

## Projektblatt für den Aktionsplan

BBWA: Mitte

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| Handlungsfeld    | Wirtschaft              |
| Aktion           | Tourismusförderung      |
| Förderzeitraum   | 17.03.2010 - 31.12.2010 |
| Förderinstrument | LSK                     |

### I. Allgemeine Angaben zum Projekt

|  |  |
|--|--|
| Projektname  | Förderung der Design- und Kreativwirtschaft in Berlin Mitte durch Tourismus  |
| Projektziel (Hauptziel)  | Bedarfsanalyse der Berlin-Besucher in den Infrastruktureinrichtungen der Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), den Info Stores und im Internet in Bezug auf Absatzpotenziale für die Berliner Design- und Kreativwirtschaft, generationenübergreifender Bedarf  |
| Projektkurzbeschreibung  | <p>März bis Juni: 2010: Tourist-Information/BTM-Infostores als Showroom des Berliner Designs, Bedarfsanalyse bei Berlin-Besuchern, KMU-Förderung/Förderung der Designwirtschaft durch Nachfragestimulierung von Seiten der Tourismuswirtschaft</p> <p>April bis Juni 2010: Befragung der Designer, Zusammenarbeit mit dem Quartiermanagementbereichen in Berlin Mitte</p> <p>März bis Juni: Nachfragepotenziale im Besuchersegement Gay and Lesbian Travel in Bezug auf die Angebotsstruktur der Berliner Stadtteile, Förderung des nachbarschaftlichen Zusammenlebens, Erstellung von Handlungsempfehlungen für die Unternehmen des Bezirks Mitte und zur Zusammenarbeit von Design-, Kreativ-, und Tourismuswirtschaft, damit Verbesserung der Beschäftigungs- und Arbeitsmarktförderung</p> |
| Projekträger und Ansprechpartner/in (Name, Adresse, Tel, Fax, Mail, Internet)              | <p>Baltic College GmbH/University of Applied Sciences (Standort Campus Berlin/Potsdam)</p> <p>Frau Dr. Heike Bähre, Postfach 52 01 64, 12591 Berlin</p> <p>Tel. 030/56 044 888, Fax 030/56 044 840, baehre@baltic-college.de, <a href="http://www.baltic-college.de">www.baltic-college.de</a></p> <p>Frau Dr. Christiane Spieker (kaufmännische Leitung, 03843 - 46 42-16, E-Mail: spieker@baltic-college.de)</p>   |
| Mitglieder des Projektbeirats bei PEB und WdM bzw. Projektpate bei LSK (Name, Institution) | Frau Gabriela Schweinberger, Berlin Tourismus Marketing GmbH   |
| Kooperationspartner/innen (Name, Institution)  | <p>Bezirksamt Mitte von Berlin/Wirtschaftsförderung:<br/>Kontakttherstellung zu Gewerbetreibenden der Kreativwirtschaft</p> <p>Berlin Tourismus Marketing GmbH:<br/>Unterstützung bei der Bedarfsanalyse von Berlin-Touristen</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Fachhochschule für Wirtschaft Berlin - Berlin School of Economics und Baltic College University of Applied Sciences Campus Berlin/Potsdam - studentische Hilfskräfte, Fergen/Prof. Gesundheits- und Tourismusmanagement, Bildat /Prof. Personal- und Organisationsentwicklung:<br/>Durchführung der Feldstudie mit Hilfe des Studienganges Hotel- und Tourismus-Management/Campus Potsdam)</p> |
|--|---|

