



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Wissenschaft und Wirtschaft

Impulsgeber und Innovationsmotor

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt

August 2015

Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft
des Landes Sachsen-Anhalt
Hasselbachstraße 4
39104 Magdeburg

www.mw.sachsen-anhalt.de

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	1
I Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt – Betrachtung der Ausgangslage	3
I.1 Die Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt – Das Profil einer jungen Branche	3
I.2 Die zentralen Herausforderungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft	7
II Strategische Ziele und Handlungsfelder	9
II.1 Die Kreativwirtschaft 2020 – Strategische Ziele	9
II.2 Handlungsfelder und Maßnahmen	9
Literatur	16

Zusammenfassung

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt ist eine eher kleine und recht **junge Branche**, die sich jedoch facettenreich präsentiert und dynamisch entwickelt. Im Jahr 2013 waren knapp 12.850 Erwerbstätige in den Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigt und der Gesamtumsatz lag bei etwa 870 Millionen Euro. Das entspricht etwa 1,3 Prozent der gesamtwirtschaftlichen Leistung des Landes.

In der **wirtschaftspolitischen Strategie** des Landes Sachsen-Anhalt nimmt die Kreativwirtschaft eine bedeutende Rolle ein. Die mittelständisch geprägte Wirtschaft in Sachsen-Anhalt muss auch zukünftig im Wettbewerb bestehen können – sowohl national als auch international. Dazu muss die Wettbewerbsfähigkeit der mittelständischen Unternehmen und Handwerksbetriebe weiter zulegen. Innovationen, Investitionen und Internationalisierung sind entscheidende Voraussetzungen für mehr Wachstum und die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Betriebe – die Konzentration wirtschaftspolitischer Aktivitäten auf diese drei großen I's ist das Herzstück der im Herbst 2014 veröffentlichten Mittelstandsoffensive des Landes Sachsen-Anhalt.¹

Insbesondere im Kontext **der Innovationen** ist die Kreativwirtschaft als wichtiger Impulsgeber und Innovationsmotor zu sehen. In der vom Land 2014 verabschiedeten Regionalen Innovationsstrategie wird die Kreativwirtschaft als Querschnittsbranche definiert, die elementare Schlüsselfunktionen in Entwicklung und Produktion übernimmt.²

Die Struktur und Ausrichtung der Kreativwirtschaft in den **urbanen Zentren** des Landes wird durch die hier ansässigen Hochschulen stark beeinflusst. So sind in Magdeburg durch die Informatikfakultät der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg und den Fachbereich Industriedesign der Hochschule Magdeburg-Stendal die Bereiche Software und Games sowie Industriedesign besonders ausgeprägt. In Halle sind durch den positiven Einfluss der Burg Giebichenstein und des Mitteldeutschen Multimediazentrums sowie der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg die Bereiche Medien, Design und Kunst besonders stark. Hervorzuheben ist auch das **Potenzial des ländlichen Raums** als zukünftiges „Open Space“ der Kreativwirtschaft.

Ziel ist es, die hohe Dynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft noch stärker zu nutzen und die Kreativwirtschaft im Kontext der Innovationsstrategie des Landes bis zum Jahr 2020 als **Impulsgeber und Innovationsmotor** für Unternehmen und Branchen zu etablieren. Dafür ist es notwendig, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und Freiberufler in der Kultur-

¹ Vgl. Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft Sachsen-Anhalt (2014a).

² Vgl. Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft (2014b).

und Kreativwirtschaft zu erhöhen und den Marktzugang durch eine verbesserte Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen deutlich zu verbessern.

Dieses strategisch ausgerichtete Papier bündelt die wesentlichen Ergebnisse der Studie „Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt“ von Michael Söndermann (2015). Sie definiert die drei wesentlichen Herausforderungen für Kreativschaffende

- mangelnde Identität der Kultur- und Kreativwirtschaft,
- teilweise erschwerter Zugang zu Ressourcen sowie
- die unzureichende Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen

und zeigt Handlungsfelder und verschiedene Maßnahmen auf, um die beschriebenen Ziele zu erreichen.

