



Joint Action Plan

Lokaler Maßnahmenplan für Leipzig

(Mai 2011)



„Dieses Projekt wird innerhalb des
CENTRAL EUROPE - Programmes
aus Mitteln des EFRE kofinanziert.“

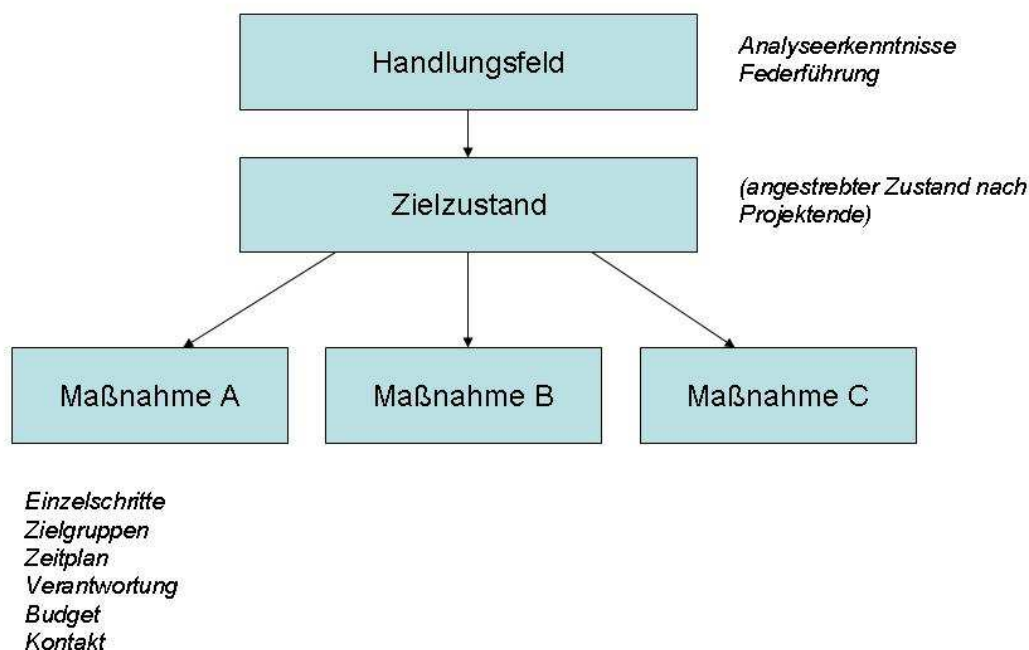
Einleitung

Der Lokale Maßnahmeplan für Leipzig ist ein Ergebnis der transnationalen Zusammenarbeit im Projekt ‚Creative Cities‘. Er entstand auf Grundlage der Ergebnisse der im Jahr 2010 angefertigten SWOT-Analyse (=Ausgangslage) und wurde mit Ansätzen und Ideen aus den Partnerstädten des Projektes angereichert. Im Zuge der Aufstellung eines Joint Action Plans, der die Lokalen Aktionspläne aller Partnerstädte bündelt, verabreden die Projektpartner außerdem transnationale Maßnahmen.

