

Co-kreative Innovationsorte in Deutschland

Experimentierräume an der Schnittstelle
von Produktentwicklung, Wissenstransfer
und Netzwerkarbeit

Eine Benchmarking-Studie



TOGO

Co-kreative Innovationsorte in Deutschland

Experimentierräume an der Schnittstelle von
Produktentwicklung, Wissenstransfer und
Netzwerkarbeit

matrix GmbH & Co. KG

Rittergut Haus Morp
Düsseldorfer Straße 16
40699 Erkrath

www.matrix-gruppe.de

Erkrath, 08/2023

Vorwort

Co-kreative Innovationsorte agieren an der Schnittstelle von Produktentwicklung, Wissenstransfer und Netzwerkarbeit als Experimentierräume. Unter solchen Orten werden Innovation Labs, Hubs, Makerspaces, FabLabs, Reallabore, Stadtlabore und weitere Einrichtungen verstanden. Die Gemeinsamkeiten liegen dabei stets im Open Innovation-Ansatz und in der Förderung eines starken Innovationsökosystems. In dieser Studie werden verschiedenste Einrichtungen zur co-kreativen Innovationsförderung – oftmals im technologischen Bereich - in Deutschland vorgestellt, veranschaulicht und verglichen. Anhand von Fallbeispielen und Steckbriefen einzelner Orte wird die Vielfalt an unterschiedlichen Motiven, Themen, Angeboten und Betreibermodellen von Innovationsorten gezeigt.

Durch eine Befragung von über 100 Betreiber:innen deutschlandweit und zusätzlichen Interviews wurden Daten zur Planung, dem Betrieb und der Evaluation erhoben und Gelingensbedingungen analysiert. Auf diesem

Weg soll die Studie zur Planung neuer Innovationsorte inspirieren und Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung von bestehenden Orten liefern. Besonders kommunale Entscheidungsträger:innen können Impulse zur Planung von Innovationsorten in ihrer Kommune oder Region erhalten. Die Studie richtet sich an Betreiber:innen und Mitarbeiter:innen von Innovationsorten, Wirtschaftsförder:innen, Innovator:innen, Maker:innen sowie alle anderen Interessierten.

In dieser Kurzfassung können Sie sich mit den wichtigsten Erkenntnissen aus der Studie vertraut machen. Der ausführliche Bericht und ein eigenes Dokument mit Fallbeispielen bieten zusätzlich die Aufbereitung aller Daten aus der Befragung, theoretisches Wissen, Best Practice Beispiele von Innovationsorten mit Steckbriefen und viele Anwendungsfälle.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und interessante Erkenntnisse!

Ausgangslage und Studiendesign

Arbeitswelten und Innovationsprozesse sind im Wandel: kollaborative, co-kreative Prozesse im Sinne von „Open Innovation“ und „Open Science“ werden verstärkt angewandt. Innovationen finden immer häufiger in Zusammenarbeit verschiedener Gruppen statt, nicht mehr nur organisationsintern.

Im privaten Sektor entstanden Innovation Labs von Unternehmen, die losgelöst vom Alltagsgeschäft innovative Ideen hervorbringen sollen. Die meisten Innovation Labs arbeiten nach folgendem Ablauf: Problemverständnis, Erarbeitung von Lösungsoptionen, Testen, Implementieren und Evaluieren.

Mit der Studie „co-kreative Innovationsorte in Deutschland“ sollen verschiedenste Einrichtungen zur co-kreativen Innovationsförderung in Deutschland vorgestellt, veranschaulicht und verglichen werden. Innovationsorte schaffen eine innovationsfördernde Umgebung, indem sie Informationen, Fachwissen, Software, Hardware und Infrastruktur in Beziehung setzen und für Interessierte in ihren Räumlichkeiten zur Verfügung stellen. Innovationsräume sollten dabei eine Schlüsselrolle bei der Initiierung von Innovationsökosystemen einnehmen.

Es handelt sich um eine Vergleichsstudie, die Gelingensbedingungen sowie gemeinsame und spezifische Herausforderungen herausarbeitet und Handlungsempfehlungen ableitet. Auf diesem Weg soll die Studie zur Planung neuer Innovationsorte inspirieren und wichtige Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von bestehenden Orten liefern.

Im Zentrum der Betrachtung steht das Innovationsökosystem, welches durch den Innovationsort aktiv aufgebaut werden muss und damit wesentlich auf die Ziele des Ortes einzahlt. Es wird von der Grundannahme ausgegangen, dass jeder Innovationsort nur durch ein starkes Innovationsökosystem erfolgreich sein kann.



Infobox

Die **zentralen Thesen**, die es mithilfe der Untersuchung zu überprüfen gilt, sind:

- 1.** Der Innovationsort nimmt eine Schlüsselrolle bei der Initiierung eines regionalen Innovationsökosystem ein.
- 2.** Jeder Innovationsort funktioniert nur mit einem starken Innovationsökosystem.

Zur Durchführung der Studie wurde zunächst eine Eingrenzung der Analyse von Innovationsorten anhand von drei Betrachtungsphasen vorgenommen. Diese sind 1) die Planungsphase des Innovationsortes, 2) der Betrieb und 3) die Evaluation.

Im Zeitraum von November 2022 bis Januar 2023 wurde die Datenerhebung durch eine Befragung mit einem digitalen Fragebogen bestehend aus 34 Fragen und leitfadengestützten Interviews durchgeführt. Es sind 110 Antworten von Innovationsorten aus allen Bundesländern Deutschlands (mit Ausnahme von Bremen) bei der Befragung eingegangen und 12 Innovationsorte wurden interviewt.

Leitfragestellungen

Planungsphase

- Wie können Bedarfe für einen Innovationsort in einer Region ermittelt werden? Welche Rolle spielen dabei regionale und strukturelle Unterschiede?
- Welche Partner:innen sollten in der Planungsphase eingebunden werden?
- Welche Mehrwerte bieten Innovationsorte für Kommunen und Regionen?

