



14.02.2012

**EU- PROJEKT
URBAN CREATIVE POLES (UCP)
ZUR FÖRDERUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
IN COTTBUS**

Lehrstuhl Stadtmanagement II BTU Cottbus



Co-financed by INTERREG IVB Programm
Baltic Sea Region (BSR) 2007 - 2013

Inhalt

- 1. Definition und Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft**
- 2. Eckdaten des Projektes URBAN CREATIVE POLES**
- 3. Die Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft in Cottbus**
- 4. Empfehlungen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Cottbus**

Anhang:

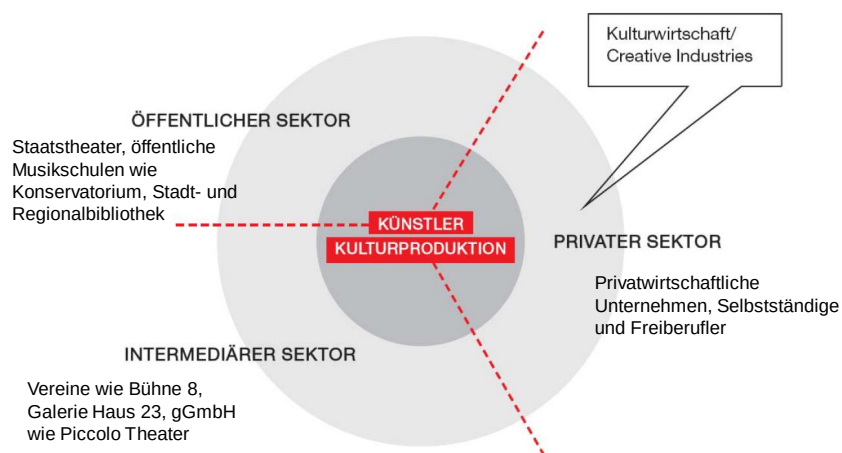
- Ziele und Arbeitsschritte der Maßnahmen
- Datengrundlagen und Quellen

01 DEFINITION UND BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

3

EINGRENZUNG KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

...es geht um einen Bereich der Privatwirtschaft



4

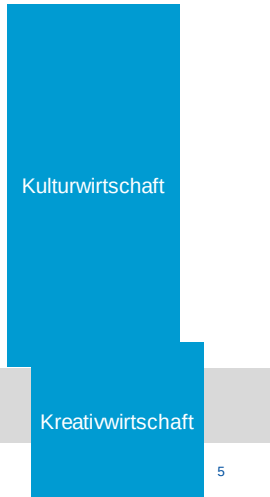
Abb.: Das 3-Sektoren-Modell des Kultur- und Kreativsektors | Quelle: Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz, 2003

EINGRENZUNG KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT



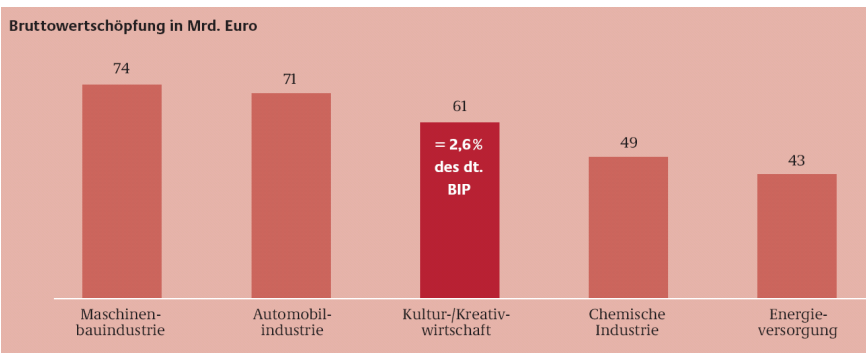
Teilmärkte nach der Definition des Bundes:

- **Musikwirtschaft** (agitato, Blacksmith records)
- **Buchmarkt** (Regia Verlag, Elbenwald)
- **Kunstmarkt** (Strauss & Hillegart, Galerie Fango, Lausitz Bild)
- **Filmwirtschaft** (eyesky, Art-Media Studio, Dosfilm)
- **Rundfunkwirtschaft** (LTV, Radio Cottbus)
- **Markt für Darstellende Künste** (cobo zwei, freie Schauspieler)
- **Pressemarkt** (Lausitzer Rundschau, Fabrik Verlag)
- **Architekturmarkt** (Architektur- und Planungsbüros)
- **Designwirtschaft** (Grafik-, Möbel-, Mode- und Produktdesign)
- **Werbemarkt** (Imagekonzept, ZweiHelden, Imago)
- **Software-/Games-Industrie** (BRAVIS, bloX)
- **Sonstiges** (Kulturbildung)



Einteilung für das Projekt!

DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IM BIP-VERGLEICH



Quelle: Kreativwirtschaftsbericht Deutschland 2010

6

02 ECKDATEN PROJEKT URBAN CREATIVE POLES

ENTWICKLUNG UND FÖRDERUNG
DER KREATIVWIRTSCHAFT IN
KLEINEN GROßSTÄDTEN IM
OSTSEERAUM

7

ALLG. ECKDATEN DES PROJEKTES

Programm: **INTERREG IVB - Programm Ostsee**

Laufzeit: **Dez. 2010 – Dez. 2013**

Partner: **EGCottbus + BTU Cottbus** (Antragsteller
und Leadpartner)

Zielona Góra + Hochschule
(117.000 EW, Polen)

Klaipeda Wirtschaftsförderung
(180.000 EW, Litauen)

Linköping + Regionalentwicklungsagentur
(146.000 EW, Schweden)

Tartu + Center of Creative Industries
(102.000 EW, Estland)

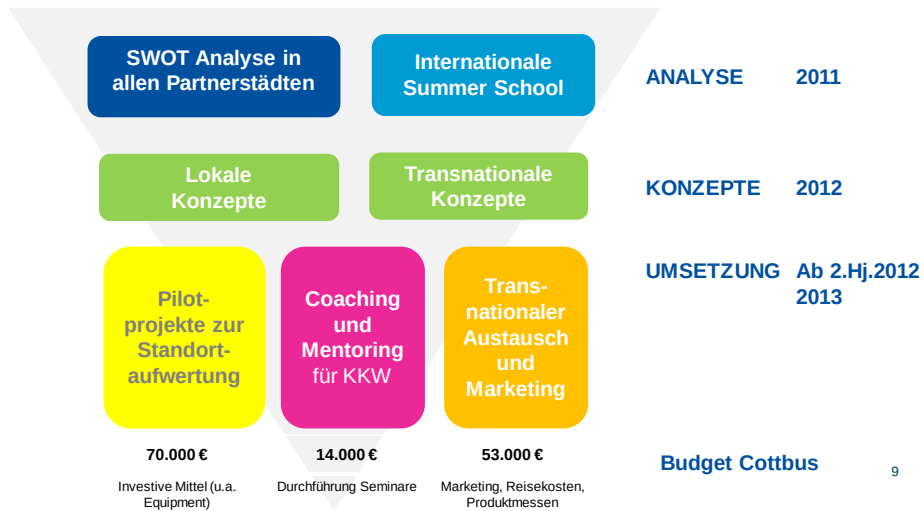


8

HERANGEHENSWEISE



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus



9

Konferenz 15./16. März: TARTU CENTRE FOR CREATIVE INDUSTRIES



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus

- Thema: „Marketing in der Kultur- und Kreativwirtschaft“
- Treffen der Bürgermeister bzw. Stadtverordneter
- Workshop für Kreativunternehmer
- Besichtigung des Centre for Creative Industries
 - Koordinator und Ansprechpartner für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Tartu und Südestland
 - Angebot: Beratungen und Coaching, Inkubator für junge Kreativunternehmen
 - Gemeinschaftliche Finanzierung durch Stadtverwaltung Tartu und Enterprise Estonia (Wirtschaftsförderung Estland)