So werden neben der Darstellung von Unterstützungs- und Förderangeboten wie der Cross Innovation-Richtlinie auch Marketing- und PR-Ansätze wie beispielsweise das Onlineportal www.kreativ-sachsen-anhalt.de oder der BESTFORM /// MEHR /// WERT /// AWARD für kreative Ideen vorgestellt.

I Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt – Betrachtung der Ausgangslage

I.1 Die Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt – Das Profil einer jungen Branche

Zur Kultur- und Kreativwirtschaft werden elf Teilmärkte bzw. -branchen gezählt. Bund und Länder haben sich dabei an der Definition der Enquête-Kommission „Kultur in Deutschland“ orientiert (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2015).

Die Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft ist stark fragmentiert und sehr kleinteilig. So hat der wesentliche Anteil der Unternehmen innerhalb dieser elf Teilmärkte weniger als zehn Mitarbeiter.

In Sachsen-Anhalt ist die Kultur- und Kreativwirtschaft eine eher kleine und recht **junge Branche**, die sich jedoch facettenreich präsentiert und dynamisch entwickelt.

Söndermann (2015) fasst die elf Teilmärkte in die sechs Bereiche

- künstlerische/kreative Aktivitäten,
- Werbung,
- Design/Foto/Übersetzer,
- Software/Games,
- Medien,
- übrige Wirtschaftszweige

zusammen.

In diesen sechs Bereichen waren in Sachsen-Anhalt im Jahr 2013 etwa 3.000 Unternehmer und Selbständige tätig. Das entspricht einem Anteil von etwa 4,4 Prozent an der Gesamtwirtschaft des Landes. Mit rund 9.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten arbeiteten in der Kreativwirtschaft des Landes deutlich mehr als beispielsweise im Fahrzeugbau (6.300) oder der Glas-/Keramikindustrie (knapp 9.000). Rechnet man Selbständige und Unternehmen ohne Beschäftigte dazu, kommt die Branche auf mehr als 12.800 Erwerbstätige und liegt damit noch vor der Chemischen Industrie. Der Gesamtumsatz über alle sechs Teilbereiche hinweg lag in 2013 bei etwa 870 Millionen Euro, was etwa 1,3 Prozent der gesamtwirtschaftlichen Leistung des Landes entspricht.³

Der umsatzstärkste Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ist die Mediengruppe (202 Millionen Euro in 2013), gefolgt vom Bereich Software und Games (155 Millionen Euro) und der Gruppe Künstler und Kreative (109 Millionen Euro). Der Bereich Werbung erwirtschaftete in 2013 103 Millionen Euro Umsatz, gefolgt vom Bereich Design, Foto und Übersetzer mit 84 Millionen Euro Umsatz.⁴

Besonders in den **urbanen Zentren Halle und Magdeburg** ist die Kultur- und Kreativwirtschaft stark vertreten. 7,9 Prozent der Unternehmen in Magdeburg sind Kreativschaffenden zuzuordnen; in Halle sind es 9,3 Prozent. Sie erwirtschaften einen Umsatzanteil von 4,9 Prozent (Magdeburg) bzw. 2,5 Prozent (Halle). Auf Bundesebene liegt dieser Wert bei durchschnittlich 2,5 Prozent.⁵

³ Vgl. Söndermann (2015), S. 7.

⁴ Vgl. Söndermann (2015), S. 10.

⁵ Vgl. Söndermann (2015), S. 6.

Mit Blick auf die Anzahl der Unternehmen zeigen die Städte ein differenziertes Profil ihrer Kreativschaffenden:

- In der Stadt Halle sind besonders Unternehmen aus den Märkten Software und Games (255 Unternehmen), Werbung (137 Unternehmen) und Presse (112 Unternehmen) vertreten. Aber auch die Bereiche Architektur (106 Unternehmen), Design (59 Unternehmen) und Kunst (56 Unternehmen) nehmen eine bedeutende Rolle ein.⁶
- In Magdeburg prägen der Bereich Designwirtschaft (117 Unternehmen), der Werbemarkt (113 Unternehmen) und der Bereich Software und Games (87 Unternehmen) und der Pressemarkt das Bild der Kreativschaffenden.⁷

Die Ausrichtungen und Angebote der in diesen Städten ansässigen Hochschulen (Industriedesign an der Hochschule Magdeburg-Stendal und Informatik an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Medien und Kommunikation an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg sowie Kunst und Design an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein) beeinflussen positiv die Anzahl und Ausrichtung der Kreativunternehmen in diesen Bereichen.

