KREATIVES SACHSEN
Landesverband der Kultur und
Kreativwirtschaft Sachsen e.V.
Zietenstraße 2 A
09130 Chemnitz

WIR GESTALTEN DRESDEN
Branchenverband der Dresdner
Kultur- und Kreativwirtschaft e.V.
Kraftwerk Mitte 7
01067 Dresden

gefördert durch
das Amt für
Wirtschaftsförderung

Dresden.

WIR **GESTALTEN** DRESDEN

Machbarkeitsstudie Gründerzentren für die Dresdner Musik- und Digitalwirtschaft

INHALT

VORWORT 2

THEORIE 4

Definition wichtiger Standortfaktoren 6
Lage Lage Lage 7
Vorteile für die Städte 12

MUSIKWIRTSCHAFT 14

Bedeutung und Standortbestimmung 16
Hauptheмmnisse der Musikwirtschaft in Dresden 24
Branchenspezifische Bedarfe - der ideale Standort 32
Bestehenden Clustern der Branche 34
Identifikation weiterer Potentialstandorte 35

DIGITALWIRTSCHAFT 40

Was ist Digitalwirtschaft? 42
Cluster der Digitalwirtschaft in Dresden 45
Bedarfe & Haupthemmnisse der Digitalwirtschaft 47
Ein virtueller Clusterverband 56
Digitalwirtschaft in a nutshell 58

POTENTIALRÄUME 62

Organisatorische & rechtliche Umsetzung 64
Betreiberinstanz 64
Finanzierung 65
Serendipity-Effekt 66
Untersuchung geeigneter Standorte in Dresden 67
Musik-Cluster-Konzept 81
Raumbedarfe 83
Campus-Ansatz 83
Erläuterungen zur Planungsstudie 85
Organisatorische & rechtliche Umsetzung 90
Nutzungsverteilung 90
Kostenermittlung 91

LITERATURVERZEICHNIS & IMPRESSUM 92

VOR WORT

Liebe Leser:innen,
„Tradition“ – so lautet ein Sinnspruch, der lange Zeit Gustav Mahler zugeschrieben wurde - „ist nicht die Anbetung der Asche sondern die Weitergabe des Feuers“. Und auch wenn Mahler ihn wohl nie gesagt hat, trifft der Satz den Nagel auf den Kopf: Die Leidenschaft und der Wille zu permanenter Erneuerung hält Systeme lebendig, museale Herangehensweisen hingegen führen zu Erstarrung.
Die Begeisterungsfähigkeit und der Mut, vertraute Strukturen mit neuen Ideen zu paaren, sind nicht nur die essentiellen Triebfedern für große Kunst, sondern eben auch notwendige Bedingungen für erfolgreiches unternehmerisches Handeln – genauso wie für eine funktionierende Stadt. Es ist diese zentrale Erkenntnis, die (nicht nur) die Akteure des weiten Bereiches der Kultur- und Kreativwirtschaft eint. Insofern wirkt der Grundansatz dieser Studie, die Bedarfe von Musikschaffenden und die Herausforderungen der Digitalwirtschaft parallel zu führen, nur auf den ersten Blick befremdlich. Wir werden auf den folgenden Seiten sehen, dass die definitorischen Grenzen in der Praxis längst verschwimmen.
Klar ist auch: Wir alle stehen vor enormen Herausforderungen. Die globalen Themen, aber auch lokale Probleme machen es nötig, Vieles, das wir „immer schon so gemacht haben“ neu zu denken. Die Verkehrswende umzusetzen oder den Fachkräftemangel zu kompensieren wird genauso wenig gelingen, wie eine Lösung für die Verknappung des Raumes zu finden, wenn wir nicht bereit sind, neue Wege zu gehen. Die gute Nachricht ist – es ist alles schon da: Die Köpfe und Ideen sind in dieser Stadt vorhanden. Längst experimentieren Akteure mit neuen Raumnutzungsmodellen und Arbeitsstrukturen. Längst denken Menschen vieler Berufsfelder über die Grenzen ihrer „eigentlichen“ Kompetenzbereiche hinweg. Längst formieren sich zu vielen Themen neue Initiativen und Kooperationen. Die große Herausforderung jedoch bleibt, diese Potenziale tatsächlich zu nutzen; die experimentell erfolgreichen Konzepte auch wirklich „auf die Straße zu bringen“ und dabei auch diejenigen dafür zu begeistern, denen das Neue potenziell Angst macht. Wir sind überzeugt: es sind die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft, denen in diesen Prozessen eine Schlüsselrolle zufallen muss. Die große Frage ist: Ist Dresden bereit dafür? Können wir uns beispielsweise vorstellen, neben Handwerkerhöfen und Technologie-Gründerzentren auch ein Zentrum für Musikschaffende zu bauen? Schaffen wir es, flexible und bezahlbare Flächenmodelle für New-Work-Konzepte zu entwickeln? Oder gar einen „Cluster“ zu konzeptionieren, der Menschen aus verschiedensten Bereichen von Kunst, Technologie und Wissenschaft produktiv zusammenbringt um die Lösungen von morgen zu entwickeln? - Wir dürfen gespannt sein. Die folgenden Seiten sind als Ermutigung gedacht, diesen Weg weiter zu gehen.
„Anregen – Anstiften – Anstoßen“ lautet das Credo, das seit nunmehr 10 Jahren unser Verbandshandeln antreibt und das wir auch dank der Unterstützung durch die Landeshauptstadt Dresden in Projekten wie dieser Studie umsetzen können. Wir wünschen viel Vergnügen bei der Lektüre und freuen uns über konstruktives Mittun.

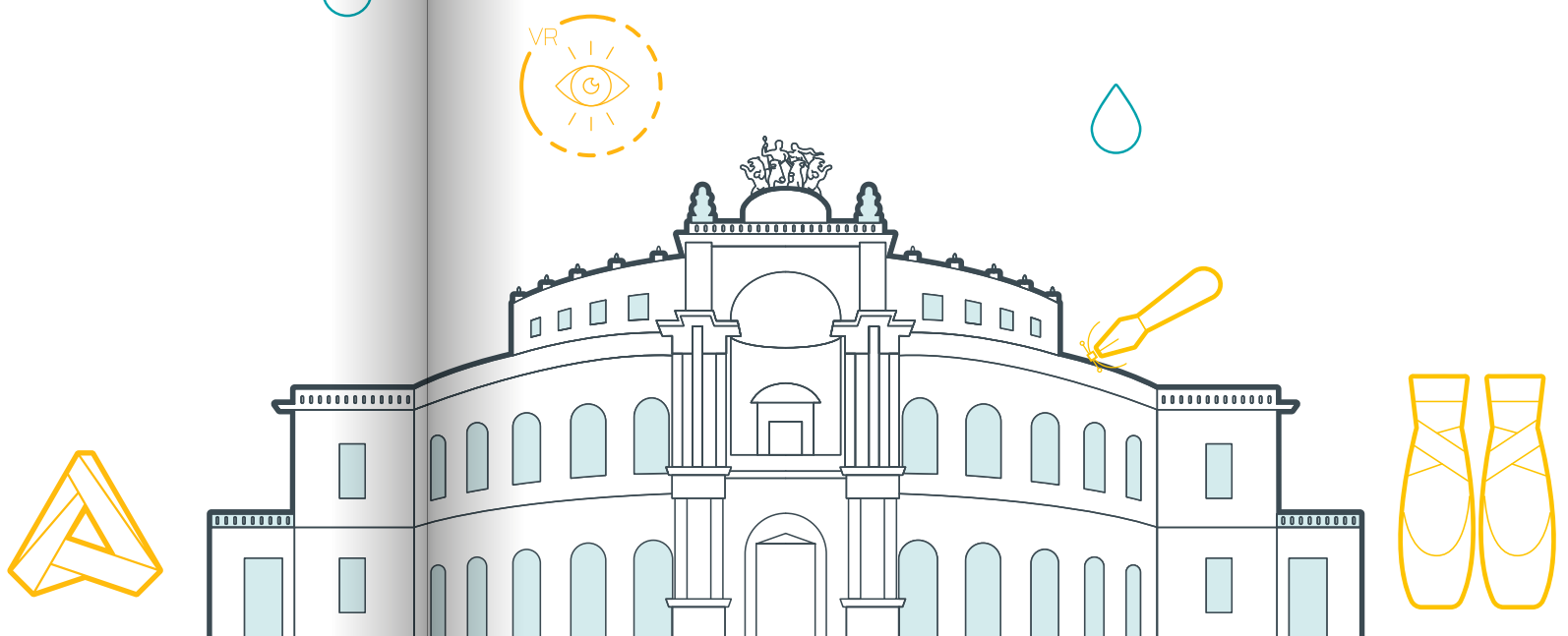
Bildet Banden. Ein alter Spruch neu gedacht.

Nils Burchartz
im Namen der Autor:innen

THEORETISCHE

BETRACHTUNGEN

Kreativzentren in Form von Hubs und Inkubatoren bereichern nicht nur die Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie bieten echte Standortvorteile für die Städte.



THEORETISCHE BETRACHTUNGEN

Definition wichtiger Standortfaktoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Zu Beginn der Machbarkeitsstudie zur Suche nach Räumlichkeiten für die Musik- und Digitalwirtschaft wurde zunächst die aktuelle Lage der Gewerbeflächen näher betrachtet. Dabei reicht es nicht aus, lediglich die verfügbaren Bürogebäude- und räumlichkeiten auszuwerten. Da es innerhalb der Studie um Nutzer:innen der Kultur- und Kreativwirtschaft geht, muss genauer analysiert werden, welche besonderen Anforderungen diese Gruppe von Mieter:innen an die Gebäude stellt.

In der Konzepterarbeitung zum Thema „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft“ wurde bereits festgestellt, dass die Kleinteiligkeit der Branche eine besonders flexible und innovative Arbeitsweise bedingt[1]. Daraus ergibt sich für die benötigten Standorte, dass die Akteur:innen “ein innenstadtnahes, durchmischtes Quartier mit guter Verkehrsanbindung und urbanem Flair” bevorzugen und neben “einer guten Internetverbindung [...] die Gestaltbarkeit von Räumen” benötigen[2]. Letzteres ist deshalb von Bedeutung, weil die Nutzer:innen so selbst die Bedingungen schaffen, um ein optimales Zusammenwirken mit anderen Akteur:innen zu ermöglichen. Sie werden zu Raumpionieren, die sich Flächen aneignen, ihre Nutzbarkeit steigern und so zur Attraktivitätssteigerung dieser und des ganzen Quartiers beitragen. Die Landeshauptstadt Dresden trägt dieser Katalysator-Funktion durch die Kreativraumförderung bereits seit vielen Jahren Rechnung.

Ein weiterer besonderer Faktor für Kreativstandorte: der interdisziplinäre Austausch[3]. Gerade die Möglichkeiten der Verknüpfung mit anderen Arbeitswelten innerhalb eines Standortes machen bspw. Coworking-Spaces für diese Branche so interessant und wertvoll. Bachinger et al. haben die Wichtigkeit der Standortfaktoren für den Unternehmenserfolg bei Kreativwirtschaftsunternehmen abgefragt. Hier sagten 65 %, dass die “räumliche Nähe zu Kooperationspartner:innen und Netzwerken” wichtig für ihren Erfolg sei[4]. Und auch der

1 Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 20). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft“. Landkreis Zwickau.
2 ebd., S. 21
3 ebd., S. 6
4 Bachinger, K., Dörflinger, A., Eidenberger, J., Gavac, K., & Hölzl, K. (2013, S. 76). Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht - Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor (p. 175). Wien: Creativ Wirtschaft Austria.

Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. konnte in der eigenen Befragung feststellen, dass über 77 % eine “Vernetzung mit anderen Akteur:innen der Kreativbranche” als sehr wichtigen bzw. wichtigen Standortfaktor benennen[5].

Zu den harten Standortfaktoren, die in verschiedenen Studien ermittelt wurden, gehören zudem bezahlbaren Mieten[6][7]. Viele Mieter:innen solcher Kreativzentren befinden sich am Anfang ihres Unternehmens. Neben Start-ups sind es zudem oft Selbstständige, die diese Standorte bevorzugt nutzen. Hohe Mietausgaben sind für die meisten der dort ansässigen Parteien zumindest in den Anfangsjahren schwer finanzierbar.

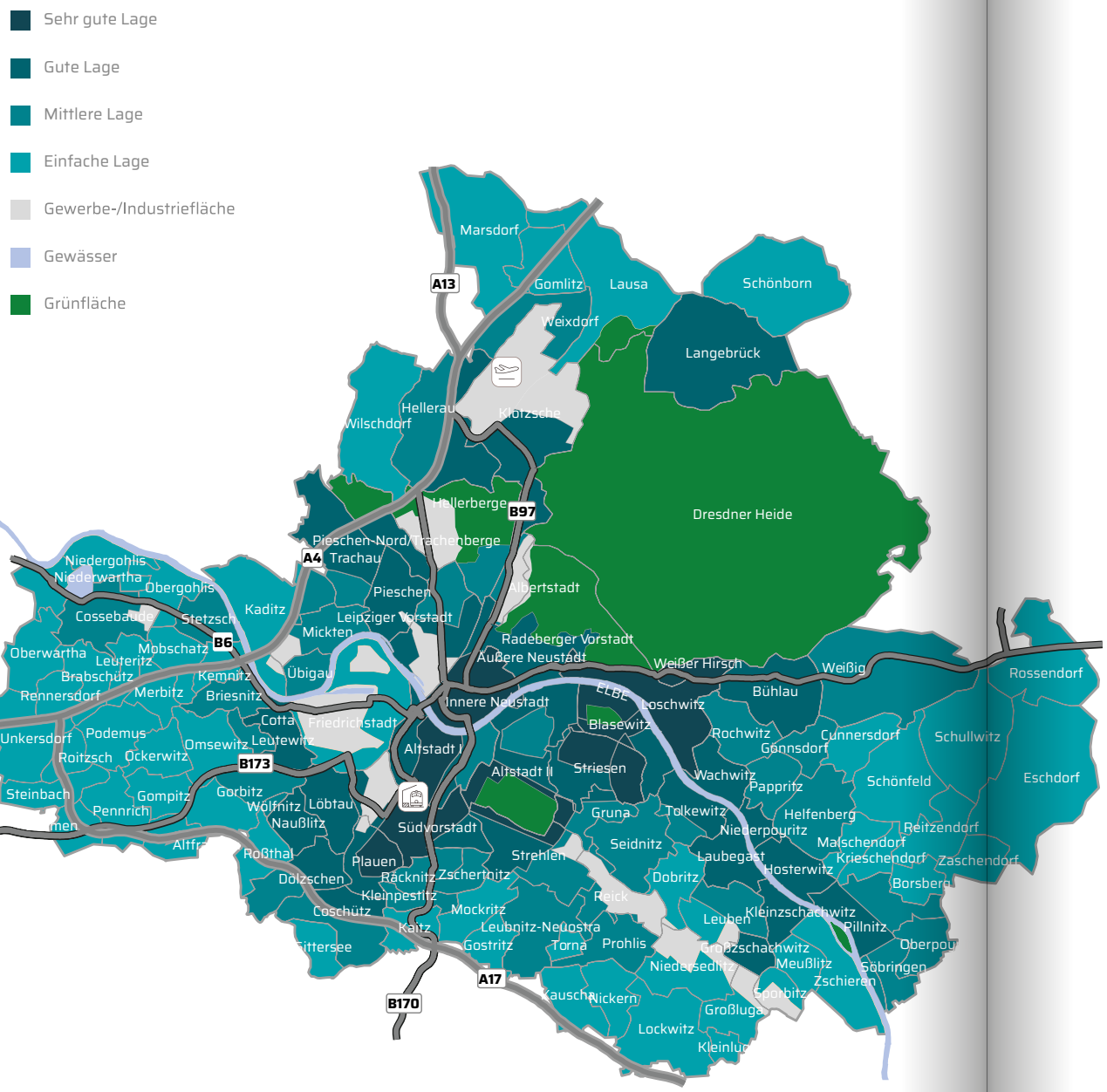
Lage Lage Lage

Aus den Untersuchungen und eigenen Betrachtungen geht hervor, dass Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft besondere Bedarfe hinsichtlich ihrer Arbeitswelten haben. Betrachtet man nun die verfügbaren Gewerbeflächen, so kann festgestellt werden, “dass sich in den Großstädten Deutschlands mehrheitlich eine Raumknappheit im Bereich der bezahlbaren Wohn-, Büro- und Gewerbeflächen entwickelt”[8]. So heißt es im Marktreport 2021/2022 von Engel & Völkers:

“Insgesamt macht sich auf dem Markt für Wohn- und Geschäftshäuser in Sachsen [...] zunehmend eine Angebotsknappheit bemerkbar. Die Kaufpreise von Anlageobjekten sind vor allem in Dresden [...] in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Zinshäuser in Dresden und Leipzig werden inzwischen stadtteilunabhängig nachgefragt, was sich in steigenden Transaktionsvolumen niederschlägt. So wurden auf dem Dresdner Markt für Wohn- und Geschäftshäuser im Jahr 2020 Objekte im Wert von über 1,2 Mrd. EUR gehandelt, was nahezu eine Verdopplung gegenüber dem Vorjahr und damit ein Rekordergebnis darstellt. Ein zukünftiger Rückgang der Nachfrage nach Anlageobjekten zeichnet sich nach wie vor nicht ab.”[9]

5 Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 57). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft“. Landkreis Zwickau.
6 Arndt, O., Freitag, K., & Rautenberg, R. (2011, S. 50). Kultur- und Kreativwirtschaft in Dresden Potenziale und Handlungsmöglichkeiten. Dresden: Landeshauptstadt Dresden.
7 Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 56). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft“. Landkreis Zwickau.
8 ebd., S. 3
9 Engel & Völkers Commercial GmbH (2021, S. 8). Wohn- und Geschäftshäuser, Marktreport 2021/2022, Dresden / Leipzig / Halle (Saale) / Chemnitz / Zwickau.

Zieht man zu dieser allgemeinen Beobachtung die Ergebnisse der Bedarfe Kreativschaffender hinzu, zeigt sich außerdem, dass gerade in den zentralen Bereichen mit guter ÖPNV-Anbindung die Mieten stetig steigen:



Engel & Völkers Commercial GmbH (2021, S. 9)

		2019	2020	2021	Prognose
Faktor		22,0 – 31,0	23,0 – 33,0	26,0 – 35,0	→
		20,0 – 27,0	21,0 – 28,0	23,0 – 31,0	→
		17,0 – 25,0	18,0 – 26,0	20,0 – 28,0	→
		16,0 – 23,0	17,0 – 24,0	18,0 – 26,0	→
EUR/m²		1.900 – 3.300	2.000 – 3.300	2.350 – 3.500	→
		1.500 – 2.700	1.700 – 2.700	2.000 – 2.800	→
		1.300 – 2.100	1.400 – 2.150	1.600 – 2.400	→
		1.000 – 1.750	1.000 – 1.900	1.500 – 2.200	→

Die IHK Dresden gibt für Büroflächen mit gutem Nutzwert einen Quadratmeterpreis von 9,50 EUR an. In Toplagen sind es für die Objekte bereits 13,50 EUR pro Quadratmeter[10]. Tendenz insgesamt steigend. Zusätzlich zeigen Untersuchungen wie die des Landesverbandes der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V., dass auch klein- und mittelstädtisch geprägte Umgebungen oder gar ländliche Lagen aktuell noch keine Alternative für die Kulturschaffenden bieten[11]. Vor allem die verkehrstechnische Infrastruktur ist hier ein Faktor, der die benötigte Mobilität der Branche nicht ausreichend bedient[12].

In den vergangen Jahren lässt sich jedoch eine wachsende Wanderungsbewegung der Akteure an die Peripherie beziehungsweise ins Umland beobachten, da sich die Grenzkosten für längere Fahrtwege und damit höhere Mobilitätskosten in anbetracht steigender Mieten stetig verschieben. Hinzu kommen weitere Standortfaktoren (hier vor allem die politisch/gesellschaftliche Gesamtwetterlage um Stichworte wie Pegida und AfD). Die Abwanderung erfolgreicher Unternehmen der Kreativwirtschaft, egal ob Musikwirtschaft (siehe Beispiele in folgenden Kapitel), Designwirtschaft (z. B. Westosteron, Green City Solutions) oder Digitalwirtschaft, muss hier als warnendes Signal aufgefasst werden, dem es durch kluge Maßnahmen zu begegnen gilt.

10 Industrie- und Handelskammer Dresden (2019, S. 8). Gewerbemieten im Kammerbezirk Dresden, Büros | Lagerflächen | Läden | Praxen | Werkstätten
11 ebd., S. 66
12 ebd.

Alte Gebäude – neue Räume

Sucht man für die aktuell schwierige Lage hinsichtlich der verfügbaren Räume nach Lösungen, stößt man schnell auf den Fakt, dass die "Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft […] selbst als Raumpioniere geeignet" sind, um sich passende Umgebungen zu schaffen[13]. So finden sich viele Beispiele dafür, dass "ehemals genutzte Gebäude und Flächen für neue Nutzungsformen" erschlossen werden[14]. Leerstehende Industriegebäude können so revitalisiert werden und gelten als ideale Standorte für besonders raumintensive Nutzungen durch die Kreativakteure[15]. Beispiele außerhalb Dresdens sind das Tapetenwerk in Leipzig und der C-HUB in Mannheim[16]. Beide Standorte werden als Büroflächen genutzt und halten als "Inkubator für Start-Ups aus der Kultur- und Kreativwirtschaft neben den Arbeitsräumen auch ein umfangreiches Instrumentarium an Unterstützungsleistungen" vor[17]. Diese besondere Form der Bürogemeinschaft taucht laut dem Creative Hubs Barometer 2017 seit den letzten 5 Jahren immer häufiger auf[18]. Schaut man sich genauer an, was sich hinter dem Begriff Hub verbirgt, wird direkt deutlich, wie passgenau ein solches Angebot auf die Bedarfe der Kreativschaffenden zugeschnitten ist:

"Hubs have mostly focused their activities on providing the essential set-up for early-stage projects to evolve, basically consisting of an office/desk, some form of capacitation and a community." European Creative Hubs Network (2018, S. 8)

Das European Creative Hubs Network schätzt die aktuelle Lage so ein, dass die Nachfrage nach Organisationen wie creative hubs und ihren Services noch deutlich weiter ansteigen wird[19]. Auch in Dresden tauchen vermehrt Zentren auf, die sich den Austausch und die Bereitstellung von passenden Umgebunden für Kreative zur Aufgabe gemacht haben. Gleichzeitig sind eben diese Zentren stets von sich verändernden Standortfaktoren bedroht.

13 Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 3). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft". Landkreis Zwickau.
14 ebd.
15 Klaus, P. (2011, S. 191). Die Bedeutung von Kultur- und Kreativwirtschaft in ehemaligen Industriearealen. In Reicher, C., Heider, K., Schlickewei, S., Schröter, S. & Waldmüller, J. (Hrsg.), Kreativwirtschaft und Stadt: Konzepte und Handlungsansätze zur Stadtentwicklung S. 191-202). Dortmund: Institut für Raumplanung.
16 Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 31). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft". Landkreis Zwickau.
17 ebd.
18 European Creative Hubs Network (2018, S. 7). CREATIVE HUBS BAROMETER 2017 – Capturing the profile a. evolution of creative hubs in Europe.
19 ebd., S. 18

Hubs als Inkubatoren für Kreativschaffende

"Hubs are an interesting way of collective working, shared resources and networking, particularly for a growing freelancer community"[20]. Diese Form der Bürogemeinschaft ist demnach eine organisierte Lösung für die ökonomischen und sozialen Probleme, die für Kreativschaffende bei der Suche nach eigenen Räumlichkeiten entstehen. Sie bieten eine selbst getragene, wirtschaftlich eigenständige und trotzdem für die Akteure erschwingliche Lösung, um für diese kleinteilige und vielfältige Branche trotz widriger Marktlage und Raumknappheit ein Angebot zu schaffen. Es stellt sich hier die Frage, wie solche Netzwerke aufgebaut sein sollten und was dabei beachtet werden muss. Zunächst einmal muss der Hub bzw. das Kreativzentrum durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten (Arbeitsplätze, Büroflächen) und Infrastruktur den Freiberuflern den Einstieg in den unternehmerischen Alltag erleichtert. An dieser Stelle endet das Prinzip eines Hubs jedoch nicht. Darüber hinaus werden durch direktes Peer-Learning die Rahmenbedingung geschaffen, damit Gründer:innen und Selbstständige die notwendigen Grundlagen unternehmerischen Handelns erlangen. Durch die entstehende Community können sich die Mieter:innen in einem kreativen, innovativen Umfeld auf das eigene unternehmerische Handeln fokussieren und sich mit Gleichgesinnten vernetzen und austauschen. Dabei geht es vor allem um die Hilfe zur Selbsthilfe. In dem das Angebot aller Mieter:innen innerhalb des Hubs offensiv kommuniziert wird, entstehen Austausch und Vernetzung innerhalb des Zentrums fast von allein. Viel wichtiger ist jedoch, dass diese Hubs zum Teil das Vermietungsrisiko vergemeinschaften, lästige organisatorische und technische Rahmenbedingungen für die gesamte Community stellen und durch die Akkumulation von Flächen auch selbstbewusster gegenüber der Vermieter-/Eigentümerseite auftreten können. Das immanente Risiko des Raumverlustes, sei es durch eine nicht gezahlte Miete bei temporär auftretenden Liquiditätsengpässen, oder als Opfer einer gewinnmaximierenden Wiedervermietung, wird dadurch geringer. Gleichzeitig kann notwendige Infrastruktur (Technik, Raum, Ausstattung) gemeinschaftlich genutzt werden, wodurch sich wirtschaftliche Vorteile ergeben, die die Raumkosten des einzelnen Kreativ-Unternehmens reduzieren. Die Leistungen der Betreiber gehen hier also über die reine Vermietung hinaus. Für die Einrichtung eines Hubs müssen ein umfangreiches Beratungsknowhow, betriebswirtschaftliche Grundlagen, Kenntnisse der Fördermittellandschaft sowie Methodenkenntnisse gegeben sein. Außerdem muss vor der

20 European Creative Hubs Network (2018, S. 7). CREATIVE HUBS BAROMETER 2017 – Capturing the profile a. evolution of creative hubs throughout Europe.

Einrichtung untersucht werden, welche Gebäude sich als Standort eignen und welche nicht. Es kommen also auch Erfahrungswerte im Bereich der Immobilien-Landschaft als Voraussetzung hinzu. Nach welchen Bewertungskriterien hier vorgegangen werden kann und muss, können vor allem Branchenexperten bewerten. Der Landesverband unterscheidet in seiner Untersuchung bspw. nach Gebäudekriterien und Umfeldkriterien:

Gebäudekriterien	Umfeldkriterien
• Lage	• Umfeld allgemein
• Gebäudezustand	• Verkehrsanbindung
• Ursprüngliche Nutzung	• Internetverfügbarkeit
• Derzeitige Nutzung	• Angebote in der Nähe
• Art des Gebäudes	• Nähe zu anderen Untern.

Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 35)

Zentren wie diese könnten die Kultur- und Kreativwirtschaft stärken, indem sie eine lokale Gemeinschaft von Experten zusammenbringen. Um das zu erreichen, müssen kreative Hub-Manager und politische Akteure gemeinsam an einem Strang ziehen. Denn aus den Kreativzentren ergeben sich auch Vorteile für die Gemeinden und Städte innerhalb derer sie betrieben werden. Insgesamt lässt sich festhalten:

"As a recent phenomenon, Creative Hubs are still establishing their positioning in the wider economic, social and cultural setting. They are nonetheless change (and changing) agents in what is still an atomised sector, that requires careful and precise support." European Creative Hubs Network (2018, S. 22)

Vorteile für die Städte

Aus den bisherigen Untersuchungen ergibt sich, dass die Kreativzentren in Form von Hubs und Inkubatoren nicht nur die Kulturwirtschaft bereichern. Die Städte selbst profitieren von solchen Einrichtungen. Ein erster Effekt, der hier zu nennen ist, ist die Chance zur Revitalisierung von brachen Flächen. So können bspw. historische Gebäude und industriekulturelles Erbe erhalten werden. Die Hubs leisten so einen identitätsstiftenden Beitrag für die Stadt[21]. Unabhängig davon, welche Flächen für die Hubs am Ende genutzt werden, wirken kreative Zentren als Magnet für innovationstreibende Zielgruppen. Diese

21 Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017, S. 15). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft". Landkreis Zwickau.

schätzen den Wissensaustausch und reichern durch gemeinsame Kooperationen die Fähigkeiten innerhalb der Zentren an. So entstehen neue Innovationen und sogar Märkte, die ihrerseits die Städte für Unternehmen und Branchenakteure attraktiver machen.

"Such a milieu is a physical setting where a critical mass of entrepreneurs, intellectuals, social activists, artists, administrators, power brokers or students can operate in an open-minded, cosmopolitan context and where face-to-face interaction creates new ideas, artefacts, products, services and institutions and, as a consequence, contributes to economic success."

Landry, 2006, zitiert nach Reicher, C., Heider, K., Schlickewei, S., Schröter, S. & Waldmüller, J. (2011, S. 45).

