



Workshop zur Konzept-Diskussion
Mittwoch, 23.10.2013
Fachhochschule Potsdam, Kiepenheuerallee 5, 14469 Potsdam

„Kreative Regionen Brandenburg – aktiv und vernetzt“ – DOKUMENTATION –

Am Mittwoch, den 23.10.2013 hatte das Projekt C2C verschiedene Brandenburger Akteure nach Potsdam eingeladen, um eine mögliche Umsetzung des Modells der Grünen Werkstatt Wendland, unter dem Arbeitstitel “Kreative Regionen Brandenburg” zu diskutieren. In einer Runde von 9 Teilnehmern wurden die Möglichkeiten zur Umsetzung der verschiedenen Formate erörtert.

Ziel des Vorhabens *Kreative Regionen Brandenburg* ist es, Projekt-Kooperationen mit regionalen und überregionalen Hochschulen zu initiieren und so eine stärkere Zusammenarbeit und Verzahnung zwischen lokalen Unternehmen und Kreativen sowie Ausbildungsinstitutionen und Netzwerken zu erreichen. Dabei sollen gemeinsame Praxisprojekte entwickelt und realisiert werden, die in angewandten Kooperationsformaten konkrete Ergebnisse - Produkte und Services - hervorbringen und die regionale Sichtbarkeit erhöhen.

Dazu zählt z.B. der Aufbau lokaler Projektbörsen an deren Fragestellungen Studierende, Kreative und Unternehmen gemeinsam arbeiten. Dieser Austausch und die Verbindung von kreativen Disziplinen und Methoden mit dem oft unbekanntem Know-How der lokalen Unternehmen bergen das große Potential, bestehende Geschäftsmodelle und Produkte innovativ weiterzuentwickeln, Ansätze zu erproben, an die bisher nicht gedacht wurde und Kristallisationspunkte zu finden, die inhaltlich und technologisch neu sind.

Der daraus entstehende Ansatz soll über die einzelnen Regionen Brandenburgs hinweg entwickelt werden können, so dass im Idealfall ein Projekt-Netzwerk entsteht, in das sich die einzelnen Regionen und Standorte mit ihren jeweiligen Kompetenzen einbringen können. Vorgeschlagen werden sechs Formatbausteine, mit denen die Zusammenarbeit initiiert und realisiert werden kann. Die Umsetzung der Formate kann über bestehende Förder- und Coachingprogramme zu Gründung, Innovations- und Technologietransfer angeschoben und begleitet werden. Ziel ist es, die Formate langfristig als feste und sich selbst tragende Angebote in den ländlichen Regionen zu etablieren.

