

CREATIVE CAPITAL CONFERENCE

PUBLIKATION ZUR
ABSCHLUSSKONFERENZ
AM 25. MÄRZ 2014
IN POTSDAM

EINE
TRANSNATIONALE
REISE AUF DER
SUCHE NACH DER
KULTUR- UND KREATIV-
WIRTSCHAFTS-
FÖRDERUNG
VON MORGEN



Europäischer Sozialfonds – Investition in Ihre Zukunft

Gefördert durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg.

IMPRESSUM

Herausgegeben von der

Fachhochschule Brandenburg, Brandenburg/Havel

Texte und Redaktion

Josephine Hage, Noémie Causse

Herausgeber

Projekt Creative Capital Conference

<http://creative2c.info>

Vertreten durch die

Fachhochschule Brandenburg

Fachbereich Wirtschaft

Prof. Dr. Friedrich Holl

Magdeburger Straße 50

14770 Brandenburg/Havel

Fotos

Josephine Hage, Noémie Causse, Sebastian Sander

Illustrationen

Marie Jacobi

www.visualrecording.de

Layout

Martin Schüngel

Obwohl aus Gründen der Lesbarkeit im Text die männliche Form gewählt wurde beziehen sich die Angaben auf Angehörige beider Geschlechter.

Brandenburg/Havel, März 2014

Das Projekt Creative Capital Conference (C2C) ist ein 20 Monate währendes (09.2012–04.2014), transnationales Forschungsprojekt im Rahmen der Richtlinie des Brandenburger Ministeriums für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie (MASF) zur Förderung des transnationalen Wissens- und Erfahrungsaustausches für die Gestaltung einer zukunftsorientierten Arbeitsmarktpolitik im Land Brandenburg.

Das Projekt wurde durch das MASF aus den Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Landes Brandenburg gefördert. Projektträger ist die Fachhochschule Brandenburg. Das Team besteht aus Prof. Dr. Friedrich Holl (Projektleiter), Noémie Causse (Projektmanagerin und akademische Mitarbeiterin) und Josephine Hage (akademische Mitarbeiterin). Vorsitzender des Fachbeirats ist Dirk Kiefer, wissenschaftlicher Ko-Leiter Prof. Dr. Klaus-Dieter Müller.

C2C AUF EINEN BLICK

40	Interviews in 3 Europäischen Regionen
4	Experten Round Tables
4	Workshops in den Brandenburger Regionalen Wachstumskernen (RWK)
1	Barcamp
1	Booksprint
1	Abschlusskonferenz
250	Etablierte Kontakte
190	Durch Veranstaltungen erreichte Teilnehmer

DIE ZENTRALEN FRAGESTELLUNGEN DES PROJEKTES:

- Welche Bedingungen müssen geschaffen werden, damit Kreativunternehmer im Land Brandenburg bleiben, hier ihre Ausbildung einsetzen und die regionalen Wirtschaftsstrukturen stärken?
- Wie können Kreativleistungen so mit anderen Branchen verknüpft werden, dass sich positive Effekte für Existenzgründer und Beschäftigungsverhältnisse ergeben?
- Welche begleitenden arbeitsmarktpolitischen Ansätze und Instrumente haben sich andernorts als tauglich oder als weniger tauglich erwiesen,

4

um Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) für einen Standort zu gewinnen und zu halten und die Zusammenarbeit zwischen ihnen und anderen Branchen zu fördern?

C2C - UNTERSUCHTE REGIONEN



Da Arbeitsmarkt- und Potenzialförderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft auch immer eine regionalspezifische Frage und Aufgabe ist, wurde u. a. eine Recherche nach innovativen und erfolgsversprechenden Ansätzen in drei exemplarischen, europäischen Regionen durchgeführt:

- Skåne, Südschweden (Fokus Medienwirtschaft),
- Kopenhagen-Hauptstadtregion, Dänemark (Fokus Design)
- Norditalien (Fokus Wertschöpfungsketten zwischen Tradition und Moderne).

Diese Auswahl erfolgte zum einen, da diesen Regionen Erfolge bei der Arbeitsmarktförderung der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeschrieben wurden, zum anderen, da dort Fragen hinsichtlich jeweils einer exemplarischen Wirkungsdimension gelöst wurden, die in Brandenburg aufgrund der dortigen Ausgangslage ebenfalls von großer Bedeutung sind oder sein könnten.

PROJEKTZIELE

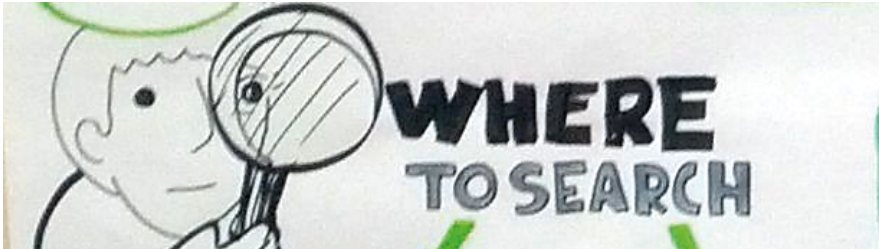
Im Zentrum des Interesses steht für das Projekt C2C die Arbeitsmarktpolitik für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Dabei sollen nicht nur innovative Ansätze zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft aus den europäischen Modellregionen Skåne, Kopenhagen und Norditalien identifiziert werden, sondern aus diesen auch Handlungsempfehlungen für das Land Brandenburg mit seiner vorwiegend ländlichen Struktur abgeleitet werden.