In der vorgenannten Untersuchung wurde genau aufgeschlüsselt, welche Vorteile ein Hub für die Stadtentwicklung mit sich bringt:

Stadt	Stadtteil / Quartier	Liegenschaft
• Wertschöpfung	• Urbanität	• Erhaltung & Sanierung
• Steuereinnahmen	• Revitalisierungsimpulse	• Nutzung der Immobilie durch robuste Nutzer
• Imagegewinn	• Ansiedlung von Komplementärnutzungen	• Nachfragesteigerung & neue Nutzergruppen
• Außenwahrnehmung	• Steigerung von Wahrnehmung & Image	• bessere Vermarktungschancen
• weicher Standortfaktor	• Aufwertung / Gentrifizierung	• höhere (wahrgenommene) Sicherheit
	• Kooperative & partizipative Strukturen	

Auch der Creative Hub Report stellt abschließend fest, dass politische Akteure solche Programme zunehmend unterstützen und fördern sollten, da sie einen positiven Einfluss auf die Stadtentwicklung haben.[22]

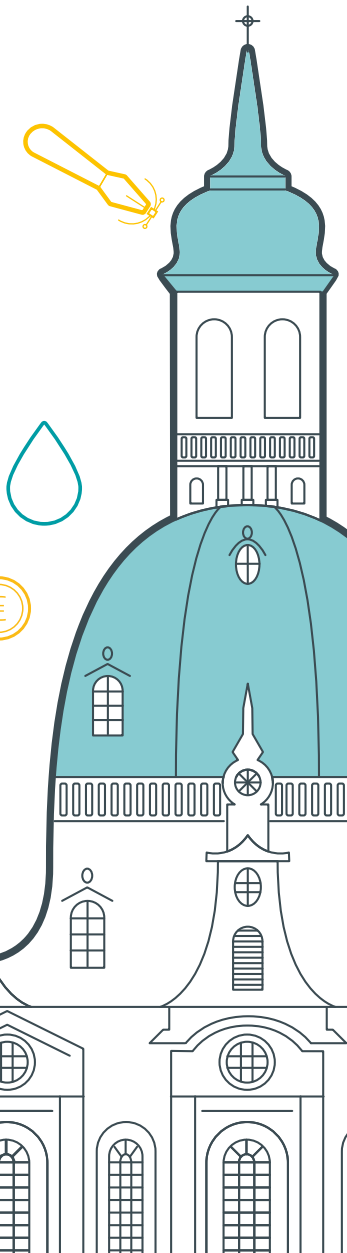
Die Musik- und Digitalwirtschaft

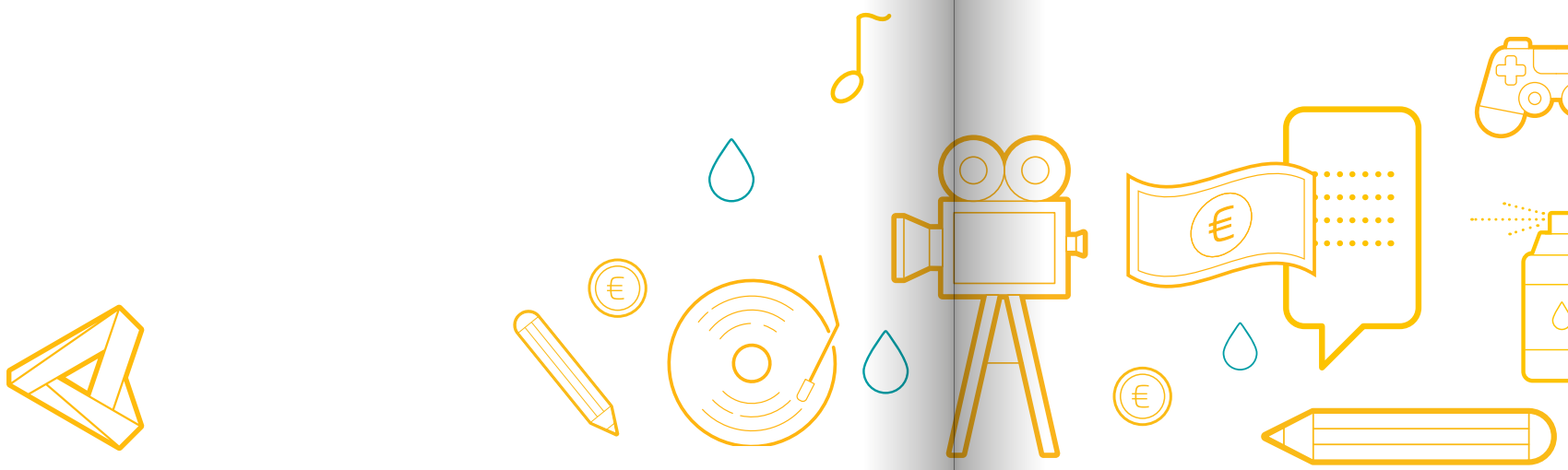
Die bisherigen Betrachtungen zeichnen ein allgemeines Bild für ganz Sachsen. Im Folgenden wird speziell der Dresdner Raum im Hinblick auf die beiden Zweige Musik- und Digitalwirtschaft untersucht. Die Machbarkeitsstudie soll so einen umfassenden Einblick in die aktuelle Situation geben.

22 European Creative Hubs Network (2018, S. 23). CREATIVE HUBS BAROMETER 2017 – Capturing the profile and evolution of creative hubs in Europe.

Obwohl die Musikwirtschaft eine Spitzenposition unter den Medienmärkten einnimmt, wird sie bislang in ihrer gesamtwirtschaftlichen Bedeutung zu wenig wahrgenommen.

MUSIK WIRTSCHAFT





DIE MUSIKWIRTSCHAFT IN DRESDEN

Bedeutung und Standortbestimmung

Dresden, 15. Dezember 2024. Eine im deutschsprachigen Raum sehr erfolgreiche Künstlerin hat auf ihrer Tour ein Konzert in Dresden. Am darauf folgenden Off-Day besucht sie den neuen Musikwirtschafts-Cluster, von dem sie gerade erst in der Wochenzeitung "DIE ZEIT" gelesen hat. Vorbei an roten Teilauto-Bussen betritt sie das Foyer, in dem gemütliche Couches und Sitzgruppen zum Verweilen einladen. An der Bar des hauseigenen Cafes unterhält sich gerade eine Bookerin mit einem Lichttechniker über ihre Lieblingsclubs in Hamburg. Sie läuft weiter, vorbei an Büros von Indie Labels, Managements und Merchandise-Vertrieben, bis sie zur Tür eines 200 Quadratmeter großen Saals kommt, die zufällig offensteht. Darin werden gerade Vorbereitungen für die Videoproduktion einer Band getroffen. Hochwertige Mikrofone stehen bereits an gut ausgeleuchteten Instrumenten, große Fernsehkameras suchen unter fachkundigen Händen den besten Bildausschnitt. Während sie das Gebäude weiter erkundet, kommt sie nach einigen Begegnungen mit probenden Künstler:innen zurück zum Foyer, wo sie die Tür zum Instrumente-Shop entdeckt und das erste Mal in ihrem Leben eine sächsische Zither ausprobiert. Zwei Dinge sind ihr dabei klar geworden: An diesem inspirierenden Ort wird sie ihr nächstes Musikvideo drehen und in diesem wird eine Zither vorkommen…

So oder so ähnlich könnte ein Rundgang aussehen durch Dresdens neuen Musikwirtschafts-Cluster, für den im folgenden ein genaueres Machbarkeitskonzept dargelegt werden soll. Freilich - es liegt eine gewisse Ironie in der Tatsache, dass die Niederschrift dieses Förderkonzeptes für die Dresdner Musikwirtschaft zusammenfällt mit einer für die Branche eher düsteren Epoche. Denn die verschiedenen Wellen der Coronapandemie führten mehrfach zum völligen Erliegen der veranstaltenden Gewerke und versetzten somit eine ganze Branche in eine zermürbende Paralyse.
Gesteigert wird der ironische Aspekt durch die Tatsache, dass erst dieser Stillstand vor Augen geführt hat, wie groß die wirtschaftliche Relevanz und die enormen Interdependenzen des Ökosystems Musikwirtschaft tatsächlich sind. Denn das gigantische Reallabor der Pandemie machte durch seine erzwungene Versuchsanordnung sichtbar, welche Ausfälle zu verzeichnen sind, wenn dieses weitverzweigte Beziehungsgeflecht an seiner Basis unterminiert wird. Schlaglichtartig wurde klar, dass der Schaden, der durch die massiven Einschränkungen des Musikbetriebs angerichtet wird, keineswegs auf diesen scheinbar engen Branchenbereich begrenzt bleibt. Zwar waren es anfangs in der Tat nur die im engen Sinne kreativ Tätigen, die Musiker:innen, Performer:innen und Musikpädagog:innen und deren unmittelbares Umfeld, denen von einem auf den anderen Tag ihre Lebensgrundlage in Form von Engagements, Konzerten, Workshops und Veranstaltungen wegbrach. Doch dann kollabierte in kurzer serieller Versetzung eine ganze „Nahrungskette", die weit über den engen Kreis der Musikschaffenden hinausreichte: Vom Lockdown betroffen waren Veranstalter:innen, Technik-Verleiher:innen und Ticketagenturen genauso wie Verlage, Kulturmagazine oder Grafikdesigner, die für diese Künstler:innen arbeiten. Spürbar waren die Schockwellen auch in der Tourismus-Branche - immerhin gehört Dresden zu den Top 5 der wichtigsten deutschen Musiktourismus-Städte[1] und selbst vor dem massentauglichsten und identitätsstiftendsten Kulturgut der Deutschen machten die pandemieinduzierten Schockwellen nicht halt: Ganze Produktionschargen Fassbier erreichten durch den Wegfall der großen Musikveranstaltungen und Festivals ihr Verfallsdatum vor ihrer Auslieferung und mussten (nicht nur) von den Dresdner Brauereien in den Ausguss geschüttet werden[2].
Hätte es eines Beweises bedurft, dass das Phänomen Musik eben nicht nur ein fakultatives Kulturgut, ein Nice-to-have ist, sondern dass diesem Phänomen tatsächlich beträchtliche wirtschaftliche Bedeutung zukommt – das Virus hätte mit seiner neuen Versuchsanordnung diesen Beweis erbracht und eine funktionierende Musikszene als notwendige Bedingung für ein sehr ausgedehntes wirtschaftliches Ökotop identifiziert. Klar ist jedoch: es hätte dieses Beweises eigentlich nicht bedurft. Für Kenner der nicht-institutionellen Dresdner Musiklandschaft war in den letzten Jahren und Jahrzehnten eine durchaus beeindruckende Dynamik erkennbar. „Abseits der großen Zentren der Musikwirtschaft Berlin und Hamburg" so konstatierte bereits der erste Kulturwirtschaftsbericht des Freistaats Sachsen im Jahr 2008 „hat sich in Sachsen seit der Wende eine starke Independent-Musik-Szene entwickelt."[3] Diese gewiss nicht ganz unprätentiös wirkende Einschätzung wurde allerdings ohrenfällig sekundiert vom enormen Erfolg der sächsischen Bands Die Prinzen[4] (Leipzig), Silbermond[5]

In Dresden hat sich seit der Wende eine starke Independent-Musik-Szene und damit ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor entwickelt. Diesem mangelt es jedoch noch immer an politischer Sichtbarkeit

1 Musikwirtschaft in Deutschland. Seufert et.al. (2015)
2 https://www.saechsische.de/wirtschaft/wenn-das-bier-im-gully-landet-lockdown-corona-5376128.html
3 Erster Kulturwirtschaftsbericht des Freistaats Sachsen, Söndermann et al. 2008, S. 79
4 https://www.dieprinzen.de/
5 https://www.silbermond.de/

(Bautzen), Polarkreis 18[6] (Dresden) und Kraftklub[7] (Chemnitz). Seither reißt die Reihe erfolgreicher Dresdner Kreativer in den verschiedensten Nischen des Musikbereichs nicht ab, wobei sich nicht nur eine große Bandbreite, sondern auch eine immense Originalität, ein großer Drang, Neuartiges zu schaffen und über Grenzen hinwegzugehen, offenbart.

Mit Sven Helbig[8] hat Dresden einen überaus erfolgreichen Grenzgänger zwischen Klassik und Pop, der in seinen Kooperationen mit den Pet Shop Boys oder Rammstein genauso erfolgreich ist, wie mit seinen orchestralen Werken. Woods of Birnham[9] um den Schauspieler Christian Friedel gelingt mit ihren Inszenierungen die Synthese von Pop und Theater. Die Banda Comunale[10] spielt mit ihrer multinationalen Besetzung zum 30. Tag der Deutschen Einheit vor dem Brandenburger Tor. Loop Motor[11] und Konrad Küchenmeister[12] touren auf allen Kontinenten und verbinden immenses musikalisches Talent mit virtuosem Einsatz von Loopstations. Djs wie Eskei83[13] oder Purple Disco Machine[14] feiern mit ihren Produktionen und Remixes internationale Erfolge. Bands wie Ätna[15] oder auch Letzte Instanz[16] sind mit ihren individuellen Soundkreationen unverkennbar, Moritz Simon Geist[17] begeistert sein Publikum weltweit mit selbstdesignten Techno-Robotern, die junge Rapcrew 01099[18] starten mit beeindruckenden Clickzahlen auf diversen Online-Kanälen. Die Liste ließe sich fortsetzen und erhebt keinen Anspruch auf auch nur annähernde Vollständigkeit oder Repräsentativität. Szenekenner schätzen, dass sich bis zu 800 Bands in den Proberäumen der Stadt tummeln; eine plausible Zahl, wenn man bedenkt, dass rein statistisch gesehen knapp 85.000 Menschen in Dresden mindestens ein Musikinstrument spielen.[19]

Diese Akteure bilden auch in Dresden den Ausgangspunkt eines großen musikwirtschaftlichen Komplexes, wie er in folgender Darstellung veranschaulicht wird. Maßgeblich zum Erfolg der Kreativen tragen **Management- und Bookingagenturen** wie Kumpels&Friends[20] oder Dynamite[21] bei. Virtuose Vibes[22], Ballroom Studios[23], die Castle Studios[24] und andere **Tonstudios** ermöglichen professionelle Musikproduktionen. Mit unvanny valley[25], etui records[26] u.a. verfügt Dresden über höchst engagierte **Labels**, v.a. im elektonischen Bereich.

Große und kleine **Live-Spielstätten** und Musikclubs wie der Alte Schlachthof[27], die Groovestation[28], die Tante Ju[29], die Scheune[30], das Ostpol[31], der Jazzclub Tonne[32] und das BlueNote[33] sorgen für ein anspruchsvoll und facettenreich kuratiertes Konzertangebot. Etliche Auszeichnungen Dresdner Clubs mit dem Spielstättenprogrammpreis[34] der Bundesregierung geben Zeugnis hiervon; das objekt klein a[35] wird von einem einschlägigen Magazin zum zweitbeliebtesten Club Deutschlands gewählt[36]. Der Ausdruck des gemeinsamen Selbstbewusstseins und die Intention zur besseren Koordination führt zum Zusammenschluss der Dresdner Clubs im Klubnetz e.V..[37]

Zu den großen **Konzertveranstaltern** wie Aust Konzerte[38] und Landstreicher[39] gesellen sich etliche kleinere Agenturen wie SAX Konzerte[40] und Sunset Mission[41]. Mit dem DAVE e.V.[42] gibt sich die elektronische Musikszene einen schlagkräftigen **Dachverband** und veranstaltet jährlich ein Festival, das schnell zu einem Alleinstellungsmerkmal für die Stadt avanciert.

Von der Tätigkeit den Veranstaltungswirtschaft profitieren **Technikverleiher** wie Stöver Veranstaltungstechnik.[43] Überregionale Konzerttourneen werden von **Transportunternehmen** wie Tourbusse Wendt[44]

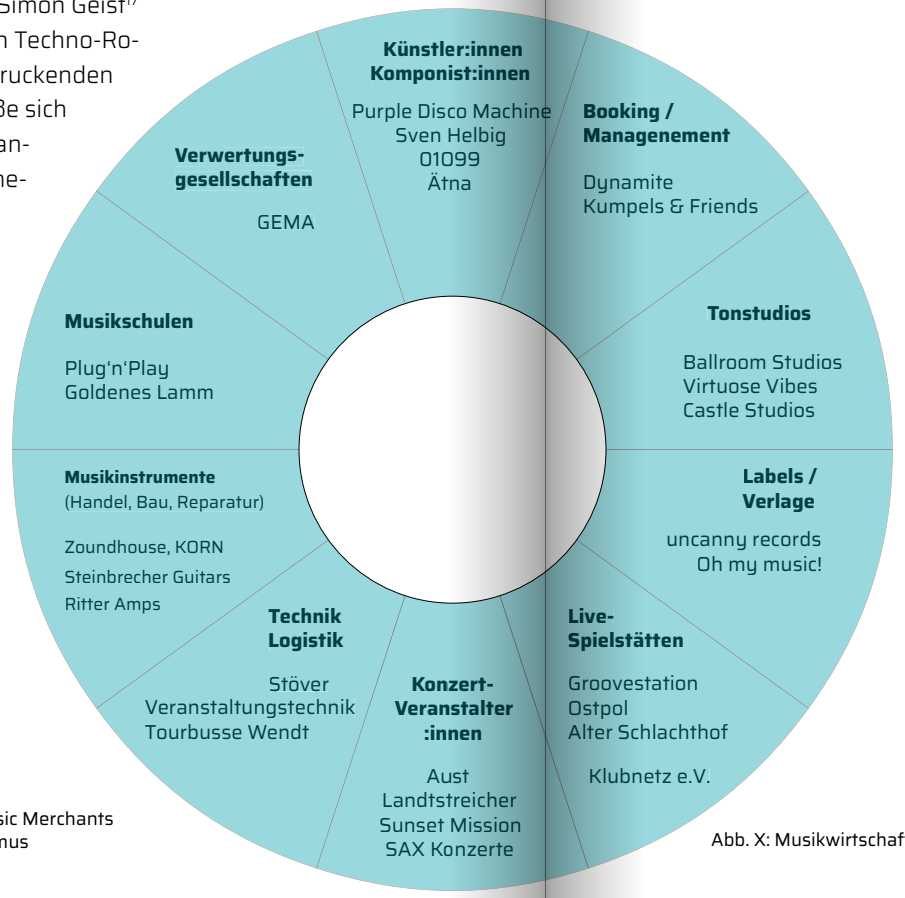


Abb. X: Musikwirtschaft in Dresden

6 http://www.polarkreis18.de/
7 https://www.kraftklub.to/
8 https://www.svenhelbig.com/
9 https://woodsofbirnam.com/
10 https://www.bandacomunale.de/
11 https://de-de.facebook.com/loopmotor/posts/
12 https://www.konrad-kuechenmeister.de/
13 https://www.eskei83.com
14 https://www.purplediscomachine.com/
15 https://atnaofficial.com/
16 https://www.letzte-instanz.de/
17 https://www.moritzsimongeist.com/
18 https://www.instagram.com/official01099/
19 vgl. MUSIZIERATLAS DEUTSCHLAND der Society of Music Merchants https://www.somm.eu/instrumentales-musizieren-undmus

20 https://www.kumpelsandfriends.com/
21 https://dynamitekonzerte.com/
22 https://virtuose-vibes.de/
23 https://www.ballroomstudios.de/
24 https://castle-studios.com/de/
25 https://www.uncannyvalley.de/
26 https://www.etui-records.de/
27 https://www.alter-schlachthof.de/
28 https://www.groovestation.de/
29 https://www.liveclub-dresden.de/
30 https://scheune.org/
31 https://ost-pol.de/
32 https://www.jazzclubtonne.de/de/
33 https://www.jazzdepartment.com/
34 https://www.initiative-musik.de/doku/
35 https://objektkleina.com/
36 https://groove.de/2020/01/09/groove-leserinnenpoll-2019-eure-lieblinge/
37 https://klubnetzdresden.de/
38 https://www.aust-konzerte.com/
39 https://www.landstreicher-konzerte.de/
40 https://www.cybersax.de/shop/index.php
41 https://www.sunsetmission.de/
42 https://www.dave-festival.de/
43 https://www.stoeverinfo.de
44 https://tourbussewendt.de/

ermöglicht. **Instrumentenbauer** wie Steinbrecher Guitars[45] oder Ritter Amps[46] erreichen ihre Kunden mit hochspezialisierten Produkten. Das Dresdner Zoundhouse[47] gilt als Sachsens größtes Musikgeschäft und wird ergänzt durch etliche z.T. spezialisierte **Instrumentenhändler**. **Spezialwerkstätten** kümmern sich um Reparaturen von Instrumenten, so beispielsweise die Triole[48] (Blasinstrumente), electric wood[49] (Gitarren) oder der Drum Doktor[50]. Mit Volume11[51] besteht ein **Proberaum-Unternehmen** in Dresden, das für seine „shared-room"-Konzepte als Kultur- und Kreativpilot Deutschland ausgezeichnet wird. Oh my music![52] geht als **Musikverlag** an den Start und vertritt die Rechte von über 50 überwiegend Dresdner Musikschaffenden. Dresdner Musiker:innen gründen **Musikschulen** wie Plug'n'play[53] oder Goldenes Lamm[54], die sich trotz des subventionierten und streng genommen marktverzerrend agierenden Heinrich Schütz Konservatoriums erfolgreich positionieren. Erwähnenswert in diesem Zusammenhang ist, dass i.d.R. nur ein kleinerer Teil der Lehrkräfte angestellt ist, während der Hauptteil der Unterrichtstätigkeit durch **freiberufliche Musikpädagog:innenen** abgedeckt wird, die damit zu den vielen Nanoselbständigen dieser Branche gehören, jedoch in den Kreativwirtschaftsberichten nicht erfasst werden, da sie zumeist unter der USt-Grenze bleiben. Immer aufs Neue abgebildet und porträtiert wird die Vielfalt der Dresdner Musikszene in den **Kulturmagazinen** SAX[55] und DRESDNER[56] oder auch auf **Onlineportalen** wie Rauze.[57] Keinen geringen Beitrag hierzu leistet auch das lokale Grass-roots-**Radio** Coloradio[58]. Mit music:match[59] gibt es ein jährliches Konferenzformat der Branche. Auch die **Verwertungsgesellschaft** GEMA[60] zollt der Bedeutung des Standortes Tribut und unterhält mit ihrem Kundencenter in der Zittauer Straße eine ihrer neun deutschen Dependancen in Dresden. Jenseits der Grenzen der eigentlichen Musikwirtschaft kommen mannigfaltige Schnittmengen

Dresden ist einer von 9 Standorten der GEMA. Allein dies veranschaulicht die Bedeutung des Standortes im Bundesgebiet

45 https://www.steinbrecherguitars.com/
46 https://ritteramps.de/
47 https://www.zoundhouse.de/
48 https://triole.de/
49 https://business.facebook.com/gitarrendresden/
50 http://www.drumdoktor.de/
51 https://www.volume11.de/
52 https://www.ohmymusic.de
53 http://www.plugnplayschool.de/
54 https://www.msgl.de/home/
55 https://www.cybersax.de/
56 https://www.dresdner.nu/
57 https://www.rauze.de/
58 https://coloradio.org/
59 http://www.music-match.biz/
60 https://www.gema.de/die-gema/standorte/

Credits: © Konrad Küchenmeister

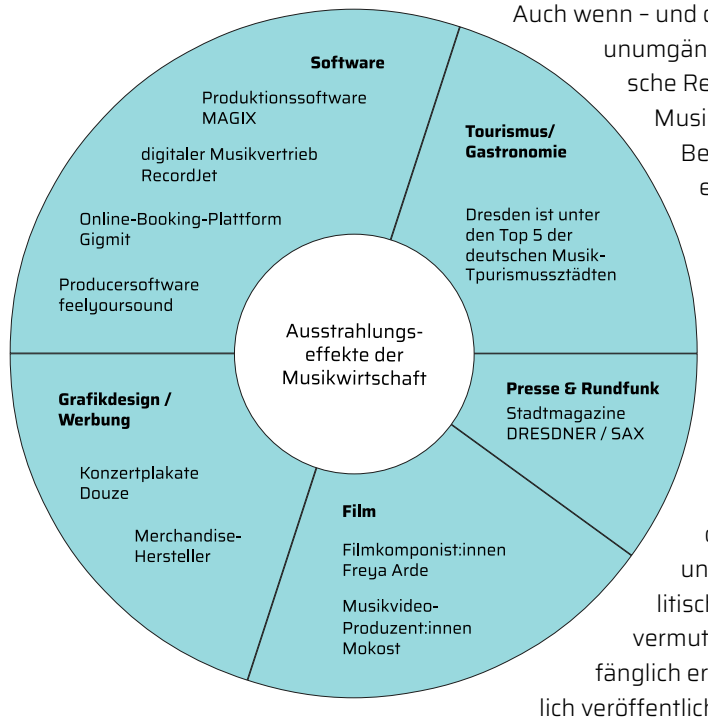
zu anderen Branchen hinzu. Neben den oben bereits beschriebenen Verflechtungen mit **Tourismus** und **Gastronomie** kommt es zu bedeutenden Ausstrahlungs- und Spill-over-Effekten beispielsweise in die **Filmwirtschaft**. Hierzu zählen **Musikvideos**, die in Dresden z.B. von den Animationsspezialisten von Mokost[61] produziert werden oder auch das Schaffen von **Filmmusik-Komponist:innen** wie der vielfach ausgezeichneten Freya Arde[62]. In den **Darstellenden Künsten** erarbeiten Musiker:innen ganze Soundtracks für Theaterstücke, so beispielsweise Tobias Hallbauer[63]. Auf Musik spezialisiertes **Grafikdesign** findet man in den Konzertpostern und Artworks der Douze Studios[64], die nicht nur regionale Projekte sondern auch ganz große Namen wie Pearl Jam oder Foo Fighters unnachahmlich verewigt haben. Auch viele im **Sounddesign** Beschäftigten haben einen ausgeprägten musikalischen Hintergrund, beispielsweise der Schlagzeuger Jarii van Gohl[65].

Die Wechselwirkungen zwischen Musik und der Software zeigen riesiges Potential. Gleichzeitig legen Sie auch Dresdens größte Schwäche offen.

Enormes Potenzial zur gegenseitigen Befeuerung besteht auch mit dem Sektor der **Software- und Gamesindustrie**. Hier war Dresden in den vergangenen Jahren Ausgangspunkt für große Erfolgsgeschichten – allen voran die der Firma MAGIX[66], die, bereits in den 1990er Jahren in Dresden gegründet, mit ihren Programmen music maker oder Samplitude Maßstäbe in digitaler Musikbearbeitung setzte und zu einem der weltweit größten Player in diesem Bereich avancierte. Zu nennen wäre hier auch RecordJet[67], ein vom Dresdner Musikproduzenten Jorin Zschiesche gegründeter digitaler Musikvertrieb, der seine erfolgreiche Geschichte in Berlin fortgesetzt hat. Selbiges gilt für die Online-Booking-Plattform gigmit[68]– wobei an diesen recht prominenten Beispielen bereits ein Grundproblem des Musikstandortes Dresden deutlich wird, nämlich dass es immer wieder zur Abwanderung erfolgreicher Player und Startups und somit zur Schwächung der Szene kommt. Erfreulich in diesem Zusammenhang ist, dass das ebenfalls weltweit agierende Unternehmen feelyoursound[69], das Assistenzsoftware für Songwriter und Musikproduzent:innen entwickelt, nach wie vor in Dresden ansässig ist. Klar ist jedoch: all diese

61 https://mokost.de/
62 https://freyaarde.com/
63 http://herzz.de/blog/
64 https://douze.de/
65 https://jariivangohl.de/
66 https://www.magix.com/
67 https://www.recordjet.com/
68 https://www.gigmit.com/de
69 https://feelyoursound.com/

Unternehmen hätten ihre Produkte nicht entwickeln können ohne ihre fundierte Kenntnis der Bedürfnisse der Musikschaffenden, die sie durch eine tiefe Verwurzelung in der Dresdner Musik- und Subkultur erworben haben. Diese Zusammenhänge dürfen auch in den Förderstrukturen der Landeshauptstadt nicht unberücksichtigt bleiben.



Auch wenn – und dieser Hinweis ist hier unumgänglich – die materialistische Reduktion des Phänomens Musik auf seine ökonomische Bedeutung niemals den eigentlichen sozialanthropologischen Wert von Musik abbildet, dürfte klar geworden sein, dass man es im Falle der Dresdner Musikwirtschaft in ihrer ganzen Mannigfaltigkeit durchaus mit einem harten Standortfaktor zu tun hat, dessen Relevanz, Umfang und Struktur wirtschaftspolitisch trotz aller Bemühungen vermutlich bislang nicht vollumfänglich erkannt worden ist. Die kürzlich veröffentlichte Studie **Der Wert von Musik**, beziffert den durchschnittlichen Wertschöpfungsmultiplikator des Musikökosystems im Freistaat Sachsen mit 2,43, was bedeutet, dass jeder Euro Bruttowertschöpfung innerhalb der Musikwirtschaft zu weiteren 1,43 Euro an Wertschöpfung in anderen Bereichen führt. Ähnlich sieht es mit Arbeitsplätzen aus, hier wird der Faktor mit 2,17 angegeben: mit jedem Arbeitsplatz innerhalb der Musikwirtschaft werden knapp 1,2 weitere Arbeitsplätze geschaffen[70]. Der Kreativwirtschaftsbericht der Landeshauptstadt beziffert den Jahresumsatz der Dresdner Musikwirtschaft für 2016 auf knapp 66 Millionen Euro, muss jedoch angesichts methodologischer Unzulänglichkeiten konzedieren, dass „die Größe des Teilmarktes[…] als zu gering angegeben wird.“[71] Aus dem diffusen Bild, das bislang von der Musikwirtschaft gezeichnet wurde, folgt auch, dass die Hemmnisse, die einer weiterhin

70 Der Wert von Musik; Sound Diplomacy, Lucas Knoflach et. al., 2021, S. 189
71 Kultur- & Kreativwirtschaft in Dresden; Prognos AG, 2018, S.29

erfolgreichen Entwicklung dieser Branche entgegenstehen, nicht präzise genug bestimmt und dass zielführende Unterstützungsmaßnahmen wahrscheinlich nicht oder nicht in optimaler Weise ergriffen worden sind. Zweifellos gilt auch für Dresden beispielsweise folgende Schlussfolgerung:

„Obwohl die Musikwirtschaft in ihrer Gesamtheit eine Spitzenposition unter den […] Medienmärkten einnimmt, wird sie bislang in ihrer gesamtwirtschaftlichen Bedeutung weniger stark wahrgenommen als die anderen Medienzweige. Sie besteht zum größten Teil aus Selbständigen sowie kleinen und mittleren Unternehmen. Sofern das Wachstum dieses Sektors gefördert werden soll, müssen diese Strukturen berücksichtigt werden.“

Musikwirtschaft in Deutschland; Seufert et al., 2015, S. 9

Um herauszufinden, wie sinnvolle Förderstrukturen – beispielsweise in Form eines oder mehrerer Clusterstandorte für die Musikwirtschaft – auszusehen hätten, werden wir im folgenden versuchen, die wichtigsten strukturellen Hemmnisse der Dresdner Musikwirtschaft herauszuarbeiten, wie sie uns aus unserer tagtäglichen Netzwerkarbeit und Interviews mit Schlüsselpersonen der Branche bekannt sind. Aus diesen werden sich dann konkrete Förderbedarfe ableiten lassen, die wiederum ein Bild der Ansprüche ergeben, die an einen solchen Clusterstandort zu stellen wären.

