



magazin

RHEIN-NECKAR FEBRUAR 2011

Gesundheitsmanagement

Mitarbeiter bleiben länger fit

Meinung

Dr. Peter Kurz und Dr. Axel Nitschke beziehen Position

Jubiläum

Engelhorn feiert 120. Geburtstag

KREATIV HOCH ZWEI

Wie in Mannheim die Kreativwirtschaft gefördert wird



Kreativ im Quadrat

Mannheim will für junge Talente attraktiver werden

Sie steht im Fokus der Neuen Wirtschaftspolitischen Strategie der Stadt Mannheim: die Kreativwirtschaft. Zahlreiche neue Projekte sollen die Stadt noch attraktiver machen für Ansiedlungen von Unternehmen, die in den Bereichen Musik, Film oder Design unterwegs sind.

Von **Ulla Cramer**

Im Abspann des Kino-Knüllers „Der Teufel trägt Prada“ bedanken sich die Film-Produzenten bei vier Couturiers für die Ausstattung der Schauspieler: bei Chanel, Prada, Hermès und Schumacher. Mit den internationalen Top-Labels der Branche auf Augenhöhe genannt zu werden, ist ein großer Erfolg für die Mannheimer Modedesignerin Dorothee Schumacher, die in einer umgebauten Kartonagefabrik im Mannheimer Industriehafen ihre Kollektionen entwirft. 90 Mitarbeiter zählt ihr Unternehmen. Ihr exklusives Modelabel ist in den Metropolen der Welt zuhause – in mehr als 40 Ländern und bei über 600 Einzelhändlern sind ihre Modelle zu erwerben. Auch Stars wie Gwyneth Paltrow, Elle MacPherson und Jessica Alba tragen Schumacher-Mode. Das Unternehmen setzt auf Internationalisierung und Expansion. So gibt es neben neuen Shop-in-Shop-Konzepten eigene Monobrand-Stores in Kuwait und Moskau und seit September 2010 ist die Mannheimer Designerin auch mit einem Internet-Shop online.

Dorothee Schumacher hat den Sprung in die Spitzenliga ihrer Branche bereits geschafft, und auch Mannheim ist in Sachen Kreativwirtschaft auf dem Weg nach oben. In einem Städteranking der Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants gemeinsam mit der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“ landete Mannheim bereits 2008 unter den Top Ten der kreativen Städte Deutschlands und Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz ist überzeugt, dass sich Mannheim als Heimat für kreative Menschen positionieren kann und dies auch gelingen wird.

„Wir bieten alle urbanen Vorteile ohne die Nachteile der Mega-Citys“, so seine Einschätzung. Und diese weichen Standortfaktoren sind wichtig, weiß auch Petra Hörmann, Bereichsleiterin Dienstleistungswirtschaft bei der IHK Rhein-Neckar: „Kreative Köpfe lassen sich vorzugsweise in Städten und Regionen nieder, die sich durch Urbanität und Toleranz auszeichnen. Außerdem gibt uns dies die Chance, junge Talente und hochqualifizierte Arbeitskräfte, die in der Metropolregion Rhein-Neckar ausgebildet wurden, enger an die Region zu binden.“

Aufbauen kann Mannheim dabei vor allem auf dem Erfolg des Mannheimer Musik-Modells, das sich mit der Kombination von Popakademie, Existenzgründerzentrum Musikpark und einem Beauftragten für Musik- und Popkultur zu einem der wichtigsten Kompetenznetzwerke in diesem Bereich in Deutschland entwickelt hat – und bei dem auch Mannheims musikalisches Aushängeschild Xavier Naidoo kräftig Geburtshilfe leistete. „Der Musikpark und die Popakademie haben viel dazu beigetragen, Mannheim attraktiver zu machen“, so Hörmann, „ebenso wie die SAP Arena mit ihren zahlreichen sportlichen und kulturellen Events.“

Zum 1. Dezember 2010 hat das Clustermanagement Musikwirtschaft seine Arbeit aufgenommen, das als Abteilung der Musikpark Mannheim GmbH eingerichtet wurde und das „Mannheimer Modell“ um eine vierte Säule erweitert. Rund 600.000 Euro werden bis 2013 für die Arbeit des dreiköpfigen Teams des Clustermanagements zur Verfügung gestellt. Es soll als zentrale Anlauf- und Beratungsstelle Unternehmen, Ansiedlungen und Gründungen



Dorothee Schumacher hat ein exklusives Modelabel etabliert.