DAS PROJEKT ZIELTE DESHALB DARAUF AB

- mit den anderen europäischen Regionen in einen Dialog zu treten und von ihnen zu lernen, welche Ansätze und Instrumente sich im Hinblick auf den KKW-Arbeitsmarkt als effizient oder weniger effizient erwiesen haben,
- Vorschläge zu unterbreiten, wie KKW-Akteure in Brandenburg gehalten und Anreize für die Ansiedlung neuer Unternehmen geschaffen werden können,
- von den europäischen Regionen zu lernen, wie die Förderung der Kooperation zwischen KKW und anderen Wirtschaftssektoren sowie den Universitäten derart gefördert werden kann, dass beide Seiten davon profitieren,
- die Förderinstitutionen in Brandenburg sowie die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft frühzeitig in die Entwicklung möglicher künftiger Maßnahmen einzubeziehen,
- ein transnationales und interdisziplinäres Netzwerk von Experten auf dem Gebiet der KKW-Förderung aufzubauen.

- 6 Die daraus abgeleiteten und während der Abschlusskonferenz am 25. März 2014 präsentierten Handlungsempfehlungen fließen in die Gestaltung der Förderprogramme für die EU-Förderperiode 2014–2020 ein.

METHODIK



Zunächst wurden auf Grundlage einer Sekundärerhebung verschiedene kultur- und kreativwirtschaftliche Förderprogramme bzw. Projekte identifiziert, die durch Empfehlungen der transnationalen und der Interviewpartner sukzessive ergänzt wurden. Aus rund 100 Programmen/Projekten wurden teamintern 40 für eine Befragung im Rahmen von leitfadengestützten Interviews ausgewählt. Die Ergebnisse dieser Befragung wurden im Anschluss als Fallbeispiele zusammen gefasst. Bereits in der Recherchephase wurde deutlich, dass es im Projekt nicht darum gehen würde, völlig neue innovative Ansätze zu finden, wie zunächst vermutet, sondern dass die eigentliche Besonderheit des Projekts in der Transferleistung einzelner Projektelemente und unterschiedlicher Herangehensweisen liegen würde. Aus diesem Grund wurden die einzelnen Fallbeispiele mit ihren jeweiligen Besonderheiten in Workshops mit den Projektmitarbeiterinnen, dem Projektleiter, dem wissenschaftlichen Ko-Leiter sowie dem Vorsitzenden des Fachbeirats diskutiert. Durch diese Workshops konnten für den Transfer geeignete Themenfelder identifiziert werden, die im weiteren Projektverlauf, insbesondere im Rahmen der Workshops in den regionalen Wachstumskernen in Brandenburg, des Barcamps, des Booksprints und der Fachbeiratssitzungen vertieft wurden.

TRANSNATIONALE PARTNER

Die transnationalen Partner unterstützten das Projekt mit ihrer Expertise, vermittelten Kontakt zu Interviewpartnern und Booksprint-Autoren, nahmen mit einer Delegation am Barcamp teil, richteten je einen Experten-Round Table als Gastgeber aus und trugen zur Abschlusskonferenz bei.

TILLVÄXT VERKET

TILLVÄXTVERKET

Tillväxtverket ist die schwedische Agentur für wirtschaftliche und regionale Entwicklung. Zu ihren Aufgaben gehört die Stärkung der Regionalentwicklung und die Förderung von Unternehmertum im ganzen Land. In den Jahren 2009 bis 2012 orientierte sich Tillväxtverket bei der Schaffung zahlreicher Förderprogramme am von der schwedischen Regierung veröffentlichten Aktionsplan für die Kultur- und Kreativwirtschaft¹. Tillväxtverket fördert die Kultur- und Kreativwirtschaft zunächst bis 2015 und strebt eine weitergehende Förderung bis 2020 an. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Identifikation und Überwindung von Barrieren für kulturwirtschaftliche Unternehmen. Dazu initiierte Tillväxtverket einen Dialog mit Interessenvertretern, um die Bedarfe für künftige Geschäftsentwicklungen zu identifizieren. > www.tillvaxtverket.se

CKO

Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi

DÄNISCHES ZENTRUM FÜR KULTUR- UND ERLEBNISWIRTSCHAFT (CENTER FOR CULTURAL AND EXPERIENCE ECONOMY – CKO)

CKO ist eine unabhängige, von der Regierung finanzierte Agentur, die im Jahre 2008 vom dänischen Wirtschaftsministerium und vom dänischen Kulturministerium ins Leben gerufen wurde. CKO operiert auf nationaler, nordischer und europäischer Ebene und ist mit Aufgaben rund um die Verbreitung und den Transfer von Informationen über die Kultur- und Kreativwirtschaft, die Schaffung von Netzwerken, die Förderung von Kooperationen zwischen Kreativunternehmen und Unternehmen anderer Wirtschaftszweige sowie der Administration einer Vielzahl von Projekten betraut. Außerdem repräsentiert CKO die nordischen Länder im EU-Projekt FAME² und ist in die Aktivitäten der ECIA (European Creative Industries Alliance) involviert. > www.cko.dk

1 <http://www.government.se/content/1/c6/13/17/48/978795b5.pdf>

2 <http://www.howtogrow.eu/ecia/project/fame/>



**PROF. DR. GIOVANNI SCHIUMA
(ARTS FOR BUSINESS INSTITUTE)**

Giovanni Schiuma ist der Vorsitzende des von ihm gegründeten Arts for Business Institutes und Direktor des Innovation Insights Hub an der University of the Arts in London. Er ist außerdem Professor für Wissens- und Innovationsmanagement an der Università della Basilicata in Italien.