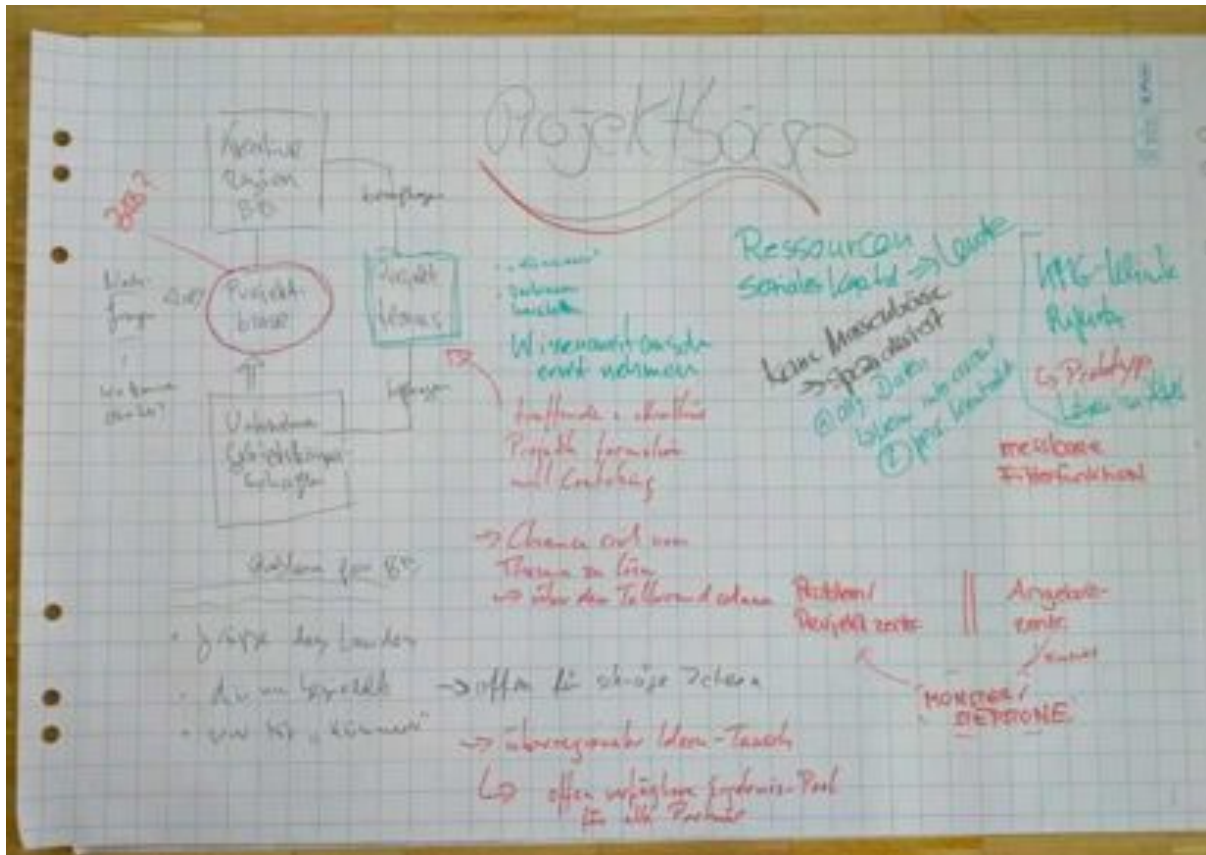


Nach der Vorstellung der Grünen Werkstatt Wendland durch Projektleiter Marc Piesbergen (Präsentation als Anlage anbei) wurden die im Konzept "Kreative Regionen Brandenburg" vorgestellten Projektformate/-elemente in 3 Kleingruppen nach dem Prinzip des World Cafés diskutiert. Dabei flossen wichtige Meinungen und Erfahrungen aus der eigenen Arbeit im Land Brandenburg mit ein.

DIE ERGEBNISSE

Format 1 – die Projektbörse

Die regionalen Projektbörsen sammeln innovative und explorative F&E Aufgaben von lokalen Unternehmen und Kommunen die von Studierenden der Hochschulen bearbeitet werden können. Sie bilden den Kern der Grünen Werkstatt Wendland und werden dies auch für das Projekt-Netzwerk der *Kreativen Regionen Brandenburg* sein. Ein Projektteam spricht vor Ort die Unternehmen an und erarbeitet die Fragestellungen mit ihnen. Gleichzeitig wird der Kontakt zu passenden Ansprechpartnern an den Hochschulen hergestellt. Ein Rahmenvertrag regelt die Zusammenarbeit, bei der die Hochschulen ihr Know-How und die Firmen ihre Fragestellungen, Technologien und Fertigungstechniken einbringen. Die Projektbörse ist das Ergebnis sorgfältig geführter Einzelgespräche mit Unternehmern und erfordert den Aufbau von vertrauensvollen Beziehungen. Im Wendland ist die Projektbörse ein Ordner voller A4-Blätter, die die Idee/das Problem zusammenfassen.



Umsetzung in Brandenburg:

- Unbedingt auch online
- Mit Filterfunktion → dadurch können Probleme leichter mit passenden Lösern gematched werden.
- Unerlässlich auch hier: der persönliche Kontakt zu den Unternehmen
- Frage: wer ist derjenige, der sich darum kümmert?

Format 2 – Überregionale und interdisziplinäre Projektwochen

Die Projektwochen dienen dem Kooperationsaufbau zwischen lokalen Unternehmen, Initiativen, Kreativen und Hochschulen, Fachhochschulen und Berufsschulen - „Warm Up“. Sie bilden die Basis für die Ansprache und Gewinnung der Projektpartner. In Kooperation mit Fachbereichen von Industriedesign über Visuelle Kommunikation bis Wirtschafts-Ingenieurwesen lernen Studierende, aber auch lokale Kreative die Unternehmen der Region, deren Technologien, Materialien, Produkte, Services und Fragestellungen kennen. Die aus den Projektwochen entstehenden Kooperationen sind langfristig angelegt, bis hin zu einer möglichen curricularen Verankerung der Praxisprojekte.

