

REGIONAL STRATEGIES FOR INTEGRATION CREATIVE SCENE
FOR MULTIFUNCTIONAL DEVELOPMENT IN RURAL AREAS

D.T2.2.2

REGION MITTELSACHSEN (GERMANY)

PROJEKT PARTNER:

SAXONIA STANDORTENTWICKLUNGS- UND -VERWALTUNGSGESELLSCHAFT MBH

DATE: JUNE 2019





Content

1. Einleitung	13
2. Einführung in die Kultur- und Kreativwirtschaft	15
2.1. Bestehende Konventionen und Historie der Region	15
2.2. Das Bild der Kreativbranchen in der Region	17
2.3. Vorstellung der wichtigsten kreativen Akteure	21
2.4. Der organisatorische Hintergrund und die Rahmenbedingungen des Sektors	25
2.5. Das Handelssystem der Kultur- und Kreativwirtschaft	26
3. Herausforderungen und Chancen der Branche	28
3.1. Neuigkeiten und Entwicklungstendenzen	28
3.2. Potentielle Szenen der Kultur- und Kreativwirtschaft	28
3.3. Potentielle neue Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft	30
4. Einführung in die Kreativszenen des Projektes	31
5. Regionale SWOT-Analyse	36
6. Vision und strategische Ziele der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft	41
7. Anwendung der strategischen Ziele in Bezug auf die ausgewählten Immobilien	44
7.1. Entwicklungs- und Nutzungsvorschläge zu den ausgewählten Immobilien	44
7.2. Zusammenfassung der Entwicklung	52
7.3. Finanzierung der Maßnahmen	53
7.4. Organisation und Rahmenbedingungen	58
7.5. Marketingstrategie und Markteinführung	60
7.6. Entwicklung des Geschäftsumfeldes	63
7.7. Zeitplan der Entwicklungen	64
8. Strategie der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft	65
8.1. Organisatorische und operative Grundlagen	65
8.2. Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerk	67



8.2.1. Kooperation und Interaktion der Kultur und Kreativwirtschaft mit anderen Branchen	67
8.2.2. Kooperationen zwischen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft	67
8.3. Produktions-, Verkaufs-, und Geschäftsumfeld	68
8.3.1. Möglichkeiten zum Aufbau kreativwirtschaftlich ausgerichteter Wertschöpfungsketten	68
8.3.2. Effektives Marketing-System der Kultur- und Kreativwirtschaft	68
8.3.3. Trends, Nischen, Veränderungen, Risiken und Reaktionen des Marktes	69



EXECUTIVE SUMMARY

CHAPTER/SUBCHAPTER TITLE		ESSENTIAL DESCRIPTION OF THE CHAPTER/SUBCHAPTER
1.	Introduction	<p>The term creative economy stands for a new social relationship between culture and economy. The organization of work and market often takes place in and through social networks. Traditional competence centers of the creative industries face new, highly dynamic, non-location-related markets, for example in the software and games industry. Key competences are flexibility and the willingness to transform.</p> <p>The cultural economy includes all those areas involved in the preparation, creation, preservation and safeguarding of artistic/creative production as well as the mediation and dissemination of cultural services. Culture and creativity play an important role in the revitalization and revaluation of structurally weak areas. The vacancy or fallow land resulting from the failure of old industries is a prerequisite for cultural productions and thus for the creative industries.</p> <p>The development of the creative industry in Saxony is very positive. Sales increased by 9.0% between 2009 and 2010 and the number of employees increased by 1.6% from 2009 to 2012 to 29.922. The key subsectors are the press market, the software / games market and the advertising market. The positive development of the Saxon creative industry is strengthened by local and regional structures and cooperations, which are oriented towards the future prospects of the industry and the needs of the creative industries.</p> <p>Compared to the other districts of Saxony, the share of cultural and creative industries in Central Saxony was the lowest overall.</p>
2.	Introduction of the creative industry in the region	
2.1.	Existing conventions, living past of the region	<p>The district of central Saxony, as a central district between the three major Saxon centers of Chemnitz, Dresden and Leipzig, covers an area of 2,116 km²." By the end of 2015, 312,450 residents lived within the district boundaries and the average age is 47.4 years. Due to demographic processes the population will decline and the average age will increase significantly in the next 10 years.</p> <p>The manufacturing sector of the district central Saxony accounts for a large proportion of total economic output compared to the average in Saxony. The economy of Central Saxony is determined by the following sectors:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Production of solar cells and solar modules • Machine and vehicle construction / automotive supply industry • Semiconductor industry



		<ul style="list-style-type: none"> • Electrical engineering and electronics • wood, paper and printing industry • Sheet metal and plastic processing • Recycling Industry • Technical services • sensors • Agriculture <p>In addition to its economic strength, Central Saxony, with the TU Bergakademie Freiberg, the University of Applied Sciences Mittweida and eleven research institutes, is an excellent location for science.</p>
2.2.	The picture of the creative sectors in the region	<p>The cultural and creative industries in the Free State of Saxony employs around 71,000 people, corresponding to 3.4% of the total workforce in Saxony (as of 2015). In arts and crafts, about 50 percent of the cultural and creative industries are active in the Freiberg region. The design of wood takes the greatest importance in the craft trade. The number of enterprises in the district of central Saxony in 2015 was 25 in the art market and 34 in the craft trade. In contrast, the number of companies in the cultural area Erzgebirge-Mittelsachsen in the art market was 62 and in the craft trade 243. Within the framework of an in-house research, the number of cultural and creative industries in the Freiberg region.</p>
2.3.	Introducing the main creative sectors	<p>The proportion of self-employed creatives is particularly high in the arts and crafts. Due to the income situation, the activity often takes the form of part-time, is based on a personal hobby and takes place in the immediate vicinity of the place of residence. The creative industries are widely dispersed in rural areas and their networking and co-operation pose a great challenge. In contrast, companies such as interior design, advertising design and the advertising market often employ companies with several employees, which is a multiple of the Turnover of sole traders in the craft trade.</p>
2.4.	The organizational background and frames of the sector	<p>With its initiative "Creative Saxony - the Saxon Center for Culture and Creative Industries", the State Association of the Cultural and Creative Industries Saxony e.V. will continue to promote the development of the cultural and creative industries in Saxony and especially in central Saxony. In cooperation with local and regional decision-makers (Ministry of Economic Development, Ministry of Economic Development of the City of Freiberg, Tourist Board Erzgebirge) structures are currently being created to highlight the importance and future prospects of the industry.</p>
2.5.	The commercial system of the creatives industry	<p>The art market is shaped by the artist's relationship with a gallery and art collectors. So it's a tight, small market. Art reflects the life of the artist. The authenticity of the artist finds its expression in the artwork itself. For exhibitions and the exploitation of artworks,</p>



		artists join together in producer galleries. The value creation process is shown within this chapter.
3.	The challenges, opportunities of the creative sector	
3.1.	News and development tendencies	The cultural and creative industries in the Freiberg region may possibly benefit from a positive development in the future. The mining area "Muldenhütten", which is located on the outskirts of Freiberg, is currently a candidate for inclusion in the UNESCO World Heritage Site. In addition to the already existing media attention, this development offers a chance of great tourist interest. The decision is going to take place in the beginning of July 2019.
3.2.	Potential creative industry scenes	<p>As part of a self-study within the framework of the feasibility study, certain rooms for cultural and creative industries in the Free State of Saxony and neighbouring federal states were identified.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apolda, ehem. Textilfabrik (Kulturfabrik Apolda) • Alte Post Bautzen (AGORA Lausitz) • Kunsthandwerkerhof Freiberg (TU Bergakademie Freiberg) • Freiberg, Himmelfahrtsgasse (C + P Industriebau GmbH) • Tapetenwerk Leipzig (Reichenbach-Behnisch) • etc. <p>Fallow sites with potential:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ehem. Tierkörperverwertung • Archivgebäude Turmhofschacht
3.3.	Potential creatives industry actors	There are currently no data on potential actors in the cultural and creative industries of the Freiberg region. Therefore, a statement about companies, organizations, workshops or artists is very difficult to make. In general, however, it can be assumed that due to the Saxony-wide development and trends in the cultural and creative industries, further growth and thus an increased number of actors can be expected. In the next few years, especially the digital sector of the cultural and creative industries, such as software development or web design, will continue to increase and stakeholder of this economic branch are going to enter the market.
4.	The introduction of creative scenes concerned in the project	<p>On the part of the creative people in the Freiberg region there is currently a need for club rooms, for example for the Kunstverein Freiberg e.V., or exhibition rooms which are also suitable for the sale of the works of art and workshop rooms for pottery works.</p> <p>As key factors for the settlement of a cultural center of the creative economy at the location are considered:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Create structural conditions



		<ul style="list-style-type: none"> • Improve visibility of the site • Active participation of the public • Initiate model project • awaken interest in the creative • Linking with existing initiatives • Build networks • Ensure basic financing in the long term • Carry out process-accompanying measures <p>Huthaus (Prioritized scene):</p> <p>The “Huthaus” belongs to the area of the industrial area Muldenhütten, a historically valuable hut location east of Freiberg.</p> <p>The industrial area is still producing today. At the same time there are many historically valuable buildings in the area, whose history dates back to the 16th century. Especially in the eastern part of the Freiburger Mulde, where the only access road leads into the area, are many high-quality monuments. The “Huthaus” is one of them. The “Huthaus” used to be a center for administration and accommodation in the past.</p> <p>For the area a museum and cultural use is conceivable. “Huthaus” can serve as a visitor and administrative center.</p> <p>Archivgebäude Turmhofschacht (Second scene):</p> <p>The building of the Archivgebäude on Turmhofschacht is located on the street “Turmhofschacht” in the eastern part of Freiberg. The entire area of the Turmhofschacht is an important monument of the historic development Freibergs and is at the same time an important monument of the industrial culture overground and underground. The most important buildings of the plant are located on the heap, at the level of the second floor of the “dry kiln”. Underground is still the waterwheel preserved, with which the Pochwerk was probably also driven earlier.</p> <p>The basic idea for the idea of using the “dry kiln” building is the integration into a larger concept for the entire complex Turmhofschacht.</p>
<p>5.</p>	<p>The regional SWOT analysis</p>	<p>The creative industries and the current situation in this industry are highlighted in the overview. The attributes, strengths, weaknesses, opportunities and risks are documented in a SWOT analysis to give a brief description of the Central Saxony region and its creative industries. These are displayed within chapter 5.</p> <p>All in all the district Middle-Saxony is famous for its centuries-old mining and folk tradition and has a strong and diverse economic structure. A well balanced mix of trades and industry as well as a</p>



		<p>strong processing industry is characteristic for its economy. The main industrial sectors are materials technology, energy technology, production technology, environmental technology and information and communication technology. Beside its economic strength, the district Middle-Saxony, which is a home to two universities and several research and scientific institutions, is characterized as an excellent science location. Due to the demographic processes, Middle Saxony has to face future problems of a decrease of inhabitants and find ways to attract skilled labour for its market.</p>
<p>6.</p>	<p>The vision and the strategic objectives of the regional creative industry</p>	<p>Within the objective, various goals, which are long-term and medium-term, have been identified in order to implement the transferred mission statement or vision. Overall, five long-term strategic goals and three medium-term strategic goals were identified to implement the vision.</p> <p>The vision is to strengthen the cultural and creative industries in rural areas, in this case the Freiberg region. In the first place, space should be created for creative actors. In addition to the space for locating actors from the cultural and creative industries, a network point or a starting point for creative actors and potential actors should be created to support the structures of the cultural and creative industries in the district.</p> <p><u>Vision:</u></p> <p>Strengthen regional cultural and creative industries by integrating fallow industrial areas</p> <p><u>Long term objectives:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Settlement of creative actors at a historically and culturally valuable industrial area in the Freiberg area 2. Initialize a network and contact point for creative actors in order to support the structures of the cultural and creative industries 3. Supporting cooperations and mixed uses of the various sectors trade, services and industry with the cultural and creative industry 4. Create awareness for cultural and creative industries 5. Upgrading the site factors in the Freiberg area to counteract negative effects of demographic change in rural areas <p><u>Middle term objectives:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Increase the attractiveness of the Freiberg area 2. To further strengthen social and political interest in the cultural and creative industries 3. Improve data availability of the cultural and creative industries



7.	The application of the strategic objectives concerning the selected buildings	
7.1.	Development and utilization proposals on the selected assets	<p>As part of the REFREsh project, a total of three different properties were examined. Due to difficulties in terms of approval management and, in particular, building permits, this was a necessary step in order to be able to process a promising property and corresponding building permit for the respective project towards the end of the project period. The three properties studied are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Huthaus (original property from the project proposal) • ehem. Tierkörperverwertung • Archivgebäude Turmhofschacht <p>Huthaus (prioritized scene):</p> <p>The basic idea for the revitalization of the Huthaus building is the inclusion in a larger concept for the area north of the building. There are other historically important buildings here, which on the one hand are regarded as valuable testimonies of metallurgy and on the other hand represent a special urban planning situation in their arrangement and shape. The whole area is applying for UNESCO world heritage at the moment.</p> <p>The outdoor space of the area could be a venue for open-air theatre performances, among other things. The buildings could be used as a museum or as workshops and ateliers for craftsmen and cabarets. The offices can be accommodated in the Huthaus itself. To what extent rehabilitation measures on the other buildings are required remains to be examined.</p> <p>The basic approach for the Huthaus itself is the revitalization as a reception and administration building for the historic complex. All the necessary functions such as a reception and information area, a café, consulting rooms and the offices will be accommodated within the Huthaus. Additionally to that a networking office for the creative industry as well as workshops and small events are planned.</p> <p>Archivgebäude Turmhofschacht (second scene):</p> <p>The basic architectural idea is the retention and further development of the existing spatial situation, the development situation or the use of the qualities found for the intended economic use of the building.</p> <p>The upper part of the building is well suited for office use and can be used as a permanent office space. The second floor can be used as additional co-working space or temporary exhibition space. The development takes place, as in the existing stock, over a bridge over a retaining wall ramp. The focus at this scene is the implementation into the entire area Turmhofschacht, which is a former mining site and contains a few buildings with high potential.</p>



7.2.	Summary of the developments	<ul style="list-style-type: none"> • Review of the newly prioritized property Huthaus as well as the measures to be carried out • Identify the measures to be implemented in the REFREsh project, as well as clear differentiation from the project and measures of a parallel external project • Pre-planning and approval management (currently ongoing) • Construction • Events • Ongoing public relations and public relations
7.3.	Financial plan of the actions	<p>The financing and costing of the two properties Huthaus (prioritized scene) and Archivgebäude Turmhofschacht (second scene) are displayed within this chapter. The detailed finances are evaluated in depth within the pre-investment concept.</p> <p>Huthaus:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Overall costs: approx. 48.000 € ▪ Builders work: 3.000 € ▪ Expansion work: 30.000 € ▪ Plumbing: 5.500 € ▪ Electrics: 1.000 € ▪ Property development: 3.500 € ▪ Disability access: 5.000 € <p>Archivgebäude Turmhofschacht: Overall costs: approx. 114.000 €</p>
7.4.	Organization and frames of operation	<p>In this chapter the exchange of the prioritized and second scene is explained as well as the short term developments, which led to this decision.</p> <p>Due to the difficulties and delays in the approval management with regard to the real estate considered in the project, the planning permission for the property "Archivhaus Turmhofschacht" was granted only on 27.05.2019 under certain conditions. These conditions for the planning permission for the property "Archivhaus Turmhofschacht" have brought with it very high costs. These costs are listed in the costing within chapter 7.3.</p> <p>The property "Huthaus" was originally intended for the REFREsh project. This property is also specified and explained in the project proposal of the project. Due to excessive costs of the necessary measures identified, the "Huthaus" property was only used as a replacement or comparison property in the course of the project</p>



		<p>after the first semester. The problem of the property lies in the high costs in terms of a necessary dehumidification of the basement and conservation requirements, which would be necessary within a renovation. These cost-intensive measures can now be covered by another project due to a new development.</p> <p>Thus, it is possible, as originally conceived, to revitalize the Huthaus within the frame of REFREsh.</p>
7.5.	Marketing strategy and its introduction on the market	<p>Within this chapter it is intended to mainly define the strategy for promoting the newly selected site as well as identifying potential actors in the cultural and creative industries, who in turn can imagine using the new property. Due to the short-term change to the property "Huthaus" it is necessary to find actors who are willing to play or revive the area to be revitalized. The feasibility study serves as the basis.</p> <p>The very specific location factors of the "Huthaus" property allow the focus to be on cultural and creative industries that are related to mining or tourism. In addition, the property is also for any actors, which in turn are in the need of economical office units, suitable. For workshops and events away from the mining culture, this property is less well suited. Thus, through targeted marketing, stakeholders who are interested in historical reference, mining or tourism as well as actors who need conservative space for office use should be addressed.</p> <p>Main ways of marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Public site visit event, which targets CI ▪ Press release ▪ Social media ▪ Information message addressing the already identified potential user by the email-distribution list ▪ Potential connection and advertising within the frame of UNESCO world heritage events/advertisement of the area
7.6.	The necessity of developing the business environment	<p>As part of the project, it is planned to create a close link between the already existing structures and the newly created network office and meeting point for cultural and creative industries as well as actors of the cultural and creative industries, who are active in and around the project real estate. The projects activities are intended to supplement existing structures and not create a competitive situation. Therefore, it is planned to set up a network office in the property "Huthaus".</p>
7.7.	The timetable of the development	<p>Pre-planning: Till Beginning of fifth semester</p> <p>Construction works: Till early beginning of sixth semester</p> <p>Interior works: Finalized in the beginning of sixth semester</p> <p>Public relations: Ongoing and till end of 2020</p> <p>Pilot action: March/April 2020</p>



8.	Basing the strategy of the regional creative industry	
8.1.	Organizational and operational basics	<p>It is essential not to compete with existing structures within the cultural and creative industries. Thus, the aim is to involve existing structures and actors in the project and to provide them with a further and complementary platform.</p> <p>The first step is to set up a network office in the property "Huthaus". This can be used by existing institutions and associations, such as "Kreatives Sachsen", to hold consultations, workshops and even events in the region. A permanent and independent occupation of the network office is initially not planned, but in perspective quite desirable. In the future, a model could be initialized in which the office is staffed once a month and offers temporary consultations. A permanent occupation in the form of a daily consultation is not to be regarded as meaningful due to the financing as well as for the relatively low demand of the stakeholder.</p>
8.2.	Partnership, cooperation and network	<p>In addition to a network within the cultural and creative industries, REFREsh also aims to cooperate with the sectors of industry, trade and services outside the cultural and creative industries. It is advantageous that already industry in the mining complex Muldenhütten, in which also the "property Huthaus" is located, is available. Whether these companies are suitable for cooperation with future actors of the cultural and creative industries is strongly dependent on the sub-sector, in which the creative stakeholder act in and around the property "Huthaus". However, apart from this industry, the vacancy rate dominates the entire historic area of the Muldenhütten mining complex. Crucial to the course of this project is the potential inclusion of the mining complex in the UNESCO World Heritage Site. If the admission succeeds, a close connection of the property "Huthaus", the resident actors and the network office with the tourism industry is to be focused. Synergies can arise in the tourism-related retail trade and the cultural and creative industries, which benefit above all from passing customers or visitors to the Muldenhütten mining complex.</p>
8.2.1.	Between creative industry - other sectors	
8.2.2.	Between creative actors	
8.2.3.	Between actors and groups of actors	
8.3.	Production, selling and business environment	<p>In the case of the inclusion of the mining complex Muldenhütten together with the property "Huthaus" in the UNESCO World Heritage Site, in addition to tourism, the arts and crafts and the art market are to be prioritized sub-sectors.</p>
8.3.1.	Possibilities to set up creative industry-focused value chains (supplier-producer-dealer chain or system or network or community	<p>With successful settlement of actors of these two sub-sectors, a cooperation in the form of value chains and a horizontal cooperation is very likely. A high density of visitors and interested people on the subject of mining is going to make the area around the mining complex Muldenhütten including property "Huthaus" very interesting and attractive regarding its location factors for actors of the arts and crafts and the art market. Events and workshops would have to be organized in this case, in order to establish a close connection to tourism together with the respective actors and to make the location</p>



		as attractive as possible. Joint advertising platforms, advertisements in general, exhibitions, workshops, events and digital marketing can support the actors in their sales and optimize horizontal synergies.
8.3.2.	Effective marketing system of the creative sector	The planned marketing mix corresponds to the "7Cs Compass Model", which builds on the 4Cs Model after Koichi Shimizu. This model most closely matches the characteristics and background of the project at the property "Huthaus". The orientation and administration of the marketing of the cultural and creative industries or the project itself should be coordinated from the network office. This corresponds to the central "corporation", which is typical for the 4Cs Model.
8.3.3.	Market trends, niches, expected changes, risks of the market	The future trends of the cultural and creative industries must be closely monitored for the development and revitalization of the property "Huthaus" and also the Freiberg region in order to be able to identify potential risks as well as niches of the market at an early stage. Due to the low data availability on the district of Central Saxony, it is currently only possible to make statements on developments in the state of Saxony. In Saxony, especially the arts and crafts stand out. As part of the project, this sub-sector as well as related tourism is focused. The risk here is that sales in this subindustry are strongly linked to tourism and its associated passing customers. In the case of the property "Huthaus" the potential market and in general the settlement of this sub-sector at the property itself is heavily dependent on the potential inclusion in the UNESCO World Heritage Site, which will be decided in the 28 calendar week 2019.



1. Einleitung

Der Begriff Kreativwirtschaft steht für ein neues gesellschaftliches Verhältnis zwischen Kultur und Ökonomie. Die Organisation von Arbeit und Markt erfolgt oftmals in und durch soziale Netzwerke. Traditionelle Kompetenzzentren der Kreativwirtschaft stehen neuen, hochdynamischen standortungebundenen Märkten, bspw. in der Software- und Games-Industrie, gegenüber. Schlüsselkompetenzen sind Flexibilität und Transformationsbereitschaft.

Kreativität ist die Fähigkeit zu gestalten, Erfahrungen neu zu kombinieren, Bestehendes zu verändern, neue Ideen zu finden und Probleme zu lösen. Kultur ist zunehmend ein wichtiger Standortfaktor für die wirtschaftliche Entwicklung von Städten und Regionen. Zu den vielfältigen Dimensionen in der Raumentwicklung zählt die Kultur als Identitätsfaktor, Imagefaktor und Wirtschaftsfaktor.

Zur Kulturwirtschaft zählen all jene Bereiche, die an der Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung künstlerischer Produktion sowie an der Vermittlung und medialen Verbreitung kultureller Leistungen beteiligt sind.

Kultur und Kreativität spielen eine wichtige Rolle zur Revitalisierung und Standortaufwertung von strukturschwachen Gebieten. Der bzw. die durch das Scheitern alter Industrien entstandene Leerstand bzw. Brachflächen bilden eine Voraussetzung für Kulturproduktionen und damit für die Kreativwirtschaft.

Die Entwicklung der sächsischen Kreativwirtschaft ist als sehr positiv anzusehen. Die Umsätze sind von 2009 bis 2010 um 9,0% und die Mitarbeiterzahl von 2009 bis 2012 um 1,6% auf 29,922 gestiegen. Die wichtigsten Teilbranchen sind der Pressemarkt, der Software- / Spielemarkt und der Werbemarkt. Die positive Entwicklung der sächsischen Kreativwirtschaft wird durch lokale und regionale Strukturen und Kooperationen gestärkt, die auf Zukunftsperspektiven der Branche und Bedürfnisse der Kreativwirtschaft ausgerichtet sind.

