

Kleine Anfrage der Fraktion der SPD

Wie unterstützt Bremen das Innovations- und Kreativwirtschaftszentrum „Creative Hub Bremen“

Creative Hubs sind eine neue Form der Innovations- und Kreativwirtschaftsförderung und ein Mittel der modernen Standortpolitik. Durch neue Formen des Arbeitens und der Kooperation sowie durch die Zusammenführung der regionalen Kreativ- und Innovationswirtschaft, fungieren Creative Hubs gleichzeitig als Innovationszentren und als Orte für den kreativen und kulturellen Austausch.

Mit dem Creative Hub Bremen, der von Visionskultur gUG entwickelt wurde und betrieben wird, verfügt Bremen über eine ebensolche innovative Form der Wirtschaftsförderung und Standortpolitik. Das deutschlandweite Alleinstellungsmerkmal: Er ist ein Kreativ- und Innovationszentrum für über 300 Projekte aus über 30 Arbeits- und sieben Clusterbereichen. Der Creative Hub begleitet diese Projekte von der „groben“ Idee bis hin zur Gründung und berät beziehungsweise coacht sie, sodass sie sich zukünftig selbständig außerhalb des Kreativ- und Innovationszentrums weiterentwickeln. Neben den circa 150 Projekten, die im Rahmen der Förderung einen festen, kostenlosen Raum zur (Weiter-)Entwicklung ihrer Projekt- und Unternehmensideen erhalten, stehen allen erwähnten 300 Projekten, kostenlos Unterstützungsangebote zur Verfügung. Sie umfassen unter anderem Beratung, Coaching, Unterstützung beim Marketing, Fördermittelakquise sowie Vernetzung mit verschiedenen Akteuren Bremens (zum Beispiel Hochschulen, städtischen Gründungsangeboten und Unternehmen). Außerdem haben alle Projekte kostenlosen Zugang zu Räumen wie (unter anderem) Workshop- und Konferenzräumen, einer Bühne und einem Podcastraum. Der Creative Hub Bremen bietet dabei weit mehr als die herkömmliche Raumförderung und Beratung. Er ist ein „Save Space to create“. Durch den niedrigschwelligen Zugang und die Projektbegleitung, wird Start-Ups und Projekten ermöglicht, ihre Ideen auszutesten und sich in einer Simulation von Marktverhältnissen Feedback durch andere Gründer:innen einzuholen. Dadurch können junge Unternehmen ihre Produkte revidieren und optimieren. Gleichsam schafft das Creative Hub Bremen durch den stetigen Austausch unter den Projekten, dass sich neue Projektpartnerschaften bilden.

Das Creative Hub ist dabei nicht nur ein Innovationstreiber, sondern ein Impuls für die regionale Fachkräftegewinnung und damit ein Mittel, um dem bevorstehenden demographischen Wandel zu begegnen. Weiche Standortfaktoren sowie Möglichkeiten zur kreativen Entfaltung haben in jüngeren Generationen zugenommen und Zugänge zu kreativen Communities und Wissen haben einen höheren Stellenwert. Zudem bevorzugen junge Fachkräfte in der Wohnorts- beziehungsweise Standortwahl Orte, die über ein florierendes und offenes kreatives Milieu verfügen – also eine vernetzte Szene von kreativen Akteuren, die mit ihrem Umfeld interagiert. All dies bietet der Creative Hub Bremen. Er zeigt bereits Wirkung bei der Gewinnung von jungen Gründer:innen und Fachkräften, da über 65 Prozent der Projekteteiligen im Creative

Hub im Alter von 18 bis 36 sind. Die Verfügbarkeit von Fachkräften und Innovationsclustern wird darüber hinaus bremischen Unternehmen entscheidende Standortvorteile bieten.