Xavier Naidoo ist das Aushängeschild der der Mannheimer Musikszene.



Fotos: Schumacher, Lukac (Musikpark), Gero d (Naidoo)

Die Mode der Designerin Dorothee Schumacher sorgt weltweit für Furore.

Das Existenzgründungszentrum Musikpark ist eine wichtige Säule des Mannheimer Musik-Modells.

im Bereich Musikwirtschaft unterstützen. Die Erfahrungen, die beim Aufbau dieses Bereichs gewonnen worden sind, sollen nun auch weiteren Teilbereichen der Kreativwirtschaft zugute kommen: Zum 1. Dezember 2010 übernahm Sebastian Dresel, bisher Beauftragter für Musik- und Popkultur, die Aufgabe eines Beauftragten für Kultur- und Kreativwirtschaften, die beim Fachbereich für Wirtschafts- und Strukturförderung angesiedelt ist.

Mit zu seinen Aufgaben gehört auch die Begleitung mehrerer Großprojekte, die bereits ihre Schatten vorauswerfen. Ganz oben auf der Agenda steht das neue Kreativwirtschaftszentrum, das im Mannheimer Hafen am Verbindungskanal neben Musikpark und

Popakademie für ein drittes architektonisches Highlight sorgen und das Profil des Stadtteils Jungbusch als Zentrum der Kreativwirtschaft weiter schärfen soll. Auf über 4.500 Quadratmetern Fläche sollen bis zu 200 Arbeitsplätze entstehen, im Jahr 2014 die Eröffnung ge-

Das neue Kreativwirtschaftszentrum soll bis zu 200 neue Arbeitsplätze schaffen

feiert werden. Platz geschaffen für Firmen der Kreativwirtschaft wird in einem Nebengebäude der Kauffmannmühle, einem alten Industriedenkmal aus dem Ende des 19. Jahrhunderts, in dem bereits jetzt IT-Firmen und der Radiosender Sunshine Live residieren, und

im benachbarten Gebäude der Firma Durfer-rit. Die Investitionskosten belaufen sich auf 12,6 Millionen Euro. Schon Anfang 2012 sollen die ersten Mieter in ein stadtteilorientiertes Kreativwirtschaftszentrum einziehen, das „Alte Volksbad“ in der Neckarstadt-West.



Foto: www.jungbuschzentrum.de

Auf dem Areal der Kauffmannmühle im Mannheimer Stadtteil Jungbusch entsteht ein Kreativwirtschaftszentrum.

Was Kreativ-Unternehmer hier gut finden



Am 1. August 2009 gründeten Tobias Heck und Caroline Blagg Cube Films, eine Produktionsfirma für Werbe- und Imagefilme – mit Erfolg. Schon im ersten Geschäftsjahr konnten sie einen Umsatz von 500.000 Euro erwirtschaften. Den Standort Mannheim haben sie für ihre Unternehmensgründung ganz bewusst ausgewählt: „Ein Ballungsraum wie Mannheim birgt großes Potenzial für unsere Arbeit. Wir sehen hier die Chance, mit unserer Expertise die Wirtschaft dazu zu bewegen, Werbefilm-Etats künftig in der Region zu vergeben.“

Mit seinen vielfach ausgezeichneten Bildbänden und Kalendern in außergewöhnlichen Formaten hat sich der Mannheimer Verlag Edition Panorama international einen ausgezeichneten Ruf erworben. Mit seinem neuen Verlagssitz im Quadrat G7 bekennt sich Verleger Bernhard Wipfler explizit zur Quadratestadt. „Wir sehen gerade im Jungbusch und in der westlichen Unterstadt ein erhebliches Potenzial. G7 und H7 sollen besonders kreative Quadrate werden.“

Ins Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar zog im vorigen Jahr auch das Designzentrum Ludwigshafen. Mit der Änderung des Namens in Designzentrum Rhein-Neckar war der Umzug aus dem Ludwigshafener Ernst-Bloch-Zentrum in das Mannheimer Existenzgründungszentrum Musikpark verbunden. „Wir möchten das Designzentrum als zentrale Institution für den Kreativsektor positionieren – den die Stadt Mannheim im Moment sehr unterstützt. Diesen Prozess wollen wir nachhaltig mitgestalten“, so der Vorstandsvorsitzende Stephan Ehringer, Dozent der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim.



