STUDIEREN. WISSEN. MACHEN.

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Ringvorlesung

„Creative Danube: places to see, places to be“ (Bader et al.)

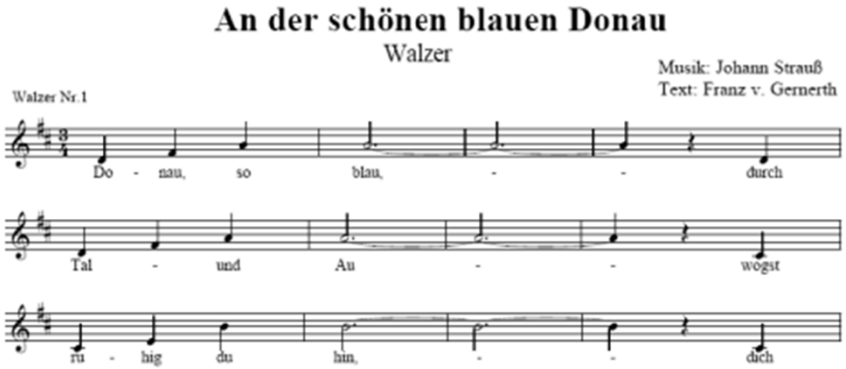
HEUTE GEHT‘S UM DIE DOPPELTE DONAU

Donau als Welle

… dass ein Kuchen daraus wird, muss viel zusammen-gebracht werden.

„Creative Danube“ als Projekt

Donau als Ort

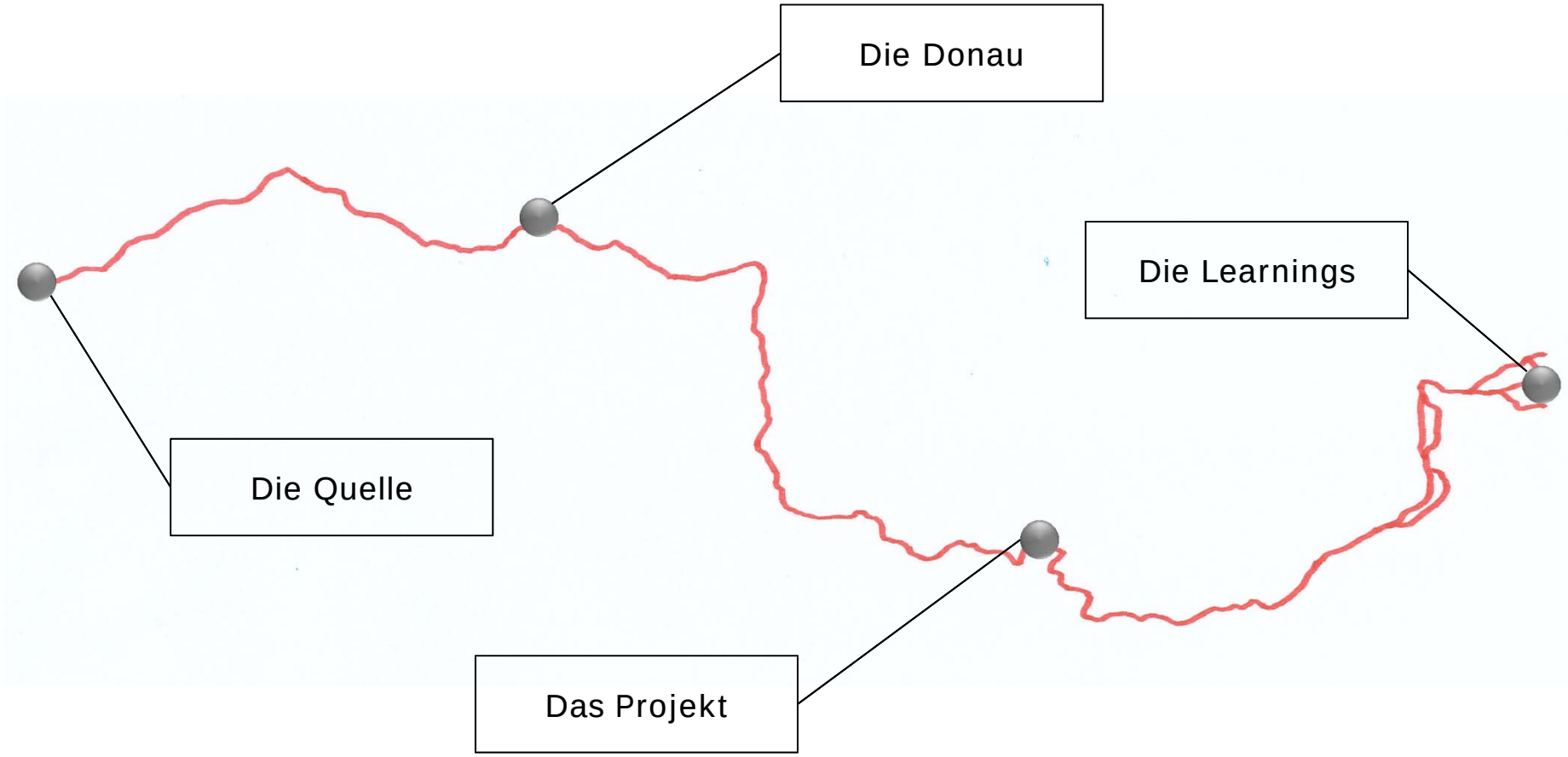


… es gibt mehr kreative Potenziale als bekannte Melodien.

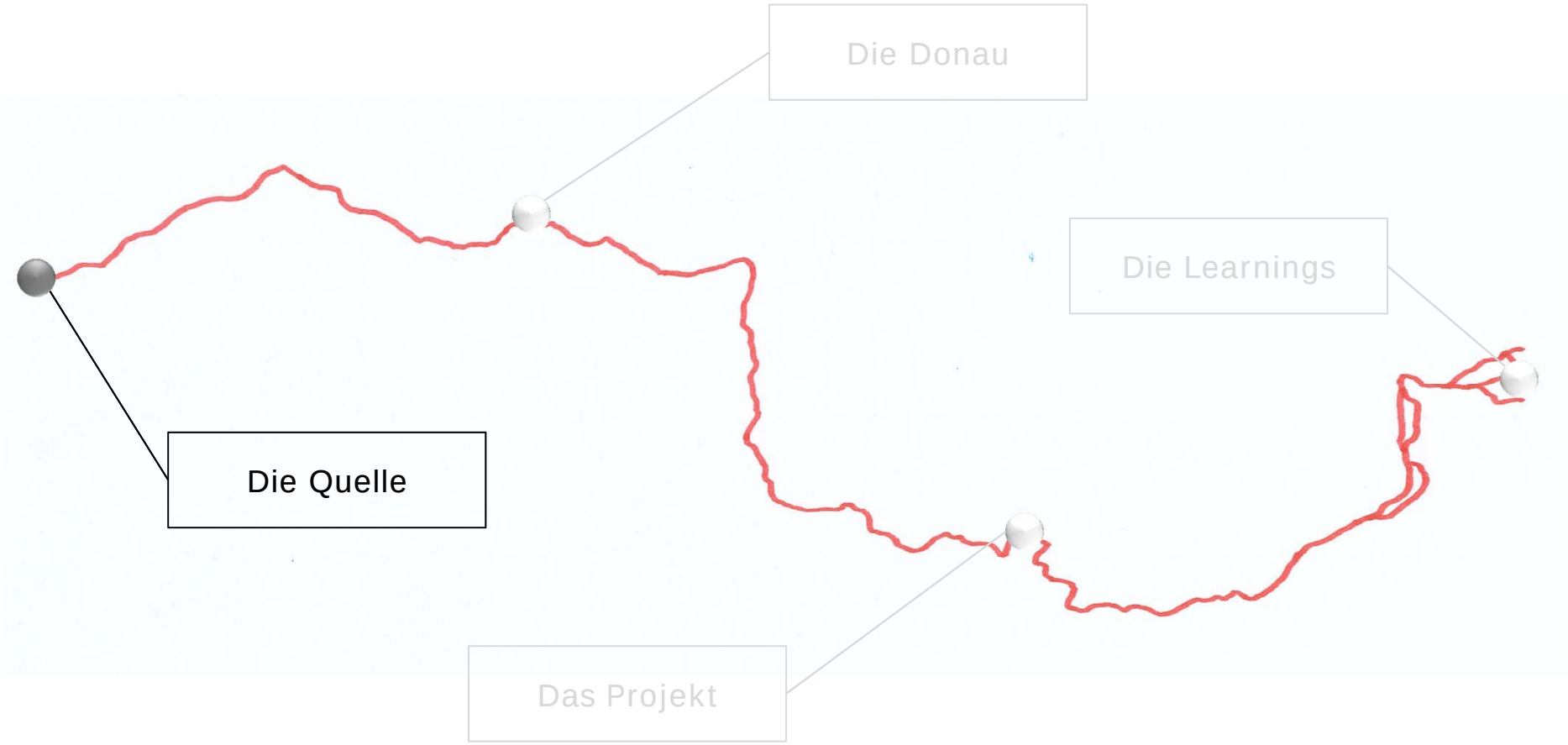
Creative Industries als Gegenstand

Bildquelle: https://for-me-online-de.secure.footprint.net/Assets/Modules/Editorial/Recipe/Images/donauwelle-size-3.jpg (Donauwelle), http://www.musicalion.com/compositions_images/m12067_1.gif (Partitur), Abruf: jew. 27.01.2016

