

KREATIV- WIRTSCHAFT Potenzialanalyse OSTSTEIRISCHES KERNLAND

Juni 2014

Diese Studie wurde im Rahmen des Projektes „Kreative Wertschöpfungskette“, mitfinanziert aus dem Programm zur grenzüberschreitenden Kooperation ÖSTERREICH – UNGARN 2007 – 2013, erstellt.



EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Das Land
Steiermark

Impressum:

Autor: Mag. Sylvia Amann – inforelais, Im Weizenfeld 26, 4209 Engerwitzdorf, www.inforelais.org

Herausgeber: Regionale Gemeinschaftsinitiative Oststeirisches Kernland

Engerwitzdorf – Kaindorf, Juni 2014

Danksagung:

Besonderer Dank gebührt dem engagierten Team des Büros Oststeirisches Kernland unter Federführung von Wolfgang Berger sowie allen TeilnehmerInnen am regionalen Workshop Kreativwirtschaft am 25. April 2014 für ihren Input.

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung:	5
2. Methodologischer Ansatz: Potenzialanalyse	8
3. Warum ein Schwerpunkt „Kreativwirtschaft“ im Oststeirischen Kernland?	8
4. Rahmenbedingungen Kreativwirtschaft aus Sicht der Regionalentwicklung	9
4.1 Europäische Ebene	
4.2 Nationale Ebene	
4.3 Steiermark	
5. Status „Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland“	12
5.1 Definition der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland	
5.2 Kreativwirtschaftliche Schwerpunktaktivitäten im Oststeirischen Kernland	
5.3 Stakeholder der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	
6. Trends Kreativwirtschaft	22
6.1 Internationale Trends in der Kreativwirtschaft	
6.2 EU Trends Kreativwirtschaft	
6.3 Nationaler Schwerpunkt: Kreativwirtschaft in den Regionen	
6.4 Regionale Trends Kreativwirtschaft	
6.5 Vorauswahl von Kreativwirtschaftspotenzialen für das Oststeirisches Kernland	
7. SWOT-Analyse	34
7.1 Stärken der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	
7.2 Schwächen der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	
7.3 Chancen für die Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	
7.4 Risiken für die Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	
7.5 SWOT-Kreativwirtschaft - Schlussfolgerungen	
8. Ziele	40
8.1 Zielsetzungen der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	
8.2 Angestrebte Resultate	
8.3 Erfolgsindikatoren	
9. Strategie (Strategische Leitlinien)	42
9.1 Beschreibung der Strategie	
9.2 Berücksichtigung der Bundesland relevanten und regionsspezifischen Strategien	
10. Maßnahmenkatalog	45
10.1 Maßnahmen zur Zielerreichung "Thema Kreativwirtschaft"	

10.2 Maßnahmen zur Zielerreichung "Zusammenarbeit sowie transnationale Kooperation in der Kreativwirtschaft"

11. Schlussfolgerungen und Empfehlungen49

12. Anhang51

12.1 Gemeinden der Region "Oststeirisches Kernland (2007-2013)"

12.2 Statistische Abgrenzung der Kreativwirtschaft Steiermark

12.3 Ideenwand Stakeholder Workshop Kreativwirtschaft 25.04.2014

1. Zusammenfassung:

Die Potenzialanalyse Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland ermöglicht einen systematischen Einblick in den Status und die Entwicklungsperspektiven der kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchen. Die Analyse basiert auf einer sorgfältigen Verlinkung der nationalen und internationalen Trends im Bereich Kreativwirtschaft mit regionalwirtschaftlichen Strategien in der Region sowie im Bundesland Steiermark mit einem Bottom-Up-Stakeholder Prozess.

Die regionalentwicklerischen Rahmenbedingungen sind für die systematische Entwicklung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland von besonderer Bedeutung. Sie geben den förderrechtlichen und weiteren inhaltlichen Rahmen vor. Neue Projektvorschläge sowohl für eine Umsetzung in Leader als auch in der Europäischen Territorialen Kooperation müssen in diesen übergeordneten Rahmen eingepflegt werden. Die relevanten Strategien beziehen sich entweder auf die Kreativwirtschaft oder auf die Entwicklung von lokalen Wertschöpfungsketten und bilden somit einen adäquaten Referenzrahmen für die Umsetzung des Themas Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland.

Die Kreativwirtschaft wurde in den letzten Jahren systematisch abgegrenzt und eine einheitliche österreichische Definition der kreativwirtschaftlichen Branchen entwickelt. Das Oststeirische Kernland pflegt sich in diesen Rahmen ein und verfügt im Steiermarkvergleich über eine überdurchschnittliche Dichte an Betrieben mit kreativwirtschaftlichem Schwerpunkt.

Darüber hinaus hat sich die Region einen Namen im kreativen Handwerk gemacht. Referenzprojekte diesbezüglich umfassen die „Kreativen Lehrlingswelten“ – zur Unterstützung der Berufsorientierung sowie die „Kreative Wertschöpfungskette“ – eine grenzüberschreitende Initiative mit Ungarn. Leuchtturmunternehmen, wie die Firma KAPO und ihre Designformate, haben auch schon überregional Beachtung gefunden und sind als Good Practice im österreichischen Kreativwirtschaftsbericht präsentiert.

Das Projekt „Ten Days“ lädt DesignerInnen und KünstlerInnen zur Auseinandersetzung mit der Region ein, die Zeitkultursymposien bieten einen Nachdenk- und Reflexionsraum, die das Kernland auch in einem weiteren Kontext positionieren. Von der Kreativwirtschaft profitiert haben bereits ebenfalls touristische Initiativen, wie das „CultTrips“-Projekt und die Initiative „Landlust“ sowie der lokale Bildungssektor.

Internationale Trends in der Kreativwirtschaft kommen dem Oststeirischen Kernland entgegen: neue Geschäftsmodelle mit offenen Ansätzen und Einbindung der Zielgruppen, Partizipation der KonsumentInnen und KundInnen, Internationale Zusammenarbeit, um nur einige zu nennen. Insgesamt hat das Kernland Potenzial von der zunehmenden Dezentralisierung der Kreativwirtschaft zu profitieren: die ländlichen Räume rücken verstärkt ins Visier der Kreativwirtschaftspolitik.

Im Handwerkssektor steht zunehmen das Prädikat „handgemacht“ im Vordergrund, Innovationen durch neue Technologien sowie die Ökologisierung sind im Fokus. Die Sicherung des Nachwuchses ist ein Thema von strategischem Interesse zur Erhaltung der europäischen Produktionsstandorte.

Die Kreativwirtschaft hat das Potenzial ein wichtiger Innovationsmotor für den Tourismus zu sein. Das Kernland mit seinem Schwerpunkt „Creative Tourism“ hat diesbezüglich bereits entscheidende Weichenstellungen vorgenommen. Auch der zunehmende Individualismus und partizipative Ansätze kommen der lokalen Entwicklung entgegen.

Die zentralen Ergebnisse der SWOT-Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland können deshalb wie folgt zusammengefasst werden:

Stärken (beeinflussbar von der Region)	Schwächen (beeinflussbar von der Region)
Überdurchschnittliche regionalwirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft (Überregionale) Vernetzung Baukultur Menschliche Qualitäten Vielfältige Region)	Vernetzungsschwächen in der Region Raum- und Infrastrukturproblemfelder Defizite im Bereich der Human Resources) Nutzung regionaler Baustoffe und Rohstoffe
Chancen (externe Faktoren)	Risiken (externe Faktoren)
Günstiges überregionales Kreativwirtschaftsumfeld Raumbezogene Chancen Kreativwirtschaft als Innovationsmotor Trend zu Einzigartigkeit und Ökologisierung statt Massenfertigung Partizipation und aktivere Rolle der KonsumentInnen / KundInnen	High-Speed und Low-Cost-Konsumgesellschaft Verlust des Alleinstellungsmerkmals als kreativwirtschaftlich orientierte Region Brain Drain und generell ein Trend zu den urbanen Räumen Fördersystematik und -praxis

In den nächsten Jahren sollte deshalb systematisch in folgende Zielsetzungen investiert werden:

- Stärkung der Kooperationskultur in der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland zur Bildung von Synergien und zur Überwindung von Schwächen in den Bereichen Vernetzung und Human Resources
- Innovation der und mit der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland in den Themenfeldern Baukultur, partizipativer Tourismus sowie bessere Nutzung der Regionenvielfalt (Objekte, Produkte, regionale Rohstoffe)
- Ökologisierung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland (regionale Vielfalt schützen, nachhaltige Nutzung der regionalen Ressourcen wie Baukultur, Leerstände und soziale Interaktion).

Ein systematischer Maßnahmenkatalog gibt abschließend einen vertiefenden Einblick in jene Vorhaben, die prioritär umgesetzt werden sollten. Diese umfassen:

- Lokale Netzwerke aufbauen (Baukultur) und stärken (Lehrlingswelten, kreatives Handwerk)
- Innovative Ansätze umsetzen mit gläsernen KMU und Kleinstbetrieben, Leerstandsmanagement und innovativem partizipativem Tourismus
- Ökologisierung durch attraktivere Kernzonen, Vermittlungsprogramme und die ökologische Ausrichtung des Büros.

2. Methodologischer Ansatz: Potenzialanalyse

Die Ausarbeitung dieser Potenzialanalyse beinhaltete folgende Umsetzungsschritte:

1. Eine **systematische Regionalanalyse** zur kritischen Bestandsaufnahme des Status der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland, die sowohl quantitative Rahmenbedingungen, bestehende Projektumsetzungsaktivitäten als auch das (EU-)regionalwirtschaftliche Umfeld beleuchtet. Methodisch wurde eine Analyse von vorhandenen Materialien wie Projektbeschreibungen, Leitbildern und statistischen Unterlagen verwendet.
2. Die Desk Research Phase umfasste außerdem die **Analyse von aktuellen kreativwirtschaftlichen Trends** auf internationaler, europäischer und nationaler sowie regionaler Ebene. Zur Ergänzung dieser Analysen wurden auch Interviews durchgeführt, wie beispielsweise mit dem Geschäftsführer der Creative Industries Styria, der Dachorganisation der steirischen Kreativwirtschaft.
3. Der **Stakeholder Prozess** beinhaltete die systematische Identifikation von Schlüsselpersonen aus den laufenden Kreativwirtschaftsprojekten im Oststeirischen Kernland, ergänzt mit der Recherche nach weiteren Personen, die Beiträge zur Weiterentwicklung der Kreativwirtschaft in der Region leisten können. Überregionale Stakeholder wurden interviewt.
4. Am 25. April 2014 wurde ein **Workshop mit Stakeholdern** durchgeführt. Ziel des Workshops war die systematische Diskussion und Überprüfung der SWOT-Analyse, die im Rahmen dieser Potenzialanalyse als Entwurf zur Verfügung stand. Außerdem wurden mit den 30 TeilnehmerInnen erste Bestandteile eines Bottom-up-Maßnahmenkatalogs (Basis: Workshop-Ideenwand) ausgearbeitet.
5. Auf Basis des Stakeholder Prozesses erfolgte die weitere Definition regionaler kreativwirtschaftlicher **Zielsetzungen**, die Ausarbeitung eines **lokalen und transnationalen Maßnahmenkatalogs** sowie die Formulierung von **Empfehlungen** für die weitere Implementierung des Themenschwerpunkts Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland.
6. Eine **lokale Feedbackgruppe** (Wolfgang Berger, Nicole Troesch, Helga Bauer) war laufend in die Ausarbeitung der Potenzialanalyse eingebunden. Strategische Meetings mit der Gruppe wurden vor Ort im Oststeirischen Kernland durchgeführt.
- 7.

3. Warum ein Schwerpunkt „Kreativwirtschaft“ im Oststeirischen Kernland?

Am Anfang einer vertiefenden Auseinandersetzung mit dem lokalen Schwerpunkt „Kreativwirtschaft“ im Oststeirischen Kernland muss die Frage nach dem Warum gestellt werden. Warum soll Kreativwirtschaft in der Region weiterhin eine bedeutende Rolle spielen?