Ins Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar zog im vorigen Jahr auch das Designzentrum Ludwigshafen. Mit der Änderung des Namens in Designzentrum Rhein-Neckar war der Umzug aus dem Ludwigshafener Ernst-Bloch-Zentrum in das Mannheimer Existenzgründungszentrum Musikpark verbunden. „Wir möchten das Designzentrum als zentrale Institution für den Kreativsektor positionieren – den die Stadt Mannheim im Moment sehr unterstützt. Diesen Prozess wollen wir nachhaltig mitgestalten“, so der Vorstandsvorsitzende Stephan Ehringer, Dozent der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim.

Ins Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar zog im vorigen Jahr auch das Designzentrum Ludwigshafen. Mit der Änderung des Namens in Designzentrum Rhein-Neckar war der Umzug aus dem Ludwigshafener Ernst-Bloch-Zentrum in das Mannheimer Existenzgründungszentrum Musikpark verbunden. „Wir möchten das Designzentrum als zentrale Institution für den Kreativsektor positionieren – den die Stadt Mannheim im Moment sehr unterstützt. Diesen Prozess wollen wir nachhaltig mitgestalten“, so der Vorstandsvorsitzende Stephan Ehringer, Dozent der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim.



Ins Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar zog im vorigen Jahr auch das Designzentrum Ludwigshafen. Mit der Änderung des Namens in Designzentrum Rhein-Neckar war der Umzug aus dem Ludwigshafener Ernst-Bloch-Zentrum in das Mannheimer Existenzgründungszentrum Musikpark verbunden. „Wir möchten das Designzentrum als zentrale Institution für den Kreativsektor positionieren – den die Stadt Mannheim im Moment sehr unterstützt. Diesen Prozess wollen wir nachhaltig mitgestalten“, so der Vorstandsvorsitzende Stephan Ehringer, Dozent der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim.



Die Erfolge durch die Förderung der Musikwirtschaft sollen auf weitere Bereiche der Kreativwirtschaft übertragen werden.

Foto: Popakademie

Raum für 10 bis 20 Unternehmen und 45 bis 50 Arbeitsplätze bietet das denkmalgeschützte Gebäude aus dem Jahr 1931, das als Wann- und Brausebad schon seit Ende 1988 ausgedient hat. Die ersten Nutzer des Projekts, dessen Umbau rund 1 Million Euro kostet, werden das Quartiermanagement des Stadtteils und Bermudafunk e.V. sein, ein freier Radiosender mit nicht-kommerziellem Programm, dessen Adresse bisher das Kulturzentrum Alte Feuerwache war.

Um zwei Etagen aufgestockt wird die Popakademie – um auf einer zusätzlichen Fläche von 1.600 Quadratmetern Raum zu bieten für die Einführung von zwei Masterstudiengängen „Populäre Musik“ und „Music & Creative Industries“: 6,66 Millionen Euro fließen in die Erweiterung. „Ein wichtiger Schritt, um Mannheim als Standort der Musik- und Kreativwirtschaft zu etablieren“, wie Wirtschaftsbürgermeister Michael Grötsch lobt. Die hohen Investitionen werden auch durch die Fördermittel der EU möglich. 12,4 Millionen Euro fließen aus dem Programm „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ 2007–2013 (RWB) nach Mannheim.