LASST UNS DIE DONAUWELLE REITEN



LASST UNS DIE DONAUWELLE REITEN



KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

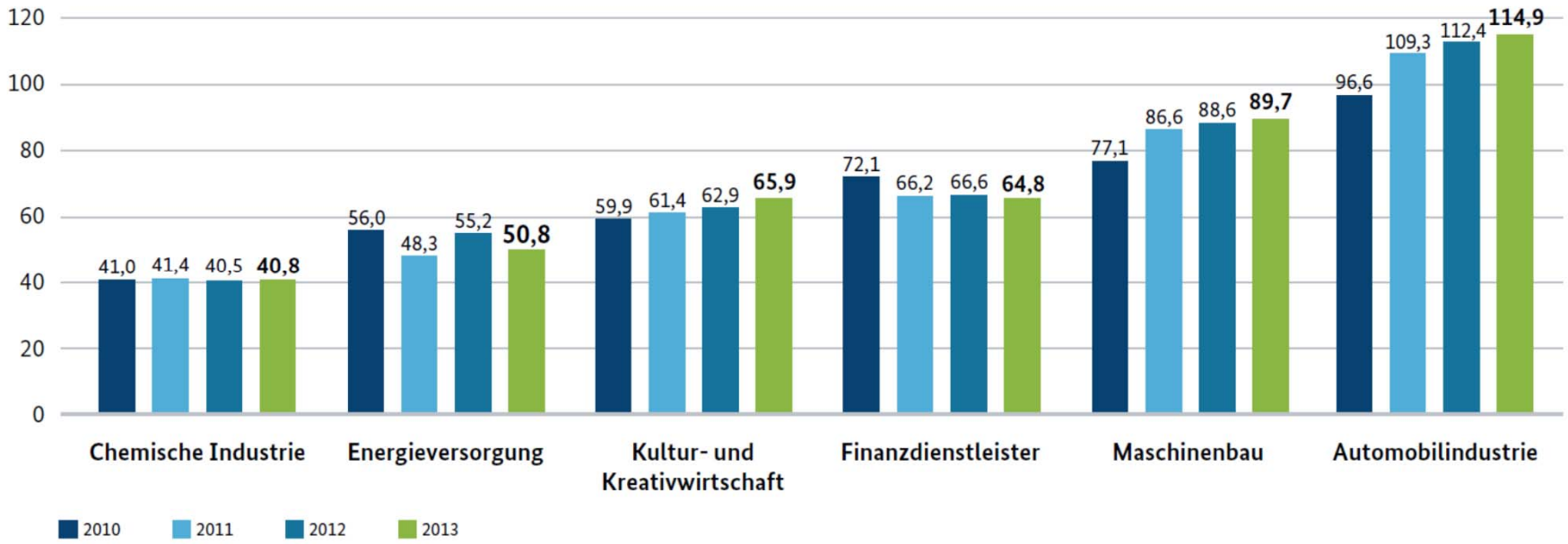
› Die **Kultur- und Medienwirtschaft** sowie weitere Kreativbranchen werden zu einem wirtschaftlich bedeutenden Segment zusammengefasst.

- Der Architekturmarkt
- Der Buchmarkt
- Die Designwirtschaft
- Die Filmwirtschaft
- Der Kunstmarkt
- Der Markt für darstellende Künste
- Die Musikwirtschaft
- Der Pressemarkt
- Die Rundfunkwirtschaft
- Die Software- / Gamesindustrie
- Der Werbemarkt

Quelle: BMWi (Hrsg.) 2012

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich 2010-2013 (in Mrd. Euro)



Quelle: Destatis, 2014; Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH.

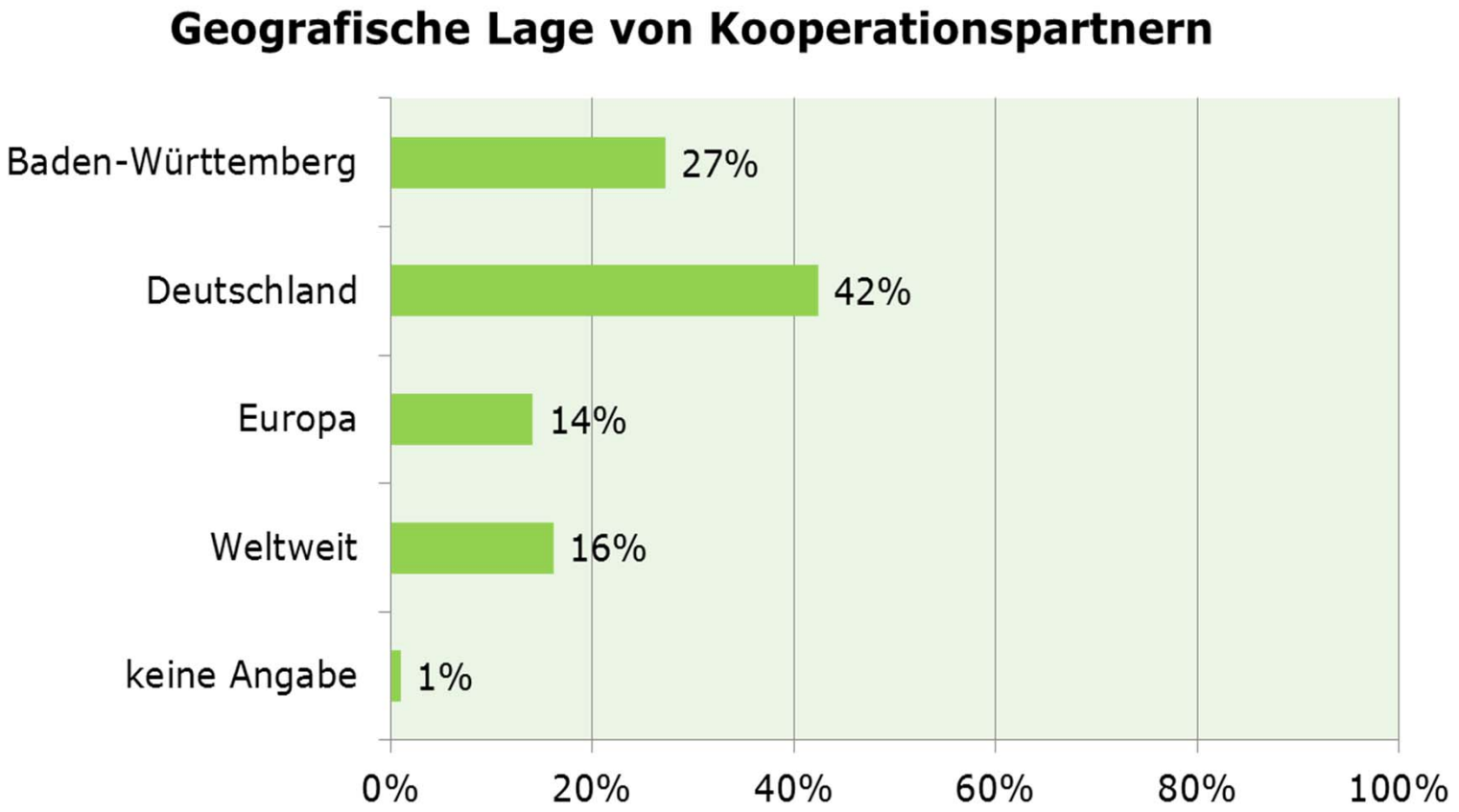
KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Strukturmerkmale

- Sehr Hoher Anteil an Klein- und Kleinstunternehmen (ca. 97%)
- Hoher Anteil prekärer Beschäftigungssituationen
- Hohe Kooperationsbereitschaft innerhalb Deutschlands und verstärkt auch international

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Kreativschaffende arbeiten überregional