Giovanni Schiuma ist ein geschätzter und gefragter Wissenschaftler für die Anwendung künstlerischer Prozesse für Wertschöpfungsprozesse in Unternehmen. In seinem Buch „The Value of Arts for Business“, das bei Cambridge University Press erschien, erklärt er, wie Kunst zur Wertschöpfung von Organisationen des 21. Jahrhunderts beitragen kann.

Im Rahmen von C2C trug Giovanni Schiuma als Host einer Workshop-Session zum Barcamp bei und war Gastgeber des dritten Round Table in Italien. Zusammen mit seinem Kollegen Dr. Antonio Lerro hat Prof. Schiuma eine Mini-Studie über die Erfahrungen italienischer Firmen mit der Integration von kreativen Dienstleistungen und Prozessen durchgeführt. Die Ergebnisse wurden beim Round Table zum Thema Cross Innovation vorgestellt.

Das Arts for Business Institute ist eine unabhängige international führende Non-Profit Organisation, die sich mit dem Design, der Implementierung und Auswertung künstlerischer Initiativen zur Erhöhung der Wertschöpfungskapazität von privaten und öffentlichen Organisationen beschäftigt, Weiterbildungskurse anbietet und Branchen-Events veranstaltet.

www.arts4business.org

www.gschiuma.com

www.arts.ac.uk/csm/business-and-innovation/working-with-our-staff/innovation-insights-hub

**WISSENSCHAFTLICHER KO-LEITER:
PROF. DR. KLAUS-DIETER MÜLLER**

Prof. Dr. Klaus-Dieter Müller ist Politik- und Medienwissenschaftler, TV-Produzent, Professor an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ (HFF) in Potsdam Babelsberg und Leiter des IBF-Instituts für Berufsforschung und Unternehmensplanung Medien e. V.

Er ist außerdem Leiter des Projekts „Climate Media Factory“, einem interdisziplinären Media Lab, das von der HFF und dem Potsdam Institut für Klimafolgenforschung initiiert wurde. In dem Projekt arbeiten Klimaforscher, Autoren, Produzenten und Medienwissenschaftler gemeinsam an der Entwicklung von wissenschaftlich fundierten und unterhaltsamen Formaten zum Thema Klimawandel. Sein jüngstes Projekt „Train transnational“ identifiziert und evaluiert international bewährte Methoden der Gründungs- und Unternehmer/innen-Qualifizierung und entwickelt diese weiter. Ziel ist der Einsatz neuer Verfahren des Lernens und des Kompetenzerwerbs im Gründungskontext, die auf die spezifischen Bedarfe von Gründer/innen und Jungunternehmer/innen in der Kreativwirtschaft ausgerichtet sind.

Von 1996 bis 2005 war Prof. Dr. Müller Landtagsabgeordneter in Schleswig-Holstein. > www.hff.de



**IBF - INSTITUT FÜR BERUFSFORSCHUNG UND
UNTERNEHMENSPLANUNG MEDIEN E.V.**

Das IBF-Institut für Berufsforschung und Unternehmensplanung Medien e.V. wurde 2005 als Aninstitut der HFF in Potsdam-Babelsberg gegründet. In den Anfangsjahren konzentrierte sich das IBF vorwiegend auf die Förderung von Start-Ups und den Wissenstransfer zwischen Hochschule und Wirtschaft an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Kultur- und Kreativwirtschaft. Inzwischen hat das IBF sein Aufgabengebiet erweitert und ein Center für Gründer aus der Kultur- und Kreativwirtschaft eingerichtet. Zwei der wichtigsten

10 Projekte des IBF sind Media Exist und Innovationen brauchen Mut, ein Förder- und Coachingangebot, das sich an Kreative mit innovativen Geschäftsideen im ganzen Land Brandenburg richtet.

Das IBF bietet außerdem Nachgründungscoaching an, ist Initiator und Projektpartner der Climate Media Factory Potsdam und ein wichtiger Ansprechpartner im Bereich Forschung und Entwicklung oder auch der Analyse und Evaluation von Märkten, Produkten und diversen Vorhaben auf dem Gebiet der Medien und Kultur- und Kreativwirtschaft.

Im Rahmen von C2C ist das IBF-Institut externer Partner für die Durchführung der Workshops in den Brandenburger Regionalen Wachstumskernen (RWK), sowie für die Begleitung der Kompetenzpaarungen. > www.ibf-institut.de

PROJEKTELEMENTE UND ERGEBNISSE

INTERVIEWS IN DEN REGIONEN

Im Vorfeld des Projekts wurden verschiedene Stärken und Schwächen der kultur- und kreativwirtschaftlichen Förderung in Brandenburg identifiziert. Sie bilden die Grundlage für die Auswahl der drei Modellregionen Skåne, Kopenhagen und Norditalien.

Interviews mit Vertretern unterschiedlicher – möglichst innovativer – Förderprogramme und -institutionen in diesen drei Regionen bildeten den ersten und zentralen Projektbestandteil.