Haupthemmnisse und Bedarfe der Musikwirtschaft in Dresden

Die aufgezeigte Breite und der Erfolg der Dresdner Musikwirtschaft darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Branche mit großen Schwierigkeiten und Hindernissen konfrontiert ist, die ihrer weiteren Entwicklung entgegenstehen oder die Möglichkeit dazu sogar in Frage stellen. Insbesondere das zunehmend **verknappte Raumangebot** erweist sich als virulent. Für Musikschaffende wie für andere gestalterisch agierende Menschen war Dresden in den Jahrzehnten nach der Wende ein enorm attraktiver Standort. Der Leerstand von Industriebauten und günstige Lebenshaltungskosten ermöglichten es v.a. vielen jungen Kreativschaffenden, ihrer Tätigkeit nachzugehen, eigene Ideen umzusetzen und Neues auszuprobieren. Generell verdanken viele in dieser Zeit gegründete Unternehmen im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ihren Erfolg und ihre Innovativität maßgeblich diesen Möglichkeiten und ihrer subkulturellen Herkunft: Die erfolgreichen Wandwerbungen der Firma Chromatics[72] für Converse oder Zalando wären undenkbar ohne den Graffiti-Background der

72 https://cromatics.de/projekte/

Gründer; die Firma Intolight[73] könnte ihre Multimedia-Installationen für Volkswagen und T-Systems nicht so attraktiv gestalten, wenn sie nicht mit VJs und Produzent:innen aus der Electro-Szene zusammenarbeiten würde. Ähnliches gilt für die breite Musikszene der Stadt.
Die Zeiten des günstig verfügbaren Raumes in Dresden sind jedoch vorüber. Typische Gentrifizierungs-Effekte von „alternativen“ Stadtteilen waren bereits in den Nullerjahren erkennbar, spätestens mit Einsetzen des Immobilienbooms der letzten Jahre sind Miet- und Erwerbskosten regelrecht explodiert und machten Dresden interessant für Investoren und Spekulanten. Gleichzeitig wurden etliche der alten Industriebauten zunehmend baufällig oder unsanierbar. Dieser Entwicklung fielen viele Quartiere zum Opfer, die bis dato von Musikschaffenden genutzt wurden: Eine große von der DREWAG betriebene Immobilie in der Gasanstaltstraße[74] wurde abgerissen, auf dem Lößnitzareal (ebenfalls von der DREWAG betrieben) fielen etliche Flächen weg[75], in der Könneritzstraße mussten über 150 Producer:innen einem ganz neuen Stadtquartier weichen und zuletzt wurde auch in Klotzsche (Wetterwarte 60) den Mieter:innen eines Hauses gekündigt, das bis dato Heimat von mehreren hundert Musiker:innen war[76].
Ein neues Refugium zu finden ist für Musiker:innen auch deshalb sehr schwierig, weil an Proberäume und Produktionsstudios durchaus gewisse Anforderungen bestehen. Zum Beispiel sollte die Bausubstanz massiv sein, um eine gute Lautstärkedämmung zwischen den Räumen zu gewährleisten. Auch an Raumgröße und Raumhöhe bestehen bestimmte Ansprüche. Nicht zuletzt bedarf es eines lärmtoleranten Umfelds sowie seitens des Gebäudeeigentümers auch der Bereitschaft zu kleinteiliger Vermietung an eine Zielgruppe, der nicht selten Vorbehalte entgegengebracht werden.
Von den beschriebenen Verdrängungseffekten wurde auch die Clubszene mehrmals böse überrascht. Sehr prominent war die Schließung der Clubs Sabotage[77] und Stilbruch in der Dresdner Neustadt, nachdem die Wohnbebauung dort stark nachverdichtet wurde, so dass plötzlich Lautstärkelimits einzuhalten waren, die vorher keine Rolle spielten. Diese Problematik beraubt Clubbetreiber:innen, Angestellte, Dienstleister und Künstler:innen gleichermaßen ihrer Lebensgrundlage.

73 https://www.intolight.de/portfolio/
74 https://www.dnn.de/Nachrichten/Kultur/Regional/Drewag-will-Bandhaus-in-Dresden-Reick-abreissen-Musiker-stehen-ab-August-auf-der-Strasse
75 https://menschen-in-dresden.de/2013/11/28/mehr-als-einhundert-kreative-bangen-um-arbeitsraeume-auf-loe14/
76 https://cybersax.de/stadtgespraech/details/article/kein-platz-fuer-musik/
77 https://dnn.de/Dresden/Lokales/Techno-Klub-Sabotage-muss-schliessen

WIRTSCHAFT

VORTEILE FÜR DIE STADT

- Überregionale Strahlkraft & Bekanntheit

- Innenstadtbelebung
- Aktivierung von Brachen
- Kompensation verschwundener Flächen

- Subkultur
- Lebensqualität
- Wirtschaftskraft

- Fachkräfte
- Interdisziplinarität
- Innovationsfähigkeit

WERTSCHÖPFUNGS-MULTIPLIKATOR: **2,43**

ARBEITSPLATZ-MULTIPLIKATOR **2,17**

HAUPTHEMMNISSE

Raum-knappheit

Zersplitterung & Heterogenität

Fehlende Strukturen für Promotion & Verwertung

Abwanderung von Akteur:innen

Zweifellos ist es sehr erfreulich für eine Stadt wie Dresden, wenn durch Sanierung und Neubau die Attraktivität des Stadtbilds gehoben wird, wenn an Stelle verfallender Bauwerke und Brachflächen neue Wohnquartiere und attraktive Gewerbeareale entstehen. Es gilt jedoch auch zu beachten, dass diese Entwicklung die Attraktivität und Leistungsfähigkeit an anderer Stelle schmälert. Die Bedeutung von kreativen Milieus, Experimentierflächen und „dritten Orten“[78] für die Erneuerungsfähigkeit, die wirtschaftliche Entwicklung und die Attraktivität einer Stadt im Zeitalter der wissensbasierten Ökonomien ist vielfach belegt und dargestellt worden.

Nicht zuletzt gilt auch anzuerkennen, dass die Aufwertung von Quartieren für höhere kommunale Einnahmen sorgt, u.a. durch gesteigerte Grundsteuer- oder Gewerbesteuerzuflüsse. Die finanziellen Möglichkeiten, die beschriebenen Verdrängungseffekte durch die Schaffung von Ausgleichsflächen zu kompensieren, wären demnach vorhanden und würden wiederum direkt auf die Attraktivität der Stadt einzahlen; wie oben gesehen ist eine funktionierende Kreativszene nicht nur ein Ausdruck von städtischer Lebensqualität sondern ein eigenständiger Wirtschaftsfaktor.

Nicht ganz so dramatisch wie bei den ausübenden Musiker:innen ist die Raum-Situation bei den Verwerter:innen, Booker:innen und freien Veranstalter:innen. Hier wird meist im eigenen Büro gearbeitet, bisweilen auch einfach mit dem Laptop am Küchentisch. Dennoch ist auch in dieser Berufsgruppe oftmals der Wunsch vorhanden, innerhalb von Netzwerkstrukturen und in einem räumlich konzentrierteren Miteinander zu arbeiten, als es die räumlich zersplitterte Situation erlaubt, um Anschluss, Austausch und Synergien zu ermöglichen.

In Dresden besteht dringender Handlungsbedarf, wenn man nicht riskieren möchte im Vergleich der sächsischen Großstädte ins Hintertreffen zu geraten.

Tatsächlich ist die die **Zersplitterung** ein weiteres Entwicklungshemmnis der Musikwirtschaft. Das Potenzial für Vernetzung und Zusammenarbeit ist gewiss nicht ausgereizt, selbst vielen Akteuren fehlt die Kenntnis um die Breite der Szene. Aus dieser Heterogenität folgt auch, dass eine „Ansprechbarkeit“ der Branche durch Politik und Verwaltung mit Schwierigkeiten verbunden ist. Zwar wurde hier mit der Gründung von Netzwerken wie **Wir gestalten Dresden**, dem **Klubnetz** und **DAVE** ein großer Schritt nach vorne gemacht; alle drei Vereinigungen arbeiten mit großer Kontinuität und Professionalität, wodurch eine

78 D.h. Orte, die nicht der Arbeit oder dem Familienleben dienen, sondern Ausgleichs- und Treffpunkte der (nachbarschaftlichen) Gemeinschaft darstellen.

sehr zielführende Kommunikation mit den zuständigen Stellen in der Stadtverwaltung ermöglicht wurde. Auch die Schaffung von klaren Zuständigkeiten in den Ämtern für Kultur- und Denkmalschutz sowie in der Wirtschaftsförderung hat schon Erhebliches bewirkt. Gemeinsame räumliche Strukturen würden aber auch hier zu einer weiteren Verbesserung führen.

Ein weiteres Hemmnis für die Entwicklung der Dresdner Musikwirtschaft ist ihre – vergleichsweise – **geringe Sichtbarkeit**: dies mag mit der erwähnten Zersplitterung zu tun haben und natürlich auch mit dem generellen Status von Popmusik als Subkultur. Allerdings beruht das kulturelle Selbstverständnis Dresdens eben auch zu einem erheblichen Teil auf seinen jahrhundertealten Traditionen. Dies hat zweifellos seine Berechtigung angesichts der enormen Fülle an Kulturschätzen, die das Erbe der Stadt bilden. Dass das Florenz an der Elbe jedoch auch in kultureller Hinsicht „tomorrow‘s home“ ist und sein will, müsste in der Selbst- und Außendarstellung, aber auch in den strukturellen Fördermaßnahmen durchaus noch prominenter zur Geltung kommen. Das Problem der Abwanderung von erfolgreichen Start-ups wie RecordJet und gigmit sowie die nach wie vor viel zu schwach ausgeprägten musikwirtschaftlichen Verwertungs- und Promotion-Strukturen offenbaren den Handlungsbedarf der Stadt.

Neben Hamburg wäre hier auch Mannheim als Vorbild zu nennen, die ihre Strahlwirkung nicht zuletzt über ihr enormes Engagement für zeitgenössisches Musikschaffen entfalten und damit klar zu erkennen geben, welcher Stellenwert diesem Thema im sich zunehmend verschärfenden Kampf der Standorte um (junge) Fachkräfte, Vordenker und neue Ideen zukommt. Ähnliches gilt für die sächsische Ebene. Die mit ihrer Kulturhauptstadtbewerbung erfolgreiche Stadt Chemnitz verfügt mit dem Musikkombinat[79] bereits seit längerem über einen großen Musik-Cluster. Auf Landesebene hat der Freistaat Sachsen mit der Einrichtung der Programme Branchenfokus Pop und Pop Impuls im Projekt Kreatives Sachsen und dem dort kürzlich ins Leben gerufenen Wettbewerb für Popularmusik[80] einen großen Schritt zu einer wirksamen Förderstruktur für die Popularmusik getan. Auch die Stadt Leipzig plant mit dem Music Hub[81] im Gleisdreick nun ein großes Strukturprojekt für die Musikwirtschaft, hat hierfür sogar Strukturwandel-Mittel der Bundesregierung reserviert. In Dresden besteht dringender Handlungsbedarf, wenn man nicht riskieren möchte im Vergleich der sächsischen Großstädte ins Hintertreffen zu geraten.

79 https://www.bandbuero-chemnitz.de/projekte/musikkombinat/
80 https://www.kreatives-sachsen.de/pop-wettbewerb/
81 https://www.gleisdreieck-leipzig.de/

VORAUSSETZUNGEN FÜR EINEN ANSIEDELUNGSCLUSTER MUSIKWIRTSCHAFT

Ein Cluster-Konzept als Lösungsansatz der aufgezeigten Herausforderungen wäre in Betracht zu ziehen, wenn es dazu beitragen würde, die dargestellten Hemmnisse durch die Etablierung eines gut strukturierten Raumangebots zu bewältigen. Tatsächlich gibt es Ansätze mit ähnlicher Stoßrichtung – neben den erwähnten Projekten in Leipzig und Chemnitz – auch in mehreren anderen Städten. Zu nennen wären hier der Musikpark Mannheim[82], ein Gründungszentrum für Startups der Musikbranche, die Musikzentrale[83] in Nürnberg oder auch der Zughafen Erfurt[84]. Durch eine wohl durchdachte Grundanlage eines solchen Projektes kann nicht nur die angespannte Raumsituation verbessert, sondern auch die Möglichkeit für zusätzliche Synergien und Kooperationen geschaffen werden.
Verschiedene Gewerke und Teilsektoren würden von der räumlichen Konzentration profitieren, im besten Falle würde ein Abbild der musikwirtschaftlichen „Nahrungskette" innerhalb der Grenzen eines eng definierten Standorts entstehen. Im Falle einer Erweiterung des Konzeptes auf weitere Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft (Film, Grafikdesign, Software-/Games) ergäbe sich Potenzial für vielversprechende cross-sektorale Effekte. Die Ansprechbarkeit der Szene wäre durch ein gemeinsames Raumgefüge deutlich erleichtert und in seiner Gesamtheit könnte das Projekt durch seine Außenwirkung zweifellos auch für die Landeshauptstadt ein Aushängeschild sein. In Anbetracht solcher Überlegungen empfahl bereits der Kulturwirtschaftsbericht Sachsen von 2008 die Förderung sogenannter unternehmerischer Szenen: „Verschiedene Akteure desselben Teilmarktes sollten innerhalb von Branchenspezialisierungen (im Sinne des Beispiels Musicon Valley) stärker gebündelt werden."[85]
Um diese Bündelung in effektiver Weise zu gewährleisten, wäre jedoch von großer Wichtigkeit, bei der räumlichen Konzeption eines solchen Clusters von Anfang an seine Funktion als „Hub" oder „Inkubator" zu berücksichtigen. Dieser darf kein geschlossenes System sein, sondern muss eine größtmögliche Offenheit und Anschlussfähigkeit aufweisen. Dies führt zu folgenden Vorüberlegungen, die idealerweise Berücksichtigung finden sollten:

82 https://musikpark.next-mannheim.de/
83 https://www.musikzentrale.com/
84 https://zughafen.de/
85 Kulturwirtschaftsbericht Sachsen, S. 94

Raumbedarfe

Um die Raumbedarfe für **Musikproduktionen und -proben** abzudecken, empfiehlt es sich, neben fest vermieteten Räumlichkeiten auch sogenannte shared-room-Konzepte einzubeziehen: Ähnlich wie beim Car-Sharing wird hierbei räumliche Infrastruktur mit Hilfe von Online-Buchungssystemen und elektronischen Zutrittsystemen geteilt. Solche Systeme erlauben die Nutzung von Proberäumen, Studios und Equipment durch eine Vielzahl von Nutzern, so dass ein erhebliches Einsparpotenzial beim notwendigen Platzbedarf besteht. In Dresden werden solche Systeme bereits von den beiden jungen Unternehmen Volume11 und Ballroom Studios konzipiert und erprobt. Bei den Proberäumen müssten unterschiedliche Nutzertypen mit verschiedenen Raumkategorien abgebildet sein: Solisten und größere Ensembles, elektronische Produzent:innen, klassische Musiker:innen sollten hierbei genauso differenziert berücksichtigt sein wie Rock- und Popbands. Shared Space-Studios für Ton und Bild könnten mit der richtigen Ausstattung zur Produktion von vielerlei Video-, Musik- und Bildformaten (Musikvideos, Livestreams, Musikalben, Podcasts und Fotosessions) genutzt werden. Eine Einbeziehung erfahrener Akteure in die Konzeption der Infrastruktur ist demnach unabdingbar.

Für Verwerter, Manager, Booker, Labels und Initiativen wie dem DAVE-Festival steht der Bedarf an (ggf. gemeinsam genutzten) **Büros und Meeting-Räumen** im Vordergrund. Der Co-Working-Gedanke wäre auch hier weit mehr als ein Rationalisierungsinstrument für Raumkapazitäten: In einem solchen System können gemeinsame Projekte viel effektiver konzipiert und „auf dem kurzen Dienstweg" weit besser umgesetzt werden, als dies derzeit der Fall ist. **Werkstätten** für Reparaturdienstleister:innen sollten ebenfalls berücksichtigt werden, wie **Lagerräume** z.B. für Anbieter:innen von Equipment, Technikverleih und Merchandise.

Für Live-Präsentationen und Konzerte böte sich die Einrichtung einer kleinen **Showcase-Bühne**, am besten mit Film- und Streamingmöglichkeiten an. Diese könnte auch Teil einer **Lounge** mit angeschlossener **Bar** oder **Cafeteria** sein, in der das zwanglose Knüpfen von Netzwerkkontakten genauso möglich ist, wie ein Angebot an **Workshops** oder **Fortbildungsformaten**, die z.B. mit Kreatives Sachsen umgesetzt werden könnten. Je nach Dimensionierung wäre auch ein institutionalisiertes Professionalisierungsprogramm nach dem Vorbild der Popakademie[86] Mannheim denkbar.

86 https://www.popakademie.de/de/

Einen besonderen Stellenwert hätte das Projekt möglicherweise auch für (kleine) Instrumentenhersteller aus Dresden und Sachsen: Zwar ist Sachsens Musikinstrumentenbau ein enorm wichtiger und umsatzstarker Sektor der Musikwirtschaft, jedoch besteht auch er aus vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen, die teilweise Schwierigkeiten beim Marktzugang haben. Eine Art **Flagship-Store** für den sächsischen Instrumentenbau könnte daher eine interessante Erweiterung des Ansiedelungsclusters sein – immerhin befänden sich die potenziellen Kunden bereits konzentriert im Haus.

Branchenspezifische Bedarfe - der ideale Standort

Neben den einleitend bereits genannten allgemeinen Kriterien, die für Hubs in der KKW gelten, bringt die Nutzung durch Musikschaffende noch einige spezielle Anforderungen mit sich.

Umfeld – Die zweifellos wichtigste Voraussetzung für die Nutzung durch Musiker:innen ist eine lärmtolerante Umgebung. Da Musikproben häufig in den Abendstunden stattfinden, muss sichergestellt sein, dass die verursachten Emmissionspegel nicht zu einer Störung z.B. der Nachtruheansprüche von Anwohnern führen. Zwar sind Musikproben nicht ganz so geräuschintensiv wie z.B. Tanzveranstaltungen in Clubs, so dass auch durch bauliche Maßnahmen entsprechender Schallschutz erreicht werden kann, dennoch besteht natürlich die Möglichkeit für störende Einflüsse auf das Umfeld. Dieses Konfliktpotenzial gilt es von vornherein zu vermeiden.
Von großer Relevanz wäre die gute Anbindung des Clusters per ÖPNV, der von sehr vielen Akteur:innen für die Anfahrt genutzt wird. Im Falle von notwendigen Transporten von Equipment und Instrumenten wird jedoch auch auf das Auto zugrückgegriffen, so dass Zufahrten direkt vor das Gebäude möglich sein müssten, um lange Tragewege zu vermeiden. Da auch das Fahrrad ein gern genutztes Transportmittel ist, müssten entsprechende Abstellvorrichtungen in ausreichender Menge eingeplant werden. Sinnvoll wäre sicherlich auch, den Standort für Teilautoparkplätze zu nutzen. Hier könnten Transporter zur Verfügung stehen, mit denen z.B. Fahrten zu Auftritten absolviert werden können. Eine Kooperation mit lokalen Autovermietern wäre sicherlich leicht anzubahnen. Etwas differenzierter ist der Anspruch an die zentrale Lage des Clusters im Stadtgebiet. Während Musiker zur Not auch längere Anfahrtswege in Kauf nehmen, wäre ein zu langer Weg zur Arbeit für die eher verwalterisch und organisatorisch Tätigen der Branche (Verwerter:innen, Booker:innen, Manager:innen…) ein Ausschlusskriterium. Diese Menschen würden eher auf ein nahe gelegenes eigenes Büro zurückgreifen, als täglich lange Wege zur Arbeit zurückzulegen.

Wie oben bereits beschrieben, wird in dieser Berufsgruppe der Vorteil eines Clusters weniger in der Verfügbarkeit von Arbeitsraum gesehen, als in der Möglichkeit der Kooperation mit anderen. Um diese Funktion als Treffpunkt und Koproduktionsort vieler Akteure zu erfüllen, ist eine zentrale Lage unabdingbar.
Auch die Möglichkeit eines schnellen Internetanschlusses muss gegeben sein, da für viele Anwendungen im Bereich der KKW der Rückgriff auf online-Tools mittlerweile Standard ist.

Gebäude - Die Anforderungen an die Raumstruktur sind mit Blick auf die oben beschriebenen Teilsektoren sehr unterschiedlich. Proberäume für unterschiedliche Nutzungstypen sind i.d.R. zwischen 8m² und 40m² groß, für Studio- und Produktionsräume müssen bis zu 200m² eingeplant werden. Die Anforderungen für (Großraum-)Büros, Meeting-Räume, Werkstätten und Lagerräume liegen dazwischen. Die Raumstruktur sollte also idealerweise anpassbar sein. Gute Schalldämmung wird mit massivem Mauerwerk erreicht, kann jedoch auch über spezielle Trockenbauweise realisiert werden. Eine Deckenhöhe unter 3m ist nicht sinnvoll, da sonst die akustischen Eigenschaften der Räume leiden.
Der Zugang zum Gebäude sollte idealerweise rund um die Uhr möglich sein, weil viele Akteure auch oder ausschließlich die Abendstunden nutzen. Für eine reibungslose Nutzerverwaltung bietet sich ein elektronisches Schließsystem an.
Musiker:innen, Werkstätten und Verleiher:innen kämen gute Verlademöglichkeiten von schwerem und sperrigem Equipment sehr entgegen. Gut dimensionierte Anfahrten, Tore, Treppen oder auch Rampen wären hier hilfreich, bei mehrstöckigen Gebäuden sollte ein Lastenaufzug in Erwägung gezogen werden.
Wie generell in der KKW und im Startup-Bereich ist der Mietpreis ein entscheidendes Kriterium.
Im Zweifel ist es immer besser, den Akteuren einfache, funktionale und preiswerte Räume zur Verfügung zu stellen und Ihnen dafür die Gestaltung derselben zu überlassen, als eine aufwendige Sanierung oder hochwertige Ausstattung voranzutreiben, die die Mieter finanziell zu stark belastet und ihnen möglicherweise keinen Mehrwert bringt.

Der Vorteil eines Clusters wird weniger in der Verfügbarkeit von Arbeitsraum gesehen, als in der Möglichkeit der Kooperation mit anderen Akteur:innen

Bestandsaufnahme von bestehenden Clustern der Branche

An einigen Orten in Dresden haben sich bereits selbsttragende Strukturen herausgebildet, die zumindest ansatzweise eine Cluster-Charakterisik aufweisen.

Hier wäre zunächst die **Äußere Neustadt** zu nennen, in der in fußläufiger Entfernung u.a. die Live-Spielstätten Scheune, Groovestation und Ostpol angesiedelt sind. Alle drei Objekte beschränken sich jedoch nicht auf ihr Dasein als Event-Location, sondern beherbergen z.B. auch Proberäume, Studios von Musik- und Filmproduzent:innen (Ostpol), Büros von Verwertern, Bookinagenturen oder anderen Dienstleistern (Groovestation bzw. allgemein das Areal in der Katharinenstr. 11-13) oder verfügen über ein Qualifizierungsangebot für Musiker und Musikwirtschaftler („Scheune Akademie"). Da sich die Neustadt inzwischen zu einem sehr gefragten und hochpreisigen Wohnviertel entwickelt hat, erscheint eine Erweiterung dieser Cluster sehr schwierig. Auch ist angesichts der dichten Bebauung und zu erwartender Probleme mit dem Geräuschpegel die Einrichtung von Probe- und Produktionsstudios in größerer Dimension vermutlich nicht umsetzbar.

Recht konsequent wird die Cluster-Idee auch von dynamite konzerte an der Stadtgrenze zwischen Dresden und **Radebeul** umgesetzt. Hier hat das Unternehmen nicht nur seine eigenen Büros eingerichtet, sondern weitere Flächen z.B. als Produktionsstudios für Musik und Film sowie Proberäume für professionelle Musiker:innen und Tänzer:innen untervermietet. Das Umfeld wird von den angesiedelten Akteuren als sehr inspirierend wahrgenommen – was für die Erweiterung des Konzeptes spricht, jedoch sind auch dort die räumlichen Kapazitäten mittlerweile ausgereizt. Als Nachteil wird die dezentrale Lage empfunden, die die Anfahrtswege für die meisten dort tätigen Kreativschaffenden sehr lang gestaltet.

Auch das **Industriegelände** im Norden Dresdens kann im weiteren Sinne als natürlich gewachsener Cluster angesehen werden. Der dortige Altbaubestand und die fehlende Wohnbebauung bietet beste Voraussetzungen für Ansiedlungen von Musikakteuren. Neben mehreren Proberaumhäusern sind in diesem Gebiet etliche Event-Locations sowie mit dem Zoundhouse auch ein großes Musikfachgeschäft zu finden. Eine Erweiterung bzw. Festigung der Strukturen scheint möglich, Schwierigkeiten macht jedoch der mittlerweile sehr schlechte bauliche Zustand etlicher Gebäude (oftmals fehlt es sogar an Heizung und fließendem Wasser) sowie die Tatsache, dass das Gebiet nach langem Dornröschenschlaf mittlerweile wieder für Investor:innen und Ansiedlungen anderer Branchen interessant geworden ist, so dass Verdrängungseffekte auch hier längst eingesetzt haben.

Ein kleinerer Standort mit Clustereffekten hat sich mit den Ballroom Studios in der Dresdner **Johannstadt** gebildet. In der ehemaligen Schokoladenfabrik werden nicht nur Tonaufnahmen sondern auch Film- und Streamingproduktionen umgesetzt. Flankiert wird dies durch eine kooperierende Verwertungs-Agentur sowie Qualifizierungsangebote für Musikschaffende. Eine Erweiterung des Raumangebotes am Standort ist jedoch angesichts fehlender Kapazitäten kaum möglich.

In der **Friedrichstadt** existiert ebenfalls ein kleineres Clusterprojekt. Neben der Eventlocation Gisela beherbergt das Haus an der Löbtauer Straße auch die Probe- und Produktionsräume von Volume11, die (als einzige in Dresden) über shared-space-Konzepte betrieben werden. Der Platzbedarf vieler Musiker wird hier mit vergleichsweise geringem Flächenverbrauch gedeckt. Die Möglichkeit zur Erweiterung ist jedoch mangels weiterer Flächen auch hier nicht gegeben.