Quelle: Trendbarometer Kreativwirtschaft Baden Württemberg 2015

KREATIVWIRTSCHAFT 2020

› Zu erwartende Entwicklungen von vorsichtiger Zurückhaltung geprägt

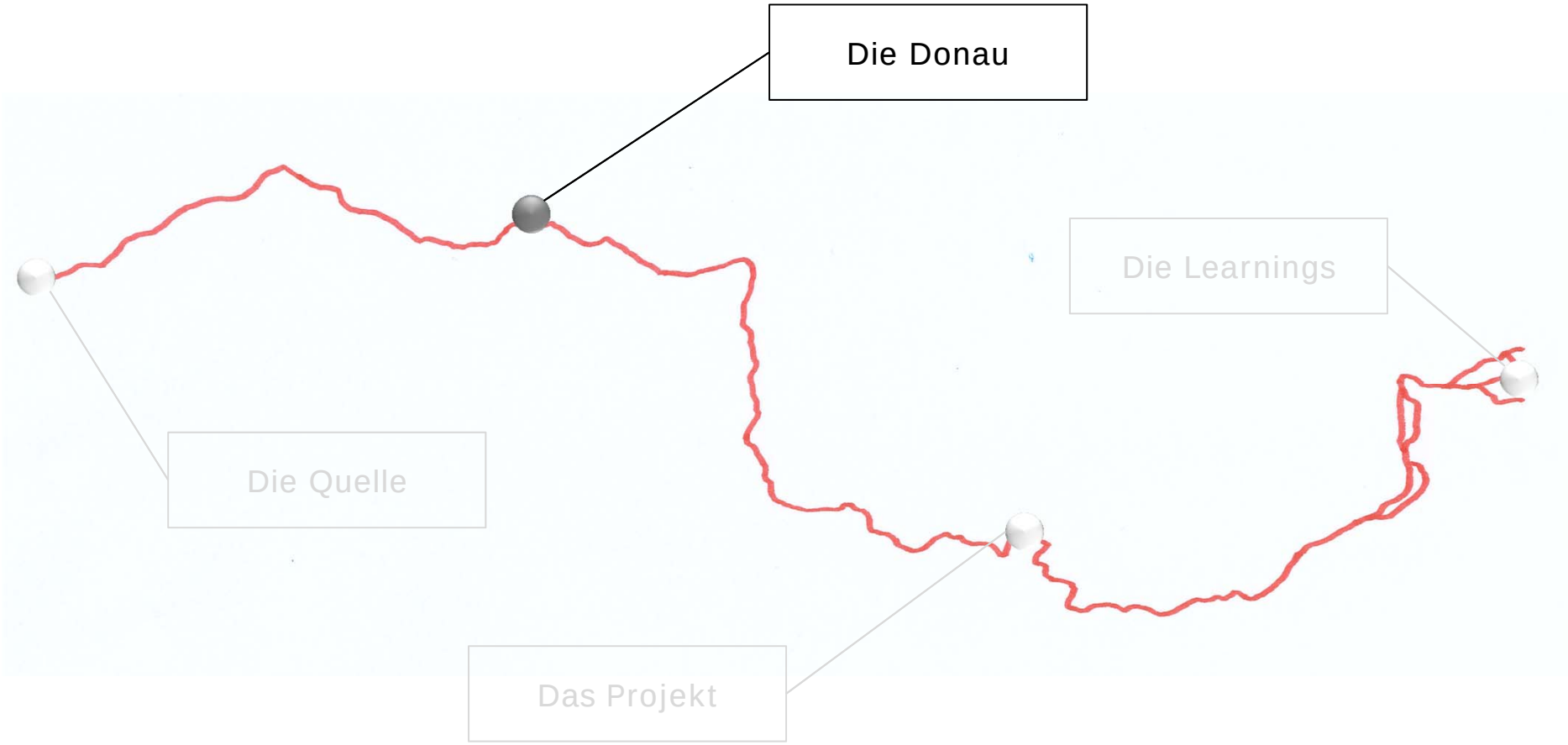
42% … sind sich sicher, dass die Generation der Digital Natives die Kreativbranchen als Kunde oder Mitarbeiter nachhaltig verändern werden.

50% … halten es für wahrscheinlich, dass digitale Innovationen Gründungswellen erzeugen werden sowie das Kultur- und Kreativschaffende 2020 europaweit in Netzwerken arbeiten werden.

43% … sind sich sicher, dass die Arbeitsleistung der Kreativwirtschaft auch in der Zukunft nicht tariflich zufriedenstellend geregelt sein wird.

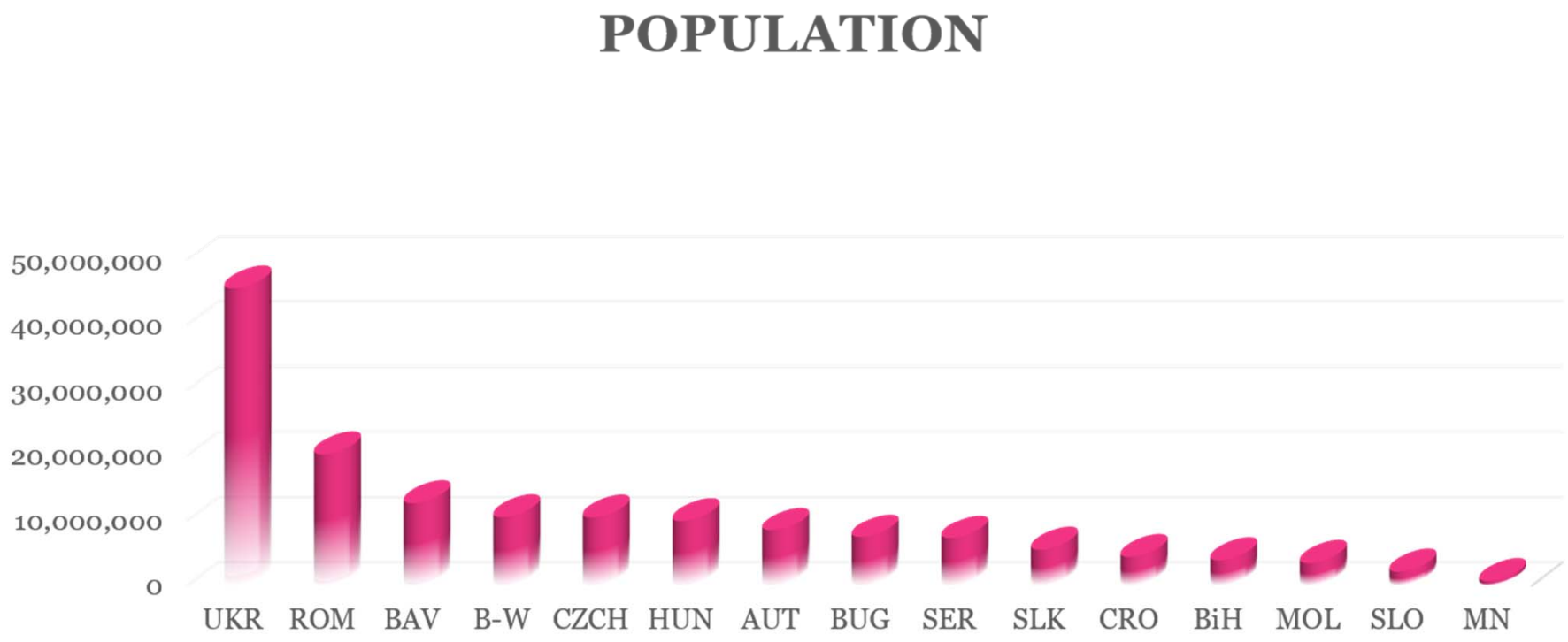
Quelle: Trendbarometer Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2014 n=209