Anders als das Format „Innovationscamp“ sind die Projektwochen viel freier gestaltet. Sie dienen der Kontaktabnahnung und dem Kennenlernen aller Beteiligten und nicht primär schon der Bearbeitung konkreter Fragestellungen. Vielmehr kann im Verlauf der Projektwochen können noch weitere Fragestellungen für die Projektbörse definiert werden, die dann wiederum als Basis für die Innovationscamps dienen. Die Projektbörsen beziehen üblicherweise nur Studierende einer Hochschule mit ein, wobei die Teilnehmer

jedoch aus unterschiedlichen Studiengängen kommen können. Durch den geringeren Aufwand können mehrere Projektwochen im Jahr durchgeführt werden, wohingegen Innovationscamps im Wendland nur je einmal im Jahr stattfinden.



Umsetzung in Brandenburg:

- Das Format lässt sich überdenken: evtl. wäre ein erstes vorgeschaltetes Auftakttreffen sinnvoll, das bestehende Netzwerke und Institutionen einbindet.
- Frage: Soll das ganze Land involviert sein? Oder wäre es sinnvoller regionale Kerne zu bespielen?
- Die Problemlöser sollten möglichst aus Brandenburg rekrutiert werden (denn anders als das Wendland existieren in Brandenburg diverse Hochschulen mit nutzbarem Know-How)
- Vorarbeit: Struktur- und Clusterbildung zur Identifizierung von Themenfeldern?
- Mögliches Umsetzungsszenario:
- Einbindung FHP (Studiengänge Sozialwesen, Architektur, Design, Kulturarbeit, Bauingenieurwesen, Informatik, Bauerhaltung und Restaurierung), IHK und Relais Perleberg als neutraler "Dritter Raum". Mögliche Themen: Beleb. der Innenstädte, Denkmalschutz + ökologische Bürgerbeteiligung

Format 3 – Branchen- und Hochschulübergreifende InnovationsCamps

Die Innovation-Camps bringen Studierende der Hochschulen und Kreative in interdisziplinären, explorativen und öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen mit den Fragestellungen der Unternehmen zusammen. Die Camps sind ein Entwurfs-, Entwicklungs-

und Akquiseformat bei dem die lokale Kreativwirtschaft sowohl Anbieter, als auch Bearbeiter von Fragestellungen sein kann. Die von den Teilnehmern der Camps entwickelten Ideen und Konzepte, Produkte und Services haben das Potential, von den lokalen Unternehmenspartnern real umgesetzt und produziert zu werden.

Im Wendland dauert ein Innovationscamp üblicherweise 2 Wochen. Die Vormittage werden teilweise noch mit Unternehmensbesuchen und anderen Exkursionen gestaltet, die Nachmittage dienen jedoch ausschließlich der konzentrierten Arbeit.

