

## Projektblatt für den Aktionsplan

BBWA: Pankow

Handlungsfeld	Standortentwicklung und Standortmarketing
Aktion	Verknüpfung der Pankower Kreativ- und Tourismuswirtschaft zur Entwicklung von Marketinginstrumenten
Förderzeitraum	01.11.2013 bis 31.10.2014
Förderinstrument	LSK

### I. Allgemeine Angaben zum Projekt

Projektname	Blickfang Pankow
Projektziel (Hauptziel)	Um eine Zusammenarbeit der ansässigen Kreativ- und Tourismuswirtschaft zu befördern, entwickelt "Blickfang Pankow" über die Durchführung eines Fotowettbewerbs touristische Marketinginstrumente.
Projektkurzbeschreibung	Während der Projektlaufzeit wird ein Wettbewerb für Pankower Kreative im Bereich Fotografie organisiert, der als Ergebnis einen Jahreskalender für 2015, eine Postkartenedition für den Einsatz im Regional- und Tourismusmarketing des Bezirks und eine Online-Veröffentlichung der Wettbewerbsbeiträge zu regionalen Attraktionen und regionaltypischen Besonderheiten, hervorbringt. Zugleich bietet das Projekt am Arbeitsmarkt benachteiligten Langzeitarbeitslosen die Möglichkeit, über die lernende Mitarbeit im Projekt Praxiserfahrungen im Bereich Marketing zu sammeln.
Projekträger und Ansprechpartner/in (Name, Adresse, Tel, Fax, Mail, Internet)	tic Kultur- und Tourismusmarketing Berlin-Pankow GmbH, Stefanie Gronau, Fröbelstraße 17, Haus 2, 10405 Berlin
Mitglieder des Projektbeirats bei PEB und WdM bzw. Projektpate bei LSK (Name, Institution)	Sascha Hilliger, Berlin PRO Prenzlauer Berg e.V., Axel Hansen Wirtschaftsförderung Pankow
Kooperationspartner/innen (Name, Institution)	Ulrike Fey, Pfefferwerk AG; Sören Birke, KulturBrauerei; Sebastian Mücke, IG Castingcarrée e.V.; Helmut Hampel, Für Pankow e.V.,

<b>II. Hauptziele - Ergebnisse</b>	
<b>1. Ziel</b> Aktivierung der regionalen Kreativwirtschaft im Bereich Fotografie für die Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft	
Woran messen Sie, ob Sie dieses Ziel erreicht haben?*  Anzahl der Wettbewerbsteilnehmenden, hochwertige Kalender und Postkartenedition	Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)  23 Wettbewerbsteilnehmende, 500 Kalender, 13.000 Postkarten
<b>2. Ziel</b> Aktivierung von Interesse der regionalen Tourismuswirtschaft an der Zusammenarbeit mit ansässigen Fotografen	
Woran messen Sie, ob Sie dieses Ziel erreicht haben?*  Beteiligung an Wettbewerbsauswahl, Anbahnung von Projekten der Zusammenarbeit	Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)  Ein Hotel stellt bereits einen Künstler aus, in der Abstimmung: Händler eines Einkaufsviertels, ein weiteres Hotel
<b>3. Ziel</b> praktische Qualifizierung von Kräften des 2. Arbeitsmarktes im Arbeitsfeld Marketing	
Woran messen Sie, ob Sie dieses Ziel erreicht haben?*  Zahl der beteiligten Arbeitskräfte und Teilnehmenden-Feedback	Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)  11 Teilnehmende, positives Feedback von Teilnehmenden zur Projektarbeit, individuelle Weiterentwicklung einzelner Teilnehmender

\*Indikatoren

<b>Begründung für nicht erreichte Ziele (bei Projektende):</b>		

<b>Charakterisierung der Nachhaltigkeit des Projekts:</b>
Der Einsatz des im Projekt entwickelten Marketing-Materials wird fortgesetzt und es wird weiter für Partnerschaften zwischen Tourismus- und die beteiligte Kreativwirtschaft geworben.

<b>III. Finanzierung</b>		
Finanzierungsquelle	Höhe der Finanzierung	Finanzierungsprogramm
EU-Mittel EFRE		WDM
EU-Mittel EFRE		
EU-Mittel ESF		LSK
EU-Mittel ESF	9.900,00 €	PEB
sonstige Mittel (bitte benennen)		
Bundesmittel		
Landesmittel		
Kommunale Mittel		
sonstige Mittel (bitte benennen)		
Gesamt:	9.900,00 €	