„435 Unternehmen mit rund 6.300 Mitarbeitern in Mannheim sind der Kreativ- und Kulturwirtschaft zuzurechnen, einschließlich der Freiberuflichen kommt man auf über 11.000 Beschäftigte“, zitiert Dr. Wolfgang Miodek, stellvertretender Leiter der Mannheimer Wirtschafts- und Strukturförderung, ein Gutachten der Unternehmensberatung ExperConsult, das im Rahmen der Basiserhebungen für die Neue Wirtschaftspolitische Strategie erstellt wurde. „Bis zum Jahr 2020 möchten wir weitere 1.900 Arbeitsplätze

Mehr als 250 Firmen präsentieren sich auf dem Online-Portal www.c-hub.de

schaffen und eine zusätzliche Bruttowertschöpfung von 124 Millionen Euro generieren.“ Dazu beitragen sollen auch finanzielle Hilfen der Stadt wie das Zuschussprogramm KREATECH, mit dem Klein- und Kleinstunternehmen mit einem Zuschuss von bis zu 25 Prozent zu Sachinvestitionen gefördert werden sowie einen Bonus von bis zu 2.500 Euro für jeden neu geschaffenen Arbeits- oder Ausbil-

Neu im Angebot: Newsletter für die Kreativwirtschaft

Sie interessieren sich für Neuigkeiten und Trends aus der Kultur- und Kreativwirtschaft? Dann abonnieren Sie am besten gleich heute unseren brandneuen Online-Newsletter „Kreativwirtschaft“ unter www.rhein-neckar.ihk24.de/kreativwirtschaft.

Gewusst wie: Veranstaltungsreihe für die Kreativwirtschaft



Neuland hat die IHK Rhein-Neckar auch mit der Veranstaltungsreihe „Kreativwirtschaft im Dialog“ beschritten. Diese soll Kreativunternehmen über Fördermöglichkeiten informieren und den Zugang zu Fremdkapital erleichtern. Außerdem geht es darum, die wirtschaftliche Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft zu fördern und die Metropolregion Rhein-Neckar auch überregional als Kreativ-Region zu etablieren. Bei der Kick-off-Veranstaltung im Dezember haben kompetente Referenten aus Wirtschaft und Verwaltung über Beratungs- und Fördermöglichkeiten, über Ausbildung und Qualifizierung in der Kreativwirtschaft, über den Sinn von Kooperationen und über Kreativwirtschaftsförderung in den Kommunen informiert. Weitere Termine in der Region sind geplant.

ungsplatz erhalten können. Neu ins Leben gerufen wurde auch der Beteiligungsfonds Wirtschaftsförderung Mannheim, der Beteiligungen in einer Größenordnung von 50.000 Euro bis maximal 200.000 Euro ein gehen kann und mit insgesamt 1,5 Millionen Beteiligungskapital ausgestattet ist. Außerdem ist seit einem Jahr das Online-Portal c-hub als Plattform der Branche am Netz. „Ich freue mich, dass bereits über 250 Firmen diese Chance nutzen, sich kostenlos zu präsentieren“, so Dr. Miodek. „Wir möchten auf diese Weise potenzielle Auftraggeber vom großen Potenzial der Branche in Mannheim überzeugen.“

Auf eines legt Wirtschaftsbürgermeister Grötsch jedoch großen Wert: „An erster Stelle steht die Bestandspflege der hier ansässigen Unternehmen. Priorität genießen weiterhin die Kompetenzfelder Energie – und Umwelteffizienz, Produktions- und Prozesstechnologien, Einzelhandel, Automotive, Chemie und Logistik. Hier ist Mannheim traditionell stark.“ Eine Strategie, die durch einen Blick auf die Statistik untermauert wird. Auch wenn Handel, Verkehr und Gastgewerbe zusammen mit dem sonstigen Dienstleistungsbereich inzwischen ca. 68,5 Prozent der rund 165.000 Beschäftigten in Mannheim stellen, ist Mannheim mit rund 40.000 Arbeitnehmern im verarbeitenden Gewerbe nach wie vor ein wichtiger Industriestandort und die Ansiedlung entsprechender Unternehmen wird aktiv unterstützt. „So sind wir sehr stolz, dass es uns gelungen ist, im vorigen Jahr die US-Firma MetoK ote,