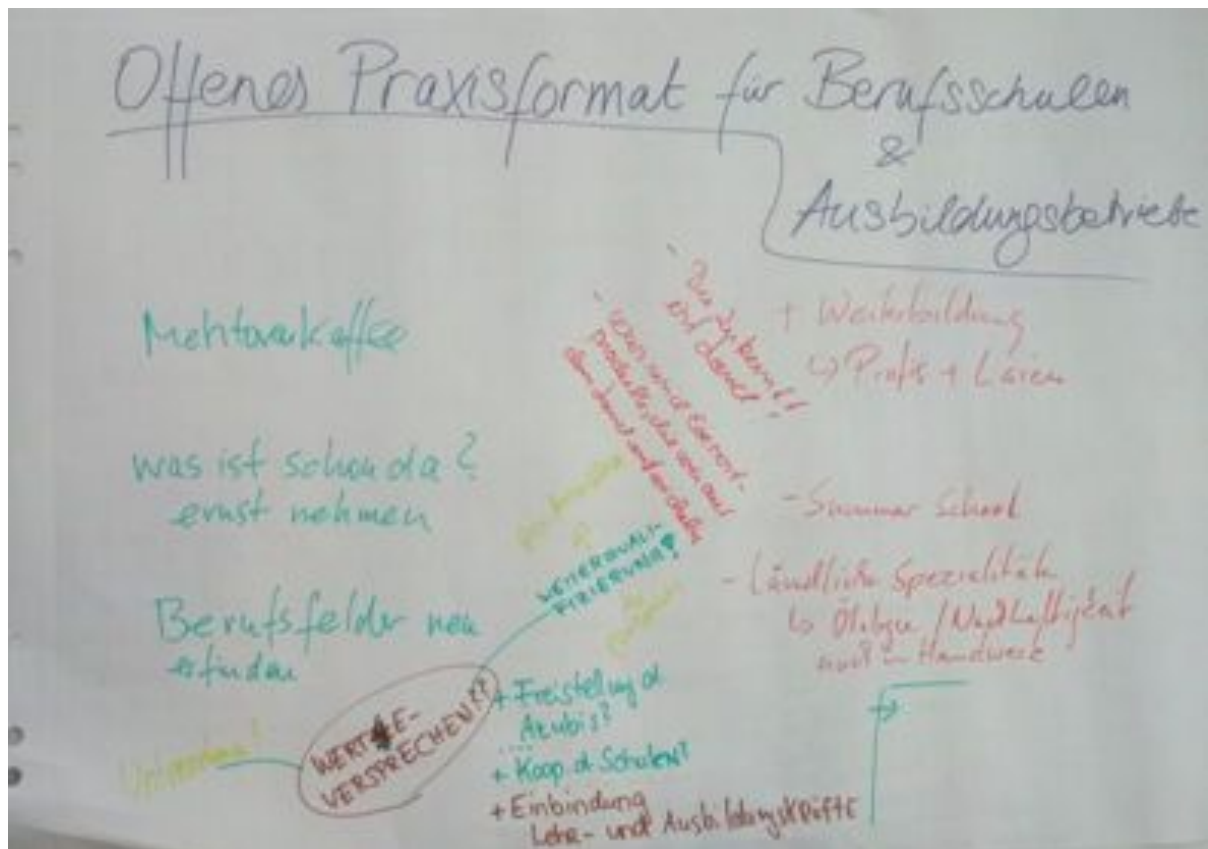


Umsetzung in Brandenburg:

- Mögliche Trennung der Fragestellungen in kommerziell und sozial
- Formatmodifizierung: Puzzleteil-System
- Das InnovationsCamp dient der Sichtbarmachung des Projekts. Damit möglichst viele brandenburger Regionen davon profitieren, bietet es sich an, das Format an wechselnden Standorten abzuhalten (1 Jahr, 1 Ort)
- Das Format könnte ein interessantes Instrument sein, um die bereits existierenden Cluster mit Leben zu füllen und ihnen ein sichtbares Profil zu verleihen.
- **Fragen:**
 - Fehlen/Verpassen weiterer Kompetenzen bei Konzentration auf Cluster?
 - Format als Start / "Reihenfolge" der Formate umdrehen?
 - Gibt es eine kritische Masse zur Teilnahme?
 - Wie bringt man Unternehmen dazu, Probleme zu erkennen und zu formulieren und nach außen zu kommunizieren?
 - Welche Anreize gibt es für die Beteiligten (v.a. die Unternehmen)?
 - Wie lässt sich der Mehrwert vermitteln?

Format 4 – Ein offenes Praxisformat für Berufsschulen und Ausbildungsbetriebe

In Zusammenarbeit mit den Berufsschulen können Auszubildende über ein offenes Praxisformat ihre Betriebe von einer anderen Seite kennenlernen. Hierzu wird die Projektbörse um Aufgabenstellungen für Auszubildende ergänzt. Die Möglichkeit, selbst Aufgaben auszuwählen und Lösungsansätze zu finden, steigert die Identifikation der Auszubildenden mit ihrem Berufsfeld und zeigt dessen Vielfalt auf. Diese proaktive Verknüpfung von lokalen Unternehmen mit den Schülern und Auszubildenden stärkt die Bindung in der Region und an die Region.



