

2011

Säulen des Standortes - Wirkungsbeziehungen zwischen Immobilienwirtschaft und Kreativwirtschaft

Jörg Becker

www.beckinfo.de

Wenn man etwas provozierend danach fragen würde, „wer eigentlich von wem abhängt, die Kreativwirtschaft von der Standort- oder auch Stadtentwicklung oder aber eher umgekehrt?“ wäre die Antwort gar nicht so einfach und eindeutig. In nicht wenigen Fällen wäre es auch nicht an den Haaren herbeigezogen zu behaupten, der Standort und noch mehr sein Image hängen zu einem erklecklichen Teil von Impulsen ab, die man der Kreativwirtschaft zurechnen muss. Zwar wird dies in Reden und Studien auch immer wieder hervorgehoben, ohne aber hierfür systematisch und transparent nachvollziehbare Belege mitliefern zu können. Genau dies jedoch hat sich eine vom Autor entwickelte Standortbilanz zur Aufgabe gemacht.

Somit geht es an dieser Stelle ausschließlich darum, deren Funktionsweise darzustellen und Grundlagen zu schaffen, auf denen der Bereich Immobilienwirtschaft seine eigenen Bilanzaufstellungen erarbeiten könnte. Somit geht es an dieser Stelle auch nicht um die Abbildung eines spezifischen Standortes und noch weniger um eine Neuentdeckung von Sachverhalten der Immobilienwirtschaft. Vielmehr soll dort, wo es zum besseren Verständnis von nicht-finanziellen Bilanzen notwendig erscheint, auf bereits vorliegende Ausarbeitungen in dieser Sache zurückgegriffen werden. Vgl. hierzu auch Jörg Becker: Kultur- und Kreativwirtschaft im Netz der Standortfaktoren – Bestimmung von Position und Wirkung, ISBN 978-3-8391-1635-7: Kunst und Kultur haben als Wirtschaftsgüter einen sowohl privaten als auch öffentlichen Charakter. Kultur soll das Leben abwechslungsreicher, unterhaltender und spannender machen. Das kostet auch Geld. Früher hätte man aber im Zusammenhang mit Kunst kaum von einer ganzen Industrie oder Branche gesprochen. Heute dagegen ist die

Kultur- und Kreativwirtschaft einem wirtschaftlichen und damit auch für ihre Standorte bedeutsamen Wandel unterworfen.

Mit der Vernetzung von Standortfaktoren im System einer Standortbilanz wird eine jedermann verständliche Kommunikationsplattform angeboten, über die unterschiedlichste Personen mit unterschiedlichsten Hintergründen und Interessen Kontakte herstellen und nachvollziehbare Entscheidungen vorbereitet werden können. Gleichzeitig kann damit eine Bewertungssystematik unterlegt werden, mit der auch sogenannte „weiche“, d.h. qualitative Standortfaktoren wie vor allem die der Kultur- und Kreativwirtschaft erfasst werden können. Somit wird eine Verständigungsbrücke zu schöpferisch-kreativ-orientierten Denkweisen von Kunst- und Kulturschaffenden gebaut.

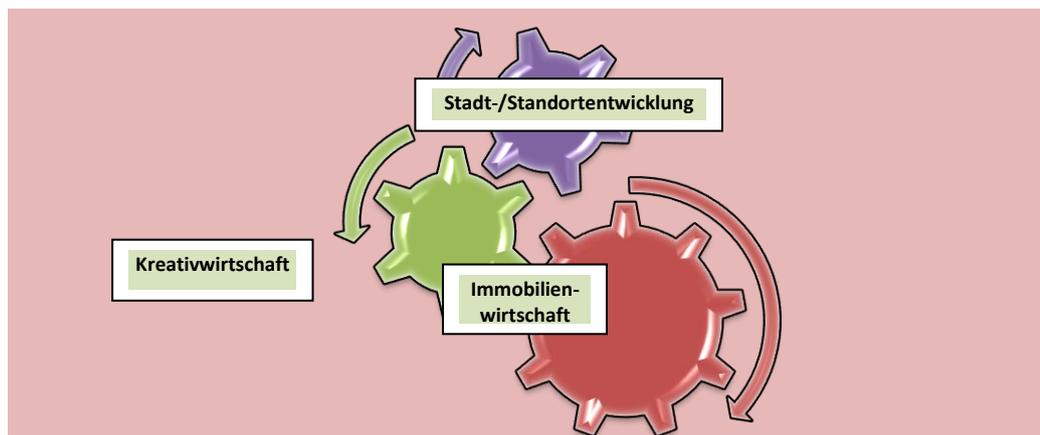
Neue Möglichkeiten werden eröffnet, zwischen den oftmals hermetisch abgeschotteten Strukturen von Kultur, Wirtschaft und Wirtschaftsförderung Verkrustungen aufzubrechen sowie die Kommunikation und das gegenseitige Verständnis zu verbessern. Es kommt darauf an zu erkennen, an welchen Stellen sich positive Hebeleffekte nutzen lassen und welches Positions- und Wirkungsfeld man der Kreativwirtschaft im Potentialbild des Gesamt-Standortes einräumt.