Betrieb

- Welche Eigenschaften machen einen co-kreativen Innovationsort aus?
- Was sind erfolgreiche Betreiber- und Finanzierungsmodelle für Innovationsorte? Welche Förderprogramme eignen sich?
- Programmgestaltung: Welche Formate eignen sich für unterschiedliche Zielgruppen und Ausrichtungen?

Evaluation

- Durch welche Mechanismen und Formate tragen Innovationsorte dazu bei, dass ein starkes Innovationsökosystem entsteht?
- Wie definieren bestehende Innovationsorte ihren Erfolg? Welche Erfolgsfaktoren lassen sich aus der Analyse ableiten?
- Wie kann ein Innovationsort langfristig bestehen und nachhaltig sein?

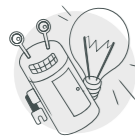
Die Kriterien für einen Innovationsort

Diese Studie hat sich zum Ziel gesetzt, zu untersuchen, welche Arten von Einrichtungen in Deutschland offene Innovationsprozesse fördern und wie co-kreative Zusammenarbeit dabei abgebildet wird. Die Bandbreite an unterschiedlichen Ausprägungen wird mit dem Ausdruck „Innovationsorte“ zusammengefasst.

Ein Innovationsort wird im Rahmen der Studie über folgende Kriterien definiert:



...ein physischer Ort in Deutschland



...mit dem Ziel Innovationen (Ideen, Prozesse, Prototypen, Produkte und mehr) auszuarbeiten sowie das Innovationsökosystem zu stärken



...nach den Prinzipien von Open Innovation und Co-Kreation



...unter dem Einsatz von Innovationsmethoden und Tools



...bei inhaltlicher und programmatischer Gestaltung des Ortes durch die Betreiberorganisation (agile und offene Kuration).

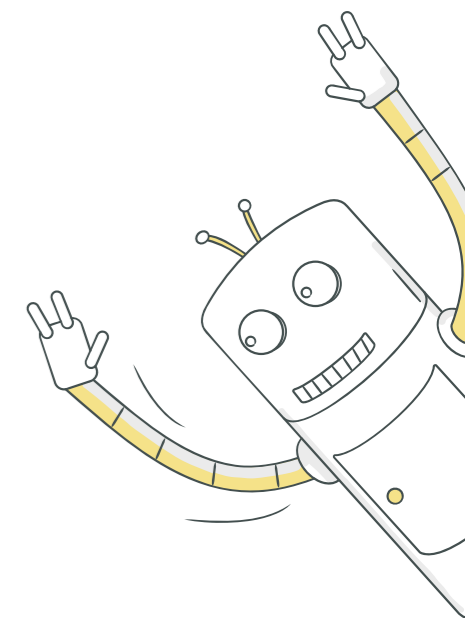
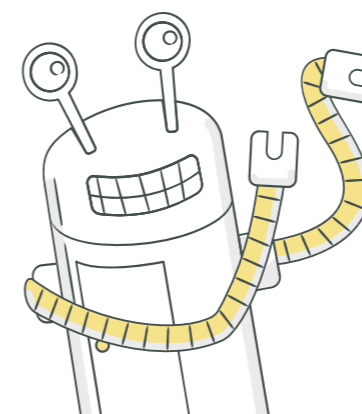
Durch das Kriterium, dass der Innovationsort einen physischen Raum mit innovationsförderndem Raumkonzept beinhalten muss, wurden rein digitale Netzwerke und Hubs nicht in der Studie betrachtet. Auch diese Einrichtungen können ein starkes Innovationsökosystem fördern, unterscheiden sich in der Wirkungsweise aber zu Angeboten mit einem Innovationsraum im Zentrum und wurden daher nicht in der Analyse berücksichtigt.

Der Co-Kreations- und Co-Design-Ansatz betonen dabei das interdisziplinäre Zusammenarbeiten aller Stakeholder auf Augenhöhe. Der Einsatz von Innovationsmethoden kann beispielsweise durch Design Thinking Prinzipien, agile Methoden, Rapid Prototyping oder weitere Methoden abgedeckt werden.

Das letzte Kriterium soll sicherstellen, dass die Innovationsorte sich von einem Coworking-Space abgrenzen und in die-

sem Sinne nicht nur Räumlichkeiten und Ressourcen bereitgestellt werden. Für die inhaltliche und programmatische Gestaltung des Innovationsraums wird in den folgenden Teilen des Berichts auch der Ausdruck Kuration verwendet. Aktives Community-Building und Netzwerkmanagement fördern die Einbindung in ein Innovationsökosystem.

Ausgehend von den festgelegten Kriterien können die Innovationsorte prinzipiell eine Vielzahl an unterschiedlichen Ausprägungen annehmen: Innovation Labs, Innovation Hubs, Gründungszentren, Makerspaces, FabLabs, Offene Werkstätten, City Labs, Reallabore, Living Labs, co-kreative Innovationszentren und weitere. Diese Experimentierräume an der Schnittstelle von Produktentwicklung, Wissenstransfer und Netzwerkarbeit gilt es in der Studie zu typologisieren und Überschneidungen sowie Unterschiede in der Ausrichtung zu finden.



Wie viele Innovationsorte gibt es in Deutschland?

270

Innovations-, Technologie- und Gründerzentren vertritt der Bundesverband der Innovationszentren (BVIZ) durch seine Mitglieder in Deutschland (BVIZ, 2023)

466

offene Werkstätten können über den Verbund offener Werkstätten gefunden werden (Verbund Offener Werkstätten, 2023).

60

aktive FabLabs in Deutschland (Fab Foundation, 2023; Fablab.io, 2023) umfasst das weltweite Netzwerk der FabLabs von über über 2.000 Labs in über 120 Ländern. (Fab Foundation, 2023; Fablabs.io, 2023).

70

Reallabor-Projekte und mehr sind im Netzwerk Reallabore der Nachhaltigkeit in Deutschland aufgelistet (Netzwerk Reallabor, 2023).

Stand: Mai 2023

Typologie der Innovationsorte

Zur Einordnung der Innovationsorte wurden im Rahmen der Studie verschiedene Typen betrachtet. Entsprechend dem thematischen Fokus von co-kreativen Innovationsprozessen wird die Offenheit des Innovationsprozesses als Kriterium zur Einordnung verwendet.