Im Rahmen der Positionierungsinitiative „Neue Zeitkultur – SlowTime oder die Entdeckung der Zeit“ der Region Oststeirisches Kernland wurde die Kreativwirtschaft bereits 2009 als ein Themenbereich mit Potenzial identifiziert¹. Unter dem Motto „Kreative Region – Lernende Region“ stand die Förderung der kreativen Milieus sowie der Aufbau eines regionalen Wissensmanagements im Fokus.

Verbunden mit kreativwirtschaftlichen Trends ist auch der Themenschwerpunkt „FreiRaum, der Umgang mit freier Zeit und Leere“: „In den Orten, Märkten und Städten der Oststeiermark finden sich Anzeichen weltweiter demografischer Trends: oft sichtbar im Funktionsverlust der ortskernnahen und historischen Gebäude.“²

Einige der aktuellen Fragestellungen der Kreativwirtschaft durchziehen aber auch die anderen thematischen Positionierungen im Kontext einer Verlangsamung und eines neuen Umgangs für Zeit und Begegnungen, wie beispielsweise auch im Hinblick auf neue Ansätze im kulturellen und kreativen Tourismus.

Welches sind aber die aktuellen Rahmen für die Entwicklung einer kreativwirtschaftlichen Strategie in den ländlichen Räumen der Oststeiermark? Wie stellt sich die Kreativwirtschaft im Kernland im Vergleich zur Gesamtsituation in der Steiermark dar? Gibt es eine kritische Maße, die eine Schwerpunktsetzung rechtfertigt? Welche internationalen und nationalen Trends gibt es für die Kreativwirtschaft und finden sich Anknüpfungspunkte? Sind die lokalen Stakeholder für dieses Thema zu mobilisieren und bereit sich zu engagieren? Diese und weitere Fragen beantwortet die vorliegende Potentialanalyse.

Zielsetzung ist jene Ansatzpunkte festzumachen, die für das Kernland eine vertiefende Positionierung im Themenfeld Kreativwirtschaft zulassen, die wichtigsten Akteure bereits in die Planungsphase einzubinden und Schlüsselprojekte zu identifizieren. Damit soll das lokale Management eine Erstausrüstung und ein Planungstool verfügbar haben, um die nächsten Umsetzungsschritte in der Kreativwirtschaft systematisch und strategisch zu planen und einer Implementierung zuzuführen.

4. Rahmenbedingungen Kreativwirtschaft aus Sicht der Regionalentwicklung

¹ Berger, Wolfgang: „Neue Zeitkultur. SlowTime oder die Entdeckung der Zeit“ – eine Positionierungsinitiative der LEADER-Region Oststeirisches Kernland als Ergänzung zur lokalen Entwicklungsstrategie für die Leader-Periode 2007-2013, April 2009, Seite 10 ff

² Berger, Wolfgang: „Neue Zeitkultur. SlowTime oder die Entdeckung der Zeit“ – eine Positionierungsinitiative der LEADER-Region Oststeirisches Kernland als Ergänzung zur lokalen Entwicklungsstrategie für die Leader-Periode 2007-2013, April 2009, Seite 12

Die Rahmenbedingungen für einen Schwerpunkt Kreativwirtschaft werden im Folgenden aus europäischer, nationaler als auch Steiermark-weiter und oststeirischer Perspektive analysiert:

4.1 Europäische Ebene

Der europäische Rahmen für die Regionalentwicklung sowie für die neuen Programme zur ländlichen Entwicklung sind von der Europa 2020 Strategie geprägt. Wesentlich für die Analyse der diesbezüglichen kreativwirtschaftlichen Potenziale sind die sogenannten Flagship-Initiativen und Sub-Themen, die auf europäischer Ebene diesbezüglich prioritär behandelt werden. Die Kreativwirtschaft wird vorrangig in den Flagship-Initiativen Innovationsunion und Digitale Agenda abgedeckt. Als Querschnittsmaterie ist der Bereich aber für alle Flagship-Initiativen von Bedeutung. Die Europa 2020 Strategie wurde auch für die Regionalpolitik in neue thematische Schwerpunkte 2014-2020 übersetzt. Für die Kultur- und Kreativwirtschaft sind diesbezüglich vor allem folgende Prioritäten relevant:

- Forschung, Technologieentwicklung und Innovation (1)
- Zugang, Nutzung und Qualitätsverbesserung bei IKT (2)
- Wettbewerbsfähigkeit der KMU (3)
- Umweltschutz und Ressourceneffizienz (6) inkl. dem Schwerpunkt kulturelles Erbe
- Soziale Integration und Armutsbekämpfung (7) inkl. der territorialen Dimension der Region

Die europäische Ebene bietet somit einen geeigneten Rahmen für die Umsetzung von kreativwirtschaftlichen Strategien im ländlichen Raum.

4.2 Nationale Ebene

Die Regionalentwicklungsprogramme (2014-2020) mit österreichischer Beteiligung sind derzeit noch nicht genehmigt.

Für die Region Oststeirisches Kernland ist das Programm für ländliche Entwicklung in Österreich 2014-2020 als zentrales Referenzprogramm heranzuziehen. Zum Zeitpunkt der Ausarbeitung dieser Potentialanalyse lag das Programm in seiner Entwurfsversion vor (Bearbeitungsstand: 05.02.2014). Aus Sicht der Kultur- und Kreativwirtschaft sind folgende Schwerpunktbereiche des Programms von besonderer Bedeutung:

- Entwicklung und Ausbau von Basisdienstleistungen und des kulturellen Erbes, dessen Zielsetzung die langfristige Verbesserung der Lebensqualität ist. Gezielte Maßnahmen zur Attraktivierung des Lebensraums sollen Abwanderungstendenzen entgegenwirken (insbesondere jüngere bzw. weibliche Bevölkerung). Maßnahmen zur Verbesserung des kulturellen und natürlichen Erbes, zur Schaffung von Arbeitsplätzen im Kontext von lokalen Wertschöpfungsprozessen bzw. für den Ganzjahrestourismus können ebenso unterstützt werden wie Dorferneuerung und Gemeindeentwicklung sowie die Vernetzung von lokalen kleinen Wirtschaftsteilnehmern und die horizontale sowie vertikale Zusammenarbeit Sektor-übergreifend zwischen Landwirtschaft und KMU zur Entwicklung von Sozialleistungen.

- Die thematischen Schwerpunktbereiche in Leader 2014-2020 greifen wiederum die Arbeitsplatzbezogenen Herausforderungen insbesondere für Frauen sowie das Thema Kleinstunternehmen auf. Beide Themenfelder sind auch zentral für den Bereich Kreativwirtschaft. Kommunikation und Bottom-Up-Ansatz sollen weiterhin von großer Bedeutung sein. Das kulturelle Erbe wird sowohl als Möglichkeit zur Steigerung der Wertschöpfung als auch als ein Kitt für das lokale Gemeinwohl eine Rolle spielen. Besonders zukunftssträchtig ist auch die Verankerung von Kleinstprojekten, die mit einem Pauschalbetrag gefördert werden können sowie die Fortsetzung der nationalen und transnationalen Kooperationsprojekte.

Das Programm für die ländliche Entwicklung schafft insgesamt einen geeigneten Rahmen zur Entwicklung der Kultur und Kreativwirtschaft in den ländlichen Regionen und deckt zentrale Erfolgsfaktoren wie Partizipation und Kommunikation, Investitionen in lokale Wertschöpfungsketten und überbetriebliche Vernetzung sowie die soziale und touristische Verankerung des ländlichen (Kultur)Tourismus in seiner nachhaltigen Ausprägung ab.

4.3 Steiermark

Für die Steiermark und dann abgeleitet für die Oststeiermark wurden Entwicklungsleitbilder ausgearbeitet.

Das **Landesentwicklungsleitbild Steiermark** hat folgende Hauptfunktionen:



Quelle: Landesentwicklungsleitbild (2013), Seite 7

Der Themenbereich Kreativwirtschaft wird im Landesentwicklungsleitbild nur einmal explizit erwähnt, und zwar im Strategiefeld 1 „Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Steiermark“³: „Die Kreativwirtschaft übernimmt eine Querschnittsfunktion in Bezug auf die Stärkung der Innovationsprozesse von Unternehmen durch Design, als ganzheitlichen Gestaltungsprozess für Produkt- und Dienstleistungsinnovationen.“

³ Amt der Steiermärkischen Landesregierung: „Landesentwicklungsleitbild Steiermark – Räumliche Strategie zur Landesentwicklung“, Graz 2013, Seite 16

Zentral ist ihre Funktion auch in der Standortentwicklung und bei der Herausbildung innovativer Milieus.“ **Der diesbezügliche Referenzrahmen auf Landesebene ist geeignet für die Umsetzung einer lokalen Kreativwirtschaftsstrategie. Durch die Festlegung des Bereiches als Querschnittsmaterie ist ausreichend Spielraum für maßgeschneiderte Umsetzungsprojekte auf lokaler Ebene gegeben.** Weiters kann bei Kooperationen mit anderen Sektoren (wie dem Kultur- und Bildungsbereich) auch auf diese Strategiefelder im Landesentwicklungsleitbild Bezug genommen werden. Flexibilität in der Projektgestaltung erlauben diesbezüglich auch die Festlegungen im Hinblick auf eine Förderung der Innovationskultur, Kooperationen mit der Wissenschaft, IKT und Kulturangebot als weicher Standortfaktor, Teilhabe am kulturellen Leben, Pflege von Kulturgütern im ländlichen Raum, Schwerpunktsetzung Kulturtourismus, Jugendkultur und kreative Ausdrucksformen. Im Themenbereich Kultur wird am Fokus festgehalten, dass Kultur ein offener, durch Vielfalt und Widerspruch gekennzeichneter gesellschaftlicher Prozess von kultureller und künstlerischer Produktivität und Kommunikation ist. Neue Schwerpunktsetzungen des Ressorts Kultur umfassen die Internationalisierung des Atelierprogramms und eine verstärkte Verknüpfung des Europa- und des Kulturressorts.

Das Oststeirische Kernland ist Teil der **Region Oststeiermark**, für die zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Potenzialanalyse auch ein eigenes Entwicklungsleitbild erstellt wurde. Der aktuelle Diskussionsstand (Jänner 2014) spiegelt eine breite Verankerung der Themenfelder Kunst, Kultur, Brauchtum, kulturelles Erbe, Kulturtourismus und Kreativwirtschaft wider.

5. Status „Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland“

5.1 Definition der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland

Zur Abgrenzung der kreativwirtschaftlichen Sektoren im Oststeirischen Kernland ist es primär zielführend den österreichischen und steirischen Referenzrahmen anzuwenden. Dieser kann – bei Bedarf – um lokale Besonderheiten ergänzt werden. Die steirische Kreativwirtschaft verwendet die österreichische Begriffsabgrenzung: „Kreativwirtschaft umfasst erwerbsorientierte Unternehmen, die sich mit der Schaffung, Produktion, (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern und Dienstleistungen beschäftigen.“⁴

Die folgende Tabelle bietet eine anschauliche Übersicht⁵ über die Branchen und Sektoren der österreichischen und steirischen Kreativwirtschaft:

Bereiche	Branchen
Architektur	Architekturbüros

⁴ *Creativ wirtschaft austria: „Vierter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht – Studienfassung“, Wien 2010*

⁵ *KMU Forschung Austria: „Kreativwirtschaft Steiermark“, Seite 6*

Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten ⁶	Bibliotheken und Archive Museen Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks
Design	Design (Textil, Schmuck, Grafik usw.)
Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit	Einzelhandel mit Büchern, Musikinstrumenten und Kunst Tonstudio Kunst- und Kulturunterricht Darstellende Kunst Künstlerisches und schriftstellerisches Schaffen
Radio & TV	Hörfunk- und Fernsehveranstalter
Software & Games	Programmierung IT-Dienstleistungen Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software
Verlage	Verlegen von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften usw.
Video & Film	Herstellung und Nachbearbeitung von Filmen und Fernsehpro-grammen Kinos
Werbung	Werbegestaltung und -verbreitung

Quelle: *Creativ wirtschaft austria (2010)*

Die Region Oststeiermark hat zahlreiche Referenzprojekte im Themenfeld Kreativwirtschaft umgesetzt und sich diesbezüglich in den vergangenen Jahren auch überregional positioniert. Aufgrund der bestehenden Schwerpunktsetzungen „Kreativwirtschaft“ im Oststeirischen Kernland, sollten deshalb – neben den Kernbereichen der Kreativwirtschaft – auch folgende Branchen und Sektoren in die Potenzialanalyse miteinbezogen werden:

Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland

Kernbereich Kreativwirtschaft	Architektur	Architekturbüros
	Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten ⁷	Bibliotheken und Archive Museen Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks
	Design	Design (Textil, Schmuck, Grafik usw.)
	Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit	Einzelhandel mit Büchern, Musikinstrumenten und Kunst Tonstudio Kunst- und Kulturunterricht Darstellende Kunst Künstlerisches und schriftstellerisches Schaffen
	Radio & TV	Hörfunk- und Fernsehveranstalter
	Software & Games	Programmierung

⁶ Dieser Bereich wurde in die statistische Erfassung nicht miteinbezogen, da nur ein geringer Teil zur Privatwirtschaft zählt und daher Daten nur in eingeschränktem Maß verfügbar sind.

