

Vorläufiger Endbericht, Status 6.3.2013

Grundlagen einer Regionalen Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014 - 2020

Anlage 16:

Medien und Kreativwirtschaft

Auftraggeber:

Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

Auftragnehmer:

VDI Technologiezentrum GmbH

Dr. Bernhard Hausberg, Dr. Raimund Glitz, Dr. Silke Stahl-Rolf

GIB Gesellschaft für Innovationsforschung und Beratung GmbH

Prof. Dr. Carsten Becker, Dr. Thorsten Lübbers, Sebastian Mehlkopf

Düsseldorf, März 2013

Nachfolgende Analyse basiert auf Experteninterviews, der Auswertung von Dokumenten und den Antworten von Unternehmen und Forschungseinrichtungen in der öffentlichen Konsultation (November 2012) und in den Stakeholder-Roundtables (Februar 2013).

Bearbeiter

Dr.-Ing. Raimund Glitz, VDI Technologiezentrum GmbH

Tel.: 0211 6214546, glitz@vdi.de

Inhaltsverzeichnis

1	Kernaussagen.....	3
2	Ausgangslage und aktuelle Herausforderungen.....	5
3	Strategische Ziele	17
4	Handlungsfelder.....	18
5	Drängende Aktivitäten und Maßnahmen	20

1 Kernaussagen

Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt - Impulsgeber für Innovationen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft stellt einen immer wichtiger werdenden Bereich der deutschen Volkswirtschaft dar. Eine starke Kreativwirtschaft wird auch in Sachsen-Anhalt zunehmend zum Impulsgeber für Innovationen, bringt Wachstum und Beschäftigung voran und profitiert selbst von einer dynamischen Entwicklung. Zu Wachstumstreibern mit Ausstrahlung über die Kreativwirtschaft hinaus zählen beispielsweise die Teilbranchen Software/Games, Design und Medien. So ist die Designwirtschaft nicht allein historisch verwurzelt in Sachsen-Anhalt als Bauhaus-Land, sondern erzielt auch heute vor allem Erfolge im Industriedesign. Viele Auszeichnungen von Designern und Designbüros belegen dies. Bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sollten die Faktoren Design (Produkt-, Industrie- und Kommunikationsdesign) und Kommunikation mitgedacht werden. Design wird angesichts der Vielfalt von Produkten immer bedeutungsvoller, um im Wettbewerb Aufmerksamkeit zu erzielen und ein Produkt auch zu verkaufen. Auch im Handwerk finden sich viele Betriebe, die in diesem Bereich tätig sind.

Die Kreativwirtschaft bringt viele nichttechnologische Innovationen (z. B. Organisationsinnovationen, Innovationen in der Arbeitsform, Überführen von technischen Innovationen in einen anderen Kontext etc.) hervor und wirkt durch ihre intersektorale Verknüpfung als Querschnittsbranche (gesamtwirtschaftlicher Innovationseffekt) in andere Branchen hinein. Diese Innovationen geben im globalen Wettbewerb häufig erst den Ausschlag für wirtschaftlichen Erfolg. Die Kreativbranche selbst ist außerordentlich innovativ und erweist sich als wichtige Quelle für originäre Innovationsideen. Die Kreativen sind dabei nicht nur passive Technologienutzer, sondern geben den Technologieherstellern und Entwicklern immer wieder wichtige Impulse für neue Entwicklungen (neuartige soziale Praktiken des Konsumierens, des Arbeitens, des Organisierens; innovative Formen der Anwendung von Produkten bzw. Überführung in einen neuen Anwendungskontext). Kreative sollten deshalb verstärkt und frühzeitig in die Innovationsprozesse von kleinen und mittelständischen Unternehmen einbezogen werden und damit deren Lösungsräume erweitern. Die Industriedesignbranche kann zu einer Leitbranche für die gesamte Kulturwirtschaft und Kreativindustrie in Sachsen-Anhalt werden.

Als Vision entsteht ein landesweites Kreativwirtschaftsnetzwerk unter Einbeziehung der Hochschulen und Industriecluster. Sachsen-Anhalt wird ein Top-Standort für Kreativunternehmen in Europa mit einer leistungsfähigen Infrastruktur und optimalen Verzahnung zu den Leitmärkten. Die Vernetzung der Leitmärkte bzw. Branchen mit der Kreativwirtschaft soll über ein neu zu entwickelndes Wettbewerbsformat voran gebracht werden, das Unternehmen und deren kreative Partner einlädt, gemeinsame

Potenziale zu formulieren und innovative Produkte, Technologien und auch Vermarktungskonzepte zu entwickeln.

Studien und Dokumente im Überblick

- Dr. Fritz Hellmer, Sebastian Markworth, Dr. Klaus Müller: „Leistungspotenzial des kreativen Handwerks in Sachsen-Anhalt“
im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Dezember 2010
- Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt, 2006
- EUROPEAN DESIGN INNOVATION INITIATIVE, Report and Recommendations of the European Design Leadership Board
Das Expertengremium European Design Leadership Board hat am 17.9.2012 einen Bericht zu „Design für Wachstum und Wohlstand“ vorgelegt, der 21 Empfehlungen an die EU-Kommission enthält.
- Cornelia Dümcke: Culture and the Structural Funds in Germany, EENC Paper, 2012
Untersuchung zur Rolle der Kultur in der Strukturförderung einzelner Mitgliedstaaten. Das European Expert Network on Culture (EENC) erarbeitete im Auftrag der Europäischen Kommission eine kritische Analyse darüber, wie die Erschließung bisher ungenutzten Potenzials des Kreativ- und Kultursektors die regionale und lokale Entwicklung in einigen Mitgliedstaaten – darunter auch Deutschland - unterstützen kann.
- KfW-Bankengruppe: „Fokus Innovation: Gründungen in der Kreativwirtschaft“, 2011
Die Studie hat auf die Daten des KfW Gründungsmonitors aus den Jahren 2007 bis 2010 zurückgegriffen. Als einzige Studie berücksichtigt sie nicht nur Voll- sondern auch Nebenerwerbsgründungen.
- Konzept für das Kulturmanagement des Stadtteils Magdeburg Buckau; Konzept für eine Neuaneignung kultureller Räume (Dingweg); Verbindung neuer Wohn- und Arbeitsformen mit der Ansiedlung von Kreativen, Freischaffenden und Künstlern – OvGU Studiengangsteam Cultural Engineering: Projekt:kultur.macht.stadt
- Das European Cluster Observatory erstellte für die DG Unternehmen und Industrie eine Clusterstudie zu den European Creative Industries Cluster (EU-Kommission DG Unternehmen und Industrie (2011): Priority Sector Report. Creative and Cultural Industries, EU Cluster Observatory, Europa Innova Paper No.16).
- PROGROS AG, Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette. Forschungsgutachten für das BMWi, Dezember 2012

2 Ausgangslage und aktuelle Herausforderungen

Sachsen-Anhalt gehört zu den Aufsteigern unter den Kreativstandorten in Deutschland und Europa. Die Design, Kunst-, Medien- und Kommunikationswirtschaft ist in Sachsen-Anhalt dynamisch gewachsen und nimmt eine wichtige Position in der regionalen Wirtschaftsstruktur ein.