Umsetzung in Brandenburg:

- Was schon existiert ernst nehmen und evtl. mit einbauen + Neuerfinden von Berufsfeldern
- Probleme: Freistellung der Azubis, Kooperation mit Schulen, Einbindung der Lehrer ... durch: Wertversprechen!
- Ebenfalls mit einbeziehen: Weiterbildung, Profis und Laien

Format 5 – Temporäres regionales Schaufenster

Ein regionales Schaufenster bildet den Katalysator zwischen Unternehmen, Schulen, Hochschulen und der Öffentlichkeit. Als temporärer Raum ist es ein lokaler Informations-Veranstaltungs- und Ausstellungsort, an dem die Ergebnisse des Netzwerks präsentiert werden. Dabei wandert das Schaufenster von Region zu Region und zeigt vor Ort jeweils auch, was in den anderen brandenburgischen Regionen für Ideen, Unternehmen und

Kompetenzen vorhanden sind. Lokale Initiativen können das regionale Schaufenster mit nutzen und gestalten, ihre Angebote und Kompetenzen darstellen und in einem neuen Kontext einbringen. Als Zwischennutzungsformat kann das regionale Schaufenster auch leerstehende Räumlichkeiten beleben und dient somit als unkonventioneller Ideen- und Impulsgeber vor Ort.



Umsetzung in Brandenburg:

- Möglichkeiten der Umsetzung und Erweiterung: von passiv und stationär zu aktiv/interaktiv und mobil → z.B. mit dem 7,5 Tonnen-LKW, der im Relais Perleberg steht und sich zur Nutzung als mobile Bühne eignen würde.
- Essentiell: Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren und bestehenden Initiativen und Netzwerken
- Erweiterung durch soziale Medien und Netzwerke
- Live-Labor, Schaufenster als Werkstatt
- Instrument um Hemmschwellen abzubauen ("Lockströmungen") und ungenutzten Leerstand durch Zwischennutzung zu beleben.
- **Fragen:**
 - bester Zeitpunkt für ein Schaufenster?
 - Zielgruppe?
 - Ziel? Kennenlernen untereinander und überregional
 - Möglichkeit der Verbindung mit anderen Formaten?

Format 6 – Creative Business Cup

Diese jährliche Auszeichnung prämiiert Entwürfe, die von einem Unternehmen der Region produziert bzw. in der Praxis umgesetzt werden. Das Preisgeld wird zweckgebunden für die Realisierung von marktreifen Prototypen und deren Vermarktung eingesetzt. Eine prominente Jury sorgt für überregionale Sichtbarkeit.



Umsetzung in Brandenburg:

- Bedenken: zu viele Wettbewerbe, die außerdem wenig bewirken
- Evtl. an Hochschulen verankern
- Wettbewerbspreise = Stipendien (z.B. 2 Jahre). Bewerbung nicht mit fertigem Produkt sondern mit Konzept, das mithilfe des Stipendiums umgesetzt wird.
- Dabei Ideen aus der Region entwickeln: z.B. ländliche Nachhaltigkeit, das beste gescheiterte Projekt o.ä.
- **Fragen:**
 - Zusammensetzung der Jury?
 - Zielgruppe?
 - Bewerbungsgrund / Anreiz?
 - Was wäre der USP des Wettbewerbs?

Zusammenfassung

Die Formate der *Kreativen Regionen Brandenburg* zielen bewusst nicht auf Kunst und Kultur ab, sondern auf die fachübergreifende und produktive Verknüpfung von lokalen Unternehmen

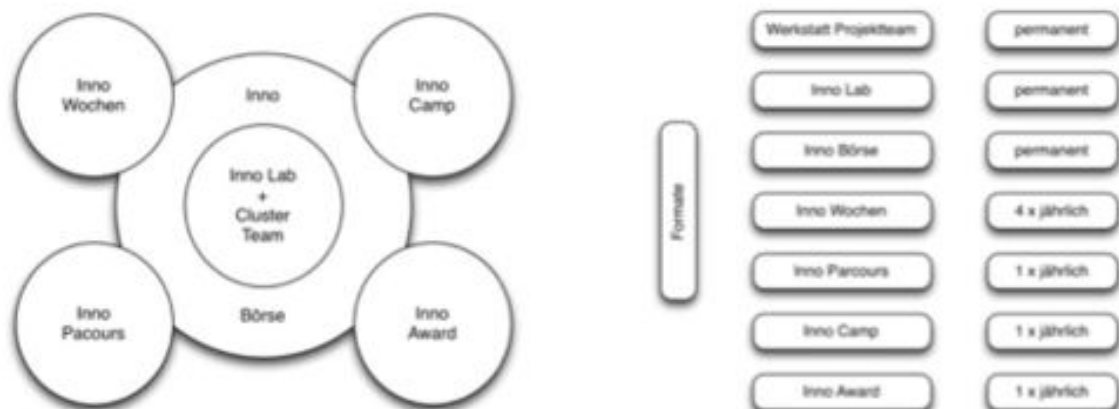
mit Hochschulen und Kreativen.