Programm/ Initiative	Art der Förderung	Land und Region	Stadt	Internet
After Warhol	Netzwerk veranstaltungen Workshops	Schweden, Skåne	Helsingborg	https://www.facebook.com/AfterWarhol
ArtLab	Professionalisierung, Seminare, Netzwerk- veranstaltungen, Workshops	Dänemark	Kopenhagen	www.artlab.dk
Art Rebels	Netzwerk, Vertriebsagentur	Dänemark	Kopenhagen	http://artrebels.com/
Audience Development	Kulturmarketing, Einbindung von Multiplikatoren	Italien	Bozen	www.provincia.bz.it/cultura/index_i.asp

Boost Cross Media Talent	Projektzuschüsse, Beratung, Coaching, Professionalisierung, Weiterbildung, Netzwerk, Infrastruktur: Arbeitsräume und Technik	Schweden, Skåne	Helsingborg	www.boosthbg.se
CAKI	Inkubator für die Kunsthochschulen Kopenhagens, Beratung, Projektzuschüsse	Dänemark	Kopenhagen	www.caki.dk
CIEL	Förderung interdisziplinärer Partnerschaften zwischen Industrie und Hochschulen (keine KKW)	Dänemark	Kopenhagen	http://ciel-lab.dk
CKO	Forschung über KKW, Netzwerk und Kooperationsprojekte, internationaler Wettbewerb u.a.	Dänemark	Roskilde	www.cko.dk
Cre-attivi	Zuschuss	Italien, Lombardei	Monza, Brianza	www.itsastart.it/cre-attivi
Creative Industries Task Force	Aktive Suche nach Talenten, zentrale Beratungsstelle, Marketing, öffentliche Auftragsvergabe	Dänemark	Kopenhagen	
Creative Plot	Inkubator	Schweden, Skåne	Lund	http://thecreativeplot.se
Den sociale kapitalfond	Beteiligungskapital	Dänemark	Kopenhagen	www.densocialekapitalfond.dk
Financing Forum for Kids content	Finanzierung, Netzwerk, Professionalisierung	Sweden, Skåne	Malmö	http://www.thefinancingforum.com/
Fondazione Fitzcarraldo	Unabhängiges, privates non-profit Zentrum für Planung, Forschung, Dokumentation und Weiterbildung im Kulturbereich	Italien, Piemont	Turin	http://www.fitzcarraldo.it/en/

Green Room	Inkubator	Schweden, Skåne	Trelleborg	http://www.trelleborg.se/sv/foretagare/foretagstod-och-radgivning/-green-room/
Incredibol	Wettbewerb, Zuschüsse, Coaching, Räume	Italien, Emilia-Romagna	Bologna	http://www.incredibol.net
IZMO	Stadtentwicklung, Sommerakademie, Weiterbildung	Italien	Turin	http://izmo.it
Kaospilots	Ausbildung im Bereich Leadership and Social Entrepreneurship	Dänemark	Aarhus	www.kaospilots.dk
KELA	Stadtentwicklung, Netzwerk, Räume, Professionalisierung	Schweden, Skåne	Landskrona	http://kelandskrona.wordpress.com
KPH	Coworking Space, Beratung, Netzwerkveranstaltungen	Dänemark	Kopenhagen	http://kph-projects.dk
Kreanord	zwischenstaatliche Zusammenarbeit u. Koordinierung, Projektförderung, Busines Angels Netzwerk für die KKW, Konferenz u.a.	Nordische Länder: Norwegen, Dänemark, Schweden, Finnland, Island, Grönland, Åland, Färöer-Inseln	Sitz: Kopenhagen	www.kreanord.org
Kulturkraft Syd	Professionalisierung durch Workshops und Seminare	Schweden, Skåne	Malmö	www.kulturkraftsyd.se
Leo Hub	Inkubator, Stadtentwicklung, Weiterbildung	Italien	Vigevano	http://leohub.technonews.it
MEDEA	Interdisziplinäres Prototypen- und Forschungslabor	Schweden, Skåne	Malmö	http://medea.mah.se
Media Evolution und Media Evolution City	Cluster, Coworking space, Netzwerkveranstaltungen Business Center, Kompetenzentwicklung	Schweden, Skåne	Malmö	www.mediaevolution.se www.mediaevolutioncity.se
Minc	Inkubator	Schweden, Skåne	Malmö	www.minc.se

Nordic Game Program	Gamesförderung: Zuschüsse, Netzwerkveranstaltungen, Interessenvertretung	Schweden, Skåne	Malmö	http://www.nordicgameprogram.org
Region Skåne	Strategie, Zuschüsse für Pilotprojekte in Kommunen	Schweden, Skåne	Malmö	www.skane.se/kultur
Republikken	Coworking Space mit Werkstatt, Beratung, Netzwerkveranstaltungen, Workshops, Professionalisierung	Dänemark	Kopenhagen	www.republikken.net
Selfmade	Beratung und Coaching	Schweden, Skåne	Landskrona	http://selfmade.nu/
SpeedMiUp	Inkubator	Italy, Lombardei	Mailand	http://www.speedmiup.it
Spinner	Stipendien, Zuschüsse, technische Unterstützung, Tutoring, Professionalisierung	Italien, Emilia-Romagna	Bologna	www.spinner.it
STPLN	Coworking Space, Beratung, Projektzuschüsse, Werkstätten	Sweden, Skåne	Malmö	www.stpln.se
The Impact Hub	Coworking, Beratung, internationales Netzwerk	Italien, Trentino-Südtirol	Rovereto	http://rovereto.impacthub.net
THINK	Inkubator	Schweden, Skåne	Helsingborg	http://thinkinkubator.se
Trentino Creativo	Wettbewerb, Matching	Italien, Trentino-Südtirol	Trento	http://www.trentinosviluppo.it/ContenutiIstituzionali/Progetti/Trentino-Creativo
Urbe	Street Art Festival, Stadtentwicklungsprojekte	Italien, Piemont	Turin	https://www.facebook.com/pages/URBERigenerazione-Urbana/238344749552909
Zentropa	Filmproduktionsnetzwerk	Dänemark	Kopenhagen	www.zentropa.dk

14 WORKSHOPS IN DEN BRANDENBURGER REGIONALEN WACHSTUMSKERNEN (RWK) ³

Ziel: Die Workshops wurden durchgeführt, um während der Recherche in den europäischen Regionen als relevant identifizierte Themen mit lokalen Akteuren im Hinblick auf ihre Relevanz für die Situation in Brandenburg und eine mögliche Transferierbarkeit hin zu diskutieren. Die Workshops wurden zu ortsspezifischen Themen und mit Akteuren aus der Wirtschaft, dem kreativen Sektor, Multiplikatoren und Vertretern aus Verwaltung und Politik und in Zusammenarbeit mit Experten des Programms Innovationen brauchen Mut ⁴ des Projektpartners IBF-Institut durchgeführt.