Erfolgsbranche Design

Zu Wachstumstreibern mit Ausstrahlung über die Kreativwirtschaft hinaus zählen beispielsweise die besonders innovativen Teilbranchen Software/Games, Design und Medien. Sachsen-Anhalt besitzt mit dem Branchenfeld „Designwirtschaft“ aber nicht nur historisch verwurzelte Traditionen. Das Bauhaus-Land erzielt vor allem im Industriedesign Erfolge. Während die Anzahl der Selbstständigen und Unternehmen mit knapp 700 Steuerpflichtigen im Bereich Design einschließlich des Werbemarktes eher gering ausfällt, punkten Sachsen-Anhalts Kreative im Umsatz. Das gilt insbesondere für die Industriedesigner¹.

Sachsen-Anhalt besitzt mit dem Branchenfeld „**Designwirtschaft**“ nicht nur historisch verwurzelte Traditionen u. a. im Bauhaus. In Sachsen-Anhalt findet die Design-Ausbildung an verschiedenen Hochschultypen in Halle, Dessau und Magdeburg mit unterschiedlichen Schwerpunkten, Zielstellungen und Gewichtungen statt. Die Ausbildungsstruktur bildet einen exzellenten Hintergrund für eine zu entwickelnde Branche Designwirtschaft. Im Umfeld der Hochschulen entstehen „kreative Szenen“ und kulturtragende Vereine, wie z. B. Forum Gestaltung, Festung Mark, Moritzhof, KanTe (Kultur auf neuem Terrain erleben, Träger des Magdeburger Kulturpreises 2012), die zu einem breiten städtischen Kulturangebot beitragen und zur Entwicklung von Unternehmensgründungen führen.

Medienstandort im Aufwind

Die Landesregierung hat die Stadt Halle als Entwicklungsschwerpunkt der **Medienwirtschaft** gezielt aufgebaut. Der Standort kann sich im nationalen und internationalen Vergleich sehen lassen. Es ist gelungen, in Halle unternehmerische Potenziale besonderer Qualität in den Bereichen Animation, Filmtechnik (Postproduktion), Ton und Hörfunk (MDR) aufzubauen.

Wissenschaftspotenziale

Alle Hochschulen des Landes bieten Studiengänge im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, weitere Institutionen verfügen über Ausbildungs-Expertise. Der Bedarf an Fachkräften kann so gedeckt werden.

¹ Spezial: Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt, <http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de>

- [Burg Giebichenstein](#), Campus Design
Basis für den Erfolg der Designwirtschaft bildet eine exzellente Ausbildungsstruktur mit der internationalen Kunsthochschule Burg Giebichenstein in Halle, der in der Tradition des berühmten Bauhaus stehenden Hochschule Anhalt in Dessau und der Hochschule Magdeburg-Stendal. Dort entstehen „kreative Szenen“, die das Fundament für Innovationen und Ausgründungen bilden. Die Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design Halle ist eine moderne Kunst- und Designhochschule, die Elemente einer Hochschule für Gestaltung, einer Kunstakademie und einer Mediehochschule miteinander verbindet.
- [Hochschule Anhalt](#) , Fachbereich Design
Der 1993 gegründete Fachbereich Design der Hochschule Anhalt in Dessau konnte als Neugründung sehr viel leichter als andere Design-Hochschulen, gefördert auch durch die Nähe zum historischen Bauhaus, ein zukunftsweisendes Ausbildungskonzept etablieren. Innerhalb dieses integrierten Designstudiums werden die Schwerpunkte Kommunikationsdesign, Produktdesign und Mediendesign zusammengeführt. Das Ziel ist eine im Ansatz generalistische Designausbildung („Dessauer Modell“), die im Bachelor-Studiengang zu einer plattformübergreifenden Spezialisierung und in den Masterstudiengängen zu einer interdisziplinären Projekt und Medien-Kompetenz führt.
- [Hochschule Harz](#)
Hier bietet sich dem Studenten eine hervorragende Infrastruktur mit Multimedia-Labor, Grafik-Labor, 3D-Labor, Foto- und Videostudio, Schnittplätzen und Medienleihe.
- [Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg](#)
Mindestens zwei kulturumfeldprägende Studiengänge: Medienbildung BA und MA sowie Cultural Engineering (CE) BA und MA, die in Magdeburg und der Region über Events, Praktikumseinsätze, Kulturmanagementverantwortung das kulturelle Leben der Stadt bereichern und prägen.
- [Hochschule Merseburg](#)
Die Hochschule Merseburg bietet ein breites Fächerspektrum in den Naturwissenschaften sowie in den Bereichen Wirtschaft, Soziales, Medien und Kultur Studiengänge an.
- [Martin-Luther-Universität Halle](#)
Am Dept. Medien- und Kommunikationswissenschaften der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg werden die drei Teilbereiche Medientheorie (kultur- und kommunikationswissenschaftlicher Teilbereich), Medienanalyse (sozialwissenschaftlich-medientechnischer Teilbereich) und Medienpraxis

(Teilbereich für praktisch-anwendungsbezogene Übungen und Projekte) angeboten.