⁷ Dieser Bereich wurde in die statistische Erfassung nicht miteinbezogen, da nur ein geringer Teil zur Privatwirtschaft zählt und daher Daten nur in eingeschränktem Maß verfügbar sind.

		IT-Dienstleistungen Verlegen von Computerspielen und sonstiger Software
	Verlage	Verlegen von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften usw.
	Video & Film	Herstellung und Nachbearbeitung von Filmen und Fernsehprogrammen Kinos
	Werbung	Werbegestaltung und -verbreitung
Ergänzungsbereiche Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland	Handwerk ⁸	Handwerk und Kunsthandwerk Kreative Kulinarik Materialgestaltung
	Regionale Produktionsbetriebe mit hoher Kreativwirtschafts-affinität („Leuchtturm für die Kreativwirtschaft“)	KMU des produzierenden Gewerbes

Quelle: eigene Graphik nach cwa (2010)

Diese Vorgangsweise erlaubt einerseits die Vergleichbarkeit von statistischen Erhebungen in der Region Oststeiermark mit österreichweiten sowie steirischen Daten und gegebenenfalls mit anderen österreichischen Regionen und andererseits die Darstellung von regionalen Besonderheiten und Potenzialen wie dem Handwerk oder kreativwirtschaftlichen Leuchtturmbetrieben.

Die Zuordnung des (Kunst)Handwerks zur Kreativwirtschaft ist – im Gegensatz zum österreichischen Ansatz – in vielen europäischen Ländern gängige Praxis (z. B. in Großbritannien). Im deutschen Bundesland Sachsen wird grundsätzlich die gemeinsame deutsche Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft verwendet, allerdings um den Bereich des Kunsthandwerks – der nicht Teil der bundesweiten deutschen Kreativwirtschaftsdefinition ist - ergänzt.

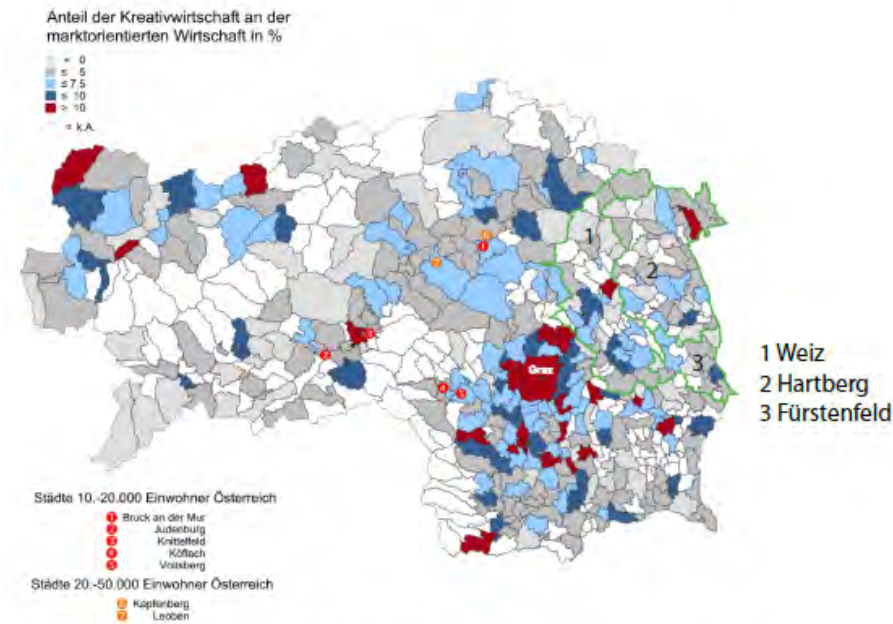
Das oststeirische Kernland profiliert sich bereits seit Jahren mit der Unterstützung kreativer Handwerksbetriebe in der Region. Eine ergänzende Einbindung des Handwerksbereichs in die lokale Abgrenzung der Kreativwirtschaft ist deshalb zielführend.

Branchen, die stark von kreativen Produkten und Dienstleistungen profitieren, werden in der Regel nicht der Kreativwirtschaft zugeordnet. Diese sind als zentrale Nachfragebereiche für kreative Produkte und Dienstleistungen zu betrachten. Typisch für diesen Bereich ist beispielsweise der Tourismus der mithilfe von Spill-Over-Effekten der Kultur- und Kreativwirtschaft innovativ weiterentwickelt werden kann.

Typische für ländliche Regionen, wie das oststeirische Kernland ist eine geringere Dichte von kreativwirtschaftlichen Unternehmen als in den urbanen Zentralräumen. Dies liegt u. a. darin begründet, dass die ländlich geprägten Regionen in der Regel über eine insgesamt geringere Unternehmensdichte verfügen und dass manche Kreative sich nur temporär in den ländlichen Regionen aufhalten. Ihr Betrieb ist aber in den städtischen Räumen ansässig und dort auch statistisch erfasst.

⁸ Beispielhafte Auflistung basiert auf dem Referenzprojekt „Kreative Lehrlingswelten“, www.lehrlingswelten.at

Grafik 6 Anteil der Kreativwirtschaft¹ an der Gesamtzahl der steirischen Unternehmen der marktorientierten Wirtschaft² nach Gemeinden in Prozent, 2010



k. A. = keine Angabe (Gemeinden mit weniger als 20 Unternehmen in der marktorientierten Wirtschaft werden in der Karte nicht ausgewiesen)

¹ ohne künstlerische Tätigkeit, Kulturunterricht, Kunsthandel

² Abschnitte B - N sowie Abteilung 95 der ÖNACE 2008 (d. h. unter anderem ohne Land- und Forstwirtschaft, Unterrichtswesen und persönliche Dienstleistungen)

Quelle: *KMU-Forschung Austria auf Basis von Daten der Statistik Austria*

Im oststeirischen Kernland liegt eine der ländlichen Gemeinden mit einem über 10%igen Anteil an der Kreativwirtschaft – Baierdorf bei Anger. Die Region verfügt darüber hinaus über zahlreiche Gemeinden, die Anteile von > 7,5 der Kreativwirtschaft an der marktorientierten Wirtschaft erreichen. Dies betrifft die Gemeinden Feistritz bei Anger, Pischelsdorf in der Steiermark, Ilztal (Bezirk Weiz), die Gemeinden Pöllau, Stubenberg am See, Hartberg Umgebung und Hartberg, Hartl (Bezirk Hartberg) sowie Großsteinbach (Bezirk Fürstenfeld).

Diese Werte sind bemerkenswert, da sie ohne künstlerische Tätigkeit und Kunstunterricht sowie Kunsthandel erstellt wurden. Außerdem wurden regionale Besonderheiten, wie das starke Handwerk nicht mit berücksichtigt. **Die tatsächliche Bedeutung der lokalen Kreativwirtschaft im oststeirischen Kernland darf deshalb als beträchtlich eingeschätzt werden. Potenzial bietet auch die räumliche Nähe zu den steirischen Kreativwirtschaft Hot Spots Graz und Graz Umland.**

5.2 Kreativwirtschaftliche Schwerpunktaktivitäten im Oststeirischen Kernland

Der Schwerpunkt Kreativwirtschaft spielt im Oststeirischen Kernland eine zunehmend wichtige Rolle. In den letzten Jahren wurden unter anderem die folgenden Schlüsselprojekte entwickelt und umgesetzt:

Kreative Lehrlingswelten⁹: Im Oststeirisches Kernland wird ein besonderer Fokus auf die Bildungsbedarfe der Kreativwirtschaft gerichtet. Zahlreiche Unternehmen im Oststeirischen Kernland haben Probleme bei der Lehrlingssuche. Und Berufsschulen klagen bisweilen über wenig motivierte Lehrlinge, die sich kaum mit dem Berufsbild auseinander gesetzt haben. Das Projekt versucht wieder Motivation für kreative Handwerksberufe zu schaffen. Experten aus traditionellen, kulinarischen und neuen Berufen besuchen mit 12 kleinen transportierbaren Werkboxen Schulen, und präsentieren jeweils einen kreativen Handwerksberuf. Die Mini-Werkstätten sind mit den wichtigsten Werkzeugen und Materialien ausgestattet. Unter didaktischer Anleitung können die Schüler so vor Ort in einen Lehrberuf hineinschnuppern und spielerisch ein selbstgefertigtes Handwerksstück herstellen. Das Projekt wurde gemeinsam mit regional ansässigen Unternehmen aus 12 Berufsgruppen der Oststeiermark entwickelt und mit konzeptioneller und gestalterischer Begleitung durch Klaus Metzler vom Werkraum Bregenzerwald umgesetzt.

Kreative Wertschöpfungskette ist eine grenzüberschreitende Initiative im Bereich Kreativwirtschaft, die mit Unterstützung des EU-Programms „Ziel 3 Grenzüberschreitende Kooperation Österreich – Ungarn 2007 – 2013“ gemeinsam mit ungarischen und weiteren österreichischen Projektpartnereinrichtungen umgesetzt wird. Hauptziel des Projektes ist die Förderung der Unternehmen und der Akteure der Kreativwirtschaft in der österreichisch-ungarischen Grenzregion durch die Entwicklung einer Kooperation entlang der Wertschöpfungskette. Die Aktivitäten umfassen eine Datenbank, bilaterale Treffen, Trainings und Weiterbildung sowie Kooperation mit Bildungsinstitutionen, Creative Crafts Tage und Teilnahme an Messen und Veranstaltungen. Der Projektpartner Oststeirisches Kernland setzt u. a. die Creative Crafts Tage, intensives Networking mit lokalen Bildungseinrichtungen in Kooperation mit den Kreative Lehrlingswelten sowie Innovationsaktivitäten wie ein Berufsorientierungsspiel um. Darüber hinaus spielt die Vernetzung mit den ungarischen und österreichischen Partnern eine bedeutende Rolle.

Baukultur (Pischlsdorf / Kulmland): Die Hauslandschaft des Kulmlandes ist geprägt durch eine reichhaltige Variation an Gebäudetypen, die bis in die 60er Jahre des 20. Jahrhunderts kontinuierlich die Tradition der Bebauung fortschreibt und sich mühelos in die Kulturlandschaft integriert. Heute zeigt die Baukultur der Region Kulmland die übliche Problematik wie die fortschreitende Verdichtung durch in die Landschaft „gestreute“ Volumen, Entkernung von Ortszentren, Bildung sogenannter „Speckgürtel“ (Gewerbeansiedlungen mit entsprechender Infrastruktur) an den Ortsrändern,

⁹ Mehr Information: www.lehrlingswelten.at

mangelnde architektonische Qualität in der Planung von Gebäuden, Störung der Hauslandschaft durch Verwendung heller und greller Hausfarben, Verwendung von groben Steinschichtungen zur Herstellung ebener Flächen in Hanglagen und fehlende Außenanlagenplanung (keine Hausbäume, überdimensionale Hecken u. Zäune etc.). Nach der bereits von der Baukulturinitiative „baustelle land“ durchgeführten baukulturellen Fotodokumentation im Kulmland (Juli 2011) und dem ebenso abgehaltenen Basisseminar (Kultursaal Hirnsdorf, Nov.2011) über die Möglichkeiten von qualitätssichernden Maßnahmen für Baukultur in dieser Region soll ein Pilotprojekt eines Gestaltungsbeirates im Kulmland (Pischelsdorf, Gersdorf, Hirnsdorf, Kulm bei Weiz,..) installiert werden. Parallel dazu ist die Entwicklung eines Leitbildes für Baukultur vorgesehen. Die Baupolitischen Leitsätze des Landes Steiermark bilden die Basis dieser Ziele.