DURCHGEFÜHRTE WORKSHOPS:

1. „Coworking in Potsdam“, 04.03.2013 in Potsdam
2. „Handlungsfelder und Perspektiven für die Förderung kultur- und kreativwirtschaftlicher Initiativen in Brandenburg“, 22.03.2013 in Oranienburg
3. „Cross-over Initiativen und Co-working in ländlichen Gebieten“, 17.05.2013 in Himmelpfort
4. „Diskussion einer Marketing- und Vermarktungsgesellschaft für Universitäten und Career Center an Universitäten mit kreativem Profil“, 10.03.2014 in Potsdam

KOMPETENZPAARUNGEN

Ziel: Dieses Projektelement zielte darauf ab, Partnerschaften zwischen Akteuren (Unternehmen oder Gründer) sowohl der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch anderer Branchen zu initiieren und durch Beratung und Moderation bei der Entwicklung von gemeinsamen Geschäftsideen zu unterstützen.

DURCHGEFÜHRTE „KOMPETENZPAARUNGEN“:

1. KunstKooperativeWirtschaft ⁵: Hier wurde durch einen Coaching-Prozess ein nachhaltiges Geschäftsmodell für eine bislang private Initiative im Ruppiner Land entwickelt, durch die Künstler und Kreative mit lokalen Unternehmen zusammengebracht wurden, woraus regionalspezifische Produkte wie z. B. Schmuck, Gartenmöbel oder Taschen entwickelt wurden.

3 Regionale Wachstumskerne Brandenburg (RWK), see: <http://www.stk.brandenburg.de/cms/detail.php/bbl.c.138294.de>

4 <http://www.innovationen-brauchen-mut.de>

5 <http://kunst-kooperative-wirtschaft.de>

2. Kreative Regionen Brandenburg: Die moderierte Diskussion eines möglichen Transfers des Konzepts der „Grünen Werkstatt Wendland“⁶ nach Brandenburg. Bei diesem Projekt werden lokale Unternehmen mit Studierenden verschiedener kreativer Disziplinen aus dem ganzen Bundesgebiet zusammengebracht mit dem Ziel, innovative Produktideen zu entwickeln und Probleme zu lösen.
3. Altstädter e.V. Brandenburg⁷: Die Entwicklung eines unternehmerischen Ansatzes für die Optimierung der vom Altstädter e.V. ehrenamtlich durchgeführten Veranstaltungsaktivitäten, sowie für die Entwicklung eines Konzepts für professionelle Dienstleistungen und die touristische Nutzung des Slawendorfs⁸ (ein historisches Dorfgebiet in der Stadt Brandenburg) durch den Altstädter e.V. in Zusammenarbeit mit verschiedenen städtischen Institutionen.
4. Befragung zu Standortfaktoren: Eine Befragung mit kreativen Akteuren, die ihren Wohnsitz in Berlin haben, ihre Vorhabensidee aber an einem Standort in Brandenburg umsetzen wollen oder wollten. Die Befragung zielt darauf ab, systematisch zu erfassen, welche standortbezogenen Motive, Interessen, Herausforderungen und Erfahrungen für die „Berliner“ bei ihrer brandenburgischen Standortentscheidung kennzeichnend sind/waren.

EXPERTEN ROUND TABLES

Die Experten-Round Tables wurden in Zusammenarbeit mit den transnationalen Projektpartnern durchgeführt, um Themen zu diskutieren, die für die KKW sowohl in den europäischen Regionen als auch in Brandenburg (und darüber hinaus) als relevant eingestuft wurden. Diese Treffen boten den Teilnehmern aus allen beteiligten Regionen die Gelegenheit zu Austausch, Diskussion und Networking. Die Aspekte des Wissenstransfers und Netzwerkens waren zentraler Bestandteil dieses Projektelements.

DURCHGEFÜHRTE ROUND TABLES:

1. „Digitalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft – Welche Potenziale, welche Herausforderungen?“, 25.04.2013 in Malmö, Schweden
2. „Kluge Investitionen – Wie können Investoren zu besseren Investoren für die Kreativwirtschaft werden?“, 21.05.2013 in Kopenhagen, Dänemark
3. „Cross Innovation fördern“, 04.11.2013 in Vigevano, Italien
4. „Zugang zu Finanzierung für kreative Gründer“, 26.02.2014 in Potsdam, Brandenburg

6 <http://www.gruene-werkstatt-wendland.de>

7 <http://www.brandenburg-altstadt.de>

8 <http://www.slawendorf-brandenburg.info>

16 VON DEN PROJEKTPARTNERN ERSTELLTE MINI-STUDIEN

Die transnationalen Projektpartner waren aufgefordert, Mini-Studien zu ausgewählten Themen zu verfassen, die teilweise im Zusammenhang mit den Runden Tischen in den Regionen und einzelnen Sitzungen des Barcamps standen.