- [Hochschule Magdeburg-Stendal](#)
Die Designausbildung in Magdeburg hat eine lange Tradition und eine wechselhafte Geschichte, die mit der Gründung einer "Provinzial-, Kunst- und Handwerks-Schule" im Jahre 1801 begann.
- [International Academy of Media and Arts](#), Halle
Die International Academy of Media and Arts (Halle-Academy) ist eine Bildungsinitiative von Unternehmen der Film- und Medienwirtschaft in Mitteldeutschland.
- [Medienanstalt Sachsen-Anhalt \(MSA\)](#), Halle
Einer der Aufgabenschwerpunkte der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) liegt in der Vermittlung von Medienkompetenz. Das zu diesem Zweck im Frühjahr 1998 eröffnete Medienkompetenzzentrum (MKZ) der MSA bietet die Möglichkeit, Kenntnisse zu inhaltlichen und technischen Grundlagen von Medienproduktion und Medienpädagogik zu erwerben. Das MKZ verfügt über ein Livestudio für TV und Radio sowie Computerarbeitsplätze für Audio-, Video-, Internet- und Multimediaproduktionen.
- [Werkleitz-Zentrum für Medienkunst](#), Halle
Das Werkleitz-Zentrum für Medienkunst ist ein gemeinnütziger Verein, dessen Ziel vorrangig in der Förderung und Realisierung von Medienkunstprojekten sowie in deren Präsentation und Distribution besteht. Darüber hinaus bietet Werkleitz u. a. umfangreiche Stipendien- und Förderprogramme sowie mit der Professional Media Master Class (PMMC) Medienschaffenden in verschiedensten Bereichen die Möglichkeit, sich in der professionellen Medienpraxis weiterzubilden und für den Medienmarkt zu qualifizieren.
- [Kompetenzzentrum „Gestalter im Handwerk“](#), Halle
Für Handwerker bietet das Kompetenzzentrum „Gestalter im Handwerk“ die Möglichkeit sich allgemein und gezielt in Gestaltungsfragen weiterzubilden.

Studiengänge²

- 3D-Visualisierung (2)
- Grafikdesign (4)
- Industriedesign (7)
- Interaktionsdesign (5)
- Kommunikationsdesign (5)
- Kunsthandwerk (2)

² Quelle: Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt, <http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de>
In Klammern Zahl der Studiengänge, kein Anspruch auf Vollständigkeit.

- Möbeldesign (3)
- Modedesign / Textildesign (2)
- Musikwirtschaft (2)
- Produktdesign (6)
- Systemdesign (2)
- Webdesign (4)

Kultur- und Kreativwirtschaft als Teil der Gesamtwirtschaft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) stellt inzwischen einen immer wichtiger werdenden Bereich der deutschen Volkswirtschaft (bundesweiter Umsatz von 137,3 Mrd. Euro in 2010 mit rund einer Million Beschäftigten) dar.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist Teil einer wissens- und contentorientierten Gesellschaft und verfügt über Modell weisende Arbeits- und Lebensformen, die perspektivisch auch andere Branchen übernehmen können und werden. Bezeichnend für die Innovationskraft von Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft steht der hohe Anteil von 18 % Unternehmensstarts mit einer Marktneuheit im Vergleich zu sonst üblichen 12 %³. Zudem arbeitet die Kreativwirtschaft mit zum Teil hybriden Arbeitsformen und einer im Wesentlichen contentorientierten Produktion als **Vorreiter auf dem Weg zur Wissensökonomie**. Teilbranchen weisen sehr kurze Innovationszyklen für einzelne Produkte auf. Fast alle Unternehmen der Branche nutzen moderne Technologien (besonders IKT) und geben zudem Impulse zur Herstellung neuer Technologien.

Innovation im kreativen Sektor fallen häufig unter „**versteckte**“ **Innovationen** und sind vier Kategorien (nach Miles und Green (2008): Hidden innovation in the creative industries) zuzuordnen:

- Innovationen, die dem herkömmlichen Innovationsverständnis entsprechen, aber nicht messbar sind, da es keine eigene FuE-Abteilung gibt
- Innovationen bezüglich des Geschäftsmodells / der Organisation der Unternehmen
- Innovationen, die in einer neuen Kombination bestehender Technologien und Prozesse bestehen
- lokale Innovationen.

Eine aktuelle Studie⁴ im Auftrage des Bundeswirtschaftsministeriums untersuchte deshalb 2012 von Fraunhofer ISI und Prognos AG die **Innovationsfähigkeit und Wert-**

³ Quelle: Fokus Innovation: Gründungen in der Kreativwirtschaft, KfW Bankengruppe, September 2011

⁴ Forschungsgutachten „Die Kultur- und Kreativwirtschaft in der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette – Wirkungsketten, Innovationskraft, Potentiale“, Prognos AG und Fraunhofer ISI, 2012

schöpfungseffekten der KKW. Sie bekräftigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem Vorreiter für eine zunehmend wissensbasierte Ökonomie in Deutschland geworden ist und kommt zu folgenden Kernaussagen:

- Die KKW ist innovativ und **Vorreiter im Einsatz neuartiger Methoden und Formen der Arbeitsgestaltung** (stark projektorientiert, oft interdisziplinäre Arbeitsweise und neuartige Arbeitsformen wie Innovation Communitys oder Coworking Spaces).
- Die Unternehmen der KKW bedienen sehr stark **nicht technische Innovationen** und erweitern damit das durch technische Fortschritte geprägte Innovationssystem (neuartige soziale Praktiken des Konsumierens, des Arbeitens, des Organisierens; innovative Formen der Anwendung von Produkten bzw. Überführung in einen neuen Anwendungskontext).
- Die KKW ist **Innovationstreiber für andere Branchen** und leistet damit einen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Gesamtwirtschaft (oft zu Beginn der Innovationskette sowie beim Marketing/Vertrieb; Design-Thing-Prozesse, um Kundenwünsche stärker zu berücksichtigen).
- Die KKW macht Innovationen anderer Branchen durch die Schaffung neuer Nutzererfahrungen und Emotionalisierung der Produkte und Dienstleistungen anwend- und vermarktbar (z. B. Werbung, Design, Film, Web-2.0-Technologien).
- Zur Hebung der bislang ungenutzten Innovationspotenziale ist eine stärkere Sichtbarkeit der KKW bei Unternehmen anderer Branchen notwendig (Kreativunternehmen bislang zu wenig bei anderen Branchen bekannt).

Innovation by Design

Welche Bedeutung die EU dem Thema Design zumisst, offenbart sich im Rahmen der Strategie Europa 2020, in der die EU einen Vorschlag für eine Innovationsunion vorgelegt. Darin wird **designorientiertes Handeln** auf die Agenda gesetzt; da Design mehr als das äußere Erscheinungsbild von Produkten ist. Das Design ist maßgeblich für eine erfolgreiche Vermarktung, es ermöglicht, Ideen in benutzerfreundliche, hochwertige Produkte zu verwandeln. So benutzerorientiert und auf Dienstleistungen, Systeme und Organisation angewandt, wird es zum treibenden Motor für innovative Geschäfts- und Organisationsmodelle und andere Formen nichttechnologischer Innovation. Dies sollte als Chance und Herausforderung begriffen und im Rahmen der Wirtschaftspolitik umgesetzt werden.