- Schöpferische Vielfalt mit Innovationsdynamik
- Merkmale oder was die Teilmärkte umtreibt
- Architekturmarkt
- Buchmarkt
- Markt der darstellenden Künste
- Designwirtschaft
- Filmwirtschaft

- Kunstmarkt
- Musikwirtschaft
- Pressemarkt
- Rundfunkwirtschaft
- Markt der Computerspiele
- Werbung/Kommunikation
- Standortbilanz und was sie leisten kann
- Standortbilanz und wie man sie erstellt
- Wie ist es um die Standort-Kreativwirtschaft bestellt ?
- Das Faktorengerüst, auf dem der Standort ruht
- Kreativwirtschaft aus Sicht einer Standortbilanz
- Umsetzung der Qualitätsprofile in 4-Feld-Portfolios
- Verzahnung Standortentwicklung-Kreativwirtschaft
- Kreativwirtschaft im Wirkungsfeld des Standortes
- Potential-Hinweise aus der Standortbilanz
- Was wurde erreicht, wie sollte es weitergehen ?

Der Wandel macht vor dem Kulturbetrieb nicht halt, sondern beurteilt diesen mehr und mehr auch nach wirtschaftlichen Kriterien. Wenn man Rechenschaft über die Verwendung von Fördergeldern fordert, so bezieht man sich dabei aber im Wesentlichen auf Zahlen und nicht auf Werte. Letztlich läuft es darauf hinaus: nur was in der Kultur- und Kreativwirtschaft Kunden findet, kann auch umgesetzt und produziert werden. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist als eigenständiges Wirtschaftsfeld eine wichtige Triebfeder für die wirtschaftliche Entwicklung eines Standortes. Das nahezu unerschöpfliche Innovationspotential dieses facettenreichen Branchenkomplexes trägt wesentlich dazu bei, die Dynamik des Standortes in Gang zu halten. Um aber die Vielzahl, Stärke und Dauer wechselseitiger Beziehungen zwischen Standort und Kultur- und Kreativwirtschaft wenigstens ansatzweise erfassen zu können, werden Instrumente benötigt, mit denen man das Geschehen in seiner ganzen Dynamik systematischer ausleuchten kann. Es gilt mit dem Mangel aufzuräumen, dass keinerlei aussagekräftige Bilanzen für die Image-, Unterhaltungs-, Lebensqualität-, Wissens- und nicht zuletzt auch Finanzeffekte verfügbar sind, die von der Kultur- und Kreativwirtschaft für Standorte und deren Wirtschaft erzeugt.





Vgl. detaillierte Analysen und Konzepte zur Einbettung der Immobilienwirtschaft in das sie umgebende und tragende Netz der Standortfaktoren von Becker, Jörg: Immobilienwirtschaft im Standort-Möglichkeitsraum, ISBN 978 3 8391 2306 5: Das gesamte Anlagevermögen der deutschen Volkswirtschaft besteht zum größten Teil aus dem in Immobilien investierten Vermögen. Eine Feststellung, die analog auch auf Standorte übertragbar ist. Die Immobilienwirtschaft ist breit gefächert (Architekten, Ingenieure, Mieter, Vermieter, Vermittler, Verwalter, Bauaufseher, Stadtplaner u.a.) und kleinteilig strukturiert. In dieser Branche spielen informelle Gegebenheiten eine größere Rolle als in anderen Branchen, d.h. im Vordergrund stehen persönliche Beziehungen.

Die Immobilien sind die den Standort umgebende und damit auch begrenzende Hülle. Sie bilden das Fundament und die Räume auf denen und in denen alles Geschehen des Standortes stattfindet, sie sind der Möglichkeitsraum des Standortes. Die meisten Aktivitäten der Akteure spielen sich in lokalen Verästelungen ab. Zwischen den beiden zentralen Zielen „Erhöhung der Zentralität“ einerseits sowie „weitgehender Erhalt und behutsame Weiterentwicklung des bestehenden Einzelhandels“ können erhebliche Zielkonflikte auftreten. Mit Hilfe einer Transparenz schaffenden Standortbilanz können Entscheidungen zu deren Lösungen vorbereitet werden.

