Kreativwirtschaft – der Motor für Stadtentwicklungen? Das Heilmittel für postfordistischen Gebäudeleerstand? Künstler und Kreative als die Pioniere für Räume, die bisher unbeachtet und vernachlässigt blieben? Die Theorie meint, ja.

In den letzten Jahren rückte die Kreativwirtschaft daher zunehmend in den Fokus ökonomischer, stadtsoziologischer und geographischer Untersuchungen. In der Stadtentwicklungspraxis werden verschiedene Maßnahmen umgesetzt mit dem Ziel, "creative industries" anzukurbeln. So entstanden in Hamburg – eine der wichtigsten Kreativmetropolen Deutschlands – sogenannte Themenimmobilien, um gezielt einige Zweige der Kunst- und Kulturbranche zu fördern. Allerdings gibt es auch Räume, die sich offenbar ohne Unterstützung zu einem Kreativzentrum entwickeln wie etwa der Hamburger Oberhafen.

Doch welche Anforderungen stellen die Kreativen eigentlich selbst an ihren Raum? Welche Rahmenbedingungen führen zu erfolgreicher Kreativarbeit? Welche Raumkriterien müssen unbedingt erfüllt sein? Stimmt es, wie viele Untersuchungen behaupten, dass eine Nähe zu Szenevierteln vorhanden sein muss?

Die Autorin – heute PR-Referentin einer namhaften Kommunikationsagentur – begibt sich auf die Suche nach Antworten. Sie analysiert dabei nicht nur die Räume, sondern lässt vor allem die Kreativen selbst zu Wort kommen.

Höpner-Nottorf

Kreativwirtschaft in Hamburg



Ines Höpner-Nottorf

Kreativwirtschaft in Hamburg

Raumbedürfnisse und Raumangebote am Beispiel der Themenimmobilie Karostar und des Oberhafens

ISBN 978-3-7322-6352-3



Titelbild: Oberhafen Hamburg, August 2011; Ines Höpner-Nottorf

© 2013 Institut für Stadt- und Kulturraumforschung (IfSK) Leuphana Universität Lüneburg Scharnhorststraße 1, 21335 Lüneburg

Gekürzte und überarbeitete Fassung der im Studiengang Angewandte Kulturwissenschaften am 20. Februar 2012 eingereichten Magisterarbeit

Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Autors bzw. Herausgebers. Das gilt auch für die Speicherung und Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Redaktion, Layout, Satz und Kartographie: Sabine Arendt

Herstellung und Verlag: BoD – Books on Demand, Norderstedt

ISBN 978-3-732263-52-3

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über www.dnb.de abrufbar.

Inhalt

Vorw	ort	6
1	Einleitung	7
2	Kreativwirtschaft	9
2.1	Definitorische Grundlagen	9
2.2	Raumnutzung durch die Akteure der Kreativwirtschaft	15
2.3	Raumwirksame kreativwirtschaftliche Nutzung	24
3	Empirische Analyse	32
3.1	Ziel und Methodik der Befragung	32
3.2	Design des Interviewleitfadens	33
3.3	Auswahl und Vorstellung der Experten	34
3.4	Ergebnisse der Interviews	38
4	Exkurs Themenimmobilie	48
4.1	Begriffseinführung	48
4.2	Modelle Hamburger Themenimmobilien	49
5	Das Karostar Musikhaus	52
5.1	Quartierseinordnung des Karostar in den Hamburger Kontext	52
5.2	Die Gebäudespezifika der Immobilie Karostar	54
5.3	Überprüfung des Karostar anhand des Kriterienkatalogs	55
6	Der Oberhafen	64
6.1	Einbettung des Oberhafens in den städtischen Kontext	64
6.2	Die Immobilienstruktur des Oberhafens	66
6.3	Die Mieterstruktur	68
6.4	Überprüfung des Oberhafens anhand des Kriterienkatalogs	70
7	Gegenüberstellung und abschließende Bewertung	79
7.1	Vergleich Karostar und Oberhafen	79
7.2	Weiterführende Untersuchungen und Methodenkritik	81
7.3	Handlungsempfehlungen und Ausblick	82
7.4	Fazit	83
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis		85
Quellenverzeichnis		86
Abkürzungsverzeichnis		95
Anhang		96

Vorwort

Schon wieder eine neue Schriftenreihe? Ist es nicht langsam genug?

Wir meinen Nein. Viele herausragende Abschlussarbeiten unserer Studierenden "verstauben" im Archiv oder in der örtlichen Bibliothek, sodass sie nur schwer oder gar nicht zu finden und für die Öffentlichkeit nicht verfügbar sind. Dabei dokumentieren die Arbeiten sehr beachtenswerte Forschungsergebnisse. Oft werden auch Fragestellungen bearbeitet, die sich nicht in die derzeitigen Forschungsschwerpunkte großer Institute einreihen lassen. Damit diese wertvollen Beiträge zu ausgewählten Themenbereichen nicht verloren gehen, erscheint nun der erste Band der Lüneburger Geographischen Schriften.

Die Originalität dieser Arbeit liegt in einer Umkehrung der Perspektive: Statt nur über die kreative Klasse zu schreiben und ihre Aktionsräume zu identifizieren, werden die Kreativen selbst und ihre Erwartungen an Arbeitsräume zum Untersuchungsgegenstand. Was wollen sie eigentlich? Sind es wirklich die angesagten Stadtviertel, die sie suchen und wo sie als Pioniere Gentrifizierungsprozesse auslösen?

Die Autorin der vorliegenden Studie kommt zu interessanten Ergebnissen.

Martin Pries Lüneburg, August 2013