weltweiter Branchenführer im Bereich Lackierung und Beschichtungen, nach Mannheim zu holen“, nennt Grötsch ein Beispiel. Dr. Axel Nitschke, Hauptgeschäftsführer der IHK Rhein-Neckar, hält die „Pflege“ der vor Ort ansässigen Unternehmen ebenfalls für sehr wichtig. „Die Industrie bietet nach wie vor mit ihren weltweit gefragten Produkten, ihrer Technologieführerschaft und Innovationskraft die Basis für unseren Wohlstand.“ Nach einer aktuellen Untersuchung des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) bleibt die Branche auch 2011 Wachstumsmotor und wird mit 5 Prozent doppelt so stark zulegen wie die gesamte Wirtschaft und 7 0.000 neue Jobs schaffen.

Nicht immer ist es einfach, in einer Stadt alle Interessen unter einen Hut zu bringen – das ist in Mannheim nicht anders. So ist momentan die im Mannheimer Hafen ansässige Industrie nicht unbedingt glücklich mit den Plänen der Stadt, verstärkt Vergnügungsstätten in der Industriestraße anzusiedeln oder die attraktive Lage am Wasser für Wohnungen zu nutzen. Dies ergab eine Umfrage der IHK Rhein-Neckar. Die Stadt möchte die Themen „Mannheim als Ausgestadt“ und „Wohnen am Wasser“ jedoch gerne vorantreiben – um die Attraktivität Mannheims auch in der Konkurrenz um die „kreativen Köpfe“ zu steigern. Bürgermeister Michael Grötsch ist sicher – es wird eine Lösung geben, mit der beide Seiten leben können. Gespräche zu diesem Thema werden in diesem Jahr fortgesetzt.

So schön kann Werbung sein: Internationales Werbefilmfestival spotlight am 25.3.2011

Das Internationale Werbefilmfestival spotlight, das 2010 erstmals in Mannheim stattfand, wird am 25. März 2011 erneut spannende und kreative Werbefilme von jungen Nachwuchstalenten und etablierten Agenturen vorstellen. Die unterhaltsamsten Spots werden von einer Fachjury sowie direkt vom Publikum im Rahmen der Abendveranstaltung bewertet und mit einem Award geehrt. Die Teilnehmer des Werbefilmfestivals dürfen sich außerdem auf ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm mit Oliver Kalkofe freuen.

Neu ist im Jahr 2011 das „Spotlight-Forum – Top-Kreative im Gespräch“, das am Vor- und Nachmittag des Werbefilmfestivals spotlight im „Haus der Wirtschaft“ der IHK Rhein-Neckar stattfinden wird. Auch in diesem Forum – einer Kooperationsveranstaltung der IHK Rhein-Neckar, der Stadt Mannheim und der FilmCommission Metropolregion Rhein-Neckar – dreht sich natürlich alles um Werbung und um Werbefilme. Das Programm finden Sie ab Ende Februar auf unserer Homepage.

Maimarkt vom 30. April bis 10. Mai 2011:

„Sonderschau Kreativwirtschaft“ geht in die zweite Runde

Eine Halle, rund 50 Aussteller, ein umfangreiches Bühnenprogramm, viele Besucher und neue Kunden: Das ist die Quintessenz der „Sonderschau Kreativwirtschaft“ auf dem Maimarkt 2010. Getreu dem Motto „alles neu macht der Mai(markt)“ fand sich im vergangenen Jahr erstmals die Kreativwirtschaft der Region in einer eigenen Halle zusammen, um einerseits das enorme kreative Potenzial der Metropolregion Rhein-Neckar zu verdeutlichen, andererseits natürlich auch, um neue Kontakte zu erschließen.

Die IHK Rhein-Neckar hat gemeinsam mit anderen Institutionen aus der Metropolregion, unter anderem der Wirtschaftsförderung der Stadt Mannheim, die erste Sonderschau Kreativwirtschaft auf dem Mannheimer Maimarkt initiiert und realisiert und wird sich auch in diesem Jahr wieder aktiv an und in der „Halle der Kreativwirtschaft“ beteiligen. Wer als Aussteller mit dabei sein möchte, kann sich noch bis Ende Februar bei der Mannheimer Ausstellungsgesellschaft anmelden.