LASST UNS DIE DONAUWELLE REITEN



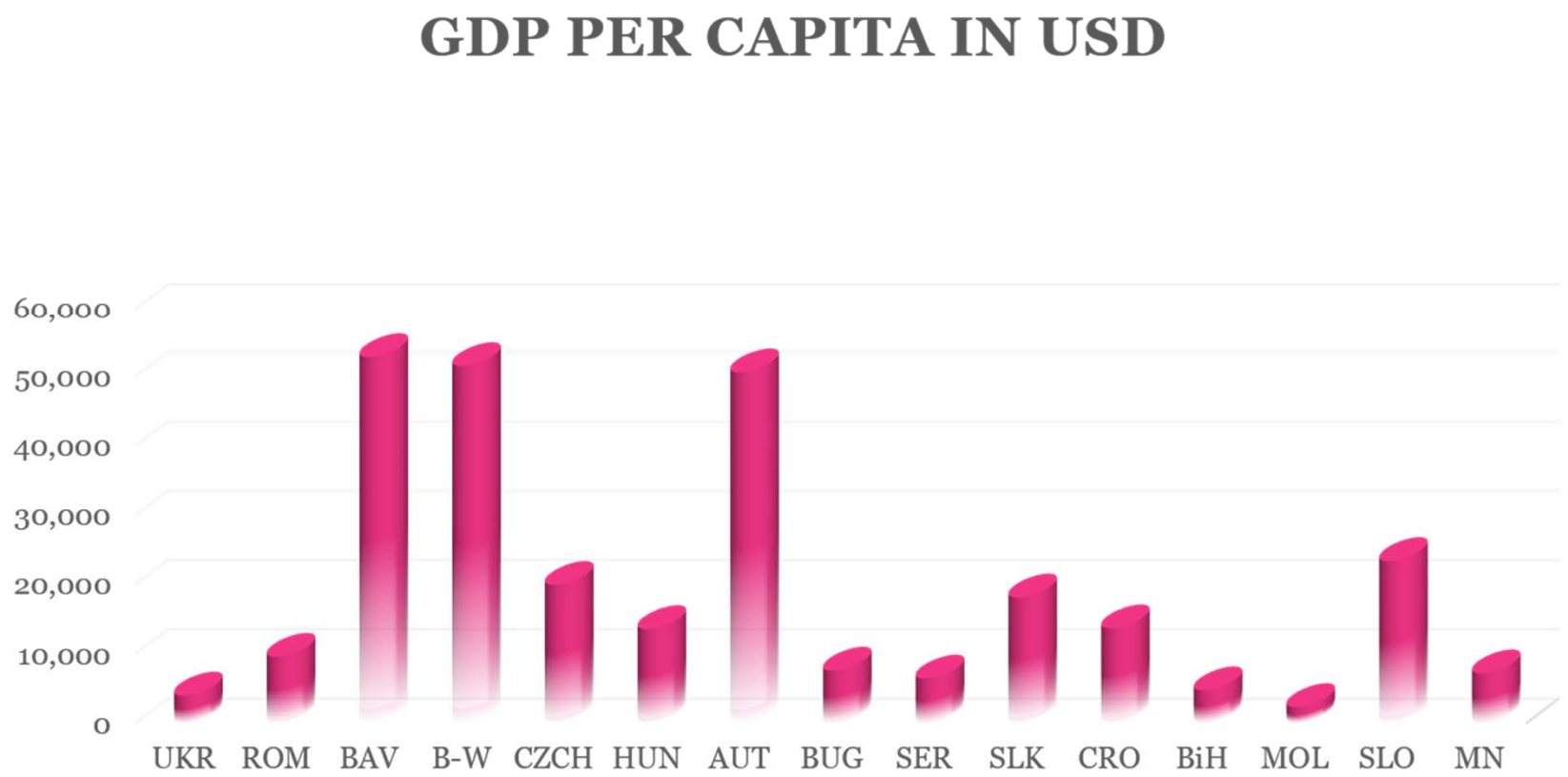
DANUBE REGION

DANUBE REGION



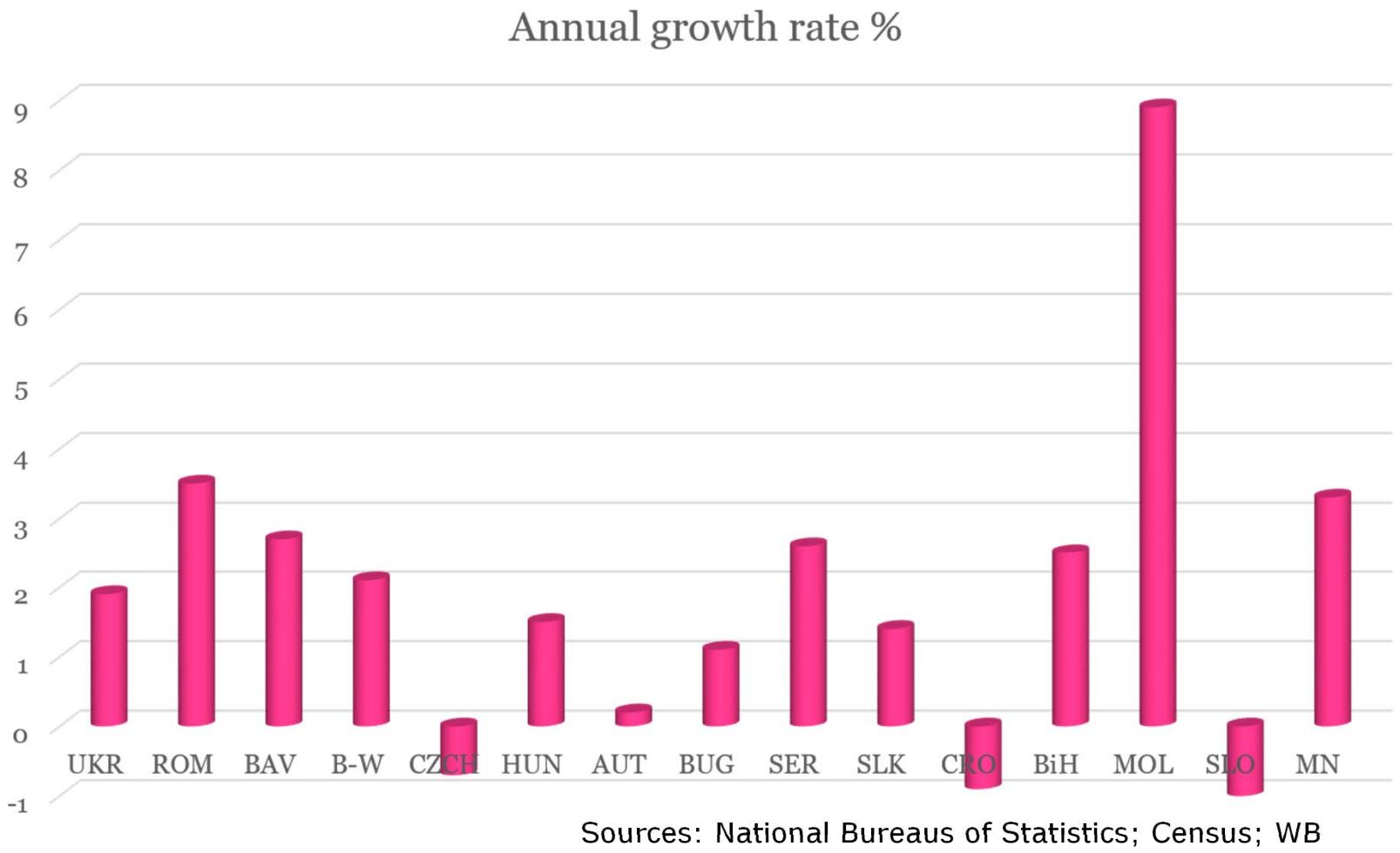
Sources: National Bureaus of Statistics; Census; WB

DANUBE REGION



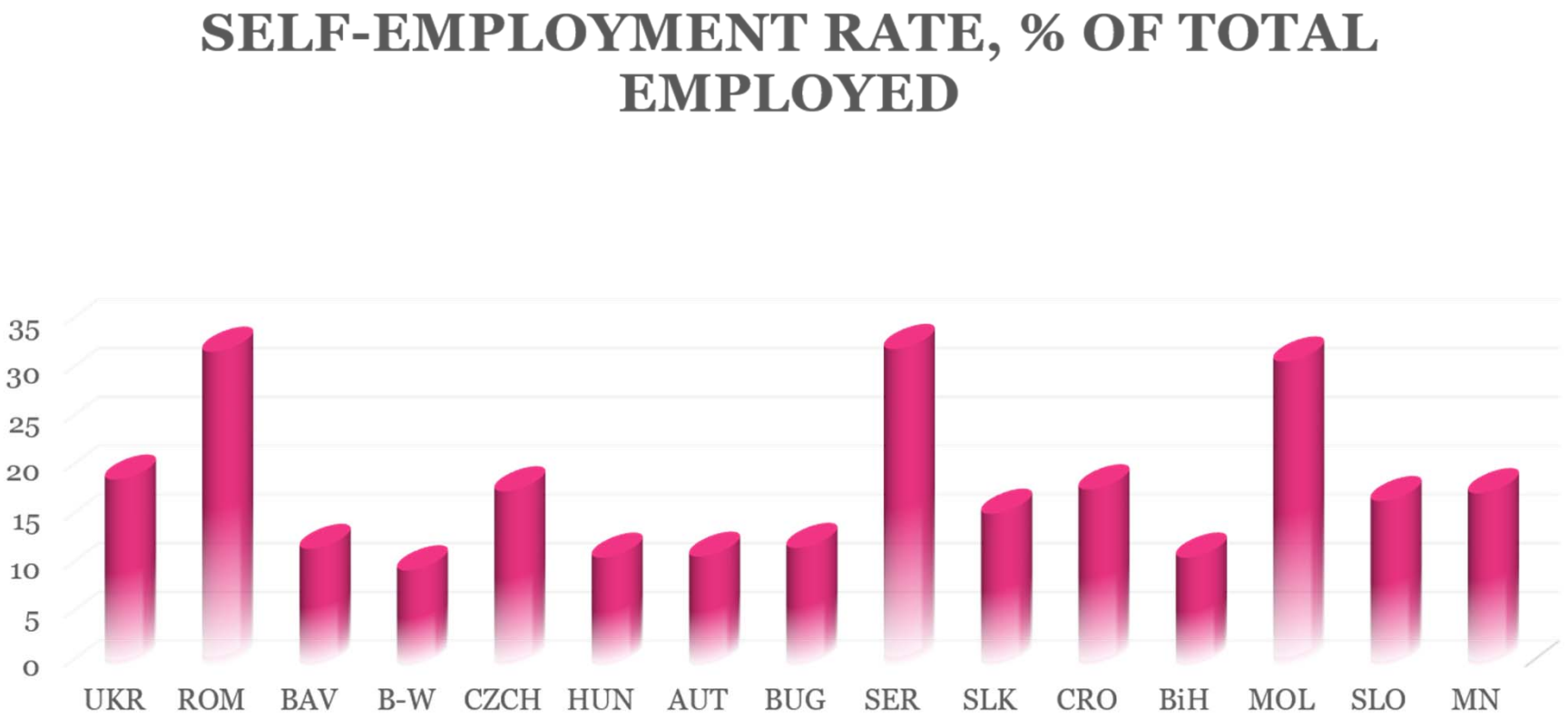
Sources: National Bureaus of Statistics; Census; WB

DANUBE REGION



Sources: National Bureaus of Statistics; Census; WB

DANUBE REGION



Sources: National Bureaus of Statistics; Census; WB

CREATIVE INDUSTRIE IN DR

Sources of creativity: cultural heritage, social and economic transformation

Old industries have left empty factories and inspiration for new generations and new industries

Governments are more aware that creative sectore presents attractive opportunity to grow and development

