

**Das fünfzehnjährige Bestehen der Hamburg Kreativ Gesellschaft ist ein Jubiläum, kann und sollte vielleicht aber auch ein Moment der Reflexion über die strategische Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft in der urbanen Ökonomie und Gesellschaft sein.**

Denn seit ihrer Gründung vor anderthalb Jahrzehnten hat sich die Hamburg Kreativ Gesellschaft als eine zentrale Säule der Kulturinfrastruktur der Hansestadt etabliert und ist, wie es der Kulturpolitik zuweilen eigen ist, zu einem Referenzmodell über die Landesgrenzen hinaus avanciert. Doch jenseits der offiziellen Feierlichkeiten lohnt sich die fundamentalen Transformationen dieser Institution im Gefüge von Kunst, Kommerz und Politik zu betrachten: was hat die Kreativgesellschaft tatsächlich bewirkt und welche Herausforderungen hält die Zukunft bereit?

Die Einrichtung der Hamburg Kreativ Gesellschaft als hundertprozentige Tochter der Freien und Hansestadt Hamburg im Jahr 2010 markierte ein frühes kulturpolitisches Bekenntnis zur wirtschaftlichen Potenz der Kreativbranche. Senator Dr. Carsten Brosda betont, dass *„Hamburg früh erkannt (hat), welche Bedeutung die Kreativwirtschaft für den Wirtschaftsstandort, aber auch für die Lebensqualität in der Stadt hat. Dieser wachsende Wirtschaftszweig hat häufig ganz eigene Bedürfnisse und Bedarfe.“* Die Kreativ Gesellschaft fungiert dabei als *„Motor, mit dem wir die Kreativen in der Stadt auf ihrem Weg von der Idee zum erfolgreichen Geschäftsmodell unterstützen.“* Diese Mittlerfunktion, wie sie Geschäftsführer Egbert Rühl beschreibt – eine Einrichtung, die *„zudem eine wichtige Funktion als Mittlerin und Übersetzerin zwischen den jeweils sehr besonderen Milieus der Kreativen und den Anforderungen der Verwaltung, der Finanzsphäre, der Immobilienakteure, der Politik und der Kammern ein(nimmt)“* – ist in ihrer Komplexität nicht zu unterschätzen. Der Anspruch, bundesweit als Vorbild für Cross-Innovation-Programme, kreative Immobilienstrategien und Strukturförderung zu dienen, zeugt von einem strategischen Selbstverständnis, das über rein lokale Effekte hinausweist. Rühl ist da auch selbstkritisch: *„Entscheidend bleibt jedoch, dass die Akteurinnen und Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft unsere Angebote nutzen, um sich weiterzuentwickeln. Unsere Aufgabe ist es, diese Entwicklung stets neu zu ermöglichen – mit den richtigen Formaten, zur richtigen Zeit, an den richtigen Orten und immer im engen Austausch mit den Kreativen dieser Stadt.“*

**Wirtschaftsfaktor Kreativwirtschaft**

Die Fakten der Geschäftsberichte unterstreichen die Relevanz der Kreativwirtschaft: Mit rund

zwei Millionen Erwerbstätigen und 204,6 Milliarden Euro Umsatz bundesweit im Jahr 2023, sowie einer Bruttowertschöpfung, die 2022 mit klassischen Industriezweigen wie dem Maschinenbau konkurrierte, ist der Sektor ein signifikanter Wirtschaftsfaktor. In Hamburg selbst tragen über 100.000 Erwerbstätige und 11,4 Milliarden Euro Jahresumsatz zur gesamtstädtischen Wirtschaft bei. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft hat diese Entwicklung durch rund 3.000 Einzelberatungen, über 600 Coachings und etwa 2.000 Veranstaltungen mit mehr als 100.000 Teilnehmenden maßgeblich begleitet. Die Integration von Initiativen wie nextMedia.Hamburg, Gamecity Hamburg und designxport (heute Design Zentrum Hamburg) seit 2018 zeugt von einer konsequenten Konsolidierung der Förderlandschaft, die Effizienz und Reichweite steigern soll. Brosdas Resümee: *„Die Hamburg Kreativ Gesellschaft hat in den letzten 15 Jahren eine großartige Erfolgsgeschichte in und für Hamburg geschrieben.“* Das operative Wirken der Gesellschaft, aufgeteilt in acht Bereiche von Beratung & Weiterbildung bis hin zu Immobilien & Stadtentwicklung, manifestiert sich in einer beeindruckenden Zahl an Aktivitäten. Allein im Jahr 2024 wurden 339 Veranstaltungen mit über 13.500 Teilnehmenden sowie zahlreiche Beratungen und Coachings realisiert. Diese quantitativen Erfolge sind jedoch stets im Kontext der qualitativen Wirkung zu bewerten: Gelingt es, die kreativen Ökosysteme nachhaltig zu stärken und Innovationen nicht nur anzustoßen, sondern auch zu verankern?