Allerdings haben traditionelle Unternehmen oft **Hemmungen**, Kreativ-Akteure in ihre Innovationsprozesse einzubinden. Häufig werden die Leistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft noch getrennt entwickelt und dem traditionellen Wertschöpfungsprozess der Unternehmen hinzugefügt. Unterstützungsansätze können darin bestehen,

Unternehmen für diese zusätzlichen Märkte zu sensibilisieren und Verständnis dafür zu wecken, dass die Planung von Produkten/Dienstleistungen und künstlerischen, ästhetischen Elementen als ganzheitlicher und integrierter Prozess zu verstehen ist.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Schon eine Clusterpotenzialstudie von 2008 nannte die Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt einen Cluster mit 12.300 Erwerbstätigen in rund 2.500 Firmen mit einem Gesamtumsatz von mehr als 600 Mio. Euro. Ein Großteil der Unternehmen ist in den beiden größten Städten des Landes. Die Schwerpunkte liegen umsatzmäßig in Magdeburg im Pressemarkt, bei Software/Games, Design, Architektur und Werbung sowie in Halle bei Film, Design und Presse.

Eine neuere Studie⁵ zu den wirtschaftlichen Potenzialen der Kultur- und Kreativwirtschaft in **Magdeburg** belegt die wachsende Bedeutung der Branche in der Landeshauptstadt:

	Magdeburg	Anteil an der Gesamtwirtschaft
Anzahl Unternehmen	533	7,9%
Umsatz in Mio. EUR	296	4,9%
Anzahl Erwerbstätige	3.363	3,1%

In der **Region Halle** stellt die Medien-, Kultur- und Kreativbranche derzeit ca. 11.000 Arbeitsplätze zur Verfügung. Die Stadt Halle hat deshalb – ähnlich wie Magdeburg – eine Branchenstudie der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft beauftragt⁶. Ziel der Studie ist, Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Medien- und Kreativstandortes Halle sowie zur Steigerung der Attraktivität des gesamten Standortes für neue Gewerbe- und Industrieansiedlungen zu erarbeiten.

Schon heute genießt Halle u. a. dank des Mitteldeutschen Multimediazentrums (MMZ) einen exzellenten Ruf als Standort für Filmschaffende. Rund 35 Mio. Euro wurden in den Multimediakomplex investiert. Das Haus verfügt über einen eigenen Kinosaal mit 117 Sitzplätzen und einen großen Studiokomplex für Audiopostproduktionen. Die Kintonmischung mit einer Dolby Premier Studio Lizenz ist die erste und bisher einzige ihrer Art in Deutschland. Studios, die diese Lizenz vorweisen können, erfüllen alle internationalen Qualitätskriterien für die Vertonung aufwändiger Kino-

⁵ Studie zu den wirtschaftlichen Potentialen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Magdeburg, Auftraggeber: Wirtschaftsdezernat Landeshauptstadt Magdeburg, Auftragnehmer: Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln

⁶ Auftraggeber: Stadt Halle, Wirtschaftsförderung, Auftragnehmer: Univations - Institut für Wissens- und Technologietransfer an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

filme und DVDs. Junge Produktionsfirmen wie Schmidt Katze, 42 Film und traditionsreiche Firmen wie NFP teleart, aber auch Produktionsunternehmen und technische Dienstleister wie METRIX Media und digital images agieren in Halle. In den Studios und Agenturen der Stadt entstehen viele Eigen- und Koproduktionen. Als Produktionspartner für Film und Fernsehen präsentiert sich auch das Studio Halle. Die Kreativmannschaft besteht aus Screendesignern, Printdesignern, Redakteuren, Textern und Konzeptionern. Auch Making of und Setphotos können durch das Studio Halle realisiert werden.

Einzigartig ist die International Academy of Media and Arts (Halle-Academy), eine Bildungsinitiative von Unternehmen der Film- und Medienwirtschaft in Mitteldeutschland. Sie ergänzt die bestehenden Hochschul- und Ausbildungslandschaft durch hoch spezialisierte und konsequent marktorientierte Trainingsangebote. Zudem fördert das Land als Gesellschafter der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM) hochwertigen Medien-Content von der Multimediaproduktion bis zum Kinofilm.

Der Kreativstandort Halle boomt des Weiteren auch wegen seiner Exklusivität in Sachen Animation. Mit MotionWorks ist eines der international bekanntesten deutschen Trickfilmstudios vor Ort. Das Unternehmen war beteiligt an Produktionen wie "Der kleine Eisbär", "Lauras Stern" und "Till Eulenspiegel", hat aber auch zahlreiche eigene Produktionen hervorgebracht.

Teilmärkte und Trends⁷

Das Kreativbusiness vernetzt unterschiedliche Teilmärkte, die von den Branchen Musik, Literatur, Kunst, Film und Fernsehen bis zu den entsprechenden Wirtschaftszweigen wie z. B. Tonträgerindustrie, Verlagswesen, Kunstmarkt reichen. In allen Bereichen setzt sich zunehmend der Trend durch, dass eine ästhetisch gelungene Gestaltung bzw. eine innovative Inszenierung von Produkten und Dienstleistungen ausschlaggebend für wirtschaftlichen Erfolg sind.

- **Design**

Design ist nicht nur dazu da, ein Produkt „ästhetisch“ oder einfach auffallend zu gestalten, sondern hat wesentliche Aufgaben für die Funktionalität, die Kundenfreundlichkeit und sparsamen Materialeinsatz etc. zu erfüllen. Deshalb sollte der Designprozess nicht als etwas aufgesetztes, das der Entwicklung hinterher folgt, gestaltet werden. Gewachsen ist die Szene vor allem im Umfeld der Designhochschulen im Land: Burg Giebichenstein in Halle, Hochschule Anhalt in Dessau und Hochschule Magdeburg-Stendal am Standort Magdeburg. Markenzeichen der Designagenturen: schnell, flexibel und pragmatisch.