Damit sind Magdeburg und Halle vergleichbar mit anderen deutschen Städten ähnlicher Größe, wie beispielsweise Kiel oder Osnabrück.⁸

Hohes Potenzial zeigt auch der **ländliche Raum**. Durch den starken Digitalisierungscharakter der Kreativwirtschaft können Unternehmensstrukturen ortsungebunden aufgebaut werden. Über digitale Autobahnen ist der Kunde leicht zu erreichen. Die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für flexible, zukunftsorientierte Arbeits- und Geschäftsmodelle ermöglichen es Kreativschaffenden, sich auch in ländlichen Gegenden niederzulassen und so zur Entwicklung eines „Open Space“ der Kreativwirtschaft beizutragen.

Insgesamt zeichnet sich der Bereich der Kultur- und besonders der Kreativwirtschaft durch eine hohe Dynamik mit großem Marktpotenzial aus. Im Zeitraum von 2009 bis 2013 wuchs der Umsatz um 12 Prozent, während im gleichen Zeitraum bundesweit nur 9 Prozent Umsatzwachstum erreicht wurden.⁹ Das Marktpotenzial der Branche gilt es in den kommenden Jahren auszuschöpfen und weiter auszubauen.

⁶ Vgl. Ritschel/Schmieder/Möller (2012), S. 38.

⁷ Vgl. Söndermann/Hage (2012), S. 24.

⁸ Vgl. Söndermann (2015), S. 19.

⁹ Vgl. Söndermann (2015), S. 17.

Best Practice: Software und Games in Magdeburg

Das im August 2013 gegründete Start-Up Silver Seed Games bietet seinen Kunden softwaregestützte Lösungen zur spielerischen Motivations- und Produktivitätssteigerung. Ziel ist es, Mechaniken aus der Spieleentwicklung zu benutzen, um Prozesse motivierender und ansprechender zu gestalten.

Ein erster Auftraggeber war das Institut für Kognitive Neurologie und Demenzforschung. Die Magdeburger Spieleentwickler haben gemeinsam mit den Wissenschaftlern eine App entwickelt, die es ermöglichen soll, Gedächtnisfunktionen auf spielerische Art zu trainieren. „Der Anwender soll spielerisch zum Vergleichen von Bildern motiviert werden, wodurch der Hippocampus stimuliert wird“, erklären die Gründer. Durch kreative IT-Lösungen werden medizinische Therapieansätze für den Patienten unterhaltsam und insgesamt effektiver.

Die drei Mitbegründer des Unternehmens studierten an der Otto-von-Guericke-Universität (OvGU) Magdeburg Computervisualistik. Als ehemalige Vorstandmitglieder des an der Fakultät für Informatik gegründeten Spieleentwicklervereins Acagamics e.V. bauten sie das breite Angebot rund um die Spieleentwicklung mit auf. Schließlich machten sie ihr Hobby zum Beruf, indem sie das Unternehmen Silver Seed Games gründeten.

Zurzeit arbeitet Silver Seed Games in Kooperation mit der OvGU an einer App, die auf spielerische Art und Weise für die Studierendenwerbung eingesetzt werden soll.

www.silverseedgames.com

Best Practice: Medien, Design und Kunst in Halle

Kikaninchen oder die drei Freunde aus Mullewapp – in Halle an der Saale werden Kinderträume wahr. Das Unternehmen **MotionWorks** wurde 1998 gegründet und zählt heute zu den größten Animationsfilm-Firmen Deutschlands.