Leider reichen die statistischen Daten der Kreativwirtschaft in Mittelsachsen nicht aus, weshalb eine statistische Erhebung aus dem Jahr 2007 herangezogen wurde, um zukünftige Trends für den Distrikt zu ermitteln. 482 Unternehmen der Kreativwirtschaft (3,5% der Gesamtwirtschaft) haben ihren Sitz in Mittelsachsen. Hauptbranchen sind Handwerk und lebendige Bergbautradition, Designmarkt, Software- und Spieleindustrie, Filmindustrie und das Kulturfestival Mittelsächsischer Kultursommer.

Der Sektor des Handwerks und der lebendigen Bergbautradition ist durch verschiedene Museen, Initiativen und Holzarbeiten rund um dieses Thema vertreten. Über 40 Unternehmen der kreativen Holzbearbeitung machen Mittelsachsen zu einem der wichtigsten Handwerksstandorte in Sachsen. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Designmarkt, der von zahlreichen Initiativen, Preisen und Wettbewerben getragen wird und vor allem durch Fotodesign und Ausstellungsdesign repräsentiert wird. Die Film- sowie die Spiele- und Softwareindustrie sind hauptsächlich an der Fachhochschule in Mittweida angesiedelt. Das medienorientierte Kursportfolio und die Affinität zu diesem Sektor machen die Stadt zu einem Media-Hotspot in Sachsen. Neben diesen Bereichen ist das Kultur- und Kunstfestival „Mittelsächsischer Kultursommer“, eines der vielseitigsten deutschen Kulturfestivals, ein wichtiger Faktor der Kreativwirtschaft in Mittelsachsen. Das Festival zieht jedes Jahr Tausende von Besuchern an.

Wie bereits erwähnt, ist der Status der statistischen Daten auf Bezirksebene unzureichend. Die Analysen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelsachsen basieren auf einer statistischen Erhebung von 2007. Vor diesem Hintergrund sind die hier vorgestellten Ergebnisse als Trends zu verstehen. Diese Wissenslücke ist den Verantwortlichen in der Bezirksverwaltung (Department of Economic Development) bekannt und soll durch eine intensive Zusammenarbeit zwischen der Verwaltung, der Initiative "Creative Saxony" und relevanten Stakeholdern ausgeglichen werden. Ein Update der Datenbank ist vor Abschluss des Projekts zu erwarten.



Im Vergleich zu den anderen Landkreisen Sachsens war der Anteil der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelsachsen gesamtwirtschaftlich am geringsten (482 Unternehmen, Anteil 3,5%). Daraus lässt sich ableiten, dass in allen Stadtteilen eine relativ homogene Grundsubstanz der kulturellen und kreativen Wirtschaftsinfrastruktur vorhanden ist. Neben der guten Grundsubstanz gibt es spezifische Profile in ländlichen und städtischen Gebieten. Für Mittelsachsen können folgende Teilsektoren hervorgehoben werden:

- Handwerk und lebendige Bergbautradition
- Designmarkt
- Software- und Spieleindustrie
- Filmindustrie
- Mittelsächsischer Kultursommer

Neben der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die Wirtschaft in Mittelsachsen vor allem technisch geprägt. Ein vielfältiger Branchenmix von vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen sorgt für wirtschaftliche Stabilität. Einige dieser Firmen besetzen Spitzenpositionen in innovativen Marktnischen oder sind sogenannte "Hidden Champions". Bei einer angestrebten Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft gilt es die Wirtschaftszweige abseits der Kultur- und Kreativwirtschaft mit einzubeziehen und interdisziplinäre Synergien zu identifizieren und gegebenenfalls weiter auszubauen.



2. Einführung in die Kultur- und Kreativwirtschaft

2.1. Bestehende Konventionen und Historie der Region

Der Landkreis Mittelsachsen, als zentraler Landkreis zwischen den drei großen sächsischen Ballungszentren Chemnitz, Dresden und Leipzig, erstreckt sich über eine Fläche von 2.116 km². Es besteht aus den ehemals autonomen Landkreisen Döbeln, Freiberg und Mittweida, die 2008 in den Landkreis Mittelsachsen durch die Kreisreform integriert wurden. Infolge dieser Reform wurden 53 Gemeinden dem neuen Landkreis zugeordnet. Bis Ende 2015 lebten 312.450 Einwohner innerhalb der Bezirksgrenzen und das Durchschnittsalter beträgt 47,4 Jahre. Aufgrund demografischer Prozesse (konstant niedrige Geburtenrate; negativer Migrationssaldo) wird die Einwohnerzahl sinken und das Durchschnittsalter in den nächsten 10 Jahren deutlich ansteigen. In Zahlen bedeutet dies, dass die Bevölkerung des Bezirks bis 2025 auf 275.000 Einwohner (-16%) mit einem Durchschnittsalter von 51 Jahren (+3,6 Jahre) schrumpfen wird. In ländlichen Gebieten ist der Bevölkerungsrückgang größer als in städtischen. Der Fachkräftemangel, der für mittelsächsische Unternehmen bereits eine große Herausforderung darstellt, wird in den nächsten zehn Jahren noch verstärkt. Für Mittelsachsen führt diese Entwicklung zu Konsequenzen, die in Zukunft angegangen werden müssen. Die Bezirksverwaltung und die Kommunen selbst haben die Aufgabe, in den kommenden Jahren Wege zu finden, um Fachkräfte für den mittelsächsischen Arbeitsmarkt zu gewinnen. Ein erster guter Projektansatz ist die Nestbauzentrale Mittelsachsen (www.nestbau-mittelsachsen.de).

Bedingt durch den politischen Wandel, verursacht durch eine historisch beispiellose Phase der De-Industrialisierung in der DDR, die zu Massenarbeitslosigkeit, Migrationswellen und schrumpfenden Städten führte, folgte ein Re-Industrialisierungsprozess, der mehr als nur die Agglomerationsräume wie Dresden, Leipzig und Chemnitz betraf.

Das Rückgrat der wirtschaftlichen Erholung bilden hierbei mittelständische Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, während das Wirtschaftswachstum der verarbeitenden Industrie in Ostdeutschland in den letzten Jahren stärker war als in Westdeutschland. Am Ende dieses Transformationsprozesses stand eine wirtschaftlich starke Region mit einem ausgewogenen Mix aus Handwerk und Industrie und einer starken Mittelschicht.

Das verarbeitende Gewerbe macht im Vergleich zu den Durchschnittswerten in Sachsen einen großen Teil der gesamten Wirtschaftsleistung aus. Die Wirtschaft Mittelsachsens wird von folgenden Sektoren bestimmt:

- Herstellung von Solarzellen und Solarmodulen
- Maschinen- und Fahrzeugbau / Automobilzulieferindustrie
- Halbleiterindustrie
- Elektrotechnik und Elektronik
- Holz-, Papier- und Druckindustrie
- Blech- und Kunststoffverarbeitung
- Recyclingindustrie
- Technische Dienstleistungen
- Sensorik
- Landwirtschaft



Nach Angaben des Sächsischen Statistikamtes waren im Landkreis insgesamt 107.055 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Mittelsachsen tätig. In der Vergangenheit waren die wichtigsten Industriezweige von technologieorientierten Unternehmen in Mittelsachsen:

- Werkstofftechnik
- Energietechnik
- Produktionstechnologie
- Umwelt- und Recyclingtechnik
- Informations- und Kommunikationstechnologie

Neben seiner wirtschaftlichen Stärke zeichnet sich Mittelsachsen mit der TU Bergakademie Freiberg sowie der Fachhochschule Mittweida und elf Forschungsinstituten als exzellenter Wissenschaftsstandort aus.

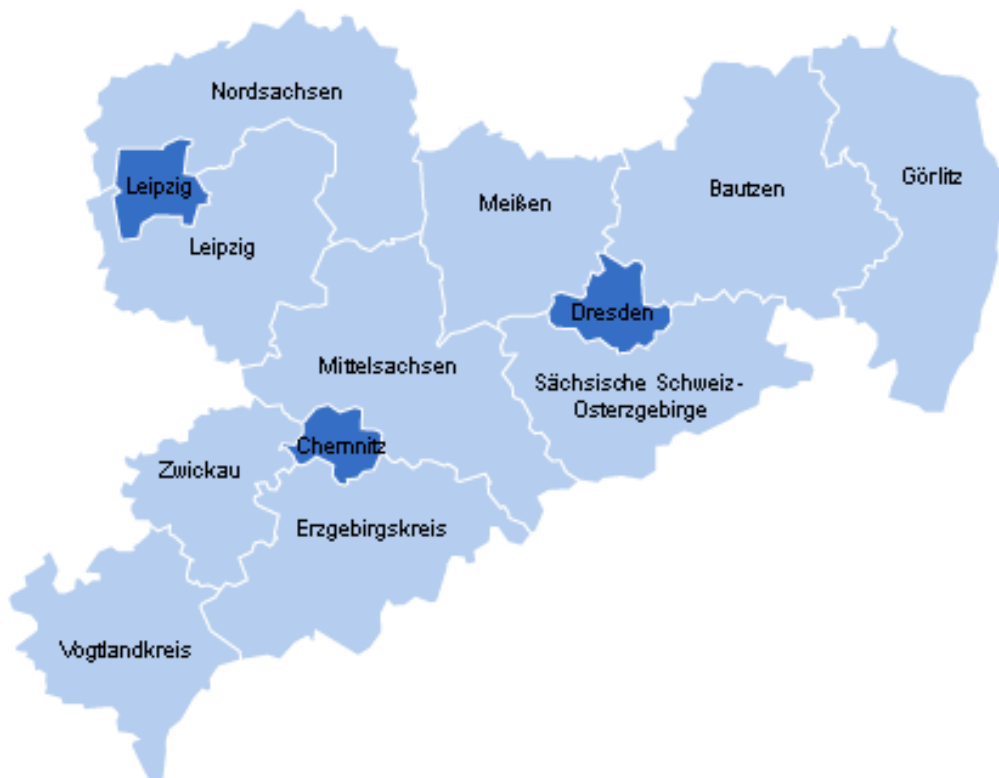


Abbildung 1: Übersicht der Landkreise in Sachsen, www.sachsen.de

2.2. Das Bild der Kreativbranchen in der Region

Seit Ende der 1980er Jahre entwickelte sich die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem dynamischen Wirtschaftszweig der Weltwirtschaft. Im Zusammenhang mit der Nutzung digitaler Technologien durchläuft der Kreativsektor einen tiefgreifenden Wandel.

Im Jahr 2017 waren in Deutschland 1,67 Mio. Gesamterwerbstätige in der Kultur- und Kreativwirtschaft in 254.700 Unternehmen beschäftigt. Davon waren 903.026 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, was 2,80 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland entspricht. 22 Prozent der Kernerwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Selbständige.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft kann in 12 Teilmärkte unterteilt werden.



Abbildung 2: Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

Deren prozentualen Anteile an der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt die nachfolgende Tabelle.



Tabelle 1: Zentrale Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft 2017

Teilmarkt	Unternehmen	Umsatz	Kernbeschäftigte
Musikwirtschaft	4,62%	5,00%	4,01%
Buchmarkt	5,62%	7,66%	5,50%
Kunstmarkt	4,11%	1,21%	1,40%
Filmwirtschaft	6,19%	5,37%	4,73%
Rundfunkwirtschaft	5,89%	5,91%	3,33%
Markt für darstellende Künste	6,33%	2,74%	3,39%
Designmarkt	19,40%	10,96%	11,65%
Architekturmarkt	12,90%	6,11%	9,88%
Pressemarkt	10,28%	16,84%	11,39%
Werbemarkt	9,28%	15,99%	11,85%
Software-/Games-Industrie	12,71%	21,44%	31,68%
Sonstige	2,67%	0,76%	1,19%

Zu den Kernerwerbstätigen zählen Freiberufler und Selbständige ab einem Jahresumsatz von 17.500 EUR sowie sozialversicherungspflichtige Beschäftigte in Voll- und Teilzeit. Insgesamt betrug deren Anteil 69,1 Prozent der Gesamterwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Zuordnung der Unternehmen bzw. Beschäftigten ist insoweit schwierig, da kreative Tätigkeiten regelmäßig mehrere Teilmärkte umfassen.

Kultur- und Kreativwirtschaft im Freistaat Sachsen

Als Fördereinrichtung für die Kultur- und Kreativwirtschaft wurde im Freistaat Sachsen im Jahr 2017 ein Zentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft (Kreatives Sachsen) geschaffen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Freistaat Sachsen beschäftigt rund 71.000 Menschen, das entspricht 3,4% aller Erwerbstätigen in Sachsen (Stand 2015). Die Anteile der Teilmärkte an der Bruttowertschöpfung (BWS) der Kultur- und Kreativwirtschaft im Freistaat Sachsen im Jahr 2015 stellt sich wie folgt dar:

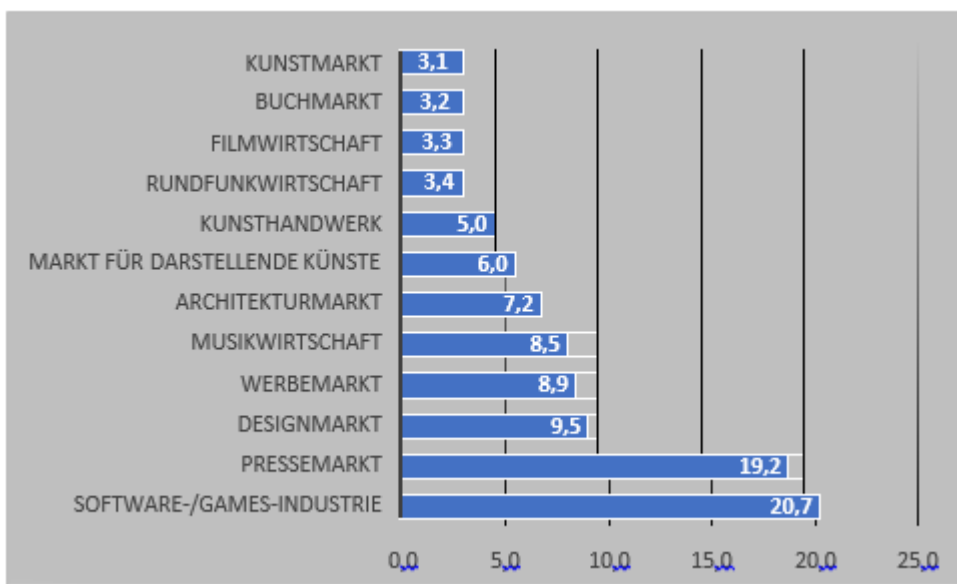


Abbildung 3: Anteile an der Bruttowertschöpfung 2015

Der Wirtschaftszweig Kunstmarkt umfasst Selbständige bildende Künstler, Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Museumshops und Einzelhandel mit Antiquitäten. Zum Wirtschaftszweig Kunsthandwerk zählen die Herstellung von Holzwaren, von keramischen Erzeugnissen und von Uhren. Im Kunstmarkt des Freistaates Sachsen waren 2015 insgesamt 542 Unternehmen tätig. Der Anteil der Selbständigen bildenden Künstler betrug 73 Prozent. Im Kunsthandwerk waren 422 Unternehmen tätig, von denen der Anteil der Herstellung von Holzwaren etc. 81 Prozent.

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Freiberg - Kunsthandwerk

Die Unternehmensanzahl im Landkreis Mittelsachsen betrug im Jahr 2015 im Kunstmarkt 25 und im Kunsthandwerk 34. Im Gegensatz dazu betrug die Unternehmensanzahl im Kulturräum Erzgebirge-Mittelsachsen im Kunstmarkt 62 und im Kunsthandwerk 243. Im Rahmen einer Eigenrecherche erfolgte eine Ermittlung der Anzahl der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Freiberg.



Tabelle 2: Akteure der Kreativwirtschaft Region Freiberg

Teilmärkte der Kreativwirtschaft	Akteure		Akteure
Kunstmarkt	84	Kunsth Handwerk	67
		Kunsthandel	17
Designwirtschaft	29	Fotografie	11
		Werbegestaltung	6
		Produktdesign	1
		Innenarchitektur	6
		Grafik/Druck	5
Werbemarkt	11	Werbeagenturen	11
Software/Games-Industrie	13	Webdesign	5
		Sonstige Softwareentw.	8
Buchmarkt	1	Buchbinderei	1
Architekturmarkt	4	Restauratoren	4
Gesamt	142		

Im Kunsthandwerk sind ca. 50 Prozent der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Freiberg aktiv. Die Holzgestaltung nimmt dabei im Kunsthandwerk den größten Stellenwert ein.

Tabelle 3: Anzahl der Akteure im Kunsthandwerk

Glaskunst	3
Holzgestaltung	35
Keramik	4
Malerei	9
Gravuren	2
Metallverarbeitung	4
Steinbildhauer/Steinmetz	6
Sonstige	4
Gesamt Kunsthandwerk	67

Die aus zeitlichen Gründen regional eingeschränkte Recherche erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit verdeutlicht aber das vorhandene Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft der Region.



2.3. Vorstellung der wichtigsten kreativen Akteure

Der vorhandene Bedarf der Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Freiberg, insbesondere im Kunsthandwerk, wurde im Rahmen von Interviews ermittelt.

Der Anteil der selbstständig Tätigen Kreativen ist im Kunsthandwerk besonders hoch. Aufgrund der Einkommenssituation erfolgt die Tätigkeit oft im Nebenerwerb, basiert auf einem persönlichen Hobby und erfolgt in unmittelbarer Nähe zum Wohnort. Die Kreativen sind im ländlichen Raum weit verstreut aktiv und deren Vernetzung bzw. Kooperation stellt eine große Herausforderung dar. Im Gegensatz dazu sind bspw. in der Innenarchitektur, in der Werbegestaltung und im Werbe- markt häufig Unternehmen mit mehreren Mitarbeitern tätig, welche ein Vielfaches des Umsatzes der Einzelunternehmer im Kunsthandwerk aufweisen.

Bei den angestrebten Kooperationen zwischen den Kreativen müssen daher die unterschiedlichen Arbeitsweisen und deren Randbedingungen berücksichtigt werden.

Tabelle 4: Übersicht der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Freiberg - A

Kunsthandwerk		Orte	Künstler / Einrichtung			
Glaskunst	Glasbläserei	Brand-Erbisdorf	Marcel	Hellbach		
		Reinsberg	Jaennette	Jentsch		
		Striegistal	Robert	Bastian		
Holzgestaltung	Drechslerei	Augustusburg	Alrun	Kempe		
		Eppendorf	Frank	Eppendorfer		
				Björn	Köhler Kunsthandw.	
				Torsten	Martin	
				Dietmar	Wolf	
			Heidersdorf	Jens	Krauß	
				Andreas	Schalling	
			Leubsdorf	Jens	Pivonka	
				Friedbert	Uhlig	
			Neuhausen	Steffen	Kluge	
				Peter	Wolf	
				Gbr.	Braun	
			Oederan		Erzgeb. Holzkunst	
			Rechenberg-B.	Peter	Langer	
			Riechberg	Volkmar	Wagner	
			Schnitzen/Holzbildhauerei	Dorfchemnitz	Friedmar	Gernegroß
				Frankenberg	Marcel	Kabisch
				Frauenstein	Hans-Jürgen	Schulze
					Jan	Haufe
			Skulpturen	Freiberg	Susanne	Meyer
	Kettensägeschnitzen	Halsbrücke	Jens	Leupold		
		Leubsdorf	Lothar	Fröhlich		
		Langenau	Volker	Beyer		
		Lichtenberg	Klaus	Timmel		
		Lichtenwalde	Mario	Knapp		
	Laubsägearbeiten	Mulda	Gunter	Trinks		
	Kunst mit der Kettensäge		Andreas	Martin		
		Neuhausen		DAMASU-Holzkunst		



			Peter	Gläser
			Bernd	Kaden
				SINASpielzeug
			Gunter	Storch
		Oederan		Schiebold's Holzstube
		Rechenberg-B.	Reinmar	Naumann
			Heiko	Morgenstern
		Seiffen		Zeidler Holzkunst

Tabelle 5: Übersicht der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Freiberg - B

Kunsth Handwerk		Orte	Künstler / Einrichtung		
Keramik		Brand-Erbisdorf		Lebenshilfe e.V.	
		Oederan	Frieder	Metzler	
				Nickels Markt	
			Evelyn	Schneider	
Kunstschmieden	Gold/Silber	Freiberg		Silberton	
Malerei		Augustusburg	Rolf	Büttner	
			Karsten	Mittag	
		Frankenberg	Katja	Glänzel	
			Simone	Mende	
		Freiberg	Volker	Träger	
		Lichtenau	Martina	Schubert	
		Niederwiesa		atelier.lichtblau	
			Simone	Mende	
Metallverarbeitung	Eisen	Freiberg	Frank	Reichelt	
	Zinn	Freiberg		Barthel-Zinn	
		Niederschöna	Holger	Küchenmeister	
Steinbearbeitung	Steinbildhauer	Augustusburg	Volker	Pavel	
		Dresden	Ursula	Güttsches	
		Oederan	Bernd	Schröder	
	Steinmetz	Freiberg		Goral & Partner	
		Mulda	Jens	Kirschke	
		Striegistal	Sven-Uwe	Kampik	
Töpferei		Hainichen	Birgit	Höppner	
		Halsbrücke	Julia	Naether	
Sonstige		Brand-Erbisdorf	Antonio	Lindner	
		Produktdesign		Peter	
			Braunsdorf		
		Gravuren	Flöha	Beate	Kollwitz
			Freiberg		
				Anselm	Peischl
		Design, Flächengestaltung	Oederan	Uta	Nendel
	Gravuren		Ute	Bergelt	
	Korbgestaltung, Malerei		Günter	Wittwer	



Tabelle 6: Übersicht der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Freiberg - C

Kreativwirtschaft	Ort	Einrichtung	Homepage
Kunstmarkt			
Holzgestaltung	Augustusburg	Hutzenwerkstatt	drechsel-holzgestaltung.de
		Lotterhof	
	Freiberg	Galerie Koch	
		Kühn Galerie	
		Martin Volkskunst	
		Wadewitz Erzb. Volkskunst	
	Lichtenau	WERKRAUM Cerny	werkraum-lichtenau.de
	Oederan	Galerie	
	Sayda	Walter Geschenke-Eck	
	Seiffen	galerie Kunstkontor	
Malerei	Dresden	Hardner Kunsthandel	
	Niederwiesa	atelieraugenmerk!	
Fotografie	Oederan	Photographie Kruse	photographisches.com
	Freiberg	Marko Bormann	mbormann.de
		Conny Fritzsche	conterfei.de
		Rene Jungnickel	jungnickel-fotografie.de
		Fotomeisterin Nicole Weber	die-fotomeisterin.de
		Foto-Korb	
		Fotoforma Maria Sonntag	
		Fotodesign Carina Seifert	
		Die Fotofabrik	die-fotofabrik.de
		Fotolichtkunst Wolf	fotolichtkunst.de
	Dr. Udo Seltmann	seltmann-foto.de	
Grafik und Druckerei	Freiberg	Zech Druck GmbH	zech-druck.de
		Dzierzon Druck	dzierzon-druck.de
		Kretzschmar Werbung & Druck	werbung-freiberg.com
	Hilbersdorf	Digital Druck Neuber	digital-druck.homepage.t-online.de
Innenarchitekten	Brand-Erbisdorf	Torsten Cieslak	
	Freiberg	Benedix Architekten	benedix-ai.de
		Konzeptstudio ar01	ar01.de
	Flöha	Atelier n.4	atelier-n4.de
	Kleinschirma	Architektur-Büro Möhler	moehler.de