Ten Days: Das Projekt Tendays ist ein Artist/DesignerIn in Residence Format. In einer offenen Atelier-Situation erarbeiten ausgewählte (junge) KünstlerInnen Beiträge zu einem vorgegebenen regionspezifischen Thema. Das Projekt bietet als temporäre „Artists in Residence“-Initiative über eine österreichweite Ausschreibung bzw. Einladung an internationale KünstlerInnen über einem Zeitraum von 10 Tagen die Möglichkeit eines gemeinsamen Arbeitens. Die KünstlerInnen arbeiten zum regionspezifischen Thema „Zeitkultur“ und seinen regionalen Abwandlungen: z.B. Neue Kunst und Alte Orte; Zeit als gestaltbare Dimension; poetische Orte und Zeit vergessen usw. „Zeitkultur“ meint aber nicht nur „Entschleunigung“ - eine ländliche Region lässt sich nicht auf diese touristische Qualität allein reduzieren. Häufig gelten ländliche Räume als „entschleunigt“, was in einem rein idealisierten Bild irreführend ist. Es geht auch um das Hinterfragen unserer kulturellen Traditionen: es macht Sinn, Diskussionen zwischen der regionalen Bevölkerung, Kunstschaffenden und Wissenschaftlern zu initiieren, um über die regionalen und globalen Herausforderungen unserer Zeit zu diskutieren und damit die regionale Entwicklungsstrategie zu schärfen.

Die **Symposien der Zeitkultur**-Initiative sind Nachdenkräume für grundlegende Themen wie Nachhaltigkeit und Kreativität. Sie bringen Denker, WissenschaftlerInnen und KünstlerInnen, QuerdenkerInnen und ManagerInnen in den ländlichen Kontext und ihren Themen. Als Design-Thinking Ansatz sprechen sie ein zentrales Thema der Kreativwirtschaft an. Bisher haben zwei Symposien stattgefunden: 2011 stand unter dem Motto „Auszeit! Widersprüche zur Nachhaltigkeit“ und widmete sich zwei zentralen Fragestellungen: „Wozu braucht es eine neue Zeitkultur?“ und „Die Kreativität der Zeitverschwendung“. Für das Symposium im Jahr 2013 wurde der Schwerpunkt „Freiraum! Für Kreativität und Innovation“ gewählt. „Kreativität ist etwa ein Motor wirtschaftlicher Entwicklung. Welche Bedeutung hat Kreativität in einem beschleunigten gesellschaftlichen Wandel, der Stadt und Land gleichermaßen radikal trifft?“

Im engeren Sinn kein Schwerpunktprojekt, aber Teil der lokalen kreativwirtschaftlichen Basis sind auch sog. **Leuchtturmunternehmen**, wie im fünften österreichischen Kreativwirtschaft ausführlich als Fallbeispiel präsentiert¹⁰: Die **Firma KAPO** hat sich im

¹⁰ *Creativ wirtschaft austria: „Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor“, Wien 2013, Seite 101 ff*

Oststeirischen Kernland als Leuchtturm für die Kreativwirtschaft etabliert. Durch die engen Verflechtungen mit der regionalen und überregionalen Kreativwirtschaft schafft der Fenster-, Türen- und Möbelhersteller Anknüpfungspunkte für Architektur, Produktgestaltung und Kommunikationsdesign. Mit Kooperationsprojekten setzt die Firma auch aktiv Impulse zur Förderung von Kreativen. Die Firma hat einen hohen gestalterischen Qualitätsanspruch entwickelt, unter anderem durch die Übernahme der Marke Neue Wiener Werkstätte (NWW). KAPO vernetzt sich mit kreativwirtschaftlichen Institutionen und Initiativen und schafft durch Kooperationen, Perspektiven, Anknüpfungspunkte und Märkte für Kreative in der Region (z. B. Hypercubus, Vienna Design Week). Das Unternehmen schreibt dem Handwerk einen hohen Stellenwert zu, legt großen Wert auf seine Rolle als Lehrlingsausbildner und hat sich bewusst für den regionalen Werkstoff Holz entschieden. Die Spezialisierung erfolgt durch die Verknüpfung von historischen Stärken mit Innovation und zeitgenössischer Gestaltung. Mit dem NWW Design Award ist eine Plattform zwischen Handwerk, Design und Industrie gegründet worden mit dem Ziel ein Design-Think-Tank-Archiv zu schaffen und Nachwuchsdesign international zu fördern.

Weiters wurden folgende touristische Projekte umgesetzt, die eine starke Kreativwirtschaftskomponente aufweisen:

CultTrips: Ziel des Projekts „CultTrips“ war die Potenzialanalyse des Oststeirischen Kernlandes mit dem Fokus der Sparte des Creative Tourism. Die beteiligten europäischen Partner-Regionen, die sich mit nachhaltigem Tourismus auseinandersetzen, wurden miteinander verglichen und die Etablierung kreativtouristischer Regionen nach gemeinsam erarbeiteten, aber regionaltypisch zugeschnittenen Entwicklungsplänen angestrebt. Die Entwicklung des Creative Tourismus ist somit eine Maßnahme zur Förderung der regionalen Kreativwirtschaft und Kultur. Definition „Creative Tourism“: Es handelt sich um eine Tourismusform, die den BesucherInnen die Gelegenheit gibt, ihr kreatives Potenzial in aktiver Teilnahme und durch Lernerfahrung der charakteristischen Lebens- und Alltagswelt der lokalen Bevölkerung zu entwickeln. Dabei sind „hidden treasures“, „backyards“ und „insider tips“ wichtige Schlagworte. Die oststeirischen Angebote sind zum Beispiel:

- Mit einem Apfelbauern oder einer -bäuerin bei der Ernte: Saft pressen und Schnapsbrennen
- Mit einem Lokführer auf der Feistritzalbahn: ein Lokführerkurs in Schmalspur
- Mit einem Ballonfahrer die Verbindung zu Geocaching finden
- Mit einem Künstlerpaar in ihrem geheimnisvollen Atelier
- Mit einem oststeirischen Bürgermeister durch den Gemeindealltag
- Mit einer Gärtnerin Wildkräuter sammeln: Geschichten erzählen und Kräuter gemeinsam verarbeiten
- Mit einer Fotografin fotografieren lernen

Die touristische Initiative **Landlust** ist aus einem INTERREG Projekt hervorgegangen und setzt sich zum Ziel historische Bausubstanz am Land mit Leben zu füllen und für Gäste zu öffnen. Das Oststeirische Kernland beteiligt sich an dieser überregionalen Initiative und 6 Landlust-Mitgliedsbetrieben befinden sich in der Region. Derzeit werden

Weiterentwicklungen des Projekts diskutiert, wie beispielsweise auch die Ausweitung auf andere Objekte und kreative Übernachtungsmöglichkeiten (z. B. Waggonhotel am Bahnhof Anger).

Welche Charakteristika haben die aufgezeigten Schwerpunktsetzungen und –projekte gemeinsam? Ihnen ist vor allem die Verknüpfung von regionaler Verankerung und Know-How mit überregionalen Stakeholdern gemein. **Zentrale Erfolgsfaktoren sind Networking und Kooperation nach innen und überregional. Bemerkenswert ist auch die erfolgreiche Übertragung und Weiterentwicklung von bewährten Praktiken aus anderen europäischen Ländern und österreichischen Regionen. Diese Vorgangsweise ermöglicht eine rasche State-of-the-Art-Umsetzung von Schwerpunktthemen.**

5.3 Stakeholder der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland

Regionale Stakeholder sind zentrale Umsetzungspartner für eine Kreativwirtschaftsstrategie Oststeirisches Kernland. Sie sichern die organisatorische Nachhaltigkeit von Projekten und die Verankerung in der Region. Wichtig ist auch die Analyse der finanziellen Machbarkeit von Projektvorhaben. Diese ist eng mit der organisatorischen Kapazität der lokalen ProjektträgerInnen und Unterstützungsstrukturen (z. B. im Rahmen von Leader) verbunden. Die folgende Übersicht identifiziert eine Auswahl von Stakeholdern aus den bestehenden Kreativwirtschaftsinitiativen der Region sowie überregionale Kooperationspartner sofern vorhanden. Sie gibt auch einen vertiefenden Einblick in das lokale Ökosystem Kreativwirtschaft.

Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland nach Sektoren

Kern / Ergänzung	Sparten	Regionale Stakeholder (in Kernland-Gemeinden)	Überregionale Kooperationspartner
Kernbereich Kreativwirtschaft	Architektur: <i>Architekturbüros</i>	Baukultur-Projekt Lokale Architekturbüros	Non conform „Baustelle Land“, Südsteiermark
	Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten¹¹: <i>Bibliotheken und Archive</i> <i>Museen</i> <i>Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen</i> <i>Botanische und zoologische</i>	Lokale Attraktionen¹²	

¹¹ Dieser Bereich wurde in die statistische Erfassung nicht miteinbezogen, da nur ein geringer Teil zur Privatwirtschaft zählt und daher Daten nur in eingeschränktem Maß verfügbar sind.

¹² Haus des Apfels, Kulmkeltendorf, Ökopark Hartberg, Oldtimer Museum Kröpfl, Ölmühle Fandler, Gartenschloss Herberstein, Tierwelt Herberstein, Schlosskutscher, Schirrhofer GmbH, Hummelnest, Rauchstubenhaus Anger, Stadtmuseum Hartberg, Volkstümliches Museum Sonnhofen, Hofbrauerei Moarpeter, Obstbau Wilhelm, Hödl Hof, Kernölpresse Höfler, Lebzelterei Ebner, Imkerei Kern, Kräutergarten Cividino, Der Wüstengarten, Erlebnisgarten Höfler, Töchterlehof, Stutenmilch Loidl, Fleischerei Buchberger, Weinbau Retter-Kneißl, Obstbau Pangerl, Toni Bräu, Ballonhotel Thaller, Apfelwirt Flagg – Ballonfahrten, Kneipp Aktivpark, Fischerauer Erlebnis Wirtschaft, Traktorgaudi, Feistritzalbahn, Zur Mühle im Märchenwald, Freizeit- und Kindererlebnispark Stubenberg, Pöllauer Bauernladen, Ringwarte Aussichtsturm, Wunderwelt Kristalle (Bergbaumuseum), Bauernmuseum Höfler, Tandemflüge Stubenberg, Kapo Erlebniswelt Wirtschaft, Zentrum für Physikgeschichte, Getreide- und Ölmühle Posch, Wallfahrtskirche und Schlosspark Pöllau, Wallfahrtskirche und Themengärten Pöllauberg, Edelweißgarten Käfer, Ginkomania Garten