Als Produzent laufen bei MotionWorks von der Idee bis zum fertigen Film alle Fäden zusammen – moderne Medien, Design und Kunst treffen hier aufeinander. Produktionsleiter, Animatoren, Sounddesigner – an einem Trickfilm können bis zu 400 Personen eingebunden sein. International hervorragend vernetzt kann das Unternehmen die professionelle Umsetzung hochwertiger Kinoblockbuster gewährleisten.

Geschäftspartner der MotionWorks in Deutschland sind die ARD, ZDF, der KiKA, MDR sowie SuperRTL und Nickelodeon. Da sich die Medienbranche ständig verändert, muss sich auch MotionWorks bewegen. So entwickelt das Unternehmen ständig neue Formate und Medienkonzepte für Internet, Smartphone, Games und natürlich auch weiter für das Fernsehen.

www.motionworks.eu

1.2 Die zentralen Herausforderungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Wie bereits beschrieben ist die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren elf unterschiedlichen Teilmärkten eine stark fragmentierte Branche, die darüber hinaus von Klein- und Kleinstunternehmen geprägt ist. Der wesentliche Anteil der kreativschaffenden Unternehmen hat weniger als zehn Mitarbeiter. Daraus ergeben sich drei wesentliche Herausforderungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft:

- eine mangelnde Identität der Kultur- und Kreativwirtschaft,
- der teilweise erschwerte Zugang zu Ressourcen sowie
- die unzureichende Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen.

Die Kleinteiligkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Fragmentierung der Branche erschwert die Herausbildung eines Selbstverständnisses der Kreativen mit ihrer Branche und Profilierung des Wirtschaftszweigs nach außen. Dies führt dazu, dass die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und Innovationskraft der Kreativwirtschaft nur unzureichend

wahrgenommen wird und es an einer **Identität der Kreativwirtschaft** fehlt. Eine höhere Sichtbarkeit, ein verbessertes Branchenverständnis und die stärkere Vernetzung der Kreativschaffenden untereinander kann maßgeblich zu einer Stärkung der Identität der Kreativwirtschaft beitragen.

Ein weiteres Hemmnis der Kreativschaffenden, dass insbesondere aus der Kleinteiligkeit der Branche resultiert, ist **der teilweise erschwerte Zugang zu den Ressourcen Zeit, Wissen und Kapital**. In den überwiegend sehr kleinen Teams der Unternehmen fehlt es oftmals an Mitarbeitern mit fundiertem betriebswirtschaftlichem Know-how, um Unternehmensabläufe zu systematisieren und weiterzuentwickeln, um sich selbst zu vermarkten und um sich um die häufig sehr zeitaufwendige Neukundenakquise zu kümmern. Auch der Zugang zu Kapital ist bei den oftmals sehr jungen Unternehmen und Start-Ups durch fehlende Sicherheiten erschwert. Hier gilt es, den Unternehmen mit niedrigschwelligen Angeboten unter die Arme zu greifen.

Die beiden beschriebenen Herausforderungen beeinflussen maßgeblich die dritte wesentliche Herausforderung: **die mangelnde Vernetzung der Kreativschaffenden mit anderen Wirtschaftsbereichen**. Aufgrund der Kleinteiligkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft besteht eine besondere Notwendigkeit für das Arbeiten in Netzwerken. Diese ermöglichen es, strukturelle Defizite durch den mangelnden Zugang zu Ressourcen auszugleichen. Die Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen ist zwingende Voraussetzung, die eigene Leistung besser zu vermarkten und so innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

II Strategische Ziele und Handlungsfelder

II.1 Die Kreativwirtschaft 2020 – Strategische Ziele

Ziel ist es, die hohe Dynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft noch stärker zu nutzen und im Kontext der Innovationsstrategie des Landes die Kreativwirtschaft als **Impulsgeber und Innovationsmotor** für Unternehmen und Branchen in Sachsen-Anhalt zu etablieren. Dafür ist es notwendig,

- die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und Freiberufler zu erhöhen und
- den Marktzugang durch eine verbesserte Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen deutlich zu verbessern.