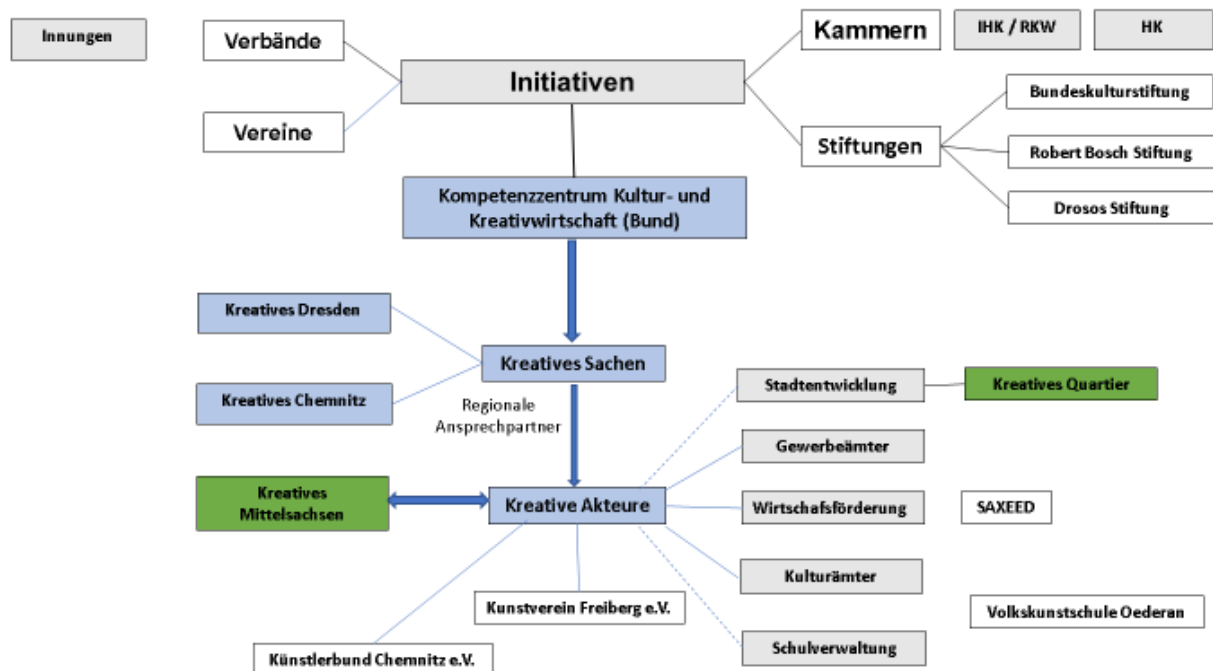


Tabelle 7: Übersicht der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft Region Freiberg - D

Kreativwirtschaft	Ort	Einrichtung	Homepage
Software	Freiberg	apomace data systems GmbH	apomace.de
		BEAK Consultants GmbH	
		Industrie-Software-Entw. GmbH	
		Palette CAD GmbH, Stuttgart	
		Starke Software-Service	
		Syllwasschy Anwend.software	
Werbeagenturen	Großschirma	Werbitec Bianchin	werbitec.de
	Freiberg	MGV Werbeagentur Felber	
		Büroservice Patzig	bueroservice-freiberg.de
	Flöha	Schwarz-Siebdruck-Grafik	agentur-made.de
	Halsbrücke	Freiberger Werbe Service GmbH	
Werbedesign	Freiberg	Kr-eativ! Media Design	kr-eativ.de
		Mosa Alokla	m2m-webdesign.de
		Diana Hille	
	Oederan	w3work Gneuß & Arnold GbR	w3work.de
Werbegestaltung	Freiberg	elife media GmbH	
		Medienprod. Richter	avecfilm.de
		triWEB - Internetagentur	triweb.de
		599 media GbR	599media.de
		Malte Burkhardt	
	Flöha	Sternkopf Media Group	sternkopf-media.de

2.4. Der organisatorische Hintergrund und die Rahmenbedingungen des Sektors

Der Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e.V. wird mit seiner Initiative "Kreatives Sachsen- das sächsische Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft" die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen und insbesondere in Mittelsachsen weiter vorantreiben. In Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Entscheidungsträgern (Ministerium für Wirtschaftsförderung, Ministerium für Wirtschaftsförderung der Stadt Freiberg, Tourismusverband Erzgebirge) werden derzeit Strukturen geschaffen, die die Bedeutung und Zukunftsperspektiven der Branche in den Mittelpunkt stellen sollen. Darüber hinaus werden Handwerker, Künstler und Kreative vor Ort in Initiativen oder Clubs organisiert, um dadurch deren Produkte oder ihre eigenen künstlerischen Leistungen besser vermarkten zu können (Cross Promotion).



2

Abbildung 4: Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Freiberg

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von Betreibern, Verbänden und Netzwerken, die sich für die Aufrechterhaltung und Vermittlung der Bergbautradition im Erzgebirge einsetzen. Dazu gehören ein Bergbau-Netzwerk, der Förderverein Montanregion Erzgebirge, verschiedene Museen und touristische Bergwerke. Wie in anderen Bereichen ist die Rekrutierung von Nachwuchskräften eine der größten Herausforderungen. Darüber hinaus bildet die aktuelle UNESCO-Welterbe-Bewerbung die Grundlage für die weitere Entwicklung der Region.

2.5. Das Handelssystem der Kultur- und Kreativwirtschaft

Wertschöpfungsprozess in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Der Kunstmarkt wird geprägt durch die Beziehungen des Künstlers zu einer Galerie und zu Kunstsammlern. Es handelt sich also um einen engen, kleinen Markt. Kunst spiegelt den Lebensentwurf des Künstlers wider. Die Authentizität des Künstlers findet ihren Ausdruck im Kunstwerk selbst. Für Ausstellungen und die Verwertung der Kunstwerke schließen sich Künstler in Produzentengalerien zusammen.

In Anlehnung an das Wertschöpfungsmodell der Kultur- und Kreativwirtschaft wird in der nachfolgenden Abbildung der Wertschöpfungsprozess dargestellt.

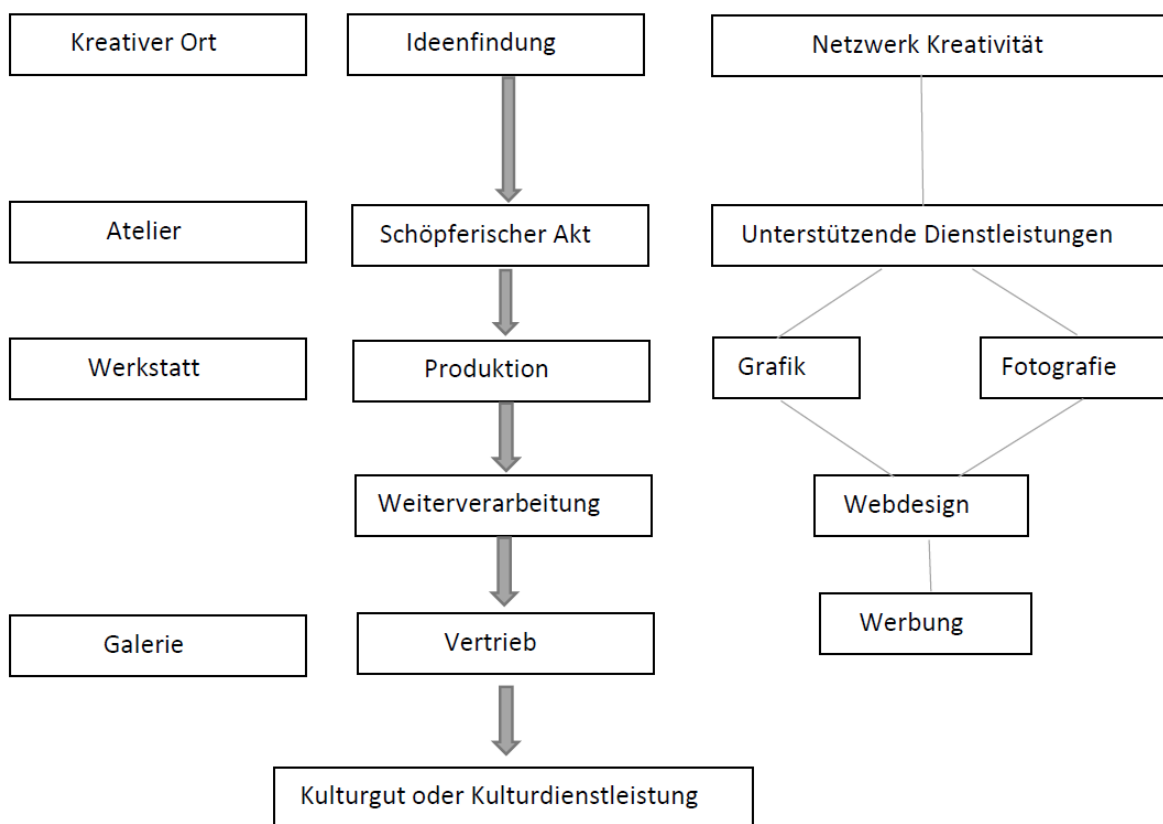


Abbildung 5: Wertschöpfungsprozess der Kultur- und Kreativwirtschaft (Dr. Michael Hanke)

Der schöpferische Prozess in der Kunst umfasst die Idee, den Plan, die Skizze, das Konzept und die Modellierung. Insbesondere zur Ideenfindung tragen vorhandene Netzwerke und der Erfahrungsaustausch bei. Kreative Zentren könnten als Ort der Ideenfindung, der Netzwerkpflge und für Produzentengalerien genutzt werden.



Steuerbarkeit der Kreativwirtschaft

Die Kreativszene wird geprägt von kommunikativen Formen der Selbstorganisation und verschlossenen Kommunikationsnetzen. Vertrauen spielt eine wesentliche Bedingung für Interaktionen.

Kreative Menschen arbeiten immer an Rändern bzw. an Grenzen. Voraussetzungen für die Förderung der Kreativwirtschaft an einem Ort sind gute Kenntnis der endogenen Potenziale der Kreativwirtschaft und es muss in einem Handlungsraum zwischen den Beteiligten Konsens bestehen, was sie grundsätzlich unter Kreativwirtschaft verstehen und was gefördert werden soll.

Ansatzpunkte für eine strategische Stadtentwicklung durch Kreativ- und Kulturwirtschaft sind:

- Informationsgrundlagen schaffen und kulturwirtschaftliche Potenziale erkunden
- Kulturwirtschaftliche Raumbewertung etablieren und Wettbewerber beobachten
- Botschaften aussenden und Netzwerke bilden
- Erfolgsgeschichten verbreiten
- Katalytische Projekte initiieren
- Kreative Räume für Experimente und Innovationen offenhalten
- Öffentliche Räume sichern
- Kulturwirtschaftliche Dimensionen in strategischen Leitbildern der Stadtentwicklung integrieren
- Aus- und Fortbildungsgelegenheiten nutzen und ausbauen
- Auf die Verbesserung der Rahmenbedingungen pochen

Die neuen und heterogenen Patchwork-Formen von Arbeitssituationen in der Kreativwirtschaft sind insbesondere für die ältere Generation schwer nachzuvollziehen. Akteure schließen sich zusammen, um dadurch ihre Interessen besser vertreten zu können. Die projektorientierte Arbeitsweise erschwert die Anwendung etablierter politikwissenschaftlicher Konzepte in der Kreativwirtschaft.

Eine Form der Zusammenarbeit von Kreativen sind die so genannten Coworking Spaces. Die projektbezogene Arbeit verdichtet sich für eine bestimmte Zeit an einem sozialen wie gleichsam konkreten geographischen Ort. Diese werden von lokalen Promotoren getragen, welche als Schnittstellenakteure zu anderen Projekten und Marktteilnehmern fungieren können.

Die Kreativwirtschaft ist mit den etablierten Methoden der Wirtschaftspolitik nicht steuerbar. Das erfordert von allen Beteiligten immer wieder kurzfristige Neuorientierungen und unerwartete Überraschungen als Chance zu begreifen.



3. Herausforderungen und Chancen der Branche

3.1. Neuigkeiten und Entwicklungstendenzen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Freiberg kann in Zukunft möglicherweise von einer positiven Entwicklung profitieren. Das Bergbauareal „Muldenhütten“, das am Rand von Freiberg lokalisiert ist, ist derzeit ein Kandidat auf die Aufnahme in das UNESCO-Weltkulturerbe. Diese Entwicklung birgt neben der bereits vorhandenen medialen Aufmerksamkeit eine Chance auf großes touristisches Interesse. Die Region Freiberg ist bekannt für ihre Bergbauliche Historie und Tradition. Ebenso sind Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft in diesem Bereich tätig. So gibt es beispielsweise Fotografen, die Motive des Bergbaus nutzen und vermarkten, oder Kunsthandwerker, die in ihren Werken wiederum Bezug auf den Bergbau nehmen. Diese Ausrichtung bzw. der Absatz der kreativen Akteure könnte durch einen verstärkten Besucheraufkommen, das aus der Aufnahme in das UNESCO-Weltkulturerbe resultieren würde, noch intensiviert werden. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass neben der Stärkung der bereits ansässigen Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft weitere „neue“ Akteure durch die erhöhte Nachfrage, die aus den erhöhten Besucherzahlen resultieren kann, angezogen werden können.

Neben dieser touristischen Entwicklung, kann auch der Bereich des e-commerce von einer Aufnahme in das UNESCO-Weltkulturerbe profitieren. In erster Linie profitiert die Region durch eine mediale Aufmerksamkeit, die direkten Einfluss auf Besucherzahlen verschiedener Webseiten, Foren oder Plattformen des e-commerce hat. Dies könnte den Handel von kulturellen und kreativen Gütern der Region stärken und die Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich unterstützen.

Es bleibt jedoch zu erwähnen, dass dies als Chance zu verstehen ist. Anfang Juli 2019 wird über die Aufnahme in das UNESCO-Weltkulturerbe entschieden. Allerdings kann die Region bereits jetzt geringfügig von einer medialen Aufmerksamkeit profitieren.

3.2. Potentielle Szenen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Nutzung von Räumen durch Kultur- und Kreativschaffende erfolgt in vielfältigen Arten. Sozio-kulturelle Zentren beruhen z.T. auf Initiativen aus Bürgerbewegungen der politischen Wende, welche heute als Demokratiebewegungen weiterhin aktiv sind. Das sozio-kulturelle Zentrum in Döbeln ist dafür ein gutes Beispiel.

Im Rahmen einer Eigenrecherche im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurden die nachfolgenden Räume für Kultur- und Kreativwirtschaft im Freistaat Sachsen und angrenzenden Bundesländern eruiert.



Tabelle 8: Räume für die Kultur- und Kreativwirtschaft, Dr. Michael Hanke

Standort	Projektträger - Initiator/in	Aktuelle Nutzung
Apolda, ehem. Textilfabrik	Kulturfabrik Apolda	Ausstellungen, Ateliers, Büros
Annaberg-Buchholz	Jörg Seifert	Kunstkeller - Künstlernetzwerk, Atelier
Arnstadt, ehem. Milchhof	Milchhof Arnstadt GmbH	Veranstaltungen, Ateliers, Werkstätten
Alte Post Bautzen	AGORA Lausitz	Coworking, Büros, Atelier
Dorfgalerie Auerswalde	Dorfgalerie Auerswalde e.V.	Ausstellungen, Sommerwerkstatt
Kulturshop Bautzen	Innenstadt Bautzen e.V.	Temporäre Nutzung - Projekte
WIRKBAU Chemnitz	MIB Wirkbau Chemnitz GmbH	Bildungswerkstatt, Dienstleistungen
Döbeln, Sozio-kult. Zentrum	Treibhaus e.V.	creativ-cafe, Werkstätten, Büros
Kunsthaut Eigenregie	Künstlerehepaar	Galerie, Bühne, Atelier
Kunsthändlerhof Freiberg	TU Bergakademie Freiberg	Ladenlokale Kreative, Seminarräume
Freiberg, Himmelfahrtsgasse 31	C + P Industriebau GmbH	COWORKING SPACE FREIWERK
Kühlhaus Görlitz	Kühlhaus Görlitz e.V.	Werkstätten, Veranstaltungen, Atelier
RABRYKA Görlitz	Second Attempt e.V.	Zentrum für Jugend- und Soziokultur
KulturFabrik Hoyerswerda	Kulturfabrik Hoyerswerda e.V.	Sozio-kulturelles Zentrum (zeitweise)
Kulturfabrik Ilmenau	Helmut Arenz Kulturstiftung	Kreativwerkstatt, Kultur-Cafe, Museum
Kulturfabrik WERK 2 Leipzig	Kulturfabrik Leipzig e.V.	Kreativ-Werkstätten, Theater für alle
Tapetenwerk Leipzig	Reichenbach-Behnisch	Kreatives Zentrum, Ateliers, Büros
Turbinenhaus Naumburg	Förderverein Turbinenhaus	Kunstwerk - Veranstaltungen
Plauen, Weststraße 24	FreiRaum Plauen	Open Space, Co-Working
GEORADO Tharandt	GEORADO Stiftung	GEOART - Werkstätten, Ateliers
Zeitz, ehem. Nudelfabrik	Mathias u. Birgit Mahnke	Kunstgalerie, Ateliers
Zeitz, Schützenstr. 6	HausHalten e.V. Leipzig	Ausstellungsraum mit Atelier
Zeitz, ehem. Stadtbibliothek	Kloster Posa e.V.	Kunsthaut - OPEN SPACE ZEITZ
Zittau, Innere Weberstr. 16	Freiraum Zittau e.V.	Raum für Begegnung, Kunst, Kreativität
Zwickau, Alter Gasometer	Alter Gasometer e.V.	Sozio-kult. Zentrum, Veranstaltungen

Der Entwicklungsstand der einzelnen Vorhaben variiert zwischen ersten temporären Nutzungen für Veranstaltungen, einer regelmäßigen und einer ständigen Nutzung der Gebäude. In der Regel handelt es sich um eine Zwischen- bzw. Nachnutzung ehem. Industriebauten, teilweise aber auch um Wohngebäude bzw. Ladenlokale. In Abhängigkeit von den handelnden Akteuren kommen verschiedene Nutzungen in Betracht. Der Entwicklungsstand der einzelnen Vorhaben variiert zwischen ersten temporären Nutzungen für Veranstaltungen, einer regelmäßigen und einer ständigen Nutzung der Gebäude. In der Regel handelt es sich um eine Zwischen- bzw. Nachnutzung ehem. Industriebauten, teilweise aber auch um Wohngebäude bzw. Ladenlokale. In Abhängigkeit von den handelnden Akteuren kommen verschiedene Nutzungen in Betracht.

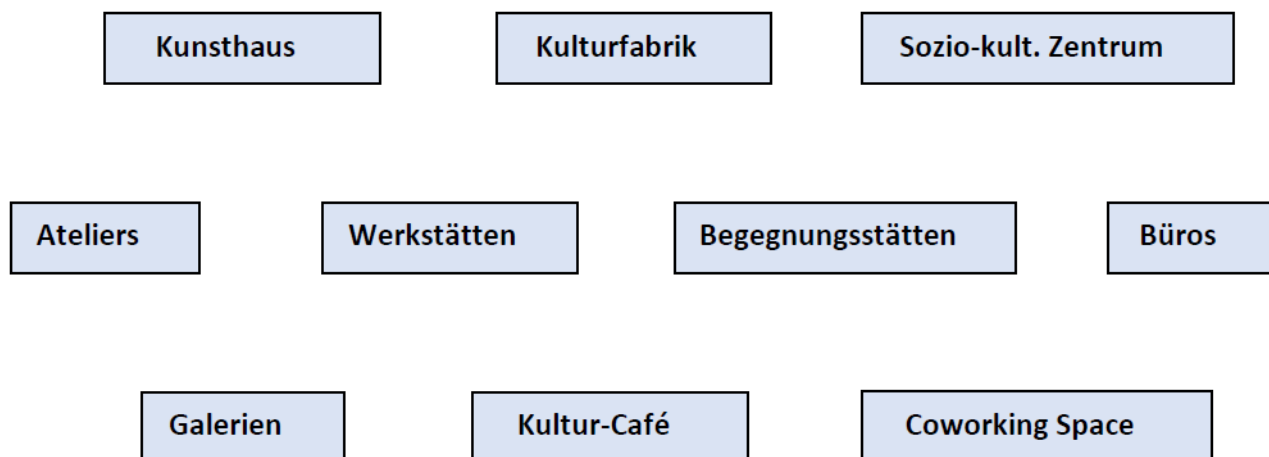


Abbildung 6: Bezeichnungen und Nutzungsarten für kreative Räume; Dr. Michael Hanke

Soziokulturelle Zentren bewegen sich an der Schnittstelle zwischen Kultur-, Bildung-, Jugend- und Sozialarbeit mit dem Ziel einer Gemeinwesen orientierten, sparten-, themen-, ressort- und generations-übergreifenden Kulturpraxis, die eine breite Teilnahme und Aktivierung(künstlerisch, gesellschaftlich) der Bevölkerung ermöglicht.

„Kreative Räume“ sind Freiräume für kreative Akteure, in denen sie ihren Lebensentwurf verwirklichen, Inspiration für ihre Arbeiten finden und Ideen umsetzen können. In der Regel suchen sich die Kreativen ihre Räume selbst, schaffen sich ihr Umfeld und tragen zur Sichtbarkeit des ausgewählten Quartiers bei.

3.3. Potentielle neue Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft

Derzeit gibt es zu potentiellen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft der Region Freiberg keine Daten. Daher ist eine Aussage zu Unternehmen, Organisationen, Werkstätten oder Künstlern nur sehr schwer zu treffen. Allgemein ist jedoch davon auszugehen, dass aufgrund der sachsenweiten Entwicklung und Tendenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft ein weiteres Wachstum und somit auch eine vermehrte Anzahl an Akteuren zu erwarten ist. In den nächsten Jahren wird vor Allem der digitale Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie Softwareentwicklung oder Webdesign, weiter steigen. Es bleibt jedoch abzuwarten, wie sich dieser Trend auf die Anzahl der Akteure hier in der Region Freiberg auswirkt, da die bisherige Anzahl an Akteuren in diesem Bereich als eher gering anzusehen ist.



4. Einführung in die Kreativszenen des Projektes

In der untersuchten Region Freiberg sind zahlreiche Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft vorhanden. In der Regel handelt es sich im Kunsthandwerk um Einzelunternehmer/innen, welche größtenteils ihr Hobby zum Beruf gemacht haben oder im Nebenerwerb tätig sind.

Potenzial für ein kulturelles Zentrum der Kreativwirtschaft in der Region Freiberg ist vorhanden. Entsprechend ausgerichtete Zentren beruhen auf der Initiative der Kreativen selbst und werden in Eigenregie verwaltet.

Ein direkter Vergleich mit anderen Objekten scheitert bereits an den sehr unterschiedlichen Randbedingungen hinsichtlich Eigentumsverhältnisse, Lage, Größe, kreative Szene etc. Gute Beispiele können aber zur Ideenfindung beitragen und Wege zur Bewältigung von Problemen aufzeigen.

Die Akteure vor Ort müssen unter Berücksichtigung der spezifischen Bedingungen ihren eigenen Weg zur Zielerreichung finden.

Seitens der Kreativen in der Region Freiberg besteht aktuell Bedarf für Vereinsräume, bspw. für den Kunstverein Freiberg e.V., Ausstellungsräume, welche auch zum Verkauf der Kunstwerke geeignet sind und Werkstatträume für hobbymäßige Töpferarbeiten.