	Gärten sowie Naturparks		
	Design: <i>Design (Textil, Schmuck, Grafik usw.)</i>	Designer in Residence (im Rahmen von Ten Days)	
	Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit <i>Einzelhandel mit Büchern, Musikinstrumenten und Kunst Tonstudio Kunst- und Kulturunterricht Darstellende Kunst Künstlerisches und schriftstellerisches Schaffen</i>	Ten Days Partner K.U.L.M., Kulm bei Weiz KOMM.ST, Anger bei Weiz KUNST.FESTIVAL.ALLIANZ, Hartberg KULTURREFERAT Hartberg Kreative Lehrlingswelten: BuchbinderIn Creative Tourism: KünstlerInnen Pischelsdorf	Ten Days Partner Kulturinitiative KUNST.OST Kreative Lehrlingswelten: BuchbinderIn Buchrestaurierung- Kunstabbinderei Sixl, Tobelbad Schlossbuchbinderei Mohringer-Kober, Gleisdorf
	Werbung <i>Werbegestaltung und -verbreitung</i>	Kreative Lehrlingswelten MediendesignerIn: Werbeagentur Guteidee	
Ergänzungsbereiche Kreativwirtschaft	Handwerk¹³	Handwerk und Kunsthandwerk Kreative Kulinarik Materialgestaltung 13 kooperierende Unternehmen für die Ausarbeitung der mobilen Werkstätten: Malerei Herbsthofer, Kaindorf ADA Möbelfabrik, Anger Metallbau Goelles, Gersdorf Günter's Catering, Pischelsdorf Hotel Steirerast, Kaindorf Konditorei Therese Ebner, Pöllau Obsthof Singer, Kaindorf Buchberger GmbH, Pöllau Rene- Innovatives Wohnen, Purgstall Kunsttischlerei Andreas Hirt, Pöllau Joh. Safner Möbelwerkstätte, Kaindorf Hafnermeister Matthias Janisch, Kaindorf Fotostudio Karl Zotter, Pischelsdorf ETZ-Team Oststeirisches Kernland	Architekt Klaus Metzler Werkraum Bregenzerwald Meisterwelten Steiermark Stiftung für Wirtschaftsentwicklung Kisalföld (HU – ETZ-LP) Regionalmanagement Burgenland GmbH - Zentrum für Kreativwirtschaft (AT) Westungarische Universität (HU – ETZ PP) Designaustria (AT)
	Regionale Produktionsbetriebe mit hoher Kreativwirtschaftsaffinität („Leuchtturm für die Kreativwirtschaft“)	KMU des produzierenden Gewerbes KAPO	Creative Industries Styria Vienna Design Week TU Wien Angewandte Wien Zürcher Hochschule der Künste

¹³ Beispielhafte Auflistung basiert auf dem Referenzprojekt „Kreative Lehrlingswelten“, www.lehringswelten.at

Quelle: Eigene Graphik

Eines der Erfolgsrezepte der Umsetzung der Kreativprojekte in der Region ist die systematische Nutzung von überregionalem Know-How in Kombination mit lokaler Verankerung. ***Dieses Erfolgskonzept im Spannungsfeld Partizipation und Kooperation sollte bei der Umsetzung neuer Vorhaben auf jeden Fall fortgesetzt werden.*** Ein weiterer Aspekt der diesbezüglich zum Tragen kommt, ist die Sektor-übergreifende Kooperation, wie im Projekt CultTrips anschaulich zwischen dem Kreativ- und dem Tourismusbereich umgesetzt. Ein weiterer strategischer Kooperationsbereich ist der Bildungssektor – ebenfalls mit Entwicklungspotenzial. Folgende takeholder sollten deshalb ebenfalls zur Entwicklung der Kreativstrategie des Oststeirischen Kernlands eingebunden werden:

Cross-Sektor Partner	Sparten	Regionale Stakeholder (in Kernland-Gemeinden)	Überregionale Kooperationspartner
Sektor-übergreifende Partner	Creative Tourism	Helga Bauer (Koordinatorin CultTrips) Lokale Tourismusbetriebe, (Kunst-)Handwerksbetriebe und Anbieter von „Creative Tourism“-Elementen: Adi Thaller Ballonhotel Fam. Schloffer Oberfeistritz Bernhard Gutmann Wildpflanzenwanderung Josef Singer, Bürgermeister Christian Strassegger Fotographie Maria Heil, Öllerbauer Thomas Schaffer, Beate Oswald, Essigmanufaktur Anna und Sepp Singer, Untertiefenbach Julia Fandler, Ölpreise Helmut Poglitsch, Feistritzalbahn Familie Pörtl, Hirschbirne Anna & Peter Knoll, KünstlerInnen Pischelsdorf Andreas Hirt, Tischlerei Rudi Almer, Schlosskutscher Sissy Sichart, Garten	Redange-Wiltz (LU) Valle Umbre Sibillini (IT) UWE (AT) Raplamaa (EE) Central Karelian Jetina (FI) Joensuu Region (FI)
	Landlust (Tourismus)	Tourismusregionalverband Oststeiermark	Tourismusregionalverband Thermenland
	Bildungskooperation im Rahmen der "Kreativen Lehrlingswelten" und des Projektes Kreative Wertschöpfungskette	Neue Mittelschule Anger Neue Mittelschule Pischelsdorf Neue Mittelschule Gerlitz Hartberg Bildungsmesse Hartberg	Polytechnische Schule Birkfeld Neue Mittelschule Wolfsberg Jobmesse Seiersberg Bildungsmesse Sopron (HU) Neue Mittelschule Großsteinbach Neue Mittelschule Gleisdorf

Quelle: Eigene Graphik

6. Trends Kreativwirtschaft

7.1 Internationale Trends in der Kreativwirtschaft

Im Folgenden werden einige der wichtigsten Trends für die Entwicklung der Kreativwirtschaft in den nächsten Jahren dargestellt. Die Auswahl der Themen erfolgte in Abstimmung mit österreichischen und internationalen ExpertInnen.

Neue Wertschöpfungsketten und neue Geschäftsmodelle

Das Konzept der Value Chain basiert auf der 1985 veröffentlichten Arbeit von Prof. Michael Porter von der Harvard Business School. Die Wertschöpfungskette, die Value Chain, ist ein strategischer Ansatz, der die relevanten Elemente in einem Wertschöpfungsprozess analysiert. **Das Internet hat viele traditionelle Wertschöpfungsketten revolutioniert.** Ein Beispiel stellen die Herstellung und der Vertrieb von Büchern dar. Dies wird heute immer öfter digital über E-Books effizient abgewickelt.¹⁴ **3D Printing wird leistbar** – ein weiterer Schwerpunkt. **Das Internet der Dinge** ist ein wichtiger Trend. Neben dem IT-Bereich **nimmt auch die Bedeutung des Kunden in den Wertschöpfungsketten zu** (vgl. Darstellung am Beispiel Werbung):

Der Konsument gewinnt an Macht		
Erwartete Veränderungen in der Wertschöpfungskette der Werbung		
Wertschöpfungskette		erwartete Veränderung
Werbungtreibender		▲ wird wichtiger
Kreativagentur	Fullservice-Media-/Kreativ-Agentur	▲ wird etwas unwichtiger
Mediaagentur	traditionell (Planung & Einkauf)	▼▼ wird deutlich unwichtiger
	interaktiv (Planung & Einkauf)	▲▲ wird deutlich wichtiger
	spezialisiert (Direct Marketing)	▲ wird etwas wichtiger
Content-Anbieter (Produzent / Besitzer)		▲ wird etwas wichtiger
Medienunternehmen	traditionell (TV, Radio, ...)	▼▼ wird deutlich unwichtiger
	interaktiv (Internet, Mobile, ...)	▲▲ wird deutlich wichtiger
Konsument		▲▲ wird deutlich wichtiger

Quelle: ZEM/IBM Institute for Business Value: Advertising Subject Matter Expert Survey HORIZONT 45/2008

Durch die Globalisierung entstehen auch **neue globale Wertschöpfungsketten**. Die Wertschöpfungsketten sind direkt mit Geschäftsmodellen gekoppelt. Neue Herausforderungen erfordern deshalb auch die Entwicklung neuer Business-Ideen. Ländliche Räume sind von diesen Entwicklungen nicht abgekoppelt – manche der neuen Ansätze stellen **erweiterte Chancen für die Aufwertung des außerstädtischen Bereichs und seiner Kreativwirtschaft** dar.

¹⁴ <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Wertschoepfungskette-value-chain.html>

Crowd Funding & Crowd Sourcing

Im Kultur und Kreativwirtschaftsbereich nehmen partizipative Modelle der Finanzierung und der Projektentwicklung laufend zu. Das Besondere beim Crowdfunding ist, dass eine Vielzahl an Menschen – die Crowd – ein Projekt finanziell unterstützt. Im Gegenzug erhalten die Unterstützer eine Gegenleistung vom Projektinitiator, die die vielfältigsten Formen annehmen kann¹⁵. Das Unternehmen greift durch die Entscheidung für Crowdsourcing auf die verschiedenen Kompetenzen und Ideen der Mitglieder der Crowd zurück und kann hierbei auch noch Geld sparen. Die Aufgabenbereiche sind breit gefächert – sie reichen beispielsweise vom Verfassen von Artikeln über das Mitgestalten neuer Produkte bis hin zu Beteiligungen an Forschungen oder Projekten¹⁶. Typische Beispiele für Crowdsourcing im Kulturbereich sind Aufrufe von lokalen Museen an die Bevölkerung private Objekte für eine Ausstellung zur Verfügung zu stellen. ***Neben der marktorientierten Ansätzen eignen sich die Instrumente des Crowd Funding und Crowd Sourcing auch für gemeinnützige Kulturprojekte sowie für Entwicklungsvorhaben mit öffentlichen Einrichtungen.***

Neue Innovationstreiber neben Design

Kreativwirtschaftliche Unternehmen sowie Handwerksbetriebe müssen laufend ihre Produkte und Dienstleistungen weiterentwickeln um auf den Märkten bestehen zu können. Während in den letzten Jahren bereits intensiv auf den Designsektor als Innovationsmotor zurückgegriffen wurde, wie beispielsweise auch seitens der Firma KAPO im Oststeirischen Kernland, nehmen neue Bereiche als Innovationstreiber bzw. breitere Sektor-übergreifende Kooperationen an Bedeutung zu. ***Neueste Ansätze berücksichtigen u. a. die Möglichkeiten der Wissenschaft für die Weiterentwicklung von kreativen Produkten und Dienstleistungen:*** junge WissenschaftlerInnen der geisteswissenschaftlichen Studienrichtungen werden beispielsweise in Kulturbetriebe im Rahmen konkreter Innovationsprojekte eingebunden. Dieser Ansatz entwickelt das Modell des Innovationsassistenten (sehr technologieorientiert) um eine geisteswissenschaftliche Komponente weiter.

Internationalisierung der Kreativwirtschaft

Um auf Dauer erfolgreich zu sein, müssen (kreativwirtschaftliche) Unternehmen neue Märkte bearbeiten und neue Kunden gewinnen. Der Handel mit kreativen Gütern und Dienstleistungen nimmt weltweit ständig zu und hat sich zwischen 2002 und 2011 verdoppelt¹⁷. Internationalisierung ist für die klein-strukturierte Kreativwirtschaft häufig eine große Herausforderung, da der damit verbundene Zeit- und budgetäre Aufwand kaum zu bewältigen ist. Gerade in ländlichen Räumen und im Handwerk wird deshalb

¹⁵ <http://www.crowdfunding.de/>

¹⁶ <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/crowdsourcing>

¹⁷

http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=498&Sitemap_x0020_Taxonomy=UNCTAD%20Home;#1385;#InternationalTradeandCommodities;#1547;#CreativeEconomyProgramme;#1851;#Services,developmentandtrade;#1856;#UNCTADGSF2013

der Bereich der Internationalisierung über den lokalen Tourismus wieder stärker aufgegriffen. Dieser Ansatz scheint vielversprechender als Kleinstbetriebe auf globale Wachstumsmärkte wie Asien oder Südamerika zu fokussieren. Kooperationen als Instrument zur Überwindung von kleinen Betriebsgrößen sind ebenfalls nur eingeschränkt umsetzbar, da sie vom Kleinstunternehmer wiederum beträchtliches zusätzliches Engagement erfordern können. Die internationale Praxis zeigt auf, dass Kooperationen im Sinne von Aufträgen an kreativwirtschaftliche KleinunternehmerInnen von exportorientierten mittelständischen Unternehmen ein weiteres zukunftsträchtiges Internationalisierungsmodell darstellen können. Möglichkeiten ergeben sich zusätzlich in Grenzregionen mit räumlicher Nähe von Cross-Border-Absatzmärkten.