„Eine Investition in die Wirtschaft Mannheims“

Von Peter Kurz

Oberbürgermeister der Stadt Mannheim

Die Stadt Mannheim hat die Kultur- und Kreativwirtschaft schon frühzeitig als strategisches Ziel definiert. Mit der Einrichtung der Popakademie Baden-Württemberg, dem Musikpark für Existenzgründer und dem Beauftragten für Musik und Popkultur haben wir bereits zur Jahrtausendwende ein bundesweit einmaliges Modell geschaffen. Derzeit kommt mit dem Clustermanagement Musikwirtschaft eine vierte Säule hinzu.

Wir wollen die zielorientierte Kreativwirtschaftsförderung fortsetzen und haben deshalb die Kreativwirtschaft neben der Medizintechnologie als eins von zwei Kompetenzfeldern innerhalb unserer Neuen Wirtschaftspolitischen Strategie definiert. Dort sind neben der Musik künftig vor allem die Bereiche Film und Rundfunk sowie Design und Fotografie unsere Schwerpunktthemen. Mit dem Bau des Kreativwirtschaftszentrums Jungbusch und

dem Umbau des Alten Volksbades zum stadtteilorientierten Kreativwirtschaftszentrum schaffen wir weitere Räume für Existenzgründer und Kreative in Mannheim. Die städtebaulichen und wirtschaftspolitischen Weichen sind also gestellt.

Mannheim profitiert von der Kreativwirtschaft. Bereits heute haben sich knapp 500 Unternehmen mit über 11.000 Erwerbstätigen in unserer Stadt etabliert. Und die Branche wächst weiter. Perspektivisch erwarten wir für das Jahr 2020 in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Mannheim weitere 1.900 Arbeitsplätze und zusätzliche 124 Millionen Euro Bruttowertschöpfung. Die Förderung der Kreativwirtschaft ist deshalb eine wichtige Investition in die Zukunft Mannheims.



„Es gibt auch Zielkonflikte“

Von Axel Nitschke

Hauptgeschäftsführer der IHK Rhein-Neckar

Eine Meldung ließ aufhorchen: In der Industrie will jeder fünfte Betrieb im Jahr 2011 neue Arbeitsplätze schaffen. Gerade Mannheims Wirtschaft wird vom Produzierenden Gewerbe und von unternehmensnahen Dienstleistungen bestimmt. Die Industrie bietet nach wie vor mit ihren weltweit gefragten Produkten, ihrer Technologieführerschaft und Innovationskraft die Basis für unseren Wohlstand. Schon deshalb muss hiesige Wirtschaftsförderung hier klare Prioritäten setzen.

Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist dazu kein Gegensatz! Diese Branche schafft neben Arbeitsplätzen für Mannheim positives Image und Anziehungskraft für junge, innovative Gründer und für qualifizierte Mitarbeiter: So erhöht sich durch die Pop-Akademie oder den Musikpark, durch national bedeutsame Events wie das Werbefilmfestival „Spotlight“ die Beliebtheit der Stadt. Davon

profitieren Wirtschaftszweige wie z. B. Tourismus und Handel. Und Kreativwirtschaft spielt u. a. beim Thema Design auch direkt eine Rolle für die Industrie.

Aus diesen Gründen forciert die IHK Rhein-Neckar seit mehreren Jahren auch die Kreativwirtschaft – mit dem Einsatz finanzieller Mittel und mit persönlichem Engagement. Die Unternehmen vernetzen wir stärker – z. B. durch „Kreativwirtschaft im Dialog“ als IHK-Veranstaltungsreihe, mit der Halle der Kreativwirtschaft auf dem letztjährigen Maimarkt sowie durch die Förderung des Werbefilmfestivals.

Aber es gibt für Wirtschaftsförderung auch Zielkonflikte, z. B. wenn es um die alternative Nutzung von Gewerbeflächen geht. Die Herausforderung besteht darin, wie im Fall der Industriestraße die Interessen der betroffenen Betriebe in die Planung maßgeblich einzubeziehen. Hier arbeitet die IHK gerne an einem Gesamtkonzept für die zukünftige Entwicklung dieser Stadt mit.