

Projektblatt für den Aktionsplan

BBWA: Spandau

Handlungsfeld	Kreativwirtschaft
Aktion	Vernetzung der Kreativszene Spandaus und Schaffung von gemeinsamen Werbe- und Vermarktungsmöglichkeiten Verbesserung des Standortimages (z.B. auf Eiswerder)
Förderzeitraum	01.08.2013 - 31.03.2015
Förderinstrument	WDM

I. Allgemeine Angaben zum Projekt

Projektname	Implementierung eines Netzwerkes der KW + Erstellung einer Machbarkeitsstudie gemeinsamer Orte für die KW
Projektziel (Hauptziel)	Das beantragte Projekt untergliedert sich in drei Handlungsfelder welche die dringendsten Bedarfe der Spandauer KW aufgreifen: 1. Sichtbarkeit und Standortimage, 2. Netzwerke, 3. Gemeinsame Orte
Projektkurzbeschreibung	1. Ziel dieser wirtschaftsdienlichen Maßnahme ist die Standortprofilierung Spandaus im Handlungsfeld Kreativwirtschaft. 2. Die Erstellung einer Karte zur Sichtbarmachung der räumlichen Verteilung kreativwirtschaftlicher Unternehmen und erste gekoppelte Marketingmaßnahmen 3. Vernetzungstreffen branchenintern und auch branchenübergreifend mit der gewerblichen Wirtschaft 4. Mithilfe einer Machbarkeitsstudie soll geklärt werden, welche Orte für eine zukünftige Repräsentation der Kreativwirtschaft in Frage kommen. Die Zielgruppe der Eigentümer soll einbezogen werden, da diese das Potential der Kreativwirtschaft als Mieter aktuell noch nicht erkannt haben.
Projektträger und Ansprechpartner/in (Name, Adresse, Tel, Fax, Mail, Internet)	Bezirksamt Spandau, Abt. Bauen, Planen, Umweltschutz und Wirtschaftsförderung – Wirtschaftsförderung, Carl-Schurz-Str. 2/6, 13597 Berlin Ansprechpartnerin: Frau Lohmeyer, Tel. 90279 7547
Mitglieder des Projektbeirats bei PEB und WdM bzw. Projektpate bei LSK (Name, Institution)	
Kooperationspartner/innen (Name, Institution)	coopolis GmbH, planungsbüro für kooperative stadtentwicklung, Lenaustraße 12, 12047 Berlin Geschäftsführerin: Frau Stefanie Raab

<u>II. Hauptziele – Ergebnisse</u>	
<p>1. Ziel</p> <p>Standortprofilierung Spandaus im Handlungsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)</p> <p>1. Ergänzende Recherche von Unternehmen der KKW</p> <p>2. Erstellung einer moderierten und betreuten Unternehmensdatenbank</p> <p>3. Erhöhung der Sichtbarkeit durch eine Automatisierte Liegenschaftskarte (digital + Print +online)</p> <p>4. Marketing durch Print-Produkte, Stelltafeln und die Teilnahme an berlinweiten Vernetzungstreffen der KKW</p>	
<p>Woran messen Sie, ob Sie dieses Ziel erreicht haben?*</p> <p>online sichtbare Unternehmensdatenbank, erstelltes Roll-Up mit der Darstellung der Verortung der KKW, Printprodukte (Postkarte, Branchenbuch)</p>	<p>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</p>
<p>2. Ziel</p> <p>Netzwerkbildung: Vernetzungstreffen branchenintern und auch branchenübergreifend mit der gewerblichen Wirtschaft organisieren.</p>	
<p>Woran messen Sie, ob Sie dieses Ziel erreicht haben?*</p> <p>mind. zwölf Vernetzungstreffen wurden organisiert. (branchenintern und auch branchenübergreifend)</p>	<p>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</p>
<p>3. Ziel</p> <p>Recherche und Klärung möglicher Orte für eine zukünftige Repräsentation der kreativwirtschaftlichen Unternehmen. Die Teilbranchen sollen auch geografisch dargestellt werden. Die Konzentrationen der einzelnen Teilbranchen der Kreativbranche zeigen dann kreative Ballungsräume. Diese sollen noch genauer untersucht werden. (Insel Eiswerder, Siemens Technopark, Mediaakademie) Die Zielgruppe der Eigentümer soll einbezogen werden. Die Machbarkeitsstudie geht über die Sichtbarmachung des Status quo hinaus, indem stadträumliche Aspekte in die Betrachtung einbezogen werden.</p>	
<p>Woran messen Sie, ob Sie dieses Ziel erreicht haben?*</p> <p>Rechercheergebnisse und Machbarkeitsstudie liegen vor.</p>	<p>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</p>

*Indikatoren

Begründung für nicht erreichte Ziele (bei Projektende):		

Charakterisierung der Nachhaltigkeit des Projekts:
<p>Wesentliche Aufgabe des Projektes ist die Bekanntmachung der in Spandau zwar bereits vorhandenen, aktuell aber kaum sichtbaren Branche Kreativwirtschaft. Darum wird der Öffentlichkeitsarbeit ein hoher Stellenwert beigemessen wie im Aufgabenpaket 1 beschrieben. Die öffentlichen Veranstaltungen sollen nicht nur in den lokalen Printmedien angekündigt werden, sondern darüber hinaus wird die Öffentlichkeitsarbeit über die entstehende öffentliche Seite der Unternehmensdatenbank, und nicht zuletzt auch die Vernetzung der Branchen über social media-Anwendungen (wie zum Beispiel facebook, twitter oder xing) eine nicht unbedeutende Rolle spielen.</p>

III. Finanzierung		
Finanzierungsquelle	Höhe der Finanzierung	Finanzierungsprogramm
EU-Mittel EFRE		WDM
EU-Mittel EFRE	149.954,00 €	WdM-Exquisit
EU-Mittel ESF		LSK
EU-Mittel ESF		PEB
sonstige Mittel (bitte benennen)		
Bundesmittel		
Landesmittel		
Kommunale Mittel		
sonstige Mittel (bitte benennen)		
Gesamt:	149.954,00 €	