**Interessenten und
Teilnehmer gesucht!**



03 DIE SITUATION DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN COTTBUS

11

Eckwerte der Kultur- und Kreativwirtschaft für Deutschland, Brandenburg, Cottbus 2006

Eckwerte der Kultur- und Kreativwirtschaft	Unternehmen 2006		Umsatz 2006		Anzahl der SV- Beschäftigten 2006	
	Anzahl	Anteil an Gesamt- wirtschaft* in %	Höhe in Mio. €	Anteil an Gesamt- wirtschaft* in %	Anzahl	Anteil an Gesamt- wirtschaft* in %
Deutschland	219.376	7,1	126.378,0	2,6	718.667	2,7
Brandenburg	4.471	4,6	1.257,5	1,9	10.809	1,5
Cottbus	220	5,4	0,08	1,3	690	1,5

Angaben Umsatz und Anzahl der SV-Beschäftigten für Brandenburg und Cottbus aufgrund Datenschutz nur eingeschränkt!
Anzahl der Unternehmen auf Basis des Unternehmensregisters ist vollständig.

*Anteil an der jeweiligen räumlichen Bezugsebene

Quellen:

BMWi (Hg.) (2010): Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft
Deutschland 2009.

Land Brandenburg (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg.
Standortbestimmung und Ausblick 2008/2009;

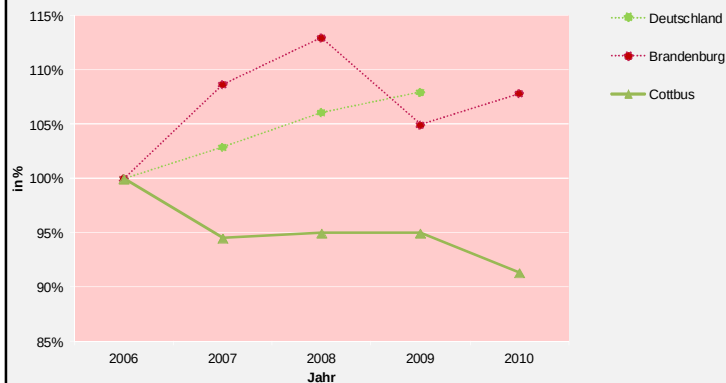
Auszüge aus dem Unternehmensregister des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg

12

Anzahl kreativwirtschaftlicher Unternehmen 2006-2010

	Anzahl der Unternehmen					Veränderung 06-09/10 in %
	2006	2007	2008	2009	2010	
Deutschland	219.376	225.738	232.770	236.837	-	7,96%
Brandenburg	4.471	4.859	5.051	4.692	4.822	7,85%
Cottbus	220	208	209	209	201	-8,64%

Entwicklung der Anzahl der KKW-Unternehmen seit 2006 - 2010



Quelle:
Kreativwirtschafts-
bericht Deutschland,
Unternehmensre-
gister Brandenburg