CKO: ZUGANG ZU 'KLUGER' FINANZIERUNG. KOMPETENZEN FÜR INVESTOREN FÜR DIE KREATIVWIRTSCHAFT VERBESSERN

Die Studie konzentriert sich auf die Finanzierungsherausforderungen, mit der die Kreativwirtschaft konfrontiert ist. Zugang zu Kapital ist sowohl eine notwendige Bedingung für Wachstum aber gleichzeitig auch eine der schwierigsten Geschäftsherausforderungen für die Kreativwirtschaft. CKO führte deshalb eine qualitative Studie durch, die den drei folgenden Kernfragen nachgeht:

1. Wie können Investitionen in Kompetenzerwerb und kaufmännische Fähigkeiten mit finanziellen Investitionen verknüpft werden?
2. Wie können wir vermeiden, über Kreativwirtschaft in gleicher Weise wie über Unternehmen anderer Branchen zu denken, und wie können die immateriellen Vermögenswerte (assets) als Chance statt als Risiko betrachtet werden?
3. Wie können wir nicht nur gute Unternehmen aufbauen, in die investiert werden kann, sondern wie können wir Investoren so schulen, dass sie die Mechanismen in der Kreativwirtschaft verstehen?

Die Studie von CKO basiert auf qualitativen anonymen Interviews mit internationalen Investoren, die bereits in kreativwirtschaftliche Unternehmen investiert haben: vom Business Angel bis zu Vertretern nationaler staatlicher Förderprogramme.

Die Studie bestätigt, dass es nach wie vor wichtig ist, in die kaufmännischen Kompetenzen kreativwirtschaftlicher Unternehmen zu investieren. Sie betont aber auch, dass dieser Aspekt nur ein Teil der Lösung des Problems ist. Dem Fokus auf die Kompetenzen von Investoren zur Bewertung kreativwirtschaftlicher Unternehmen sollte mehr Gewicht beigemessen werden. Zusammen mit den Investoren, die CKO im Rahmen der Studie interviewte, wurde der Begriff „kluge Finanzierung“ geprägt, lose definiert als „die Fähigkeit eines Investors, primär sowohl branchenspezifisches Wissen und Ressourcen und allgemeine kaufmännische Fähigkeiten zur Verfügung zu stellen, statt ausschließlich finanzielle Ressourcen.“

Die Studie schlägt schließlich eine Reihe von Initiativen vor, um Investitionen in die Kreativwirtschaft „klüger“ zu machen:

- Eine neue Form des Bewusstseins für kreativwirtschaftliche Geschäftsmodelle
- Investorenakademien
- Eine Bündelung von Unternehmen als Investitionsobjekt
- Erstellung und Verbreitung von Fallbeispielen
- Neue Formate für Pitching-Veranstaltungen
- Neue Evaluationsinstrumente
- „Von der Wiege bis zur Bahre“ – Stärkung des Unternehmenszyklus
- Wissenstransfer von Marktkenntnissen einzelner kreativwirtschaftlicher Teilmärkte hin zu größeren Finanzierungsstrukturen
- Schaffung eines Milieus – „Euro Hollywood“
- Mehr Investoren in Inkubatoren bringen

PROF. DR. GIOVANNI SCHIUMA: INNOVATIONEN DURCH DIE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT UND TRADITIONELLEN WIRTSCHAFTSBRANCHEN FÖRDERN

Die Mini-Studie untersucht die Einbeziehung künstlerischer und kreativer Praktiken in den Innovationsprozess von Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbranchen. Zusammen mit seinem Kollegen Antonio Lerro, wählte Prof. Schiuma 24 italienische Unternehmen aus und analysierte diese hinsichtlich ihrer Integration künstlerischer und kreativer Praktiken in den Organisationsprozess und deren Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung.

Ihr Bericht kommt zu dem Schluss, dass Beziehungen zwischen der Kreativwirtschaft und Unternehmen aus traditionellen Wirtschaftsbranchen bisher „noch nicht Ergebnis einer geplanten Strategie sind, sondern Ergebnis einzelner und sporadischer Verbindungen und damit nicht Teil einer spezifischen Innovationsmanagementstrategie. Schiuma und Lerro untersuchen eine Reihe praktischer Beispiele, wie sich Unternehmen mit der Kreativwirtschaft in Wertschöpfungspartnerschaften engagieren. Sie beobachten, dass Unternehmen hauptsächlich deshalb Verbindungen mit der Kreativwirtschaft eingehen, um auf Herausforderungen aus den Bereichen Corporate Social Responsibility (CSR), Marketing, Markenbildung, Kommunikation und einer neuen Wertigkeit für Produkte und Dienstleistungen zu reagieren. Wenig Beachtung erfährt die Rolle, die Kultur und Kreativität für die Organisationsentwicklung und speziell in Managementansätzen für Personalentwicklung und -motivation spielen kann.

18 Die Studienergebnisse weisen auch auf Defizite der Innovationsförderung hin: trotz der wachsenden Aufmerksamkeit für die Notwendigkeit, mit Partnern aus der Kreativwirtschaft zusammen zu arbeiten, besteht ein enormes Wissensdefizit darüber, wie diese Kooperationen strategisch in den internen Innovationsmanagementprozess integriert werden können. Der entscheidende Ansatzpunkt für die Entwicklung von Initiativen scheint das Engagement des einzelnen Unternehmers und/oder des Topmanagements von Unternehmen zu sein. Diese Schlüsselfiguren gelten als Kernfaktor, um effektive Beziehungen zwischen den Unternehmen und der Kreativwirtschaft zu entwickeln.