Ziel sind Innovationen und die Entwicklung von Wertschöpfungspotentialen durch die kreative Verknüpfung des Know-Hows von Entwurf, Konstruktion, Herstellung und Services. Die aufgeführten Bausteine stellen kombiniert mit den Methoden des *Design Thinking* einen interdisziplinären Werkzeugkasten hierfür bereit, der mit seinem explorativen und teambasierten Ansatz von der Idee über den Entwurf bis zum konkreten Prototypenbau führt. Auf diese Weise entsteht ein Projekt- und Ideengenerator, der die ländlichen Regionen nachhaltig aktivieren kann. Seine Ermöglichungsformate bringen die Akteure so miteinander ins Spiel, dass die Wahrscheinlichkeit für innovative Kooperationen und wirtschaftliche Projekte relevant erhöht wird. Gleichzeitig wird die Lebensqualität und Vielfalt im ländlichen Raum gestärkt und nachhaltige Infrastruktur aufgebaut statt abgebaut.

FUNKTION UND ORGANISATION

Nicht mehr diskutiert werden konnten die Eckdaten zu Funktion und Organisation, die im Folgenden dargestellt werden:

Funktionsmodell:



- **Ziel:** Kreativität und Innovation im ländlichen Raum aktivieren. Dadurch qualifizierten Nachwuchs gewinnen, Lebensqualität und Infrastruktur sichern. Kreativwirtschaft als Schlüssel und Schnittstelle.
- **Produkt:** Angewandte Kooperations- und Ermöglichungsformate. Toolbox mit sechs Bausteinen.
- **Vorgehen:** Wissenstransfer und Matching zwischen Unternehmen, Hochschulen und Kreativen.
- **Besonderheit:** Explorative Themenbearbeitung auf Basis einer Projektbörse.
- **Regionalität:** Jede Region hat ihre Stärken. Die Region ist die Ressource.

Mehrwerte für

- **die Unternehmen:** Zugang zu Nachwuchs, Know-How, Problemlösungen.

- **die Hochschulen/Schulen:** Zugang zu Themen, Technologien, Arbeitgebern.
- Mehrwert für Kreative als Themengeber: Neue Verknüpfung als Ermöglicher, Entwickler und Betreuer von Kreativ- und Lösungsformaten zwischen Hochschulen und eigenen Kunden.
- **Kreative als Themenbearbeiter:** Kontakt zu und Kennenlernen von möglichen regionalen Auftraggebern.

Was ist notwendig? → Die Must-Haves:

- **Organisationsform / Träger:** Örtliche Institution (z.B. Wirtschaftsförderung) und/oder Gründung eines regionalen Fördervereins. Bereitschaft der Unternehmen und Universitäten offizielle Kooperationsvereinbarungen zu schließen und feste Ansprechpartner zu benennen.
- **Finanzierung:** Anschubfinanzierung durch Förder- und Coachingprogramme zu Gründung, Wissens- und Technologietransfer. Bei Erfolg dauerhafte Etablierung der Ermöglichungsformate vor Ort. Gemeinsame Finanzierung durch Kommune (Infrastruktur) und lokale Unternehmen (Projektfinanzierung) ist denkbar.
- **Projektteam:** Unternehmensbesuche, Hochschulkontakte, Erstellung und Pflege der Projektbörse, Organisation und Durchführung der Ermöglichungsformate, Kommunikation.