In Abbildung 1 sind die Innovationsorte je nach Ausrichtung eingezeichnet. Zweck, Themen, Zielgruppen, Angebote und Betreibermodell können sich bei den unterschiedlichen Typen stark unterscheiden.

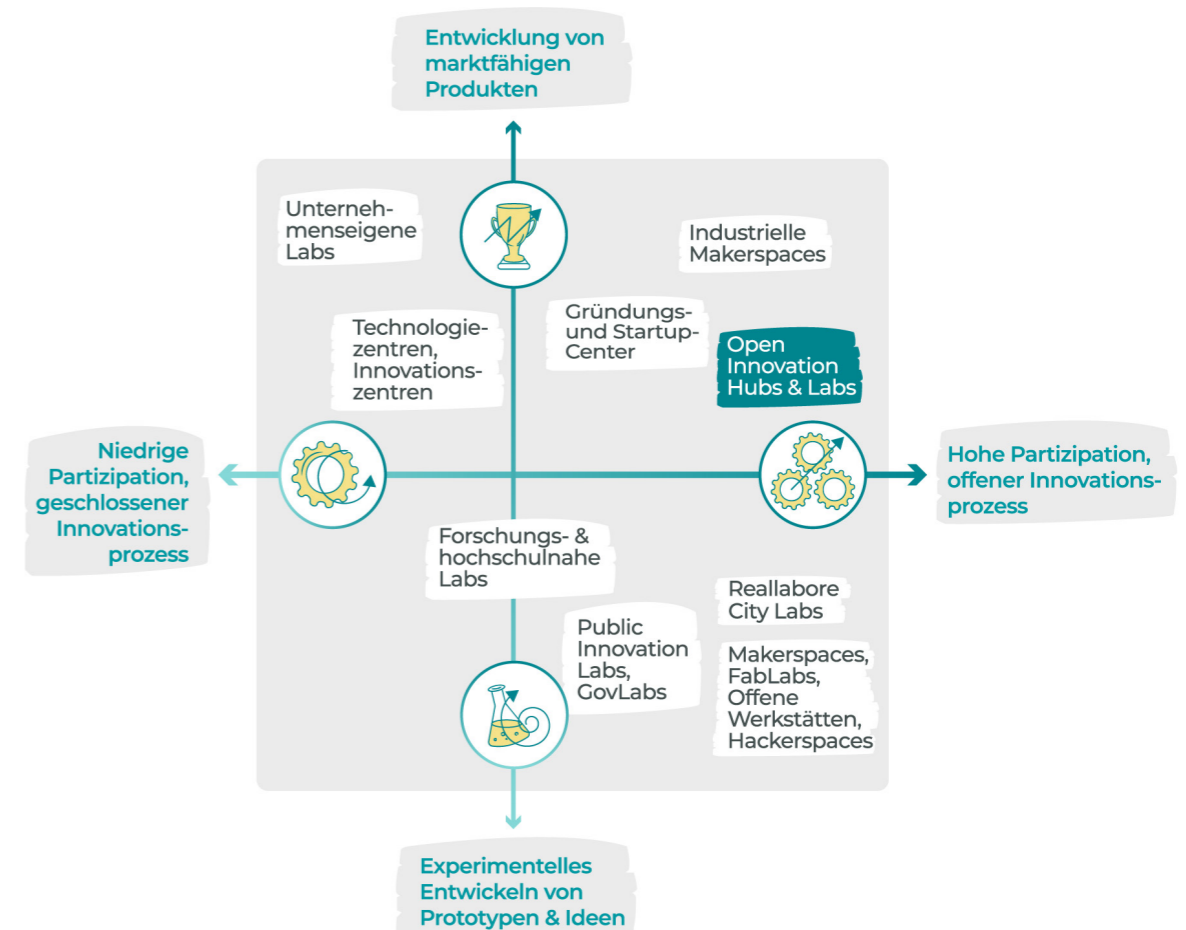


Abbildung 1: Typologie der Innovationsorte

Ergebnisse & Handlungsempfehlungen

Im Allgemeinen sollten folgende Themen bei der Planung eines Innovationsortes schrittweise berücksichtigt werden:

1. Bedarfsanalyse
2. Strategische Positionierung und Zielbild
3. Nutzungskonzept und Programmgestaltung
4. Betriebsmodell und Finanzierungskonzept
5. Raumkonzept und Ausstattung
6. Umsetzung und Test
7. Community-Strategie

Infobox

Im Folgenden werden Erfolgsfaktoren für Innovationsorte aufgeführt, welche aus den zentralen Ergebnissen und Handlungsempfehlungen der erhobenen Daten abgeleitet wurden. Sie sollen möglichst für alle Innovationsorte angewandt werden können und sich nicht nur auf bestimmte Typen beziehen.

Dabei kann ein externer Dienstleister bzw. ein Beratungsunternehmen den Prozess strukturieren, die nötige Expertise einbringen und damit die Planungsphase zum Erfolg führen.

Neun Erfolgsfaktoren

1. Aufbau einer starken Community (Innovationsökosystem)
2. Integration in bestehende Strukturen und Ökosysteme
3. Sichtbarkeit bei potenziellen Nutzer:innen und Partner:innen durch gezieltes Marketing erhöhen
4. Co-kreatives Arbeiten aktiv fördern
5. Kuration mit Nutzung eines agilen Methodensets
6. Eine solide finanzielle Planung über Grundfinanzierung, Erträge und zusätzliche Finanzierungsquellen
7. Förderprogramme nutzen, aber auch ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell entwickeln
8. Das Potenzial von Innovationsorten im ländlichen Raum nutzen
9. Räumlichkeiten und Ausstattung flexibel und modular halten

> 1. Aufbau einer starken Community (Innovationsökosystem)

83%

definieren eine **zufriedene Community** als **Indikator für Erfolg**,

70%

motiviert der Austausch und die **Zusammenarbeit verschiedener Stakeholder**,

57%

bezwecken den **Aufbau** von **Netzwerkstrukturen**,

3

größte Herausforderungen waren die Akquise von Projektpartner:innen, der Aufbau eines Innovationsökosystem und die Sicherung der Finanzierung.