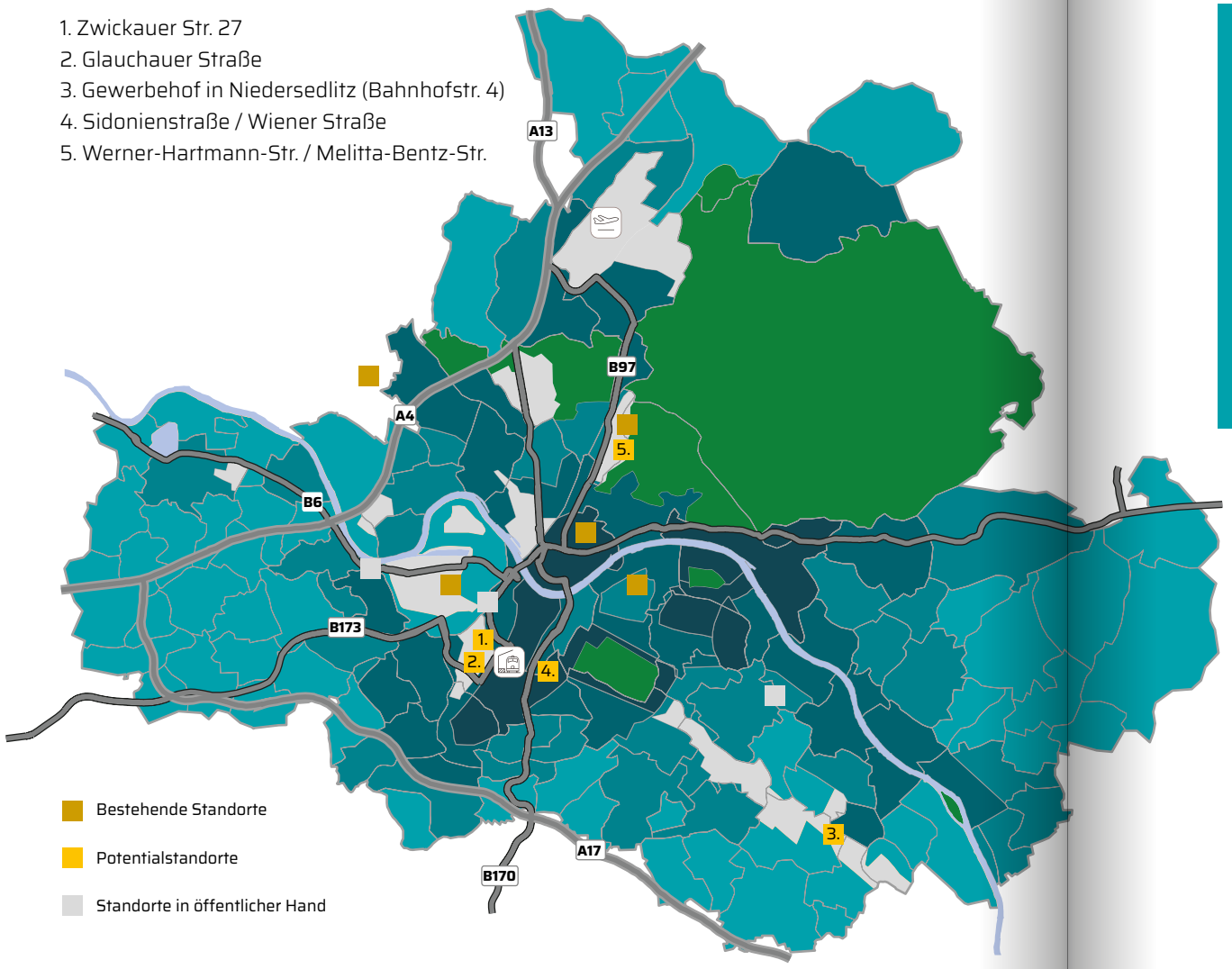
Identifikation weiterer Potentialstandorte

Die Suche nach anderen möglichen Standorten für einen musikwirtschaftlichen Ansiedlungscluster wie er hier umrissen wurde, gestaltet sich in Dresden derzeit sehr schwierig. Die sich aus dem Konzept ergebende Mindestfläche eines solchen Clusters kann ohne Abstriche nicht unter 2500m² angenommen werden, was die Auswahl möglicher Objekte bereits stark einschränkt. Sehr herausfordernd ist auch die Kombination von geräuschtoleranter Umgebung und möglichst zentraler Lage. Weiterhin übersteigt die von Immobilieneigentümer:innen (oder -gesellschaften) und Investor:innen eingeforderte Stellung von Sicherheiten für ein Projekt dieser Dimension die Möglichkeiten der Einzelakteure aus der KKW (siehe Kapitel „organistorische Machbarkeit"). Da im Vergleich zu „klassischen" Gewerbenutzungen (Handel, Handwerk usw.) ohnehin gewisse Vorbehalte gegenüber der Seriosität kreativ- oder musikwirtschaftlicher Nutzungskonzepte existieren, ist eine Anbahnung von Nutzungsverhältnissen vergleichsweise schwierig. Schließlich stellt auch die überhitzte Atmosphäre des Immobilienmarktes in Dresden ein gewaltiges Problem bei der Standortsuche dar, da die hohen Mieten und Verkaufspreise die Erwartungen auf Eigentümerseite übergebührlich befeuert haben.

Mit Blick auf die oben genannten Kriterien für einen Musikwirtschaftscluster und die im Vorwort genannten Möglichkeiten, die die KKW für die Nutzung alter industrieller Gebäude bietet, wurden für diese Studie zunächst Gespräche mit Eigentümern von älteren Immobilien geführt, zu denen bereits Kontakte bestanden. Außerdem wurde im Stadtgebiet nach weiteren augenscheinlich in Frage kommenden Objekten gesucht und eine Kontaktaufnahme mit deren Eigentümern u.a. über den Wirtschaftsservice der Landeshauptstadt angebahnt.

Identifiziert wurden schließlich folgende Objekte privater Eigentümer:

1. Zwickauer Str. 27
2. Glauchauer Straße
3. Gewerbehof in Niedersedlitz (Bahnhofstr. 4)
4. Sidonienstraße / Wiener Straße
5. Werner-Hartmann-Str. / Melitta-Bentz-Str.



Für die Objekte 1. und 2. wurden die Eigentümer über den Wirtschaftsservice der Landeshauptstadt Dresden angefragt. Hier kam es zu umgehenden Absagen, da die Eigentümer die Absicht äußerten, die Gebäude selbst zu entwickeln. Im Falle der Immobilie 4. gelang keine Kontaktaufnahme; am Standort 5. wurden Gespräche mit dem Eigentümer geführt, der jedoch einer Veröffentlichung in dieser Studie nicht zustimmte. Lediglich für Objekt 3. kam ein konstruktiver Eigentümerkontakt zu Stande. Die Verwirklichung dort wäre allerdings nur über einen Neubau zu lösen. Aufgrund dieser schwierigen Gemengelage konnte die an diese Studie gestellte Forderung, Kurz-Exposés möglicher Standorte zu erstellen sowie einen der Standorte genauer zu untersuchen, nicht erfüllt werden. Auch ein Ranking der

Umfeld

- Verkehrsanbindung ÖPNV & Parkplätze
- Zentrumsnahe Lage
- Infrastuktur Einkaufsmöglichkeiten & Restaurants/Cafes
- mögliche Umfeldkonflikte durch Lärm & durch Besucherverkehr

Gebäude

- Grundfläche
- Raumstruktur
- Deckenhöhe (ideal 3m)
- bauliche Substanz
- Infrastuktur für Transport (Aufzüge), Anfahrts- bzw. Verlademöglichkeiten, Medien, Internet und Tageslich

Rahmenbedingungen

- Eigentumsverhältnis derzeit & zukünftig
- Wirtschaftlichkeit durch Kauf / Miete / Pacht; Sanierungskosten; Neubaukosten; Flächenverhältnisse; besondere Schwierigkeiten
- zeitliche Umsetzbarkeit

Standorte macht in diesem Zusammenhang keinen Sinn. Jedoch wurde, um ein solches Ranking zu ermöglichen, von den Studienerstellern diese Kriterientabelle für eine zukünfte Bewertung erstellt.

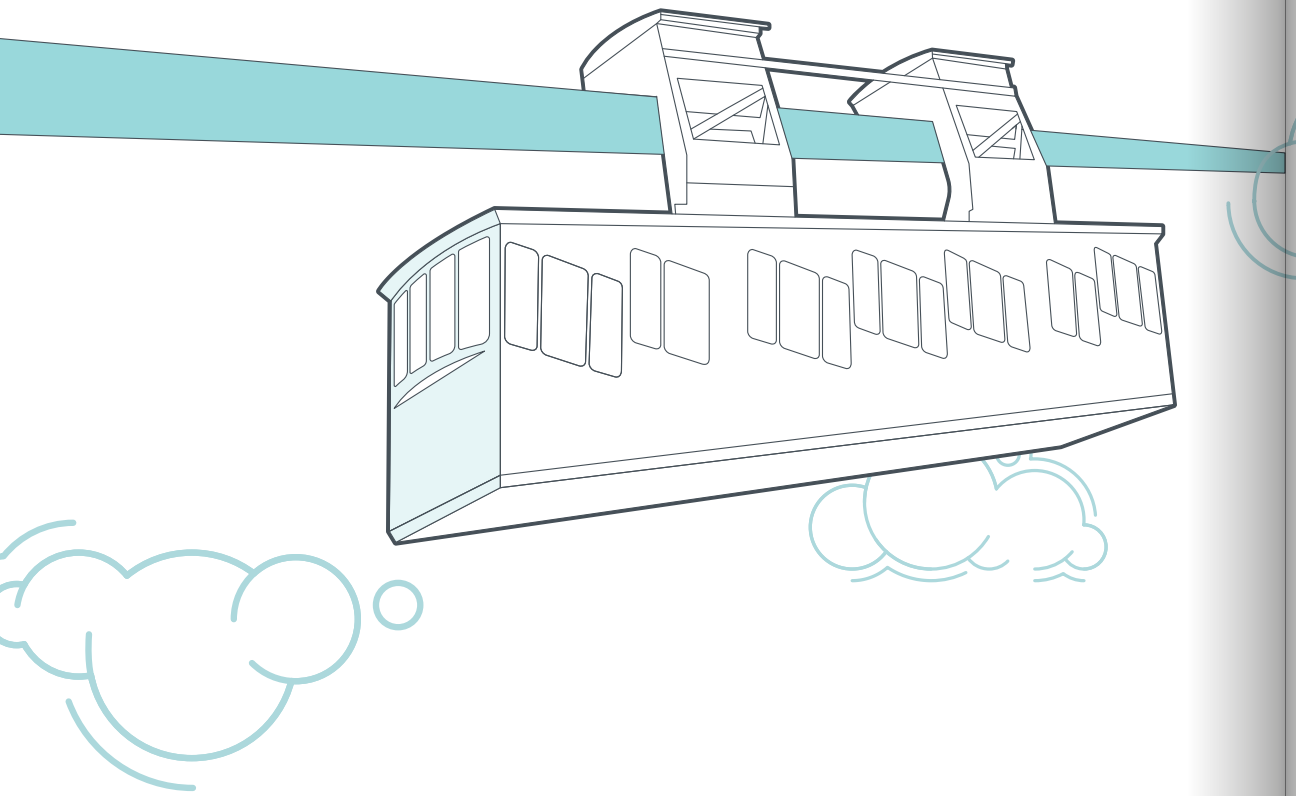
Um trotz der unbefriedigenden Standortpotenziale zu konkreten Aussagen zur technischen Machbarkeit des skizzierten Clusterkonzeptes zu kommen und die Projektidee auch planerisch zu präzisieren, wurde gemeinsam mit dem Dresdner Architekturbüro IST-Architekten ein modular angelegtes Neubau-Konzept erarbeitet, das bereits detailreiche Informationen zu Flächenaufteilungen und den baulichen Ansprüchen der einzelnen Nutzungen sowie eine Kostenschätzung beinhaltet. Diese Vorplanung ist als Anlage ab S.78 beigefügt. Der Vorteil dieses Vorgehens liegt darin, dass für dessen Umsetzung nicht nur die Fläche in Niedersedlitz in Frage käme, sondern dass dieses Konzept auf jeder geeigneten Fläche im Stadtgebiet realisierbar wäre, wobei auch bereits vorhandener Altbaubestand einbezogen werden könnte.

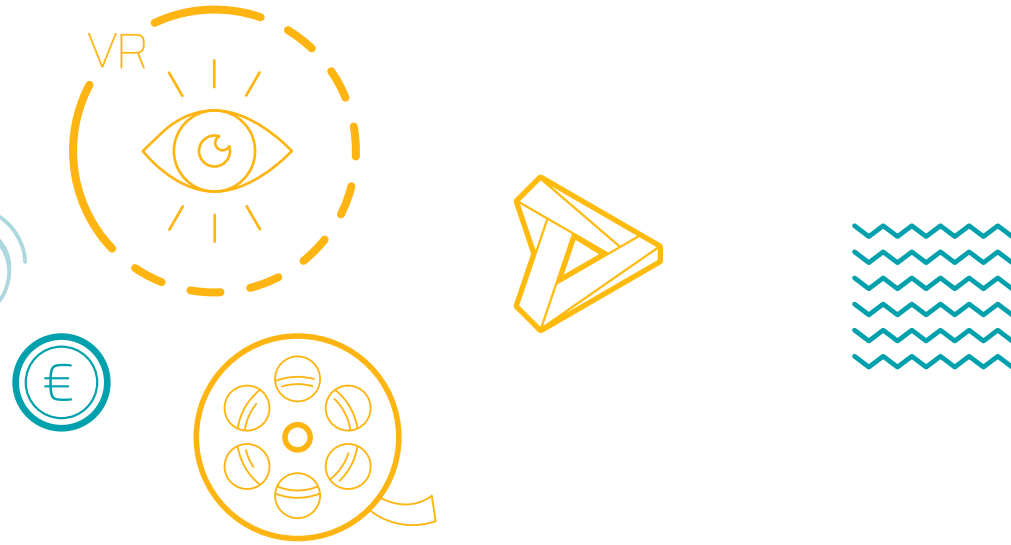
Weitere Immobilien, die im kommunalen Besitz der Landeshauptstadt oder ihrer Tochterunternehmen sind, kämen ggf. für die Entwicklung eines Cluster-Konzeptes in Frage. Hierzu zählen das alte TJG an der Meißner Landstraße, die alte Staatsoperette in Leuben oder auch das Cultus-Gebäude an der Löbtauer Straße bzw. die Rosenstraße 77.

Da für alle diese Immobilien derzeit jedoch bereits anderweitig Konzepte entwickelt werden, musste von einer näheren Untersuchung dieser Standorte hier abgesehen werden.

Potentialstandorte in öffentlicher Hand

1. ehem. TJG – Meißner Landstraße
2. Gebäude (Cultus) – Löbtauer Straße
3. ehem. Chemiehandel – Rosenstraße
4. Hinterhaus Musikhochschule – Wettiner Platz
5. ehem. Staatsoperette – Pirnaer Landstraße





→ *Die Magie findet da statt, wo Zufälle passieren können und Menschen mit einem ähnlichen Fokus oder mit einer ähnlichen Idee, zusammenkommen.*

DIGITAL WIRTSCHAFT

DIE DIGITALWIRTSCHAFT IN DRESDEN

Ein digital und sukzedan geführtes Gespräch zwischen Stefan Urlberger, Pierre Herzer, Dietrich Eisold und Martin Fiedler. Transkribiert von der KI, lektoriert von Luise Kunitz.

Was ist Digitalwirtschaft?

Stefan Urlberger Alles, was in irgendeiner Art und Weise mit digitalen Medien Geld verdient. Das kann von Kunstschaffenden bis hin zu Agenturen oder Software-Entwicklungsfirmen alles sein. Eigentlich alles, was irgendwie mit digitalen Mitteln Wertschöpfung realisiert.

Pierre Herzer Also ich würde Digitalwirtschaft als etwas Verbindendes beschreiben. Es umfasst sowohl Software- als auch Hardwarelösungen, die in irgendeiner Form etwas koppeln, verknüpfen oder Zielgruppen verbinden. Das passiert auf einem nicht standardmäßigen Weg, wie wir ihn von früher kennen, also per Brief, sondern einem Weg, der datenbasiert ist. Man kann unter Digitalwirtschaft gut 25 Branchen mit reinnehmen, die den Begriff umschreiben. Ich habe mit diesem Begriff an sich ein Problem. Wenn man die klassische Branchenstruktur betrachtet, wie sie bisher in der Wirtschaft stattfindet, ist die Digitalwirtschaft mehr wie ein Querschnittsthema, das in alle Branchen hinein ragt. Daher ist eine Definition an der Stelle auch schwer.

„Digitalwirtschaft umfasst sowohl Software- als auch Hardwarelösungen, die in irgendeiner Form etwas koppeln, verknüpfen oder Zielgruppen verbinden.“

Dietrich Eisold Es gibt bei vielen Unternehmen einen eigenen Bereich, der in die Digitalwirtschaft mit rein reicht. Dabei kann das Unternehmen aber auch aus einer Branche wie der Finanzwirtschaft kommen. Es muss nicht unbedingt eine eigene Branche sein. Am Ende geht es um den Austausch, das Transferieren, seien das Informationen, sei das die gemeinsame Arbeit.

Martin Fiedler Ich sehe es genauso. Die Digitalwirtschaft gib es eigentlich nicht. Ich habe versucht das für mich maximal zu abstrahieren und bin irgendwann auf die Gleichung gekommen, dass Digitalwirtschaft alles ist, was etwas mit Computern zu tun hat. Daher nähern wir uns der Sache vielleicht mit konkreten Beispielen. Ist Flixbus für euch ein Digitalunternehmen?

Pierre Herzer Ja, sie haben ein digitales Buchungssystem und eine eigene App. Die Mitarbeitenden sind verteilt auf Deutschland, haben Remote Modelle, also würde ich sagen, ist es ein digitales Unternehmen. Ob es dann auch ein Unternehmen der Digitalwirtschaft ist, ist eine andere Frage.

Dietrich Eisold Es ist eigentlich alles digital, außer am Ende der Bus.

Stefan Urlberger Ich würde sagen ja. Der Grund, warum ich sie da mit einordnen würde ist der, dass sie ein überwiegend digital orientiertes Geschäftsmodel haben, wofür Hardware, im Sinne von Bussen oder Sonstigem nötig ist. Aber unterm Strich machen sie ihre Wertschöpfung durch Ausschöpfung der Vorteile der Digitalisierung, sodass das Kernbusiness-Modell die Plattform ist. Ohne die digitalen Mittel wären sie sicher nicht da, wo sie jetzt sind.

Martin Fiedler Was ist mit Flaschenpost, sind die auch ein Digitalunternehmen? Schließlich könnte ich sie ja auch als Logistikunternehmen oder Getränkegroßhandel bezeichnen.

Stefan Urlberger Wenn ich meine Definition von vorhin ernst nehme, dann ja. Auf jeden Fall.

Dietrich Eisold Das ist eigentlich genau das gleiche Plattform-Prinzip. Es gibt eine App, man kann digital bezahlen. Die Geschäftsmodelle basieren auf eindeutig digitalen Elementen. Daher würde ich sagen, sie sind eins.

Pierre Herzer Die Frage ist ja, was braucht dieses Unternehmen, damit es besteht. Und wenn man die App wegnehmen würde, ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass sie pleite gehen.

Martin Fiedler Letzter Test, Ist Infineon ein digitalwirtschaftlicher Akteur? Ihr Geschäftszweck laut Handelsregister ist die Entwicklung und Herstellung von mikroelektronischen Bauelementen.

Stefan Urlberger Hätte ich früher eher mit Nein beantwortet. Allerdings hat sich mein Verständnis im Laufe der Jahre zum einen gewandelt. Die Chipindustrie setzt sich immer mehr mit dem Thema anwendungsorientierter Dinge auseinander, was vor allem die künstliche Intelligenz umfasst, bzw. die Elektroautomobilisierung etc.. So würden sich solche Firmen nach meiner persönlichen Interpretation auf jeden Fall in der Digitalwirtschaft einordnen, auch, wenn ich sie früher als

Hardwareproduzenten gesehen hätte. Die Grenzen verschwimmen immer stärker. Auch deshalb entwickeln wir im Silicon Saxony immer mehr Austauschformate zwischen den Mitgliedern aus Soft- und Hardware, weil die Themen einfach die gleichen sind.

Dietrich Eisold So, wie vorhin beschrieben, müssten wir ja sagen. Sie stellen Chips her, die was mit Computern zu tun haben. (Lacht)

Martin Fiedler Vor allem machen sie immer mehr Software. Der Chip ist ja nur noch das Vehikel. Eigentlich kann mittlerweile gar nicht mehr groß unterschieden werden, ob es z.B. ein Fuhrunternehmen oder ein Lebensmitteleinzelhandel, wie bei Gorillas, ist. Am Ende passiert die Wertschöpfung über einen komplett digitalisierten, durch IoT und AI optimierten Verfahrensprozess. Daher auch meine These, dass es die Digitalwirtschaft gar nicht gibt, weil das eine Entwicklung ist, die jede Branche nehmen muss, um zu schauen, wie kann ich in 10, 15, 20 Jahren mit dem, was ich gerade tue, überhaupt noch Geld verdienen, ohne dabei nur der Erfüllungsgehilfe für eine größere Plattform zu sein.

Pierre Herzer Das stimmt schon. Man sieht das auch bei Bäckern und Fleischern, dass Sachen vorgebucht werden können. Es gibt Apps und anderes. Das wird in jeder Branche Einzug halten, dass bestimmte Prozesse, die die Abwicklung des Kerngeschäftsmodells ermöglichen, irgendwie digital ablaufen. Man könnte dann auch diese Unternehmen als digitalwirtschaftlich bezeichnen. Da fällt dann eine Abgrenzung tatsächlich immer schwerer. Es ist eher wie ein Trend oder Megatrend, der die Branchen durchsetzt. Der wird dann auch zunehmend schneller und befeuernd.

Martin Fiedler Genau, deswegen kann ich das auch nicht trennscharf rausstellen und sagen, ich mache jetzt Wirtschaftsförderung für die Digitalwirtschaft. Digitalwirtschaft ist schlicht Wirtschaft, mit all ihren Unterbereichen, die ihr Geschäftsmodell auf die aktuellen Herausforderungen und Bedarfe anpasst.

Dietrich Eisold Was wir jetzt in erster Linie immer diskutiert haben ist, wie kann ich schauen, dass meine Leistungen, die ich vor 5 Jahren angeboten habe, in 15 Jahren immer noch angeboten werden können,

„Und wenn man über Digitalwirtschaft redet und vielleicht auch über die Machbarkeit, dann stellt sich die Frage, was hier in den nächsten Jahren auf die Agenda gesetzt werden muss, damit das besser funktioniert. Dann darf das nicht nur Digitalisierung von analogen Prozessen sein, sondern geht noch viel viel weiter.

Dietrich Eisold
- Program Manager
  Impact Hub Dresden
- zuvor Referent Strategie und Innovation
  Ostsächsische Sparkasse Dresden
- Mitorganisator
  Innovations Challange Dresden
- Dozent Geschäftsmodellentwicklung
  BA Dresden

nur mit einem anderen Prozess dahinter. Es geht ja aber genauso darum, wie ich mit rein Digitalem auch Geld verdienen kann. Wie kann ich Daten nutzen, um damit Geld zu verdienen? Vielleicht ist das auch ein Schritt. Im ersten Schritt geht es darum, das Analoge zu digitalisieren. Darüber hinaus geht es dann aber auch darum, aus rein digitalen Assets Wert zu ziehen. Die App Cleema beispielsweise ist im Konsortium zwischen Landeshauptstadt, Sachsenenergie, DVB und OSD entstanden. Und man ist auch hier an einen Punkt gekommen, wo man eine rein digitale Lösung hat und dazu auch ein rein digitales Geschäftsmodell braucht. Der größte Hebel könnte hier beim Thema Daten bestehen. Innerhalb des Konsortium war es allerdings schwierig passende Personen für Konzeption und Entscheidung zu versammeln, die das nicht nur verstehen, sondern auch den Wert oder das Potenzial erkennen. Die Entwicklung des gesamten Konzeptes geriet dadurch stark ins Stocken und die Zukunft der Idee wurde kritisch hinterfragt. Und wenn man über Digitalwirtschaft redet und vielleicht auch über die Machbarkeit, dann stellt sich die Frage, was hier in den nächsten Jahren auf die Agenda gesetzt werden muss, damit das besser funktioniert. Dann darf das nicht nur Digitalisierung von analogen Prozessen sein, sondern geht noch viel viel weiter.

Wo gibt es Cluster der Digitalwirtschaft in Dresden?

Stefan Urlberger Also es gibt räumliche Ansammlungen. Aber so einfach ist das gar nicht. Daraus, dass die Digitalwirtschaft erst mal nicht zwingend örtlich gebunden ist, hat sich auch ein eher themenorientiertes Zusammenarbeiten organisiert. Also anders formuliert: es gibt zu unterschiedlichen Themen immer Leute, die sich zusammenfinden, sei es jetzt durch Verbandsaktivitäten, durch privatwirtschaftliche Aktivitäten oder Sonstiges. Sodass es an und für sich nicht ausschließlich das örtliche Zentrum gibt, wo viele Digitalunternehmen auf einem Haufen sind. Fakt ist allerdings, dass es mehrere Bereiche gibt, wo ihr z.B. mit neonworx dazu zählt oder der Impact Hub. Man kann schon themen- oder ideenbezogen Menschen auf einen Ort konzentrieren, die sich austauschen. Ich glaube aber, dass diese Zeit der reinen Örtlichkeiten, nur auf Gebäude bezogen, tatsächlich vorüber ist. Auch getrieben durch die ganze Home Office Geschichte. Ich denke mal, da gibt es eine Zeitrechnung vor und nach Corona. So blöd das jetzt klingt, aber die Digitalwirtschaft arbeitet sowieso schon länger verteilt.

Martin Fiedler Aber würdest du dich jetzt mit dem Rocket Science Center als Cluster der Digitalwirtschaft bezeichnen?

Stefan Urlberger Nein eigentlich nicht. Also ich würde uns zwischenzeitlich eigentlich eher als Wohngemeinschaft mit loser Kopplung bezeichnen. In den letzten zwei Jahren hat irgendwie so gut wie niemand irgendwas gekündigt. Ich war eigentlich der festen Überzeugung, dass hinterher die Hälfte der Räume leer steht, das ist nicht der Fall. Im Gegenteil, es sind nach wie vor immer noch zu wenig Räume. Da scheitert es am Denkmalschutz, Brandschutz etc. Aber nichts destotrotz, sehe ich uns eigentlich nicht wirklich als Cluster, ich sehe uns eher als Ansammlung von Unternehmen mit ähnlichen Interessen, die eine gemeinsame Örtlichkeit gefunden haben, in der sie prosperieren und sich ab und zu mal gegenseitig unterstützen und helfen. In Differenzierung zum Beispiel zum Impact Hub oder so, wo die komplette Idee und die Geschichte dahinter auch eine andere ist.

Stefan Urlberger
- Geschäftsführer
  swp software systems
- Geschäftsführer / Betreiber
  Vi Rocket Science Center
- Leiter Kernteam Dresden
  Sächsischen Mentoring-Netzwerk
- Arbeitskreise Software & Startup
  Silicon Saxony

Martin Fiedler Ist der Impact Hub ein Standort der Digitalwirtschaft?

Pierre Herzer Wir haben ja gerade schon bei der Definition gestrauchelt, da sie keiner hat. Aber es sind viele Unternehmen hier bei uns, die digitale Lösungen, für welche Herausforderung oder welches Problem auch immer, erzeugen. Die die Software dazu schreiben. Die gehören für mich, wenn wir hier Digitalwirtschaft irgendwie definieren wollen, als Basis auf jeden Fall dazu. Deshalb würde ich auf jeden Fall ja sagen, auch wenn ich den Begriff grundlegend gern hinterfragen würde.

Dietrich Eisold Stellen wir uns vor, wir wollen eine App entwicklen. Wenn du in einen Hub gehst, Leute zusammenbringst und mit denen das digitale Geschäftsmodell diskutierst, dann sind relativ schnell alle drin und verstehen, was du willst und können das weiterdenken. Und ich denke, solche Orte gibt es hier in Dresden nicht so häufig. Daher würde ich schon sagen, dass wir für Dresden so ein Ort sind. Weil wir Leute bei uns sitzen haben, die einfach grundbefähigt sind, was Digitalwirtschaft betrifft. Mit Fachexpertise in ihrem jeweiligen Bereich, aber auch mit einer Haltung und gewissen Kompetenzen, die Voraussetzung sind, um in der Digitalwirtschaft tätig zu sein.

Martin Fiedler Braucht es noch mehr Orte oder Strukturen, um dieses schwer zu greifende Monster Digitalwirtschaft irgendwie zu fördern? Gibt es vielleicht einfach auch an einer bestimmten Stelle ein Marktversagen für die Bedarfe eben dieser Klientel?

Stefan Urlberger Aufgrund der Anfragen, die wir regelmäßig bekommen, und ich bin ja wirklich nur einer von vielen an der Stelle, würde ich mal sagen, könnte ich unseren Standort zwei bis drei Mal belegen, ohne Probleme. Und ich weiß, dass die Leute echt Schwierigkeiten haben, Räume zu finden. Zum einen braucht es bezahlbaren Mietraum, zum anderen scheitertet es auch daran, nicht nur Räumlichkeiten an sich zu haben, sondern auch Raum zum gemeinsamen Arbeiten. Immobilienangebote und Sonstiges gibt es ja durchaus immer wieder mal, aber es ist deutlich weniger geworden, als noch vor 10/15/20 Jahren. Da merkt man schon, dass der Markt recht leergefegt ist. Außerdem, wenn im Büro der Personaldienstleister ist, der Digitalwirtschaftler und noch drei andere, ist es nicht so, dass man gemeinsam Produkte entwickelt. Das passiert wahrscheinlich weniger, die Prognose würde ich jetzt einfach mal wagen.

Welche Bedarfe hat die Digitalwirtschaft in Dresden?