→ Die Must-Haves der einzelnen Formate:

- **Projektbörse:** Ist keine Online-Plattform, sondern Themenkatalog der vom Projektteam persönlich erstellt und von den Teilnehmern in den Formaten im persönlichen Kontakt bearbeitet wird. Permanente Pflege und Ergänzung.
- **Projektwochen:** Hochschulpartner, die im Rahmen der Ausbildung teilnehmen. Unternehmenspartner, die Einblick in den Betrieb geben und auf entscheidungsbefugter Ebene Themen formulieren und bereitstellen.
- **Innovation Camp:** Vertragsvereinbarung aller Teilnehmer mit dem Träger nach Treuhänder-Prinzip. Einbringen von Know-How, Technologien, Materialien, Zeit und Ideen in das Camp. Zustimmung zu Kommunikation und Publikation im Rahmen des Gesamtprojekts.
- **Praxisformat Ausbildung:** Berufsschulen, die im Rahmen der Ausbildung mit schulischen Formaten teilnehmen. Unternehmenspartner, die Themen in die Azubi-Praxisbörse einbringen und den Auszubildenden Zeit und Unterstützung hierfür geben.
- **Regionales Schaufenster:** Kommunen und lokale Initiativen, die das temporäre Programm offiziell mitkonzipieren und umsetzen. Lokale Partner, die Räume bereitstellen. Lokale Presse als Kommunikationspartner vor Ort.
- **Creative Business Cup:** Mitwirkung der offiziellen Brandenburger Einrichtungen für Gründung, Wissens- und Technologietransfer. Bereitstellung eines Preisgeldes und Mitarbeit bei der überregionalen Kommunikation.

AUSBLICK:

Die Idee der "Kreativen Regionen Brandenburg" kann nur dann erfolgreich sein, wenn sich ein Team findet, das sich aktiv für die Umsetzung engagieren will. Dabei kommt es nicht darauf an, alle behandelten Formate und Bestandteile sofort umzusetzen. Ein Andocken an bereits existierenden und etablierten Netzwerken, Standorten o.ä. könnte hier evtl. sinnvoller sein, ebenso wie die Konzentration auf wenige Regionen und Akteure mit Pilotcharakter. Der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt - was zählt sind die regionalen Besonderheiten des Landes Brandenburg, ihre Expertise, Ihre bestehenden Netzwerke und Kontakte und Ihr Engagement!

Zu klärende Fragen für die nächsten Schritte:

- Wie schätzen Sie die Chancen zur Realisierung eines solchen Vorhabens ein?
- Welche Potenziale und Ressourcen bringen Sie selbst schon mit?
- Wo sehen Sie Anknüpfungspunkte oder noch bestehende Defizite?
- Haben Sie Lust, selbst eine aktive Rolle bei der Umsetzung zu spielen? / Wer von den Workshop-Teilnehmern würde sich aktiv als Initiator engagieren?
- Können und wollen die Interessierten ein Initiatoren-Team zusammen bilden?
- Würden die Initiatoren im November einen Ideenskizze erstellen, die als Basis für einen Termin mit Innovationen brauchen Mut dient, um direkt in ein Coaching zur gemeinsamen Weiterentwicklung zu gehen?

Das Projekt C2C kann die Umsetzung nicht selbst durchführen, arbeitet jedoch im Rahmen der Workshops in Brandenburg eng mit dem Gründungs-Coaching- und Beratungsprogramm Innovationen brauchen Mut zusammen. **Es besteht das Angebot, darüber eine Beratung / ein Coaching zu nutzen**, die/das im Hinblick auf die folgenden Fragen / Ansatzpunkte unterstützen kann:

- Organisation und Moderation des Projektteams
- Wie kommen wir von der Idee zur Umsetzung?
- Unterstützung bei der Beantragung von Fördergeldern
- Anbahnung von Kontakten zu Ministerien und anderen öffentlichen Einrichtungen

Wer sich für dieses Angebot interessiert, wende sich bitte an: Noémie Causse (nc@c2conference.org, +49/175-31642287)

Ich vermittele dann sehr gern den Kontakt an unsere Partner von Innovationen brauchen Mut.

Weitere Eindrücke ...







The European Social Fund – Investing in your future!

The Creative Capital Conference (C2C) is funded by the Ministry of Labour, social affairs, women and family with funds from the European social fund and the state of Brandenburg.