⁷ Quelle: Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt, <http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de>

Die EU hat 2011 die **European Initiative für Design Innovation Leadership** gestartet. Das damals ins Leben gerufene Expertengremium European Design Leadership Board hat am 17. September 2012 einen Bericht zu „Design für Wachstum und Wohlstand“ vorgelegt, der 21 Empfehlungen an die EU-Kommission enthält. Danach soll Design in die zentrale Innovationsstrategie der EU eingebunden werden. Die sechs strategischen Bereiche reichen von der gesamteuropäischen Ebene (EU-Design-Label) über Design Innovationen für Unternehmen und den öffentlichen Sektor bis zum Thema Design in der europäischen Bildung und Forschung.

- **Filmstandort Sachsen-Anhalt**

Sachsen-Anhalt hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Standort für deutsche und internationale Filmproduktionen entwickelt. Über 150 Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme sind in den letzten Jahren hier entstanden. Die Gründe sind vielfältig: außergewöhnliche Drehorte, professionelle Film-Dienstleister (vergl. obige Ausführungen zum Standort Halle), unbürokratische Verwaltung und nicht zuletzt die vielfältige Förderung – sowohl für etablierte Medienunternehmen wie für junge Filmemacher – durch die Landesregierung, die Investitionsbank Sachsen-Anhalt, die Kunststiftung des Landes und die Mitteldeutsche Medienförderung.

- **Software/Games-Industrie**

Auf dem Markt für Software/Games gibt es in Sachsen-Anhalt überregional sehr erfolgreiche Unternehmen und Agenturen. Während der Bereich Interaction-Design vor allem stark in Magdeburg verankert ist, spielt das Thema Gaming in Halle eine größere Rolle. Mit „Das Schwarze Auge: Drakensang“ kommt eines der beliebtesten Onlinespiele aus der Saalestadt, nämlich von Radonlabs.

- **Kunst/Darstellende Kunst**

Die Museen und Galerien des Landes beherbergen großartige Bestände bedeutender Kunstwerke, beispielsweise erlesene Sammlungen der Klassischen Moderne im Landeskunstmuseum der Galerie Moritzburg in Halle oder mit 2000 Gemälden die landesgrößte Sammlung alter Malerei im Schloß Georgium in Dessau. Das Kunstmuseum im Kloster "Unser Lieben Frauen" in Magdeburg zeigt eine bedeutende Sammlung von Skulpturen und Plastiken aus verschiedenen Epochen. Derzeit arbeiten in Sachsen-Anhalt ca. 700 bildende Künstlerinnen und Künstler. Mit der Hochschule für Kunst und Design, Burg Giebichenstein hält das Land über eine exzellente Ausbildungsstätte vor. Die Kunststiftung des Landes, die im Februar 2005 ihre Arbeit aufnahm, fördert die zeitgenössische Kunst in Sachsen-Anhalt.

- **Kreatives Handwerk**

Ob Musikinstrumentenbau, typisches Kunsthandwerk oder Gold- und Silberschmiedebetriebe – das Handwerk ist in sehr verschiedenen Bereichen kultur- und kreativwirtschaftlich tätig. Allerdings wird seine Rolle bislang unterschätzt, so das Fazit einer vom Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt in Auftrag gegebenen Studie. Durch stärkere Vernetzung mit der Kreativbranche erhöht das Handwerk Wertschöpfung und Marktpotenzial.

Gründungen in der Kreativwirtschaft⁸

Eine Untersuchung der KfW hat folgende Schlaglichter auf das kreativwirtschaftliche Gründungsgeschehen gegeben:

- 13 % aller Existenzgründungen in Deutschland sind regelmäßig der Kreativwirtschaft zuzurechnen. Für das Jahr 2010 sind das 120.000 kreative Gründer. Hierbei dominieren die **Software- und Games-Industrie** sowie die Werbebranche, in denen zusammen rund die Hälfte aller Kreativgründungen stattfinden.
- Kreative Gründer sind meist **jünger und formal besser ausgebildet** als Gründer in anderen Wirtschaftsbereichen. Außerdem werden Ballungszentren als Niederlassungsort bevorzugt.
- Gründer in der Kreativwirtschaft starten häufiger im Nebenerwerb und seltener mit Mitarbeitern. Da i. d. R. keine umfangreichen Produktionsanlagen benötigt werden, melden Gründungen in der Kreativwirtschaft einen **geringeren Finanzierungsbedarf**. Institutionalisierte Beratungsangebote bspw. von Hausbanken werden seltener genutzt.
- Nach eigener Aussage starten zudem 18 % der kreativen Gründer (vs. 12 % aller anderen Gründer) mit einer **Marktneuheit**. Gründungen in der Kreativwirtschaft sind auch unter Berücksichtigung sonstiger Einflussgrößen **überdurchschnittlich innovativ**.
- Gründer in der Kreativwirtschaft sind besonders auf **Austausch und Netzwerke** angewiesen. Sie nutzen Cluster, um sich psychologisch, technisch, aber auch finanziell zu unterstützen.
- Gründungen in der Kreativwirtschaft sind **bestandsfester** als andere Gründungen, dies gilt auch bei Kontrolle anderer Einflussfaktoren. Nach 36 Monaten sind noch ca. 79 % der kreativen Gründungen am Markt (66 % in anderen Wirtschaftsbereichen).

⁸ Quellen: KfW: “Jung, beständig, solo und urban: Gründer in der Kreativwirtschaft“, 22. September 2011; Fokus Innovation: Gründungen in der Kreativwirtschaft, 09/2011

Einbeziehung aller relevanten Akteure und Regionen übergreifende Zusammenarbeit

Kernpartner sind die Designfakultäten und kulturmitgestaltenden Studiengänge der Hochschulen (s. o.), sowie die Wirtschaftsdezernate von Magdeburg und Halle, MMZ, RKW Regionalbüro für Kreativwirtschaft, Handwerkskammern.

- **Handwerkskammern Magdeburg und Halle (Saale)**

Die Handwerkskammern Magdeburg und Halle bieten eine Fülle von Dienstleistungen für kreative Handwerksbetriebe ab. Hierzu zählen verschiedene Hilfestellungen und Beratungsangebote, wie z. B. zum Thema Existenzgründung, zu betriebswirtschaftlichen und technischen Fragen sowie zu passgenauen Fördermöglichkeiten. Darüber hinaus wird kreativen Betrieben der Zugang zu einschlägigen Messen eröffnet, um ihnen die Gelegenheit zu verschaffen, ihre Produkte zu präsentieren. Des Weiteren wird ein Kooperationsprojekt mit der Region Altai in Russland durchgeführt, d. h. es findet ein Austausch zwischen den Betrieben des Kammerbezirks und Betrieben aus dem Altai statt.