Als Schlüsselfaktoren für die Ansiedlung eines kulturellen Zentrums der Kreativwirtschaft am Standort Turmhofschacht kommen in Betracht:

- Bautechnische Voraussetzungen schaffen
- Sichtbarkeit des Standortes verbessern
- Aktive Beteiligung der Öffentlichkeit
- Modellvorhaben initiieren
- Interesse bei den Kreativen wecken
- Verknüpfung mit vorhandenen Initiativen
- Netzwerke aufbauen
- Langfristig Grundfinanzierung sicherstellen
- Prozessbegleitende Maßnahmen durchführen

Die Etablierung eines kulturellen Zentrums der Kreativwirtschaft ist eine Chance zur Aufwertung des Standortes und zur aktiven Beteiligung der kreativen Einzelunternehmen an der Stadtentwicklung. Kultur und Kreativität spielen eine wichtige Rolle zur Revitalisierung und Standortaufwertung von strukturschwachen Gebieten. Der bzw. die durch das Scheitern alter Industrien entstandene Leer- stand bzw. Brachflächen bilden eine Voraussetzung für Kulturproduktionen und damit für die Kreativwirtschaft.

Gegenstand der Untersuchungen ist die Nutzbarkeit einer Altindustriebrache als kulturelles Zent- rum für die Kreativwirtschaft in der Region Freiberg.

Dabei stellen sich zunächst folgende Fragen:

- Welcher Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft steht im Mittelpunkt?
- Welche Anforderungen seitens der Künstler sind vorhanden?
- Welche alternativen Angebote existieren bereits in der Region?
- Welche Organisationsformen kommen in Betracht?
- Welche bautechnischen Mindestvoraussetzungen sind zu berücksichtigen?
- Wie kann die Finanzierung der erforderlichen Baumaßnahmen und die Betreuung eines kulturellen Zentrums sichergestellt werden?

Immobilie „Huthaus“

Das Huthaus gehört zum Areal des Industriegebietes Muldenhütten, eines historisch wertvollen Hüttenstandortes östlich von Freiberg.

Im Industriegebiet wird heute noch produziert. Gleichzeitig befinden sich auf dem Gebiet noch viele historisch wertvolle Gebäude, deren Geschichte bis ins 16. Jh. zurück reicht. Besonders im östlichen, an der Freiburger Mulde gelegenen Bereich, in dem auch die einzige Zufahrtsstraße in das Gebiet führt, befinden sich viele hochwertige Baudenkmale. Das hier betrachtete Huthaus ist eines davon. Im Huthaus befand sich früher unter anderem die Verwaltung des Hüttenstandortes.

Für das Areal ist eine museale und kulturelle Nutzung vorstellbar. Da Huthaus kann dabei eine Funktion als Besucher und Verwaltungszentrum einnehmen.



Abbildung 7: Bild Immobilie "Huthaus"

Das Huthaus besitzt zwei Vollgeschosse und ein Dachgeschoss, welches eine beeindruckende Höhe aufweist. Die beiden Normalgeschosse besitzen im Bestand derzeit keine innere Verbindung. Das Obergeschoss ist nur, über eine vor dem südlichen Giebel befindliche Außentreppe, von der Hangseite aus zu erreichen. Das Dachgeschoss kann über eine innen liegende Treppe vom Obergeschoss aus erschlossen werden. Weiterhin ist das Erdgeschoss wegen der den Eingangstüren vorgelagerten Außentrepfen nicht barrierefrei zu erschließen. Da im Erdgeschoss hangseitig die Halde ansteht ist das Mauerwerk hier sehr durchfeuchtet, was sicher auch die Ursache des in den beiden Kellergewölben stehenden Wassers ist.

Die Bausubstanz besteht zum großen Teil aus wertvoller und historischer Bausubstanz, deren Ursprung teilweise bis ins 16. Jh. zurück reicht. Die Bewertung der neueren Bausubstanz ist in einer axiologischen Analyse und Schadensbewertung von Kolditz aus dem Jahr 2006 aufgeführt, die als Grundlage für die weitere Planung dienen kann. Aufgrund des seither verstrichenen Zeitraumes ist eine Fortschreibung der Schadensanalyse zu empfehlen.

Die einstmals vorhandenen Medienanschlüsse wurden zurückgebaut und sind neu herzustellen.



Abbildung 8: Foto derzeitige Bestandssituation (Blick vom Hüttengebäude und Schachtofen)

Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“

Das Gebäude des Trockenpochwerkes am Turmhofschacht befindet sich an der Straße „Turmhofschacht“ im Freiburger Osten. Das gesamte Gelände des Turmhofschachtes ist ein bedeutendes Denkmal der montanhistorischen Entwicklung Freibergs und ist gleichzeitig ein wichtiges Denkmal der Industriekultur Über- und Untertage. Die wichtigsten Gebäude der Anlage befinden sich auf der Halde, in Höhe des 2. Obergeschosses vom Trockenpochwerk. Untertage ist noch das Wasserrad erhalten, mit welchem das Pochwerk früher wahrscheinlich auch angetrieben wurde.

Derzeit werden die verschiedenen Gebäude auf dem Turmhofschacht unterschiedlich genutzt. Teilweise als Lagerfläche, Gewerbe und auch als Wohngebäude. Das Gebäude des ehemaligen Trockenpochwerkes erfährt derzeit keine Nutzung. Die letzte bekannte Nutzung ist als Archiv bekannt.

Grundlegender Gedanke für die Nutzungsidee des Gebäudes des Trockenpochwerkes ist die Einbindung in eine größere Konzeption für den gesamten Komplex Turmhofschacht.



Abbildung 9: Foto derzeitiger Bestandssituation, Michael Milew

Mit dem Hintergrund der Aufnahme der Anlage in die Objektliste der derzeit im Verfahren befindlichen Weltkulturerbeantrages Montanregion Erzgebirge bietet ein touristisches Potential als Schauobjekt für Besucher. Denkbar wäre dafür die Einrichtung eines Touristenzentrums mit Café auf dem Plateau als Anlaufpunkt für die Besichtigung der über- und untertägigen Anlagen. Von diesem Niveau aus sind die meisten Gebäude und Gebäudeteile erschlossen. Ideal wäre die Herrichtung der Bergschmiede für diese Nutzung, da hier auch ein wundervoller Blick über die Freiburger Innenstadt geboten wird.

Andere Gebäude, wie die ehemaligen Maschinen- und Treibehaus und die Scheidebank, können unter Beachtung denkmalpflegerischer Belange perspektivisch gut eingebunden werden. Handwerksbetriebe und Atelier mit Ausrichtung auf Kreativ- und Kunsthandwerk untergebracht werden. Diese bieten dafür aufgrund ihres industriellen Hintergrundes ein hohes Potential.

Im Rahmen der beschriebenen Nutzungsmöglichkeiten des Areals besitzt das hier näher betrachtete Gebäude des ehemaligen Trockenpochwerkes aus mehrerer Hinsicht eine besondere Position. Zum einen



ist es als einziges Gebäude der Anlage von der Dresdner Straße aus einsehbar und kann somit als Auftaktbauwerk des Areals gesehen werden.

Weiterhin sind die Räume im Gebäude von beiden oberirdischen Ebenen des Areals des Turmhofschachtes erschlossen, wobei die Besonderheit einer fehlenden Verbindung im Gebäudeinneren besteht. Die Ebenen des Areals werden vielmehr über eine hinter dem Gebäude befindliche Rampe als Teil der Stützmaueranlage im Außenraum verbunden.

Trotz seiner äußerlich relativ einfachen und kleinen Kubatur besitzt das dreigeschossige Gebäude im inneren eine überraschend unterschiedliche Raumstruktur, welche durch die Fassadengestaltung und die Lage der Fensterbänder nicht unbedingt so zu vermuten ist. Während sich das 2. Obergeschoss auf einer Ebene über die gesamte Länge des Gebäudes erstreckt, stellt sich das 1. Obergeschoss zur Hälfte als ein Zwischengeschoss mit bodengleichen Fensterbrüstungen dar. Die andere Hälfte wird vom Luftraum eines zweigeschossigen Raumes des Erdgeschosses aufgenommen. Beide Räume werden von einer Ziegelkappendecke mit Stahlträgern zum 2.OG hin abgeschlossen.

Weiterhin befinden sich im Erdgeschoss derzeit noch ein durch einen einfachen Verteilerraum erschlossener Hausanschlussraum sowie ein weiterer hangseitiger, durch Stützen unterteilter Raum.



5. Regionale SWOT-Analyse

Die Kreativwirtschaft und die aktuelle Situation dieser Branche werden in der Übersicht hervorgehoben. Die Attribute, Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken werden in einer SWOT-Analyse dokumentiert, um eine kurze Beschreibung der Region Mittelsachsen und seiner Kreativwirtschaft zu geben.

In diesem Arbeitspaket (D.T1.2.2) gibt jeder Partner einen Überblick über seine Region. Dies sichert die Vergleichbarkeit der Kreativwirtschaft, Strukturen und Rahmenbedingungen aller Partnerregionen. Damit wird eine Basis für den weiteren Erfahrungsaustausch geschaffen. Auf dieser Basis kann in weiteren Projektschritten eine transnationale SWOT-Analyse durchgeführt werden.

Die Partner beschreiben kurz die demografische, territoriale und wirtschaftliche Situation. Im nächsten Schritt erfolgt eine Beschreibung und Dokumentation der Stärken und Schwächen, die interne Faktoren sind. Diese internen Faktoren können durch die Partner beeinflusst werden. Daneben werden auch die Chancen und Gefahren dokumentiert. Dies sind die externen Faktoren, die von den Partnern nicht beeinflusst werden können. Die externen Faktoren müssen jedoch als Faktoren berücksichtigt werden, die für eine Verbesserung in diesen Bereichen günstig oder ungünstig sind. Die Ergebnisse sind in der SWOT-Matrix zusammengefasst.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelsachsen

Der Umsatz des sächsischen Wirtschaftszweigs stieg zwischen 2009 und 2010 um 9,0 % (auf 2,492 Milliarden Euro) stärker als der der Gesamtwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland um 4,6 % (auf 109,829 Milliarden Euro). Die Zahl der Steuerzahler im Wirtschaftszweig der Kultur- und Kreativwirtschaft ist in diesem Zeitraum ebenfalls stärker gestiegen als in der Gesamtwirtschaft. Während in der Kultur- und Kreativwirtschaft die Zahl der Steuerzahler um 1,6 % stieg, stieg sie in der sächsischen Gesamtwirtschaft nur um 0,7 %. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die nur einen Teil der gesamten Erwerbstätigen ausmachen, stieg von 27.626 im Jahr 2009 auf 29.922 im Jahr 2012. Damit war der Anstieg um 8,3 % stärker als in der Gesamtwirtschaft Sachsens (+ 4,9 %). Angesichts dieser dynamischen und positiven Entwicklung ist davon auszugehen, dass dieser Wirtschaftszweig fest in der sächsischen Wirtschaft verankert ist.

Eine Besonderheit der Kultur- und Kreativwirtschaft ist ihre starke Heterogenität. Neben darstellenden und bildenden Künstlern gehören auch Musiker und Journalisten, Werbefirmen, Designer und Hersteller von Spielen und Software zur Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Wirtschaftsstruktur in diesem Bereich ist stark von freien Berufen, Selbstständigen und einer Vielzahl von Einpersonenernehmen geprägt. Unternehmen der Kultur- und Kreativ-Branche haben eher eine geringe Anzahl von Mitarbeitern. Dies führt zu einer klaren Dominanz von Klein- und Kleinstunternehmen im Wirtschaftszweig der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Anteil der Unternehmen, die der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzuordnen sind, mit weniger als 20 Beschäftigten lag in Sachsen (Juni 2012) bei 93,1%, während der Durchschnitt aller sächsischen Unternehmen bei 88,8% lag. Die wichtigsten Teilbranchen der sächsischen Kreativwirtschaft, gemessen am Jahresumsatz und der Mitarbeiterzahl, sind in Tabelle 9: Wichtige Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft (IAB- Regional Sachsen 01/2013) dargestellt.



Tabelle 9: Wichtige Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft (IAB- Regional Sachsen 01/2013)

Subbranche Kultur- und Kreativwirtschaft	Geschäftsvolumen in Tsd. € (2010)	Anzahl der Beschäftigten (2010)
Pressemarkt	651.569	1.402
Software/Games	457.734	982
Werbemarkt	273.536	1.367
Designmarkt	252.832	1.647
Musikmarkt	235.055	520
Kunsthandwerk	208.831	428
Architektur	200.525	1.329
Buchmarkt	191.455	410

Der Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen eV wird mit seiner Initiative "Creative Saxony - das sächsische Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft" die Entwicklung des CI in Sachsen und insbesondere in Mittelsachsen weiter vorantreiben. In Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Entscheidungsträgern (Ministerium für Wirtschaftsförderung, Ministerium für Wirtschaftsförderung der Stadt Freiberg, Tourismusverband Erzgebirge) werden derzeit Strukturen geschaffen, die die Bedeutung und Zukunftsperspektiven der Branche in den Mittelpunkt stellen. Darüber hinaus werden Handwerker, Künstler und Kreative vor Ort in Initiativen oder Clubs organisiert, um ihre eigenen Produkte oder ihre eigenen künstlerischen Leistungen zu vermarkten (Cross Promotion). Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von Betreibern, Verbänden und Netzwerken, die sich für die Aufrechterhaltung und Vermittlung der Bergbautradition im Erzgebirge einsetzen. Dazu gehören ein Bergbau-Netzwerk, der Förderverein Montanregion Erzgebirge, verschiedene Museen und touristische Bergwerke. Wie in anderen Bereichen ist die Rekrutierung von Nachwuchskräften eine der größten Herausforderungen. Darüber hinaus bildet die aktuelle UNESCO-Welterbe-Bewerbung die Grundlage für die weitere Entwicklung der Region.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Mittelsachsen

Wie bereits erwähnt, ist der Status der statistischen Daten auf Bezirksebene unzureichend. Die Analysen des CI in Mittelsachsen basieren auf einer statistischen Erhebung von 2007. Vor diesem Hintergrund sind die hier vorgestellten Ergebnisse als Trends zu verstehen. Diese Wissenslücke ist den Verantwortlichen in der Bezirksverwaltung (Department of Economic Development) bekannt und soll durch eine intensive Zusammenarbeit zwischen der Verwaltung, der Initiative "Creative Saxony" und relevanten Stakeholdern ausgeglichen werden. Ein Update der Datenbank ist vor Abschluss des Projekts zu erwarten.

Im Vergleich zu den anderen Landkreisen Sachsens war der Anteil der CI-Unternehmen in Mittelsachsen gesamtwirtschaftlich am geringsten (482 Unternehmen, Anteil 3,5%). Daraus lässt sich ableiten, dass in allen Stadtteilen eine relativ homogene Grundsubstanz der kulturellen und kreativen Wirtschaftsinfrastruktur vorhanden ist. Neben der guten Grundsubstanz gibt es spezifische Profile in ländlichen und städtischen Gebieten. Für Mittelsachsen können folgende Teilsektoren hervorgehoben werden:

- Handwerk und lebendige Bergbautradition
- Designmarkt



- Software- und Spieleindustrie
- Filmindustrie
- Mittelsächsischer Kultursommer

Das Erzgebirge, zu dem auch der Landkreis Mittelsachsen gehört, hat eine jahrhundertealte Bergbau- und Volkskunsttradition. Auch heute noch greifen zahlreiche Museen, Bergwerke und Veranstaltungen in der Region Freiberg dieses Thema auf, wie die Terra Mineralia, die Himmelfahrt Fundgrube und das Bergstadtfest in Freiberg. Das Gebiet der Bergbautradition wird überregional von zahlreichen Verbänden, NRO und Initiativen (z. B. Network Mining, Förderverein Montanregion Erzgebirge) organisiert. Ein weiteres wichtiges KI-Gebiet in Mittelsachsen ist die "Erzgebirgische Volkskunst", eine Art kreativer Holzarbeit, die mit der Bergbautradition der Kulturregion Erzgebirge zusammenhängt. Berühmte Hotspots für dieses Handwerk sind Gahlenz und Eppendorf. Das Kunsthandwerk gehört zu den größeren Teilmärkten des CI. Im Jahr 2006 waren hier 11 Prozent der Erwerbstätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt. Kunsthandwerk spielt für das CI Mittel-Sachsen eine wichtige wirtschaftliche und beschäftigungspolitische Rolle. Mit mehr als 40 Unternehmen in dieser Branche ist der Landkreis einer der wichtigsten Handwerksstandorte in Sachsen.

Ein weiterer wichtiger Teilbereich des CI in Mittelsachsen ist der Designmarkt. Im Vergleich zu den anderen Landkreisen Sachsens ist die Zahl der Unternehmen und einzelnen Akteure im Bereich Fotodesign und Ausstellungsdesign (Möbel, Schmuck und Textilien) auf höchstem Niveau. Insbesondere im Bereich des Fotodesigns, der sich häufig mit der Bergbauregion und dem kulturellen und historischen Erbe der Region befasst, gibt es eine große unternehmerische Tätigkeit. Die Kreativen werden von zahlreichen Initiativen, Preisen und Wettbewerben unterstützt, darunter: "Designers Open", "Design Server Saxony", "Sächsischer Staatspreis für Design" (ua "Der Tag des Designs").

Die Film- und Fernsehbranche sowie die Spiele- und Softwareindustrie sind an der Fachhochschule in Mittweida angesiedelt. Die Universität verfügt über ein stark medienorientiertes Lehrangebot. Mit einem eigenen Campusradio und einer Vielzahl von studentischen Projekten und Ausgründungen ist die Stadt ein Media-Hotspot in Sachsen. Einer der entscheidenden Faktoren für die sächsische Filmindustrie ist der gute Finanzierungshintergrund. So hat die Mitteldeutsche Medienförderung 2007 insgesamt 57 Projekte in Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt gefördert. Mit rund 55 Prozent der gesamten Fördersumme (7,9 Millionen Euro) wurden sächsische Produktionen gefördert. Wichtig für die sächsische Filmindustrie sind auch die Festivals und Messen - die Dresdner Filmfestspiele und das Internationale Dokumentar- und Animationsfilmfest Leipzig (DOK Leipzig). Sogar Produktionen aus Mittweida waren dort bereits vertreten. Im Bereich Spiele- und Softwareindustrie konnte sich das Schülerforschungszentrum Sachsen, ein Wissenschaftslabor für Jugendliche, seit 2010 mit mehr als 20 mehrtägigen Workshops auszeichnen. Insbesondere die Bereiche App-Entwicklung, interaktives Mapping und 3D-Modellierung werden weiterhin vom Sächsischen Staatsministerium für Bildung und Kultur gefördert.

Das Kunst- und Kulturfestival "Mittelächsischer Kultursommer" (www.miskus.de) ist eines der vielseitigsten deutschen Kulturfestivals. Das Veranstaltungsportfolio umfasst Konzerte, Operettengalas, Musikshows, Theaterstücke, Märchen- und Familienveranstaltungen sowie historische Märkte. Jeden Sommer präsentiert der Veranstalterverband das dreimonatige Festival mit mehr als 40 Veranstaltungen und über 3.000 Künstlern und Betreibern. Es belebt die Region Mittelsachsen kulturell und zieht zehntausende Besucher an.

Bedürfnisse der Kreativwirtschaft / Potential zur Integration der Kreativszene in die Regionalentwicklung:

Wie bereits erwähnt, haben die Entscheidungsträger auf Gemeinde- und Bezirksebene das Entwicklungspotenzial und den zusätzlichen kreativen Wert des CI erkannt und müssen eine angemessene Datenbasis dafür entwickeln. Im ersten Halbjahr 2018 sind die ersten Veranstaltungen mit Kreativen und Stakeholdern geplant, um deren Bedürfnisse und Umfang der Branche zu erfassen. Basierend auf öffentlichen Mitteln sollte ein Kommunikationsformat für Kreative, Unternehmer, öffentliche Verwaltung und Politik mit bestehenden Netzwerken und Initiativen synchronisiert werden. Das REFREsh-Projekt kann diese Aktivitäten im Rahmen der geplanten Projektaufgaben unterstützen (Stakeholder-Workshop). Folgende Aspekte sollten in die Bedarfsanalyse einbezogen werden:

- Technische / infrastrukturelle Bedürfnisse
- Finanzielle Unterstützung / öffentliche Finanzierung
- Kooperationen / Netzwerke für Stakeholder
- Kreatives regionales Marketing



Abbildung 10: Landkreis Mittelsachsen (www.statistik.sachsen.de)



Tabelle 10: Ergebnisse der regionalen SWOT-Analyse

Ergebnisse der regionalen SWOT- Analyse	
<p style="text-align: center;">Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Breites Spektrum von (Unter-) Branchen im CI - Viele ungenutzte Räumlichkeiten und Gebäude für kreative Aktivitäten - Zwei Universitäten als wissenschaftliche Partner im Bezirk - Hochschule Mittweida mit starker Medienorientierung - Tradition und regionale Identität als Quelle kreativer Prozesse - Entwicklungspotential von Initiativen und Netzwerken ("Creative Saxony") - Erzgebirge als touristischer Hotspot - Bestehende Marke „echtes Erzgebirge“ - Aktuelle Bewerbung zum UNESCO-Weltkulturerbe als Grundlage für die weitere positive Entwicklung der Region 	<p style="text-align: center;">Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Migration von Nachwuchskräften in die regionalen Zentren Sachsens - Unzureichende Breitbandversorgung in ländlichen Gebieten - Hohe Renovierungskosten der leer stehenden Objekte - Schlechte öffentliche Verkehrsanbindung in ländlichen Gebieten - Derzeit unzureichende Verbindung zwischen Kreativen und Behörden - Der Status der statistischen Daten auf Bezirksebene zu CI ist unzureichend
<p style="text-align: center;">Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Online-Verkauf regionaler Produkte zum Ausgleich des lokalen Vertriebs - Öffentliche Wahrnehmung der Entwicklungsmöglichkeiten des CI - Neue Perspektiven und Innovationen durch Generationenwechsel in den Bereichen öffentliche Verwaltung und Nichtregierungsorganisationen - Aufnahme neuer interkultureller Einflüsse durch Integration von Migranten und Flüchtlingen - Kreatives Regionalmarketing 	<p style="text-align: center;">Gefahren</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rückläufige Finanzierung von NRO durch den öffentlichen Sektor - Fehlgeschlagene Integrationsbemühungen aufgrund schlechter Bedingungen (technische und soziale Infrastruktur, Ausrüstung und fehlende ständige Finanzierung) - schlechte demografische Bedingungen (negative natürliche Bevölkerungsveränderung) - Änderung der Förderbedingungen bis zum Ende des EU-Förderzeitraums bis 2020 - Das Altern der in NGOs und Initiativen verantwortlichen Völker könnte zu einer Ausdünnung der Ehrenkultur führen - Die finanzielle Verschlechterung der kommunalen Verwaltung könnte zu einer weiteren Ausdünnung der sozialen und technischen Infrastruktur in ländlichen Gebieten führen



6. Vision und strategische Ziele der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft

Leitbild-Ziele-Maßnahmen

In diesem Kapitel werden die identifizierte Vision sowie die strategischen Ziele hinsichtlich der Kultur- und Kreativwirtschaft im Raum Freiberg erläutert. Das Leitbild bzw. die Vision ist es schlichtweg die gesamte regionale Kultur- und Kreativwirtschaft zu stärken und somit im wirtschaftlichen Wachstum zu unterstützen. Darüber hinaus ist dabei natürlich die Einbindung von brachgefallenen Industrieflächen im ländlichen Raum ein wichtiger Aspekt der innerhalb des Projektes REFREsh bedient wird. Diese Vision, die auf oberster Ebene lokalisiert ist, wird durch die verschiedenen strategischen Ziele, welche sich wiederum auf der Ebene unter der des Leitbildes befindet, konkretisiert. Innerhalb der strategischen Ziele wird zwischen „long term“ (langfristigen) und „middle term“ (mittelfristigen) Zielen unterschieden.