| <b><u>II. Hauptziele - Ergebnisse</u></b>  |   |
|--|---|
| <p><b>1. Ziel</b></p> <p>Bedarfsanalyse der Berlin-Besucher in den Infrastruktureinrichtungen der BTM, den Info Stores in Berlin Mitte und im Internet in Bezug auf Absatzpotenziale für die Design- und Kreativwirtschaft in Berlin Mitte, generationenübergreifende Bedarfsanalyse</p>   |   |
| <p><b>Indikatoren</b></p> <p>bisheriges Angebotsportfolio in den BTM-Infostores/Berlin Mitte und dessen Akzeptanz bei den Besuchern (z.B. SchülerInnen/Studierende bis 20 Jahre, Jugendliche bis 30 Jahre, Gruppe über 50-jährige)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Angebots- und Bedarfsanalyse liegt vor</li> <li>2. Empfehlungen für die Absatzsteigerung in den BTM-Info Stores in Berlin Mitte liegen vor</li> <li>3. Ideen zur Förderung der Designwirtschaft durch Aufnahme in die Vermarktungsstrukturen des Berlin-Tourismus wurden entwickelt (Aufstellung eines Marketing-Planes mit Empfehlungen insbesondere für die Verbindung von Produkt- und Vertriebspolitik der Designwirtschaft des Bezirks Mitte)</li> </ol> | <p><b>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</b></p> <p>Die Ergebnisse der Nachfrageanalyse in den BTM-Infostores wurden am 03.06.2010 vor der Kooperationspartnerin Gabriela Schweinberger von der BTM präsentiert und ihr übergeben.</p> <p>Am 25.11.10 erfolgte im Berufsausbildungszentrum des SOS Kinderdorf e.V. die Ergebnispräsentation zur Designer- Befragung und zur Analyse Berlins als Gay and Lesbian Metropolis.</p> <p>Die Befragungsergebnisse und Handlungsempfehlungen wurden vor Herrn Tolan (Wirtschaftsförderung Bezirksamt Mitte von Berlin), Herrn Spallek (Wirtschaftsstadtrat), Frau Schweinberger (BTM), Stadtquartiersmanagern und anwesenden Designern präsentiert und an den Vertreter des Projektbeirates übergeben.</p> <p>Eine Liste von kooperationswilligen Designern zum Thema "Design und Tourismus in Berlin Mitte" liegt vor; weitere Aktionen zur Belebung der Kooperation können nun erfolgen.</p> |
| <p><b>2. Ziel</b></p> <p>Schaffung von Chancengleichheit für bisher benachteiligte Besuchergruppen im Berlin-Tourismus,</p>  |   |
| <p><b>Indikatoren</b></p> <p>Nachfragepotenziale und Bedürfnisse des Besuchersegments Gay and Lesbian Travel, Akzeptanz dieser Gruppe in der Berliner Bevölkerung</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bedürfnisanalyse liegt vor.</li> <li>2. Angebots-, Vertriebs- und Kommunikationspolitik wird hinsichtlich</li> </ol>   | <p><b>Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)</b></p> <p>Auf dem Christopher Street Day 2010 haben die befragten Besucher der Stadt Berlin ein hohes Maß an Sicherheit attestiert. Sie informierten sich alle im Vorfeld des Events über das Internet, 75% würden eine auf Bedürfnisse von Homo- und Transsexuellen spezialisierte institutionelle Tourist-Information begrüßen, so wie bereits London und Amsterdam eine solche aufweisen.</p>  |