CIs IN DR - POTENTIALS

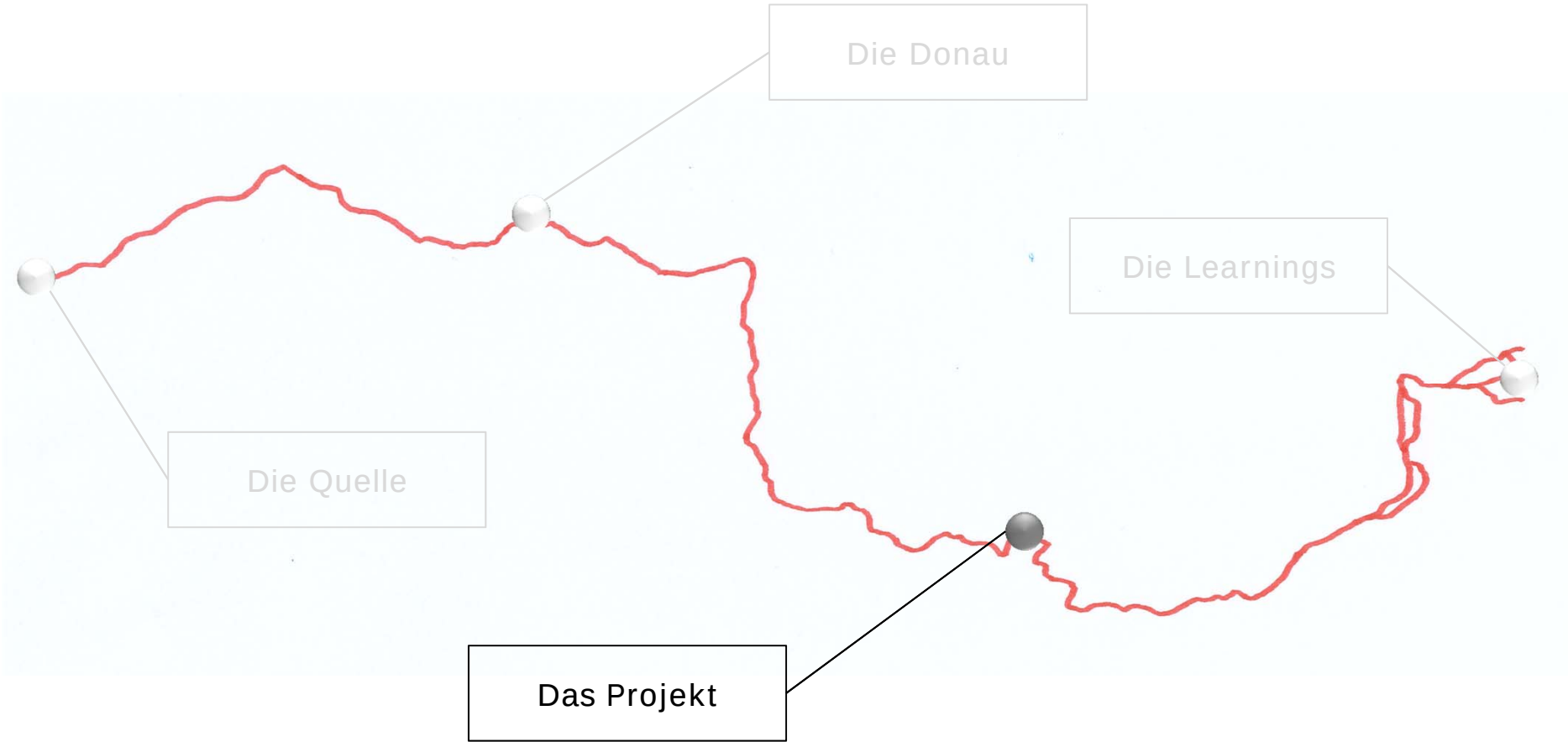
- CIs showed more resistant to recession than the rest of the economy
- 7 Cities – recent European Capitals of Culture / 4 Candidates
- Croatia: Share of CIs students: 34%
- Czech Republic & Bulgaria: CIs 4,5-4,8% GDP (above EU average)
- Serbia: Avg. productivity of CIs: 30% higher than economy average

CIs IN DR – EU‘s PERSPECTIVE

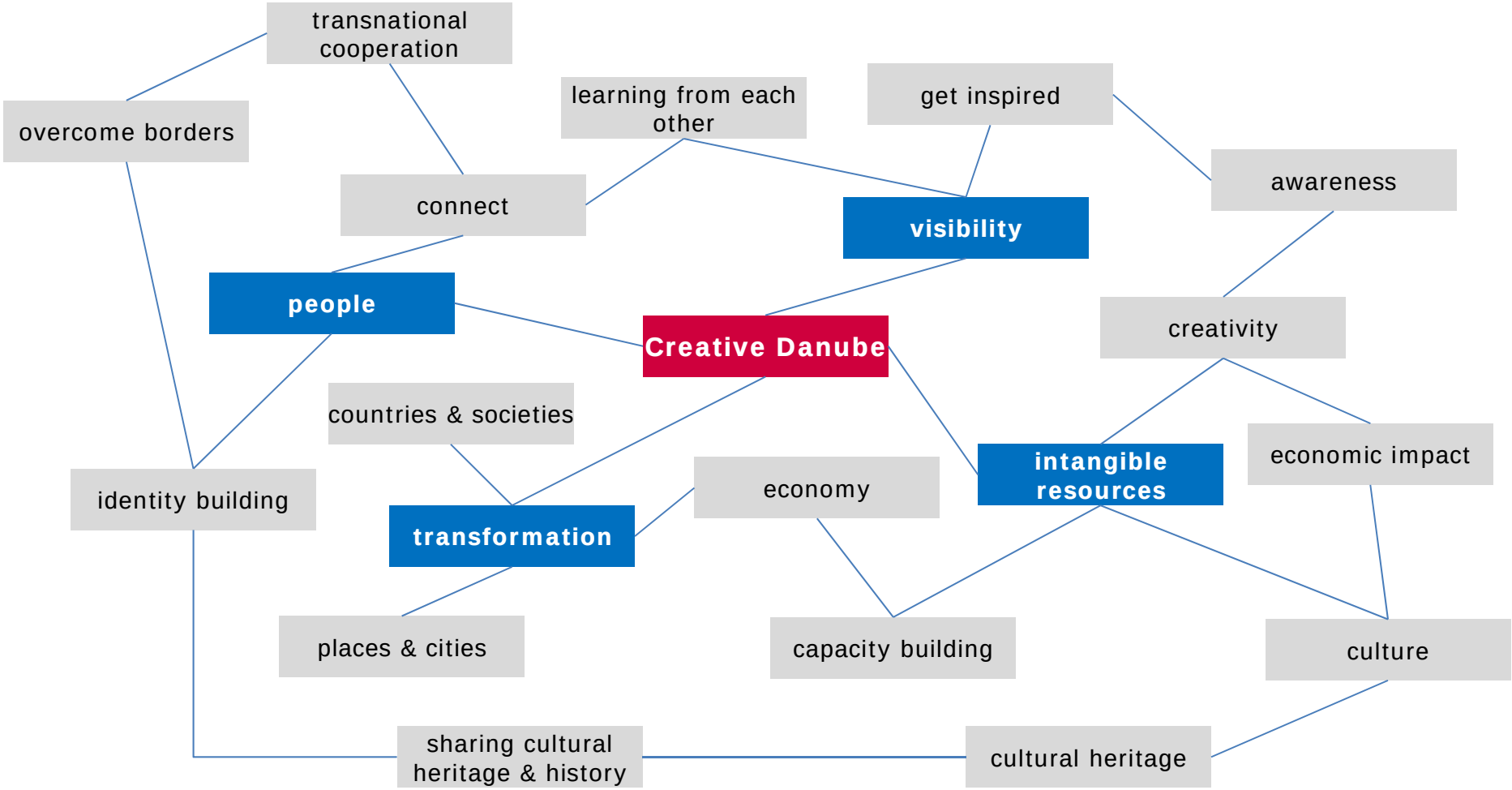
„In this diverse cultural environment and ethnic mixture the Danube could become the symbol of the cooperation ´[...]. This region means economic resource (creative industry) and natural value at the same time for the population [...].” (CESCI 2014, S. 383)

„ [...] more emphasis on promoting and encouraging the faster development of creative industries in the region’s EU transnational programme [...] is likely to bear fruit in the medium run.” (ebd., S. 246)