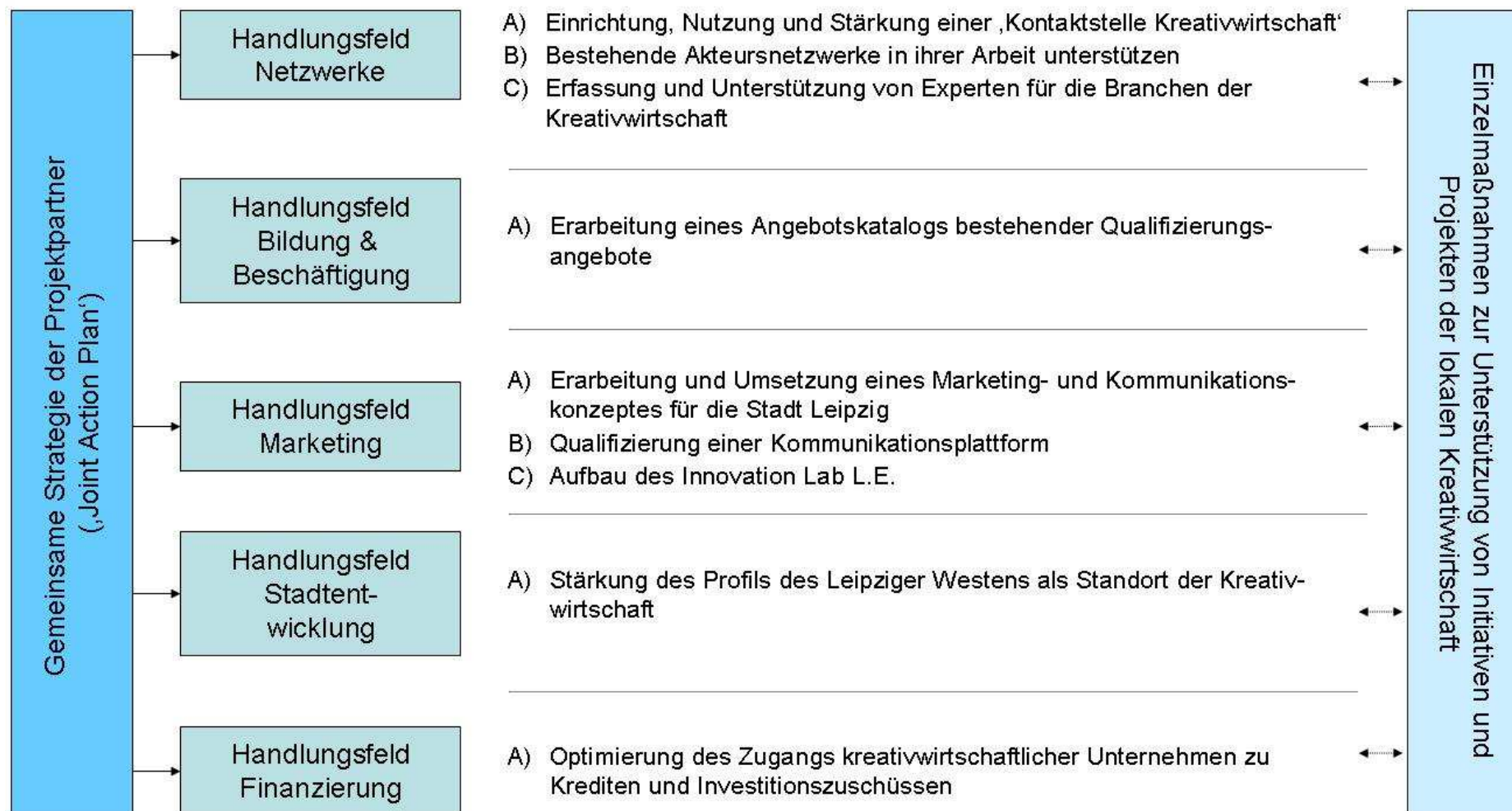
Der Lokale Maßnahmeplan enthält fünf Handlungsfelder, für die jeweils ein Zielzustand formuliert wurde, welches durch eine oder mehrere Maßnahme erreicht werden soll. Für jede Maßnahme zeigt der Maßnahmeplan die geplanten Einzelschritte, die Zielgruppen der Maßnahme, den Zeitplan, wo die Verantwortung liegt, welche Budgetlinien aus Creative Cities zur Verfügung stehen und an wen sich Interessierte wenden können.

Die Einrichtung und Unterhaltung der „Kontaktstelle Kreativwirtschaft“ ist im Maßnahmeplan als eigene Maßnahme in Verantwortung des Aufbauwerks konzipiert. Die eingerichtete Kontaktstelle wird mit ihrem Aufgabenprofil von Vermittlung, Beratung, Netzwerken und Kommunizieren in die Umsetzung aller weiteren hier genannten Maßnahmen einbezogen und eng mit den jeweils verantwortlichen Ämtern der Stadtverwaltung zusammenarbeiten.

Kreative UnternehmerInnen sollen in der Ausgestaltung aller Einzelmaßnahmen einbezogen werden. Ihr Feedback wird zu einer kontinuierlichen Optimierung und Fortschreibung des Maßnahmeplans beitragen.