|  |   |
|--|---|
| <p>der Bedürfnisse dieser Gruppe von den Anbietern a) der Tourismusbranche und b) der Kreativ- und Designwirtschaft angepasst.</p> <p>3. Schlussfolgerungen in Bezug auf das Innenmarketing (nachbarschaftliches Zusammenleben) wurden getroffen.</p>  | <p>Bei der Kiezbefragung in der Community, insbesondere Prenzlauer Berg und Schöneberg, im Herbst 2010, haben 48,8% der Schaffung einer solchen Einrichtung zugestimmt.</p> <p>Unter den 6 außerdem befragten Experten sprach sich nur ein Drittel für eine solche Institution aus.</p> <p>Es werden folgende Empfehlungen gegeben:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entwicklung Berlins zu einer Marke für das Zielsegment</li> <li>2. Internet ist das wichtigste Informationsmedium und sollte daher mit all seinen Facetten strategisch fokussiert werden: Gestaltung eines innovativen, modernen und ansprechenden Internetauftritts insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> <li>- in Verbindung mit anderen digitalen Medien, Technologien und mobilen Diensten und</li> <li>- unter Berücksichtigung des gesamten Kommunikationsmixes.</li> </ul> </li> <li>3. Herstellung von zielgruppenspezifischen Souvenirs durch die Designer in den Quartieren</li> <li>4. Profilierung der bestehenden Info-Punkte der Gay and Lesbian Community für o.g. Zielgruppe unter Zusammenarbeit mit der BTM, ggf. Schaffung einer "offiziellen Berliner Tourist-Info für Gay and Lesbian Travellers" <ul style="list-style-type: none"> <li>- zur noch besseren Zielgruppenansprache/Information und auch</li> <li>- zur Besucherlenkung.</li> </ul> </li> </ol> |
| <p>3. Ziel</p> <p>Handlungsempfehlungen für Designer in Berlin Mitte zur Erschließung neuer Absatzkanäle, Förderung von branchenübergreifenden Netzwerken/Installierung eines Arbeitskreises.</p> <p>Sowohl der Tourismus wie die Designwirtschaft sind Bereiche eines hohen Beschäftigtenanteils der Frauen, die jedoch im Management oft unterrepräsentiert sind. Das Projekt soll zudem die Chancengleichheit von Frauen und Männern, unabhängig ihrer persönlichen Orientierung im Beruf stärken. Außerdem sollen neue Gästezielgruppen erreicht werden, unabhängig vom Geschlecht und ihrer Orientierung</p> <p>Gerade der Tourismus bietet Migrantinnen und Migranten mit deren Zwei- und Mehrsprachigkeit und dem Verständnis unterschiedlicher Kulturkreise ein Beschäftigungsfeld, das durch die Bedarfsanalyse der Berlin-Gäste und den daraus gezogenen Schlussfolgerungen maßgeblich gefördert wird. Gruppen von Migranten/Migrantinnen sind sehr design- und kunstorientiert und bringen hier neue Vermarktungsideen für die DesignerInnen ein.</p> |   |