Erfahrungen zeigen, dass bei erfolgreichem Community-Building und der aktiven Stärkung des Innovationsökosystems meist automatisch eine hohe Auslastung des Ortes erzielt wird. Man sollte seine Ressourcen also in den Aufbau eines großen Netzwerks investieren - langfristig wird es sich auszahlen. Zur Community-Strategie gehört auch, die Bedarfe der Nutzer:innen in die Weiter-

entwicklung der Räumlichkeiten und Angebote einzubeziehen. Ein Netzwerk aus lokalen und regionalen Akteuren wie Unternehmen, unternehmensnahen Verbänden, IHK, Handwerkskammern, Hochschulen, Schulen oder Vereinen als Multiplikatoren ist für gemeinsame Formate, Programme, Veranstaltungen oder Sponsoring wertvoll.

Wichtig ist dabei auch, dass die Zufriedenheit der Community oftmals als wichtiger erachtet wird als finanzielle Erfolgsmessung anhand von Umsatz und Gewinn. Die generierten Umsätze oder Gewinne werden als Zufriedenheitsindikatoren am wenigsten häufig gewählt. Es wird deutlich, dass die Nutzer:innen und ihre Möglichkeiten zur Ideenumsetzung im Fokus stehen statt primär monetäre Ziele.

Welche **Kriterien** sind für Sie wichtige Indikatoren für den **Erfolg Ihres Innovationsorts?**



Abbildung 2: (Frage 28, n=93)

> 2. Integration in bestehende Strukturen und Ökosysteme

90%

stehen im Austausch mit anderen Innovationsorten,

82%

erreichen Nutzer:innen durch Netzwerke von Projektpartnern,

75%

beziehen kommunale Politik und Verwaltung als Stakeholder ein,

50%

kooperieren mit regionalen Unternehmen,

50%

berücksichtigen Hochschulen & Forschungseinrichtungen.

„Kommunalpolitik, Unternehmen und Institutionen wie Stiftungen sind wichtige Netzwerkpartner. Sie können über Verbände oder digitale Netzwerke erreicht werden, aber das persönliche Gespräch ist auch sehr wichtig.“

Jonas Mielke,
Hike Hochschulinkubator
der Hochschule Nordhausen

Anhand der Ergebnisse wird deutlich, dass ein stabiles Innovationsökosystem mit verschiedenen Stakeholdern und Kompetenzen nicht von null an aufgebaut werden muss, sondern sehr gut auf Bestehendem aufbauen kann. Durch Verbindungen zu regionalen Partnern aus Politik, Verwaltung, Bildung, Forschung und Wirtschaft sowie deren bestehenden Netzwerken können Innovationsorte sinnvoll in gewachsene Strukturen integriert werden, Kooperationen aufbauen und Zielgruppen erschließen. Darauf können Ziele wie der Wissenstransfer zwischen Forschung und Wirtschaft aufbauen. Auch die Kooperation mit ehrenamtlichen Vereinen und Initiativen können helfen, in regionale Strukturen eingebunden zu werden und den Kontakt zu potenziellen Nutzer:innen herzustellen. Des Weiteren zeigt sich, dass der Austausch zu anderen Innovationsorten besonders in der Startphase sehr wichtige Erfahrungswerte liefert.

> 3. Sichtbarkeit bei potenziellen Nutzer:innen und Partner:innen durch gezieltes Marketing erhöhen

87%

erreichen Nutzer:innen durch ihre eigene Website,

48%

treten durch LinkedIn in Kontakt mit Nutzer:innen.

Sowohl in der Planungsphase als auch bei aktuellen Herausforderungen werden die Akquise von Projektpartner:innen, der Aufbau eines Innovationsökosystems und das Erreichen der Zielgruppe sehr häufig in der Befragung genannt. Wie bereits erläutert, können bestehende Netzwerke aus der Region zum Erreichen von Nutzer:innen und Partner:innen genutzt werden. Aus der eigenen Kraft heraus müssen jedoch auch gezielte Marke-

tingmaßnahmen und passende Kommunikationskanäle gewählt werden, um entsprechend der Zielgruppe zu kommunizieren. Das öffentliche Teilen von Ergebnissen - beispielsweise bei der Entwicklung von Prototypen und Lösungen - trägt so dazu bei, dass die Bindung zum Innovationsort gestärkt wird. Außerdem werden im Sinne von Open Innovation und Open Source die erarbeiteten Lösungen anderen zur Verfügung gestellt.

> 4. Co-kreatives Arbeiten aktiv fördern

40%

sind unsicher, was Co-Kreation bedeutet oder ob sie den Ansatz bereits verwenden,

38%

wenden den Ansatz der Co-Kreation an.

Co-kreative Zusammenarbeit sollte sich in den Prozessen jedes Innovationsorts widerspiegeln und auch ganz grundsätzlich in offenen und kollaborativen Formaten stattfinden. Es heißt ebenfalls, den Austausch auf Augenhöhe

zwischen Expert:innen und Nicht-Expert:innen zu ermöglichen, interdisziplinär zu arbeiten, interne und externe Akteure in den Prozess einzubinden sowie Wissenschaft und Praxis in Verbindung zu setzen.

„Viele KMU haben sich zur Entwicklung neuer Geschäftszweige gewünscht, näher mit innovativen Startups zusammenzuarbeiten. Das war der Ursprung unseres Innovationsortes.“

Simone Haubner,
Medical Forge @ BioCity Campus Leipzig

> 5. Kuration mit Nutzung eines agilen Methodensets

75%

nutzen mindestens eine Innovationsmethode

(Design Thinking, Business Model Canvas, Rapid Prototyping sowie agile Methoden wie z. B. Scrum, am häufigsten eingesetzt).

Die Kuration des Innovationsortes erweckt ihn erst zum Leben und unterscheidet sich damit von Angeboten, die nur Räumlichkeiten und Ausstattung zur Nutzung anbieten. Agile Methoden unterstützen dabei, offene Formate umzusetzen, unterschiedliche Zielgruppen in Beziehung zu setzen, Angebote lebendig zu gestalten und problemangemessenen zu handeln.