Stefan Urlberger Die gezielte Ansammlung von Menschen mit gemeinsamen Interessen, oder von einer oder mehreren Personen, die eine Idee haben und versuchen diese Idee in der Gemeinschaft oder wie auch immer umzusetzen, ist aus meiner Sicht was fundamental Anderes, als einfach nur Flächen zur Verfügung zu stellen.
Also einfach nur irgendwo zu sagen: ‚Hier Raum, viel Spaß.' Kann funktionieren. Aber immer, wenn du eine Summe von Menschen ohne Plan zusammenbringst, dann sind die relativ schnell wieder weg. Also so einen Kümmerer brauchst du so ein Stück weit, eine oder mehrere Personen. Die müssen nicht zwingend extra dafür eingestellt sein. Die müssen einfach nur den Wunsch haben, Austausch zu betreiben und kommunikativ sein. Und ich glaube, das macht schon ziemlich viel aus. Und an der Stelle gibt es seit vielen Jahren etablierte Örtlichkeiten, die das machen, die prosperieren, die immer noch da sind, wo man sich auch kennt. Wo letzten Endes viele gute Unternehmenskooperationen oder Sonstiges hervorgegangen sind. Und ich glaube, das ist definitiv ausbaufähig. Wir haben öfter Anfragen aus anderen Teilen Deutschlands, die sagen ‚Dresden

„Aufgrund der Anfragen, die wir regelmäßig bekommen, […] könnte ich unseren Standort zwei bis drei Mal belegen, ohne Probleme."

ist cool, da würden wir gern sein.‘ Da kann ich dann nur sagen: ‚ja ist schön, dass du dich für uns interessierst, aber kommt in 5 Jahren noch mal wieder, dann habe ich das nächste Mal was frei.‘ Das ist super, aber hilft jetzt keinem. Und dann könnte ich noch drei Telefonnummern rausgeben, wo er die gleiche Antwort bekommt. Und dann kommt er nicht nach Dresden, weil er sich dann wo anders umsieht. Ich glaube, dass es da ein Marktversagen gibt. Weil das Angebot von Immobilienanbietern einfach ein anderes ist. Denen ist das egal, die wollen einfach Flächen loswerden und gut ist. Da ist kein Herzblut dabei und niemand, der sich um die Community kümmert, das ist eine andere Baustelle. Man braucht einfach Menschen mit Herzblut. Menschen mit Herzblut bewegen einfach mehr. Es sind unterschiedliche Ideen, Ansprüche und Wünsche, was dabei entstehen soll. Wenn du hier wohnst und die Stadt irgendwie als dein Baby mit siehst und willst, dass es sich entwickelt, dann können wir es nicht einfach anders drehen, wenn du sagst „ja wo krieg ich einen Euro mehr Miete?“.

„Menschen mit Herzblut bewegen einfach mehr.“

Martin Fiedler Ich erinnere mich zum Beispiel an ein kommunalpolitisches Plenum im Vorfeld der Stadtratswahl. Es ging vor allem um Wirtschaftspolitik. Als die einzelnen Kandidat:innen gefragt wurden, was sie denn so für die Wirtschaft tun, erzählte jemand, dass Dresden pro Jahr zig Hektar Gewerbegebiete braucht. Also eine grüne Wiese, wo man dann eine Blechhütte mit Rolltoren draufstellt. Dieses Bild von Wirtschaft hat mich sehr irritiert. Was mich zu meiner Frage bringt: Was denkt ihr, braucht es für die Digitalwirtschaft oder nennen wir es die Wirtschaft der Zukunft?

Pierre Herzer Ich glaube, die Infrastrukturfrage muss schon gestellt werden. Die ist nur bei weitem nicht auf das Thema Fläche begrenzt. Flächen sind ein Parameter. Und das sagen wir vor allem als Betreiber eines CoWorking-Space. Wir sehen noch andere Bedarfe. Alles was an Infrastruktur rundherum ist, alles was Dienstleister sind, Serverkapazitäten und Ähnliches sind wichtige Gelingensfaktoren. Das Ganze hört aber da nicht auf. Wenn man sich als Standort der Digitalwirtschaft sieht, ist es nicht damit getan, 100 Unternehmen her zu holen, sondern diese brauchen dann auch eine Schnittmenge und einen gemeinsamen Punkt, an dem sie kollaborieren können. Dass auch ein Rahmen gegeben wird, wo Austausch stattfinden kann, und gegebenenfalls auch Förderung und unternehmerische Beratung. Ausreichend Anlaufpunkte hierfür sind sicher schon in der Stadt verteilt. Das muss nicht neu geschaffen werden, aber vielleicht macht es Sinn, dass diese gemeinsam an einem Strang ziehen, um bei Projekten zu helfen.

Dietrich Eisold Die Ressourcen, die gebraucht werden, sind ja ganz anderer Natur. Austausch und Netzwerk spielen eine viel größere Rolle. Man kann hier wieder abschweifen. Wie sehen die Charaktere aus, die in der Digitalwirtschaft eher tätig sind, die vielleicht digitale Geschäftsmodelle bauen. Wo arbeiten die? Wie arbeiten die? Haben die überhaupt noch ein eigenes Büro mit Schreibtisch und arbeiten von 9 bis 17 Uhr? Wahrscheinlich nicht. Das passt natürlich gut zu unserer Story, sowohl zu neonworx, als auch zum Hub, weil wir ja genau das bieten.

Martin Fiedler Hilft eurer Meinung nach das räumliche Beieinander sein der Firmen? Oder könnten die sich auch theoretisch irgendwann mal kennen gelernt haben und in unterschiedlichen Städten sitzen und sich trotzdem genauso austauschen?

„Die Magie findet da statt, wo Zufälle passieren können und Menschen mit einem ähnlichen Fokus oder mit einer ähnlichen Idee, zusammenkommen. “

Stefan Urlberger Ich glaube, der Austausch, örtlich gebunden, ist in dem Sinne ein anderer als der ortsungebundene. Der ortsungebundene Austausch ist deutlich themenorientierter, also wenn etwas Konkretes ansteht. Hingegen ist das Treffen in der Kaffeeküche oder Ähnlichem, also das zufällige Entstehen, die Magie.
Dass Menschen ohne einen spezifischen Zweck an einem Ort zusammenkommen, findet remote natürlich weniger statt. Weil es eine Agenda gibt und weil da jeder einen Plan verfolgt. Aber dieses einfach mal über den Weg laufen und dann sagen: ‚ach lass uns das mal probieren‘, das passiert nur, wenn du einen Ort hast. Das passiert deutlich weniger, wenn du einen wirtschaftlich relevanten Case hast. Also ich denke, die Magie findet mehr da statt, wo Zufälle passieren können und Menschen mit einem ähnlichen Fokus oder mit einer ähnlichen Idee, zusammenkommen.

Martin Fiedler Wie niedrigschwellig muss, eurer Meinung nach, so ein Vernetzungsangebot sein? Muss ich da erst ein Formular ausfüllen bevor ich eine Beratung für ein konkretes Projekt bekomme?

Pierre Herzer Es darf eigentlich keine Zugangsbarrieren geben. Es sollte keine Formulare geben. Bei uns kommen ja eher die kleinen auf den Bildschirm. Denen darfst du dann keinen Wust an Kram hinwerfen, wo sie sich erst mal durcharbeiten müssen. Gerade wenn ich an Bedarfe denke, muss das sehr niederschwellig sein. Und wenn es darin mündet, dass es einen Testlauf gibt, wo man sich irgendwie kennen

lernt oder eine Probe hat und danach vielleicht evaluiert, braucht es da jetzt irgendeinen Vertrag oder eine Bewerbung? Aber der Zugang sollte erst mal für alle möglich sein und möglichst ohne Barrieren in irgendeiner Form. Egal, ob wir jetzt von Zugangskriterien, Anträgen, Formularen oder physischen Blockaden in irgendeiner Form sprechen.

Dietrich Eisold Wenn es ums Thema Vernetzung geht, habe ich persönlich auch kein Gefühl, dass es da ein Unterangebot gibt. Oder dass die Hürden zu groß sind. Im Gegenteil, es gibt unheimlich viele Vernetzungsmöglichkeiten. Es ist ja bloß die Frage, was brauche ich gerade und wie gelingt es, durch sinnvolle Vernetzungsangebote, die Leute auch langfristig dabei zu behalten? Also immer wieder aufzunehmen, was gerade benötigt wird und dann die Leute zusammen zu halten

Pierre Herzer
- Geschäftsführer / Betreiber
  Impact Hub Dresden
- Mitgründer
  Open Service Design Academy
- zuvor Mitarbeiter
  Start-up Initiative dresden|exists
- zuvor Geschäftsführer / Betreiber
  collab&couch Coworking

Pierre Herzer Ich möchte noch auf einen anderen Aspekt zu sprechen kommen. Ein Büro bei uns hat einen gewissen Preis. Und der kann mal etwas höher oder mal ein bisschen geringer sein. Aber bei uns im Hub ist er eben manchmal ein bisschen höher, auch aufgrund der Lagen. Und du schließt einfach dadurch schon von vornherein viele aus. Wir haben das anfangs mit einem Wechselmodell versucht. Der Corporate-Mieter zahlt mehr und finanziert so die Kosten für Afeefa mit. So ist der Preis da mal höher, da mal niedriger. Alles nach einem fairen Modell. Funktioniert an sich schon okay, aber du landest trotzdem auf einem mittleren Preis, der für manche immer noch Utopie ist. Zumindest für ein noch nicht gegründetes Unternehmen oder einen Personenkreis, die erst mal nicht mehr haben als eine Idee. Das ist halt eine Schwelle. Es ist eine Zugangsbarriere für die Teams. Und wir sind ja auch Unternehmer und können nicht irgendwie sagen, wir schenken mal 300m2 her, um den 10 coolen Projekten der Stadt jetzt für ein halbes Jahr eine Spielfläche zu geben. Und das ist an der Stelle schon eine Zugangsbarriere und eine Geldfrage. Auch wenn wir die vielleicht nicht sofort auf dem Schirm haben.

„Es darf eigentlich keine Zugangsbarrieren geben“

Martin Fiedler Was ist denn bei euch so eine klassische Anfrage?

Stefan Urlberger 2-3 Räume für Minimum 5, Maximum 10-15 Leute.

„Die klassische Anfrage aktuell sind 8-15 Personen, wachsend, am besten sofort und am besten nur temporär. “

Pierre Herzer Derzeit ist die klassische Anfrage: 8-15 Personen, wachsend, am besten sofort und am besten nur temporär. Das ist gerade das Bild der letzten 4-6 Monate. So was kommt gerade sehr häufig vor.

Martin Fiedler Das ist bei uns genau das Gleiche.

Dietrich Eisold Also nicht nur Start-ups, sondern auch von gestandenen und etablierten Unternehmen?

Pierre Herzer: Genau. In meinem Bild sind es sowohl Dienstleister und Jungunternehmen, die irgendwo gewachsen sind, als auch große gestandene Unternehmen, die auch irgendwo versuchen ein Team aus dem eigenen Office, kurzzeitig bis irgendwas umgebaut ist, rauszubekommen.

Martin Fiedler Das kann ich nur bestätigen. Bei uns im CoCampus hat die KPMG vor kurzem 13 Arbeitsplätze bezogen. Genutzt werden diese aber eher von der 2-3 fachen Anzahl Mitarbeitender.
In 30% der Fälle geht es auch um eine komplette Neuansiedlung am Standort. Die wollen dann erst mal ein Basislager in Dresden aufschlagen, haben vielleicht schon 5 Leute im Home Office vor Ort und wollen das rasch verdoppeln.“ Das ist bei uns gerade der Klassiker. Immer im erst mal im kleinen Maßstab, dafür aber am besten sofort, was einen Vermieter der 500+m2 zu vergeben hat, überhaupt nicht interessiert. Und wer hat schon noch 500m2? Es sind ja meistens dann 5000m2.

Was hemmt die Digitalwirtschaft in Dresden?

Stefan Urlberger Ja genau. Und, wenn du jetzt ein Unternehmen bist, das tendenziell auch wachsen will, dann ist es für dich aber auch wichtig, dass du eine Chance hast, da wo du bist, nicht irgendwie ein Jahr später ausziehen zu müssen, weil digitale Geschäftsmodelle ja auch eine gute Skalierung ermöglichen. Auch wenn viele Unternehmen nie mehr als 25 oder 50 Leute werden. Aber es kann schnell passieren, dass du von 10 auf 20/30 kommst und dann reichen dir die drei Räume halt nicht mehr. Dann musst du irgendwie anpacken und wenn du dann schon wieder umziehen und aus der eigentlich lieb gewonnen Gemeinschaft raus musst, ist das nicht so schön. Also insofern, ein bisschen Leerstand haben zu können, ist ein Luxus. Wir haben auch schon teilweise nicht vermietet, um den Leuten diese Gelegenheit zu

bieten und nicht zu viel Durchmischung zu haben. Aber das klappt nicht immer. Im Augenblick sind wir auch wieder komplett voll und ich kann einfach nur sagen, das ist schade. Es wäre auch einfach cool, sagen zu können: ‚Passt auf, bei Friends und Family da gibt's noch ein paar, da kannst du hin'. Dann hältst du die Leute im Endeffekt. Und du hältst die Leute in der Community. Wenn irgendwo was frei wird, gehen die zum Nächsten und es gibt da einen Austausch. Im Endeffekt kommt im positiven Sinne ein natürlich gewachsenes Netzwerk heraus, das über viele Jahre hinweg bleibt und auch ein Stück weit ein Standortvorteil plus ist. Weil du das an vielen anderen Standorten halt auch hast. Da hat man mehr Gelegenheiten als bei uns. Bei uns ist es leider echt mau, was das Angebot betrifft.

Martin Fiedler Wenn ihr mal durchzählt. Wie viele Unternehmen sitzen denn bei euch?

Pierre Herzer Ich würde schätzen: 40-45 Unternehmen. Wenn wir die Einzelunternehmer mitzählen, dann würde ich sogar sagen, sind es wesentlich mehr. Aber ja, das Größte ist gerade bei 20-25 Leuten. Los geht es von der Größe her aber beim Einzelunternehmer.

Martin Fiedler
- Geschäftsführer / Betreiber
  Ljnk (neonworx & CoCampus)
- Partner
  neongrau design
- Vorstand
  Wir gestalten Dresden
- Vorstand
  LVKKW Sachsen

Martin Fiedler Und da sind wir genau beim Punkt. Wenn diese 40 Unternehmen in den nächsten Jahren durchschnittlich nur jedes 3 Leute einstellen würden, was das allein für ein Potential birgt. Nur ein Beispiel: Seit Jahresbeginn sitzt die Itexia mit aktuell 50 Leuten auf dem CoCampus. Deren Gebäude wird gerade noch für weitere Mitarbeiter erweitert. Ich habe jetzt erst die E-Mail von 2014 gefunden, als sie bei uns ein Büro für 3 Leute angefragt hatten. Ich finde da einfach, dass Wirtschaftsförderung aktuell manchmal noch zu sehr darauf bedacht ist, die dicken Fische an Land zu ziehen, anstatt einen grow up zu unterstützen. Die kleinen findigen Leute, die es hier schon gibt, einfach dabei zu unterstützen, stabil zu wachsen. Man stelle sich nur vor, es gäbe Strukturen, damit sich diese Unternehmen keinen Kopf machen müssen, wenn sie noch 3 Leute einstellen, dass ihr Büro zu klein wird. Und je größer die Unternehmen werden, desto stärker wird auch ihre Zahlungsfähigkeit. Und am Ende hast du dann wirklich die Möglichkeit das auch gegeneinander auszugleichen. Bei manchen gibt es vielleicht auch mal 2-3 Jahre, wo es nicht so gut läuft. Und dann geht es danach aber umso steiler.

Pierre Herzer Oder dass mal irgendeiner ausfällt. Aber ich meine, dass es schon richtig ist. Die Summe der Fische macht auch den Schwarm. Es muss auch nicht der riesige Hai in der Mitte sein. Da stimme ich schon grundlegend zu. Es gibt ja einzelne Vehikel vom Land und der Stadt, aber es fühlt sich noch nicht strukturiert an. Es gibt da die Innovationsförderung von der Stadt, wo man punktuell irgendwie zugreifen kann, auch als junges Unternehmen. Und auch vom Land die verschiedenen Tools, über Gründungsförderung, MLP, Zuschüsse und Co.. Aber es ist kein gesamtheitliches Bild. Es ist Förderung auf der einen Seite, aber alles was Vernetzung ist (private Player, die Kammern und Verbände) wirkt nicht wie aus einem Guss. Vorhin ist das Wort Inkubator gefallen. Es ist eben nicht wie ein gesteuertes, strukturiertes System. Es ist eher so: ‚ja ok, da gibt es welche, die sind blöd genug und machen das selbst, wie neonworx, die dann einfach weitervermieten. Dann haben wir noch ein paar strukturierte wie die IHK, HWK, die diversen Verbände, ich will sie auch gar nicht alle aufzählen, aber die machen alle was. Und wir sind eigentlich eher so bei friss oder stirb. Wir gehen hin und ziehen uns das Netzwerk und machen das selbst und ziehen das hoch. Aber das ist ja sozusagen auch wieder eigentlich die Leistung unsererseits, die wir alle für den Standort erbringen. Und da mal irgendwie strukturierter ran zu gehen, zum Beispiel mit einem Inkubatorprogramm. Ich würde da die Annahme machen, dass da eine Wirtschaftsförderung eine zentrale Position einnehmen kann, das wäre schon etwas, das ich gern mit auf den Zettel packen würde.

„Die Wirtschaftsförderung ist aktuell manchmal noch zu sehr darauf bedacht ist, die dicken Fische an Land zu ziehen, anstatt die kleinen findigen Leute, die es hier schon gibt, einfach dabei zu unterstützen, stabil zu wachsen."

Martin Fiedler Ich glaube tatsächlich, dass das Thema Raum das Wichtigste ist. Geld ist das eine. Aber wenn du einfach keinen Raum findest, um die nächsten 3 Leute hinzusetzen, bist du sprichwörtlich gefangen. Wenn ein Unternehmen an so einer Schwelle steht: das aktuelle Team sind fünf Leute, man hat sich irgendwo in der Neustadt ein Büro gesucht oder meinetwegen in Striesen eine alte Wohnung angemietet und jetzt könntest du theoretisch auf 8/10/15 wachsen, aber du findest einfach nichts. Im Haus ist alles voll und alles andere, wo du hinziehen könntest, ist doppelt so teuer. Also beschränkst du dich im Zweifel und hältst das Team klein oder vergrößerst es nicht so wie eigentlich notwendig. Klar kann man mit Home Office puffern, aber eben nicht unendlich. Die Gesamtlage gerade ist hochgradig

volatil und es macht nur Sinn, in dem ich all diese Unsicherheiten, wie in einer Versicherung, zu einer größeren Gruppen zusammenschiebe. So vergemeinschafte ich Risiko und halte es eben auch aus, wenn eines der Teams es nicht schafft, weil es sich verschätzt hat, oder weil das Businessmodell einfach nicht trägt. Wo die Gruppe sich gegenseitig stützt, kann ich auch langfristiger planen und notwendige Investitionen, z.B. in Infrastruktur und IT-Sicherheit finanzieren. Dieses Businessmodell schließt die Lücke, die klassische Vermieter ungenutzt lassen. Dass das funktioniert zweigt sich ja auch dadurch, dass wir eigentlich alle an unseren Kapazitätsgrenzen agieren, obwohl sowohl der Hub als auch wir vor kurzem erst neue Standorte eröffnet haben.

Pierre Herzer Das ist richtig ja. Ich meine, man kann, für einen Einzelarbeitsplatz immer noch mal was schieben oder ein paar neu schaffen. Aber alles, was ganze Teams betrifft, ist 100% dicht. Da könnten wirklich Flächen gefüllt werden, en masse.

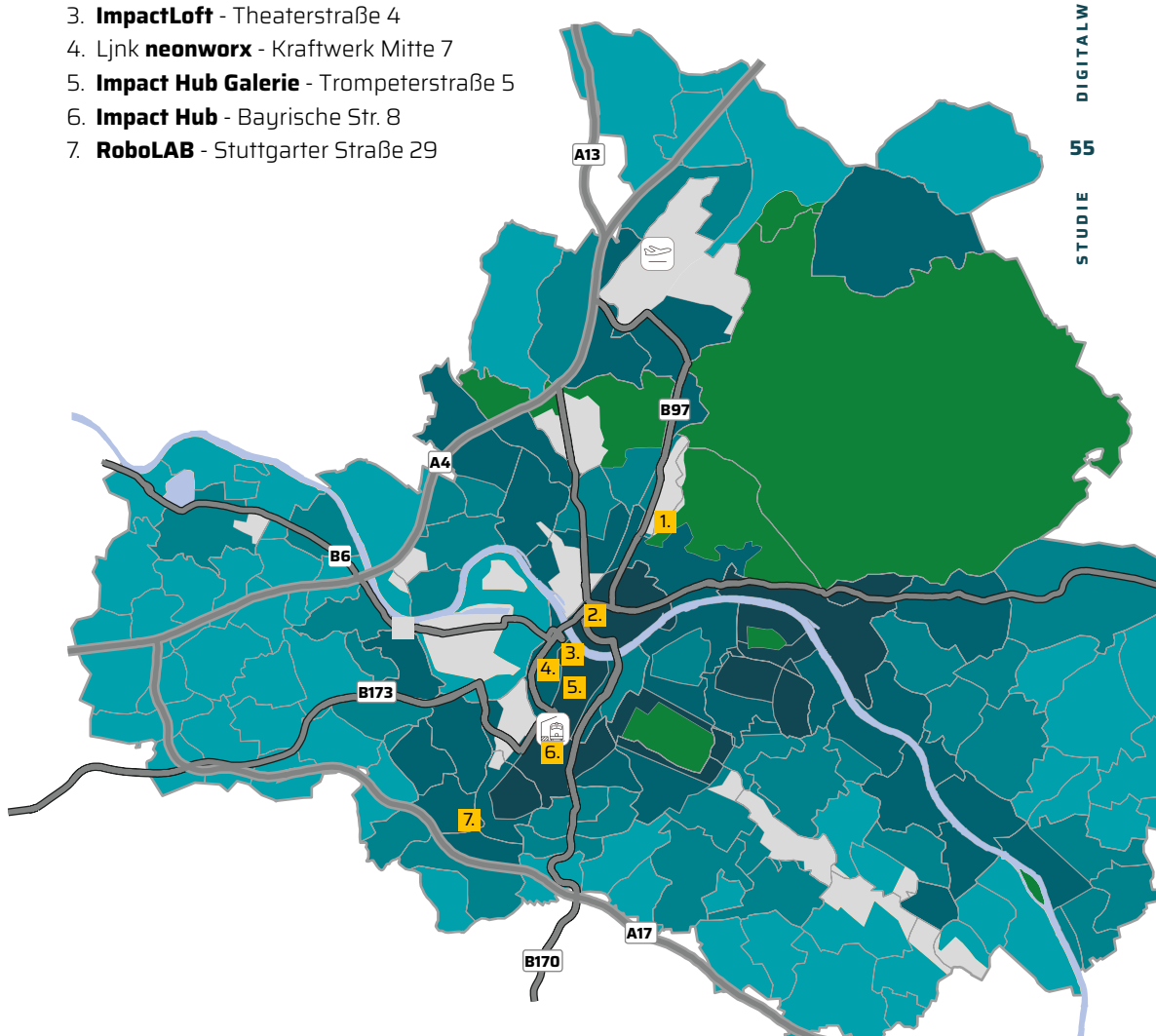
Martin Fiedler Mein Traum wäre eigentlich, dass man so eine Art virtuellen Inkbator entwickelt, der einfach in den unterschiedlichen Spaces dieser Stadt Plätze anmietet, so sie halt verfügbar sind. Diesen Spaces wird dadurch auch eine Planungssicherheit gegeben, sich selbst weiterzuentwickeln, sich selbst weitere Räume zu erschließen und parallel auch die Möglichkeit zu haben, dass zwischen den Spaces auch mal Teams getauscht werden können. Das Beispiel Packwise, kann ich als genau so eine Erfolgsgeschichte erzählen: Ein kleines Team, die zu dritt angefangen haben, die im Hub gewachsen sind, bis sie wirklich an der absoluten Grenze des Open Spaces waren, um dann als 13-köpfiges Team in ein eigenes Büro umzuziehen. Wenn ich jetzt vom Einzelfall zur Regel komme, habe ich viele der vorhin diskutierten Probleme vom Tisch. Einen Transfermarkt der Coworking Spaces dieser Stadt, oder Friends & Family wie Stefan das nennt.

„Ein virtueller Inkubator, der in den unterschiedlichen Spaces dieser Stadt Plätze anmietet. Diesen Spaces wird dadurch auch eine Planungssicherheit gegeben, sich selbst weiterzuentwickeln, sich selbst weitere Räume zu erschließen und untereinander je nach Bedarf Teams zu tauschen“

Wenn es so einen vernetzten Ansatz gäbe, bei dem die bereits bestehenden und die neu hinzukommenden Flächen miteindander verschaltet sind, kann ich den Nutzern quasi eine Wachstums-Garantie geben. Damit muss kein Unternehmen mehr Angst haben zu wachsen oder notfalls auch mal zu schrumpfen. Dass ein Unternehmen immer die Möglichkeit hat auch mal zu springen, in die jeweilig nächstgrößere freiwerdende Fläche, das fände ich super. Sowohl als Unternehmer, als auch als Betreiber.

Pierre Herzer ich glaube, dieser Grundgedanke, dieses Tauschprinzip, den würde ich auch unterstützen. Den finde ich gut. Es kann an manchen Stellen Entlastung bringen, vor allem für die nutzenden Unternehmen. Aber es ändert nichts am Grundproblem, dass es schlicht zu wenig Flächen dieser Art gibt.

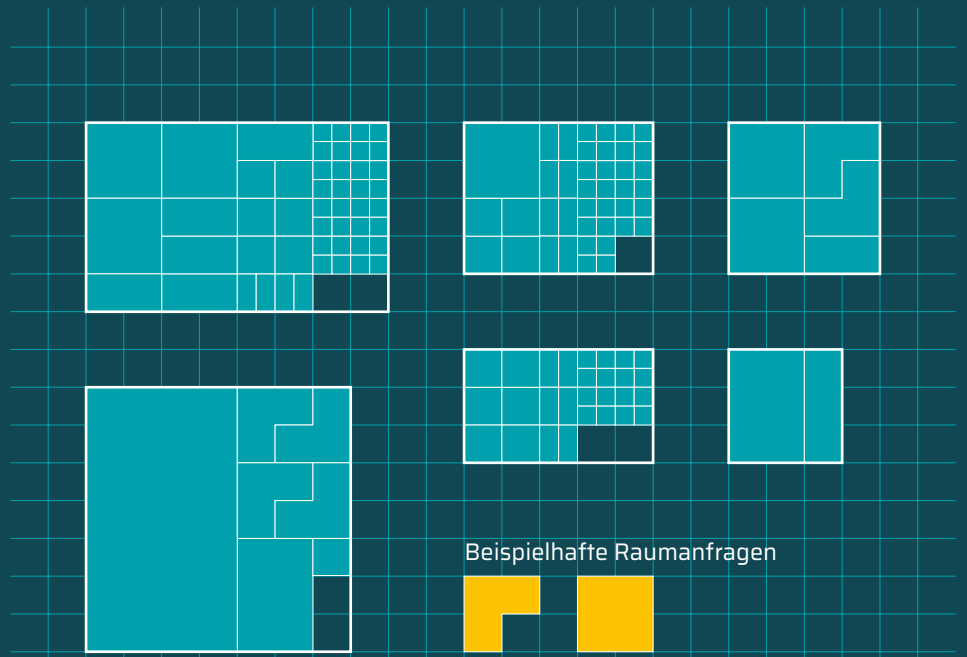
1. **Vi Rocket Science Center** - Königsbrücker Str. 124
2. Ljnk **CoCampus** - Antonstraße 25
3. **ImpactLoft** - Theaterstraße 4
4. Ljnk **neonworx** - Kraftwerk Mitte 7
5. **Impact Hub Galerie** - Trompeterstraße 5
6. **Impact Hub** - Bayrische Str. 8
7. **RoboLAB** - Stuttgarter Straße 29



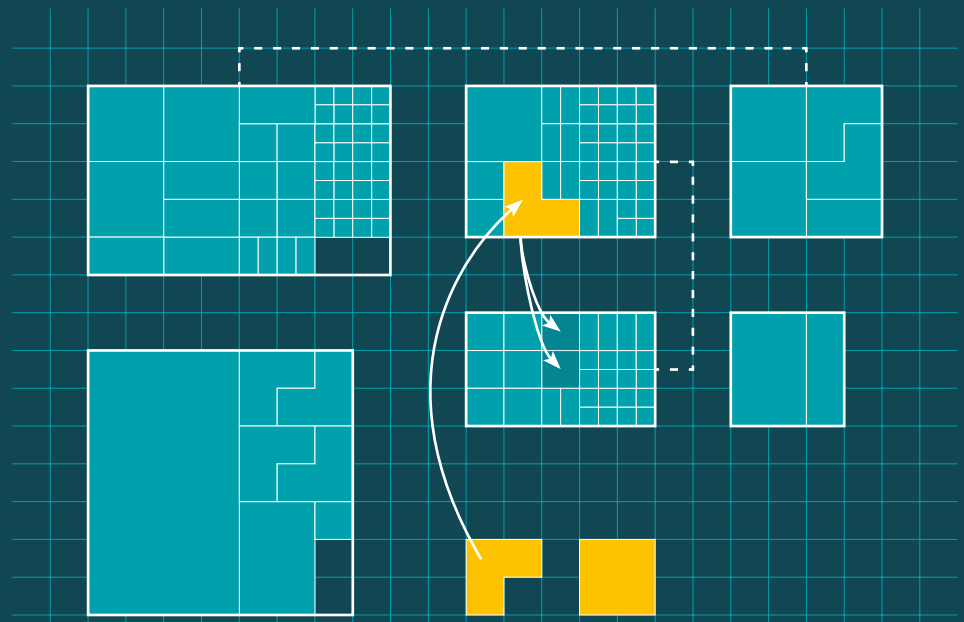
EIN VIRTUELLER CLUSTERVERBAND

Wie im vorangegangenen Gespräch gesehen, gilt es für die Digitalwirtschaft einen Ansatz zu entwickeln, mit dem die vorhandenen und etablierten Strukturen gestärkt werden. Durch eine stärkere Verknüpfung der vorhandenen Flächen, können mehr Anfragen für Ansiedlungen bedient und gleichzeitig besser auf die sich ändernden Bedarfe der Bestandsnutzer reagiert werden. Bestehende Leerstände sind meist so gering, dass ankommende Anfragen nur durch weitere Verschiebungen überhaupt bedient werden können. Diese Wechsel ermöglichen dabei auch den Bestandsnutzern ihre eigene Räumliche Situation zu verbessern, bzw. sich in eine Community zu begeben, in der passende Angebote für die Community angeboten werden. Überhaupt sind die inhaltlichen (Beratungs-)Angebote ein wichtiger Punkt, die über eine weitere Vernetzung auch anderen Communities zugute kommen können. Denn vieles ist schon vorhanden. Die Förderung der Kooperation würde weiterhin zu mehr Planungssicherheit für weitere Flächenerschließungen führen.