Innerhalb der Zielsetzung wurden verschiedene Ziele, die langfristig und mittelfristig sind, identifiziert, um das übergestellte Leitbild bzw. die Vision umzusetzen. Insgesamt wurden zur Umsetzung der Vision fünf langfristige strategische Ziele und 3 mittelfristige strategische Ziele identifiziert. Diese werden in der folgenden Tabelle erläutert.

<p>Vision</p>	<p><u>Regionale Kultur- und Kreativwirtschaft unter Einbindung von brachliegenden Industrieflächen stärken</u></p> <p>Die Vision ist es die Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum, in diesem Fall der Raum Freiberg, zu stärken. Dabei soll in erster Linie Raum für kreative Akteure geschaffen werden. Darüber hinaus soll neben dem Raum zur Ansiedlung von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Netzwerkpunkt bzw. eine Anlaufstation für kreative Akteure sowie potentielle Akteure geschaffen werden, um die Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Landkreis zu unterstützen. Diese Strukturen können als grundlegend für weitere zukünftige Vorhaben bezüglich der Kultur- und Kreativwirtschaft angesehen werden.</p> <p>Ein wirtschaftliches Wachstum sowie eine Steigerung der Anzahl an Beschäftigten im Wirtschaftssektor Kultur- und Kreativwirtschaft sollen dadurch langfristig unterstützt werden. Ebenso ist eine Verknüpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie anderer Branchen erwünscht, um Synergien zu schaffen und weiter zu unterstützen. Aus diesem Grund soll neben der Ansiedlung von kreativen Akteuren auf den angesprochenen brachliegenden Industrieflächen ebenso eine Mischnutzung der Sektoren Dienstleistung, Handel und Industrie angestrebt werden.</p> <p>Um die Vision umzusetzen, sind verschiedene strategische Ziele identifiziert worden. Diese werden im Folgenden erläutert.</p>
---------------	--



<p>1-st Long term (comprehensive, overall) (minimum 5-10 y) objective</p>	<p><u>Ansiedlung von kreativen Akteuren an einer historisch sowie kulturell wertvollen Industriebrachfläche im Raum Freiberg</u></p> <p>Die Ansiedlung von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft am Projektstandort „Huthaus“ ist ein langfristiges strategisches Ziel. Dadurch soll der derzeit leerstehenden Immobilie „Huthaus“ eine Nutzung zugeführt werden. Dabei steht das Erdgeschoss im Fokus der Investition. Für das Obergeschoss ist perspektivisch eine museale Nutzung vorgesehen. Die Immobilie steht unter Denkmalschutz und hat einen hohen kulturellen und historischen Wert. Darüber hinaus ist eine Auszeichnung als UNESCO-Weltkulturerbe derzeit in der Diskussion. Das umliegende Areal der Immobilie „Huthaus“ bietet darüber hinaus ein hohes touristisches Potential. Aufgrund dessen ist eine langfristige Nutzung kulturellen und kreativen Nutzern in der Immobilie sowie im direkten Umfeld als realistisch anzusehen.</p>
<p>2-nd long term objective</p>	<p><u>Netzwerk- und Anlaufstelle für kreative Akteure initialisieren, um die Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu unterstützen</u></p> <p>Die Immobilie „Huthaus“ soll langfristig als Netzwerk- und Anlaufstelle für kulturelle und kreative Akteure ausgebaut werden. Im ersten Schritt ist eine Büroeinheit, die als Vermittlungsstelle der vorhandenen Räumlichkeiten sowie des umliegenden Areals, geplant. Diese Büroeinheit ist perspektivisch weiter auszubauen. Beispielsweise mittels einer Vereinsgründung.</p>
<p>3-nd long term objective</p>	<p><u>Kooperationen und Mischnutzungen der verschiedenen Sektoren Handel, Dienstleistungen und Industrie mit der Kultur- und Kreativwirtschaft unterstützen</u></p> <p>An der_ Immobilie „Huthaus“ und auch dem Standort Muldenhütten, der das umliegende Areal beschreibt, soll langfristig eine Mischnutzung verschiedener Sektoren und wirtschaftlicher Branchen angestrebt werden. Dabei ist liegt die Branche Tourismus besonders im Fokus.</p>
<p>4-nd long term objective</p>	<p><u>Aufmerksamkeit und Bewusstsein für Kultur- und Kreativwirtschaft schaffen</u></p> <p>Im Rahmen des Projektes REFREsh sowie des Vorhabens soll ebenso die Aufmerksamkeit und Bewusstsein sowie die Wertschätzung für die regionale Kultur- und Kreativwirtschaft im Raum Freiberg gestärkt werden. Aufgrund der schwierig abzugrenzenden und ständig weiterentwickelnden Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft ist dieses strategische Ziel wichtig, um der Gesellschaft ein korrektes und vielseitiges Verständnis für diese Branche zu gewährleisten. Dieses Ziel ist eng mit dem zweiten langfristigen strategischen sowie dem dritten mittelfristigen strategischen Ziel verknüpft.</p>



<p>5-nd long term objective</p>	<p><u>Aufwertung der Standortfaktoren im Raum Freiberg, um negativen Effekten des demographischen Wandels im ländlichen Raum entgegenzuwirken</u></p> <p>Durch eine Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Belegung einer leerstehenden Industriefläche kann der Standort Raum Freiberg aufgewertet werden. Neben den harten Standortfaktoren, die für die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft eine hohe Gewichtung in der Standortwahl haben, sind ebenso die für alle Branchen immer relevanter werdenden weichen Standortfaktoren positiv beeinflusst. Durch die daraus resultierende geseigerte Attraktivität des Standortes, ist davon auszugehen, dass den negativen Effekten des demographischen Wandel dadurch zu einem gewissen Grad entgegen gewirkt werden kann.</p>
<p>1-st strategic (middle term, 3-5- y) objective</p>	<p><u>Attraktivität des Raum Freiberg erhöhen</u></p> <p>Mittelfristig soll durch die Wiedernutzung der Immobilie „Huthaus“ eine Steigerung der Attraktivität des umliegenden Areals erreicht werden. Ebenso hat die Ansiedlung von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft einen direkten Bezug zur Steigerung der Attraktivität des gesamten Raum Freibergs. Dies ist jedoch als langfristig einzuschätzen. Siehe fünftes langfristiges strategisches Ziel.</p>
<p>2-nd strategic objective</p>	<p><u>Gesellschaftliches und politisches Interesse an der Kultur- und Kreativwirtschaft weiter verstärken</u></p> <p>Durch die Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen von Projekt REFREsh und dem Vorhaben an sich soll das gesellschaftliche und politische Interesse mittelfristig gestärkt werden. Durch Bewerben des Vorhabens (Flyer, Pressemitteilungen, usw.) sowie Workshops und Präsentationen wird die Öffentlichkeit aber auch die Politik angesprochen und das Thema Kultur- und Kreativwirtschaft beworben.</p>
<p>3-rd strategic objective</p>	<p><u>Datenverfügbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft verbessern</u></p> <p>Innerhalb der SWOT-Analyse ist aufgefallen, dass für die Region nur eine sehr mindere Datenqualität zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft existent ist. Dies soll einerseits mittelfristig durch ein gesteigertes Interesse der Politik und daraus resultierender Datenerhebungen sowie der im Rahmen von Projekt REFREsh entstandenen Studien verbessert werden. Andererseits ist langfristig von einer erhöhten Aufmerksamkeit für die Branche auszugehen, welches ebenso zu einer verbesserten Datenqualität führen kann, siehe viertes langfristiges strategisches Ziel.</p>



7. Anwendung der strategischen Ziele in Bezug auf die ausgewählten Immobilien

7.1. Entwicklungs- und Nutzungsvorschläge zu den ausgewählten Immobilien

Im Rahmen des Projektes REFREsh wurden insgesamt drei verschiedene Immobilien untersucht. Aufgrund von Schwierigkeiten hinsichtlich des Genehmigungsmanagements und im speziellen der Baugenehmigungen war dies ein notwendiger Schritt, um gegen Ende der Projektlaufzeit eine vielversprechende Immobilie samt entsprechender Baugenehmigung für das jeweilige Vorhaben bearbeiten zu können. Die drei untersuchten Immobilien sind:

- Huthaus (ursprüngliche Immobilie aus dem Projektantrag)
- Ehem. Tierkörperverwertung
- Archivgebäude Turmhofschacht

Die ursprünglich priorisierte Immobilie „Huthaus“, welche im Projektantrag aufgeführt ist, ist aufgrund von zu kostenintensiven Maßnahmen, die für eine Revitalisierung der Immobilie notwendig sind, im ersten Projektsemester verworfen worden. In den nachfolgenden Studien wurde die Immobilie dennoch weiter untersucht und als Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie für das Projektvorhaben geführt. Statt der Immobilie „Huthaus“ ist die Immobilie „ehem. Tierkörperverwertung“ anschließend in den Fokus der Betrachtung gerückt und als priorisierte Immobilie geführt worden. Aufgrund von Schwierigkeiten im Genehmigungsmanagement musste diese Immobilie jedoch ebenso verworfen werden. Eine Baugenehmigung für das Projektvorhaben an dieser Immobilie war aufgrund der zu kostenintensiven Maßnahmen für den damaligen Pächter und kreativen Akteur an der Immobilie „ehem. Tierkörperverwertung“ nicht tragbar. Im speziellen waren Sicherungsmaßnahmen eine Schwierigkeit, da seitens des Pächters Großveranstaltungen auf der entsprechenden Fläche geplant waren. Das Projektvorhaben sowie das externe Vorhaben des Pächters mussten aufgrund dessen beendet werden. Derzeit laufen an dieser Immobilie noch Aufräumarbeiten seitens des Pächters. Zum 01.07.2019 wird die Pacht beendet und die Immobilie folgerichtig erneut leer stehen. Glücklicher Weise wurde frühzeitig die potentielle Problematik des Genehmigungsmanagements an dieser Immobilie identifiziert und daher war es möglich bereits eine dritte Immobilie in die Projektstudien miteinzubeziehen. So fand die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ seinen Weg in das Projekt. Schlussendlich wurden drei Immobilien während des Projektes betrachtet. Dabei galt die Immobilie „Huthaus“ als Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie und die Immobilien „ehem. Tierkörperverwertung“ sowie „Archivgebäude Turmhofschacht“ als priorisierte Immobilien. Es bleibt zu erwähnen, dass alle dieser drei Immobilien im selben Stadtteil Freibergs lokalisiert sind und somit dasselbe wirtschaftliche und soziale Umfeld haben.

Im Rahmen des dritten Arbeitspaketes innerhalb REFREshs wurden Nutzungskonzepte für die Immobilien „Huthaus“, „ehem. Tierkörperverwertung“ sowie „Archivgebäude Turmhofschacht“ erstellt. Dabei galt die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ noch als priorisierte Immobilie für das Projekt REFREsh. Ebenso wurde das Nutzungskonzept für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ im Rahmen des Projektmeetings in Piran, Slowenien vorgestellt. Die beiden weiteren Nutzungskonzepte zu den Immobilien „Huthaus“ und „ehem. Tierkörperverwertung“ fanden vorerst nur als Vergleichsimmobilien Eingang in die Projektdokumentation. Aufgrund von nicht lösbaren Problemen hinsichtlich des Genehmigungsmanagements ist im folgenden Projektverlauf die Immobilie „ehem. Tierkörperverwertung“ vollständig aus dem Projekt ausgeschieden und wurde nicht weiter als Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie betrachtet.



Im nachfolgenden Schritt, dem Pre-Investment-Konzept“, welches dem zweiten Arbeitspaket innerhalb REFREsh zuzuordnen ist, wurde die Vorplanung für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ durchgeführt worden. Eine Vorplanung für die Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie ist seitens des Projektes nicht angedacht gewesen. Somit wurde die Immobilie „Huthaus“ nicht mit in das Pre-Investment-Konzept mit einbezogen. Innerhalb der Vorplanung und der unter Auflagen erteilten Baugenehmigung für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ wurde allerdings als Ergebnis festgestellt worden, dass die priorisierte Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ hinsichtlich des Genehmigungsmanagements ebenso nicht realisierbar ist. Die mit der Baugenehmigung einhergehenden Auflagen sind stark kostenintensiv und seitens der SAXONIA nicht tragbar. Neben notwendigen Baumaßnahmen an der Immobilie selbst, hat vor Allem eine notwendige Sanierung einer Stützmauer, die sich im Umfeld der Immobilie befindet, die ursprüngliche Kostenermittlung deutlich übertroffen. Aufgrund dessen war ein weiterer Einbezug der Immobilie nur als Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie möglich und daher schied die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ an dieser Stelle leider als priorisierte Immobilie aus.

Letztendlich haben wir den Fokus erneut auf die Immobilien „Huthaus“, als neu priorisierte Projektimmobilie, und „Archivgebäude Turmhofschacht“, als Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie, gelegt. Obwohl für die Immobilie „Huthaus“ anfangs zu kostenintensive Maßnahmen identifiziert wurden und die Immobilie daher aus der Rolle der priorisierte Immobilie ausgeschieden ist, ist diese Immobilie aufgrund von kurzfristig eingetretenen Entwicklungen erneut zu priorisieren. Dank vielversprechender Entwicklungen ist es nun möglich die sehr kostenintensiven Maßnahmen aus dem Projekt auszulagern. Diese Entscheidung wird im Kapitel 7.4 detailliert erläutert.

Die die Immobilien „Huthaus“, als neu priorisierte Projektimmobilie, und „Archivgebäude Turmhofschacht“, als Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie, befinden sich, wie auch die bereits ausgeschiedene Immobilie „ehem. Tierkörperverwertung“, im selben Quartier bzw. Stadtteil innerhalb von Freiberg. Somit ist die durchgeführte Machbarkeitsstudie natürlich dementsprechend als allgemeingültig für diese Immobilien anzusehen. Aufgrund der sehr schwierigen und lang andauernden Prozesse hinsichtlich des Genehmigungsmanagements der verschiedenen Immobilien sowie der damit verbundenen Wechsel der Immobilien sind das Projektvorhaben, die Projektmeilensteine sowie die folgende Investition stets hinter dem ursprünglichen Zeitplan laufend. Für die nun priorisierte Immobilie „Huthaus“ sind eine Machbarkeitsstudie sowie ein Nutzungskonzept existent. Die Vorplanung im Rahmen des Pre-Investment-Konzeptes wurde jedoch nicht für die Immobilie „Huthaus“ durchgeführt. Ebenso ist die Identifizierung von Akteuren, die die Immobilie „Huthaus“ im Anschluss an den Projektverlauf bespielen sollen, derzeit noch laufend. Daher sind detaillierte Aussagen zu Kostenschätzungen der Maßnahmen und auch geplanten Aktivitäten sowie kreativen Akteuren nur unter Vorbehalt zu geben, da diese Prozesse, wie die Zusammenarbeit und auch Identifizierung mit potentiellen kreativen Nutzern für die ausgewählte Immobilie derzeit noch laufen.

Im Folgenden werden die für das Projekt priorisierte Immobilie „Huthaus“ sowie die Vergleichs- bzw. Ersatzimmobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ erläutert.

Immobilie „Huthaus“

Grundlegender Gedanke für die Nutzungsidee des Gebäudes Huthauses ist die Einbindung in eine größere Konzeption für das Gelände nördlich des Gebäudes. Hier befinden sich noch weitere historisch bedeutende Gebäude, die zum einen als wertvolle Zeugnisse des Hüttenwesens gelten und zum anderen in ihrer Anordnung und ihrer Gestalt eine besondere städtebauliche Situation darstellen. Der Außenraum könnte sich unter Anderem gut als Spielstätte für Open-Air-Theateraufführungen eignen. Die Gebäude könnten als Museum oder auch als Werkstätten und Ateliers für Handwerker und Kleinkunstbetriebe genutzt werden. Im Huthaus selbst können die Büros untergebracht werden. Inwiefern noch Sanierungsmaßnahmen an den weiteren Gebäuden erforderlich sind, ist noch zu prüfen.

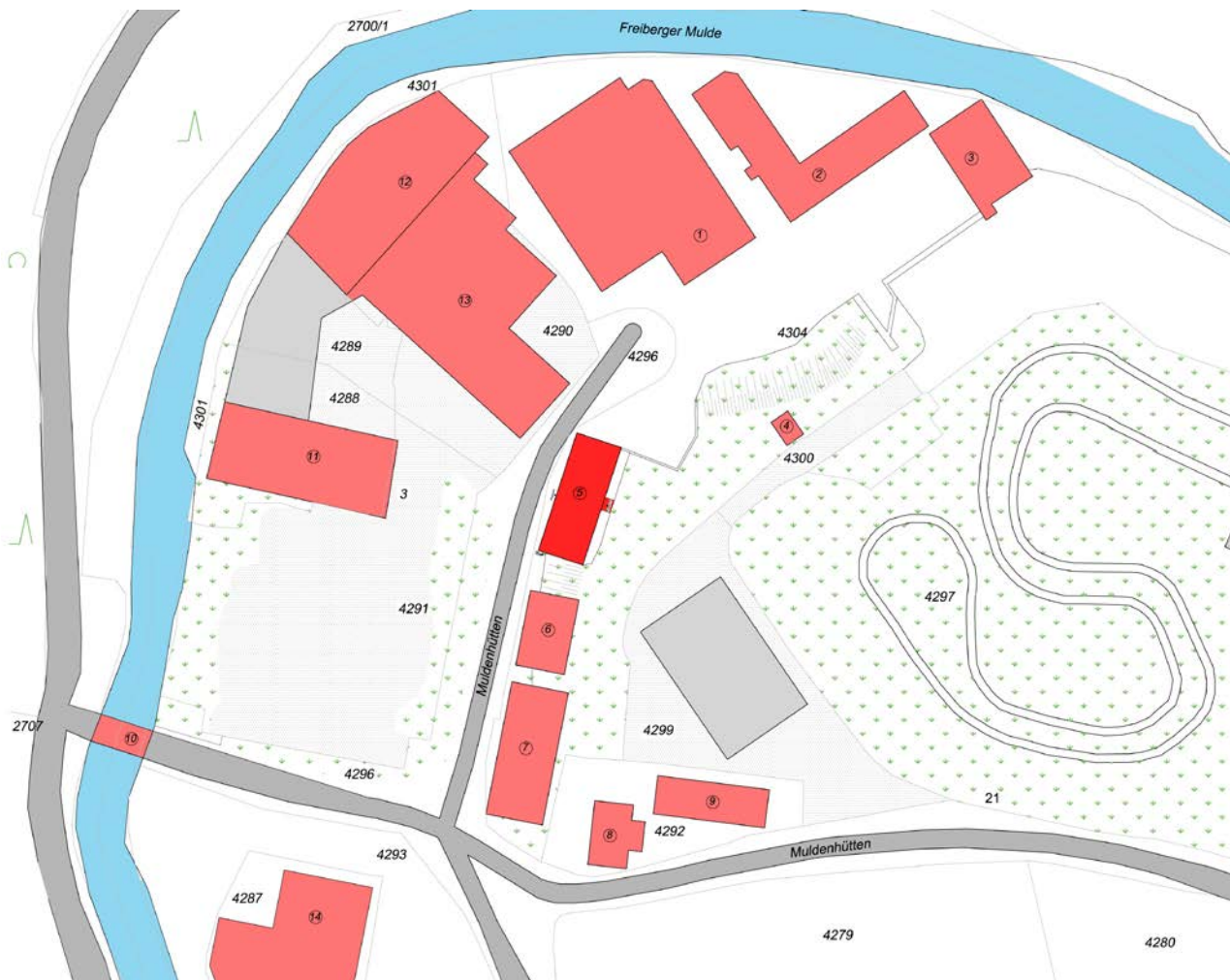


Abbildung 11: Lageplan nordwestliches Areal Muldenhütten, Michael Milew

Das Gebiet ist ca. 3 km von der Freiberger Innenstadt entfernt und derzeit mit dem ÖPNV über die Straße nicht zu erreichen. Im östlichen Teil ist das Gebiet über den Haltepunkt Muldenhütten an die Bahnstrecke Chemnitz-Dresden angeschlossen.

Im Areal sind noch weitere produzierende Industrie- und Gewerbeunternehmen ansässig, die in der weiteren Konzeption mit zu berücksichtigen sind. Aufgrund des langen Zeitraums, in dem hier verhüttet wurde, ist mit erheblichen Schadstoffbelastungen im Boden und in den Gebäuden zu rechnen.



Abbildung 12: Ansicht Konzept Straße Muldenhütten, Michael Milew

Grundlegender Ansatz ist die weitest gehende Nutzung der vorhandenen Bausubstanz als Empfangs- und Verwaltungsgebäude für den historischen Hüttenkomplex. Dabei werden alle erforderlichen Funktionen wie einem Empfangs- und Informationsbereich, ein Café, Beratungsräume und die Büroräume untergebracht.

Im Erdgeschoss erfolgt die Erschließung über die beiden vorhandenen Türen. Über den repräsentativen Haupteingang an der Straße Muldenhütten wird das Foyer direkt erschlossen. Der Nebeneingang am nördlichen Giebel dient dem barrierefreien Zugang. Hier wird die der Tür vorgelagerte Treppenanlage durch eine Rampe ergänzt. Über eine weitere Nebentür an der Straße Muldenhütten sind die Räume mit der Haustechnik zu erreichen.