Zentrifugalen Standortprozessen auf der einen Seite steht auf der anderen Seite die neue Attraktivität und Renaissance der Innenstadtlagen gegenüber. Standortentwicklungen lassen sich nicht punktgenau vorhersagen. Deshalb sind fundierte Analysen und Methodenkompetenz erfolgsentscheidend. Für einen besseren

Überblick können Handlungsansätze wie Standortbilanzen von Nutzen sein.

- Standorthülle der Möglichkeiten
- Architekturmarkt
- Büroimmobilien
- Einzelhandels-, Gewerbeimmobilien
- Nischenmarkt der Selfstorage-Immobilien
- Wohnimmobilien
- Baulandmarkt und Baupreise
- Zusammenhänge im System der Standortbilanz
- Meilensteine auf dem Weg zur Standortbilanz
- Im Stützgerüst der Standortfaktoren
- Immobilienwirtschaft aus Sicht einer Standortbilanz
- Umsetzung der Qualitätsprofile in 4-Feld-Portfolios
- Immobilien im Spannungsfeld des Standortes
- Materielles und Intellektuelles Standortkapital
- Auslöser für Standortentwicklungsprozesse
- Option der Zwischennutzung
- Rückkoppler der Stadtentwicklung
- Spiegel der Gesellschaft, Demografie und Wirtschaft
- Warum Demografie so wichtig ist
- Neue Wohn- und Lebensformen
- Altersgerechte Wohnmöglichkeiten
- Welchen Einfluss die Konjunktur hat
- Mobilitätswirkungen auf Immobilienmärkte
- Im Cockpit der Immobilienwirtschaft-Indikatoren
Transparenzkrise trotz Indexschwemme
- Immobilien-Uhr
- Regionale Standort-Marktattraktivität
- Immobilienindex

Bei Verschiebung von Trends geht es für die Immobilienwirtschaft um deren Auswirkungen auf die direkte Umgebung, d.h. eine intensive Betrachtung der Wechselwirkungen im komplexen Standortgefüge. Chancen und Risiken lassen sich für einen Standort besser mit Hilfe einer Gesamtschau herausfinden und bewerten. Dabei müssen auf Grundlage einer mehrschichtigen Sichtweise alle Einflussfaktoren möglichst lückenlos einbezogen werden. Die Standortbilanz bietet eine umfassende, für jedermann verständliche Kommunikationsplattform, über die sich alle wichtige Akteure wie Stadtverwaltung, Projektentwickler, Betreiber, Investoren, Einzelhändler, Dienstleister oder Bürgervertreter vernetzen können und die notwendigen Dialoge moderiert und nachvollziehbar transparent gemacht werden können.



Die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sind für ihre Event-, Zwischen- und Dauernutzungen oft gerade an solchen Arealen und Liegenschaften interessiert, die zwar ein ausgeprägtes urbanes Potential aufweisen, deren Verwertung nach rein marktwirtschaftlichen Kriterien jedoch Schwierigkeiten bereitet. Sich hierin ungeplant entfaltende Aktivitäten nutzen solche Möglichkeitsräume als Experimentier- und Erprobungsflächen. Idealerweise stehen dort wie sonst nirgendwo Einrichtungen wie beispielsweise Laderampen oder stützungsfreie Räume (Ausstellungen) zur Verfügung. Lange Zeit vernachlässigte Liegenschaften können in einen Prozess der Aufwertung überführt werden (Ladenleerstand in Erdgeschosszonen kann zum „trading-down“ mit negativer Abwärtsspirale führen). Nicht ganz uneigennützig spricht man aus Sicht der Standortentwicklung auch von jungen Kreativen als „Trüffelschweine“. Manchmal werden nämlich erst durch sie besondere Lagen und Qualitäten von Liegenschaften entdeckt. Weiterer Vorteil: Junge Kreative zählen zu den robusten Nutzergruppen, die oft bereit sind, auch Räumlichkeiten mit geringer baulicher, energetischer und ausstattungstechnischer Qualität in Kauf zu nehmen (wenn die anderen zuvor erwähnten Kriterien stimmen).