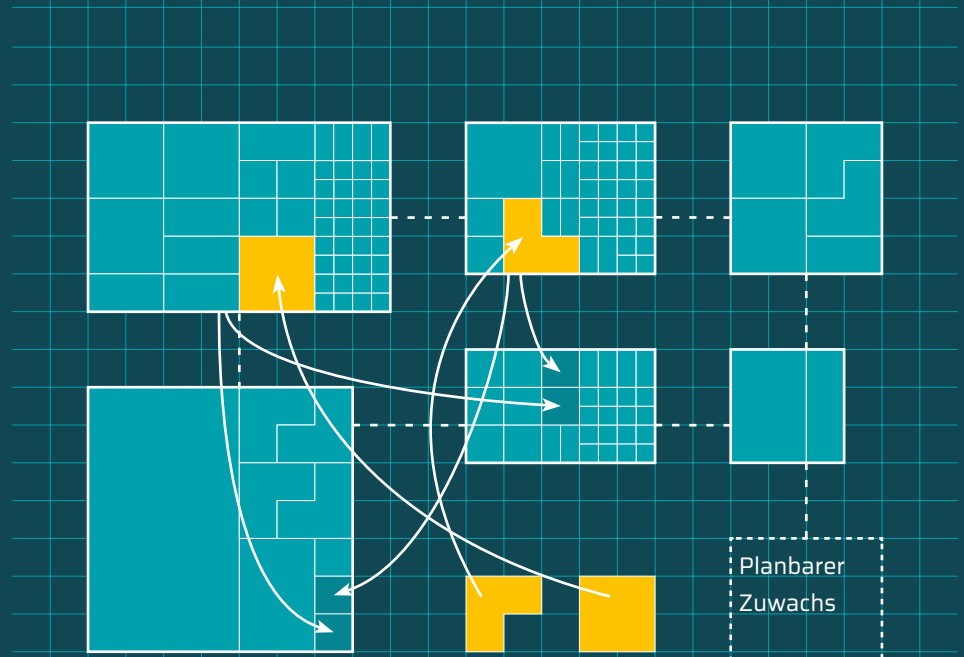
= Bestehende Cluster-Communities = 50qm = 4 Personen



Cluster-Beispiele Schematische Darstellung von Größe und Belegung



Bilaterale Kooperationen mit maximal möglichen Wechseln



Virtueller Verband mit optimierten Wechseln

Digitalwirtschaft in a nutshell

Die Digitalwirtschaft ist für sich kein klar abzugrenzender Wirtschaftszweig, da dieser Terminus eher als Sammelbegriff genutzt wird, um eine Vielzahl von Teilmärkten, Akteuren und Branchenaktivitäten zusammenzufassen. Durch die allgegenwärtige Digitalisierung der Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft, bewegen sich auch einstmals klar differenzierbare Wirtschaftsbereiche mehr und mehr hin zu digitalen Erlös- und Geschäftsmodellen. Gleichzeitig werden diese Geschäftsmodelle meist noch durch Start-ups und/oder externe Ausgründungen vorangebracht. Wie diffus diese Grenze mittlerweile ist, kann an folgenden Beispielen illustriert werden:

1. Dem Unternehmen Flixmobility (Fernbus/Fernzug) gehört hierzulande keines ihrer grünen Fahrzeuge, es tritt lediglich als digitale Vermittlungs-/Abrechnungs-/Betriebsplattform auf. Ähnliches gilt für andere Plattformanbieter wie Gorillas (Lebensmitteleinzelhandel), MyHammer (Handwerkerdienstleistungen), Textmaster (Übersetzungen) oder Uber (Personenbeförderung).

2. Das Dresdner Unternehmen Wandelbots zählt streng genommen zum Softwaremarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft, agiert jedoch eher als Facilitator für die Maschinenbau- und Roboterindustrie. Ähnlich verhält es sich bei der Firma Symate (KI für Produktionsdaten, vornehmlich Kunststoff- & Compositeproduktion) oder Packwise (Optimierung des Transportwesens der Chemischen und Lebensmittelindustrie).

3. Umgekehrt versammeln die großen Digitalunternehmen Dresdens, wie T-Systems MMS oder SAP eine Vielzahl von Professionen unter ihrem Dach, die wiederum anderen Branchen (u.a. Design, Beratung) zuzurechnen wären, würden sie separat geführt. Mit Unternehmen wie queo oder 3m5, arbeiten in zwei Unternehmen des Werbemarktes mehr Programmierer und Entwickler als Grafikdesigner. Überhaupt werden die Überlappungsbereiche im Agenturgeschäft eher größer als kleiner. In Zeiten wo große Beratungsunternehmen wie Accenture, McKinsey oder Deloitte Web-, App- und Werbeagenturen kaufen, sind auch einstmals klare Grenzen zwischen den freien Berufen endgültig verwischt. Um für die weitere Ausarbeitung also zu einer Begriffsdefinition zu kommen, versuchen wir es daher wie folgt, vereinfachend, zusammenzufassen: Die Digitalwirtschaft umfasst alle Unternehmen, deren Haupterlös internet- oder computerbasierten Geschäftsmodellen erwirtschaftet wird.

Folgt man dieser Definition, so speist sich die die Digitalwirtschaft Dresdens aus vier Hauptquellen:

1. Der Ausgründung meist auf digitalen Erlösmodellen basierender **Start-ups** aus den Universitäten (Wandelbots, Senorics, Kernkonzept, Packwise),

2. Der Verbreiterung der Wertschöpfungsketten durch **bestehende Konzerne** (Infineon, Zeiss, AMD, Volkswagen),

3. Der **Ansiedlungen** größerer Digital-Unternehmen auf Grund des bestehenden Ökosystems (Amazon, Huawei, NTT Data, Vodafone, SAP, Staffbase) und

4. Dem organischen Wachstum bereits hier **bestehender Unternehmen** (MMS, 3m5, queo, Vi, Communardo, Enloc).

Die Unterschiede zwischen den hier genannten, deren Aufzählung alles andere als abschließend ist, könnten nicht größer sein. Gleichzeitig greifen sie alle auf dieselben Ressourcen zurück: Raum, Menschen und Netzwerke. Die verschiedenen Verbände (u.a. Silicon Saxony, Bitkom) und Initiativen (u.a. Smart Systems Hub, Decompiled) haben in der Vergangenheit gezeigt, dass eine Kooperation zwischen all diesen Akteuren für Partner jedweder Größe sinnvoll und innovationsfördernd ist. Gleichzeitig sind die Kräfteverhältnisse höchst ungleich, wenn es um die Erlangung von räumlichen und personellen Ressourcen geht. Gruppe 1 und 4 tritt an gegen Gruppe 2 und 3. Gerade die Ausgründungen und die, die es mal waren, haben ihre ersten Schritte meist in einem der bestehenden Hubs und Gründerinitiativen gemacht und wären wohl ohne das dort gebotene Netzwerk und das gemachte Nest nicht so erfolgreich geworden, wie sie heute sind. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die Ideen, an denen jetzt gerade bspw. in der HTW-Gründerschmiede, dem Impact-Hub oder einem der Technologiegründerzentren entwickelt werden, die Produkte und Dienstleistungen der erfolgreichen Digitalunternehmen von morgen sind. Diese Teams finden sich nicht zufällig, schärfen ihre Ideen nicht ohne externe Hilfe und überstehen die ersten Jahre nicht ohne günstigen Raum. Doch genau an letzterem mangelt es gerade auf der Ebene niedrigschwelliger Angebote. Die allgemeine Raumknappheit schlägt wie bei allen Branchen der Kreativwirtschaft voll auf die Entwicklungs- und Wachstumsfähigkeit der hiesigen Start-ups durch. Denn während Staffbase das ehemalige Café Prag beziehen kann und Firmen wie Wandelbots, Itexia und 3m5 in schöne Villen residieren,

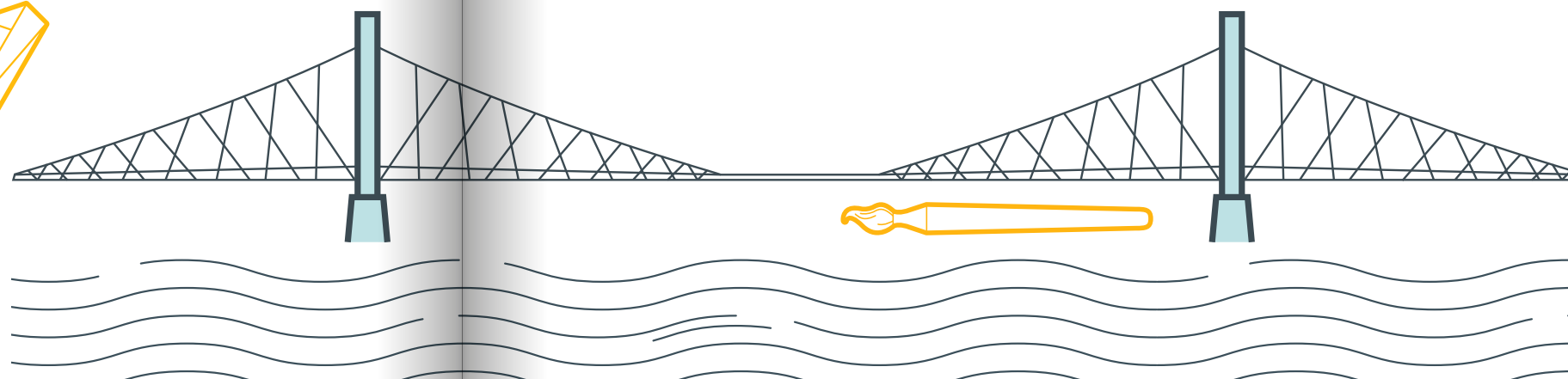
Credits S55 & 57
© Avantgarde Labs
Torsten Hartmann,
Fotograf: Robert
Lohse, Location:
Avantgarde Labs
GmbH

sucht das 5-köpfige Team mit der Knalleridee von morgen noch immer nach Flächen, wo sie tüfteln, arbeiten und wachsen können. Gerade bei Flächenbedarfen unter 200qm, sind Suchende weder für Makler noch Vermieter interessant, da Aufwand und Ertrag als nicht verhältnismäßig gelten. Bringt man jedoch 5-10 dieser Gesuche zusammen, so entstehen nicht nur spannende Gemeinschaften, sondern auch Innovationscluster mit Fach- und Methodenwissen für die Aufgaben von morgen. Solche Innovations-WGs finden sich nur viel zu selten. Zum einen ist das eigene unternehmerische Vorankommen vordergründig, zum anderen fehlt es selbst bei vorhandenen Goodwill schlicht am richtigen Timing. Dass zeitgleich 5 Firmen/Gründungen eine neue Bleibe suchen, ist höchst unwahrscheinlich. Dieses zeitliche Mismatch wird derzeit von von wenigen bestehenden Clustern aufgefangen, deren hohe Anziehungskräfte jedoch dazu führen, dass selten bis nie Flächen frei sind. Obwohl vollständig privatwirtschaftlich betrieben, gibt es unter den u.g. einen regen, kollegialen Austausch und nicht selten Anfragen, die auf Grund der eigenen Auslastung weitergereicht werden.

POTENTIAL

RÄUME

Aus Think outside the box wird Think outside your Grundstücksgrenze



HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Organisatorische & rechtliche Umsetzung

Die Intention des hier skizzierten Cluster-Konzeptes wäre, viele kleinere Unternehmen und Akteure an einem gemeinsamen Standort anzusiedeln um Synergien zu nutzen und Kooperationen anzustoßen und zu erleichtern. Die wichtigsten organisatorischen Fragen wären demnach:

1. Mit welchem Modell könnte ein solcher Cluster nachhaltig und autark betrieben werden?
2. Wie ist der Aufbau eines solchen Standortes finanzierbar?

Beide Fragen können letztlich nur im Hinblick auf einen konkreten Standort geklärt werden, da die Antworten u.a. davon abhängen, in welchem Eigentumsverhältnissen der Standort derzeit ist, ob Sanierung oder Neubau notwendig sind und ob Miete/Pacht oder ein Kauf der Immobilie als Grundlage des Betriebsmodells dient. Klar ist, dass sowohl die Finanzierung als auch der Betrieb einer Immobilie der angedachten Größe die Möglichkeiten der Einzelakteure übersteigt. Für beide Thematiken müssen daher Lösungsansätze entwickelt werden.

Betreiberinstanz

Die Betreiberinstanz würde als Verwalterin und Vermieterin des/ der Gebäude/s agieren und deren funktionalen Betrieb sicherstellen. Sie wäre auch Generalmieterin/Pächterin oder Eigentümerin des Standorts. Im Fall einer externen Eigentümerschaft befände sich das Gebäude entweder in privatwirtschaftlicher oder staatlicher/ kommunaler Hand und die Betreiberinstanz träte als Mieterin oder Pächterin auf. Eine dritte Möglichkeit wäre ggf, dass als Eigentümer eine gemeinwohlorientierte Struktur wie die TRIAS-Stiftung auftritt, der Betreiberinstanz den Standort z.B. im Rahmen eines Erbbaupachtvertrages überlässt. Dieses Modell kommt im Dresdner Zentralwerk zur Anwendung.
Es wäre grundsätzlich denkbar ein Immobilien-Unternehmen als externe Betreiberstruktur einzusetzen. Dieses Unternehmen würde als Generalmieter fungieren, den Betrieb des Standortes sicherstellen und Untermietverträge mit den einzelnen Nutzern abschließen. Eine solche Konstruktion wäre zweifellos komfortabel und unaufwändig, würde jedoch - rein privatwirtschaftlich organisiert - zweifellos zu sehr hohen Mietkosten für die Einzelmieter führen. Vielversprechender erscheint der Ansatz, eine städtische Tochtergesellschaft (z.B. die STESAD) mit dem Betrieb zu beauftragen, da in diesem Fall auf Förderprogramme wie EFRE und GRW zurückgegriffen werden könnte. Diese würden den finanziellen Aufwand des Projekts maßgeblich stützen und so einen günstigen Mietpreis ermöglichen. Ein solches Modell kommt im Falle des Musikparks Mannheim zur Anwendung und ermöglicht dort Kaltmieten von 6-10€/m².
Alternativ wäre auch eine akteursgetragene Betreiberstruktur in Betracht zu ziehen, beispielsweise ein Verein dessen Mitgliedschaft sich aus den beteiligten Akteuren zusammensetzt. Pate hierfür wäre das Musikkombinat in Chemnitz oder auch die Musikzentrale in Nürnberg. Die Gründung wäre niederschwellig umzusetzen, allerdings sind die Haftungsfragen angesichts der zu erwartenden Haushaltsvolumina nicht trivial. Die Gründung einer akteursbasierten GmbH oder gGmbH wäre vermutlich die zweckmäßigere Lösung. Sollte die akteursgetragene Betriebsinstanz auch als Eigentümerin der Immobilie(n) des Standortes auftreten, käme neben der GmbH auch die Gründung einer Genossenschaft in Frage, welcher dann alle angesiedelten Akteure angehören würden. Um das notwendige Kapital für einen Kauf der Immobilie zu einzuwerben und ihren Betriebszweck nachhaltig zu sichern, wäre die Gründung einer Stiftung (ggf. mit kommunaler Beteiligung) anzudenken. Dieses Modell kommt im Leipziger MusicHub zum Tragen.

Finanzierung

Der zu erwartende finanzielle Aufwand zum Aufbau eines Clusters hängt stark von den Eigentumsverhältnissen und dem Zustand vorhandener Immobilien am zukünftigen Standort ab.
Hier wäre zu differenzieren in folgende Fälle:

1. Der Standort ist im Besitz eines privaten Eigentümers. Dieser verkauft das Grundstück (und ggf. vorhandene Immobilien) an die zukünftige Betreiber- und Eigentümerinstanz. Je nach vorhandener Gebäudestruktur muss eine Sanierung oder Neubau erfolgen. Diese Variante wäre zweifellos die kapitalintensivste, hätte aber den Vorteil, dass der Betrieb des Gebäudes dauerhaft und nachhaltig sichergestellt werden kann. Die Kapitalbeschaffung erscheint hier jedoch als große Hürde, da die Kreditwürdigkeit der Betreiberinstanz kaum ausreichen wird. Auch stellen die derzeitigen Immobilien- und Baupreise eine immense Herausforderung dar, so dass eine rein privatwirtschaftliche Finanzierung auf diesem Wege sehr unrealistisch erscheint. Anders könnte es aussehen, wenn z.B. eine kommunal gestützte Stiftung oder GmbH neuer Eigentümer des Standorts wäre.
2. Der Standort ist im Besitz eines privaten Eigentümers. Dieser vermietet oder verpachtet das Grundstück (und ggf. vorhandene

Immobilien) an die zukünftige Betreiber- und Eigentümerinstanz. Je nach vorhandener Gebäudestruktur muss eine Sanierung oder Neubau erfolgen.Dieses Verfahren würde die Notwendigkeit der Kapitalbeschaffung von der zukunftigen Betreiberinstanz nehmen, solange der Eigentümer auch die anfallenden Baukosten übernimmt. Angesichts der zu erwartenden Baukosten und der derzeitigen Marktpreise für Vermietungen erscheint auch mit diesem Modell eine rein privatwirtschaftliche Umsetzung schwierig, da mit sehr hohen Mietkosten zu rechnen ist. Ohnehin lässt sich vermutlich kein Eigentümer von diesem Modus überzeugen, da die neu zu gründende Betriebsinstanz kaum in der Lage sein wird, ausreichende Sicherheiten oder Bonität nachzuweisen. Hier könnte ein garantierter Mietzuschuss durch die öffentliche Hand Abhilfe schaffen.Die oben geschilderten Erfahrungen bei der Standortsuche bestätigen die genannten Schwierigkeiten. Selbst wenn diese gelöst werden könnten, wäre in diesem Modell die Langfristigkeit des Projekts nicht garantiert, da Mietverträge kaum mehr über mehr als 10 Jahre abgeschlossen werden.

3. Realistischer wird die Umsetzung eines solchen Projektes, wenn sich der Standort bereits in staatlichem oder kommunalen Besitz befände. Die skizzierten Modelle blieben die gleichen – egal ob es sich um Verkauf, Verpachtung oder Vermietung handelte. Jedoch könnten Staat oder Kommune auf eine Gewinnerzielungsabsicht verzichten und Gebäude z.B. im Rahmen einer Erbaupacht weitergeben, womit der Kostenrahmen deutlich überschaubarer würde. Wie in der Einleitung skizziert, sind kreativwirtschaftliche Nutzungen prädestiniert für die Revitalisierung von leerstehender, alter Bausubstanz. Durch eine niederschwellige Sanierung, wie sie beispielsweise von der Architektin Jana Behnisch-Rautenbach u.a. im Tapetenwerk in Leipzig mustergültig umgesetzt wurde, wäre es denkbar, vorhandene, ungenutzte Gebäude einer neuen kreativwirtschaftlichen Nutzung zuzuführen, ohne marktübliche Mieten oder Verkaufspreise erzielen zu müssen.

In jedem Fall sollte geprüft werden, ob sich die hier skizzierte musikwirtschaftliche Nutzung mit der parallel untersuchten Nutzung durch die Software- und Games-Wirtschaft verbinden ließe. Dies hätte mehrere Vorteile: Wie in den einleitenden Kapiteln bereits dargestellt, haben sich in Dresden bereits sehr interessante Schnittmengen beider Branchen ergeben (siehe S22ff.). Von weiteren zukünftigen Interferenzeffekten beider Branchen und ihrer Akteure ist auszugehen; es besteht großes Potenzial für interdisziplinäre Ansätze.

Serendipity-Effekt

Nicht zu unterschätzen ist auch der „Serendipity-Effekt“, den eine solche räumliche Zusammenlegung haben könnte: Eine wichtige Voraussetzung für Cross-Innovation ist immer die Möglichkeit, dass die richtigen Menschen und Ideen aufeinander treffen, was im besten Fall zu unerwarteten aber weiterführenden Erkenntnissen führt (serendipity). Die Wahrscheinlichkeit solcher Zufälle wird in einem solchen branchenübergreifenden Cluster größtmöglich gefördert.

Durch die unterschiedlichen Nutzungsarten könnte eine Art Solidaritätssystem entwickelt werden, in welchem Mieten für förderungswürdige aber weniger finanzstarke Akteure querfinanziert werden. So könnten z.B. erfolgreiche Akteure aus der Digitalwirtschaft mehr Miete bezahlen und so jungen, aufstrebenden Musikschaffenden einen günstigen Proberaum ermöglichen. Vermutlich kämen zur Finanzierung des Gesamtprojekts mehr Fördertöpfe in Frage, wenn die Nutzung nicht auf eine Branche fokussiert ist.

Untersuchung geeigneter Standorte in Dresden

Detaillierte Informationen zu den untersuchten Standorten finden sich in den folgenden Exposés. Die Tiefe der Untersuchung variiert dabei. Durch die Festlegung des Auftraggebers, zunächst keine Grundstücke in öffentlicher Hand zu bewerten, befinden sich die verbliebenen Liegenschaften in privater Hand. Details hierzu finden sich auf Seite 36ff.. Nicht alle Eigentümer haben der Namensnennung und der Veröffentlichung Ihrer Kontaktdaten zugestimmt. Hinsichtlich potentieller Betreiberkonzepte kommen nur Anmietung (als Einzelmieter) oder verschiedene Generalmietverhältnisse (GmbH, Genossenschaft, Verein) in Frage. Um die zuvor geschilderten Clustereffekte zu erzielen, ist hierbei auch eine Umsetzung durch bestehende Akteure in Betracht zu ziehen bzw. diese bei einer Umsetzung zu unterstützen. Auch bei einer möglichen öffentlichen Beteiligung, Förderung oder Bezuschussung sollte der Aspekt einer möglichen marktverzerrenden Situation beachtet werden, wie sie bspw. bei der Schaltanlage / Halle 9 (siehe Seite 68ff.) droht. Bei allen Konzepten gilt es, das direkte Umfeld mitzudenken und die positiven Abstrahleffekte einzubeziehen. Hierfür benötigt es teilweise Infrastruktur (wie eine Brücke, siehe S66ff.), einen integrierten und abgestimmten Betreiberansatz (S68ff.), oder eine kontruktiv unterstützende Begleitung seitens der Verwaltung (siehe S.72ff.), um die eigentümerübergreifende Kooperation zu unterstützen. Die teifgreifenste Untersuchung bildet die Vorplanung für eine zunächst standortunabhängige Machbarkeitsstudie (S.78ff.).

Konzepte für Digital- und/oder Musikwirtschaft

1. Factory – Tharandter Straße
2. Schaltanlage – Kraftwerk Mitte
3. NetworkHub – Hauptbahnhof
4. CoCampus – Antonstraße
5. MUSIC CAMPUS – verschiedene Optionen

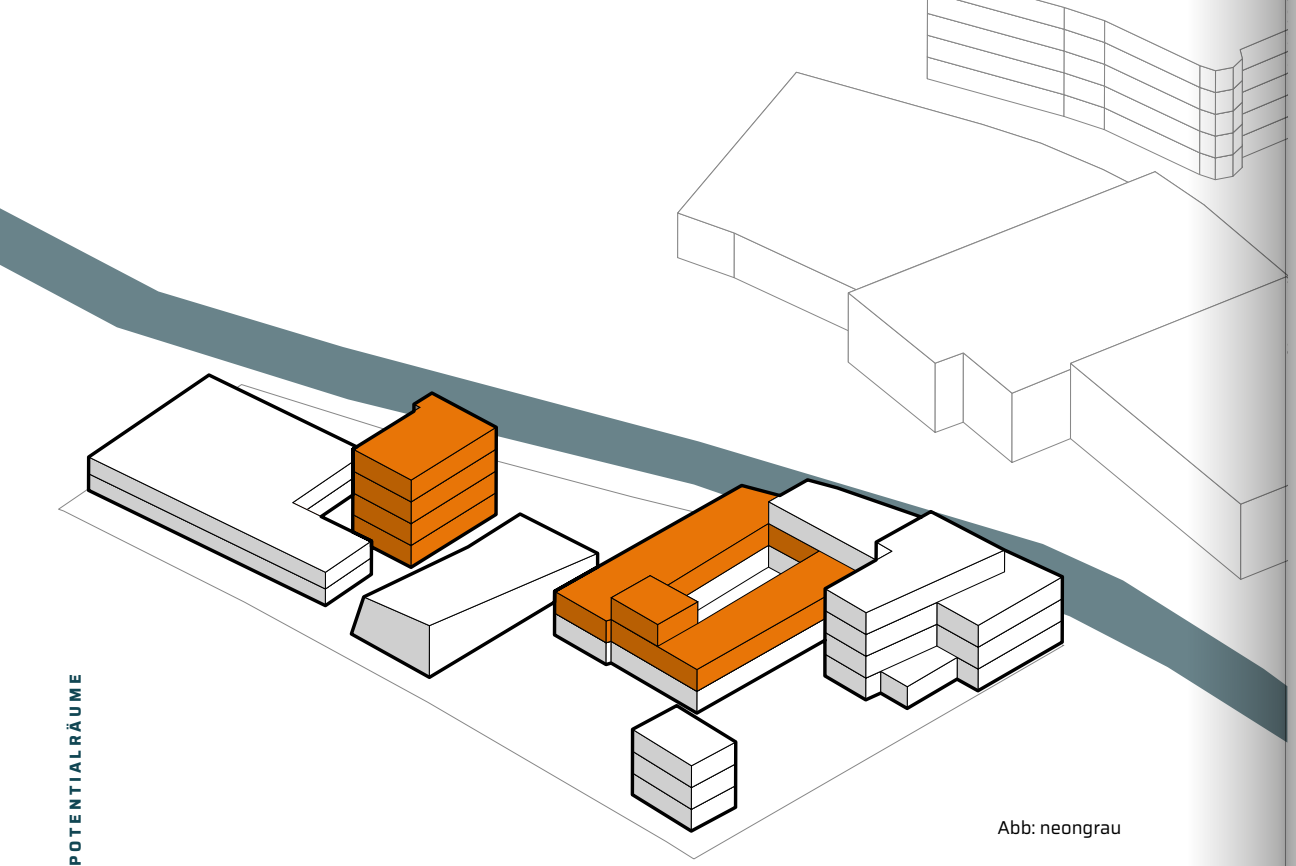


Abb: neongrau

FACTORY

Lage: *Löbtau, Tharandter Straße 13-35*
Gegenüber Gewerbegebiet Fabrikstraße

ÖPNV: *Buslinien 62, 63, 85, 90, A*

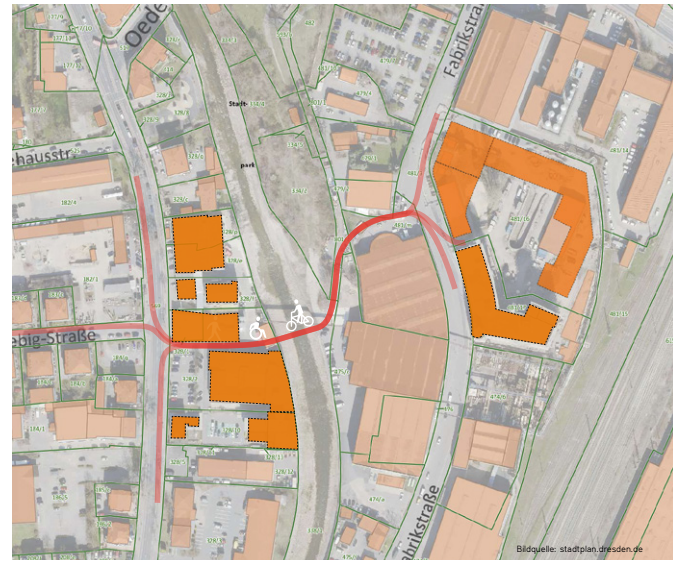
Träger: *Privater Eigentümer*
(auf eigenen Wunsch nicht genannt)

Projektstand: *Bestehender Gewerbestandort mit Produktions- und Büroflächen*

Fertigstellung: *2022-2023*

Fläche: *ca. 2.400 qm BGF (aktuell verfügbar)*

Besonderheit: *Mit dem Theater in der Fabrik (TIF) und später dem Kino in der Fabrik (KIF) besitzt der Standort seit jeher eine kreativwirtschaftliche Prägung.*



→ Schwerpunkt: Digitalwirtschaft

→ Betreibung: Generalmieter als w.V., eG, GmbH

Innerstädtische Produktion

Der aktuelle Produktionsstandort des SDV bietet bereits heute einer Vielzahl von weiteren Unternehmen einen innenstadtnahen Standort. Teilweise Leerstände bieten die Möglichkeit der nachhaltigen Neuausrichtung des Standortes. Hierbei bieten sowohl die vorhanden Produktions- und Lagerhallen als auch die direkte Nachbarschaft zur Technischen Universität große Potentiale.