| Indikatoren   | Erzieltes Ergebnis (bei Projektende)   |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisheriges Angebot der Designer in Mitte (Produkte und ihre Anbieter)</li> <li>2. Wünsche der Designer in Mitte in Bezug auf die Unterstützung der Vertriebskanäle und Kommunikationspolitik</li> <li>3. Designer-Wissen über den Tourismus als Wirtschaftsfaktor</li> <li>4. (spezifische) Rolle von Migrant/innen, Frauen/Männern in den untersuchten Wirtschaftszweigen</li> <li>5. Handlungsempfehlungen für die Unternehmen des Bezirks Mitte in Bezug auf die Verbesserung der Zusammenarbeit von Design-, Kreativ- und Tourismuswirtschaft liegen vor</li> <li>6. ein Arbeitskreis "Kreativ-, Design- und Tourismuswirtschaft" wurde installiert.</li> </ol> | <p>180 Designer wurden laut Auftraggeber in den Quartiersbereichen "Soziale Stadt" in Berlin Mitte befragt, davon nahmen 47 an der Befragung teil. 37 Künstler/Designer/Unternehmen können sich vorstellen, noch enger mit dem Tourismus zusammenzuarbeiten. Elf Befragte haben bereits Berlin-bezogene Artikel hergestellt, knapp die Hälfte stellt diese sogar im Internet vor.</p> <p>34 Künstler/Unternehmen aus dem Bereich Design wünschen eine Zusammenarbeit mit der Tourismusindustrie und sind an einer Netzbildung interessiert. Ein potenzielles Netzwerk "Design und Tourismus" aus 39 Partnern wurde ermittelt. Frau Prof. Dr. Bähre stellt sich als Ansprechpartnerin im Wirtschaftskreis Mitte dafür zur Verfügung.</p> <p>Migrant/innen können eine noch größere Rolle auf dem touristischen Arbeitsmarkt in den Brennpunktkiezen spielen. Tourismusbewusstsein und Aufgeschlossenheit auch beim Stadtquartiersmanagement zur Tourismusförderung und zur Vermeidung von Spannungen zwischen Besuchern und Bewohnern sollten durch Workshops entwickelt werden.</p> <p>In einem Abschlusstreffen mit Designern, Vertretern des Wirtschaftskreises Berlin Mitte, der Stadtmanagementquartiere und der Vertreterin der Berlin Tourismus Marketing GmbH am 25. November 2010 wurden Handlungsempfehlungen für die Unternehmen des Bezirks Mitte und zur Zusammenarbeit von Design-, Kreativ-, und Tourismuswirtschaft vorgestellt und diskutiert. Es wurden Adressen kooperationswilliger Designer ausgetauscht und ein Netzwerk dieser Unternehmen initiiert. Es zeigte sich in den Quartieren, dass diese bisher unterschiedlichen Potenziale haben, sich auch als Tourismusziele zu entwickeln. Zur Verbesserung der Beschäftigungs- und Arbeitsmarktförderung werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Förderung des Tourismus-Verständnisses durch Workshops für die Quartiersmanagementmitarbeiter (Potenziale des Tourismus zur Arbeitsmarktförderung und zur Vermeidung von Konflikten zwischen Besuchern und Bewohnern)</li> <li>2) Einbeziehung der Designer in den Internetauftritt der BTM unter der Rubrik "Designer in Berlin" in den Kategorien Galerien, Ateliers, Souvenirs/hochwertiges Berlin-Design u.ä.</li> <li>3) Entwicklung eines Eventkalenders zu</li> </ol> |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>Veranstaltungen des Designs (wie z.B. Fashion Week, Wedding Dress und Veranstaltungen in Künstlerhäusern (z.B. Kolonie Wedding und Christiania) Dieser Eventkalender soll von Januar bis Dezember eines Jahres diese designbezogenen Events terminlich auflisten und für Interessenten sichtbar machen. Dazu gehört auch die Aufnahme auf den Plattformen <a href="http://www.berlin.de">www.berlin.de</a> und <a href="http://www.visitberlin.de">www.visitberlin.de</a>. Denkbar wären auch eine eigene Internetplattform und eine spezielle Berlin-Design-Guide-Applikation für Internet- und GPS-fähige Handys.</p> <p>4) Durchführung von Unternehmensmanagement- und Marketing-Seminaren von Designern für Designern, Nutzbarmachung innovativer Vermarktungskonzepte (z.B. Promobo) und Kommunikation von Best Practice Beispielen.</p> <p>5) Unterstützung der Galeristen bei der Vermarktung von Galerierundgängen und Special-Interest-Programmen für Kunstinteressierte im Kiez Tiergarten-Süd</p> <p>6) Entwicklung eines Wochenendes des Designs in Berlin Mitte und/oder Gesamt-Berlin. Dies könnte auch ein Tag oder eine Nacht des Designs für Berliner, Berlin-Besucher und Medien sein.</p> |
|--|--|

#### Charakterisierung der Nachhaltigkeit des Projekts:

Infolge von Interviews und Gesprächen vor Ort mit den Unternehmen der Design- und Kreativwirtschaft in den Quartieren des Bezirks Mitte wurde nachhaltig Beschäftigung gestärkt und wurden neue Absatzpotenziale erschlossen. Der Tourismus wirkt hier in seinem Dreiklang der Nachhaltigkeit nicht nur ökonomisch, sondern zugleich sozial, weil er den Einheimischen (den Berlinern) neue Arbeits- und Beschäftigungsmöglichkeiten bietet. Zugleich werden ökologische Maßstäbe an die Tourismusentwicklung angesetzt. Frau Prof. Dr. Bähre stellt sich als Ansprechpartnerin im Wirtschaftskreis Mitte dafür zur Verfügung.

Fortsetzung nächste Seite

Hinweis: Formular wird mit einem Doppelklick geöffnet

| <u>III. Finanzierung</u>         |                       |                       |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Finanzierungsquelle              | Höhe der Finanzierung | Finanzierungsprogramm |
| EU-Mittel EFRE                   |                       | WDM                   |
| EU-Mittel EFRE                   |                       |                       |
| EU-Mittel ESF                    | 3.795,96 €            | LSK                   |
| EU-Mittel ESF                    |                       | PEB                   |
| sonstige Mittel (bitte benennen) |                       |                       |
| Bundesmittel                     |                       |                       |
| Landesmittel                     | 3.795,96 €            |                       |
| Kommunale Mittel                 |                       |                       |
| sonstige Mittel (bitte benennen) |                       |                       |
| Gesamt:                          | 7.591,92 €            |                       |