LASST UNS DIE DONAUWELLE REITEN



KREATIVE DONAU: EIN NETZ AUS ZIELEN

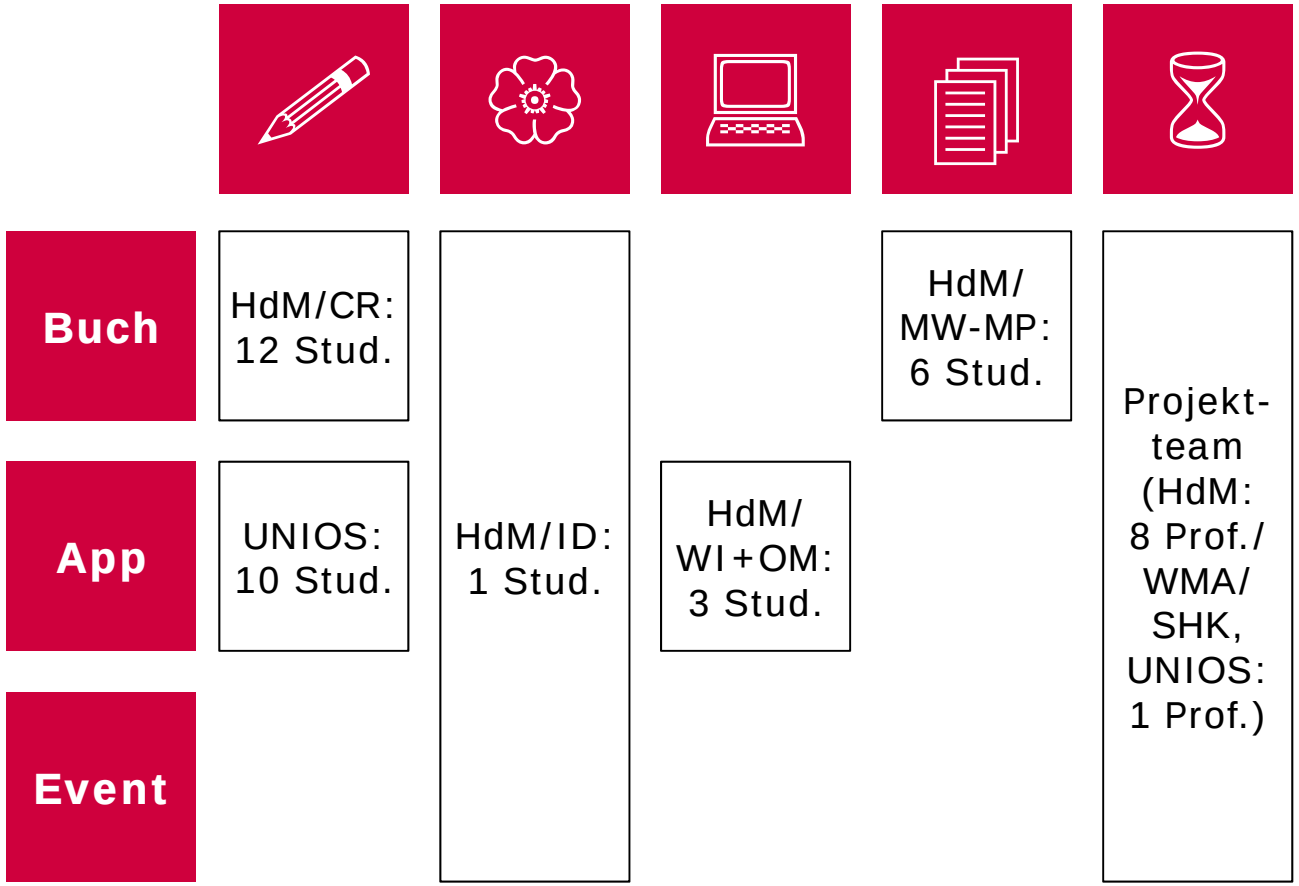


KREATIVITÄT ALS OBJEKT UND INSTRUMENT

FACT SHEET „CREATIVE DANUBE“-PROJEKT

- Multimediales und transnationales studentisches Projekt: 1 Buch, 1 App und 1 Event (Präsentation und Networking)
- Finanzierung: 45 TEUR Förderung durch BW-Stiftung
- Laufzeit: Mai 2015-Februar 2016
- Buch- und App-Inhalte: 8 Länder, 14 Städte, 40+ Orte
- Projektpartner: 2 Hochschulen (Osijek/Stuttgart) und Mikser House (Belgrad)
- Beteiligte: 30+ Studierende, 7 Studiengänge