Auch die Handwerkskammer Halle kooperiert mit speziellen Dienstleistern im Umfeld des kreativen Handwerks. Zur nennen ist hier insbesondere das DesignHaus Halle. In Zusammenarbeit mit dem DesignHaus bietet die Handwerkskammer den kreativen Handwerksbetrieben die Gelegenheit zu Ausstellungen auf speziellen Messen.

- **Technologie und Wissenstransferzentrum Hochschule Magdeburg-Stendal (TWZ)**

Das TWZ arbeitet an der Schnittstelle zwischen Hochschule und Wirtschaft. Zu den Aufgabenbereichen des TWZ gehören das Initiieren von Forschungsprojekten zwischen Hochschule und Wirtschaft, gemeinsame Messeauftritte, aber auch weniger komplexe Dienstleistungen, wie z. B. das Erstellen von Internetseiten, Flyern und Visitenkarten. Das TWZ kooperiert seit 2010 mit der Handwerkskammer Magdeburg. Das Technologie- und Wissenstransferzentrum der Hochschule Magdeburg-Stendal hat mit Hilfe der Vermittlung der Handwerkskammer Magdeburg bereits mehrere Beratungs- und technische Dienstleistungen für kreative Handwerksbetriebe durchgeführt.

- **Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V. (KWSA)**

Der Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e. V. (KWSA) ist der sachsen-anhaltische Unternehmerverband der Kreativwirtschaft. Der Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e. V. ist bestrebt, die zahlreichen Dienstleister und Kreativen in Sachsen-Anhalt miteinander in Verbindung zu bringen, um gegenseitige Potenziale und Möglichkeiten marktwirtschaftlich und kulturwirtschaftlich transparent zu machen und projektbezogene Kooperationen zu

ermöglichen. Der Verband hat den Zweck der Vernetzung von Unternehmen aus der Kreativwirtschaft sowie deren Dienstleister und der anwendenden Wirtschaft. Ziel ist die Koordination, Stärkung und Förderung der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt sowie die Förderung der Wissenschaft und Forschung sowie die Aus- und Weiterbildung im Bereich Kreativwirtschaft.

- **Fachverband Gestaltendes Handwerk LSA e.V.**

Der Fachverband wurde 2009 als Verein gegründet. Unterschiedliche Gewerke wie schmiede-, metall-, glas-, holz-, papier- und keramikgestaltende Berufe sowie Buchdruck und Buchbinderei haben sich als Fachgruppen konstituiert und nehmen gerade ihre Arbeit auf. Zielstellung des Fachverbandes ist die Förderung des Nachwuchses sowie die Pflege des traditionellen Handwerks, dessen Fertigkeiten und Kenntnisse bewahrt werden sollen. Der Verein führt Ausstellungen, Veranstaltungen, Symposien, Mitgliederschulungen und Messen durch. Zusätzlich soll die Kooperation mit nationalen und internationalen Fachverbänden intensiviert werden.

- **RKW Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft Region Mitteldeutschland**

Das Kompetenzzentrum ist beim RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V. angesiedelt. Es ist Bestandteil der Initiative Kultur und Kreativwirtschaft des Bundes. Dabei handelt es sich um ein bundesweites Netzwerk, welches in acht Regionen aktiv ist. Eine dieser Regionen ist Mitteldeutschland, d. h. Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Das Kreativzentrum mit Ansprechpartnern in Halle und Magdeburg fungiert als erste Anlaufstelle für Akteure der Kreativwirtschaft. Es ist den weiteren relevanten Einrichtungen und Dienstleistern in diesem Sektor vorgeschaltet. Das Angebot beinhaltet im Wesentlichen eine Orientierungsberatung, die der Klärung erster unternehmerischer Ideen, der Weiterentwicklung von Geschäftsideen und der Kontaktherstellung mit passenden Einrichtungen vor Ort, wie z. B. Kammern, Banken oder wirtschaftsnahen universitären Einrichtungen, dient. Das Angebot richtet sich auch an Akteure des Kunsthandwerks als Bestandteil der Kreativwirtschaft. Dazu gehören auch Quereinsteiger die z. B. Handmade- oder Design-Your-Own-Produkte vermarkten möchten.

- **DesignHaus Halle**

Das DesignHaus Halle ist ein Dienstleister für die Kreativwirtschaft. Es ist verbunden mit der Burg Giebichenstein, Kunsthochschule Halle. Das Angebot des DesignHauses umfasst die Vermietung von Räumlichkeiten zu günstigen Mietkonditionen im Umfeld des Campus Design sowie die Weiterbildung in Form berufsbegleitender Qualifizierung. Hinzu kommen eine Karriereberatung bzw. die Unterstützung beim Start in das Berufsleben für Studenten und Absolventen der Burg Giebichenstein sowie die Durchführung von Veranstal-

tungs- und Kommunikationsforen für die Öffentlichkeit. Spezielle Angebote für kreative Handwerksbetriebe existieren nicht. Die bestehende Angebotspalette steht diesen Betrieben jedoch grundsätzlich offen.

- **Projekt INVESTFORUM**

Das INVESTFORUM Sachsen-Anhalt ist eine Vermittlungsplattform zur Finanzierung und Förderung innovativer Unternehmen. Die Zielstellung besteht in der Unterstützung von Unternehmensgründern und Wachstumsunternehmen bei der Suche nach potenziellen Kapitalgebern, Business Angels und anderen Finanziers. Das INVESTFORUM führt jährlich eine gleichnamige Veranstaltung durch, die technologieorientierten Unternehmen die Möglichkeit bietet, ihr Geschäftskonzept den anwesenden Kapitalgebern vorzustellen. Darüber hinaus werden kleinere Branchenforen organisiert. Diese beinhalten Workshops, Vorträge und Diskussionen zu aktuellen Branchentrends, eine Unternehmerversammlung und Präsentationen von Jungunternehmen zur Akquisition von Beteiligungskapital. Zusätzlich umfasst das Leistungsspektrum auch eine individuelle Beratung.

- **Projekt Kreativmotor**

Beim Kreativmotor handelt es sich um ein vom Land Sachsen-Anhalt gefördertes Projekt, das seine Tätigkeit am 1.7.2010 aufgenommen hat. Die Zielstellung besteht darin, Wachstum und Innovationen von Unternehmen der Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalts zu generieren. Das Leistungsangebot besteht im Matching von kreativen Betrieben mit Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen sowie Kapitalgebern (d. h. Kontaktherstellung, Begleitung) bis hin zu beispielsweise betriebswirtschaftlicher Qualifizierung in Form von Seminaren, aber auch individuellem Coaching.