Um dies zu erreichen, werden im Folgenden Handlungsfelder aufgezeigt und konkrete Maßnahmen zur Erreichung der Ziele vorgestellt.

II.2 Handlungsfelder und Maßnahmen

Söndermann (2015) definiert acht Handlungsfelder, die zur Verbesserung der Situation der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft beitragen sollen. Handlungsfelder begegnen den drei wesentlichen Herausforderungen Kreativschaffender und können den strategischen Zielen Wettbewerbsfähigkeit und Markterschließung zugeordnet werden (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Strategische Ziele und Handlungsfelder der Kreativwirtschaft

	Ziele		
	Erhöhung Wettbewerbsfähigkeit		Verbesserung des Marktzugangs
Herausforderungen	Handlungsfelder		
Identität der Kreativwirtschaft	Sichtbarkeit Branchenverständnis Vernetzung		
Zugang zu Ressourcen	Qualifizierung Finanzzugang Raumangebot Beratung		
Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen			Markterschließung

a) **Identität der Kreativwirtschaft**

Um die Identität der Kreativwirtschaft zu stärken, muss eine höhere Sichtbarkeit, ein klares Branchenverständnis sowie eine verbesserte Vernetzung der Kreativschaffenden untereinander erreicht werden. Ziel ist es, das Innovationspotenzial kreativer Leistungen und den Mehrwert aus der Kooperation zwischen Kreativen und Partnern aus sonstigen Wirtschaftsbereichen darzustellen.

Die Zusammenführung von Kreativen untereinander und mit Partnern anderer Wirtschaftszweige steht in Sachsen-Anhalt bei den folgenden, beispielhaft ausgewählten Projekten und Kommunikationsmaßnahmen im Vordergrund.

- **Das Onlineportal Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt**

In übersichtlicher Form präsentieren sich auf der Webseite www.kreativ-sachsen-anhalt.de bereits rund 280 Kreativ-Dienstleister mit ihrem Angebot. Eine Volltext-Suche und eine Auflistung nach Kategorien sparen dabei viel Zeit bei der Recherche. Die jeweiligen Profilseiten der Unternehmen liefern Informationen zu deren Portfolio, Referenzen und Auszeichnungen. Ein Formular für den direkten Kontakt sowie eine Anfahrtsskizze vervollständigen das Serviceangebot. So finden Unternehmen für jedes Projekt den passenden Dienstleister. Im Gegenzug bietet das Portal für Kreative die Möglichkeit, sich in hochwertiger Form gegenüber potenziellen Auftraggebern zu präsentieren.

Unternehmen können sich jetzt noch besser vernetzen. Mit der neuen Kreativsuchmaschine können sie gezielt nach dem für ihr Projekt passenden Kreativ-Unternehmen suchen. Mit Suchbegriffen, deren Ergebnisse auf dem Profil der eingetragenen Kreativ-Unternehmen basieren, und Filtern wie „Ort“ oder „Projektgröße“ wird die Suche eingrenzt.

Mehr erfahren unter: www.kreativ-sachsen-anhalt.de

- **Verein Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V.**

Der Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V. (KWSA) ist der sachsen-anhaltische Unternehmerverband der Kreativwirtschaft. Er versteht sich als Plattform von Unternehmen für Unternehmen. Durch Wissens- und Erfahrungstransfers steht der Verein den kreativen Unternehmern zur Seite. 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 unterstützt die

Vernetzung von Unternehmen aus der Kreativwirtschaft sowie deren Dienstleister und der anwendenden Wirtschaft. Ziele sind die Koordination, Stärkung und Förderung der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt sowie die Förderung von Wissenschaft und Forschung sowie Aus- und Weiterbildung im Bereich Kreativwirtschaft. Der Verein will die Außenwahrnehmung der Kreativunternehmen im Land und über das Land hinaus verbessern, um auf die vielfältigen und hochwertigen Dienstleister in Sachsen-Anhalt hinzuweisen. Zum gegenseitigen Nutzen will er eine lebendige, vernetzte Kommunikation zwischen den Unternehmen der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt aufbauen.