Aufgrund des Konzepts zeigt der Creative Hub viel Anklang unter den Gründungsinteressent:innen und kann einige Erfolge vorweisen. Für das Förderprogramm des Creative Hub gingen im Jahr 2021 378 Bewerbungen innerhalb der zweiwöchigen Bewerbungsphase ein, von denen 150 für eine feste Raumförderung ausgewählt wurden. Unter den Bewerbenden befanden sich auch Projekte aus der Schweiz und Dänemark. Im gleichen Jahr fanden zudem 294 Erstberatungsgespräche und Projektbegleitungsgespräche sowie über 120 öffentliche Veranstaltungen und Workshops statt. Weiterhin gab es im letzten Jahr drei Clusterveranstaltungen mit jeweils über 500 Besuchenden, 225 Social Media Posts und 20 Pressebeiträge. Zudem entstanden aus den Projekten des Creative Hub Bremen allein 2021 32 Neugründungen und 30 neue Arbeitsplätze. Zu den erfolgreichen Projektrealisierungen des Creative Hub zählen (unter anderem) die IDA GmbH, die Chatbots entwickeln und Beratung zu Künstlicher Intelligenz anbieten, und die Nution GmbH, die durch das Creative Hub Produktreife für ihre Nahrungsmittelprodukte erlangt haben. Zu nennen sind auch Start-Ups und Kooperationspartner wie Equihub UG, Inklusive WG e. V., Documentary Design, Social Impact gGmbH und CoBenefit UG. Auch Honupu wird vom Creative Hub gefördert, das plastikfreie Lebensmittelbehälter herstellt. Das Creative Hub ist somit ein besonderes Merkmal des Leuchtturmprojekts der Bremer Innovationsförderung.

Auf Initiative der Fraktion der SPD hat die Koalition im Rahmen der Haushaltsverhandlungen auch für die Jahre 2022 und 2023 Mittel zur Unterstützung des Creative Hubs eingestellt. Die Mittel des Creative Hub befinden sich im Haushalt der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa unterstützt. Der Großteil, circa 63 Prozent, kommt dabei aus den Gestaltungsmitteln der Fraktion der SPD. Das Ressorts der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa fördert dabei besonders den „Projektinkubator im Creative Hub“. Weiterhin unterstützt die GEWOBA das Kreativ- und Innovationszentrum finanziell und im Bereich der Raumförderung. So unterstützt die GEWOBA den Creative Hub durch das Anbieten von Räumlichkeiten und übernimmt die Mietnebenkosten für die Dauer der Zwischenmiete. Nach der Anfangsphase im ehemaligen Bundeswehrhochhaus ist es nun im Rahmen einer zeitlich begrenzten Zwischennutzung in der ehemaligen Professor Hess Kinderklinik untergekommen. Problematisch ist dabei, dass die Zwischennutzung zeitnah endet und bisher noch keine Anschlusslösung gefunden wurde. Um das bremische Spezifikum „Creative Hub Bremen“ zu halten und zu einer festen Institution in der Gründerszene Bremens weiterzuentwickeln, muss mit städtischer beziehungsweise senatorischer Unterstützung eine Dauer- beziehungsweise eine längerfristige Lösung gefunden werden. Weiterhin werden vor dem Hintergrund des prognostizierten demographischen Wandels und dem Fachkräftemangel für das Land und die Stadt Bremen das Standortmarketing und die Außenwerbung zukünftig immer wichtiger. Der Creative Hub bietet einen Anziehungspunkt für Gründer:innen und junge Fachkräfte, ist aber im Moment noch nicht in das Standortmarketing beziehungsweise in die Außenwerbung eingebunden. Dabei ist die kostenfreie Bereitstellung von Räumen in Verknüpfung mit der intensiven Projektbegleitung und der kooperativen Form des Austausches und der Entwicklung im Vergleich zu Metropolen wie Köln, Hamburg, München und Berlin ein Alleinstellungsmerkmal Bremens. Wie erwähnt, findet es großen überregionalen Anklang. Die langfristige Unterstützung und Weiterentwicklung des Creative Hub ist eine Win-win-Situation für alle Beteiligten.

Wir fragen den Senat daher:

1. Für welche Maßnahmen sollen die Mittel verwendet werden, die im Haushalt für den Creative Hub eingeplant wurden? Wie gestaltet sich der zeitliche Umsetzungsplan?

2. Wie lange stehen dem Creative Hub Bremen die aktuellen Räumlichkeiten in der Friedrich-Karl-Straße 54 zur Verfügung? Wie können das Ressort der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa und die GEWOBA den Creative Hub beim Finden und bei der Unterhaltung einer neuen Räumlichkeit im direkten Anschluss an die aktuelle Zwischennutzung unterstützen?
3. Wie unterstützen das Ressort der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa beziehungsweise die öffentlichen Unternehmen Bremens der Creative Hub Bremen abgesehen von der Raumförderung und der finanziellen Unterstützung?
4. Wie kann das Ressort der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa den Creative Hub bei seiner inhaltlichen in Zukunft unterstützen?
5. Ist geplant, den Creative Hub Bremen in das Standortmarketing Bremens einzubinden? Wenn es bisher noch nicht geplant ist, wie kann das Creative Hub in das Standort-Marketing Bremens eingebunden werden?

Volker Stahmann, Arno Gottschalk, Mustafa Güngör und Fraktion der SPD