Bei Programmplanung und -gestaltung muss die initiale Bedarfsanalyse berücksichtigt werden sowie regelmäßiges Feedback eingeholt werden. Die angebotenen Programme und Formate sollten dabei in einem iterativen Prozess immer wieder adaptiert und auf neue Bedarfe angepasst werden.

59%

bietet ihre **Services** (teilweise) **kostenpflichtig** an,

53%

haben die Sicherung der **Finanzierung** als **größte Herausforderung** während der Planungsphase genannt,

27%

definieren **Umsätze & Einnahmen** als **primäre Finanzierungsquelle**.

> 6. Eine solide finanzielle Planung über Grundfinanzierung, Erträge und zusätzliche Finanzierungsquellen

Angaben der **primären Finanzierungsquellen** der Innovationsorte

- Umsätze und Einnahmen
- Förderprogramme
- Finanzielle Mittel aus Forschungsprojekten
- Sonstiges
- Finanzielle Beteiligung von Kommunen
- Mitgliedsbeiträge
- Spenden
- Finanzielle Beteiligung von Unternehmen

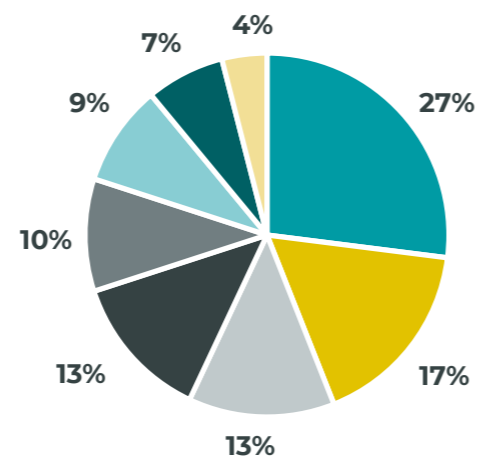


Abbildung 3: Wie finanziert sich Ihr Innovationsort hauptsächlich? Bitte wählen Sie Ihre wichtigste Finanzierungsquelle. (Frage 17, n = 92)

Die langfristige Finanzierung ist für fast alle Innovationsorte eine Herausforderung. Deshalb muss in der Planungsphase bereits eine ausreichende Grundfinanzierung beispielsweise durch privates Investment, öffentliche Förderprogramme, institutionelle Partnerschaften oder kommunale Zuschüsse gesichert werden. Förderprogramme können als Anschubfinanzierung für Investitionskosten wie Baumaßnahmen, Erstausrüstung oder Infrastruktur genutzt werden. Erträge sind typischerweise Einnahmen aus dem Coworking, der Vermietung, Gebühren für die Nutzung der Ausstattung oder

aus Kursangeboten und Workshops. Die Betriebskosten sollten möglichst durch die Erträge finanziert werden. Durch Sponsoring, Spenden, finanzielle Förderung einzelner Projekte (z. B. Forschungsprojekte), Auftragsarbeiten und Vorträge kann eine Querfinanzierung erreicht werden. Vereine mit kostenfreier Nutzung der Angebote arbeiten in der Regel mit Mitgliedsbeiträgen.



7. Förderprogramme nutzen, aber auch ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell entwickeln

17%

nutzen **Förderprogramme** als **primäre Finanzierungsquelle**.

Wie im letzten Punkt erwähnt, eignen sich öffentliche Förderprogramme auf EU-Ebene (EFRE, JTF, ESF), Bundesebene (GRW, Innovative Hochschule, Digital Hub Initiative des BMWK), Landesebene (Digital Hubs BW, DigitalHubs. Niedersachsen, Digital Hubs NRW) und Stiftungen besonders für die Finanzierung der Investitionskosten. Weitere Programme gibt es zu thematischen Schwerpunkten wie Mobilitätswende oder „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“. Forschungsförderung und Innovationswettbewerbe sind für die finanzielle Unterstützung von einzelnen Projekten interessant.

Allerdings können diese Probleme aus den Bedingungen der Förderprogramme resultieren: geringe Planungssicherheit, bürokratische Hürden beispielsweise im Mittelabruf, keine Flexibilität bei Abweichung vom Projektantrag (z. B. bei neuen Zielgruppen). Die Unterstützung von internationalen Startups gestaltet sich durch die Weitergabe der Fördergelder als schwierig. Demnach nehmen sich viele Innovationsorte vor, nicht abhängig von Förderprogrammen zu sein. Das funktioniert am besten, wenn ein Innovationsort ganzheitlich mit einem zukunftsfähigen Geschäftsmodell geplant und nicht nach einem bestimmten Förderprogramm ausgerichtet wird.