Kreativwirtschaftliche Trends mit Fortbestand

Die folgenden kreativwirtschaftlichen Trends spielen schon seit geraumer Zeit eine wichtige Rolle und werden in den nächsten Jahren weiterhin bedeutsam sein:

- ***Spill-Over Effekte der Kreativwirtschaft in andere Branchen der Wirtschaft*** sowie in die Weiterentwicklung der Dienstleistungen der öffentlichen Hand sollen zur Modernisierung und Wettbewerbsfähigkeit ganzer Wirtschaftszweige beitragen. Beispielhaft sind darunter Architekturleistungen in Tourismusbetrieben oder Designinnovationen im Handwerk sowie Musikdienstleistungen zur Stressreduktion von ArbeitnehmerInnen zu verstehen.
- ***Design als Innovationsmotor*** wird auch in der Zukunft eine zentrale Rolle spielen und zunehmend auch als Design-Prozessbegleitung (z. B. mit Design Thinking Ansätzen) zum Einsatz kommen. Strategische europäische Initiativen werden das Design-Know-How in den nationalen und regionalen Gebietskörperschaften vertiefen und somit Spielräume für diesbezügliche Projektansätze eröffnen. Upcycling und ökologische Ansätze haben weiterhin Bedeutung.
- ***Open Innovation:*** Die Prozesse der stärkeren Einbindung von Kunden und BürgerInnen spielen sowohl im Profit- als auch im Non-Profit-Bereich eine zunehmend wichtige Rolle. Gerade die Regionalentwicklung engagiert sich in diesem Bereich bereits seit Jahren. Crowd- und Co-Creation-Prozesse und Design Thinking (vgl. La 27e Région¹⁸) sind Teilbereiche des Gesamtkonzepts der Open Innovation.
- ***Kritische und informierte Konsumenten:*** Die Kunden verlangen zunehmend Transparenz und Einblick. Mögliche Umsetzungsvarianten beinhalten beispielsweise Konzepte wie die sog. „Gläsernen Fabriken“ und ihre Ausdehnung auf den Kultur- und Kreativbereich.
- ***Temporäre Nutzung und Leerstandsproblematik:*** Kreative zeigen seit Jahrzehnten anschaulich auf, wie neue Nutzungskonzepte in bestehenden Infrastrukturen umgesetzt werden können. Die Konzepte haben ihren Mehrwert sowohl im städtischen Umfeld

¹⁸ <http://territoiresenresidences.wordpress.com/la-27e-region-2/>

(vgl. ZwischenZeitZentrale Bremen¹⁹) als auch im ländlichen Kontext (vgl. Perspektiven Attersee²⁰) unter Beweis gestellt.

- **Netzwerke der Kreativen:** Die Bedeutung intermediärer Organisationen in der Kreativwirtschaft wird hoch bleiben. Informelle Netzwerke werden weiterhin eine große Rolle spielen, wobei formale, wechselnde Kooperationen mit zunehmender Unternehmensreife wichtiger werden könnten. Im ländlichen Raum gibt es diesbezüglich noch offene Potenziale oder neue Ansätze im Hinblick auf Kooperations- und Austauschräume für Kreative zu finden (z. B. OTELO²¹).

- Last but not least, **Maßnahmen zur Förderung von kreativen Milieus** sind zentral für den Erfolg von lokalen Kreativwirtschaftsinitiativen. Die öffentliche Anerkennung von Kreativleistungen, das Community Building zwischen den kreativwirtschaftlichen UnternehmerInnen einer Region sowie das Schaffen von „Begegnungszonen“ zwischen „den Kreativen“ und „den normalen BürgerInnen“ sind diesbezügliche Erfolgsrezepte.

Aufgrund der regionalen Schwerpunktsetzungen werden zusätzlich zu den „klassischen“ Kreativwirtschaftstrends auch die Bereiche (Kunst)Handwerk und Tourismus dargestellt:

(Kunst)Handwerkstrends: Handgemacht & Fair & Sozial & Altersgerecht

Im Handwerksbereich spiegeln sich die generellen gesellschaftlichen Trends wider. Neue Potenziale werden beispielsweise vom Ludwig-Fröhler-Institut, Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut²² vor allem im Hinblick auf die alternde Gesellschaft (z. B. altersgerechter Umbau von Wohnungen) und die verstärkte Einbindung von Informationstechnologien (z. B. digitale Gebäudesimulation) sowie Energieeffizienzsteigerungen (z. B. der Handwerker als Energietechnologieberater) identifiziert.

Internationale Kunsthandwerkstrends fokussieren auf die spezielle Produktionsweise im Handwerk „hand made“ und damit auf die Abgrenzung zum Massenprodukt. Als lokale Produktion wird das (Kunst)Handwerk deshalb auch als ökologischer und sozial verträglicher wahrgenommen – beides Haupttrends der KonsumentInnen. Dieser Effekt kann noch durch eine „faire“ Produktion sowie Zugang zu Fertigungsprozessen verstärkt werden. Damit erschließen sich Potenziale im Bereich des partizipativen und kreativen Tourismus sowie neue Formen der Kundenbindung.

Tourismustrends

Im Kontext der Kreativwirtschaft sind besonders touristische Ansätze im Kultur- und Kreativbereich relevant, die sich aber von generellen Trends der Branche nicht abkoppeln lassen.

Das Oststeirische Kernland als ländliche Region ist darüber hinaus von den allgemeinen Trends im ländlichen Tourismus betroffen. ***Der Tourismus auf dem Land profitiert von***

¹⁹ <http://www.zzz-bremen.de/objekte/>

²⁰ <http://www.perspektiven-attersee.at/PERSPEKTIVEN-ATTERSEE-2012/UwOBhGLWU7E>

²¹ <http://www.otelo.or.at/>

²² Bernhard Zoch: „Wichtige Trends und daraus resultierende Marktpotenziale für das Handwerk“, Ludwig-Fröhler-Institut, Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut, 2011

Reiseschwerpunkten wie ökologisch und nachhaltig Reisen und hat somit das Potential neue BesucherInnenschichten anzusprechen. Gerade der ländliche Tourismus genießt in Österreich einen exzellenten Ruf. Im Hinblick auf die **Innovationskraft des Tourismus** kann - in manchen Fällen - die **Kreativwirtschaft entscheidende Impulse bieten** (z. B. Architektur, Vermittlungsaktivitäten)

Kulturtourismus hat eine jahrhundertelange Tradition und geht auf die Reisen junger Adeliger in Europa zurück. Die urbanen Zentren Europas profitieren seit Jahren vom Trend zu Kulturreisen. Mit dem zunehmenden Bewusstsein für Ökologie und Nachhaltigkeit und einer damit einhergehenden ablehnenden Haltung zum Massentourismus **gewinnen nun partizipative Formen wie das Konzept des sog. Creative Tourismus an Bedeutung** – wie auch am Beispiel des Oststeirischen Kernlands bereits erfolgreich in die Wege geleitet. Welche weiteren Tourismustrends können für die ländlichen Räume in Zukunft relevant werden?

- **„Millenials“-Angebote**²³: Millenials sind die 18-30jährigen, die Reisen nach ihren Hauptinteressen ausrichten und häufig mit Freunden in Gruppen unterwegs sind
- **Individualismus mit Gemeinschaft**: Auch Horx in seiner Studie „Tourismus 2020“²⁴ analysiert die derzeitige Teenagergeneration: Nicht der Ort ist länger das Ziel, sondern der kommunikative Faktor, die lokale Gemeinschaft als zentraler Wert.
- **SeniorInnen** bleiben eine zentrale Zielgruppe des Tourismus, für die aber in der Regel eine sehr hohe Servicequalität entwickelt werden muss. Die Slow Food Ansätze in der Region Oststeirisches Kernland sind diesbezüglich sicherlich interessant.
- **Neue Formen von günstigem Tourismus**, wie Tauschplattformen im Internet (z. B. www.airbnb.com) für private Wohnungen, Häuser sowie lokale und überregionale Mitfahrgelegenheiten – Kontakt mit der lokalen Bevölkerung inclusive. Letzteres wird auch vom Global Greeters Network unterstützt.
- Technische Trends wie **Internetplattformen zur Selbstorganisation von Reisen und individuellem Packaging** sowie **gemeinsame Marken** zur besseren Sichtbarkeit auf den Märkten

7.2 EU Trends Kreativwirtschaft

Zahlreiche EU Initiativen für den Bereich der Kreativwirtschaft wurden in den letzten Jahren ins Leben gerufen. Sie adressieren einige der Hauptherausforderungen für kulturelle und kreativwirtschaftliche Unternehmen:

EU Politikinitiative	Kreativwirtschaftsprioritäten
Working Group of EU Member States Experts (OMC) on Cultural and Creative Industries ²⁵	<p>(1) Strategische Verwendung von EU Programmen, inclusive der EU Strukturfonds zur Nützung des Kulturpotenzials sowie der Kreativwirtschaft in der lokalen und regionalen Entwicklung.</p> <p>(2) Kultur- und Kreativwirtschaft Export- und Internationalisierungsstrategien</p>

²³ Amster, Robin: „Six travel trends to watch in 2014 & beyond“, Travel Market Report, November 2013

²⁴ Zukunftsinstitut: „Tourismus 2020 – die neuen Sehensuchtmärkte“, Februar 2006

	(3) Gute Praxis im Bereich der Finanzierung von Kultur- und Kreativwirtschafts-KMU
European Creative Industries Alliance inklusive policy learning platform ²⁶	<p>(1) Innovationsunterstützung (durch Vouchersysteme)</p> <p>(2) Zugang zu Finanzmitteln (neue Finanzierungsquellen inkl. Crowd Funding und Garantiefonds)</p> <p>(3) Vorzeigemodelle im Bereich von Clustern und Kooperationen (neue Ansätze des Clustermanagements sowie zur Optimierung sektorübergreifender Zusammenarbeit)</p> <p>(4) European Creative Districts (Unterstützung traditioneller Industrieregionen in ihrem Transformationsprozess zu einer nachhaltigen und innovativen Wirtschaft)</p>
European Design Innovation Initiative ²⁷	<p>(1) Nutzung des Designs für Nutzer-orientierte Innovation und diesbezügliche Politikentwicklung</p> <p>(2) Stakeholder (Firmen, Bildungssektor) in den Mitgliedsstaaten auf den Mehrwert von Design für Innovation aufmerksam machen</p>
Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU (Grünbuch)	<p>(1) Verändernde Qualifizierungsanforderungen ansprechen</p> <p>(2) Zugang zu Finanzmitteln verbessern</p> <p>(3) Ausweitung der Märkte mit neuen Partnerschaften und Geschäftsmodellen</p> <p>(4) Internationalisierung stärken</p> <p>(5) Sektor-übergreifende Zusammenarbeit stärken</p>
Action Plan for Design-Driven Innovation ²⁸	<p>(1) Verbesserung des Verständnisse für Design-Effekte im Bereich der Innovation (Evaluierungsmethoden, Anwendung von Designmethoden)</p> <p>(2) Verbreitung von Design-Innovation zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit Europas (KMU und Design, Ko-Design, Urheberrechte)</p> <p>(3) Verbreitung von Designmethoden zur Modernisierung des öffentlichen Sektors (Ausbildung, Servicedesign)</p> <p>(4) European Design Innovation Platform²⁹</p>

²⁵ http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/european-agenda-for-culture/involving-the-member-states_en.htm

²⁶ <http://www.howtogrow.eu/ecia/>

²⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm#h2-1 and <http://europeandesigninnovation.eu/>

²⁸ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380_en.pdf

²⁹ <http://www.designcouncil.org.uk/about-us/media-centre/design-council-announce-38-million-eu-fund-to-build-the-european-design-innovation-platform/>

Action Plan for Fashion and High-end Industries ³⁰	<p>Elf Schwerpunktthemen werden angesprochen:</p> <p>Kooperation zwischen Wirtschaft, Ausbildung und Weiterbildung (1), Junge Menschen gewinnen (2), Unterstützung für neue IKT Ansätze (3), Einsatz von Kreativität für Innovation (4), Clusterentwicklung (5), Kampf gegen Produktfälschung (6), KMU-Unterstützung für Internationalisierung (7), Verbesserung des Zugangs zu Finanzierung (8), Dialog mit Handelspartnern (9), Überprüfung eines Labels für Leder (10), Steigerung der Attraktivität Europas für TouristInnen (11)</p>
---	---

Quelle: eigene Übersicht nach INTERREG IVC capitalisation report on Creative Industries (derzeit noch unveröffentlicht)

Allen diesen Initiativen ist die europäische Perspektive gemein, die Besonderheiten von ländlichen Kreativwirtschaftsinitiativen spielen eine sehr untergeordnete Rolle und müssen für die Kreativwirtschaftsstrategie Oststeirisches Kernland spezifisch herausgearbeitet werden.