PROJEKT: INTERNATIONAL, INTERDISZIPLINÄR



Stuttgart **Tandems** **Osijek**

Workshop Workshop

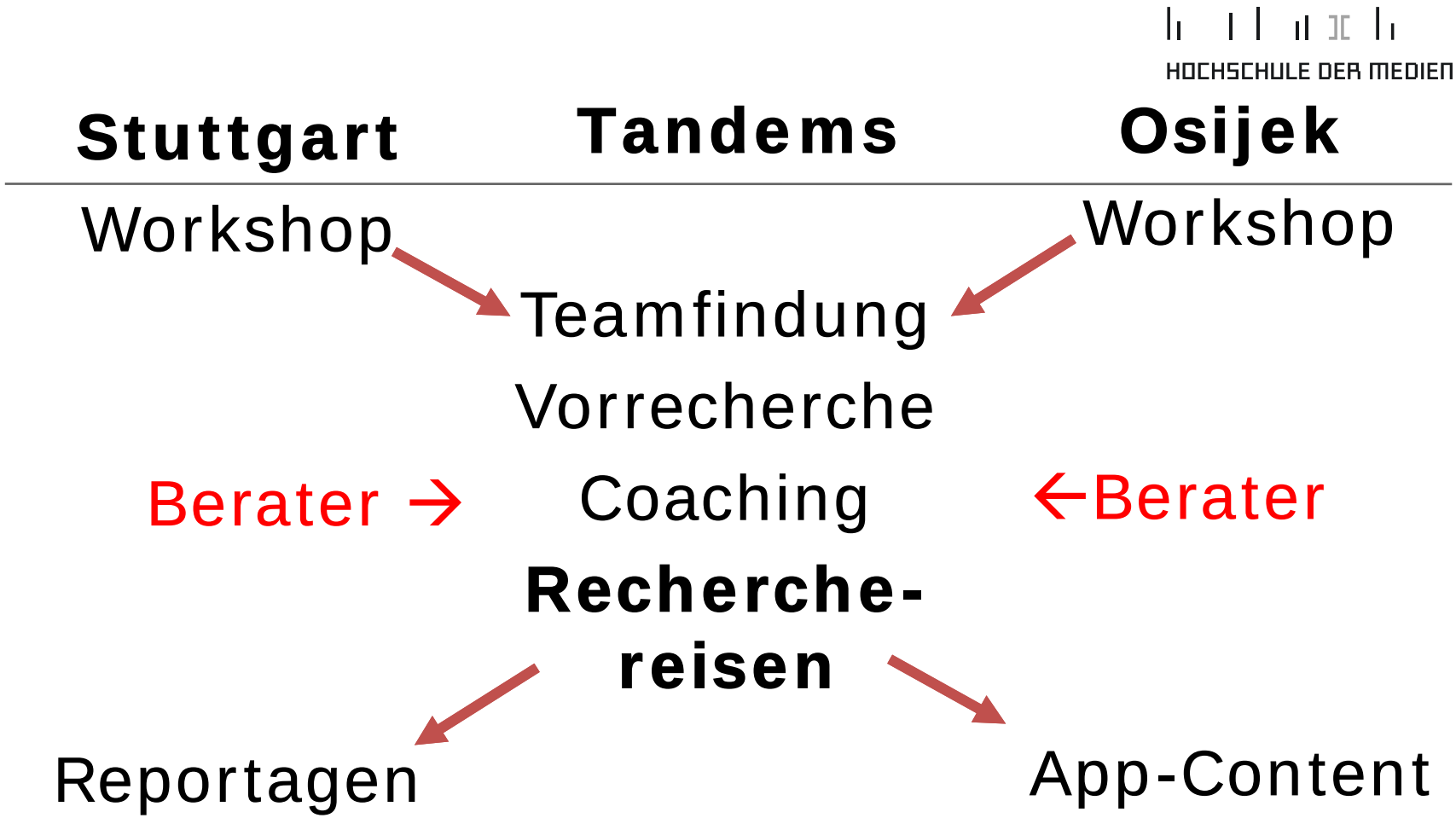
Teamfindung

Vorrecherche

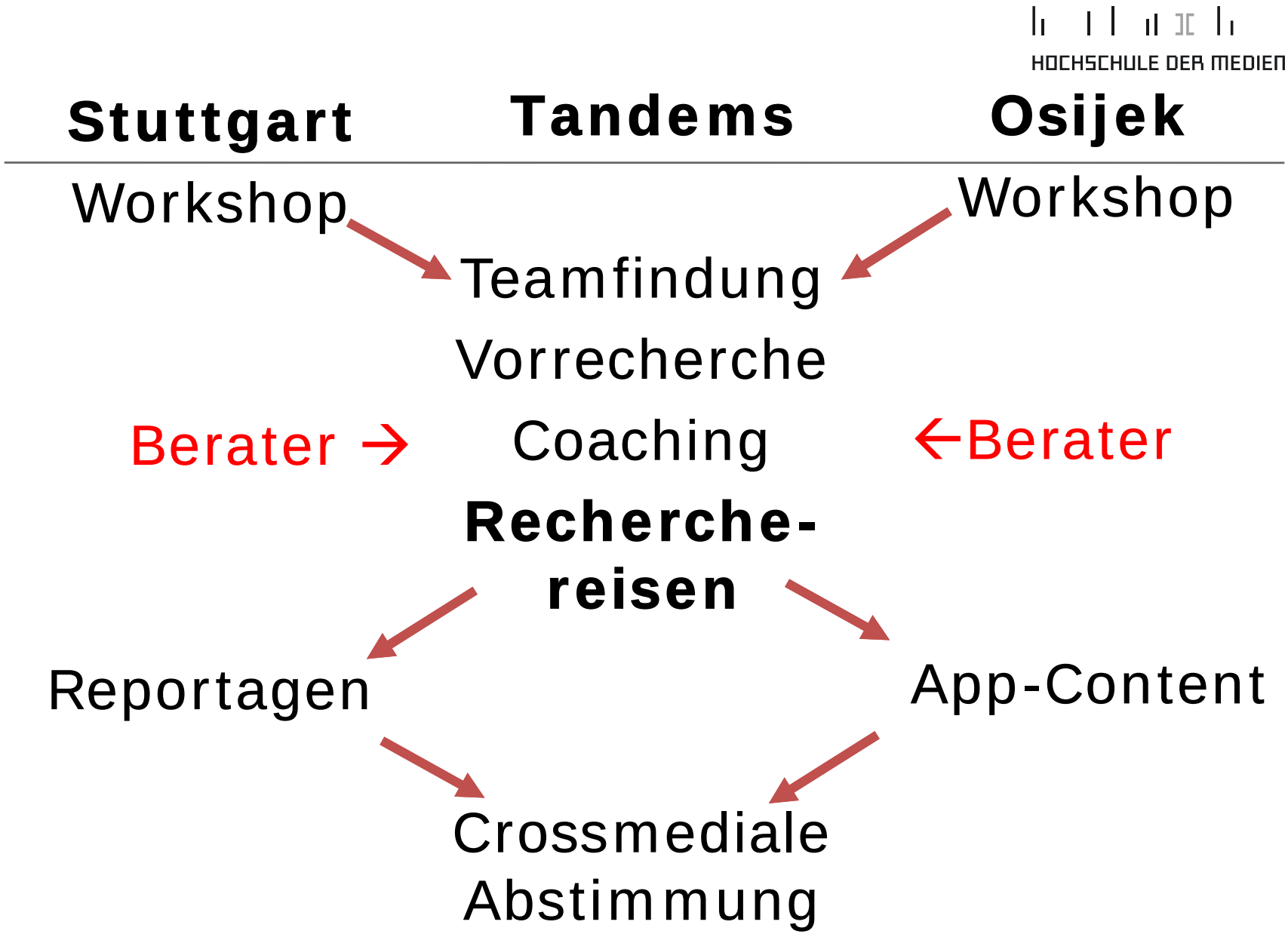
Berater → Coaching ←Berater

Recherche-reisen

„Menschen unterschiedlicher Kulturen nehmen eine Stadt unterschiedlich wahr. Meine kroatische Partnerin fand die Fachwerkhäuser in Ulm besonders bemerkenswert, während ich sie gar nicht richtig wahrgenommen habe. Für einen internationalen Reiseführer war das sehr hilfreich, da die Leser vielleicht auch Fachwerkhäuser sehr faszinieren.“

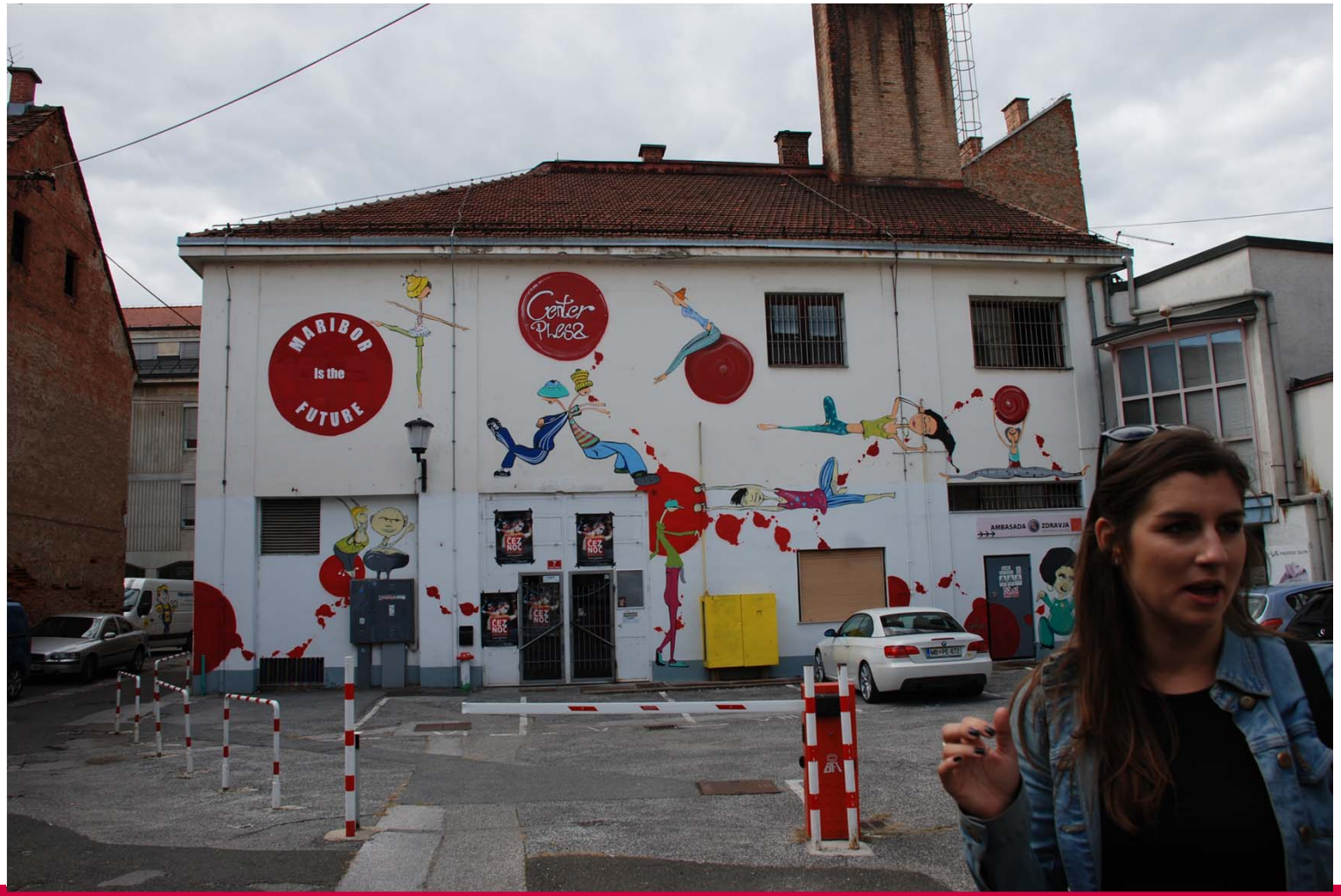

Stuttgart
Tandems
Osijek
Workshop
Workshop
Teamfindung
Vorrecherche
Berater →
Coaching
←Berater
Recherche-
reisen
Reportagen
App-Content

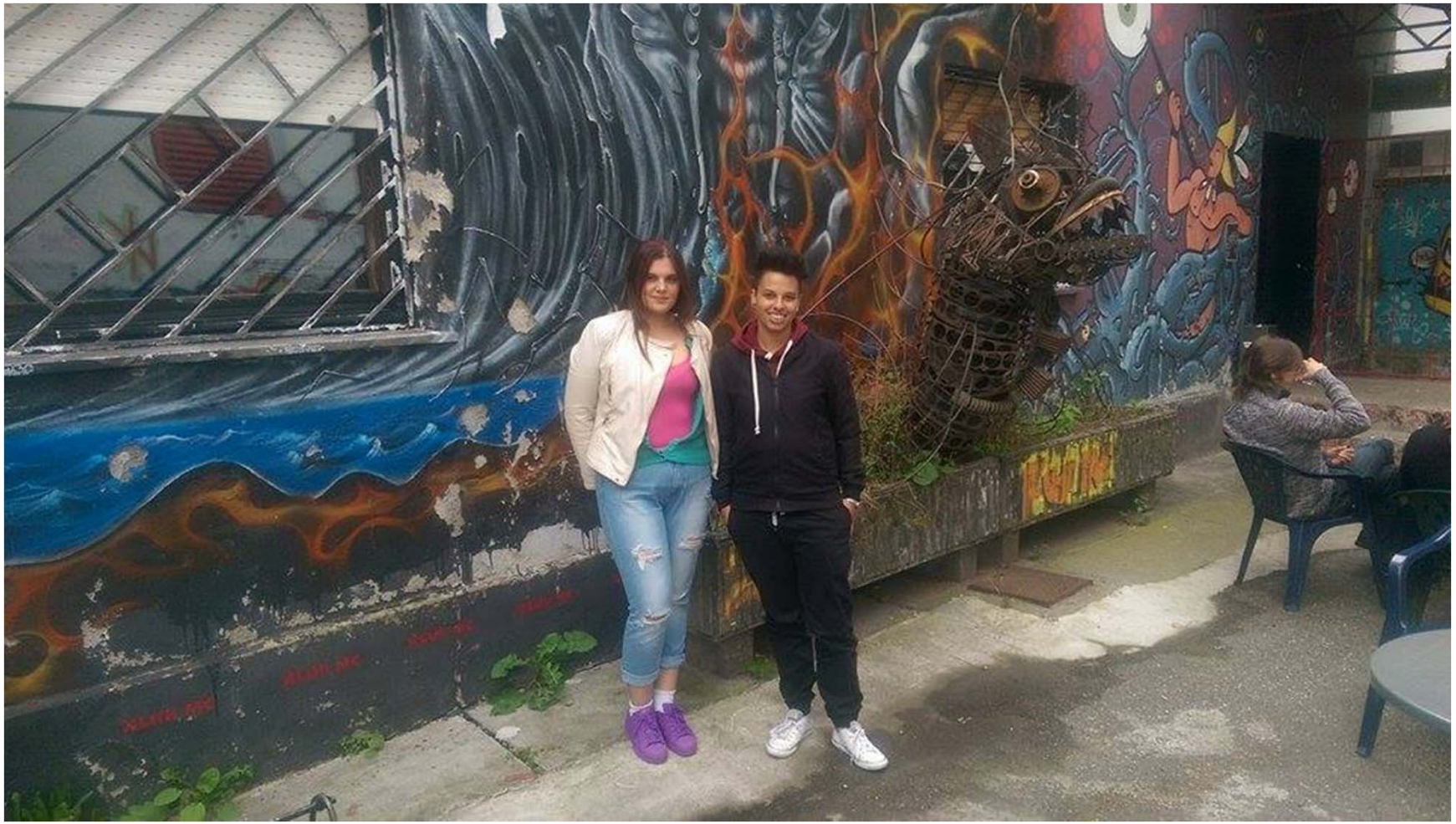
„Reportagen schreiben sich nicht im Vorbeischauen. Man braucht den Willen und die Geduld, einen Ort, einen Menschen oder eine Sicht auf die Welt WIRKLICH kennen zu lernen.“