8. Das Potenzial von Innovationsorten im ländlichen Raum nutzen

60%

motiviert die **Stärkung der regionalen Innovationsfähigkeit**,

39%

definieren **Bürger:innen** als eine der **primären Zielgruppen**,

23%

motiviert die **(Wieder-) Belebung der Stadt/ Region**,

5

Orte in Kleinstädten haben teilgenommen,

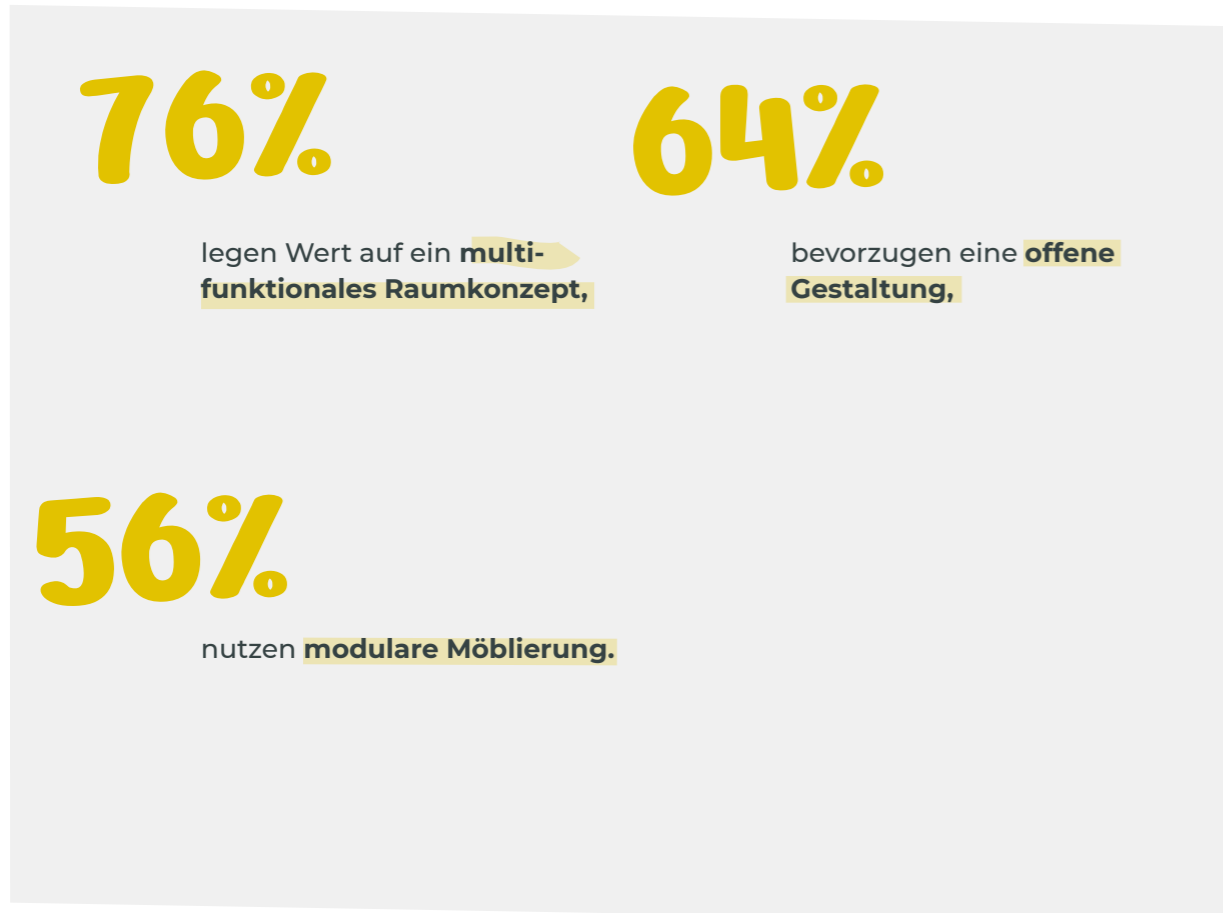
1

Ort in einer Landgemeinde hat teilgenommen.

Innovationsorte in Großstädten verzeichnen eine überdurchschnittlich gute Auslastung und es herrscht eine größere Nachfrage an innovationsfördernden Einrichtungen. Kommerziell und profitabel betriebene Coworking-Spaces findet man im ländlichen Raum selten, weil die Nachfrage fehlt (Bonin et al., 2022; Lee et al., 2021). Dort handelt es sich meist um multifunktionale Orte, die verschiedene Zwecke erfüllen.

Da in ländlich geprägten Regionen mehr kommunale Unterstützung finanzieller Art oder als Beratung zu Fördermitteln notwendig ist, treten Kommunen oder Wirtschaftsförderungen häufiger im Vergleich zum urbanen Raum als Betreiber oder Partner auf. Die Wirtschaftsförderungseinrichtungen profitieren von einer gesteigerten Attraktivität des Wirtschaftsstandorts, der Wiederbelebung der Zentren und einer Plattform für regionale Vernetzung, um Zukunftsthemen innerhalb der Wirtschaft voranzubringen (Bonin et al., 2022). Daher muss es Innovation Labs und Startup-Programme gerade auch im ländlichen Raum geben. Die Unterstützung von Kommunen ist dafür nötig, damit ländliche Regionen vergleichbare Innovationsförderung wie Großstädte betreiben können.

> 9. Räumlichkeiten und Ausstattung flexibel und modular halten

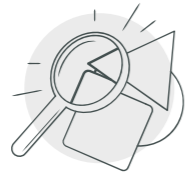


Das Raumkonzept wird über die Zeit wahrscheinlich mehrere Anpassungen erfahren. Das Mobiliar sollte daher vor allem flexibel sein und die Ausstattung modular und erweiterbar. In einem Makerspace können Maschinen, Geräte und Werkzeuge zusätzlich angeschafft werden, um die Ausstattung zu erweitern. Die Räumlichkeiten sollten immer den Bedürfnissen der Nutzer:innen entsprechen, auch wenn diese sich mit der Zeit verändern.



Abbildung 4: (Frage 15, Mehrfachauswahl, n = 90)

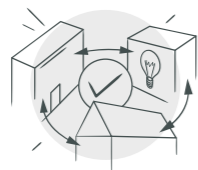
Was lernen Sie daraus?



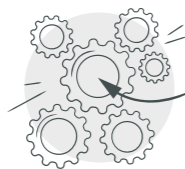
Suchen und fördern
Sie die Vielfalt!



Gewinnen Sie
Mitstreiter:innen!



Arbeiten Sie mit anderen
Innovationsorten zusammen!



Werden Sie „systemrelevant“!

Kernbotschaften

1. Innovationsorte in Deutschland sind vielfältig – ein großer Teil befindet sich in einem aktiven Innovationsökosystem.
2. Innovationsökosysteme können mit (externer) Hilfe und Analyse erschlossen, aufgebaut und zum Leben erweckt werden.
3. Von den Betreiber:innen der Innovationsorte wird die Zufriedenheit der Community als wichtiger erachtet als finanzielle Erfolgsmessung anhand von Umsatz und Gewinn.