- **Projekt: kultur.macht.stadt.**

Dabei handelt es sich um eine Kulturmanagementaktivität, die im Rahmen des ExWoSt-Programms im Forschungsfeld der „Kooperation konkret“. Ziel ist die Vernetzung, Kommunikation und Verstärkung von Künstlern und Kreativen mit der städtebaulichen Entwicklung und Transformation eines Stadtteils. Das Projekt wird gefördert (IV.2012 – VI.2014) vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) und von der BauBeCon Sanierungsträger GmbH durchgeführt.

3 Strategische Ziele

- Die Europäische Union strebt eine Stärkung der Kreativwirtschaft an und erwartet daraus Impulse für die Gesamtwirtschaft. Eine **starke Kreativwirtschaft** in Sachsen-Anhalt beflügelt Wirtschaft und Wissenschaft durch ihre Impulse und Ideen. Sie **bringt Wachstum und Beschäftigung in Sachsen-Anhalt voran** und profitiert selbst von einer dynamischen Entwicklung.
- Die Kreativwirtschaft bringt viele **nichttechnologische Innovationen** (z. B. Organisationsinnovationen, Innovationen in der Arbeitsform, Überführen von technischen Innovationen in einen anderen Kontext etc.) hervor und wirkt durch ihre intersektorale Verknüpfung als Querschnittsbranche (gesamtwirtschaftlicher Innovationseffekt) in andere Branchen hinein.
- Sachsen-Anhalt wird ein **Top-Standort für Kreativunternehmen** in Europa mit einer leistungsfähigen Infrastruktur und optimaler Vernetzung der einzelnen Teilbranchen. Wirtschaft und Wissenschaft binden die Kreativen aktiv als Impulsgeber und Nutzenstifter in die Entwicklung und Vermarktung innovativer, bedarfsgerechter Lösungen ein.
- Sachsen-Anhalt ist jenseits von Magdeburg, Halle und Dessau ein Flächenland mit einer relativ geringen Bevölkerungsdichte, aber mit einem äußerst **umfangreichen kulturellen Erbe**. Es ist wichtig, die Potenziale der Städte mit dem kulturell reichen Umfeld in Verbindung zu bringen und die **bestehende Infrastruktur aufeinander abzustimmen**.
- Die **Außenwahrnehmung** der Kreativunternehmen im Land und über das Land hinaus soll sich verbessern, um auf die vielfältigen und hochwertigen Dienstleister in Sachsen-Anhalt hinzuweisen. Zum gegenseitigen Nutzen entsteht eine lebendige, vernetzte Kommunikation zwischen den Unternehmen der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt.
- Bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sollten die Faktoren **Design (Produkt-, Industrie- und Kommunikationsdesign), Kunst, Kulturdenkmäler, (Natur-)Tourismus und Medien** mitgedacht werden. Kulturelle Einbettungen und Design werden angesichts der Vielfalt von Produkten immer bedeutungsvoller, um im Wettbewerb das entscheidende Quäntchen mehr an Aufmerksamkeit zu erzielen und ein Produkt auch zu verkaufen.
- Sachsen-Anhalt bleibt **bedeutender Medienstandort** in allen Segmenten: Fernsehen, Hörfunk, Presse, online. Die Medienunternehmen wachsen weiter.
- Sachsen-Anhalt bleibt ein **exzellenter Filmstandort**: ein in Sachsen-Anhalt entstandener Film gewinnt einen OSCAR.

4 Handlungsfelder

Leitfrage: Welche Handlungsfelder ergeben sich auf Basis der Chancen und Herausforderungen für Sachsen-Anhalt z. B. Strategien um Wertschöpfungsketten zu schließen, Kooperationsstrategien?

Wissenschaft

- Entwicklungslinien, Tendenzen und Potenziale der Kreativwirtschaft und Medienbranche aufzeigen und beforschen, um gezielt Ansiedlungen beraten und begleiten zu können
- Förderung neuer, auch kulturbezogener Stadtentwicklungsideen, die den kulturellen Reichtum des Landes und seiner Städte aufgreifen und mit den neuen Entwicklungen und Technologien zu neuen Urbanitätsverständnissen weiterentwickeln
- Think-Tanks, nutzenorientierte Ressourcenbündelung von Wissenschaften und die Erfüllung des universitären Auftrages für gesellschaftliche Fragen; Wissenschaftsdisziplinen aus ihren reinen Fachorientierungen zu holen und auf diese Weise interdisziplinäre Zirkel analytischer und strategischer Natur zu begründen

Bildung und Qualifizierung

- Sachsen-Anhalt bietet eine Vielzahl von Hochschulausbildungen an, die einen direkten oder mittelbaren Bezug zur Medienwirtschaft aufweisen. Es fehlt eine hochschulpolitische Strategie, eine bewusste Wahrnehmung des damit verbundenen kreativen und bereits wirksam werdenden Potenzials. Hier sollte eine hochschulpolitische Strategie ansetzen
- Förderung von Ausbildungs- und Weiterbildungseinrichtungsangeboten, die neue Lernsettings unter Einbezug innovativer Mediennutzung bundesweit offerieren und damit auch die zentrale Lage des Landes im Bundesgebiet nutzen
- Förderung innovativer Ausbildungs- und Weiterbildungsprogramme, die einen intelligenten Wissenstransfer aus den akademischen Kontexten in die Gesellschaft organisieren und dabei neue (niederschwelligere) Formate generieren (z. B. Bürgeruni)
- Gründung dualer und praxisverzahnter Studiengänge, die frühzeitig in einem Studium den Kontakt zwischen Studenten und regionalen Unternehmen, Verwaltungsbehörden und Kultureinrichtungen befördert.
- Berücksichtigung von kreativen Techniken im Rahmen der betriebswirtschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Ausbildung
- Ausbau der Entrepreneurship Education für kreativwirtschaftliche Studiengänge

- Werben um Studierende aus dem gesamten Bundesgebiet durch innovative und Arbeitsmarkt orientierte Bildungsangebote. Dies sollte weiter ausgebaut und unterstützt werden

