzentriert sind, verfügt über ein umfangreiches und detailliertes Wissen sowohl zu den in der Fragestellung genannten Kennzahlen als auch zu den subjektiven Problemlagen der Protagonisten. Dieses Wissen resultiert aus den 2005 bzw. im laufenden Jahr erstellten Studien, aber auch aus vielfältigen Kontakten und Aktivitäten mit und für die Unternehmen und Institutionen in Halle.

Die Kreativwirtschaftsstudie 2012 für die Stadt Halle befindet sich derzeit im finalen Erarbeitungsstadium, so dass die Ergebnisse erst zu Beginn des Jahres 2013 vorgestellt und veröffentlicht werden. Ziel der Studie ist es, die Struktur der Branche, strukturbestimmende Faktoren der Region Halle und deren Weiterentwicklung durch Erfassung der Teilbranchen –

auch im Vergleich zu Konkurrenzstandorten – zu quantifizieren und daraus strategische Handlungsfelder sowie deren aktuelle Operationalisierung abzuleiten. Nach Datenbereinigung und Plausibilitätsprüfung konnten für diese Studie insgesamt 1.204 Unternehmen (1.007 Unternehmen in Halle und 197 aus dem Saalekreis) in die Untersuchung einbezogen werden. Neben quantitativen Aussagen wird die Studie einen subjektiven Einblick in die spezifischen Stärken und Herausforderungen der Bereiche in der Region geben. Ohne den Ergebnissen der Studie im Einzelnen vorgreifen zu wollen, kann an dieser Stelle festgestellt werden, dass sowohl die Anzahl der Unternehmen als auch der von diesen erwirtschaftete Umsatz in der Region seit 2005 gestiegen ist.

Die Struktur der Branche im Sinne des Anteils der Teilmärkte stellte sich laut Medienstudie 2005 wie folgt dar:

- Informationstechnik/Neue Medien	28,8	%
- Werbung und Marketing	24,2	%
- Weitere Mediendienstleister	14,2	%
- Medienrelevante Institutionen/Kultureinrichtungen	12,0	%
- Hörfunk, Fernsehen, Film, Video	10,8	%
- Druck- und Verlagswesen	10,0	%

Die Kenntnisse der Wirtschaftsförderung über die Situation der Branche werden im Rahmen der laufenden Bestandspflege ständig aktualisiert und vertieft, wobei seitens der Wirtschaftsförderung für die KKW besondere Instrumente entwickelt wurden. Beispielhaft sei hier auf eine Aktion aus dem Jahr 2011 verwiesen, bei der unter dem Stichwort „Wünsch Dir was!“ die besondere Problemlage und die Wünsche der KKW erfasst wurden. Die als Anlage beigefügte Karte wurde in einer Auflagenhöhe von 3.000 Stück in Halle verteilt und die der Wirtschaftsförderung bekannten Unternehmen außerdem direkt per E-Mail kontaktiert. Begleitet wurde die Aktion in Form einer Bannerwerbung und teilweise auf der Website der Wirtschaftsförderung über mehrere Monate geschaltet. Die Reaktion führte zu einer neuen Qualität der Kommunikation mit den Unternehmen und Institutionen in der KKW, brachte eine Reihe von neuen Erkenntnissen und führte zur gemeinsamen Entwicklung von Maßnahmen, die in der Vergangenheit bereits umgesetzt wurden (z.B. Bildungsveranstaltung für Kreative, Erarbeitung einer Microsite Kreativwirtschaft) bzw. für die Zukunft nach Maßgabe finanzieller und personeller Ressourcen geplant sind.

Folgende Hauptproblemfelder wurden identifiziert:

- Heterogene Unternehmensgrößen (sehr wenige große, wenige mittlere und viele Kleinstunternehmen mit jeweils völlig unterschiedlichen Problemfeldern)
- Differenzierte Information und Vernetzung (gute Vernetzung im Umfeld der Kunsthochschule, mangelnde vertikale Vernetzung mit potenziellen Auftraggebern)
- Fehlende Orte und Räume für Kreative
- Mangel an Messen und Ausstellungen sowie deren Förderung (keine Förderung von Messen für Kreativen)
- Offener Bedarf an Aus- und Weiterbildung.

Zu diesen Problemfeldern wird die derzeit im finalen Erarbeitungsstadium befindliche Studie im Ergebnis der Zusammenarbeit der Verfasser und der städtischen Wirtschaftsförderung konkrete Lösungsansätze und Handlungsfelder inkl. konkreter Hinweise zur Stärkung der Branche durch den notwendigen Einsatz von Personal und Budget liefern.

Frage 2:

Werden besondere Entwicklungspotentiale in konkreten Kreativbranchen in Halle gesehen? Wenn ja, welche?