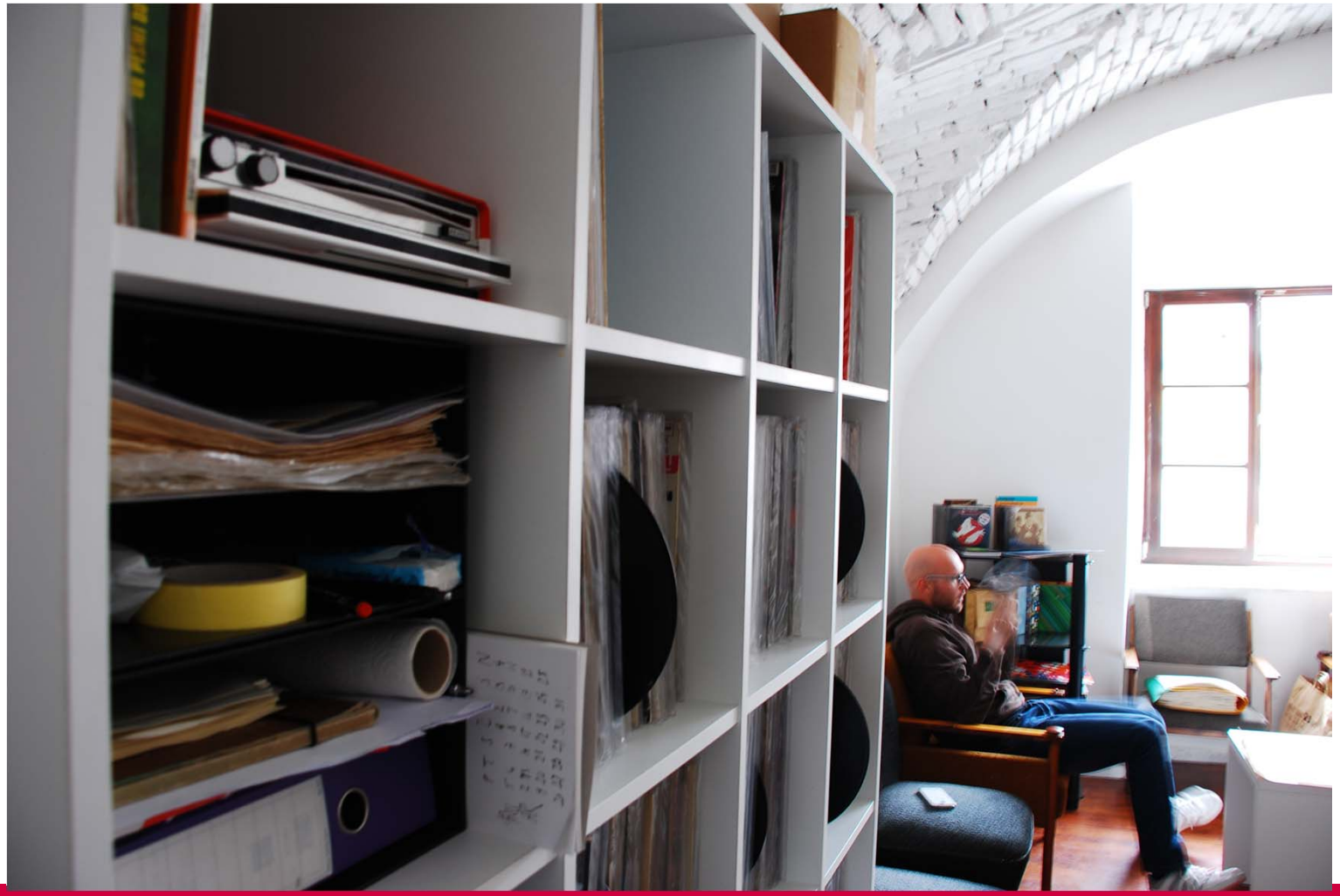

Stuttgart
Tandems
Osijek
Workshop
Workshop
Teamfindung
Vorrecherche
Berater →
Coaching
←Berater
Recherche-
reisen
Reportagen
App-Content
Crossmediale
Abstimmung

„An einigen Stellen kamen wir wirklich an unsere Grenzen beim Versuch, den Ansprüchen des Projekts zu genügen. Besonders schwierig war es, als diese sich im Laufe des Projekts geändert haben und wir wieder vor neuen Hürden standen. Aber wahrscheinlich gehört das zu solch einem Pilotprojekt, an dem so viele Menschen mitarbeiten.“

„Man hat nicht nur gelernt, Recherchemethoden und Tipps zum Reportageschreiben anzuwenden, sondern auch, wie es ist, in einem großen internationalen und interdiziplinären Team zu arbeiten.“


MARIBOR
is the
FUTURE
Center
Ptuj
AMBASADA ZDRAVJA

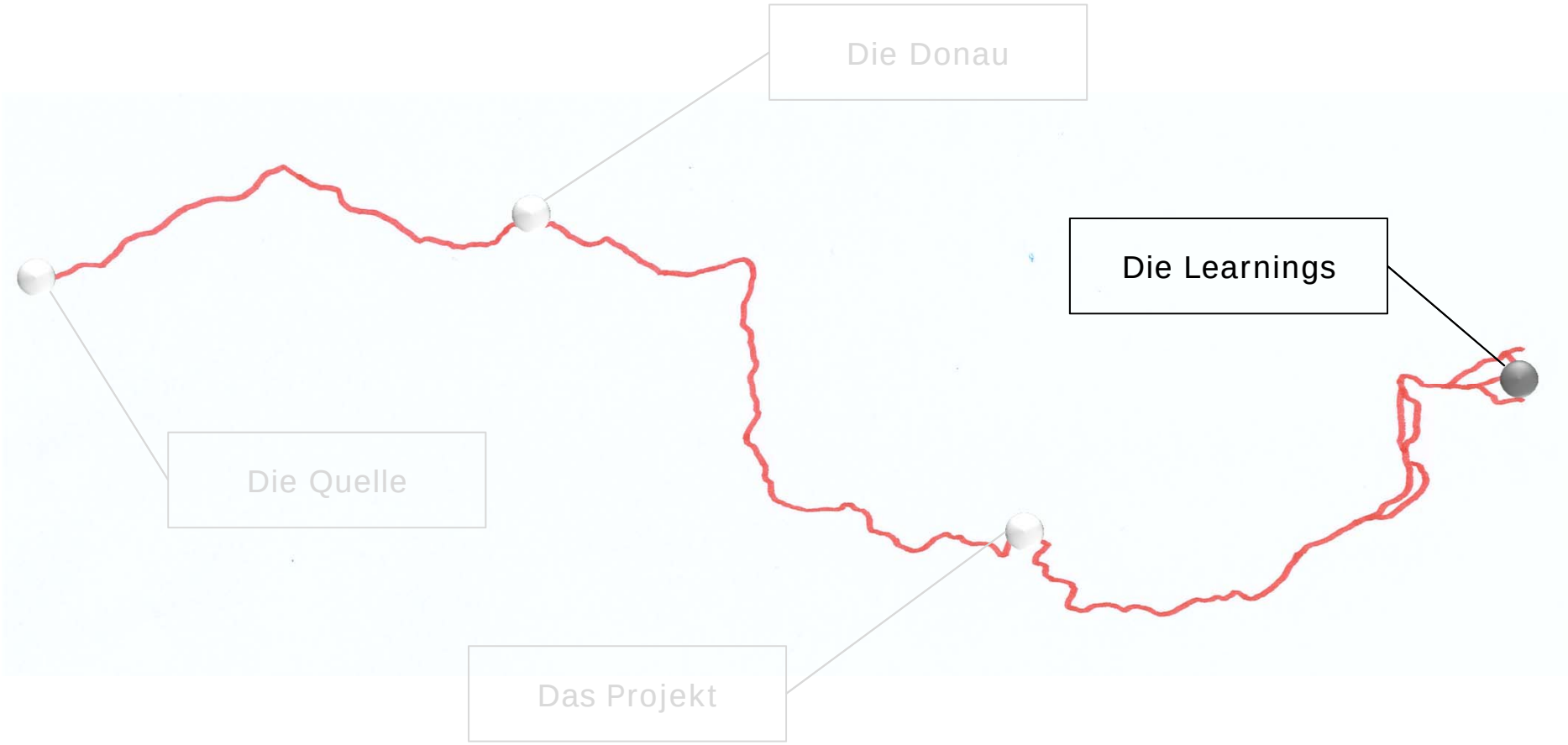




NEUGIERIG? DANN AUF NACH BELGRAD!

26./27.2.
creative-
danube.eu

LASST UNS DIE DONAUWELLE REITEN



LESSONS LEARNED (1/2)

- Stiften und anstiften.
- Transnationalität? Läuft.
- Aus Zufall wird Strategie.
- Nach dem Projekt ist vor dem Projekt.
- Der Donauraum: schön, kreativ und **kalorienreich**.

LESSONS LEARNED (2/2)