Mehr erfahren unter: www.kreativwirtschaft-sachsen-anhalt.de

b) Zugang zu Ressourcen

Gerade kleinen und mittleren Unternehmen fehlt es häufig an zeitlichen, personellen und finanziellen Mitteln, um sich mit Fragen der weiteren Unternehmensentwicklung und Investitionsfinanzierung auseinanderzusetzen. Hier soll den Unternehmen mit niedrighschwelligem Angeboten unter die Arme gegriffen werden.

- Förderinstrumente und Beratungsprogramme des Landes Sachsen-Anhalt

Das Land stellt Mittelstand und Handwerk ein breites Instrumentarium an Unterstützungsmöglichkeiten zur Verfügung. Die klassischen Instrumente der Wirtschaftsförderung reichen von Beratungshilfeprogrammen bis hin zu Finanzierungshilfen bei Innovationen oder Investitionen. Diese Unterstützungsangebote richten sich überwiegend an kleine und mittlere Unternehmen, also auch an Unternehmen aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Einen Überblick über die Förderinstrumente des Landes Sachsen-Anhalt bietet die im Herbst 2014 veröffentlichte Mittelstandsoffensive.¹⁰

Mehr erfahren unter: www.unternehmen-und-gruender-in-sachsen-anhalt.de

¹⁰ Vgl. Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft (2014a).

- **Ein Ansprechpartner – der Kreativbeauftragte der Investitionsbank Sachsen-Anhalt**
Die Investitionsbank unterstützt Unternehmen bei der dynamischen Entwicklung des Standorts Sachsen-Anhalt. Kreativschaffende erhalten hier individuelle Starthilfen, Finanzierungslösungen sowie Zugang zu bestehenden Förderinstrumenten.

Mehr erfahren unter: www.ib-sachsen-anhalt.de

- **Mitteldeutsche Medienförderung (MDM)**
Unter dem Dach der MDM unterstützen das Land Sachsen-Anhalt und die Freistaaten Sachsen und Thüringen sowie der Mitteldeutsche Rundfunk und das Zweite Deutsche Fernsehen Erfolg versprechende Film- und Medienproduktionen aus der Region von der Vorbereitung über die Herstellung bis hin zur Verbreitung und Präsentation von Film-, Fernseh- und weiteren audiovisuellen Medienproduktionen. Zudem können Weiterbildungs- und Trainingsinitiativen gefördert werden.

Mehr erfahren unter: www.mdm-online.de

- **Ansprechpartner – die Kreativbeauftragten bei den Kammern**
Die Industrie- und Handelskammern und die Handwerkskammern Sachsen-Anhalts haben jeweils Kreativbeauftragte benannt, die als Ansprechpartner für die Branchenunternehmen fungieren. Darüber hinaus informieren die Kammern in ihren Publikationen zu Anliegen und Veranstaltungen der Kreativunternehmen bzw. führen eigene Veranstaltungen durch.

Mehr erfahren unter:

Industrie- und Handelskammer Magdeburg www.magdeburg.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Halle www.halle.ihk.de

Handwerkskammer Magdeburg www.hwk-magdeburg.de

Handwerkskammer Halle www.hwkhalle.de

- **Ansprechpartner – die Kreativbeauftragten in verschiedenen Städten**

Einzelne Städte des Landes haben – zum Teil in Umsetzung von Handlungsempfehlungen aus Branchenstudien – Kreativbeauftragte eingesetzt. Zudem finden verschiedene Veranstaltungen, wie der Kreativsalon in Magdeburg, und auch Wettbewerbe, wie der Designpreis der Stadt Halle, statt.

Mehr erfahren unter:

Kreativsalon Magdeburg www.kreativsalon-magdeburg.de

Designpreis Halle www.designpreis-halle.de

- **Kunststiftung des Landes Sachsen-Anhalt**

Durch Vergabe von Stipendien und Projektmitteln sowie Veranstaltungen und Ausstellungen fördert die Kunststiftung zeitgenössische Kunst in Sachsen-Anhalt. Dabei ist der Kunstbegriff weit gefasst, so dass beispielsweise auch außergewöhnliche Designer von den Angeboten der Stiftung profitieren können.