Vgl. hier ergänzend Jörg Becker: Standortanalyse Kultur- und Kreativwirtschaft – Wie kreativ ist der Standort ? ISBN 978-3-8391-2058-3: Es wäre verfehlt, die Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Augen eines Standortes lediglich als Imagefaktor zu sehen. Vielmehr ist die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein äußerst vielschichtiger Branchenkomplex mit einer fast unübersehbaren Anzahl unterschiedlicher Facetten zu sehen. Der Wettbewerb der Standorte wird härter, die Leistungen der Kulturwirtschaft zählen mittlerweile zu den anerkannten Standortfaktoren mit wirtschaftlichem Gewicht. Öffentliche Kulturförderungen werden als Zukunftsinvestitionen anerkannt.

Im Netz der Standortfaktoren dürfte dieser Bereich von seinem Image- und Unterhaltungswert her ohne Konkurrenz sein. Für den Standort geht es zum einen darum, welchen Stellenwert die Kreativwirtschaft insgesamt in Relation zu allen übrigen Standortfaktoren einnimmt, zum anderen darum, welchen Stellenwert ein bestimmter Wirtschaftszweig (Architektur, Software, Theater usw.) innerhalb der Kreativwirtschaft des Standortes einnimmt. Über die Ausgestaltung ihrer Planungshoheit entscheidet die Kommune mit über eine mögliche Standortwahl von Kulturschaffenden.

Nicht zuletzt beweist sich die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein Hort der Beschäftigungschancen für Dienstleister, Selbständige und Freiberufler. Da die Nachfrage trotz Krise nach künstlerischen und kreativen Inhalten steigt, haben wir es mit einer echten Wachstumsbranche zu tun, deren häufig projektabhängige vernetzte Arbeitsformen auch für andere Wirtschaftsbereiche geradezu Modellcharakter haben können.

- Kreativwirtschaft als eigener Bilanzierungsbereich
- Ein Markt im ständigen Wandel begriffen
- Mit welchen Schritten für einen Standort dessen Kreativwirtschaft transparent bilanziert werden kann
- Kreativwirtschaft-Prozessfaktoren identifizieren
- Kreativwirtschaft-Erfolgsfaktoren identifizieren
- Kreativwirtschaft-Humanfaktoren identifizieren
- Kreativwirtschaft-Strukturfaktoren identifizieren
- Kreativwirtschaft-Beziehungsfaktoren identifizieren
- Akteure so verschieden wie ihre Wertmaßstäbe
- Rahmengerüst in Frage kommender Bilanzpositionen
- Bilanz-Anzeigen für Kultur- und Kreativwirtschaft
- Ampel-Anzeigen
- Profil-Anzeigen
- Portfolio-Anzeigen
- Wirkungs-Anzeigen
- Potential-Anzeigen
- Kommune als Wegbereiter und Business Enabler für kreativwirtschaftliche Nutzungen
- Verschiedene Quartiere des Standortes, einzelne Standorte innerhalb einer Region gewichten
- Empfehlungen zur grundsätzlichen Vorgehensweise

Es geht darum, Funktionsweisen darzustellen und Grundlagen zu schaffen, auf denen der Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft seine eigenen Bilanzaufstellungen und –berichte erarbeiten könnte. Im Netz der Standortfaktoren dürfte dieser Bereich von seinem Image- und Unterhaltungswert her ohne Konkurrenz sein. Nicht zuletzt beweist sich die Kultur- und Kreativwirtschaft als ein Hort der Beschäftigungschancen für Dienstleister, Selbständige und Freiberufler. Da die Nachfrage trotz Krise nach künstlerischen und kreativen Inhalten steigt, haben wir es mit einer echten Wachstumsbranche zu tun, deren häufig projektabhängige vernetzte Arbeitsformen auch für andere Wirtschaftsbereiche geradezu Modellcharakter haben können. Kulturschaffende sind Auslöser für Standortentwicklungsprozesse. Sie wirken als Multiplikatoren und arbeiten vergleichbar mit einem Pflanzbewuchs auf nährstoffarmen Böden. In diesem Bild sind sie der Humus, den „nährstoffarme Standorte“ brauchen. Auf dem dadurch „veredelten“ Standort werden auch andere Pflanzen, sprich Wirtschaftszweige, überlebensfähiger. Das vorgestellte Instrumentarium bietet alle Möglichkeiten, die Brücke zwischen Bilanz des Standortes und Bilanz der Kreativwirtschaft durch jederzeitige und durchgängige Abstimmfähigkeit zu schaffen.