VOLANTE: INNOVATIONSGUTSCHEINE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN VERGLEICHENDER PERSPEKTIVE

Der schwedische Projektpartner Tillväxtverket empfahl die Forschungs- und Beratungsagentur Volante Research für die Durchführung einer Mini-Studie für C2C. Obwohl sie nicht expliziter Fokus des Projekts waren, ist doch offensichtlich, dass in den letzten Jahren verschiedene Innovationsgutscheine für die Förderung der Kreativwirtschaft einerseits und für die Förderung von Innovationen durch die Kreativwirtschaft in Unternehmen anderer Branchen andererseits ausprobiert wurden. Innovationsgutscheine sind für Wirtschaftsförderer ein beliebtes Instrument der Wirtschaftsförderung. Ob sie auch eine passende Lösung sind, um Innovationen in der Kreativwirtschaft zu fördern und ob Unternehmen anderer Branchen eine Förderung erhalten sollten, um mehr kreative Leistungen nachzufragen, ist eine anhaltende Diskussion. Volante analysierte drei Innovationsgutscheinmodelle zur Förderung von Innovation innerhalb der Kreativwirtschaft und drei Modelle zur Förderung von Innovationen in anderen Branchen durch den Einsatz kreativer Leistungen.

Volantes vorläufige Forschungsergebnisse (die finale Version wurde nach Drucklegung dieser Broschüre fertig gestellt) weisen darauf hin, dass die Zuwendungsempfänger von Gutscheinen kurzfristig durch verbessertes Marketing, Kompetenzentwicklung, Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessentwicklung und neuen Ideen profitieren. Zu den erwarteten Langzeiteffekten gehören verbesserte Produkte, Dienstleistungen und Prozesse wie auch eine verbesserte Reichweite zu potenziellen Kunden. Obwohl Langzeiteffekte bisher noch nicht adäquat bemessen werden können weil die Mehrheit der Programme erst seit Kurzem bestehen, schafft der Beitrag der Gutscheine zur Unternehmensentwicklung die Voraussetzungen für langfristige Effekte für Wettbewerbsfähigkeit und Umsatz.

Die Studie kann auch als Plädoyer gelesen werden, nicht ausschließlich vordefinierte Innovationsarten (Produkt, Prozess etc.) zu fördern, sondern dass es wertvoll sein kann das zu fördern, was Unternehmen für sich jeweils als neu und innovativ definieren.

Hinzu kommt, dass eine fortwährende Anpassung dieses Förderinstruments notwendig ist, wenn die Bedürfnisse der Zielgruppe angemessen adressiert werden sollen. Um das Verständnis für die Zielgruppe zu entwickeln und zu sichern ist es wichtig, einschlägige Netzwerke aufzubauen und aufrecht zu erhalten und Kontinuität im Projektteam als Voraussetzung für institutionelles Lernen und die Bildung einer Kompetenzbasis zu sichern.

FACHBEIRAT

Der Fachbeirat besteht aus Vertretern der Ministerien MASF⁹ und MWE¹⁰, der Kammern, von Hochschulen, Netzwerken und Clustern aus dem Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg und anderer deutscher Regionen. Der Fachbeirat wurde durch die Fachbeiratssitzungen, die Teilnahme an einzelnen Round Tables, am Barcamp und am Booksprint sowie regelmäßige individuelle Gespräche und Treffen im gesamten Projektverlauf in das Projekt eingebunden. Die Hauptaufgabe des Fachbeirats war die Bewertung der während der Recherche in den europäischen Regionen erarbeiteten Ergebnisse im Hinblick auf ihre Relevanz für Brandenburg und eine mögliche Umsetzung. Weiterhin sorgt der Fachbeirat für den Transfer der Erkenntnisse in die Brandenburger Hochschullandschaft und darüber hinaus in die verfügbaren Netzwerke.

BARCAMP

Mit dem Barcamp veranstaltete C2C eine kollaborative Konferenz mit Akteuren der KKW, Multiplikatoren und Vertretern des öffentlichen Dienstes aus Brandenburg und allen beteiligten Regionen.

Ziele des Barcamps waren die Diskussion von Fragestellungen, die während der Analyse-Phase des Projekts aufgeworfen wurden und die Identifikation einer Reihe von akteurs- und adressatenspezifischer Good- und Best-Practice-Beispielen aus den Modellregionen, die zur Bestätigung oder Modifikation laufender Maßnahmen im Land Brandenburg beitragen können.

9 Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Brandenburg

10 Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg

Die Barcamp-Teilnehmer einigten sich auf die Diskussion der folgenden Dimensionen der Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft:

1. Weiterentwicklung von Cross-Over Inkubatoren: Wie sieht die nächste Generation von Inkubatoren aus? Sollten kreative Unternehmen/r besser unter ihresgleichen bleiben oder mit Unternehmen anderer Branchen unter einem Dach arbeiten? Welche besonderen Bedürfnisse im Hinblick auf Räume, Ausstattung und Coaching müssen berücksichtigt werden?
2. Neue Ansätze für Coaching und Beratung: Welche Art der Beratung eignet sich für welchen unternehmerischen Reifegrad (Experimentier- und Ide-entfindungsphase, Vorgründungsphase, Start-Up-Phase, Wachstumsphase etc.)? Welche Ausbildung brauchen gute Berater? Wie werden aus den Kreativunternehmern von heute die Business Angels und kreativen Coaches von morgen?
3. Trend „Fishing for talents“: Wie findet man Talente, potentielle Ideenträger und -entwickler und Unternehmer von morgen?
4. „Ganzheitliche Kompetenzentwicklung („Alles-Wisser vs. Fachidioten“): Reicht es aus, kreativen Unternehmern „Business-Skills“ zu vermitteln? Welche anderen Qualifikationen müssen vermittelt werden, damit sie sich selbst und ihre Unternehmen weiterentwickeln können?
5. Interdisziplinäre Projektgruppen an Hochschulen: Sind sie die Vorstufe für Unternehmensgründungen und wenn ja: Wie können sie gefördert werden?
6. Smart investment: Wie können Investoren bessere Investoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft werden? Welches Wissen brauchen sie um die branchenspezifischen Geschäftsmodelle und -abläufe zu verstehen und eine entsprechende Risikobeurteilung vornehmen zu können?
7. Kunst und Innovation (künstlerische Interventionen): Welche Modelle zur Integration kreativwirtschaftlicher Akteure und Künstler in Unternehmen haben sich als erfolgreich erwiesen? Für welche Art der Innovation sind diese Art der Interventionen geeignet? Wie können Unternehmen in nicht-urbanen Strukturen ermutigt werden, sich auf künstlerische Interventionen einzulassen?
8. Radikale Innovation: Wie können Unternehmen über inkrementelle Innovation hinausgehen? Was sind die strukturellen und internen Voraussetzungen für radikale Innovation und wie kann die Kultur- und Kreativwirtschaft zu ihrer Entwicklung und Implementierung beitragen?
9. Erlebnisbasierte Geschäftsmodelle: was sind die Besonderheiten von Geschäftsideen und -modellen in der Erlebniswirtschaft?
10. Starke Netzwerke: Wie funktionieren sie, was sind die Voraussetzungen und warum sind sie so wichtig?