Mehr erfahren unter: www.kunststiftung-sachsen-anhalt.de

- **Gründer- und Kompetenzzentren**

Das an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein angesiedelte **DesignHaus Halle** ist ein Existenzgründungszentrum für Kreativschaffende und dient sowohl als Kommunikationsplattform und beratende Stelle für Gründer als auch als Anbieter von Arbeitsräumen für junge Unternehmer.

Mehr erfahren unter: www.burg-halle.de

- Das **Mitteldeutsche Multimediazentrum (MMZ)** ist ein modernes Existenzgründerzentrum für die Medien- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Es ist Halles wichtigstes Instrument auf dem Weg zu einem erfolgreichen Medienstandort mit nationaler und internationaler Ausstrahlungskraft. Das MMZ repräsentiert den jungen, wachstumsintensiven und modernen Wirtschaftszweig der Medienbranche. In Halle ist es ein Knotenpunkt zum Kommunizieren und Netzwerken. Neben Büroflächen für Existenzgründer bietet das MMZ attraktive Veranstaltungsräume und hochmoderne Studios zur Film- und Audioproduktion.

Mehr erfahren unter: www.mmz-halle.de

- **Der ego.-INKUBATOR** „FabLab – Innovative Existenzgründung in einem Fertigungslabor zur Herstellung von Anschauungs- und Funktionsmodellen“ an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg ist eine miniaturisierte Fabrik mit voller Funktionalität. Mittels flexiblen Maschinenparks können Hochschulangehörige und Absolventen in diesem Fertigungslabor ihre kreativen Ideen von einem Grundkonzept über Anschauungs- und Funktionsmodelle, bis hin zu komplexen Prototypen entwickeln und fertigen.

Mehr erfahren unter: www.inkubator.ovgu.de

c) **Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen**

Eine der wesentlichsten Herausforderungen Kreativschaffender ist die meist zeitaufwendige Ansprache und Gewinnung neuer Kunden. Oftmals sind Kreativleistungen nur schwer zu beschreiben, und der daraus resultierende Mehrwert ist dem Kunden nicht bewusst. Das Innovationspotenzial und den Mehrwert von Kreativleistungen allen Wirtschaftsbereichen näher zu bringen ist das gemeinsame Ziel der folgenden Maßnahmen.

- **Der BESTFORM /// MEHR /// WERT /// AWARD**
Der BESTFORM /// MEHR /// WERT /// AWARD für kreative Ideen wurde 2013 erstmalig vergeben und würdigt gemeinsame Entwicklungen von Kreativen und Wirtschaftspartnern anderer Branchen. Im Mittelpunkt stehen die Zusammenarbeit und die Idee. Ziel ist es zu zeigen, welches Potenzial in Sachsen-Anhalts Kreativwirtschaft steckt. Es können sich alle Kreativen beteiligen, die ihren Sitz oder ihre Betriebsstätte in Sachsen-Anhalt haben und mit einem Wirtschaftspartner zusammenarbeiten. Dieser kann auch außerhalb des Bundeslandes angesiedelt sein.

Mehr erfahren unter: www.bestform-sachsen-anhalt.de

- **Cross Innovation in der Kreativwirtschaft**
Zukünftige Projekte zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Branchen, also so genannte Cross Innovationen, werden in Sachsen-Anhalt ab September 2015 mit einem eigenen Förderinstrument unterstützt. Ziele sind die Bündelung von Know-how, die Erarbeitung gemeinsamer Strategien zur Entwicklung neuartiger, innovativer Produkte und Dienstleistungen oder die Verbesserung des Marktzuganges. Es sollen branchenübergreifende Innovationsprozesse angeregt werden.

Gefördert werden Netzwerke aus kleinen und mittleren Unternehmen sowie Unternehmen anderer Branchen, Hochschulen, wissenschaftliche Einrichtungen, Kommunen und Fachverbände.