Gesamtübersicht der Maßnahmen



Ansprechpartner

Projektleitung

Stadt Leipzig
Kulturamt
Frau Amtsleiterin Susanne Kucharski-Huniat
Tel. 0341/1234280
susanne.kucharski@leipzig.de

Handlungsfeld Netzwerke

Aufbauwerk Region Leipzig GmbH
Kontaktstelle Kreativwirtschaft
Frau Carolin Demus
Tel. 0341/14077950
kontaktstelle@aufbauwerk-leipzig.com

Handlungsfeld Bildung und Beschäftigung

Aufbauwerk Region Leipzig GmbH
Kontaktstelle Kreativwirtschaft
Frau Katja Etzold
Tel. 0341/14077950
kontaktstelle@aufbauwerk-leipzig.com

Handlungsfeld Marketing

Stadt Leipzig
Amt für Wirtschaftsförderung
Herr Michael Körner
Tel. 0341/1235826
michael.koerner@leipzig.de

Handlungsfeld Stadtentwicklung

Stadt Leipzig, Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung
Herr Stefan Geiss/Herr Norbert Raschke
Tel. 0341/123 5441; -5512
stefan.geiss@leipzig.de; norbert.raschke@leipzig.de

Handlungsfeld Finanzierung

Stadt Leipzig
Amt für Wirtschaftsförderung
Herr Michael Körner
Tel. 0341/1235826
michael.koerner@leipzig.de

Handlungsfeld ‚Netzwerke‘

Ausgangslage (u. a. Ergebnisse der SWOT-Analyse)

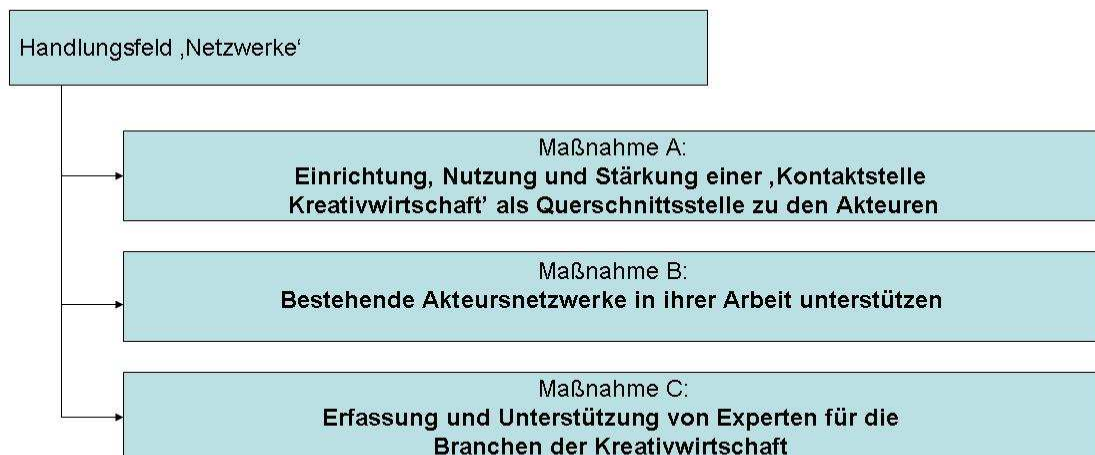
- hoher Grad an Selbstorganisation der Akteure aber mit Defiziten in Professionalisierungsaspekten (in Blick auf unternehmerische Formate)
- keine institutionelle Vertretung zur Koordination der Teilmärkte
- fehlende Netzwerke innerhalb der einzelnen Branchen (mangelnde Kommunikation zwischen lokalen und regionalen Akteuren, wenig Internationalisierung)
- unerschlossene Potentiale der Kooperation zwischen einzelnen Bereichen der Kreativwirtschaft

Zielzustand

Akteure und Einrichtungen der Kreativwirtschaft können auf bekannte Schnittstellen zurückgreifen. Es sind ausreichend Möglichkeiten zur Vernetzung vorhanden.

Federführung im Handlungsfeld:

Kontaktstelle Kreativwirtschaft (Aufbauwerk)



Maßnahme A) Einrichtung, Nutzung und Stärkung einer ‚Kontaktstelle Kreativwirtschaft‘ als Querschnittsstelle zu den Akteuren

Einzel Schritte

- wechselseitige Einbindung in Prozesse bzw. Akteursgruppen (bspw. Teilnahme an den Branchenhearings des Amtes für Wirtschaftsförderung)
- Jour fixe mit den Tutoren aus den Fachämtern („Einzelfallbesprechungen“, Feedback aus Akteursperspektive)
- Vermittlung der Projektarbeit (Außenwirkung)
- Beratung von kreativwirtschaftlich Tätigen
- Anbahnung der Kontakten zwischen Kreativen der Partnerstädte
- Intern: Dokumentation/Berichterstattung

Zielgruppen

- Stadtverwaltung
- alle Akteure der Kreativwirtschaft

Zeitplan

- Januar 2011: Arbeitsaufnahme
- 21. Februar 2011: öffentliche Vorstellung bei der Veranstaltung im Werk II
- März 2011 – Dezember 2012: Umsetzung