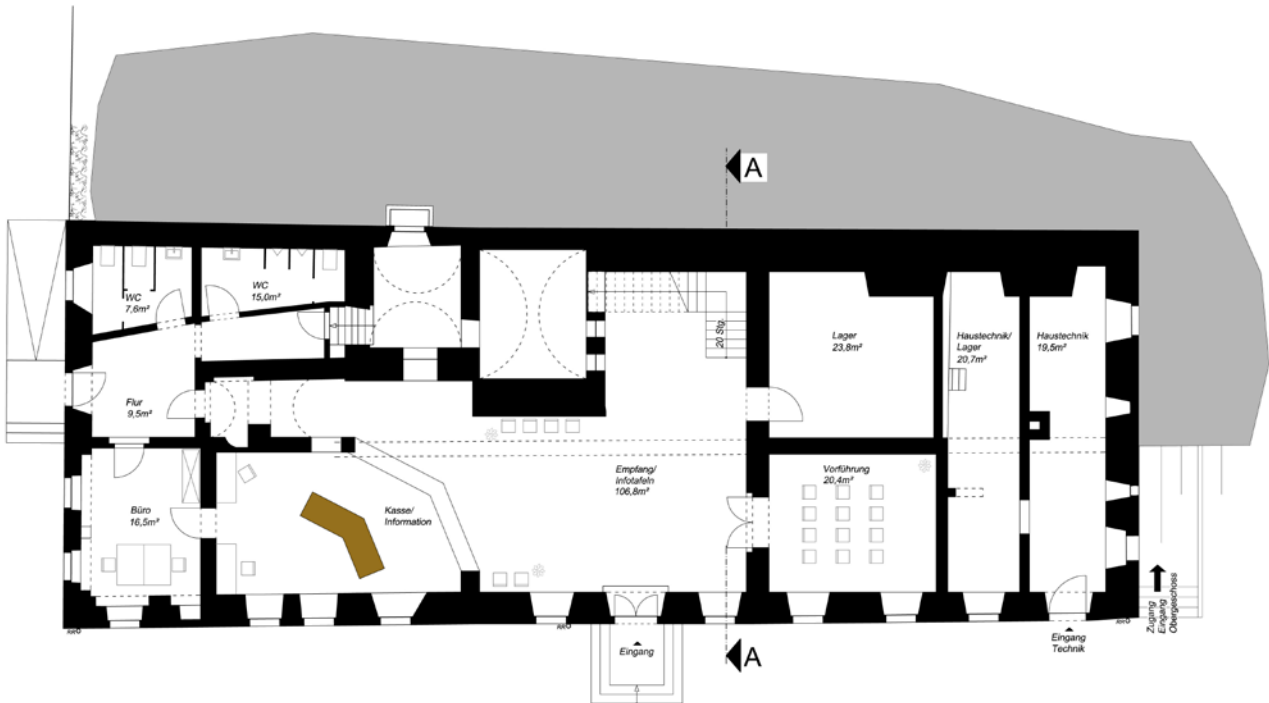


Abbildung 13: Grundriss Konzept Erdgeschoss

Die derzeit im Foyer vorhandenen Einbauten neueren Datums werden zurückgebaut, so dass ein großzügiges Foyer entsteht, in dem der Blattfederunterzug als Besonderheit hervortreten wird. Südlich schließt sich an das Foyer ein Vorführraum und ein Lagerraum an. Nördlich befinden sich der Informations- und Kassenbereich mit Büro sowie die WC-Anlage des Erdgeschosses. Die Beiden Kellerräume sind nicht zugänglich, sind aber über neu eingebrachte Fensteröffnungen vom Foyer aus erlebbar. Über eine neue innere Treppe wird das Obergeschoss erschlossen, über die das Café erreichbar ist. Dem Café wird auf der Hangseite eine Außenterrasse vorgelagert, von der man über die das Stützmauersystem einen wunderbaren Überblick über das historische Hüttengelände genießen kann. Über einen Außenaufzug ist die Terrasse mit dem Erdgeschossniveau des Geländes verbunden. So kann das Obergeschoss auch barrierefrei erreicht werden.

Der an der Nordwestecke des Gebäudes befindliche Raum mit der Barockdecke kann für Meetings genutzt werden. Er erhält einen eigenen Vorraum und einen Zugang zur WC- Anlage, die sich ebenfalls am Nordgiebel befindet. Der zum Café gehörenden Küchen- und Lagerräume befinden sich an der Westseite. Im nördlichen Gebäudeteil schließt sich der Bürotrakt an.

Immobilie „Archivgebäude Turmhofschaft“

Die architektonische Grundidee ist die Beibehaltung und Weiterentwicklung der bestehenden räumlichen Situation, der Erschließungssituation beziehungsweise die Nutzung der vorgefundenen Qualitäten für die angedachte wirtschaftliche Nutzung des Gebäudes.

Da sich der obere Gebäudeteil gut für eine Büronutzung eignet wird im 2. Obergeschoss die Nutzung als Co-Working-Büro vorgeschlagen. Die Erschließung erfolgt, wie im Bestand vorhanden, über eine Brücke über die Stützmauerrampe. Die Aktivierung dieser Nutzung stellt die Startinvestition im Rahmen des REFREsh-Projektes dar. Auch im Hinblick auf die Nutzung des Gesamtareals ist der Fokus auf dieses Geschoss sinnvoll, da es direkt an die Hauptebene des Turmhofareals angeschlossen ist und somit nicht nur inhaltlich sondern auch räumlich und nutzungstechnisch an die dort möglichen Wirtschaftsbereiche angeschlossen ist.

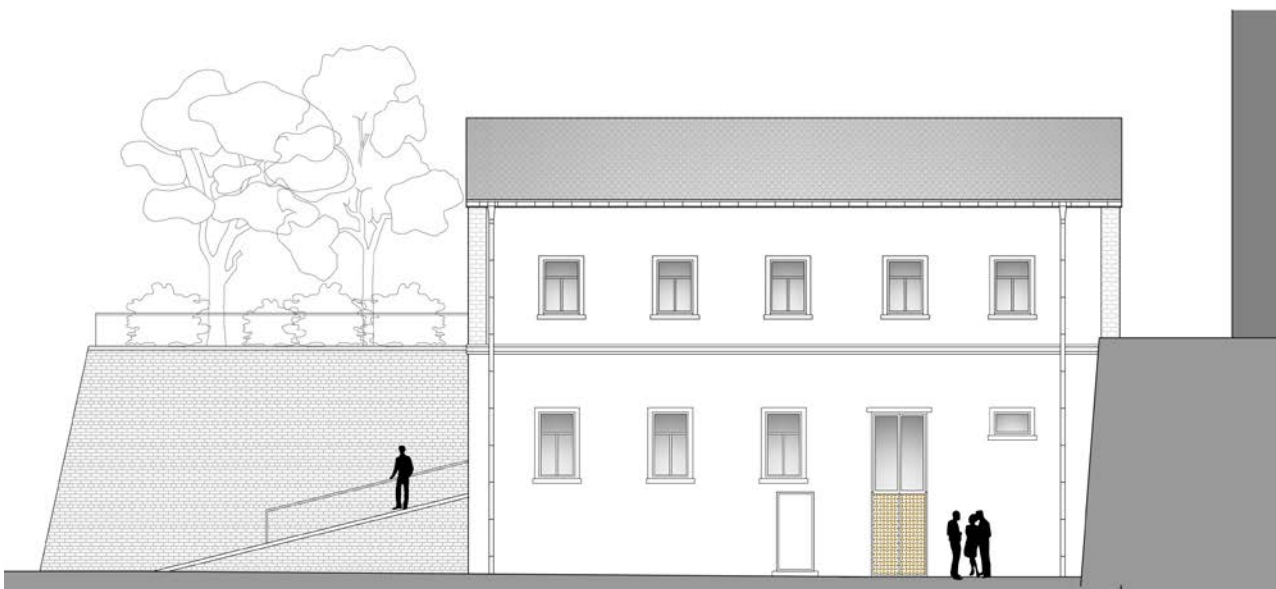


Abbildung 14: Ansicht Konzept Turmhofschaft

Der Raum im 1. Obergeschoss kann bedarfsweise wie bisher über die innen liegende Treppe oder separat über eine weitere Brücke von der Mitte der Rampe aus erschlossen werden. Somit kann dieser Raum bedarfsweise auch entsprechend einer Lage zwischen den Ebenen auch unabhängig von den Nutzungen der beiden Hauptebenen bespielt werden.

Die unterschiedlichen Raumsituationen des Erdgeschosses bieten sich als Atelier- und Ausstellungsräume an. Das schon im Bestand angelegte Prinzip der Erschließung der verschiedenen Gebäudeteile von außen wird über alle Ebenen weiter entwickelt. Entsprechend wird das auch schon vorhandene Thema der „überhöhten“ Zugänge aufgenommen und für die jeweilige hinter der Fassade liegende Nutzung und Raumcharakteristik interpretiert und ausformuliert.



Abbildung 15: Lageplan Gebiet um Turmhofschacht

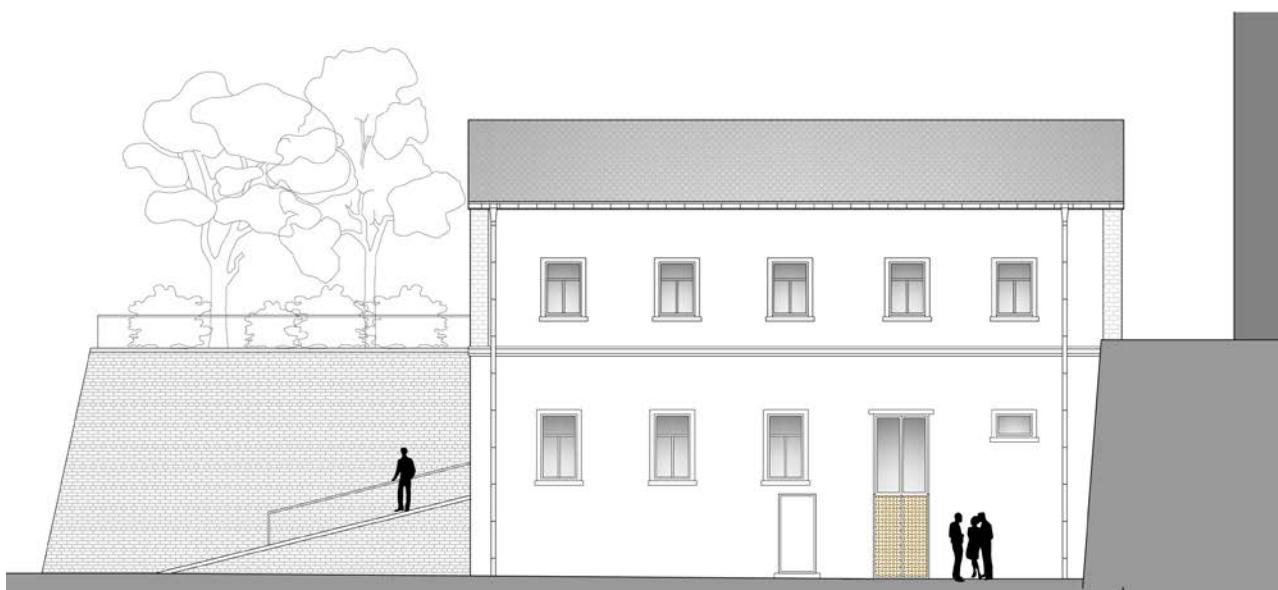


Abbildung 16: Ansicht Konzept Turmhofschacht

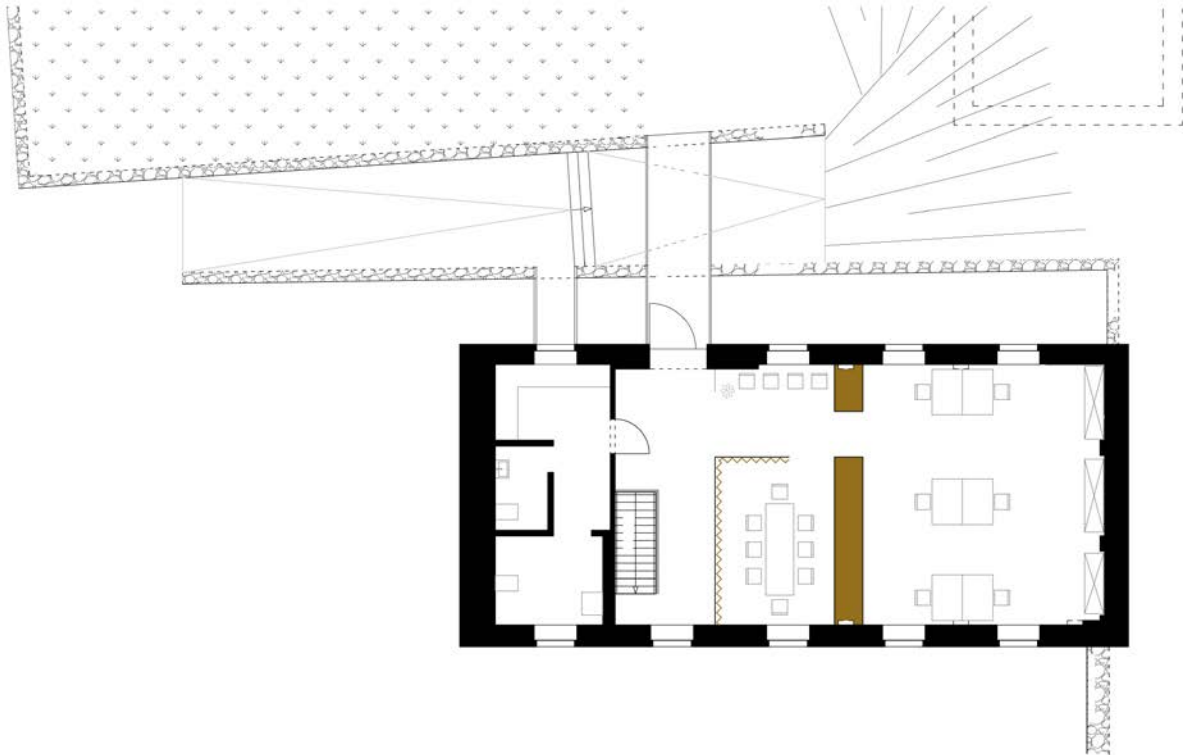


Abbildung 17: Grundriss Konzept 2. OG



7.2. Zusammenfassung der Entwicklung

Für das Vorhaben sind verschiedene intern identifizierte Schritte notwendig. Diese Schritte sind im letzten Projektsemester von REFREsh sowie über die Projektlaufzeit hinaus zeitlich verortet.

Revitalisierung der Immobilie Huthaus

- ✓ Überprüfung der neu priorisierten Immobilie Huthaus sowie der durchzuführenden Maßnahmen
- ✓ Identifizieren der Maßnahmen, welche in das Projekt REFREsh zu implementieren sind, sowie deutliche Abgrenzung zum Vorhaben und Maßnahmen eines parallel laufenden externen Projektes
- Vorplanung und Genehmigungsmanagement (derzeit laufend)
- Bauarbeiten:
 - Überprüfung und Teilsanierung der Sanitär- und Heizanlagen
 - Putz- und Malerarbeiten
 - Teilsanierung der Dielung
 - Teilsanierung von Türen (nicht denkmalgeschützt)
 - Trockenbauarbeiten
 - Allgemeine Aufräumarbeiten
 - Barrierefreie Gestaltung
 - Erschließung (Elektrik, Gas, Ab/Trinkwasser, Telekommunikation)
- Veranstaltung im Objekt; beispielsweise einen Tag der offenen Tür zur Bewerbung des Standortes und Anwerben von kreativen Akteuren
- Pressetermine an der Immobilie
- Ausstattung der Räumlichkeiten innerhalb der Immobilie Huthaus (Möbiliar der Büroeinheiten und Veranstaltungs- und Empfangsraum, Peripheriegeräte, gegebenenfalls Beamer, usw.)
- Ansiedlung der passenden Akteure (Kultur- und Kreativwirtschaft)
- Einrichtung eines Netzwerk- und Anlaufpunkt für Akteure und potentielle Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb der Immobilie
- Intensivierte Bewerbung des Standortes und gegebenenfalls Verknüpfung mit der Branche Tourismus
- Fortlaufende Öffentlichkeitsarbeit und Pressearbeit



7.3. Finanzierung der Maßnahmen

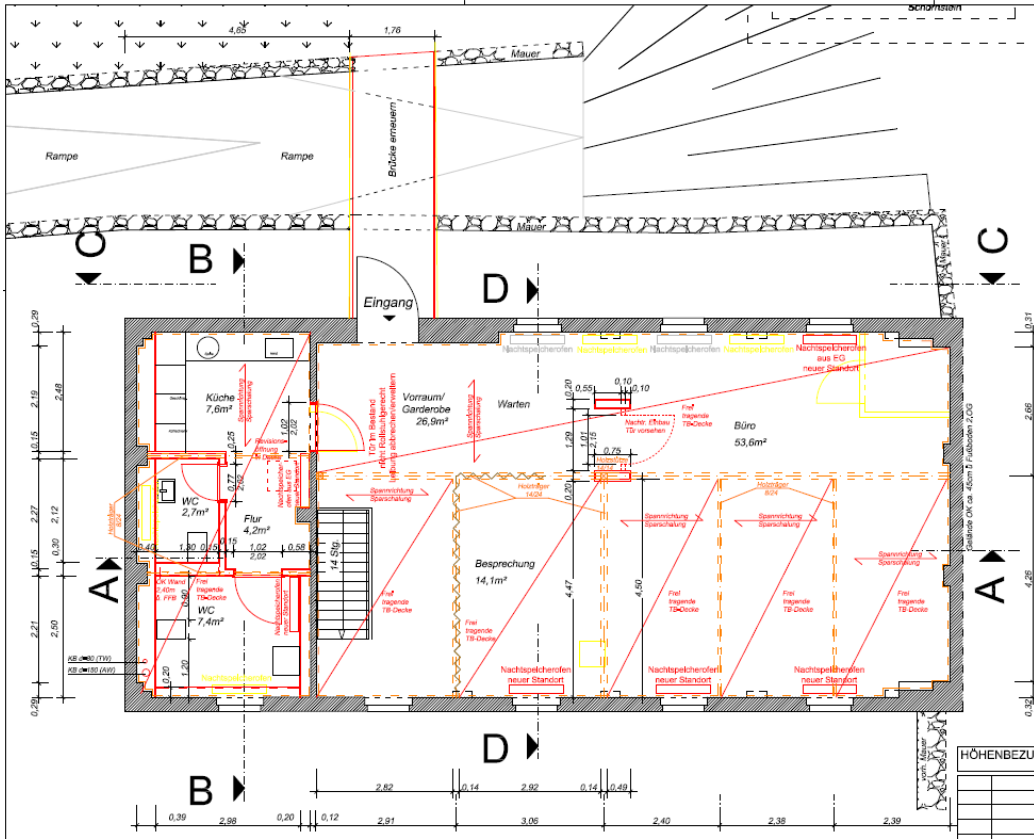
Die Finanzierung und Kostenermittlung der beiden Immobilien folgen in den untenstehenden Tabellen. Dabei ist zu beachten, dass das Pre-Investment-Konzept bei Abgabe des Regional-Strategy Papers (D.T2.2.1) nur für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ abgeschlossen ist. Aufgrund der negativen und vor Allem sehr kostenintensiven Ergebnisse des Pre-Investment Konzeptes für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ wurde diese als priorisierte Projektimmobilie von der ehemaligen Vergleichsimmobilie „Huthaus“ abgelöst. Somit erfolgt innerhalb des Projektes REFREsh nach dem „Wechsel“ von Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ auf Immobilie „Huthaus“ eine erneute Durchführung eines Pre-Investment-Konzeptes bzw. Vorplanung samt detaillierter Kostenermittlungen. Die im Folgenden beschriebene Kostenermittlung der Immobilie „Huthaus“ ist unter Vorbehalt zu betrachten, da nur konkrete Angebote für wenige Maßnahmen derzeit vorhanden sind.

Tabelle 11: Kostenermittlung "Archivgebäude Turmhofschacht"

Archivgebäude Turmhofschacht					
Baumaßnahmen	Menge	Einheit	EP	BR/Netto	GP(Brutto)
Ausbau 2.OG					
Kosten Baumeisterarbeiten					
Abbrucharbeiten	1	psch	7.902,37	1,19	9.404,00
Abdichtungsarbeiten	1	psch	898,24	1,19	1.069,00
Zimmererarbeiten	1	psch	2.391,86	1,19	2.846,00
Innenputzarbeiten	1	psch	508,40	1,19	605,00
Sonstiges (Gerüst, Stürze, Kernbohrungen)	1	psch	1.547,28	1,19	1.841,00
Brücke ertüchtigen	1	psch	3.191,76	1,19	3.798,00
Kosten Ausbauarbeiten					
Trockenbauarbeiten	1	psch	12.576,86	1,19	14.966,00
Malerarbeiten	1	psch	3.514,74	1,19	4.183,00
Tischlerarbeiten	1	psch	895,77	1,19	1.066,00
Kosten Bodenbelagsarbeiten					
Untergrund schleifen	120,3	m ²	3,46	1,19	495,00
Polyvinylacetat-Spachtelbelag, auf Estrich	120,3	m ²	13,21	1,19	1.891,00
Einbau WC-Anlage/Küche					
Demontage alte HSL-Einrichtungen im 2.OG	0	psch	0,00	1,19	0,00
TW-Leitung neu lt. Angebot Bellmann	1	psch	1.465,00	1,19	1.743,00



Sanitärobjekte (WC, WTohne Haltegriffe inkl. Vorwandlem, Boiler) It. Angebot Bellmann	1	psch	1.897,84	1,19	2.258,00
AW-Leitung neu It. Angebot Bellmann	1	psch	1.012,57	1,19	1.205,00
Lüftung WC It. Angebot Bellmann	1	Psch	493,20	1,19	587,00
ELT neu verlegen It. Angebot Horn	1	psch	8.971,14	1,19	10.676,00
Gesamtkosten der ursprünglich angedachten Maßnahmen (Brutto)					58.633,00
Weitere Kosten					
Dachsanierung					20.000,00
Sanierung der Stützmauer					30.000,00
Erschließung					5.200,00
Gesamt (Brutto)					113.833,00



ALLGEMEINES
Bauherr: REFRESH
Architekt: Konzeptstudio ar 01
Standort: ...
Projektziele: ...
Maßstab: ...
Datum: ...

LEGENDE BAUTEILE
 - Bestand
 - Neu
 - ...

LEGENDE GRUNDRISS
 - ...

HÖHENBEZUG: 426,09 m ü. DHHN 2016 = 0,00 m

INDEX	DATUM	ÄNDERUNG/ERGÄNZUNGEN	GEZ.