Wichtig

„Durch unseren Ort schafft die Stadt Hamburg sowohl Produktlösungen als auch einen positiven Effekt auf den Fachkräftemangel in der öffentlichen Hand.“

Marina Zöfeld,
DigiLab des LSBG Hamburg

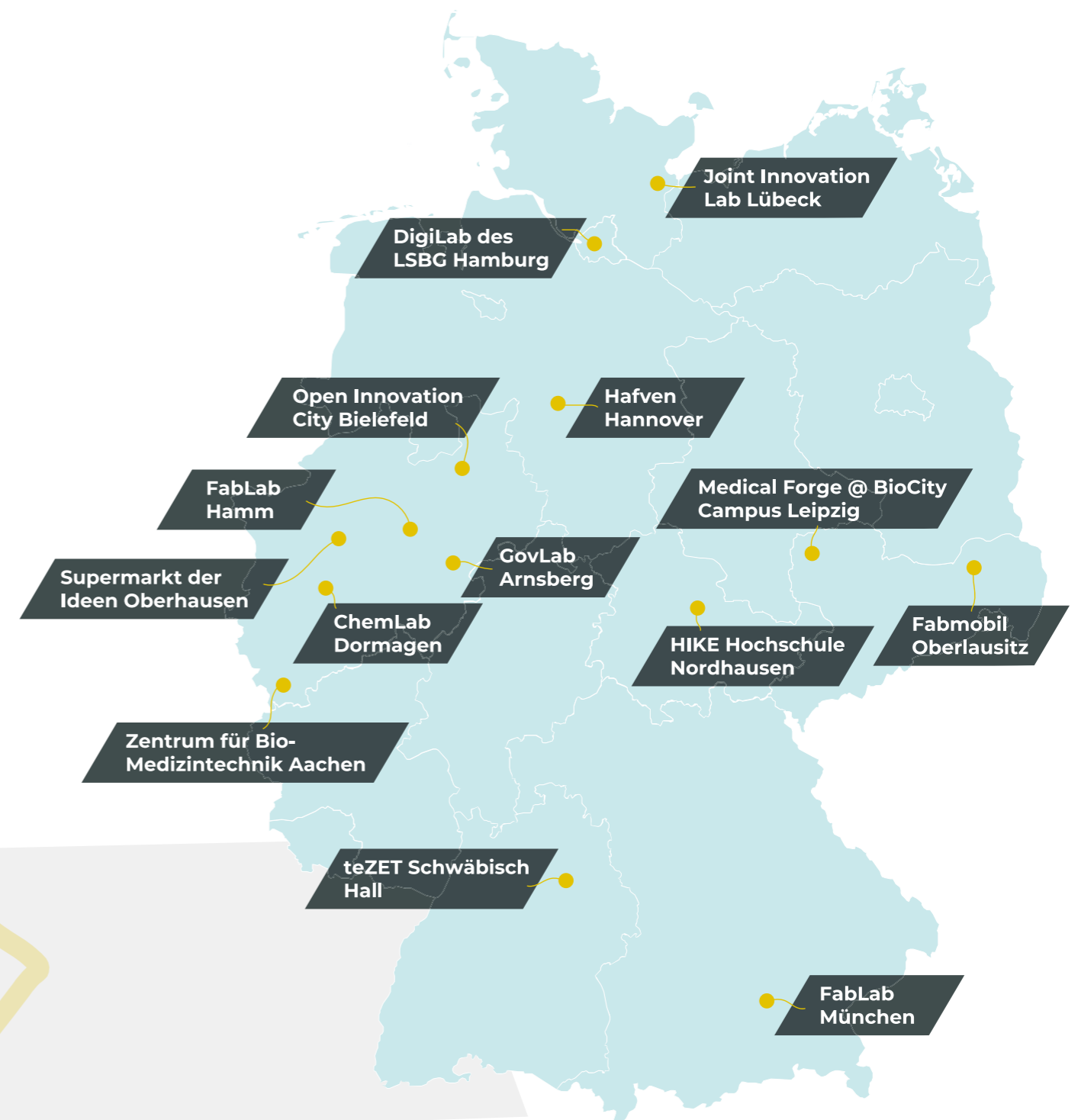
„Die Frage ist immer, ob unsere Werkstatt und die Zusammenarbeit der Maker wirklich verstanden werden. Durch einen ersten Eindruck werden der Spirit und die vorhandenen Chancen häufig nicht erkannt [...]“

Jens Christian Kneißel,
FabLab Hamm

Mapping

Abbildung 5:

Geographische Verteilung der Interviewpartner:innen und Case Studies der Studie



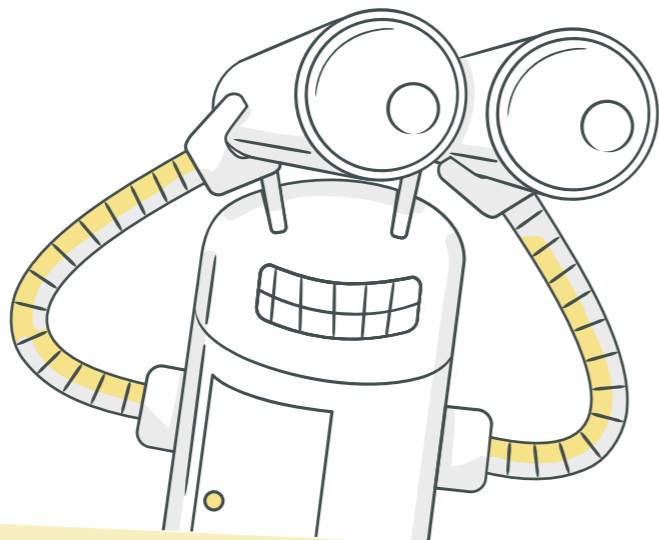
Ausblick

Mit dem Wandel der Arbeitswelt zu kollaborativen (Innovations-)Prozessen sollte der Bedarf an innovationsfördernden Orten und kreativen Räumlichkeiten in naher Zukunft noch weiter steigen. Die Ansatzpunkte und Möglichkeiten zur Übertragbarkeit für „klassische Angebote“ sind vielfältig, um so festgefahrene Lösungen abzulösen.

