

International vernetzen

Nachhaltige Konzepte müssen die Kreativwirtschaft sowohl in lokale als auch in internationale Umfeldler integrieren und die einzelne „kreative Stadt“ als Teil eines Ganzen verstehen. Schließlich können Impulse von außen die städtische Entwicklung vor Ort beleben und Innovationen herbeiführen. Netzwerke spielen also eine zentrale Rolle. Deshalb haben sich in „Creative Cities“ die Partnerstädte Leipzig, Pécs, Genua, Ljubljana und Danzig zu einem europäischen kreativen Netzwerk zusammengeschlossen: Gemeinsam wurden Konferenzen organisiert und Ausstellungen durchgeführt. Zukünftig soll das Netzwerk weiter ausgebaut werden und seine Arbeit fortsetzen.



Politische Relevanz

Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Stadtentwicklung wurde in den letzten Jahren auf nationaler als auch auf europäischer Ebene deutlich anerkannt. Das unterstreicht das vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung 2010 vorgelegte „Weißbuch Innenstadt – Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden“. Als Wachstumsbranche identifiziert, gilt es, sie vor der Zielsetzung vitaler, durchmischter europäischer Städte entsprechend zu unterstützen. Das von der Europäischen Kommission im selben Jahr veröffentlichte Grünbuch rückt zudem die Kreativwirtschaft und ihre spezifischen Rahmenbedingungen im städtischen Umfeld in den Mittelpunkt der europäischen Diskussion. „Creative Cities“ hat hierzu eine Stellungnahme verfasst. Auch in den neuen EU-Programmen ab 2014 wird die Kultur- und Kreativwirtschaft eine zentrale Rolle spielen. Vor allem das neue Programm „Kreatives Europa“ und die zugehörigen kohäsionspolitischen Instrumente sind dabei interessant. In Bezug auf die Förderung eines nachhaltigen, intelligenten und integrativen Wachstums, wie es in der Strategie „Europa 2020“ gefordert wird, kann die Kreativwirtschaft ein wichtiger Impulsgeber für andere Branchen sein. Schließlich werden hier schon heute innovative Konzepte und Unternehmensstrategien umgesetzt.

Projektpartner

Deutschland: Stadt Leipzig • Aufbauwerk Region Leipzig GmbH, Leipzig • Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V., Berlin

Slovenien: Regional Development Agency of the Ljubljana Urban Region (RDA LUR), Ljubljana • Institute for Economic Research (IER), Ljubljana

Italien: Stadt Genua • Jobcenter Genua

Polen: Stadt Danzig • Gdansk Entrepreneurship Foundation (GFP), Danzig

Ungarn: Stadt Pécs • Cultural Innovation Competency Centre Association KIKK, Pécs

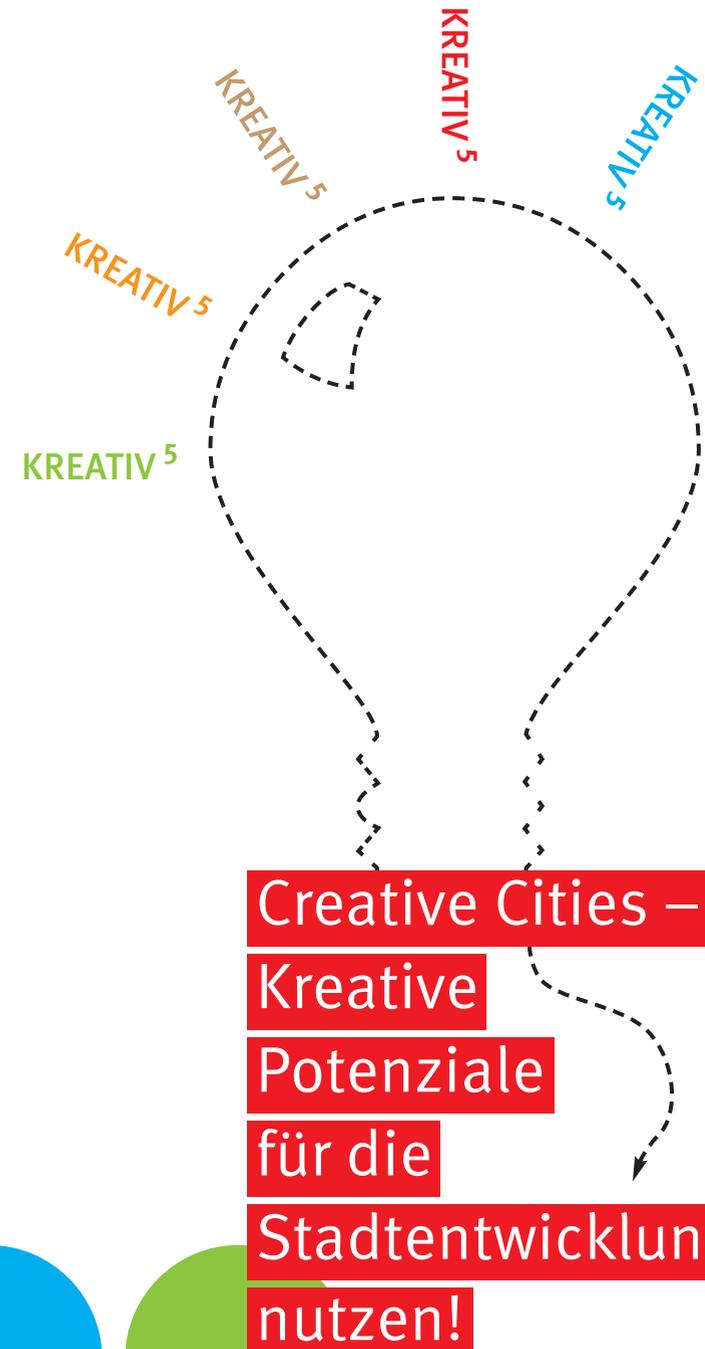
Ansprechpartner

Stadt Leipzig/Dezernat Kultur • Kulturamt (Lead Partner)
Susanne Kucharski-Huniat • Leiterin
Neues Rathaus • D-04092 Leipzig
creativecities@leipzig.de • www.creativecitiesproject.eu

Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. • Nadja Ritter
Littenstraße 10 • 10179 Berlin
n.ritter@deutscher-verband.org • www.deutscher-verband.org

Laufzeit, Gesamtbudget

Januar 2010 – Mai 2013
2,6 Millionen Euro (EFRE Förderrate 80%)



„Creative Cities“ wird gefördert

- im Rahmen des Programms INTERREG IVB CENTRAL EUROPE aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE),
- durch das „Bundesprogramm Transnationale Zusammenarbeit“ des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung. Das Bundesprogramm unterstützt deutsche Projektpartner in europäischen Projekten von strategischer bundespolitischer Relevanz.

www.central2013.eu
www.interreg.de
www.deutscher-verband.org



www.creativecitiesproject.eu

Kreativ hoch Fünf

237.000 Unternehmen, über eine Millionen Erwerbstätige und mehr als 131 Milliarden Euro Jahresumsatz allein in Deutschland belegen die ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft deutlich. Weiterhin kann die Branche als Ausdruck städtischer Offenheit und Innovation wichtige Impulse für eine urbane Erneuerung setzen. „Creative Cities“ hat sich zur Aufgabe gemacht, Potenziale zu identifizieren und gezielt zu nutzen.

Die kreative Stadt: Standortfaktor und neue Planungskultur

Städte stehen vor der Herausforderung, sich als attraktive Standorte für Investoren, Arbeitskräfte und Bewohner zu profilieren. Ein starkes, authentisches Image mit Wiedererkennungswert und Identifikationspotenzial ist dabei ein wichtiges Erfolgskriterium. Vor diesem Hintergrund wird die „kreative Stadt“ häufig zum Schlagwort. So fördern Städte einerseits unternehmerische Cluster oder werten Brachen und Leerstände mit Hilfe „kreativer Konzepte“ auf. Andererseits steht die „kreative Stadt“ für innovative Herangehensweisen in der Stadtplanung selbst: partizipativ, flexibel, experimentell. Am Beispiel von fünf mitteleuropäischen Städten hat „Creative Cities“ Empfehlungen für kreative und zukunftsfähige Strategien entwickelt.



Potenziale der Branche erkennen

In welchen Stadtteilen gibt es Potenzial für eine kreative Entwicklung? Welche Alleinstellungsmerkmale bestehen im Hinblick auf Branchen, Unternehmen oder Raumeignung? Analysen zu Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken in den fünf Partnerstädten haben diese Fragen beantwortet. Im Ergebnis wurden lokale Maßnahmenpläne entwickelt, um gezielt Kreativstandorte zu stärken. Durch die Zusammenführung aller lokalen Pläne konnten übertragbare Ansätze geschaffen werden. Dabei wurde deutlich, dass insbesondere sich im Wandel befindende Stadtteile erhebliche Potenziale für eine kreative Entwicklung aufweisen.

Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung Hand in Hand

Die Kreativwirtschaft ist ein Katalysator für die Stadtteilentwicklung. Die gezielte Ansiedlung von Unternehmen der Branche kann beispielsweise Aufwertungsprozesse in Gang setzen und so einen wichtigen Beitrag zur städtischen Regeneration leisten. Damit positive Entwicklungsimpulse ausgelöst werden können, müssen die Betriebe ökonomisch stabil sein. Allerdings fehlen den Unternehmen oftmals die notwendigen betriebswirtschaftlichen Kompetenzen. Mit „Creative Cities“ wurden daher:

- Workshops zu den Themen Marketing und Unternehmensgründung durchgeführt,
- Informationen zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten gegeben,
- der Aufbau von Jobportalen unterstützt sowie
- Mentoringprogramme initiiert.

Um kreative Unternehmen gezielt in Stadtteile mit Entwicklungsbedarf zu lenken, empfiehlt sich von städtischer Seite ein flexibler Umgang mit dem Raum. Die Erarbeitung multifunktionaler Raumkonzepte und die Weiterentwicklung und Bereitstellung von geeigneten (öffentlichen) Räumlichkeiten sollte hierfür vorangetrieben werden. Diese können zu günstigen Konditionen, mitunter auch befristet, für Kreative zugänglich gemacht werden.

Lokale Netzwerke aufbauen

Die Kreativwirtschaft wird von Kleinstunternehmen dominiert. Ressourcen und Personal sind demnach begrenzt. Marketingaktivitäten oder auch größere Projekte können allein nur bedingt durchgeführt werden. Ein zentraler Ansatz in „Creative Cities“ war daher die lokale Netzwerkbildung. Neu eingerichtete Kontaktstellen in den jeweiligen Partnerstädten dienen als Anlaufpunkte für branchenbezogene Informations- und Beratungsleistungen und fördern den Dialog zwischen öffentlicher Hand und Wirtschaft. Der Aufbau von Datenbanken mit Kontakten von kreativen Unternehmen und entsprechenden Ansprechpartnern stärkt die Vernetzung der Branche. Zudem wurden Veranstaltungsreihen und interaktive „runde Tische“ organisiert sowie virtuelle, internetbasierte Wissenszentren zum Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis aufgebaut.