Auf Basis der bisherigen Schwerpunktsetzungen des Oststeirischen Kernlandes im Themenbereich Kreativwirtschaft sind besonders folgende EU-Initiativen von Interesse:

- ***European Creative Districts*** im Rahmen der European Creative Industries Alliance und somit der regionale Fokus auf die Kreativwirtschaft
- Action Plan for Design-Driven Innovation insbesondere in den Bereichen ***use design, co-design, capacity building und service design***
- Action Plan for Fashion and High-end Industries im Hinblick auf die ***Nachwuchsproblematik im (Kunst)Handwerk*** und auf die ***touristische Dimension dieser Kreativfelder***

7.3 Nationaler Schwerpunkt: Kreativwirtschaft in den Regionen

Der fünfte österreichische Kreativwirtschaft³¹ ist von besonderer Bedeutung für die Kreativwirtschaft in ländlichen Räumen, da er sich schwerpunktmäßig der Kreativwirtschaft als regionalem Faktor widmet. Im Rahmen der Studie, die 2013 publiziert wurde, wurde auch eine Typologie von kreativwirtschaftlichen Unternehmen nach regionalen Aspekten ausgearbeitet. 28% der befragten Kreativen sind Teil der Gruppe der ländlichen Kreativen in Österreich. Sie zeichnet eine starke regionale Verankerung aus und betrachten die Region als bedeutend für ihren Geschäftserfolg.

Ländliche Kreative³²

Merkmale	Charakterisierung
Urbanisierungsgrad (Bevölkerungsdichte des Unternehmensstandortes)	Mittel, gering

³⁰ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7148&tpa=170&tk=&lang=de

³¹ Creativ wirtschaft austria: „Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor“, Wien 2013, Seite 80 ff

³² Creativ wirtschaft austria: „Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor“, Wien 2013, Seite 90

Unternehmensgröße	Klein 60% Ein-Personen-Unternehmen (EPU) 40% mehr als € 100.000 Umsatz
Unternehmensphase	Wachstumsphase (35%) Reifephase (45%)
Wichtigste Branchen	Werbung (34%) Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit (22%) Software und Games (20%)
Merkmale	Regionale Verankerung
Bindung an den Unternehmensstandort	Geringe Bindung 70% können unabhängig arbeiten
Standortwahl	Sehr spontan
Wichtigste Gründe für Standortwahl	1) preiswerte Räumlichkeiten 2) Nähe zum Wohnort 3) Lebensqualität
Standortregion	Am häufigsten ident mit Heimatregion
Vernetzung	Leichte Überschneidung privater und beruflicher Netzwerke
Wichtigste unternehmerische Ziele	Neue KundInnengruppen Ergänzung Produkte/Dienstleistungen Kooperationen mit PartnerInnen im Leistungsverbund
Standortwechsel	14% planen Standortwechsel
Merkmale	Standortfaktoren
Standortfaktoren mit überdurchschnittlicher Wichtigkeit	Lebensqualität Regionale Verbundenheit
Unterdurchschnittliche Zufriedenheit mit Standortfaktoren	Weniger Zufriedenheit mit räumlicher Nähe zu Netzwerken und KooperationspartnerInnen, kreativen Gleichgesinnten, Verkehrsanbindung, öffentlichem Verkehrsnetz

Quelle: Eigene Tabelle auf Basis cwa (2013)

Spannend sind vor allem jene Bereiche, in denen sich die ländlichen Kreativen von den stärker urban orientierten Unternehmen unterscheiden: Bei den ländlichen Kreativen spielt der ursprüngliche Heimatort eine stärkere Rolle, wohingegen die anderen Kreativen ihre unternehmerische Tätigkeit eher am Ausbildungsort umsetzen. Nur 14% der ländlichen Kreativen planen einen Standortwechsel – das ist der niedrigste Wert aller Unternehmenstypen. Herausragend ist auch die regionale Verbundenheit der ländlichen Kreativen mit ihrer Region. ***Dieses Faktum birgt Potenzial für Projekte, die sich mit dem ländlichen Brain Drain und dem Halten von jungen Kreativen in den ländlichen Räumen beschäftigen. Interessant ist darüber hinaus die geringere Zufriedenheit mit dem räumlichen Angebot seitens urbaner Kreativer, das ihnen die städtischen Räume bieten. Diesbezüglich können die ländlichen Räume auch interessante (temporäre und dauerhafte) Angebote bieten.***

Die ergänzenden Bereiche der Kreativwirtschaft wie das Handwerk, die zusätzlich für das Oststeirische Kernland relevant sind, können aus der Erhebung der kreativ wirtschaft austria nicht generell abgeleitet werden. Die vorliegende Tabelle kann daher nur als eine mögliche Richtschnur (unter anderen) für die lokale Kreativwirtschaftsstrategie klassifiziert werden.

Im Rahmen des fünften österreichischen Kreativwirtschaftsberichts wurde die Region Oststeirisches Kernland anhand ihres Leuchtturm-Unternehmens KAPO untersucht. Die

folgenden Schlussfolgerungen sind von Relevanz für die Entwicklung einer lokalen Kreativwirtschaftsstrategie³³:

- **Die Kreativwirtschaft braucht im ländlichen Raum Anknüpfungspunkte wie regionale Leitbetriebe, die erkannt haben, wie wichtig Kreativität und Gestaltung sind**
- **Historische, regionale Stärkefelder mit Innovation und zeitgenössischer Gestaltung verknüpfen, um neue regionale Images / Marken zu schaffen oder zu stärken; so kann die Kreativwirtschaft dazu beitragen, den Strukturwandel zu bewältigen und traditionelle Industriezweige wieder attraktiver zu machen.**
- **Initiativen und Impulse (wie der NWW Design Award), die von regionalen Leitbetrieben für die Kreativwirtschaft kommen, sollen aufgegriffen und auf eine breite Basis gestellt werden**
- **Groß- und Mittelbetriebe der Sachgüterproduktion mit KMU der Kreativwirtschaft zusammenbringen, passende Formate für Kooperation finden (z. B. Designers in Residence, kuratierte Zusammenarbeit wie bei der Vienna Design Week, Speed Dating, ...)**

7.4 Regionale Trends Kreativwirtschaft

In der Steiermark sind die Creative Industries Styria (CIS) – eine regionale Dachorganisation und Kreativcluster – für die Unterstützung der steirischen Kreativwirtschaftsunternehmen zuständig. Die CIS setzt derzeit folgende Schwerpunkte und Hauptprojekte – die meisten mit einem starken Designfokus – um:

CIS-Schwerpunkte (Auswahl)	Beschreibung
Designmonat Graz	Der Designmonat Graz bietet über 30 Tage regionale und überregionale Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft Steiermark. Kooperation und Vernetzung sind diesbezüglich zentral.
Erlebniswelt Wirtschaft	Das Projekt „Erlebniswelt Wirtschaft – made in Styria“ öffnet Betriebe und macht sie zu gläsernen Fabriken. Innovative Gestaltungs- und Vermittlungskonzepte machen den Besuch zum Erlebnis.
designforum Steiermark	Im Kunsthhaus Graz haben DesignerInnen eine moderne Präsentationfläche gefunden, das als Dialog-, Kompetenz- und Vermittlungszentrum dient. Es wird auch ein Designshop betrieben.
Designers in Residence	Das Ziel des Programms ist es, DesignerInnen und Unternehmen zusammenzubringen. Unternehmen – vor allem Klein- und Mittelbetriebe sollen verstärkt auf professionelles Design zurückgreifen.
Graz – UNESCO City of Design	Graz nimmt aktiv am weltweiten Netzwerk der UNESCO Cities of Design teil. Die Städte sind Beijing (China), Berlin (Deutschland), Buenos Aires (Argentinien), Montréal (Kanada), Kobe (Japan), Nagoya (Japan), Shenzhen (China), Shanghai (China), Seoul (Korea), St. Etienne (Frankreich).

Quelle: www.cis.at (Stand: März 2014)

³³ *Creativ wirtschaft austria: „Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor“, Wien 2013, Seite 104*

Im Rahmen eines Stakeholder-Interviews mit dem Geschäftsführer der Creative Industries Styria wurden folgende Kooperationsfelder zwischen der CIS und der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland identifiziert:

- **Die CIS plant die verstärkte Kooperation mit der Kreativwirtschaft in den ländlichen Regionen der Steiermark, und zwar unter aktiver Einbindung von lokalen Partnern**
- **Lokale Integration der Kreativen in den ländlichen Regionen wird ein wichtiger Arbeitsbereich sein**
- **Ein Mittel zur Erreichung dieses Ziels sind Kooperationen, die DesignerInnen, ProduzentInnen und VerkäuferInnen umfassen (wie beispielsweise die italienische Initiative in Feltre; <http://manufacti.it>).**
- **Außerdem könnten diesbezüglich auch internationale Wettbewerbe initiiert werden (wie beispielsweise „Handwerk + Form“ des werkraums Bregenzerwald; <http://werkraum.at>).**
- **Konkrete Anknüpfungspunkte für die ländlichen Regionen gibt es darüber hinaus mit dem CIS-Programm „Designers in Residence“**

7.5 Vorauswahl von Kreativwirtschaftspotenzialen für das Oststeirische Kernland

Das Oststeirische Kernland verfügt bereits über mehrjährige Anstrengungen und Schwerpunktsetzungen im Bereich Kreativwirtschaft. Die neue Kreativwirtschaftsstrategie soll auf Bewährtem aufbauen und zielgerichtet neue Entwicklungselemente ergänzen. In einem ersten Schritt werden deshalb thematische kreativwirtschaftliche Schwerpunktsetzungen der Region in Beziehung zu den globalen und regionalen Kreativwirtschaftstrends (mit besonderer Relevanz für die ländlichen Räume) in Beziehung gesetzt:

Kreativwirtschaftspotenziale Oststeirisches Kernland 2020

Schwerpunkthemen der Region	Unternehmensnetzwerke und Kooperationen (Kreative Lehrlingswelten, CultTrips, ETZ, KAPO)	Kunst und Diskurs im Kontext von Zeitkultur und Regionalentwicklung (Ten Days, Symposium)	Sektor-spezifischer Schwerpunkt: Architektur und Baukultur	Creative Tourism (CultTrips)
Kreativwirtschaft-Trends				
Innovation innerhalb der Kreativwirtschaft: neue Geschäftsmodelle, neue Innovationsmotoren (Design, IKT, Wissenschaft)	Stark, z. B. KAPO	Stark, z. B. Symposium mit der Wissenschaft	Leicht, z. B. geplanter Gestaltungsbeitrag	n. a.
Kreativwirtschaftliche Innovationen in Branchen außerhalb der Kreativwirtschaft (Spill-over)				Stark, durch die neu ausgearbeiteten kreativen Angebotspackages
Partizipation der KonsumentInnen und KundInnen (Crowd Funding, Crowd Sourcing, Co-Design, User-Centred Design, Gläserne Fabriken,		Stark, z. B. Symposium mit fächerübergreifendem Design-Thinking - Ansatz	Leicht, z. B. durch geplante Einbindung der BürgerInnen in Gestaltungsfragen	Leicht, z.B. Projekt im Rahmen CultTrips wird "vermutlich" eine gläserne Fabrik entstehen.