Die qualitative und quantitative Analyse der KKW in der Region Halle gipfelt unter Beachtung der Heterogenität der Teilbranchen und der durch diese geleisteten gesamtwirtschaftlichen Beiträge in der Formulierung der Metaziele „Wachstum“ und „Sicherheit“ sowie eine Eingruppierung der Teilmärkte unter diese beiden Metaziele. „Wachstum“ ermöglichende Teilbereiche sind in der untersuchten Region nach den Erkenntnissen der Studie die Branchen Software- und Games-Industrie/IK, Filmwirtschaft, Designwirtschaft, Werbemarkt

und Rundfunkwirtschaft. Die „Sicherung des Status Quo“ betrifft demnach den Architekturmarkt, den Pressemarkt, die Musikwirtschaft, den Buchmarkt, den Kunstmarkt und den Markt für Darstellende Künste.

Für die Branchen können jeweils folgende Handlungsfelder definiert und daraus resultierende Aufgaben abgeleitet werden.

Die Handlungsfelder

- Beratung, Förderung und Kapital
- Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur
- Unterstützung und Akquisition Auftragsentwicklung (überregional und regional)
- Aus- und Weiterbildung von Personal
- Netzwerk und Kooperationen
- Standortmarketing (Image und Schaffung von Identifikationspunkten)

werden ausschließlich im engen Zusammenspiel zwischen Verwaltung und Politik, Landesregierung und Stadt umgesetzt werden können.

Frage 3:

Gibt es in der Stadtverwaltung konzeptionelle Überlegungen zur branchenspezifischen Wirtschaftsförderung? Welche Anstrengungen unternimmt die Stadtverwaltung gegebenenfalls, um weitere Ansiedlungen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zu befördern?

Die Teamstruktur der Wirtschaftsförderung und die damit verbundene Verantwortung für konkrete Themen und Budgets folgt konsequent der Branchenstruktur in der Stadt Halle. Die seit Jahren gefestigte Struktur führt zu einem engen Vertrauensverhältnis zwischen den bevollmächtigten Mitarbeitern und den Vertretern der Branche, stärkt durch die große Branchennähe aber auch die Kernkompetenzen in der Wirtschaftsförderung im Sinne des speziellen Know-hows für die Bestandspflege und bei Ansiedlungsverfahren (Management-Know-how der Wirtschaftsförderung im Zusammenspiel mit dem Netzwerk integrierter Partner innerhalb und außerhalb der Verwaltung). Die ca. 150 Standortanfragen jährlich sowie mehrere Tausend Bestandspflegekontakte zu den betreuten Branchen fördert eine hohe Qualität der Kenntnis der Firmen, der Ansprechpartner, der Spezialisierung und Branchenkenntnis auf Seiten der Teams, führt zu persönlichen Kontakten sowie Standort- und Problemkenntnissen.

Der besondere Charakter der KKW zeitigt innerhalb der Struktur des Amtes aber tatsächlich das Phänomen, dass sowohl Mitarbeiter zweier Teams als auch die Amtsleitung selbst arbeitsteilig für die betroffenen Branchen tätig sind. Das resultiert insbesondere auch aus der Erwartungshaltung der Vertreter der KKW, möglichst auch mit hochrangigen Vertretern der Stadtverwaltung kommunizieren zu wollen.

In der Vergangenheit betreute die Wirtschaftsförderung u.a. die Entwicklung des Konzeptes für ein Medien- und Kreativquartier im Rahmen des URBACT Projektes REDIS (Medienstandort der städtischen Rahmen um das MMZ und die MDR-Hörfunkzentrale), diverse Netzwerk-Veranstaltungsformate (z.B. IT Branchentreff, Medienstammtisch der Staatskanzlei) sowie Netzwerke (z.B. Cluster Informationstechnologie Mitteldeutschland, International Academy of Media and Arts, Kreativmotor). Die Veranstaltungsformate forward2business – Zukunftskongress und Filmmusiktage Sachsen-Anhalt konnten in den zurückliegenden Jahren aus dem Budget der Wirtschaftsförderung durch finanzielle Zuwendungen unterstützt und begleitet werden.

Die Bestandspflege und Akquisition durch Zusammenarbeit mit dem „Gründerzentrum“ im weitesten Sinne ist von außerordentlicher Bedeutung und wird auch seit Jahren zugunsten der Unternehmens- und Standortentwicklung intensiv gepflegt. Die wichtigsten Partner sind dabei das Mitteldeutsche Multimediazentrum (z.Zt. 50 Firmen), Designhaus der

Kunsthochschule Halle Burg Giebichenstein (z.Zt. 26 Existenzgründer) und das Technologie- und Gründerzentrum Halle im Technologiepark *weinberg campus* (letzteres ausschließlich für den Bereich IT), aber auch private Initiativen wie der Coworking Space Halle Co.