Fußgänger und Radfahrerbrücke

Eine Brücke über die Weißeritz könnte hier gleich mehrfach wirklsam für die städtische Gesellschaft / Wirtschaft / Mobilität sein. Neben einer besseren Anbindung der Fabrikstraße an den ÖPNV und einer direkteren Verbindung aus Löbtau in Richtung Stadtzentrum, sowie der Entlastung der einzigen Zufahrt via Kreuzung Hofmühlenstraße und Würzburger Straße ließen sich damit eine Vielzahl von positiven Effekten erzielen. Auf den ersten Blick ist die Umsetzbarkeit eher schwierig (u.a. dichte industrielle Bebauung, eine vorhandene Querung für Fernwärme), jedoch ist das Gegenteil der Fall. Neben Kooperationsmöglichkeiten mit Forschungsverbünden für neuartige Materialien gibt es eine große Kooperationsbereitschaft der vorrangig privaten Eigentümer. Eine erste Kontaktaufnahme hierzu ist durch die Wirtschaftsförderung der LHD bereits bereits erfolgt.

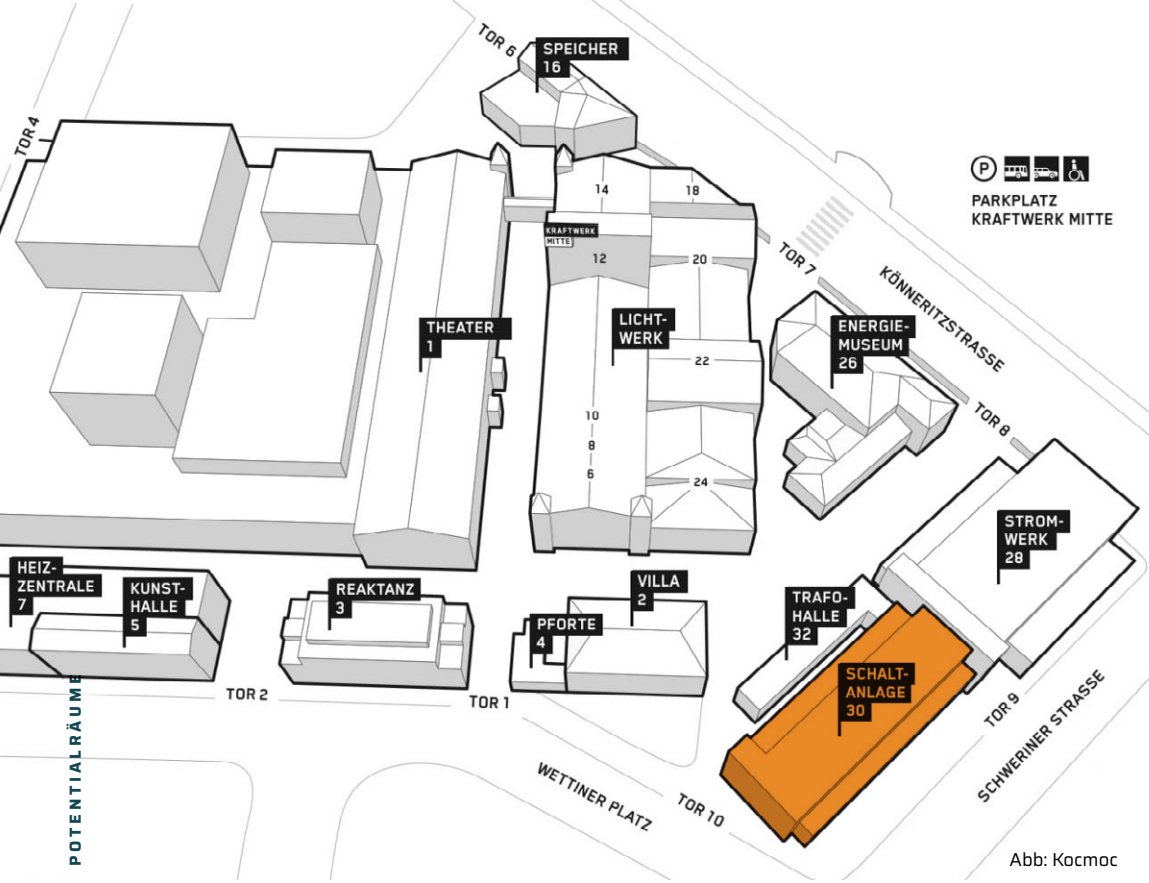


Abb: Kocmoc

SCHALTANLAGE / HALLE 9

Lage: *Kraftwerk Mitte 30*
Wettiner Platz

ÖPNV: *Bahnhof Mitte, S-Bahn, Regionalbahn, Straßenbahnlinien 1, 2, 6, 10, 12, Buslinie 68*

Eigentümer: *DREWAG Stadtwerke Dresden*
Betreiber: *Technologiegründerzentren Dresden (TZDD)*

Projektstand: *Bestehender Kultur- und Coworking-Standort (teilw. in Transformation)*

Fertigstellung: *2024*

Fläche: *ca. 3.300 qm BGF*

Besonderheit: *Gemäß Stadtratsbeschluss muss der als Generalmieter eine fixe Sollmiete von 9€/qm anbieten.*

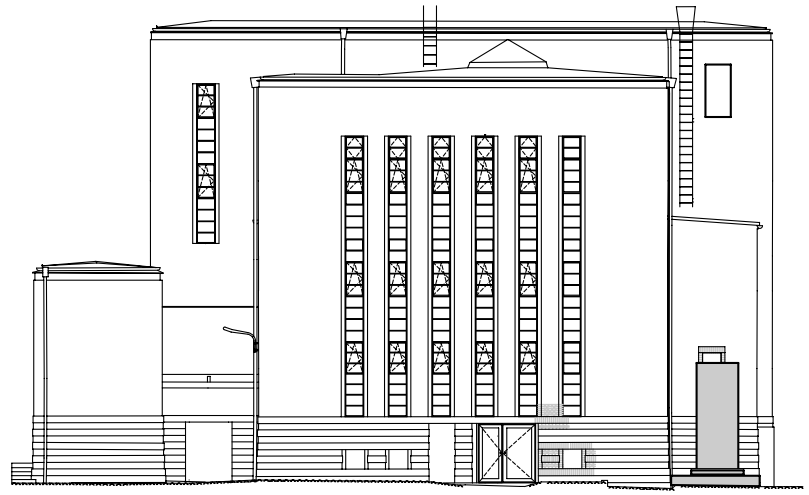


Abb: Miller Architektur

→ Schwerpunkt: Digitalwirtschaft

→ Betreibung: kaufm.: TZDD inhaltlich: n.n.

→ **Grundlagen:**
- Stadtratsvorlage V0301-20
- Personalprognose 4,5 VZÄ nach TVL
- Vorentwurfsplanung vom April 2019

Einschätzung zum aktuellen Betreiberkonzept

Die Stadtratsvorlage spricht von einem Inkubator. Dieser Terminus meint Einrichtungen, in denen die Nutzer (Start-ups) keine Miete oder Nebenkosten bezahlen. Im Gegenteil, meist bekommen Sie eine zusätzliche Förderung für Sachmittel und personalintensives Coaching, Vernetzungsangebote, und Finanzierungsberatung. Selbst wenn dieses Personal zu 50% über Drittmittel finanziert wird und die geplanten 3,2 Mio Euro Städtebauförderung ins Budget einfließen, benötigt das Haus zukünftig wohl eine Fehlbedarfsfinanzierung von jährlich mindestens 690.000 € (Stand 2019), bei einer Gesamtkapazität von bestenfalls etwa 150 Arbeitsplätzen. Dieser Betrag beinhaltet keine Sachmittelförderung.
Unabhängig davon, wer schlussendlich die Miete aufbringen wird, die in der Vorlage genannten 9,00€/qm (Fixmiete) klingen angesichts der aktuellen Marktlage zunächst sehr attraktiv. Das Haus verfügt jedoch über sehr große Nebenflächen. Die effektive Miete für den tatsächlich genutzten Quadratmeter liegt daher eher bei 13,80€, ohne Nebenkosten, kaufmännische Betreiberkosten (TZDD) oder Umsatzsteuer. Leider wurde die Option einer GRW-Infra-Förderung, nicht genutzt, die im besten Fall zu einer Halbierung dieser Kosten geführt hätte. Die inhaltliche Betreibung des Standortes ist nach wie vor ungeklärt.

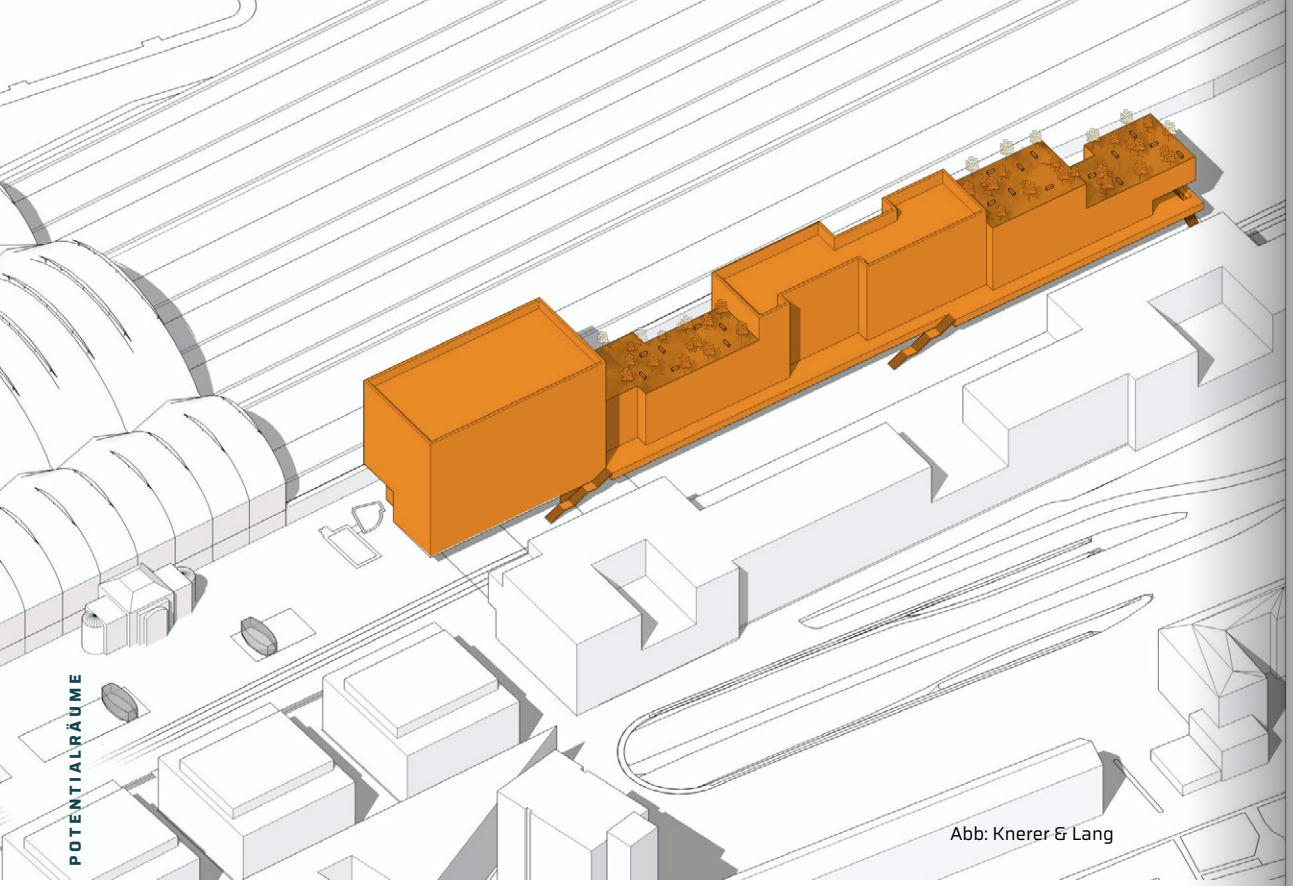


Abb: Knerer & Lang

NETWORK HUB

Lage: *Seevorstadt, Wiener Platz Ost zwischen Hauptbahnhof und Simmel-Markt*

ÖPNV: *eigene Staßenbahnhaltestelle, S-Bahn, Regionalbahn, IC, ICE, EC, Fernbus*

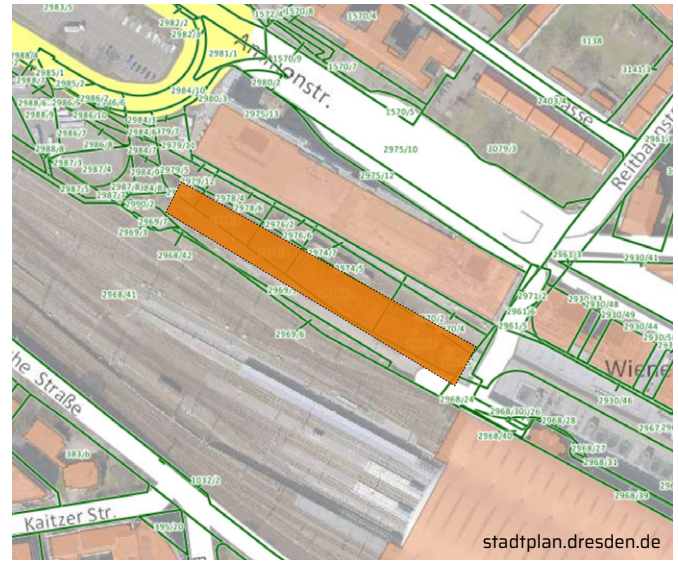
Entwickler: *S&G Development (Leipzig / Frankfurt a.M.)*

Projektstand: *Bebauungsplan / Detailplanung*

Fertigstellung: *2024/2025*

Fläche: *ca. 20.000 qm BGF*

Besonderheit: *Gewerbeobjekt über dem zukünftigen Fernbusterminial und einem Fahrradparkhaus*



→ Schwerpunkt: Digitalwirtschaft

→ Betreibung: denkmalneu Unternehmensgruppe

Verkehrsknoten der Zukunft

„Die private wie berufliche Mobilität ist im Wandel. Immer mehr Menschen sind multimodal unterwegs, nutzen für ein Fortbewegen von A nach B unterschiedliche Verkehrsmittel, ganz nach Bedarf, Tageszeit und Verfügbarkeit. […] Unter dem Titel NetWorkHub soll an der Westseite des Wiener Platzes, direkt neben dem Hauptbahnhof der Landeshauptstadt, ein modernes Gebäudeensemble aus vier zusammenhängenden Baukörpern unterschiedlicher Höhe entstehen. Die wichtigsten Bausteine sind ein Fernbusterminal mit zehn überdachten Bussteigen, ein Fahrradparkhaus mit 800 größtenteils unentgeltlichen Fahrradabstellplätzen sowie sehr moderne, auf die neuen Anforderungen an Büro- und IT-Arbeitswelten eingehende Officeflächen-Angebote für bis zu 1.500 Arbeitsplätze. […] Über dem Dach des Fernbusterminals – gleichsam als highstreet-artige quasi-öffentliche begehbare Fläche – befindet sich die sogenannte Plaza, zu der man über eine großzügige Freitreppe vom Wiener Platz aus gelangt und die zum einen als Erschließungsebene für hier angesiedelte Restaurant- und Verweilangebote dient und über die man zum anderen in den ca. 250 m langen Gebäudekomplex gelangt, der auf ca. 20.000 qm Geschoßfläche modernste flexible und individuell konfigurierbare Office-Angebote unterschiedlicher Flächen- und Raumstruktur bietet.“ Immobilien Aktuell

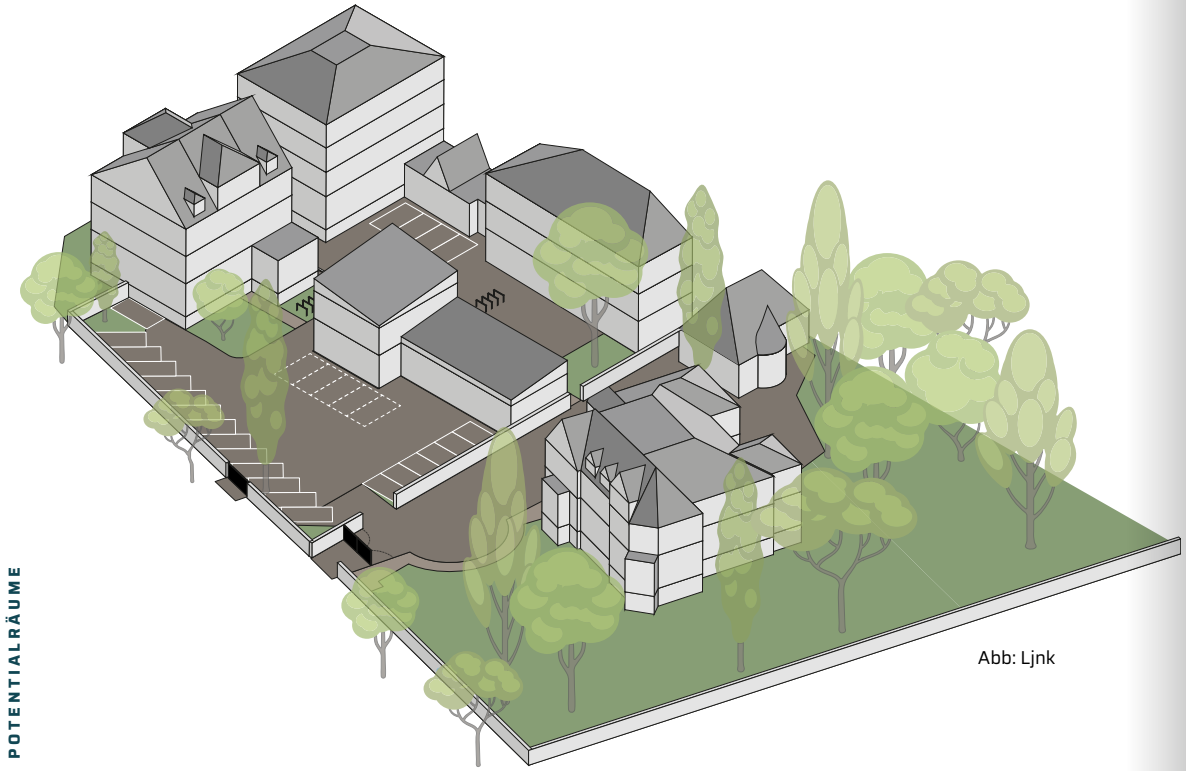


Abb: Ljnk

COCAMPUS

Lage: *Innere Neustadt / Antonstraße 25*

ÖPNV: *Straßenbahnlinien 3, 6, 11, S-Bahn, Regionalbahn, IC, ICE, EC, Fernbus, Buslinien 81, 477, 478*

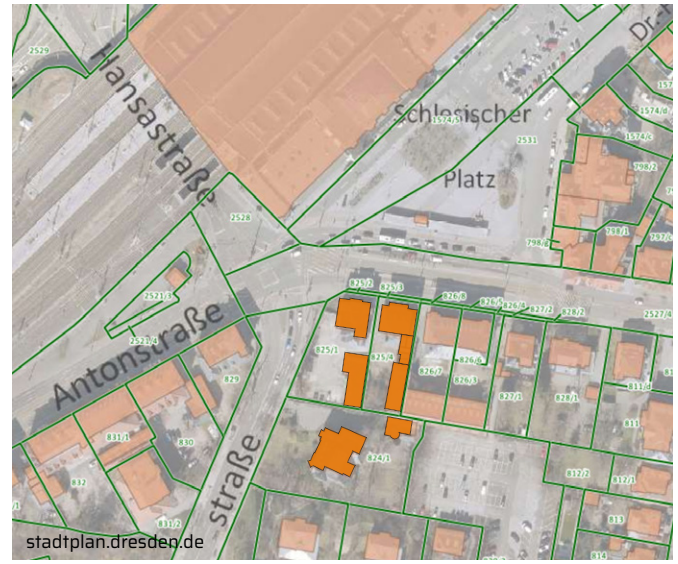
Träger: *Mehrere private Eigentümer*
Standortentwicklung und Betrieb: Ljnk GmbH

Projektstand: *Bestehender Gewerbestandort (teilweise in Transformation)*

Fertigstellung: *2021, 2023*

Fläche: *ca. 2.500 qm BGF*

Besonderheit: *Bestehendes Campus-Konzept zu eigentümerübergreifenden Synergien (Erschließung, Wärmegewinnung, Entsorgung)*



→ Schwerpunkt: Digitalwirtschaft

→ Betreibung: Ljnk GmbH in Kooperation mit Smart Systems Hub

Übergreifende Synergien

„Das Amt für Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Dresden unterstützt die Initiative der Link GmbH und des Smart Systems Hub bei der Umsetzung Ihres CoCampus-Konzeptes in Dresden. Mit der Kooperation soll ein neuer Raum für Zukunftstechnologien, Start-ups und Deep-Tech Unternehmen geschaffen werden. Durch die räumliche Verbindung und Nähe verschiedenster Branchen sollen aus den Erfahrungshorizonten und unterschiedlichen Problemlösungskompetenzen der Beteiligten neue, innovative Ansätze für die Dresdner Wirtschaft geschaffen werden.

Der Standort entsteht aus der Verknüpfung der Grundstücke Antonstraße 25, Antonstraße 23 und Hainstraße 2. Die Ziele des CoCampus gehen über die Raumgewinnung deutlich hinaus. Das vorliegende Konzept beinhaltet neben Ansätzen für eine bessere und abgestimmte Erschließung der einzelnen Grundstücke auch mehrere Ansätze, wie sich zwischen den betreffenden Gebäuden organisatorisch, marktetingseitig, technisch und energetisch Synergien entwickeln lassen. Es ist bereits gelungen, innovative Unternehmen wie Packwise, KPMG, Digitalwerk, Waku Robotics und Itexia in dem Areal anzusiedeln. Das Kooperations-Netzwerk ist ungleich größer und entwickelt eine Strahlwirkung für die Ansiedlung weiterer Unternehmen.

Die bereits angesiedelten Unternehmen werden der Kultur- und Kreativwirtschaft zugerechnet. Sie besitzt für den Wirtschaftsstandort und die Kulturstadt Dresden eine hohe Bedeutung. In ihrer Funktion als „Dienstleistungsbranche und Zulieferer“ innovativer Lösungen für andere Branchen fungiert sie als wichtiger Impulsgeber für die Innovationskraft Dresdens und ist damit ein wichtiger Baustein für die wirtschaftspolitische Entwicklungsstrategie der Landeshauptstadt Dresden. Die Branche ist Magnet für die Ansiedlung von Unternehmen und die Gewinnung von Fachkräften.

Seit 2015 besitzt die Entwicklung von Räumen für die Kultur- und Kreativwirtschaft für die Landeshauptstadt Dresden eine zentrale Bedeutung. Es besteht vor allem ein Mangel an kleinteiligen und flexiblen Gewerbeflächen für die Digitalwirtschaft, die Kultur- und Kreativwirtschaft und junge Unternehmen bzw. Start-ups.

Das vorliegende CoCampus-Konzept kann Antworten auf viele drängende Fragen der Zukunft liefern: Wie lassen sich historische Bestandsgebäude zukunftsfähig und kostendeckend betreiben? Wie kann man den sich wandelnden Mobilitätsbedürfnissen und Anforderungen junger Menschen an die Arbeitswelt von morgen begegnen? Wie können wir angesichts von Raumknappheit erschwingliche Flächen für junge Unternehmen schaffen? Seit Jahren nehmen die gesellschaftlichen und rechtlichen Erwartungen an die Nachhaltigkeit von Innovationen stark zu. Ressourcen sollen geschont, Energie effizient eingesetzt und Mobilität nachhaltiger werden. Hier gilt es neu umweltverträgliche und betriebswirtschaftlich tragfähige Ansätze und Prozesse zu entwickeln. Immobilienprojekte wie der hier beschriebene CoCampus können dazu beitragen, die Wirtschafts- und Innovationskraft der Stadt Dresden durch neue Impulse weiter zu entwickeln. Das Amt für Wirtschaftsförderung Dresden begrüßt deshalb die Projektidee ausdrücklich, da es einen wichtigen Beitrag zur langfristigen Stärkung des Innovationsökosystems der Region und zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit leisten würde.[...]“

Letter of Intent zum Projekt CoCampus - Landeshauptstadt Dresden
Amt für Wirtschaftsförderung

WAKU ROBOTICS
pack:wise
KPMG
digitalwerk
SMART SYSTEMS HUB
ITEXIA

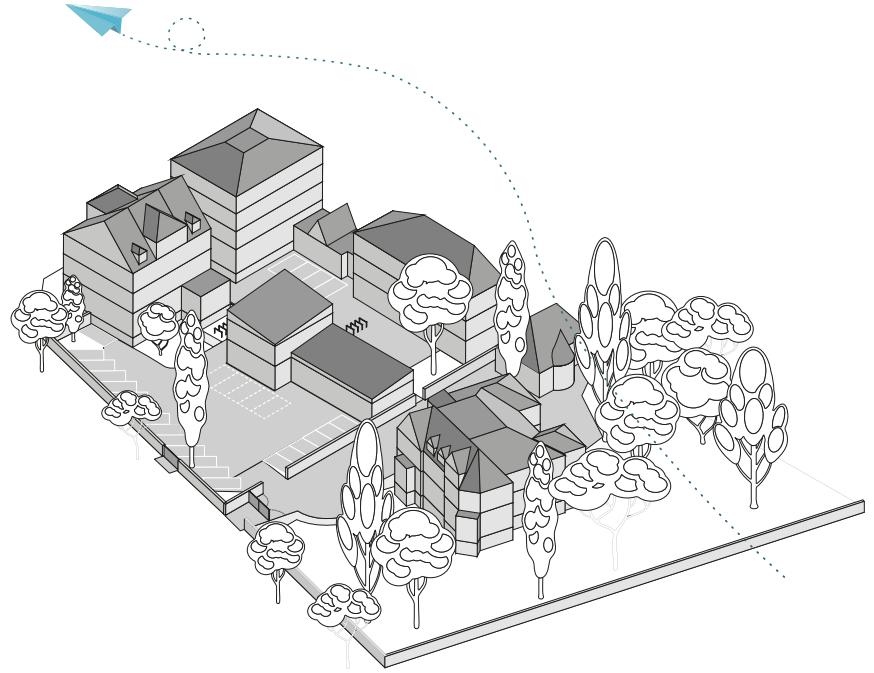


Abb: Ljnk

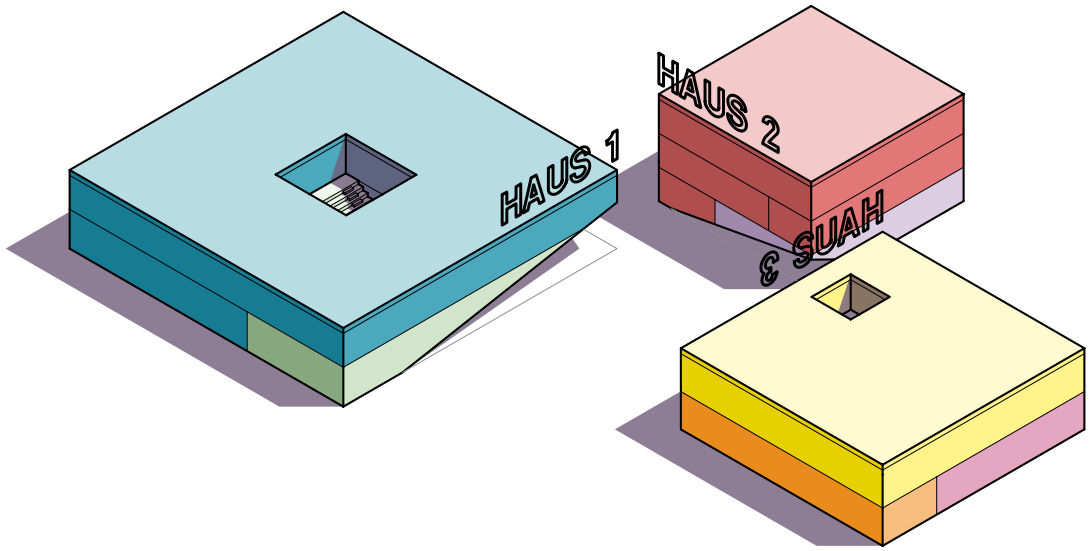


Abb: ist architektur

MUSIC CAMPUS

Lage: *Niedersedlitz / Leuben, Bahnhofstraße 4 (alternativ: Industriegelände)*

ÖPNV: *S-Bahn, Straßenbahnlinien 6, 10, Buslinien 65, 88, 89*

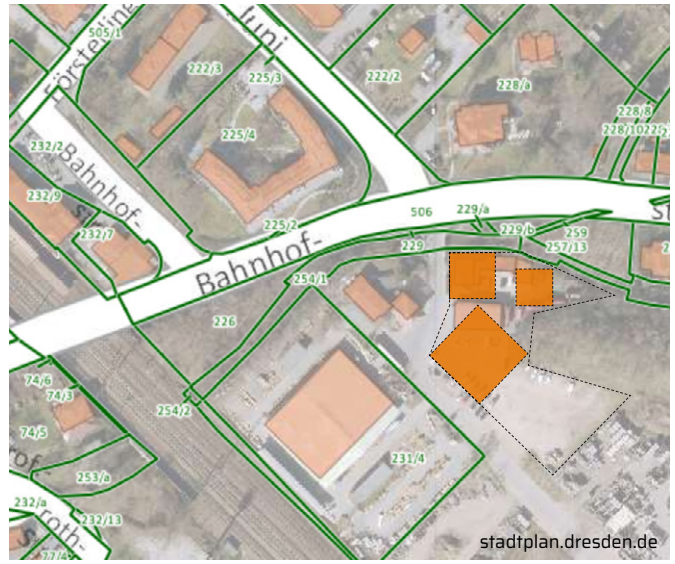
Träger: *Privater Eigentümer (auf eigenen Wunsch nicht genannt)*

Projektstand: *Bestehender Industriestandort mit entwickelbaren Brachflächen (teilw. in Transformation)*

Fertigstellung: *n.n.*

Fläche: *n.n.*

Besonderheit: *Durch (Lärmschutz-)Wall entlang des Lockwitzbaches von umliegender Bebauung getrennt.*



→ Schwerpunkt: Musikwirtschaft

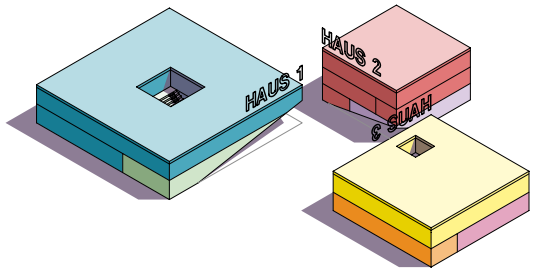
→ Betreibung: Generalmieter als w.V., eG, GmbH

→ Auszug aus der Machbarkeitsstudie ausgefertigt durch das Büro istarchitektur vom April 2022

Musik-Cluster-Konzept

Durch die steigende Nachfrageentwicklung nach Büro- und Gewerbeflächen und den steigenden Mieten in der sächsichen Landeshauptstadt ist es in den letzten Jahren zu einer Verknappung bezahlbarer Flächen gekommen, die es besonders jungen Unternehmen und kreativ Wirtschaftenden erschwert, einen festen Stand zu etablieren. Standortanforderungen, wie eine zentrale Lage und gute Anbindung an die ÖPNV, sind für Kulturschaffende unabdingbar. Erreichbarkeit und vordergründig die Sichtbarkeit sind für die Branche entscheidende Qualitäten, womit vorstädtische oder ländliche Grundstücke noch keine Alternative darstellen. Defizitäre Angebotslagen herrschen in den zentral gelegenen Stadtteilen, die aber auch den höchsten Investitionsdruck durch bereits etablierte Großunternehmen in Bereichen des Wohnungs - und Gewerbebaus erfahren. Bedingt durch diese Nachfragesituation wurde ein Nutzerkonzept aufgestellt, welches durch den Zusammenschluss von dezentral verteilten Akteuren der Musikwirtschaft Dresdens eine gesteigerte Durchsetzungsfähigkeit auf dem Immoblienmarkt bezweckt. Die Bereitstellung von Räumlichkeiten und Infrastruktur für Gründer und Selbstständige, soll den Teilnehmern die Grundlagen bieten, in den Alltag ihres unternehmerischen Handels hineinzuwachsen. Durch die entstehende Gemeinschaft in einem kreativen

und innovativen Umfeld, entwickeln sich beim Austausch von Gleichgesinnten Vernetzungen und Synergien, die den Grundstein der Kultur - und Wirtschaftstreibenden von Morgen setzen. Die folgende Konzeptbetrachtung mit dem Titel ‚Clusterstandort Musikwirtschaft', als Schlagwort für die Vorstufe eines Gründerzentrums, beleuchtet die Umsetzung des bereitgestellten Raumprogramms an einem fiktiven Ort. Es geht ausschließlich um die Betrachtung eines zu erwartenden Bauvolumens - ohne städtebaulichen Kontext. Aufgabe dieser Studie ist die Erstellung einer Grobkostenschätzung anhand von drei verschiedenen Methoden. Dadurch soll ein verlässlicher und für die Zeit der Bearbeitung aussagekräftiger Mittelwert errechnet werden, der die Grundlage für die Vorstellung der Konzeptfinanzierung vor verschiedenen Vertretern aus Wirtschaft und Öffentlichkeit bildet.