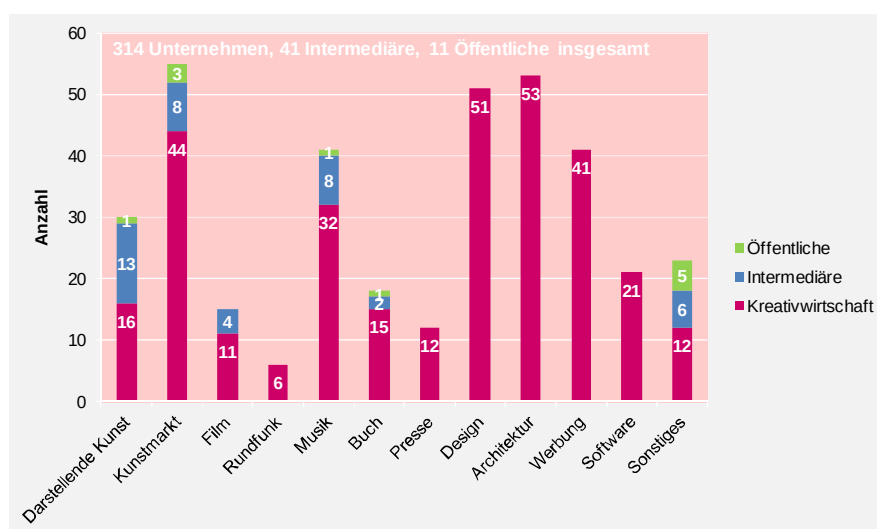
13

Anzahl kreativwirtschaftliche Unternehmen sowie intermediäre und öffentliche Einrichtungen (Eigene Zählung und Erhebung)

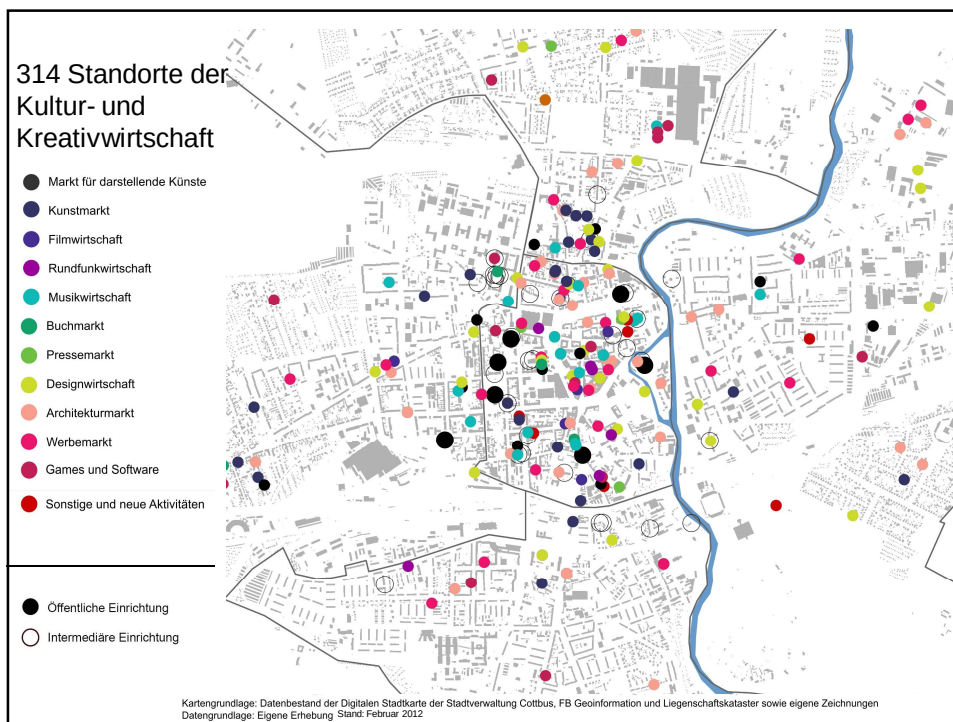
URBAN
CREATIVE
POLES

b-tu

Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus



Quelle: eigene Erhebung (Stand: Februar 2012)



b-tu Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus

04 Empfehlungen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Cottbus

Handlungsempfehlungen aus der SWOT und Maßnahmenbereiche



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus

- ⇒ Sichtbarkeit der Unternehmen erhöhen
- ⇒ Stimmung für Kreativunternehmen verbessern
- ⇒ Wertschöpfungsketten und Netzwerke stärken
- ⇒ Orientierung bieten
- ⇒ Betriebswirtschaftliches Wissen ausbauen
- ⇒ Kreativwirtschaftliches
Raumangebot schaffen
- ⇒ Anlaufstelle und Treffpunkt schaffen
- ⇒ Internationale Kooperationen und
Zusammenarbeit ausbauen

Marketing

Netzwerke

Beratung

Coaching

**Idee:
Kreativhaus**

**Internationaler
Austausch**



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus

Anhang 1: Ziele und Arbeitsschritte der Maßnahmen

ANGEBOTE URBAN CREATIVE POLES



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus

ZIELE:

- Unternehmen bekannter machen
- Stadt für Kreative attraktiver machen
- Maßnahmen (z.B. Kreativhaus) bewerben

Marketing

ARBEITSCHRITTE:

- Marketingplan bis 06/2012
- Maßnahmen umsetzen ab 07/2012
- Maßnahmen u.a.:
 - Kampagne im Stadtmarketing
 - Online-Plattform
 - Messen

21

ANGEBOTE URBAN CREATIVE POLES



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus

ZIEL:

- Kooperationen stärken
- Absatzmärkte erweitern

Netzwerke

ARBEITSSCHRITTE:

- Workshops durchführen, Arbeitsgruppen einrichten bis 04/2012
- Weitere Maßnahmen:
 - Netzwerkmanager einrichten

ZIEL:

- Betriebswirtschaftliches Wissen ausbauen

Coaching

ARBEITSSCHRITTE:

- Coachingplan bis 04/2012
- Umsetzung Coaching und Mentoring ab 04/2012
- Einrichtung Botschafter-Modell ab 04/2012

22

ZIEL:

- Ort, um Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren
- zentrale Anlaufstelle für Treffen und ggf. auch Beratungen
- kostengünstige Arbeitsräume anbieten
- Revitalisierung und Standortentwicklung

**Idee:
Kreativhaus**

ARBEITSSCHRITTE:

- Standort- und Nutzungskonzept bis 06/2012
- Beginn Umsetzung des Konzepts ab 07/2012

23

ZIEL:

- Internationale Kooperationen und Zusammenarbeit stärken
- Erfahrungsaustausch

**Internationaler
Austausch**

ARBEITSSCHRITTE:

- Regelmäßige Partnertreffen und öffentliche Konferenzen
→ Nächster Termin: 15./16. März 2012 in Tartu (Estland)
→ 12. und 13. September 2012 in Linköping (Schweden)
- Gemeinsame Maßnahmen im Bereich Marketing, Austausch, Wissenstransfer (Konzept derzeit in Erarbeitung)
- Förderung einer Wanderausstellung und Informationsreisen von Unternehmern in die vier Partnerstädte

24

Anhang 2: Datengrundlagen und Quellen

25

Datengrundlagen und Datenrecherchen

„Kreativwirtschaftsberichte“

- BMWi (Hg.) (2010): Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009.
- Land Brandenburg (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Brandenburg. Standortbestimmung und Ausblick 2008/2009

Statistische Jahrbücher und Berichte

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hg.)(2001-2010): Statistisches Jahrbuch Brandenburg.
- Statistisches Bundesamt (Hg.)(2000-2010): Statistisches Jahrbuch Deutschland. Wiesbaden.
- Bundesagentur für Arbeit (2011): Arbeitsmarkt in Zahlen. Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach ausgewählten Merkmalen. Zeitreihen. Nürnberg

26

Datengrundlagen und Datenrecherchen

Datenlieferungen

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2011): Datenlieferung: Unternehmensregister nach WZ2008 auf der vierten Ebene.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2011): Datenlieferung: Bruttoinlandsprodukt in Brandenburg. 2000-2010 in jeweiligen Preisen. Berechnungsstand: August 2010/Februar 2011.
- Amt für Statistik Cottbus (2011): Datenlieferung: Arbeitsmarktdaten der Stadt Cottbus 2000-2010.

Eigene Erhebung und Auswertung

- Begehung, Desktop-Recherche (Online, Branchenbücher), Listen der IHK und EGC, Befragungen

27

Kontakt

Internationale Koordination

Dipl.-Betriebswirtin (BA) Nadja Riedel M.Sc.,
riedel@tu-cottbus.de
0355/ 69 33 49

Lokaler Projektmanager

Dipl.-Ing. Marc Altenburg
marc.altenburg@tu-cottbus.de
0355/ 69 33 38

Sekretariat: Christine Kahl
Räume: 2A/B (Übergang) A.1.01 – A1.03

28