Die Wirtschaftsförderung hat sich das Vertrauen der betreuten Unternehmen dieser Branche über mehr als ein Jahrzehnt erworben. Sie hat sich der Unterstützung des Netzwerkes aus Akteuren der KKW für zukünftige Entwicklungen versichert und ist sich mit diesen grundlegend darüber einig, dass eine planmäßige Entwicklung der Kreativwirtschaft als Branche und als Standortfaktor für Halle permanenter Bestandteil der künftigen Stadtentwicklungsstrategie sein muss.

Im Wesentlichen wird es darum gehen, die Maßnahmen der erwähnten Studie als Programm umzusetzen und Gebietsentwicklungen entlang der Achse Burg Giebichenstein bis in das Spitze-Gebiet als sich bewegendes Kreativquartier zu initiieren (REDIS Projekt, „Kreativität am/im Fluss“).

Frage 4:

Welche Unterstützung nicht-monetärer Natur erfahren ansässige Unternehmen durch die Stadtverwaltung?

Die Frage nach nicht-monetären Unterstützungsmöglichkeiten ist nicht nur vor dem Hintergrund des defizitären Haushalts, sondern auch im Hinblick auf Heterogenität der Branchen und die damit verbundene Diversifizierung der zu lösenden Problemlagen ausgesprochen essentiell.

Eine Reihe der Unterstützungsmöglichkeiten mit nicht-monetärem Charakter wurden bereits in den o.g. Antworten erwähnt. Grundsätzlich ist hier festzustellen, dass die KKW mehr als andere Branchen der Funktion des „Lotsen“ bedarf und dieses auch durch die Branche selbst immer wieder kommuniziert wird. Die Wirtschaftsförderung hat durch Wahrnehmung der Lotsenfunktion sich seit Jahren als 1. Ansprechpartner in der Stadtverwaltung empfohlen und in der Branche Anerkennung erworben. Durch unterschiedlichste Maßnahmen für ebenso unterschiedliche Probleme konnte in den zurückliegenden Jahren der Branche umfangreiche Hilfestellung gegeben werden (z.B. durch Matching von Kreativen mit potentiellen Kunden, Zugang zu den Kontaktnetzwerken der Wirtschaftsförderung, Unterstützung bei der Suche nach geeigneten Immobilien, Hilfestellung beim Auffinden von geeignetem Personal, aber auch durch Vermittlung von Wissensinhalten). Der Branche konnte durch diese weitgefächerten Maßnahmen ohne zusätzliche Haushaltsmittel, sondern lediglich durch die Nutzung der in der Wirtschaftsförderung vorhandenen personellen Kapazitäten und erworbenen Kompetenzen in vielen Fällen nachhaltig geholfen werden.

Eine zweite Gruppe von für die Akteure der Branche nicht kostenpflichtigen Maßnahmen muss selbstverständlich durch die Wirtschaftsförderung finanziert werden. Zu denken ist hier

an die Nutzung der Branchenbroschüre zur Kreativwirtschaft incl. der auf die Teilmärkte zugeschnittenen und mit Unternehmensadressen versehenen Branchenblätter für verschiedenste Zwecke der Unternehmen (z.B. Präsentationen, Messen) oder auch die Nutzung der in Kürze frei zuschaltenden Microsite Kreativwirtschaft, auf der sich künftig die Kreativen mit ihren Produkten präsentieren sollen. Eine ebenfalls mit Kosten für die Wirtschaftsförderung und ihre Partner verbundene, von den Kreativen aber sehr stark honorierte Kategorie von Maßnahmen sind die verschiedenen Veranstaltungsformate, die in den letzten Jahren entwickelt wurden und sich etabliert haben. Stellvertretend genannt sei hier der Medienstammtisch der Staatskanzlei (unter Teilnahme und Unterstützung der Wirtschaftsförderung), der IT-Tag (gemeinsam mit dem FB Informatik der Martin-Luther-Universität), die Formate „IT Branchentreff“ und „Anliegertreffen Weinberg Campus“ sowie Sonderveranstaltungen mit Akademiecharakter zur Vermittlung von Wissen.

Ein nicht zu unterschätzendes und definitiv nicht „monetäres“ Sonderthema ist das der Aufmerksamkeit und des offenkundigen Interesses für die Branche seitens der Politik. Ein nur gelegentliches Interesse und punktuelle persönliche Präsenz der Stadtspitze zu wichtigen Veranstaltungen in der Branche wurde seitens wichtiger Branchenvertreter in den zurückliegenden Jahren anhaltend beklagt und insbesondere im Verhältnis zu den vehementen Bemühungen der Landespolitik – hier insbesondere die des Herrn Staatsministers Robra, Gastgeber des „Medienstammtisches“ – als defizitär empfunden.

Die Wirtschaftsförderung begleitet diese Formate durchgängig und kooperiert mit den Vertretern der Staatskanzlei auf Arbeitsebene konstruktiv, ergebnisorientiert und vertrauensvoll.

Wolfram Neumann
Beigeordneter