Verantwortung

- Aufbauwerk: Einrichtung und Unterhaltung
- als Tutoren Frau Milev/ Dezernat Kultur, Herr Körner/ Amt für Wirtschaftsförderung sowie Herr Geiss/ Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbau-förderung (unterstützt durch Frau Rabenberg/ Stadtplanungsamt)

Budget Creative Cities

Personalkosten

Maßnahme B) Akteursnetzwerke erfassen und bestehende in ihrer Arbeit unterstützen

Einzel Schritte

- Erfassung bestehender Netzwerke und Strukturen
- Unterstützung von Projekten im Rahmen der Ressourcen (Suche nach Räumlichkeiten für Netzwerktreffen oder Veranstaltungen, Ansprech- und Kooperationspartnern)
- Herstellung von Öffentlichkeit durch die Vermittlung von Präsentationsmöglichkeiten (gekoppelt an Veranstaltungen) und Kontakten

Zielgruppe

- Fokus auf unetablierte Akteure und lokale Netzwerke

Zeitplan

- März 2011 – Dezember 2012

Verantwortung

- Kontaktstelle

Budget Creative Cities

Personalkosten

Maßnahme C) Erfassung und Unterstützung von Experten für die Branchen der Kreativwirtschaft

Einzelschritte

- Verbindung und Verknüpfung zu Le Klub Analog herstellen
- Grundlage: Mapping der Ansprechpartner Kultur- und Kreativwirtschaft
- Ermittlung des Kontaktbedarfs nach Branchen, Identifizierung von Angebotslücken
- Erschließung und Einbindung neuer Partner / Kontakte – Expertenpool
Entwicklung von Angeboten
- Identifizierung und Ansprache möglicher „Creative Angels“ (etablierte und erfahrene Unternehmen)
- Vorstellung von Good Practice in Leipzig sowie Beispiele anderer Städte

Zielgruppe

- Unternehmer der Kreativwirtschaft

Zeitplan

- im Anschluss an Mapping
- Ableitungen nach Vorliegen der Ergebnisse der Studie zur Medien- und Kreativwirtschaft im Juni 2011
- Start der Maßnahmen ab Q3 2011

Verantwortung

- Amt für Wirtschaftsförderung

Budget Creative Cities

Personalkosten

Auftragsvergabe

Handlungsfeld ‚Bildung & Beschäftigung‘

Ausgangslage (u. a. Ergebnisse der SWOT-Analyse)

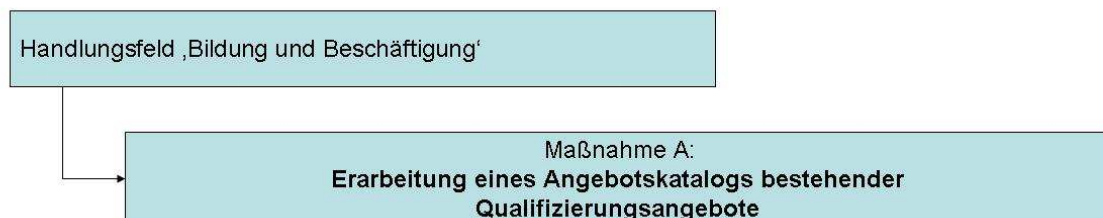
- kaum Beziehungen zwischen Forschungsinstituten bzw. Hochschulen und Unternehmen der Kreativwirtschaft
- wenig Haltefaktoren für in Leipzig ausgebildete Kreative
- geringer Grad an Professionalisierung bei vielen Kreativwirtschaftsunternehmen

Zielzustand

Die Akteure der KKW sind mit Leipziger Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen umfassend vernetzt. Es bestehen bedarfsgerechte Angebote zur Weiterbildung und zum Kompetenzausbau. Leipzig bietet attraktive Möglichkeiten für Existenzgründungen.

Federführung im Handlungsfeld:

Kontaktstelle Kreativwirtschaft (Aufbauwerk)



Maßnahme A) Erarbeitung eines Angebotskatalogs bestehender Qualifizierungsangebote und Ansprechpartner

Einzelsschritte

- Recherche bestehender lokaler, regionaler und nationaler/ branchenspezifischer und allgemeiner Weiterbildungsangebote (z. B. SMILE) und Fördermöglichkeiten (z. B. SAB) sowie Ansprechpartner im Medien- und Kreativbereich
- Strukturierung und Zusammenstellung der Informationen in einem Angebotskatalog
- Abstimmung mit dem Referat für Beschäftigungspolitik sowie der Stabstelle „Lernen vor Ort“
- Bereitstellung des Angebotskatalogs als Download bzw. Nutzung in Beratungsgesprächen
- Abgleich/Evaluation weiterer Bedarfe der Akteure
→Feedback/Weitergabe an Fachämter und Institutionen