PROJEKT: REFRESH - Rural Rehabilitation for cultural NEKage
 TURNUSFACH: 1
 09559 Freiberg
 AUSFÜHRUNGSPLANUNG
 Grundriss 2. Obergeschoss
 M: 1:50

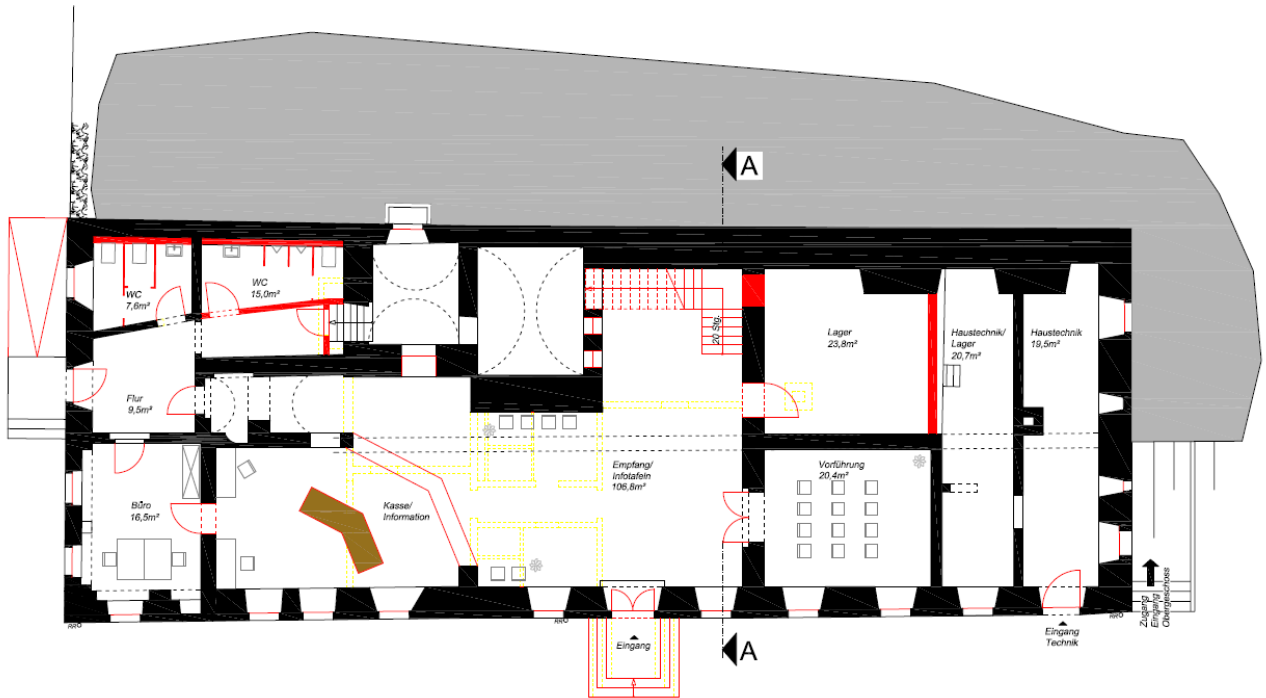
konzeptstudio ar 01
 architekten
 Lützeler Straße 9
 D-09599 Freiberg/Sachs.
 T: 03763 371 100 840
 www.ar01.de

AP 1.3



Tabelle 12: Kostenermittlung Immobilie "Huthaus"

Huthaus					
Baumaßnahmen	Menge	Einheit	EP	BR/Netto	GP(Brutto)
Ausbau EG					
Kosten Baumeisterarbeiten					
Deckenabriss Heizraum	1	psch	-	1,19	2.500,00
Deckensanierung Heizraum	1	psch	-	1,19	4.000,00
Kosten Ausbauarbeiten					
Reinigungsarbeiten	1	psch	-	1,19	1.000,00
Putz erneuern	1	psch	-	1,19	12.000,00
Dielung erneuern	1	psch	-	1,19	2.000,00
Kosten Sanitär- und Heizungsanlagen					
Überprüfung Heizungsanlage It. Hydros	1	psch	1.899,28	1,19	2.260,14
Überprüfung TW-Installation und WC-Anlagen It. Hydros		psch	2.696,17	1,19	3.208,65
Heizkessel (je nach Ergebniss der Überprüfung)	1	psch	-	1,19	(5.000,00)
Kosten Elektrik					
Anschluss und Überprüfung	1	psch	-	1,19	1.000,00
Weitere Kosten					
Überprüfung der TW-/AW-Leitungen	1	psch	-	1,19	1500,00
Erschließung Telekomm.	1	psch	-	1,19	500,00
Antrag auf Nutzungswiederaufnahme	1	psch	-	1,19	200,00
Gesamt nach erster Schätzung (Brutto)					30.168,79



Konzept

Projekt:
REFRESH - Rural Entwicklung For cultural Heritage
Industriegelände Mühlentöden
Mühlentöden 9 "Huttenhaus I"
09599 Freiberg

Projekt-Nr.: 0191
Stand: 25.09.2016

Bauherr:
SAXONIA Standortentwicklungs-
und versorgungsGmbH
Hilberdcker Straße 34
09599 Freiberg

Planung:
konzeptstudio architekten
Leitzdger Straße 9
D 09599 Freiberg/Sachsen

Darstellung:
Grundriss Erdgeschoss

M 1:100
VP - 1,3



7.4. Organisation und Rahmenbedingungen

Begründung des Wechsels der Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ auf Immobilie „Huthaus“

Aufgrund der Schwierigkeiten und Verzögerungen im Genehmigungsmanagement hinsichtlich der im Projekt betrachteten Immobilien, ist die Baugenehmigung für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ erst am 27.05.2019 unter bestimmter Auflagen erteilt worden. Diese Auflagen für die Baugenehmigung an der Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ haben weitere sehr intensive Kosten mit sich gebracht. Diese Kosten sind in der Kostenermittlung „Archivgebäude Turmhofschacht“, siehe Tabelle 12: Kostenermittlung Immobilie "Huthaus", unter weitere Kosten aufgelistet. Durch diese unerwarteten Kosten, ist das Projekt REFREsh zu diesem Zeitpunkt nicht mehr an der Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ durchführbar und tragbar seitens der SAXONIA. Neben dieser negativen Entwicklung ist jedoch auch kurzfristig eine positive Entwicklung entstanden, die einen Wechsel zur Immobilie „Huthaus“ begründet.

Die Immobilie „Huthaus“ ist ursprünglich für das Projekt REFREsh vorgesehen gewesen. Diese Immobilie ist ebenso im Projektantrag des Projektes angegeben und erläutert. Aufgrund von zu hohen Kosten der ermittelten notwendigen Maßnahmen ist die Immobilie „Huthaus“ im Projektverlauf nach dem ersten Semester nur noch als Ersatz bzw. Vergleichsimmobilie geführt worden. Die Problematik der Immobilie liegt in den hohen Kosten hinsichtlich einer notwendigen Entfeuchtung des Kellergeschosses und denkmalschutzrechtlicher Auflagen, die mit einer Sanierung bzw. Teilsanierung einhergehen würden. Diese kostenintensiven Maßnahmen sind nun aufgrund einer neuen Entwicklung über ein weiteres Projekt abdeckbar. Im Rahmen des „Denkmalschutz-Sonderprogramm“, welches eine Förderung durch Bund und Land darstellt, ist eine aussichtsreiche Finanzierung potentiell für den Bergbaukomplex Muldenhütten abrufbar. Die Immobilie „Huthaus“ ist diesem Bergbaukomplex zugehörig und kann potentiell mit in das Denkmalschutz-Sonderprogramm einbezogen werden.

Somit ist es möglich, wie ursprünglich angedacht, mit den Mitteln aus REFREsh einen Innenausbau und die Instandhaltung im Objekt selbst durchzuführen. Die sehr kostenintensiven Maßnahmen, bei denen es sich um die Entfeuchtung des Kellergeschosses sowie teils um Sanierungen denkmalgeschützter Bausubstanz handelt, sind über das Denkmalschutz-Sonderprogramm abdeckbar und nicht mehr über REFREsh zu finanzieren. Eine Abgrenzung der beiden Programme wäre dabei ohne Probleme durchführbar, da es sich einerseits um eine Instandhaltung des Erdgeschosses (REFREsh) und andererseits um eine Sicherung denkmalgeschützter Bausubstanz (Denkmalschutz-Sonderprogramm) handelt. Diese Finanzierung abseits von REFREsh lässt die Immobilie „Huthaus“ somit wieder den Weg zurück zur priorisierten Immobilie im Projekt REFREsh gehen.

Derzeit befindet sich die SAXONIA in der Prüfung ob der ursprüngliche Fördermittelantrag zum „Denkmalschutz-Sonderprogramm“ um Maßnahmen an der Immobilie „Huthaus“ ergänzt werden kann. Nach ersten Gesprächen mit dem zuständigen Landesamt für Denkmalpflege Sachsen ist jedoch von einem positiven Verlauf und einer möglichen Implementierung der erwähnten Maßnahmen in das Denkmalschutz-Sonderprogramm auszugehen. Ein endgültiger Bescheid für diese Förderung ist bis spätestens Ende Juli zu erwarten.

Perspektivisch ist darüber hinaus davon auszugehen, dass der Bergbaukomplex sowie auch die Immobilie „Huthaus“ in das UNESCO Weltkulturerbe aufgenommen werden. Dies wird sich Anfang Juli entscheiden und bietet gegebenenfalls interessante und wünschenswerte Perspektiven für die Zukunft und Nachhaltigkeit der REFREsh-Maßnahmen.



Die Projektimmobilie „Huthaus“ muss aufgrund des kurzfristigen Wechsels und Implementierung als priorisierte Immobilie, die das zukünftige Pilotinvestment erhalten soll, zügig eine Vorplanung erhalten. Das erstellte Pre-Investment-Konzept ist für die Immobilie „Archivgebäude Turmhofschacht“ erstellt worden und nicht auf die neu ausgewählte Projektimmobilie „Huthaus“ übertragbar. Derzeit werden bereits Angebote zu den verschiedenen Maßnahmen innerhalb der Investition angefordert. Neben den Angeboten der Bauunternehmen, die unabdingbar für eine exakte Kostenermittlung sind, ist das Genehmigungsmanagement als maßgeblich für den weiteren Projektverlauf anzusehen. Derzeit befindet sich die SAXONIA Standortentwicklungs- und -verwaltungsgesellschaft mbH bereits im engen Austausch mit der Stadt und den Behörden, um kurzfristig eine Genehmigung für das Vorhaben an dieser Immobilie zu erhalten. Der Vorteil bei diesem Anliegen ist, dass Teile des Erdgeschosses der Immobilie „Huthaus“ bereits 2001 teilsaniert wurden und die Art Nutzung der Immobilie sich nicht verändern soll. Somit ist im Gegensatz zu den anderen innerhalb des Projektes betrachteten Immobilien ein schnellerer Prozess hinsichtlich des Genehmigungsmanagements zu erwarten, da lediglich ein Antrag auf Wiederaufnahme der Nutzung durchgeführt werden muss.

Nach positiv Bescheid der zuständigen Behörden hinsichtlich des Genehmigungsmanagements sowie einer Angebotslage, die die der ursprünglichen Kostenermittlung bzw. Schätzung nicht maßgeblich übertrifft, wird noch im diesen Jahr mit den Baumaßnahmen begonnen werden. Der Vorteil dabei liegt darin, dass ein Großteil der geplanten Maßnahmen ebenso im Winter oder auch bei schlechter Witterung durchführbar ist, da hauptsächlich Maßnahmen im Innenbereich anstehen. Die Außenarbeiten, wie die Trockenlegung und denkmalgerechte Instandhaltung der Fassade und Fenster, sollen über das vorherig angesprochene Denkmalschutz-Sonderprogramm laufen. Diese Maßnahmen außerhalb des Projektes REFREsh sind zeitlich vor den Maßnahmen des Projekt REFREsh angesiedelt. Eine deutliche Abgrenzung der Maßnahmen erfolgt dabei grundlegend durch die Unterscheidung von notwendigen Maßnahmen zur denkmalschutzrechtlich erforderlichen Sanierung (Denkmalschutz-Sonderprogramm), die dem Erhalt und Schutz der Immobilie dient sowie der Innenausbau und Instandhaltung der Räumlichkeiten (REFREsh).

Nach Fertigstellung der Baumaßnahmen soll die Immobilie „Huthaus“ einerseits als Büro für eine Netzwerk- und Anlaufstelle für Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft dienen und andererseits Büroeinheiten für Akteure bieten. Darüber hinaus sind ein Veranstaltungsraum und ein Empfangsraum geplant. Des Weiteren ist perspektivisch die Nutzung des Obergeschosses für museale Zwecke hinsichtlich der Branche Tourismus geplant. Dies steht jedoch in starker Abhängigkeit zur Aufnahme des Gesamtkomplexes Muldenhütten in das UNESCO- Weltkulturerbe. Für eine erfolgreiche Revitalisierung ist dahingehend natürlich eine gezielte Marketing-Strategie notwendig, welche im folgenden Kapitel 7.5 erläutert wird.

7.5. Marketingstrategie und Markteinführung

In diesem Kapitel wird aufgrund der in den vorherigen Kapiteln erwähnten Probleme und Verzögerungen nicht detailliert auf spezifische Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft oder Zielgruppen der zukünftigen Nutzer der Immobilie „Huthaus“ eingegangen. Vielmehr soll dieses Kapitel dazu dienen, die Strategie zur Bewerbung des neugewählten Standortes sowie die Identifizierung von potentiellen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft, die sich wiederum eine Nutzung der neuen Immobilie vorstellen können, zu definieren. Aufgrund des kurzfristigen Wechsel auf die Immobilie „Huthaus“ ist es notwendig Akteure zu finden, die gewillt sind die zu revitalisierende Fläche zu bespielen bzw. zu beleben. Dabei dient die Machbarkeitsstudie als Grundlage.

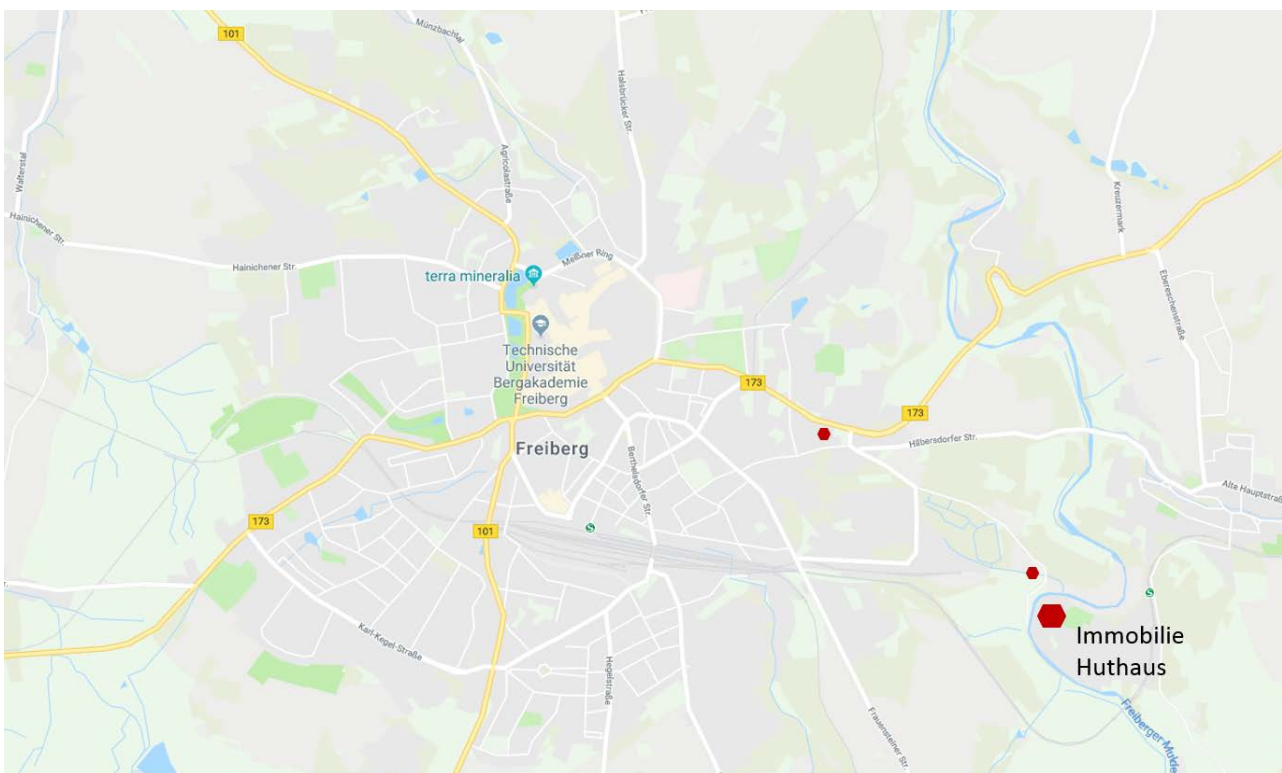


Abbildung 18: Raum Freiberg und Lokalisierung der Projektimmobilie "Huthaus"

Innerhalb des Nutzungskonzeptes für das Erdgeschoss dieser Immobilie ist die Art der Nutzung bereits weitgehend auf Büroeinheiten für Kreative, ein Netzwerkbüro und ein Empfangsraum sowie einen kleinen Veranstaltungsraum für verschiedene Veranstaltungen ausgelegt. Perspektivisch soll jedoch auch das Obergeschoss revitalisiert werden. Für diese Räumlichkeiten wäre eine museale Nutzung oder Nutzung als Ausstellungsraum für Künstler zu priorisieren. Aufgrund der Zugehörigkeit der Immobilie zum Bergbaukomplex Muldenhütten ist eine touristische Verknüpfung im Obergeschoss anzustreben.

Im ersten Schritt unserer Strategie gilt es Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Fläche im Erdgeschoss zu akquirieren. Dabei verfolgen wir folgende Strategie:

Marketing Strategie:

Die sehr spezifischen Standortfaktoren der Immobilie „Huthaus“ lassen den Fokus auf Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft fallen, die einen Bezug zum Bergbau oder Tourismus haben. Darüber hinaus sind die Immobilie bzw. die Büroeinheiten jedoch auch für jegliche Akteure, die ihrerseits Büroeinheiten

benötigen, geeignet. Für Werkstätten und Veranstaltungen ist diese Immobilie weniger gut geeignet. Somit sind durch gezieltes Marketing Akteure anzusprechen, die Interesse an einem historischen Bezug, Bergbau oder Tourismus haben sowie Akteure, die konservative Flächen zur Büronutzung benötigen. Im Folgenden sind die groben Standortfaktoren der Immobilie „Huthaus“ sowie „Bedürfnisse“ potentieller Akteure vereinfacht dargestellt.

Immobilie „Huthaus“

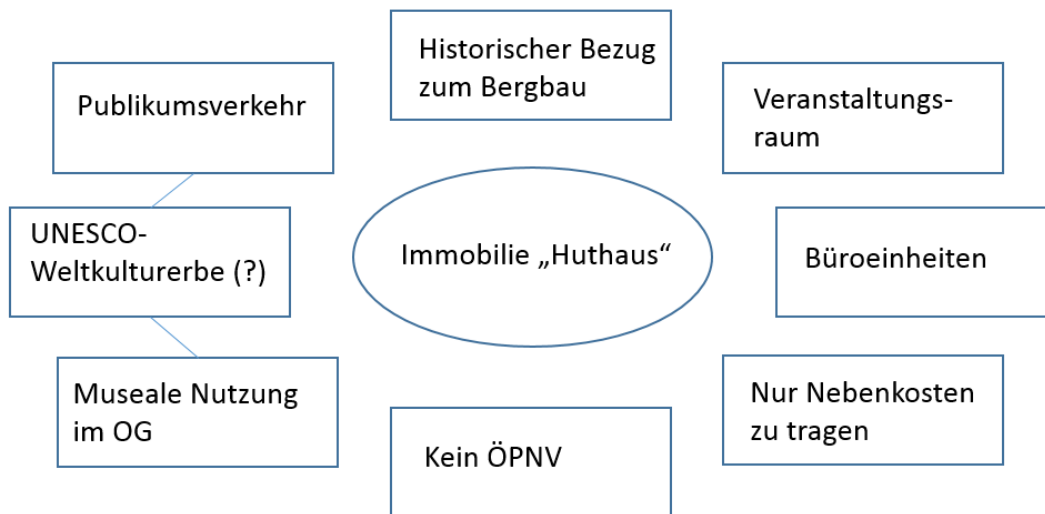


Abbildung 19: Standortfaktoren Immobilie "Huthaus"

Potentielle Akteure „Huthaus“

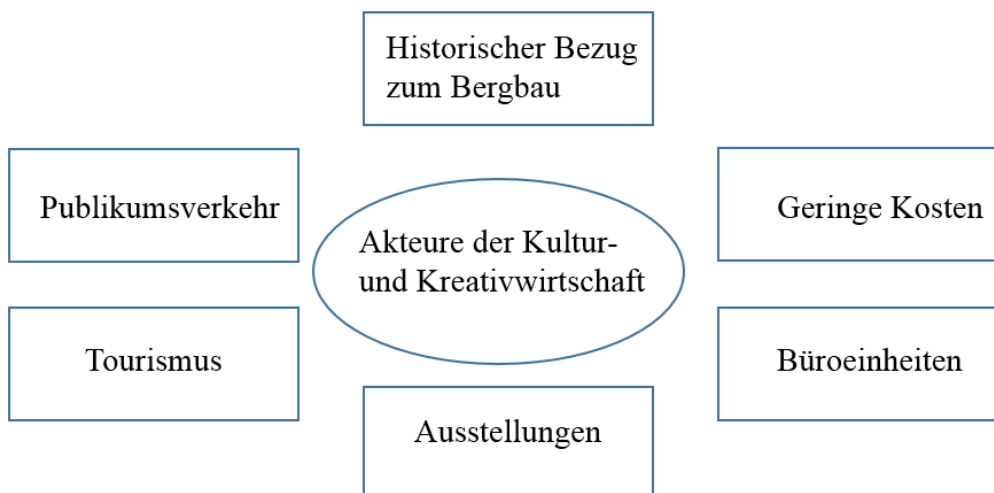


Abbildung 20: Bedürfnisse der Akteure



Im Anschluss an eine baurechtliche Genehmigung bzw. eine gestattete Wiederaufnahme der ehemaligen Nutzung der Immobilie „Huthaus“ soll das offizielle Marketing zur Werbung kreativer Akteure beginnen. Dabei sollen verschiedene Kanäle genutzt werden, um kurzfristig maximalen Erfolg zu verzeichnen und somit eine Auswahl an potentiellen Akteuren zu erstellen. Diese sollen im Anschluss im Rahmen von Veranstaltungen und Begehungen die Möglichkeit bekommen sich die Immobilie vor Ort anzuschauen und sich die detaillierte Modalitäten zu erfragen.

Wege der Vermarktung:

- Pressemitteilungen, Anzeigen
- Vor-Ort-Besuche des kulturellen und kreativen Einzelhandels und Vereine: Ausgeben von Flyern, Plakaten und persönliche Gespräche
- Social Media - Kanäle
- Aushänge im öffentlichen und halb öffentlichen Raum (Universität, Mensa, Vereinshäuser, Rathaus)
- Zusammenarbeit mit „Kreatives Sachsen“
- Rundschreiben an bereits vorhandene Verteilerlisten kreativer Akteure (siehe Machbarkeitsstudie)
- Veranstaltungen und im speziellen Tag der offenen Tür
- Gegebenenfalls Verknüpfung zum UNESCO-Weltkulturerbe
- Veröffentlichung auf Webseite (SAXONIA, GIZEF, Industrie- und Handelskammer, Stadt Freiberg)
- Magazin der Industrie- und Handelskammer
- Portale, wie KWIS.net, ATLAS, Immoscout, Immowelt, usw.

Einzugsgebiet und Konkurrenz

Das Einzugsgebiet ist derzeit schwierig zu beschreiben, da die genaue Art der Nutzung bzw. die Akteure, welche die Fläche bespielen noch nicht feststehen. Es bleibt jedoch zu erwähnen, dass die das Einzugsgebiet eines Netzbüros und Anlaufstelle für Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sich auf den gesamten Landkreis beziehen kann und vor Allem den gesamten Raum Freiberg beinhalten wird. Ebenso existiert praktisch keine Konkurrenzsituation, da solche Anlaufstellen bzw. Netzbüros derzeit nicht im Landkreis Mittelsachsen existieren. Der Verein „Kreatives Sachsen“ bietet zwar ein solches Angebot an, bedient jedoch nicht den Landkreis Mittelsachsen. Ebenso wurde im bisherigen Projektverlauf mit dem Verein „Kreatives Sachsen“ kooperiert und bereits eine Veranstaltung in Kooperation durchgeführt. Diese Kooperation soll bei Inbetriebnahme des Netzbüros weiter ausgebaut werden. Des Weiteren bleibt zu erwähnen, dass bestehende Strukturen genutzt und unterstützt werden sollen und keine Konkurrenz zu diesen bereits bestehenden Angeboten durch die Immobilie „Huthaus“ geschafft werden soll.

In Hinsicht auf zukünftige Tätigkeiten und Geschäfte der Akteure, die sich in der Immobilie „Huthaus“ ansiedeln, ist je nach Branchenzugehörigkeit von einer stärkeren oder minderen zukünftigen Konkurrenzsituation auszugehen. Dagegen erwartet Vorhaben, die eine touristische Verknüpfung beinhalten, eine geringe Konkurrenzsituation, da das Angebot wahrscheinlich spezifisch auf den Bergbaukomplex Muldenhütten zu geschnitten ist. Im Bergbaukomplex Muldenhütten existiert derzeit keine touristische Einrichtung oder Einzelhandel mit kulturellen, kreativen, historischen oder touristischen Bezug.