Wirtschaft

- Wachstum und Innovation von jungen Unternehmen der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt voranbringen
- Zugang zu finanziellen Ressourcen verbessern
- Öffnen der Förderprogramme für Freiberufler
- Förderung junger Unternehmen und Gründer in der Region
- Förderung der Vernetzung innerhalb der Kreativwirtschaft
- Förderung von Vernetzung der Leitmärkte bzw. -branchen mit der Kreativwirtschaft (über neu zu entwickelndes Wettbewerbsformat, das Unternehmen und deren kreative Partner einlädt, gemeinsame Potenziale zu formulieren und innovative Produkte, Technologien und auch Vermarktungskonzepten zu entwickeln)
- Unterstützung der Sensibilisierung für das Potenzial der Kreativwirtschaft (z. B. durch Fortführen der Kampagne/Marketing für die Kreativwirtschaft)
- Sensibilisierung der Banken hinsichtlich der Bewertung von kreativen Leistungen
- Verstärkung der Förderung für Filmproduktionen, insbesondere durch die Mitteldeutsche Medienförderung
- Weiterführung der spezifischen Förderung für Medienunternehmen, somit Fortsetzung der Finanzierungsangebote der Investitionsbank IMPULS MEDIEN (Mittelstands- und Gründerdarlehen für die Medienwirtschaft) sowie ProMi (Projektorientierte Finanzierung zur Unterstützung und Entwicklung des Medienstandortes Sachsen-Anhalt)

Kooperation Wissenschaft- Wirtschaft: Vernetzung und Transfer

- Kreativschaffende, Wirtschaft und Wissenschaft in Sachsen-Anhalt in Interaktion bringen
- Bewusstsein für betriebswirtschaftliches Handeln und den gesamtwirtschaftlichen Kontext bei Unternehmen der Kreativwirtschaft schärfen, vor allem an den Schnittstellen zu Wirtschaft und Wissenschaft
- Vermittlung von Kontakten zwischen Unternehmen und Studenten zur Erzeugung praxisbezogener Zusammenarbeit bereits während des Studiums
- Kreativ- und Innovationsgutscheine (Vernetzung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aller Branchen mit dem Innovationstreiber Kultur- und Kreativwirtschaft. Gefördert würden Leistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die im Zuge eines Innovationsvorhabens von einem einreichenden KMU in Anspruch genommen werden.)

5 Drängende Aktivitäten und Maßnahmen

Projekt Kreativmotor

Ziele:

- Wachstum und Innovation von Unternehmen der Kreativwirtschaft an der Schnittstelle zwischen Kreativwirtschaft, Stadtentwicklung und Wissenschaft voranbringen

Themen/Leistungen:

- Seminare: betriebswirtschaftliche Qualifizierung und Wachstumsberatung
- Matchingveranstaltungen zwischen Kreativen, Auftraggebern und Forschern/Entwicklern
- individuelles Coaching
- Schaffen von städtischen Räumen – Verbindungen von Wohnen, Arbeiten und Szene – den Kreativen, Freiberuflern und Künstlern einen verlässlichen Rahmen bieten für ihre Entfaltung und Produktivität
- Schaffen von Aufmerksamkeit und Interesse sowie von Bildungsangeboten zu neuen Formen städtischen Wohnens und Lebens unter Nutzung neuer Technologien im energetischen und Bildungsbereich, die auch eine kulturförderliche Potenz haben

Partner:

- Wissenschaft, Industrie und Politik
- Univations Institut für Wissens- und Technologietransfer (Projektträger)

Hintergrund:

- Der Kreativmotor (<http://www.kreativmotor.de>) ist ein im Rahmen der ego.-Existenzgründungsoffensive des Landes Sachsen-Anhalt vom Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt und der Europäischen Union (ESF) gefördertes Projekt, das am Univations Institut für Wissens- und Technologietransfer der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg koordiniert wird
- Unternehmen der Kreativwirtschaft mit Unternehmenssitz in Sachsen-Anhalt, die bei Aufnahme in das Projekt nicht älter als drei Jahre sind, können die Leistungen des Kreativmotors in Anspruch nehmen
- Das Projekt ist nach unseren Kenntnissen zeitlich befristet. Hier könnte vorgeschlagen werden, ein solches Projekt zu verstetigen.

Wettbewerb „Bestform Sachsen-Anhalt“

Ziele:

- kreative Ideen in Geschäftsideen überführen
- Zusammenarbeit von KMU und Kreativunternehmen zur Entwicklung von Projektideen fördern
- Austausch mit kreativen Vordenkern und erfolgreichen Unternehmern aus der Branche

Themen/Leistungen:

- Titelverleihung
- Individuelle Begleitung der Sieger über ein Jahr durch gestandene Fachleute

Hintergrund:

- Der Wettbewerb „Bestform 2013“ entstand vor dem Hintergrund, die Kreativbranche mit anderen Branchen in Sachsen-Anhalt zu vernetzen
- Daneben gibt es einen bundesweiten Wettbewerb "Kultur- und Kreativpiloten Deutschland". Es werden Menschen gesucht, die mit einer besonderen kreativen oder kulturellen Idee unternehmerisch tätig werden möchten. Jährlich werden von der Initiative 32 Gewinnerinnen und Gewinner mit dem Titel "Kultur- und Kreativpiloten Deutschland" ausgezeichnet

Landesweites Kreativwirtschaftsnetzwerk

Ziel: Wirtschaft und Wissenschaft binden die Kreativen aktiv als Impulsgeber und Nutzenstifter in die Entwicklung und Vermarktung innovativer, bedarfsgerechter Lösungen ein.

Partner:

- Hochschulen
- Industriecluster

Hintergrund: Bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sollten die Faktoren Design (Produkt-, Industrie- und Kommunikationsdesign) und Medien mitgedacht werden. Design wird angesichts der Vielfalt von Produkten immer bedeutungsvoller, um im Wettbewerb das entscheidende Quäntchen mehr an Aufmerksamkeit zu erzielen und ein Produkt auch zu verkaufen. Die Erfolgsgeschichte von Apple belegt dies eindrucksvoll. Darüber hinaus ist Design nicht nur dazu da, ein Produkt „ästhetisch“ oder einfach auffallend zu gestalten, sondern hat wesentliche Aufgaben für die Funktionalität, die Kundenfreundlichkeit, sparsamen Materialeinsatz etc. zu erfüllen. Deshalb sollte der Designprozess nicht als etwas aufgesetztes, das der Entwicklung hinterher folgt, gestaltet werden.