Zielgruppe

- Unternehmen und Partner der Kreativwirtschaft
- Medien- und Kreativschaffende in Gründung

Zeitplan

- Recherche: ab II. Quartal 2011, permanente Aktualisierung
- Feedback: ab sofort

Verantwortung

- Kontaktstelle Kreativwirtschaft (Aufbauwerk)

Budget Creative Cities

Personalkosten

Handlungsfeld ‚Marketing‘

Ausgangslage (u. a. Ergebnisse der SWOT-Analyse)

- uneinheitliches Erscheinungsbild / Auftreten der Stadtverwaltung
- öffentliche Strategien und Maßnahmen wenig erkennbar
- international renommierte Akteure der Leipziger Kreativwirtschaft spielen im öffentlichen Lokalleben eine relativ unbedeutende Rolle
- kein internationales Marketing / Branding
- wirtschaftliche und kulturelle Förderung wenig abgestimmt

Zielzustand

Leipzig wird als Standort der Kreativwirtschaft an- und wahrgenommen.

Federführung im Handlungsfeld:

Amt für Wirtschaftsförderung



Maßnahme A) Erarbeitung und Umsetzung eines Marketing- und Kommunikationskonzeptes für die Stadt Leipzig

Einzelsschritte

- Ist Analyse und „Standortbestimmung“: Problem- und Zieldefinition, Festlegen der Dialoggruppen, Absender und Botschaften; Vorabklärung: Kann ein lokales Clusterlabel (für alle) aufgebaut werden? Welche Erwartungen sind damit verbunden? Wie verbindlich ist die Dachmarke? Ist es überhaupt möglich, bereits mehr oder minder gebrandete Branchen unter einer gebietsbezogenen Dachmarke zusammenzufassen? Welche Alternativen bieten sich?
- Festlegen der Kommunikationsstrategie und -ziele (Entscheidung zum Thema Corporate Identity für Leipzig / Kreativwirtschaft / oder einzelne Branchen) - darauf basierend Maßnahmen- und Ressourcenplanung
- Konzeptvorstellung
- Umsetzung
- Erfolgskontrolle / Evaluation

Zielgruppe

- Unternehmen der Kreativwirtschaft

Zeitplan

- Beginn der Konzepterarbeitung im Anschluss an die Veröffentlichung der Studienergebnisse Medien- und Kreativwirtschaft (Grundlage IST-Analyse)
- Ausschreibung Kommunikationskonzepterarbeitung ca. Juli 2011
- Umsetzung bis 2012

Verantwortung

Amt für Wirtschaftsförderung

Budget Creative Cities

Personalkosten, Auftragsvergabe, Mittel für Öffentlichkeitsarbeit

Maßnahme B) Qualifizierung einer Internetplattform (u.a. als Kommunikationsplattform)

Einzelschritte

- Programmierung einer API-Schnittstelle
- Bereitstellung von Daten fortlaufend bis Juni 2011 geplant (dann Betreibermodell auf das Innovationslabor abbilden)

Zielgruppe

- Netzwerke der Kreativwirtschaft

Zeitplan

- Initiierung/ Entwicklung eines techn. Und inhaltlichen Grundgerüsts
- Testphase beginnt 03/11 (Beta-Test)
- Einspeisen von weiteren Datenquellen Mai 2011
- Klärung Betreibermodell Juli 2011 geplant
- Einbindung der Kommunikationsplattform in das Marketing- und Kommunikationskonzeptes
- zielgruppenspezifische Überarbeitung der Gestaltung (Layout)
- Ausbau von Info- zu Kommunikationsplattform 2012

Verantwortung

- Amt für Wirtschaftsförderung

Budget Creative Cities

Personalkosten, Auftragsvergabe

Maßnahme C) Aufbau des Innovation Lab L.E.