7.6. Entwicklung des Geschäftsumfeldes

Im Rahmen des Projektvorhabens ist es angedacht eine enge Verknüpfung der bereits bestehenden Strukturen und des neu geschaffenen Netzbüros und Anlaufpunktes für Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft, welche vor Ort und in Umgebung der Projektimmobilie tätig sind, zu schaffen. Wie bereits im vorherigen Kapitel 7.5 beschrieben, sollen die Vorhaben im Rahmen von REFREsh die bereits bestehenden Strukturen ergänzen und keine Konkurrenzsituation schaffen. Dafür ist es angedacht ein Netzbüro in der Immobilie „Huthaus“ einzurichten. Dieses Netzbüro soll eine Anlaufstelle für Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft darstellen sowie Verknüpfungen von bestehenden landesweit ansässigen Vereinen, Institutionen und Programmen unterstützen. Ebenso soll dieses Netzbüro Verknüpfungen von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft unter sich aber auch mit externen Sektoren der Wirtschaft fördern und gegebenenfalls vermitteln. Dafür ist es wichtig, dass das Netzbüro vorerst eng mit den bestehenden Strukturen zusammen arbeitet und in seinem Angebot unterstützend wirkt und keine Konkurrenz zu bestehenden Angeboten anderer Vereine oder Institutionen schafft. Daher ist frühestmöglich eine Kooperation mit dem Verein „Kreatives Sachsen“, welche in diesem Falle die einzig bestehende regional aktive Institution für Kultur- und Kreativwirtschaft darstellt, anzustreben. Darüber hinaus sind Kooperationen mit der Industrie- und Handelskammer Chemnitz, Regionalkammer Mittelsachsen sowie der Stadt Freiberg und dem Landkreis Mittelsachsen als essentiell für ein erfolgreiches Netzwerk sowie eine zielgerechte Zusammenarbeit anzusehen, siehe Abbildung 21: Potentielle Kooperationen mit bestehenden Institutionen im Raum Freiberg.

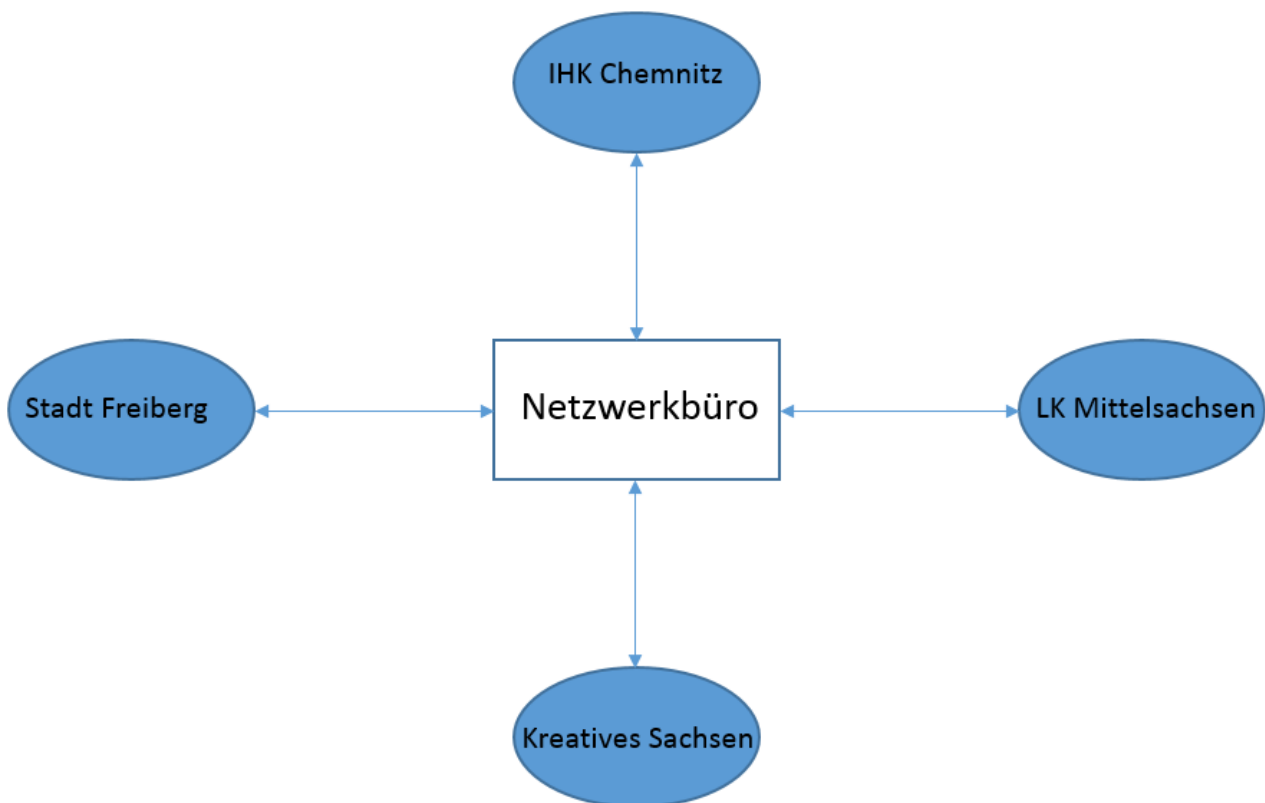


Abbildung 21: Potentielle Kooperationen mit bestehenden Institutionen im Raum Freiberg



Langfristig ist sowohl ein enger Austausch aber auch eine Kooperation und Unterstützung mit Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft seitens des in der Immobilie „Huthaus“ einzurichtenden Netzwerkbüros anzustreben. So können regelmäßige Veranstaltungen in der Immobilie „Huthaus“ oder auch an externen Standorten dazu beitragen, dass ein Netzwerk von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft entsteht. Darüber hinaus sollten diese Veranstaltungen als Plattform zum Austausch innerhalb der Akteure dienen, um Synergien innerhalb der Branche zu identifizieren und zu fördern. Das Netzwerkbüro kann an dieser Stelle die Rolle als Organisator und Verknüpfungspunkt bzw. Vermittlungspunkt darstellen. So ist es angedacht die Akteure mit ihren Anliegen an die richtigen Institutionen bzw. Ansprechpartner zu vermitteln und frühzeitig auf potentielle Schwierigkeiten und Möglichkeiten hinzuweisen. Neben dieser Rolle als Vermittler, ist es ebenso eine Unterstützung hinsichtlich Förderanträgen und dem Genehmigungsmanagements im Rahmen von Workshops oder Veranstaltungen realisierbar. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass das Netzwerkbüro Akteure sowie potentielle Akteure an die korrekten Ansprechpartner in den bestehenden Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft weiterleitet und das Netzwerk innerhalb der Branche stärken soll.

7.7. Zeitplan der Entwicklungen

Tabelle 13: Zeitliche Übersicht - Huthaus

	Semester 4	Semester 5	Semester 6	01.07.2020 - 31.12.2020
Vorplanung				
Baumaßnahmen				
Ausstattung/Möblierung				
Öffentlichkeitsarbeit				
Pilot Action				

Die zeitliche Anordnung der Projektschritte steht dabei in deutlicher Abhängigkeit zum Verlauf des Genehmigungsmanagements. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass



8. Strategie der regionalen Kultur- und Kreativwirtschaft

8.1. Organisatorische und operative Grundlagen

Wie bereits im vorherigen Kapitel, siehe Kapitel 7, beschrieben wurde, ist es essentiell keine Konkurrenz zu bestehenden Strukturen innerhalb der Branche Kultur- und Kreativwirtschaft zu schaffen. Somit ist das Ziel bestehende Strukturen und Akteure in das Vorhaben einzubeziehen und ihnen eine weitere und ergänzende Plattform zu schaffen.

Im ersten Schritt soll ein Netzwerkbüro in der Immobilie „Huthaus“ eingerichtet werden. Dieses kann bereits bestehenden Institutionen und Vereinen, wie beispielsweise „Kreatives Sachsen“, dazu dienen Beratungstermine, Workshops und auch Veranstaltungen in der Region durchzuführen. Eine dauerhafte und unabhängige Besetzung des Netzwerkbüros ist anfangs nicht geplant, aber perspektivisch durchaus als wünschenswert anzusehen. So könnte zukünftig ein Modell initialisiert werden, in welchem das Büro einmal monatlich besetzt ist und Sprechstunden anbietet. Eine dauerhafte Besetzung in Form von einer täglichen Sprechstunde ist aufgrund der Finanzierung als auch der vorerst geringeren Nachfrage seitens der Akteure nicht als sinnvoll anzusehen. Neben dieser geplanten Besetzung und Nutzung des Netzwerkbüros durch bestehende Institutionen und Vereine, ist ebenfalls eine Kooperation mit der Stadt Freiberg und dem Landkreis möglich, die wiederum das Büro durch jeweilige Ansprechpartner der Branche temporär besetzen können. Ebenso ist eine Kooperation mit ansässigen Akteuren innerhalb der Immobilie „Huthaus“ möglich. So können beispielsweise ansässige Akteure, die in der Immobilie „Huthaus“ tätig sind, das Netzwerkbüro ebenso betreiben. Diese Alternative ist jedoch stark vom jeweiligen Akteur abhängig. So ist dieses Vorhaben beispielsweise für Akteure aus dem Tourismusbereich oder Vereinsbereich denkbar. Als priorisierendes Vorhaben ist diese Möglichkeit jedoch nicht anzusehen. Neben diesen Möglichkeiten ist es angedacht einerseits für die Vermietung und Verwaltung sowie andererseits für die telefonische Besetzung des Netzwerkbüros die Strukturen der SAXONIA zu nutzen. Im Anschluss an das Projekt REFREsh könnte so das ehemalige Projektteam der SAXONIA telefonische Anfragen entgegennehmen und das Netzwerk durch Veranstaltungen oder Workshops unterstützen. Für dieses Vorhaben sind jedoch weitere Fördermöglichkeiten zu eruieren, um laufende Personalkosten und vor Allem Finanzierungen für Veranstaltungen oder Workshops zu realisieren. Dies ist beispielsweise über das Regionalbudget Mittelsachsen denkbar.

Möglichkeiten der Besetzung des Netzwerkbüros:

- **Modell 1:** Temporäre Besetzung durch bestehende Institutionen, Vereinen, Stadt Freiberg und/oder Landkreis Mittelsachsen

Vorerst eine Sprechstunde pro Monat oder Quartal in der die bestehenden Strukturen zur Sprechstunde einladen. Dabei sollen Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie potentielle bzw. zukünftige Akteure beraten und unterstützt werden. Ebenso ist eine Verbindung mit Workshops oder Veranstaltungen inklusive Vorträgen und Begehungen verschiedener Örtlichkeiten denkbar.

Eine dauerhafte Besetzung des Netzwerkbüros ist dabei nicht angedacht. Über eine Webseite und telefonische Weiterleitung zur SAXONIA könnten Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft an Ansprechpartner bzw. bestehende Strukturen außerhalb der Sprechstunde vermittelt werden sowie die Verwaltung und Vermietung der Immobilie „Huthaus“ durchgeführt werden. Personalkosten wären dabei über die SAXONIA zu tragen bzw. über Fördermöglichkeiten zu finanzieren.



- **Modell 2:** Temporäre Besetzung durch Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft, die in der Immobilie „Huthaus“ ansässig sind

Dieses Modell ist nur realisierbar, wenn der jeweilige Akteur die notwendigen Kompetenzen aufweist. Akteure, wie Tourismusverbände, Museen, Vereine oder ähnliches würden sich für dieses Modell anbieten. Eine Sprechstunde kann, wie im Modell 1 monatlich oder seltener terminiert werden. Eine enge Zusammenarbeit mit der SAXONIA und den bestehenden Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie beispielsweise „Kreatives Sachsen“ oder der Stadt Freiberg, sind dabei jedoch essentiell.

Eine dauerhafte Besetzung des Netzwerkbüros ist dabei nicht angedacht. Über eine Webseite und telefonische Weiterleitung zum jeweiligen ansässigen Akteur und zur SAXONIA könnten Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft an Ansprechpartner bzw. bestehende Strukturen außerhalb der Sprechstunde vermittelt werden sowie die Verwaltung und Vermietung der Immobilie „Huthaus“ durchgeführt werden. Personalkosten wären dabei über die SAXONIA sowie den ansässigen Akteur zu tragen bzw. über Fördermöglichkeiten zu finanzieren.

- **Modell 3:** Temporäre Besetzung durch die Stadt Freiberg und/oder den Landkreis Mittelsachsen

Vorerst eine Sprechstunde pro Quartal in der die Stadt Freiberg und/oder der Landkreis Mittelsachsen zur Beratung einladen. Organisation und Durchführung können in diesem Modell über die SAXONIA laufen. Die Stadt Freiberg und/oder der Landkreis Mittelsachsen laden offiziell ein und bieten den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihrer Expertise Unterstützung an.

Dabei sollen Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie potentielle bzw. zukünftige Akteure in ihren Anliegen beraten und unterstützt werden. Ebenso ist eine Verbindung mit Workshops oder Veranstaltungen inklusive Vorträgen und Begehungen verschiedener Örtlichkeiten denkbar.

Eine dauerhafte Besetzung des Netzwerkbüros ist dabei nicht angedacht. Über eine Webseite und telefonische Weiterleitung zur SAXONIA könnten Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft an Ansprechpartner bzw. bestehende Strukturen der Stadt Freibergs und des Landkreises Mittelsachsen außerhalb der Sprechstunde vermittelt werden sowie die Verwaltung und Vermietung der Immobilie „Huthaus“ durchgeführt werden. Personalkosten wären dabei über die SAXONIA zu tragen bzw. über Fördermöglichkeiten zu finanzieren.



8.2. Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerk

8.2.1. Kooperation und Interaktion der Kultur und Kreativwirtschaft mit anderen Branchen

Neben einem Netzwerk innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft soll im Rahmen von REFREsh ebenso eine Kooperation mit den Sektoren Industrie, Handel und Dienstleistung abseits der Kultur- und Kreativwirtschaft angestrebt werden. Vorteilhaft ist dabei, dass bereits Industrie im Bergbaukomplex Muldenhütten, in welcher auch die „Immobilie Huthaus“ lokalisiert ist, vorhanden ist. Ob diese Betriebe für eine Kooperation mit zukünftig ansässigen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft geeignet sind, steht in starker Abhängigkeit der Subbranche, in welcher die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft in und um die Immobilie „Huthaus“ tätig sind. Abseits dieser Industrie dominiert jedoch der Leerstand das gesamte historische Areal im Bergbaukomplex Muldenhütten. Ganz entscheidend für den Verlauf dieses Vorhabens ist bei der Immobilie „Huthaus“ die potentielle Aufnahme in das UNESCO Weltkulturerbe. Sollte die Aufnahme gelingen, ist eine enge Verknüpfung der Immobilie „Huthaus“, den ansässigen Akteuren und des Netzwerkbüros mit der Tourismusbranche zu fokussieren. Dabei können Synergien im tourismusbezogenen Einzelhandels und der Kultur- und Kreativwirtschaft entstehen, die vor Allem von Laufkundschaft bzw. Besuchern des Bergbaukomplexes Muldenhütten profitieren.

Darüber hinaus ist eine digitale Vermarktung des touristischen Standortes sowie der ansässigen Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft und anderer Sektoren zu priorisieren. Dabei könnten Verkaufsbörsen, Anzeigen und Gesuche digital publiziert werden, um intersektorale Kooperationen zu unterstützen. Ebenso ist es wichtig die Branchen abseits der Kultur- und Kreativwirtschaft zu Veranstaltungen und/oder Workshops einzuladen, um einen Austausch zwischen den Branchen zu generieren. Dabei können Synergien, ähnliche Interessen und Lieferbeziehungen identifiziert werden.

8.2.2. Kooperationen zwischen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft

Aufgrund der Verzögerung, die ihren Ursprung in der Problematik hinsichtlich des Genehmigungsmanagements der im Rahmen des Projektes ausgewählten Immobilien haben, ist eine genaue Aussage zu zukünftigen Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft, welche die Immobilie „Huthaus“ beziehen, nicht möglich. Wie bereits im vorherigen Kapitel, siehe Kapitel 8.2.1 dargestellt ist, besitzt der Tourismus aufgrund der potentiellen Aufnahme in das UNESCO Weltkulturerbe das größte Potential. Im Tourismus sowie Einzelhandel mit Bezug zum Tourismus und der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die stärksten Synergien zu erwarten. Ebenso ist die Ansiedlung solcher Akteure in der Vermarktung der Immobilie deutlich priorisiert, siehe Kapitel 7.5. Aussagen zu gemeinsamen Lieferanten, Produktionsketten oder anderer Synergien sind in der derzeitigen Situation nicht realistisch.

Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass im Falle der Aufnahme des Bergbaukomplexes Muldenhütten samt der Immobilie „Huthaus“ in das UNESCO Weltkulturerbe horizontale Kooperationen und Synergien im Bereich des Tourismus entstehen werden.

8.3. Produktions-, Verkaufs-, und Geschäftsumfeld

8.3.1. Möglichkeiten zum Aufbau kreativwirtschaftlich ausgerichteter Wertschöpfungsketten

Im Falle der Aufnahme des Bergbaukomplexes Muldenhütten samt der Immobilie „Huthaus“ in das UNESCO Weltkulturerbe, sind neben dem Tourismus die Subbranche des Kunsthandwerkes und des Kunstmarktes die zu priorisierenden Subbranchen. Bei erfolgreicher Ansiedlung von Akteuren dieser beiden Subbranchen, ist eine Kooperation in Form von Wertschöpfungsketten und anderweitig horizontalen Kooperationen sehr wahrscheinlich. Eine hohe Dichte an Besuchern und Interessierten zum Thema Bergbau wird das Areal rund um den Bergbaukomplex Muldenhütten samt Immobilie „Huthaus“ interessant für Akteure des Kunsthandwerkes und des Kunstmarktes machen. Veranstaltungen und Workshops wären in diesem Falle zu organisieren, um gemeinsam mit den jeweiligen Akteuren eine enge Verbindung zum Tourismus herzustellen und den Standort so attraktiv wie möglich zu gestalten. Gemeinsame Werbeplattformen, Anzeigen, Fyler, Ausstellungen, Workshops, Veranstaltungen sowie digitale Vermarktung können die Akteure in ihrem Absatz unterstützen und horizontale Synergien optimieren.

8.3.2. Effektives Marketing-System der Kultur- und Kreativwirtschaft

Der vorgesehene Marketingmix entspricht dem „7Cs Compass Model“, welches auf dem 4Cs Model nach Koichi Shimizu aufbaut. In der folgenden Abbildung, siehe Abbildung 22: 7Cs Modell, Quelle: Slidemodel.com/templates; 2019 , ist das Model grob dargestellt.

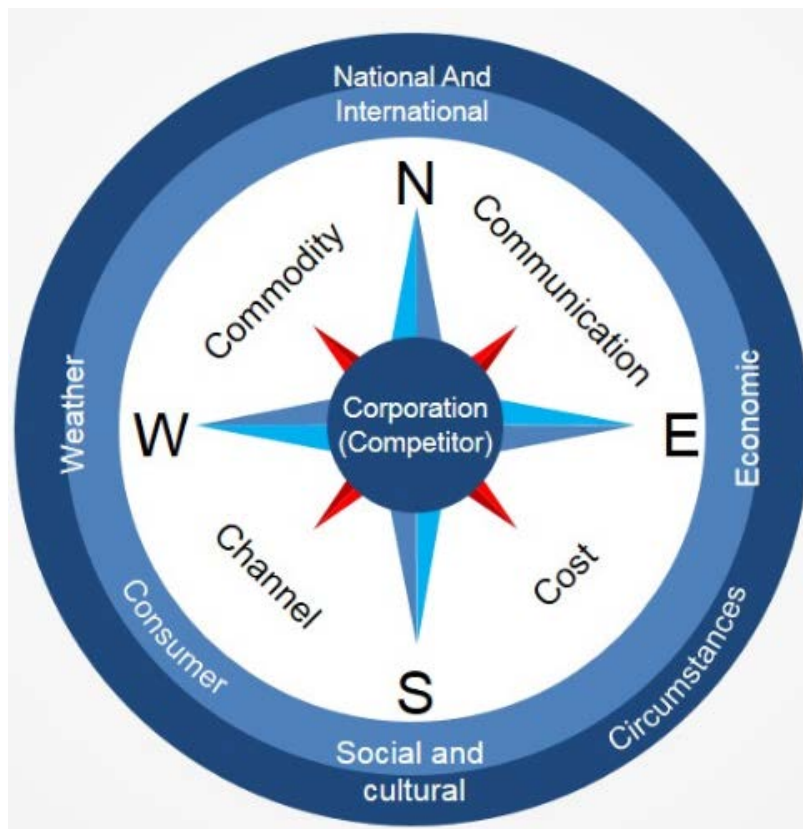


Abbildung 22: 7Cs Modell, Quelle: Slidemodel.com/templates; 2019



Interessant sind dabei die Achse „Corporation“ und die Ausrichtung auf die „Circumstances“, die neben „Social and cultural“ und „Economic“ den Süd-Osten des Kompasses definieren. Dieses Model entspricht am ehesten der Eigenschaften und Hintergrund des Projektvorhabens an der Immobilie „Huthaus“. Die Ausrichtung und Verwaltung des Marketings der Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. des Vorhabens an sich soll aus dem Netzbüro heraus koordiniert werden. Dies entspricht der zentralen „Corporation“. Ebenso ist die Ausrichtung des Marketings stark abhängig von den äußeren Umständen sowie des kulturellen und kreativen Angebots. Dies wiederum entspricht „Social and cultural“, „Circumstances“ und „Economic“.

8.3.3. Trends, Nischen, Veränderungen, Risiken und Reaktionen des Marktes

Die zukünftigen Trends der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen für eine Entwicklung und Revitalisierung des Standortes Immobilie „Huthaus“ und auch den Raum Freiberg genau beobachtet werden, um potentielle Risiken aber auch Nischen des Marktes frühzeitig identifizieren zu können. Aufgrund der noch minderen Datenlage zum Landkreis Mittelsachsen, ist es derzeit nur möglich Aussagen zu Entwicklungen des Bundesland Sachsen zu treffen. Insgesamt lässt sich zusammenfassen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft ein Wachstum verzeichnet, siehe Kapitel 5. In Sachsen sticht speziell das Kunsthandwerk heraus. Mit 2,4 % der Gesamtwirtschaft war es im Jahr 2015 stark vertreten und nimmt damit im ostdeutschen Vergleich die Spitzenposition ein. Dieser Subbranche sowie dem damit verbundenen Tourismus soll im Rahmen des Projektvorhabens eine weitere Plattform geschaffen werden. Das Risiko dabei ist, dass der Absatz in dieser Subbranche stark vom Tourismus und der damit verbundenen Laufkundschaft verknüpft ist. Im Falle der Immobilie „Huthaus“ steht dieser Absatz und überhaupt die Ansiedlung dieser Subbranche an der Immobilie selbst in starker Abhängigkeit zur potentiellen Aufnahme in das UNESCO Weltkulturerbe, welche sich in der 28 Kalenderwoche 2019 entscheidet.

Unabhängig von der Aufnahme in das UNESCO Weltkulturerbe sollte eine langfristige Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen der Region angestrebt werden. So könnten beispielsweise vermehrt Aktivitäten der ansässigen Hochschule in der Immobilie „Huthaus“ angestrebt werden. Die Immobilie könnte dabei als Ausgangspunkt für Exkursionen oder Workshops dienen. Dies könnte auch abseits des Tourismus das Areal rund um die Immobilie und den historischen Bergbaukomplex Muldenhütten weiter beleben und folgerichtig das Areal attraktiver für Besucher und Kreative machen.