Ein Blick auf die Innovationsfelder der Hamburg Kreativ Gesellschaft zeigt eine ambitionierte Agenda. Drei spezialisierte Inkubatoren – Media Lift, Games Lift und Music WorX – zielen darauf ab, Startups gezielt zu fördern, indem sie Mentoring, Workshops und finanzielle Unterstützung mit Branchennetzwerken verknüpfen. Das Weiterbildungs- und Netzwerkprogramm Creative Business Academy 2025–2028 bildet die nachhaltige Entwicklung von Geschäftsmodellen ab. Besonders hervorzuheben ist etwa der SPACE, der Innovationsraum von nextMedia.Hamburg, der auf 630 Quadratmetern in der Speicherstadt einen interdisziplinären Arbeitsort für die Medien- und Digitalbranche schafft. Solche physischen Räume sind zuweilen entscheidend für das Entstehen von Communities und die Förderung von Experimentierfreude – elementare Voraussetzungen für genuin kreative Prozesse.

Der 2016 initiierte Cross Innovation Hub positioniert Hamburg bundesweit als Vorreiter in der branchenübergreifenden Zusammenarbeit zwischen Kreativwirtschaft und klassischen Industriezweigen. Egbert Rühl betont: *„Unsere größten Erfolge zeigen sich dort, wo unsere*

*Arbeit Wirkung weit über Hamburg hinaus entfaltet – wenn wir bundesweit als Vorbild dienen: mit Cross-Innovation-Programmen, kreativen Immobilienstrategien und der Strukturförderung für Teilmärkte. Dass andere unsere Modelle übernehmen, ist die beste Bestätigung für unsere Arbeit.*“ Die Transferleistung kreativen Potenzials in Sektoren wie Luftfahrt, Mobilität oder Gesundheitswesen, gefördert durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), ist ein Indikator für das Verständnis der Kreativwirtschaft als Treiber für breit angelegte Transformationsprozesse. Hier verschwimmen die Grenzen zwischen Kultur- und Wirtschaftsförderung auf fruchtbare Weise, und der Wert der Kreativität wird jenseits ästhetischer Kategorien als Innovationskompetenz begriffen.

### **Alte Schule in der Seilerstraße**

Auch im Bereich der Stadtentwicklung setzt die Kreativ Gesellschaft entscheidende Impulse. Jüngstes Beispiel hierfür ist die Anmietung der historischen Alten Schule in der Seilerstraße 41/43 auf St. Pauli. Dieses um 1888 entstandene, denkmalgeschützte Backstein-Bauwerk, das mit seinen getrennten Eingängen für „Mädchen“ und „Knaben“ und dem geschützten Innenhof eine frühere Bildungsphilosophie widerspiegelt, wird seit dem 16. Juli 2025 zu einem lebendigen Zentrum kreativen Schaffens. *„Mit der jetzt geschlossenen Vereinbarung haben wir eine starke Perspektive für das Objekt im Herzen von St. Pauli gefunden“*, so Finanzsenator und Sprinkenhof Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Andreas Dressel. Dr. Carsten Brosda ergänzt: *„Mit der alten Schule in der Seilerstraße können wir dringend benötigten Raum anbieten, um den Kreativen in der Stadt den Platz zu geben, um ihre Ideen erfolgreich umzusetzen – dazu gehören auch Akteure aus den Sparten Bildende und Darstellende Künste sowie Musik.“* Das sei auch ein *„wichtiges Signal für die Entwicklung St. Paulis“*, das den Stadtteilcharakter bewahrt und die kreativen Szenen stärkt, um *„einen Ort zu schaffen, der durch den gemeinsamen Austausch zu einem neuen Maschinenraum der Kreativwirtschaft werden kann.“*

Mit rund 2.282 m<sup>2</sup> Bürofläche, einer 282 m<sup>2</sup> großen Turnhalle und zusätzlichen Kellerflächen bietet die Alte Schule Raum für mehr als 50 Kreative aus vielfältigen Disziplinen. Design- und Illustrationsbüros, Modeateliers, Schmuck- und Keramikwerkstätten, Fotostudios, Einzelateliers für bildende Künstler\*innen, Proberäume für darstellende Künste sowie Akteur\*innen aus dem Musikbereich wie Tonstudios und Labels werden hier ein neues Zuhause finden. Egbert Rühl hebt hervor, dass dies das *„16. Objekt ist, das die Hamburg Kreativ Gesellschaft aktuell im gesamten Stadtgebiet betreibt, um Arbeitsorte für die*