Mehr erfahren unter: www.unternehmen-und-gruender-in-sachsen-anhalt.de

- **Ein Kreativer für jedes Unternehmen – der Innovationsassistent**

Der Innovationsassistent ist ein Förderinstrument, das gezielt und problemlösungsorientiert ingenieurtechnisches und betriebswirtschaftliches Wissen und kreatives Denken in Unternehmen transferiert. Gefördert wird die Einstellung von Absolventen einer Hochschule, die einen Studiengang im ingenieurwissenschaftlichen, naturwissenschaftlichen, wirtschaftswissenschaftlichen oder kreativwirtschaftlichen Bereich abgeschlossen haben. Innovationsassistenten ermöglichen Unternehmen einen neuen Blick auf Produkte und Märkte und entwickeln so neue Produkt-, Prozess- und Serviceideen. Ziel ist, die Leistungsfähigkeit und Marktchancen von kleinen und mittleren Unternehmen zu verbessern. Nebenbei werden zugleich möglichst viele gut ausgebildete junge Menschen in Sachsen-Anhalt gehalten.

Mehr erfahren unter: www.unternehmen-und-gruender-in-sachsen-anhalt.de

- **Frisches Wissen aus der Hochschule direkt ins Unternehmen – der Transfergutschein**

Der Wissens- und Technologietransfer ist für die wirtschaftliche Entwicklung Sachsen-Anhalts von besonderer Bedeutung. Deshalb ist es wichtig, dass sich vorhandenes Wissen der Hochschulen unseres Landes in konkrete Ideen für die Wirtschaft umsetzt und der kontinuierliche Kontakt zwischen Unternehmen und Hochschulen für einen hohen Wissenstand bei den Unternehmen sorgt. Dabei wird neben den technischen Produkt- oder Verfahrensinnovationen auch auf die Vermittlung etwa betriebswirtschaftlichen Wissens, die Erschließung neuer Absatzmöglichkeiten, Designentwicklungen und innovative Organisationsmodelle gebaut. Studierende der Hochschulen des Landes erhalten einen Transfergutschein in Höhe von 400 Euro, wenn sie eine Projekt- oder Abschlussarbeit gemeinsam mit einem Unternehmen aus Sachsen-Anhalt erarbeiten. Die Gutscheine geben beiden Partnern die Gelegenheit, eine Zusammenarbeit zu starten bzw. auszubauen. Zudem bieten die Transfergutscheine Studierenden die Möglichkeit, Kontakte in die regionale Wirtschaft aufzunehmen und berufliche Erfahrungen an konkreten Praxisaufgaben zu sammeln.

Mehr erfahren unter: www.mw.sachsen-anhalt.de

Literatur

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2015), Kultur- und Kreativwirtschaft, online abrufbar unter www.kultur-kreativ-wirtschaft.de, (letzter Zugriff: 30.07.2015).

Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt (2014a), HIER ist Mittelstand mehr wert – Mittelstandsoffensive des Landes Sachsen-Anhalt, online abrufbar unter www.mw.sachsen-anhalt.de/aktuelles/publikationen (letzter Zugriff: 30.07.2015).

Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt (2014b), HIER ist Zukunft Strategie – Die Regionale Innovationsstrategie des Landes Sachsen-Anhalt 2014–2020, online abrufbar unter www.mw.sachsen-anhalt.de/aktuelles/publikationen (letzter Zugriff: 30.07.2015).

Ritschel, F.; Schmieder, U.-M. und Möller, S. (2012) Medienstudie Halle/Saalekreis 2012. Eine Untersuchung zur Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region Halle.

Söndermann (2015), Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt, Komprimierte wirtschaftspolitische Analyse 2009–2013, online abrufbar unter: www.mw.sachsen-anhalt.de/aktuelles/publikationen (letzter Zugriff: 30.07.2015)

Söndermann, M. und Hage, J.(2012), Kultur- und Kreativwirtschaft Magdeburg 2012, Wirtschaftliche Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Magdeburg, Landeshauptstadt Magdeburg.