Einzel Schritte

- Erarbeitung eines Konzeptes in Zusammenarbeit mit Universität / Hochschulen
- Vorstellung des Vorhabens
- Partnersuche und -bindung (Verbindung zu Maßnahme A)
- Vorbereitung der Umsetzung

Zielgruppe

- entsprechend Konzeption – Hochschulabsolventen und Partner des Lab

Zeitplan

- Erstellung Businessplan/ Konzept und Finanzierung II. Quartal 2011
- Umsetzung Start III. Quartal 2011 (Untersetzung)

Verantwortung

- Amt für Wirtschaftsförderung

Budget Creative Cities

Personalkosten

Handlungsfeld ‚Stadtentwicklung‘

Ausgangslage (u. a. Ergebnisse der SWOT-Analyse)

- hohes Potential von Kreativwirtschaft als Wirtschaftsfaktor zur Stärkung benachteiligter Stadtviertel
- Zusammenwirkung von Kulturamt (Förderung kultureller Veranstaltungen und Ausstellungen), Amt für Wirtschaftsförderung (Unternehmensansiedlung) und Stadtplanungsamt/Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung (Entwicklung des Stadtgebiets) noch ausbaufähig

Zielzustand

Die Bedürfnisse der Akteure der Kreativwirtschaft sind ermittelt und fließen in Stadtentwicklungsprozesse ein.

Federführung im Handlungsfeld:

Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung, in enger Abstimmung mit dem Stadtplanungsamt



Maßnahme A) Stärkung des Profils des Leipziger Westens als Standort der Kreativwirtschaft

Einzel Schritte

- Erarbeitung eines Standortprofils „Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW)“ in Kooperation mit lokalen Akteuren. Bestandteile:
 - Erfassung der Stärken und räumliche Verortung; Herausarbeiten von brancheninternen und branchenübergreifenden Synergieeffekten
 - Identifikation von vorhandenen und wünschenswerten Aufmerksamkeitspunkten im Stadtraum; Ideen zur Schaffung solcher Aufmerksamkeitspunkte in Kooperation mit Akteuren.
 - Aufzeigen von Potentialflächen und Standorten, die für die KKW Bedeutung haben könnten (Ziel: Ansiedlungspotentiale aufzeigen)
 - Vertiefung von Vorschlägen zur besseren ÖPNV-Anbindung, z.B. über Qualifizierung Straßenbahnlinie 14
 - Zusammenfassung der Ergebnisse in einer Broschüre

Zielgruppe

- Unternehmen der KKW, Akteure im öffentlichen und intermediären Sektor, NutzerInnen/KundInnen

Zeitplan

- 2011 - 2012

Verantwortung

- ASW
- Unterstützung durch Kulturamt, Stadtplanungsamt und Amt für Wirtschaftsförderung

Budget Creative Cities

Personalkosten, Auftragsvergabe

Handlungsfeld ‚Finanzierung‘

Ausgangslage (u. a. Ergebnisse der SWOT-Analyse)

- Fördermöglichkeiten wenig bekannt bzw. selten genutzt

Zielzustand

Die vorhandenen Finanzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten sind bekannt und werden optimal genutzt.

Federführung im Handlungsfeld:

Amt für Wirtschaftsförderung



Maßnahme A) Optimierung des Zugangs kreativwirtschaftlicher Unternehmen zu Krediten und Investitionszuschüssen

Einzelsschritte

- Recherche bestehender lokaler, regionaler und nationaler Angebote
- Zusammenstellung eines Katalogs (Verbindung zu Maßnahme Handlungsfeld 1/ Netzwerke) branchenspezifischer und allgemeiner Angebote
- Bereitstellung des Angebotskatalogs als Download bzw. Nutzung in Informationsgesprächen durch die Kontaktstelle
- Evaluierung weiterer Bedarfe der Akteure → Feedback/ Weitergabe an entsprechende Stellen

Zielgruppe

- Unternehmen und Partner der Kreativwirtschaft

Zeitplan

- ab März 2011, permanente Aktualisierung

Verantwortung

- Amt für Wirtschaftsförderung
- Unterstützung durch Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung

Budget Creative Cities

Personalkosten

Einzelmaßnahmen zur Unterstützung von Initiativen und Projekten der lokalen Kreativwirtschaft

Einzel Schritte

- Bestimmung von Auswahlkriterien
- Auswahl von Einzelmaßnahmen (Ausschreibung, Vergabe über Leistungsangebote durch die Stadt Leipzig)
- Umsetzung innerhalb eines Jahres

Zielgruppe

- ausgewählte Akteure der Kreativwirtschaft

Zeitplan

- ab Sommer/Herbst 2011: Auswahl der Einzelmaßnahmen
- ab Herbst 2011 bis Ende 2012: Umsetzung der Einzelmaßnahmen

Verantwortung

- enge Abstimmung zwischen KA und AfWiFö

Budget Creative Cities

Auftragsvergabe