11. Internationale Cluster-Zusammenarbeit: Wie können Cluster in der Kultur- und Kreativwirtschaft über Grenzen hinweg zusammen arbeiten und welche anderen Optionen für transnationale Zusammenarbeit sind noch denkbar?
12. Neue Finanzierungsinstrumente für Inkubatoren
13. Ein Toolkit für die Kultur- und Kreativwirtschaftsförderung: Wie sieht die ideale Förderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft aus?

Eine umfassende Dokumentation des Barcamps steht online zur Verfügung:
<http://creative2c.info/barcamp/>



BOOKSPRINT

Ziel des Vorhabens war es, fünf länder- und zielgruppenübergreifende Themenfelder zu behandeln, die sich weder an einem Förderinstrument festmachen noch aus nur einem der durchgeführten Interviews ableiten ließen, die aber im Laufe der Projektarbeit immer wiederkehrten und damit als relevante Querschnittsthemen identifiziert wurden. Diese Themen und Trends sollten von Experten-Autoren aus allen beteiligten Regionen behandelt werden, denen aufgrund ihrer langen, professionellen Erfahrung in diesen Bereichen eine ungewöhnliche und persönliche Sicht auf die Dinge zugeordnet werden konnte.

Der Booksprint war explizit nicht als Aufarbeitung der aktuell-einschlägigen Fachliteratur zum Thema und nicht als gewöhnliche Publikation angelegt.

Stattdessen sollte – ganz gemäß dem Projektanspruch – etwas Innovatives und Originelles geschaffen werden, ein Rahmen für den Wissenstransfer zwischen Experten der Kultur- und Kreativwirtschaft aus verschiedenen Ländern und aus sehr unterschiedlichen Kontexten mit unterschiedlichen Perspektiven. Die ausgewählten Themenfelder sollten in einer freien Art und Weise vertieft und die Diskussion erweitert werden. Daher kann der Booksprint als eine Art „Experimentierfeld“ verstanden werden.

Fünf Autoren mit unterschiedlichem Erfahrungsschatz aus Schweden, Italien, Dänemark und Deutschland schrieben über einen Zeitraum von sieben Wochen an ihren Kapiteln. Währenddessen standen sie in kontinuierlichem Dialog über ihre Beiträge.

PROF. DR. CARSTEN BECKER

diskutiert die doppelte Rolle der Kreativwirtschaft als Innovator und als Treiber von Innovationen für andere Wirtschaftsbranchen.

EMMA ESTBORN

entwickelt ein Plädoyer für mehr Zusammenarbeit über alle Branchen und Disziplinen hinweg und zeigt, wie wir digitale Medien dazu nutzen können, um unser Kooperationspotenzial für Innovationen auszuschöpfen.

GIORGIA BOLDRINI

betont die sich ändernde Rolle von Kultur- und Kreativunternehmer/-innen und die daraus entstehende Notwendigkeit, Innovationen in der staatlichen Förderlandschaft einzuführen.

STEINAR VALADE-AMLAND

analysiert die Evolution von Design als klugen Weg, um unterschiedliche Probleme zu lösen und identifiziert eine Reihe von Maßnahmen zur Verbesserung der Designförderung.

PROF. DR.-ING. CARSTEN BUSCH

führt uns in die Welt der „Gamification“ und untersucht die Grundlagen und Potenziale dieses Forschungszweigs sowie künftige Geschäftsmöglichkeiten.

Die Publikation

CREATIVE SPRINT.

A COLLABORATIVE VIEW ON CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE CREATIVE SECTOR

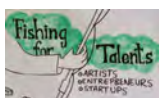
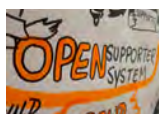
steht auf dem Projektblog zum Download bereit:

<http://creative2c.info/booksprint>.

ABSCHLUSSKONFERENZ

Die Abschlusskonferenz am 25. März 2014 in Potsdam fasste die Projektergebnisse zusammen und stellte lokalen Entscheidungsträgern einige der interessantesten Good Practice-Beispiele vor, die im Laufe des Projekts entdeckt wurden. Die Konferenz wagte außerdem einen Ausblick in die Zukunft der Kultur- und Kreativwirtschaftsförderung und diskutierte neue Trends.





AFTER MAPPING, CONSULTING & COWORKING - WHAT'S NEXT IN CCI SUPPORT ?