Innovationsorte unterstützen bei der Mobilisierung und Befähigung von Wirtschaft, Gesellschaft und Verwaltung für die nachhaltige Transformation. Es handelt sich nicht nur um Orte für co-kreatives Arbeiten, sondern sie bieten Raum zum Erarbeiten zukunftsfähiger Lösungen in vielen Bereichen.

Handwerkliche und technische Tätigkeiten in co-kreativen und partizipativen Formaten in Makerspaces, FabLabs und Offenen Werkstätten führen an verschiedene Berufe heran und wirken dem sich zuspitzenden Fachkräftemangel entgegen.

Die Studie hat gezeigt, dass das Thema Soziale Innovationen in Zukunft weiter in den Fokus gerückt werden muss, denn in vielen Makerspaces, FabLabs und anderen Innovationsorten spielt es eine wichtige Rolle. Daher werden sich zukünftige Untersuchungen damit beschäftigen.



Anhang

Literaturverzeichnis

Die Auflistung aller Quellen, die im Rahmen der Studie genutzt wurden, finden Sie im Literaturverzeichnis des Berichts (Langfassung). Dort findet sich auch eine Auflistung der geführten Interviews und ein Glossar mit Definitionen aller relevanten Begriffe.

Bonin, H., Eichhorst, W. & Krause-Pilatus, A. (2022). Bedeutung von Coworking Spaces als dritter Arbeitsort in Deutschland. Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit GmbH (IZA) im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales. Forschungsbericht 595. https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/Forschungsberichte/fb-595-expertise-bedeutung-von-coworking-spaces.pdf?__blob=publicationFile&v=1

BVIZ. (2023, 19. Mai). Mitglieder / Zentren. <https://www.innovationszentren.de/mitglieder-zentren/mitglieder-zentren/>

Fab Foundation. (2023, 19. Mai). Fab Foundation. <https://fabfoundation.org/>

Fablabs.io. (2023, 19. Mai). Labs. <https://www.fablabs.io/labs>

Lee, M., Momburg, A. & Schumann, A. (2021). Digitale Orte in Brandenburg. Neuland 21 e.V. im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg. https://mwae.brandenburg.de/media/bb1.a.3814.de/Studie_Digitale_Orte_in_Brandenburg_12_2021.pdf

Netzwerk Reallabore der Nachhaltigkeit. (2023, 19. Mai). Reallabore und Projekte. <https://www.reallabor-netzwerk.de/mitglieder.php>

Verbund Offener Werkstätten. (2023, 19. Mai). Werkstatt-Suche. <https://www.offene-werkstaetten.org/werkstatt-suche>

Über matrix

Das sind wir | Die matrix Gruppe

matrix ist ein eigentümergeführtes unabhängiges Dienstleistungsunternehmen mit Sitz in Erkrath bei Düsseldorf sowie weiteren Standorten in Forchheim, Berlin, Leipzig und Oelde. Das Portfolio reicht von der Unternehmens-, Regional- und Politikberatung über die Kommunikationsarbeit für Kund:innen des öffentlichen und privaten Sektors. Das Kernteam umfasst rund 70 Mitarbeiter:innen.

In unserem interdisziplinären Team bündeln wir fundierte Zielgruppen- und Themenkompetenz in den Feldern MINT & Fachkräfte, Gesundheit & Inklusion sowie Creative Hubs & Labs mit der Stärke, Menschen aktiv zu beteiligen. Unternehmensübergreifend richten wir uns nach dem Prinzip des co-kreativen Arbeitens aus und geben dies in der Beratung an unsere Kund:innen weiter.

Weitere Informationen unter: www.matrix-gruppe.de

Unsere Schwerpunkte



Creative Hubs & Labs



MINT-Bildung



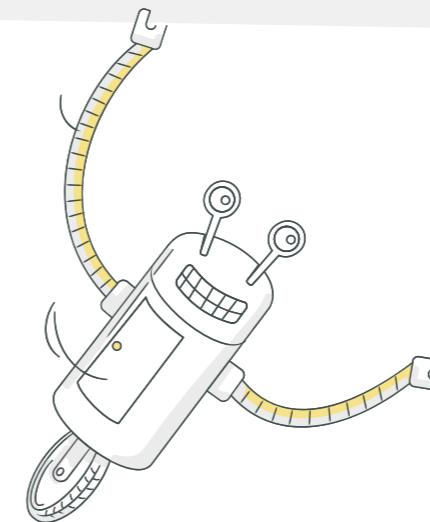
Chancengerechtigkeit

Das matrix-Team hat in den vergangenen 12 Jahren mehr als 100 unterschiedliche Makerspaces, Labs und außerschulische Lernorte im Aufbau begleitet. Die Einrichtungszwecke, die thematischen Ausrichtungen, aber auch Trägerstrukturen und Zielgruppen sind dabei sehr unterschiedlich. Gegenstand unserer Begleitung sind

dabei konzeptionelle Fragestellungen zu Profil, Programmen und Zielgruppen ebenso wie Fragen zu Räumen und technischer Ausstattung, zur Personalausstattung, zu Trägerstrukturen und Kooperationen. Auch Fragen zu dauerhaftem Betrieb, zu Förderungen und zur Finanzierung gehören zu unserem Standardrepertoire in diesen Projekten.

Das Team

Die Studie wurde durch das matrix-Team Creative Hubs & Labs durchgeführt. Als Berater:innen sowie Prozess- und Projektbegleiter:innen arbeitet das interdisziplinäre Team an der Planung von Innovationsorten und ist auch selbst Teil der Maker-Szene (bspw. im Projekt „MakeOpaedics“ zu Open Source-Hardware Lösungen für orthopädische Hilfsmittel oder im Projekt „shemakes.eu“).



Nehmen Sie Kontakt zu uns auf!

 0211 75707-48

 innovationsorte@matrix-gmbh.de

Impressum

Herausgeberin:

matrix GmbH & Co. KG
Rittergut Haus Morp
Düsseldorfer Straße 16
40699 Erkrath

Redakteur:innen:

Elena Knispel,
Katharina Topp,
Volker Ruff,
Guido Lohnherr

Grafik/Layout:

Marion Sonnenberg
Jonas Reinecke