*Kreativwirtschaft zu schaffen.“ Die Beendigung eines Leerstandes in zentraler Kiezlage sei „ein weiterer Beleg dafür, dass sich diese Nutzungen für alle Seiten lohnen.“ Jan Zunke, Geschäftsführer der Sprinkenhof GmbH, sieht, dass „das gesamte Areal mit seiner lebendigen Nachbarschaft nachhaltig gestärkt, indem die historische Bausubstanz kulturell belebt und weiterentwickelt wird – ein kreativer Ort, der den Stadtteil bereichern wird.“ Projekte wie „Frei\_Fläche“ und die größte kreativwirtschaftliche Zwischennutzung Deutschlands, „Jupiter“ mit über 8.000 Quadratmetern, demonstrieren, wie kreative Zwischennutzungen urbane Räume beleben und neu definieren können. Der Pop-up Raum „Satellit“ und das 2024 eröffnete „Fabric – Future Fashion Lab“ in der Galleria-Passage veranschaulichen die konkrete Bereicherung des Stadtbildes und die Förderung nachhaltiger urbaner Produktion. Die Verlagerung der Aufmerksamkeit auf Erdgeschosszonen, ehemalige Einzelhandelsflächen und die aktive Beteiligung an Quartiersentwicklungen (neben der Seilerstraße auch Diebsteich, Paloma Viertel, Oberhafenquartier) zeigt, dass die Kreativwirtschaft zunehmend als integraler Bestandteil einer vorausschauenden Stadtplanung verstanden wird.*

### **Bilanzielle Leerstelle Harburg**

Doch gerade die Fokussierung auf derartige Leuchtturmprojekte und die wohlklingenden Worte der Senator\*innen und der Geschäftsführung verstellen gerne auch den Blick auf die ungleichmäßige Verteilung der Kreativgesellschaft-Aktivitäten im Stadtgebiet. So bleibt der Hamburger Süden, insbesondere Harburg, von nennenswerten, sichtbar durch die Kreativgesellschaft initiierten Projekten weitgehend unberührt. Die Sprinkenhof GmbH, die nun die Alte Schule in St. Pauli einer kreativen Nutzung zuführt, ist beispielsweise auch für das seit zwei Jahren leerstehende und zentral gelegene Karstadt-Gebäude in Harburg verantwortlich. Obwohl im Kontext dieses prominenten Leerstands immer wieder die Möglichkeit einer kulturellen Zwischennutzung diskutiert wurde, prägt nach wie vor primär der Leerstand das Stadtbild Harburgs – eine Leerstelle in der ansonsten so positiv gezeichneten Bilanz der Raumentwicklung. Die dargelegten Erfolgsgeschichten und Zukunftsvisionen der Akteur\*innen lassen demnach wesentliche Bereiche der Stadt abseits des Zentrums und etablierter Kulturquartiere unbeachtet.

Der Blick nach vorn ist geprägt von der Auseinandersetzung mit Schlüsseltechnologien und der strategischen Allianzbildung. Die kommende AI MEDIA LEADERS Konferenz am 27. November 2025 ist ein Indiz dafür, dass die Hamburg Kreativ Gesellschaft die Herausforderungen und Potenziale Künstlicher Intelligenz in der Branche proaktiv adressiert.

Die Fortsetzung des German Creative Economy Summit 2026 unterstreicht zudem den Anspruch, Hamburg als nationalen Knotenpunkt für den Diskurs und die Vernetzung der Kreativwirtschaft zu etablieren.

Insgesamt zeigt das 15-jährige Bestehen der Hamburg Kreativ Gesellschaft also durchaus eine beeindruckende Entwicklung von einer jungen Fördereinrichtung zu einem etablierten Akteur, der maßgeblich zur Positionierung Hamburgs als Kreativstandort beiträgt. Die Herausforderung für die Zukunft wird darin liegen, die Balance zwischen wirtschaftlicher Effizienz, künstlerischer Freiheit und gesellschaftlicher Wirkung kontinuierlich zu justieren, um die Vitalität dieses dynamischen Sektors nachhaltig zu sichern. Das Engagement für „Stakeholder-Engagement“, eine robuste „Kulturinfrastruktur“ und ein lebendiger „öffentlicher Diskurs“ bleiben dabei die unentbehrlichen Koordinaten ihres Handelns, wobei die Frage nach einer gerechteren spatialen Verteilung der kreativen Impulse in der gesamten Stadt eine kritische Konstante bleiben muss.

## Related Post



Club-Hoffnung im  
Oberhafen-  
Dschungel



„Was lange währt,  
wird endlich gut“



Kampnagel neu  
denken



Spielerische  
Wirtschaftsförderung