- PROBERAUMVERMIETUNG
- CAMPUS - CAFÉ
- BÜROS & SHARED SPACES
- FLAGSHIP STORE
- TONSTUDIOS
- FACILITY MANAGEMENT
- WERKSTÄTTEN

Raumbedarfe

Das Konzept umfasst Probe-, Produktions- und Studioräume für Musikschaffende, Büroflächen und Meetingräume für Agenturen, Initaiven und Verwerter. Es erfolgte des Weiteren eine Ergänzung um die gemeinschaftlich genutzten und durch einen externen Nutzer geführten Flächen eines kleinen Cafés mit Bühne. Vervollständigt wird das Konzept durch die Flächen der Instrumentenwerksätten mit angegliedertem Instrumentenverleih und dem Flagshipstore. Darauf aufbauend folgen Raumschlüssel der Hauptnutzungen und die vorabgestimmten Schätzungen der Sanitärflächen. Der Raumbedarf für vertikale und horizontale Erschließungsflächen, wie Treppenhäuser und Flurflächen, sowie Technikflächen und eine Notwendigkeit der Nutzungsgruppe des Gebäudemanagements, wurden anhand dieses Schemas ermittelt.

Campus-Ansatz

Die vordergründige Aufgabe des Gründerzentrum ist es den Grundstein für die Dialogfindung und die Bildung von Schnittebenen zu legen. Es bietet ein Gerüst und die Basis, damit durch die alltägliche Arbeit der unterschiedlichen Protagonisten ein Netzwerk entstehen kann, welches effizienter, wirtschaftlich beständiger und ideenreicher ist, als es der Einzelne sein kann. Eine Weiterentwicklung des vorangegangenen Konzeptes ist die Umsetzung des Raumprogramms als ein Cluster aus einzelnen Gebäuden um ein klar erkennbares städtebauliches Zentrum - den Platz. Der Konzeptansatz einer Campusstruktur verfolgt den Gedanken, über eine bewusste Kombination und Nachbarschaft der Nutzerprofile sich kreuzenden Wegen und ergänzenden Blickachsen, Beziehungen entstehen zu lassen und somit die Zusammenarbeit auf selbstverständliche Weise zu fördern. Das Herzstück bildet eine gemeinsame Piazza, die dem Gebäudevolumen einen städtebaulichen Kontext gibt und dieses konzeptionelle Gedankenspiel in der Umgebung verankert. Die Entscheidung im ersten Auswahlprozess fiel zugunsten der unten gezeigten Campusstruktur aus. Diese hat die Möglichkeit sich flexibel in ein fiktives städtebauliches Umfeld zu integrieren. Zudem verdeutlicht der generierte öffentliche Raum, dass ein Gründerzentrum für jeden offen steht und genutzt werden soll, während ein Solitär als massives Volumen eine im urbanen Kontext eher massive und selbstbewusste Haltung einnehmen kann.

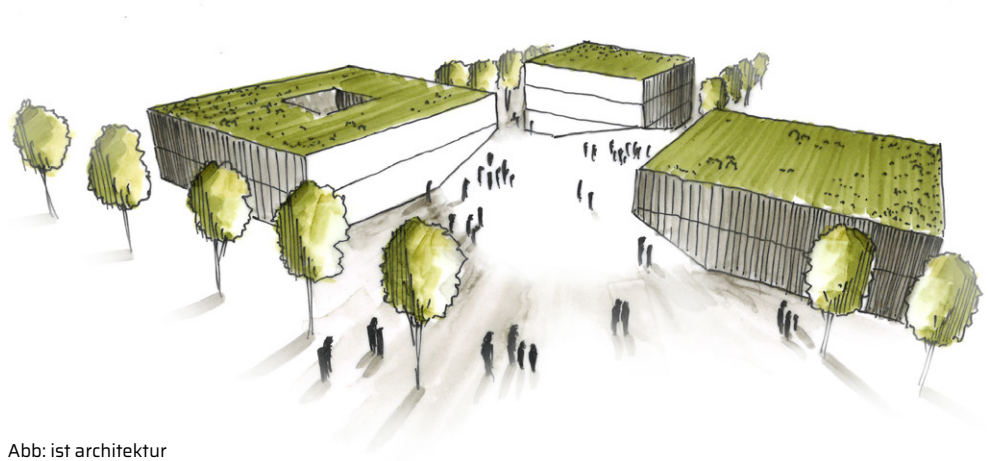
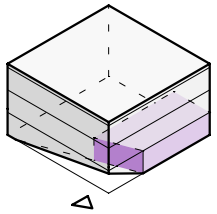


Abb: ist architektur



Nutzung Erdgeschoss

Neubau Erdgeschoss
Öffentlicher Bereich und Eingang

Flagship Store

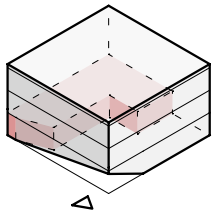
Store
25 m²

Lager für Store
25 m²

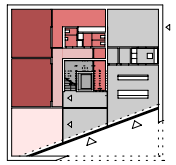
Sanitärräume | Angestellte
3 m²

Teeküche mit Sitzbereich
6 m²

Putzmittelraum
mit Waschbecken
2 m²

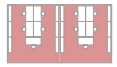


Nutzung Erdgeschoss



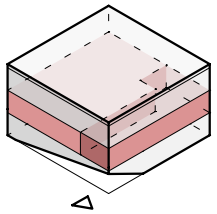
Neubau Erdgeschoss
Büro - und Konferenzräume shared

Agentur Großraumbüro

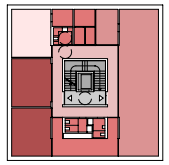


Büroraum | Agentur
80 m²

Lagerraum
10 m²

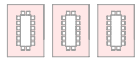


Nutzung 1. Obergeschoss

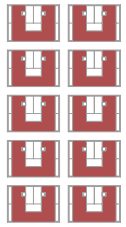


Neubau 1. Obergeschoss
Büro - und Konferenzräume shared

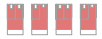
Büroräume shared



Besprechungsräume | shared
3 x 25 m²



Büroräume | shared
10 x 25 m²



Sanitärräume | Damen und Herren
4 x 5 m²

Sanitärraum |
Behinderten-WC
5 m²

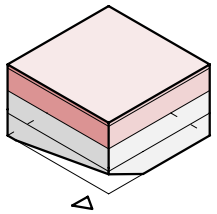
Teeküche mit Sitzbereich
2 x 8 m²

Lounge
16 m²

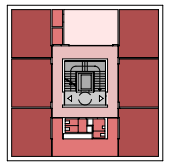
Technikraum
2 x 5 m²

Putzmittelraum
mit Waschbecken
4 m²

Kopieraum shared
3 x 2 m²



Nutzung 2. Obergeschoss



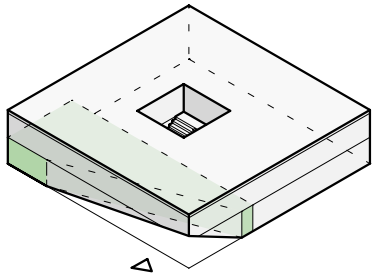
Neubau 2. Obergeschoss
Büro - und Konferenzräume shared

Planerischer Ansatz

Wie bereits beschrieben, soll durch das bewusste Setzen von drei Volumen eine Platzsituation erzeugt werden. So entsteht ein gefasster Raum, der sowohl die Gebäude untereinander, als auch die Baukörper mit dem Stadtraum in den Dialog treten lässt. Die Untersuchung beschäftigt sich zunächst mit der planerischen Umsetzung aller übergebenen Flächen. Daraus resultiert eine umfangreiche Baumasse, die wie in Kapitel 2.1 beschrieben, durch notwendige Erschließungs- und allgemeine Versorgungsflächen ergänzt wurde. Die unterschiedlichen Gebäudegrößen sind an die Verteilung der Nutzung angepasst und ergeben sich durch die Wahl eines effizienten Erschließungssystems. Trotz der Erkennbarkeit von Gebäuden und Räumen wird ein Anspruch auf eine definitive Entwurfslösung nicht gestellt, da bisher weder ein Ort für eine solche bauliche Anlage, noch die dafür notwendigen Hintergrundinformationen vorhanden sind. Der dargestellte planerische Ansatz soll, unter Verwendung schematischer Grundrisslösungen, eine Machbarkeit darstellen und für die Dimensionierung einer potentiellen baulichen Lösung behilflich sein.

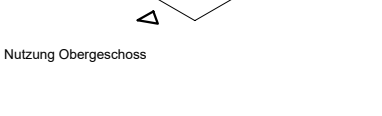
Erläuterungen Bürohaus

Der Zugang dieses Bauteils erfolgt über ein kleines Foyer im Erdgeschoss und mündet in einen zentralen Treppenaufgang mit umlaufendem Flur in den Obergeschossen. Die Flächen sind unter den Nutzergruppen des Flagship-Stores im Erdgeschoss, den Shared-Office-Spaces in allen zwei Obergeschossen und den Büroflächen einer Agentur im ersten Obergeschoss aufgeteilt. Die Büroräume weisen eine jeweils möglichst große Außenwandfläche auf, womit eine für die entstehenden Arbeitsplätze wichtige ständige Belichtung gewährleistet wird. Dienende Räume, wie Kopierräume und Sanitäreinrichtungen, sind auf jedem Geschoss angeordnet und leicht zu erreichen. Die etagenweise gemeinschaftlich genutzten Teeküchen, mit angegliederten Aufenthaltsbereichen für die Pausen, orientieren sich zur zentralen Piazza. Wie im Haus 1 verknüpfen Blickbeziehungen die interenen Treffpunkte mit dem öffentlichen Raum.

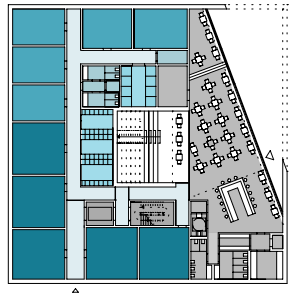


Nutzung Erdgeschoss

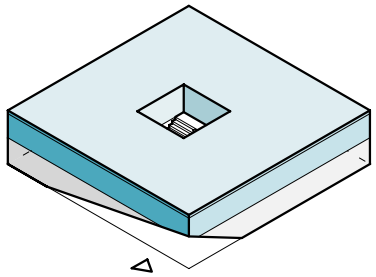
Neubau Erdgeschoss
Öffentlicher Bereich und Eingang



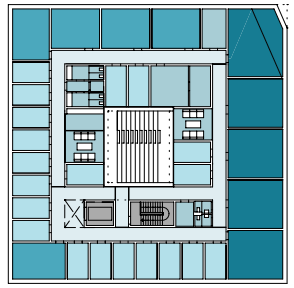
Nutzung Erdgeschoss



Neubau Erdgeschoss
Proberäume



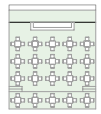
Nutzung Obergeschoss



Neubau Obergeschoss
Proberäume

Café

Foyer | Freitreppenbereich
68 m²



Café | Gastraum
oder
Veranstaltungsraum mit Bühne
118 m²

Stuhllager | Tischlager |
Bühnenlager
15 m²

Lager | Speißenzubereitung
7 m²

Kühllager
2 m²

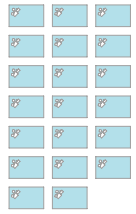
Sanitärräume |
Damen und Herren
2 x 10 m²

Sanitärraum |
Behinderten-WC
5 m²

Vorbereitungsküche
12 m²

Angestellten-WC
3 m²

Proberaumvermietung



Soloproberäume Größe S
20 x 10 m²

Bandproberäume Größe M
10 x 25 m²

Bandproberäume Größe L
10 x 35 m²

Nebennutzungen

Büro
13 m²

Werkstatt | Lager
30 m²

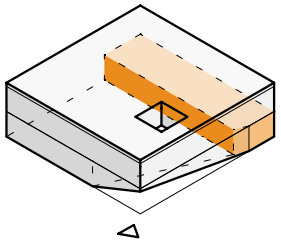
Sanitärräume |
Damen und Herren
25 m²

Technikraum
5 m²

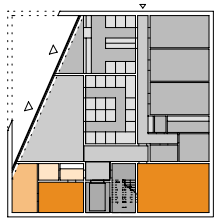
Teeküche mit Sitzbereich
8 m²

Lounge
15 m²
Putzmittelraum
mit Waschbecken
2 m²

Selfstorage
50 m²



Nutzung Erdgeschoss



Neubau Erdgeschoss
Gebäude Management und Haustechnik

Gebäude Management

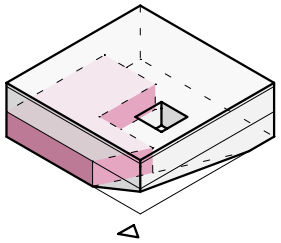
Hausmeisterbüro
12 m²

Hausmeisterwerkstatt | Lager
18 m²

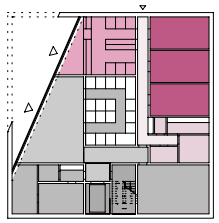
Haustechnik
46 m²

WC / DU
4 m²

Eingang /Gaderobe
5 m²



Nutzung Erdgeschoss



Neubau Erdgeschoss
Instrumentenwerkstatt / -Verleih

Instrumentenwerkstatt / -Verleih

Instrumentenwerkstatt
3 x 25 m²

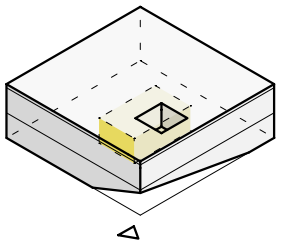
Lager | Verleih
50 m²

Büroraum
11 m²

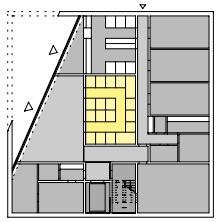
Sanitärräume | Damen und Herren
6 m²

Teeküche mit Sitzbereich
8 m²

Putzmittelraum
mit Waschbecken
3 m²



Nutzung Erdgeschoss



Neubau Erdgeschoss
Tonstudios Selfstorage

Tonstudios

Lagerraum | self-storage | shared
45 m²

Aufnahmeraum groß | Tonstudio
100 m²

Aufnahmeraum klein | Tonstudio
2 x 20 m²

Regie | Tonstudio
20 m²

Lagerraum | Tonstudio
15 m²

Aufnahmeraum klein | shared
2 x 25 m²

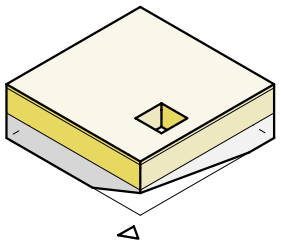
Regie | shared
2 x 15 m²

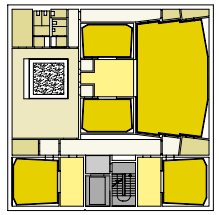
Sanitärräume | Damen und Herren
2 x 7 m²

Pausenraum | Teeküche |
Aufenthaltsraum
38 m²

Technikraum
10 m²

Putzmittelraum
mit Waschbecken
2 m²





Erläuterungen Proberaumhaus

In seiner Funktion als Startpunkt des musikalischen Prozesses stellt es die Schlüsselfigur für das Campuskonzept dar. Sinnbildlich dafür ist die Verteilung der Nutzungsbereiche innerhalb des Gebäudes. Das Gebäudevolumen orientiert sich im Erdgeschoss zum Platz hin, der sich mit dem Café als öffentlicher Raum verbindet und als Anziehungspunkt für das Ensemble und die Nachbarschaft funktioniert. Dienende Bereiche wie Sanitäranlagen, Teeküchen und Loungebereiche sind zentral um den Lichthof im Obergeschoss angeordnet. Diese gemeinschaflich genutzten Flächen stehen in direkter Blickbeziehung zu den öffentlichen Flächen im Erdgeschoss, welche über eine Freitreppe mit Sitzstufen erreicht werden können. Ziel ist es diese Funktionen nicht nebeneinander existieren, sondern als Einheit ergänzen zu lassen. Der nicht unerhebliche Raumbedarf der Proberäume ermöglicht eine effiziente und kompakte innere Erschließung, denn der umlaufende notwendige Flur erschließt zu jeweils beiden Seiten Räume. Innenliegende Bereiche sind dem Hof zugewandt, der neben seiner funktional notwendigen Anforderungen der Belichtung und Belüftung auch konzeptionell an Bedeutung gewinnt.

Erläuterungen Tonstudio

Der Zugang erfolgt über das hofseitige Foyer im Erdgeschoss, welches als potentielle Erweiterungsfläche für den daneben befindlichen Instrumentenverleih herangezogen werden kann. Auf der Rückseite des Gebäudes befinden sich die dazugehörigen Instrumentenwerkstätten. Um den unvermeidlichen und auch gewollten Personenstrom, einerseits zwischen den Nutzungen, andererseits zu den Tonstudios, zu minimieren und somit die Funktionen im ersten Obergeschoss so weit wie möglich zu beruhigen, sind die höher frequentierten und öffentlich sichtbaren Nutzungsbereiche im Erdgechoss angeordnet. Die Geräusch und Erschütterungsempfindlichen Tonstudios nehmen das Obergeschoss ein. Die Studioeinheit verzichtet, durch seine introvertierte Haltung aufgrund der schon genannten erhöhten Anforderungen an Akustik und Schallschutz, weitestgehend auf große Öffnungen zur Piazza und orientiert sich konzeptionell eher zum innenliegenden Patio, einem Ort der Ruhe. Gleichzeitig sorgt der Innenhof für die Belüftung und die natürliche Belichtung der Aufenthaltsbereiche des Tonstudios.

Organisatorische & rechtliche Umsetzung

Um bewusst einen Platz als urbanes Zentrum im öffentlichen Raum zu bilden, bedarf es raumbildender Kanten. Diese werden durch das bewusste Setzen von drei Gebäudevolumen um einen gemeinsamen Ort generiert, womit, sinnbildlich für ihre jeweilige Funktion, bereits ein Dialog entsteht. Jedem Volumen sind interne Flächen, wie Teeküchen und Lounges zugeordnet, die es den Nutzern ermöglichen sich auszutauschen. Diese Treffpunkte sind immer auch der Piazza im Zentrum zugewandt, so dass Blickbeziehungen entstehen. Der Typus lässt sich ideal in einzelne Bauabschnitte aufteilen, was dem Bauherrn ermöglicht, das Projekt schrittweise zu entwickeln. Vor dem Hintergrund einer noch sehr frühen Phase des Projektes an einem fiktiven Ort, lässt die flexible Anordnung und Kombination der einzelnen Nutzungen zudem eine große Variabilität in Bezug auf die zukünftige Weiterentwicklung des Projektes zu. Der städtebauliche Grundgedanke ist an eine Vielzahl von Situationen anpassbar und erweiterbar. Wenn sich der Standort in der Zukunft als Katalysator für die Kultur- und Gewerbeschaffenden etabliert, können weitere Gebäude einfach ergänzt werden ohne die Grundstruktur dabei zu schwächen. Auch muss nicht zwingend jedes der Bauteile als Neubau gedacht werden. Somit können mit diesem Konzept auch Brachflächen mit bereits existierendem Gebäudebestand revitalisiert und dem städtischen Kontext wieder zugeführt werden.

Nutzungsverteilung

In einem ersten Schritt wurden die unterschiedlichen Nutzerprofile nach ihren Bedürfnissen und spezifischen Anforderungen an ihre Umgebung analysiert. Miteinander harmonisierende Nutzergruppen wurden kombiniert. Zudem entsteht die Möglichkeit, Nutzungen, die durch ihre Charakteristiken (z.B. Schallemmissionen) negative Auswirkungen haben könnten, in einem Gebäude zu gruppieren und somit soziales Konfliktpotential oder hohe Konstruktionskosten vermieden werden. Daraus ergeben sich drei ganz besondere und unterschiedliche Anforderungsbereiche. Zum einen die Toleranz für Lautstärke, Gespräche und auch ausgelassene Stimmung in den Proberäumen und dem Café. (Haus 1) Zum zweiten die Belastbarkeit der Nutzung durch Besucherverkehr und wechselnde Belegeung der Büros und der Gewerbeeinheit im Erdgeschoss. (Haus 2) und zum dritten die Notwendigkeit einer ruhigen und besonnenen Atmosphäre für Tonstudios und Werkstätten in denen Konzentration von zentraler Bedeutung ist. (Haus 3)

Kostenermittlung

Die Kostenermittlung der BWK wurde mit drei verschiedenen Methoden ermittelt und verglichen. Bei allen drei Herangehensweisen wurde die Schätzung der GBK nach einer einheitlichen, prozentualen Systematik vorgenommen. In dieser vorgezogenen Bearbeitungsphase und aufgrund einer Vielzahl ungeklärter Grundlagen, wie den Standort und damit verbundene städtebauliche Zwänge, unbekannte Medienkonzepte und Nutzerprofile der Anlieger, die keine verlässliche Planungssicherheit bieten, erfolgt keine endgültige Festlegung auf einen der ermittelten Werte. Vielmehr stellen diese Schätzungen eine Bandbreite möglicher Kostenentwicklungen dar. Daraus resultierend muss auf einen nicht unerheblichen finanziellen Spielraum hingewiesen werden. Wie bereits erläutert, handelt es sich bei dieser Studie noch nicht um einen belastbaren Vorentwurf, da dafür die derzeitig vorhandene Informationsbasis nicht ausreicht. Der planerische Ansatz dient lediglich einer genaueren Baukörperbetrachtung bei einem zu erwartenden Bauvolumen. Weiterhin sind Entwicklungen, die derzeit am Markt zu beobachten sind, nicht preislich berücksichtigt (der zugrundeliegende Kostenstand entspricht dem 1. Quartal 2022). Das beschriebene Ergebnis bezeichnet lediglich einen Kostenrahmen. Im Zuge einer verantwortungsvollen und vollumfänglichen Planung der Bauaufgabe, kann darauf aufbauend objektkonkreter geschätzt und kalkuliert werden.

GKR, BGF Kostenkennwerte nach BKI, Stand 1/2021 (2015=100%)

Gebäude / Kosten	BGF [m²]	Kennwert BWK BGF [€/ m²]	BWK, inkl. Index [€]	Kostenverteilung nach KG, DIN 276	GBK [€]
Haus 1			4.595.289		6.454.777
Café Veranstaltung	278,0	2.530	804.067	137,0%	1.101.571
Proberäume	1.543,8	1.860	3.282.696	141,2%	4.635.167
Proberäume Zuschlag	*1278,5*	348	508.526	141,2%	718.038
Haus 2			1.920.677		2.627.914
Büroflächen	825,0	1.810	1.707.101	136,8%	2.335.314
Flagshipstore	82,3	2.270	213.576	137,0%	292.599
Haus 3			2.594.083		3.622.454
Tonstudios	589,9	2.160	1.456.662	141,2%	2.056.807
Tonstudios Zuschlag	*315,7*	608	219.436	141,2%	309.844
Werkstätten, Verleih	263,2	1.460	439.304	136,8%	600.968
Gebäudemanagement	165,5	2.530	478.680	136,8%	654.834
Gesamt	5.342	*1.705*	9.110.049	*139,5%*	**12.705.144**

LITERATURVERZEICHNIS

- Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V. (2017). Konzepterarbeitung „Wiederbelebung von Industriebrachen im Landkreis Zwickau durch Kultur- und Kreativwirtschaft". Landkreis Zwickau.
- Bachinger, K., Dörflinger, A., Eidenberger, J., Gavac, K., & Hölzl, K. (2013). Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht - Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor (p. 175). Wien: Creativ Wirtschaft Austria.
- Arndt, O., Freitag, K., & Rautenberg, R. (2011). Kultur- und Kreativwirtschaft in Dresden Potenziale und Handlungsmöglichkeiten. Dresden: Landeshauptstadt Dresden.
- Engel & Völkers Commercial GmbH (2021). Wohn- und Geschäftshäuser, Marktreport 2021/2022, Dresden / Leipzig / Halle (Saale) / Chemnitz / Zwickau.
- Industrie- und Handelskammer Dresden (2019). Gewerbemieten im Kammerbezirk Dresden, Büros | Lagerflächen | Läden | Praxen | Werkstätten
- Klaus, P. (2011). Die Bedeutung von Kultur- und Kreativwirtschaft in ehemaligen Industriearealen. In Reicher, C., Heider, K., Schlickewei, S., Schröter, S. & Waldmüller, J. (Hrsg.), Kreativwirtschaft und Stadt: Konzepte und Handlungsansätze zur Stadtentwicklung S. 191-202). Dortmund: Institut für Raumplanung.
- European Creative Hubs Network (2018). CREATIVE HUBS BAROMETER 2017 – Capturing the profile and evolution of creative hubs throughout Europe.
- Reicher, C., Heider, K., Schlickewei, S., Schröter, S. & Waldmüller, J. (2011). Kreativwirtschaft und Stadt: Konzepte und Handlungsansätze zur Stadtentwicklung. Dortmund: Institut für Raumplanung.
- Söndermann et al. (2008). Erster Kulturwirtschaftsbericht Sachsen.
- Lucas Knoflach et. al. (2021) Der Wert von Musik. Ökonomische Wirkungsanalysen des Musikökosystems.
- Wolfgang Seufert et.al. (2015): Musikwirtschaft in Deutschland. Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Musikunternehmen unter Berücksichtigung aller Teilsektoren und Ausstrahlungseffekte.

gefördert durch
das Amt für
Wirtschaftsförderung

Dresden.

IMPRESSUM

Autor:innen:
Nancy Kaiser
Luise Kunitz
Nils Burchartz
Philip Brehmer
Johannes Gerstengarbe
Christian Rost
Martin Fiedler

Interviewparter:
Dietrich Eisold
Stefan Urlberger
Pierre Herzer

Herausgeberin:
Wir gestalten Dresden -
Branchenverband der Dresdner
Kultur- und Kreativwirtschaft e.V.
Kraftwerk Mitte 7
01067 Dresden

Vereinsregisternummer: 5685
Amtsgericht Dresden

Gestaltung / Satz:
neongrau.de