Design Thinking ..)				
Internationalisierung und neue Märkte für die Kreativwirtschaft (Export durch Tourismus, Kooperationen mit Mittelstand)	Stark, z. B. durch grenzüberschreitendes ETZ-Projekt und KAPO, CultTrips	Leicht, z. B. wenn die Ten Days auch internationale TeilnehmerInnen an Residencies einbinden würden		Leicht, z. B. wenn internationale Märkte mit den kreativen Packages gezielt angesprochen werden würden
Möglichkeitenräume (Leerstände, Netzwerkknoten, Begegnungszonen, Community Building)				Leicht, da das Büro am Thema Leerstände Interesse hat
Dezentralisierung der Kreativwirtschaft (Regionen, ländliche Gebiete, Creative Districts)	Stark, da das Kernland eine ländliche Region ist	Stark, da das Kernland eine ländliche Region ist	Stark, da das Kernland eine ländliche Region ist	Stark, da das Kernland eine ländliche Region ist
(Kunst)Handwerk-Trends				
Einzigartigkeit statt Massenfertigung („handgemacht“, lokale soziale Verankerung und Beschäftigung, lokale Rohstoffe)	Leicht, z. B. da beim lokalen Handwerk grundsätzlich Interesse an diesem Thema besteht		Leicht, da z. B. die Architekturszene zunehmend auf lokales Handwerk zurückgreift	Mittel, falls z. B. solche Angebotspackages in der Oststeiermark angeboten werden
Innovation durch neue Informationstechnologien (auch aus der Kreativwirtschaft: Softwareentwicklung, Architektur: digitale Modelle)				
Ökologisierung des Handwerks (Energieeffizienz, fairer Handel, ökologische Materialien)	Stark, z. B. regionaler Rohstoff Holz bei KAPO als strategische Entscheidung		Leicht, da z. B. die ArchitektInnen vermehrt auf regionale Rohstoffe zurückgreifen	
Nachwuchs zur Sicherung des Know-Hows und der Produktion in Europa sowie Brain Gain	Stark (Kreative Lehrlingswelten: Container, Kooperation mit lokalen Bildungseinrichtungen)			
Tourismus-Trends				
Creative Tourism (partizipatives und nachhaltiges Reisen statt Massentourismus)		Stark (z. B. durch die Residencies im Rahmen von Ten Days und das Symposium)		Stark (CultTrips)
Tourismus-Innovation durch Kreativität, IKT (auch mit der Kreativwirtschaft: Architektur, Vermittlung, ...)				
Individualismus neu (Interessenorientiert, glokale Gemeinschaften, Tauschplattformen)				Mittel, z. B. durch die in Vorbereitung befindliche Beteiligung am Global Greeters Network
SeniorInnen (als zahlreiche und kaufkräftige Gruppe mit hohen Ansprüchen)				

Quelle: Eigene Tabelle

Zur Beurteilung der lokalen Potentiale wurden die regionalen Schwerpunkte und ihr Beitrag zu den Trends kategorisiert:

Ohne Farbe = keine unmittelbare Aktivität zu diesem Trend in der Region

Hellblau = leichter Bezug zum Trend in der Region (z. B. lokales Interesse zum Thema)

Dunkelblau = mittelstarker Bezug zum Trend in der Region (z. B. Projekt in Vorbereitung)

Rot = starker Bezug zum Trend in der Region (z. B. Projekt in Umsetzung oder bereits abgeschlossen)

Der Querschnittstrend „Dezentralisierung der Kreativwirtschaft“ trifft ins Zentrum aller diesbezüglichen Anstrengungen im Oststeirischen Kernland und kann als zentraler Angelpunkt auch für künftige Maßnahmen herangezogen werden. Das diesbezügliche europäische und nationale Umfeld ist günstig und erlaubt gute Perspektiven zur Projektumsetzung. Zur Ausgestaltung der lokalen Kreativwirtschaftsstrategie empfiehlt sich zudem die Fokussierung auf folgende aktuelle Schwerpunktthemen der Kreativwirtschaft (Potenziale):

- ***Innovation in der Kreativwirtschaft – neue Geschäftsmodelle und neue Innovationsmotoren (1)***
- ***Kreativwirtschaftliche Innovationen in Branchen außerhalb der Kreativwirtschaft (2)***
- ***Partizipation der KonsumentInnen und KundInnen (3)***
- ***Internationalisierung (4) und transnationale Zusammenarbeit***
- ***Möglichkeitenräume (5)***
- ***Einzigartigkeit statt Massenfertigung (6)***
- ***Ökologisierung des Handwerks (7)***
- ***Nachwuchs zur Sicherung des Know-Hows und der Produktion in Europa (8)***
- ***Creative Tourism (9)***

7. SWOT-Analyse

Interne Faktoren sind Stärken und Schwächen der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland und können von der Region selbst beeinflusst werden. Chancen und Risiken für die Kreativwirtschaft müssen als externe Faktoren berücksichtigt werden. Die Region kann nur darauf reagieren, sie aber nicht aktiv beeinflussen³⁴.

Die SWOT Analyse für die Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland wurde primär auf Basis der Regionsanalyse sowie der Trends Kreativwirtschaft erstellt. Im Rahmen des Stakeholder-Workshops wurden die lokale Perspektive sowie der Bottom-Up-Ansatz in die SWOT eingearbeitet, um die Ergebnisse für einen zielgerichteten Maßnahmenkatalog weiter zu verfeinern.

7.1 Stärken der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland (Strengths, intern)

Auf Basis der systematischen Analyse verfügt das Oststeirische Kernland über zahlreiche Stärken für die Entwicklung eines Kreativwirtschaftsschwerpunktes:

- **Die regionalwirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft ist überdurchschnittlich** für eine ländlich geprägte Region und erreicht in zahlreichen Gemeinden des Kernlandes einen Anteil von über 7,5% bzw. über 10% an der lokalen Wirtschaft. 7,5 % sind der Steiermark-Durchschnitt.
- **Die lokale Basis wird durch überregional wichtige Leuchtturbetriebe, wie die Firma KAPO verstärkt.** Dies spiegelt die Empfehlungen des Fünften Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts wider „Die Kreativwirtschaft braucht im ländlichen Raum Anknüpfungspunkte wie regionale Leitbetriebe, die erkannt haben, wie wichtig Kreativität und Gestaltung sind.“
- Spezifische thematische Stärken der Region sind **das starke regionale Handwerk sowie die Kunst- und Kulturszene.** Die **Slow-Bewegung** trägt weiter zur Positionierung des Oststeirischen Kernlandes bei. **Baukultur** ist ein im Aufbau befindlicher Schwerpunkt, der das Potenzial einer großen Sichtbarkeit hat.
- **Wichtig für die Kreativwirtschaft sind Netzwerke:** Die Region hat sich in den vergangenen Jahren systematisch mit überregionalen Kreativwirtschaftsinitiativen sowie mit den österreichischen und steirischen Stakeholdern vernetzt und eine solide Basis für konkrete Zusammenarbeit aufgebaut. Transnationale Projektkooperationen (wie CultTrips und ETZ „Kreative Wertschöpfungskette“) verstärken diese Netzwerke und tragen zum Know-How-Transfer ins Kernland bei.
- Schwerpunktthemen der lokalen Betriebe wie die Einbindung von geeignetem Lehrlingsnachwuchs wurden aufgegriffen: Der Ansatz der überbetrieblichen, gemeinsamen Ausarbeitung von Werkboxen hat die lokalen

³⁴ Suske, Wolfgang: „Die SWOT“, Präsentation anlässlich eines Trainings für Leader-Regionen zur strategischen Planung, Jänner 2013

Unternehmensnetzwerke gestärkt und die Zusammenarbeit mit dem lokalen Bildungssektor intensiviert.

- **Innovation braucht Inspiration und Kreativität:** Das Oststeirische Kernland hat (z. B. durch die Symposien) **erste Design-Thinking-Ansätze entwickelt.**

Seitens der lokalen Stakeholder wurden vor allem folgende Stärken identifiziert:

Stärken der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland (Stakeholder Perspektive)	
Thematische Stärken	Baukultur sowie qualitativ hochwertiger Umgang mit der (historischen) Bausubstanz und große Anzahl an baukulturell wertvollen Objekten Starkes regionales Handwerk und Handwerksbetriebe mit Know-How im Bereich der Revitalisierung (evtl. auch SeniorInnen-gerecht) Lokale Kunstszene, die unübliche Orte bespielt Vielfalt der Region und der landwirtschaftlichen Produkte, Gastronomie
Organisatorische Stärken	Haltung als Gastgeber seitens der Betriebe und der Bevölkerung (positive Offenheit gegenüber den Gästen) Freiraum (Verfügbarkeit von Raum und Zeit) Überschaubare Netzwerke, Austausch und vertrauensvoller Umgang Handschlagsqualität der lokalen Akteure Bestehende und aktive Kunst- und Kulturinitiativen Ein Mix von kleinstrukturierten aufgeschlossenen Anbietern und größeren KMU Erfolgreicher Aufbau größerer Organisationseinheiten im Tourismus
Finanzielle Stärken	Ein krisenresistentes Netz von großen und kleinen Betrieben (kleinstrukturiert und Leitbetriebe) Regionale Banken und KMU als Partner Gemeindestrukturenreform mit geplantem Gemeindefonds Tauschgeschäfte (lokal, im persönlichen Netzwerk)

7.2 Schwächen der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland (Weaknesses, intern)

Schwachpunkte der Kreativwirtschaft im Kernland sind auf Basis der Regionsanalyse:

- Die geringe **Einbindung der lokalen Leuchtturmunternehmen in die praktische Umsetzung** der kreativwirtschaftlichen Referenzprojekte der Region
- Die **dauerhafte überbetriebliche Zusammenarbeit** der lokalen Unternehmensnetzwerke (Handwerk, Creative Tourismus) außerhalb einer Gesamtkoordination durch das örtliche Büro und damit die nachhaltige Verankerung der bestehenden informellen Netzwerke (Handwerksbetriebe, Creative Tourism Anbieter, lokale Kreativwirtschaft und lokale Leuchtturmbetriebe ...)
- Die **Konzentration auf sehr wenige Bildungseinrichtungen** (Neue Mittelschule Anger) zur Verankerung der "Kreative Lehrlingswelten" im Oststeirischen Kernland
- Die lokale Beteiligung und Vernetzung mit Stakeholdern und Bildungseinrichtungen für die nachhaltige Verankerung der Zeitkultur-Symposien in der Region und damit

der diesbezüglichen Impulswirkungen für die Region sowie die **stärkere Nutzung des Design-Thinking-Ansatz für konkrete regional(wirtschaftlich)e Vorhaben**

- **Nutzung von vorhandenen leerstehenden Gebäuden** für die Kreativwirtschaft (z. B. auch für Plattformen lokale Netzwerke) und für den Creative Tourism
- **Die Förderung von Spill-Over Effekten aus der Kreativwirtschaft für andere Branchen** als den lokalen Tourismus (z. B. den öffentlichen Bildungssektor, Sektor-übergreifende Kooperationen)
- Breite überregionale **Vernetzung** im Kernland zum **Thema Baukultur**, und
- Fehlende **Anknüpfungspunkte**, aus denen sich dann eine **lokale Community bilden** kann

Schwächen der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland (Stakeholder Perspektive)	
Thematische Schwächen	Mangelnde Verankerung der Gestaltungsbeiräte in den lokalen Leitbildern Regionale Baustoffe werden zu wenig genutzt Fehlende Veredelung der Rohstoffe Niedergang der Einkaufsstadt Hartberg
Organisatorische Schwächen	Mangelnde Sichtbarkeit der Region / regionaler Aktivitäten, zu wenig Öffentlichkeitsarbeit Zu wenig regionale Player (z. B. Planer) Zu wenig Gestaltungsbeiräte und mangelnde Kommunikation des Mehrwertes von solchen Gremien (Gefühl der Bevormundung) Zu wenig Referenzprojekte Zu wenig Infrastruktur (z. B. Glasfaserkabel, Öffentlicher Verkehr) Mangel an qualitativ hochwertigen Kreativarbeitskräften Fehlende überparteiliche Netzwerke Zu wenig Vernetzung zwischen Handwerk und Tourismus Manche Kreative mit wenig Neigung zur Kooperation Kein Leerstandsmanagement (Datenbank) Ungeklärte Nachfolgesituation in zahlreichen Tourismusbetrieben Mangelnde Identifikation mit den Tourismusverbänden Langsamkeit als Problemfeld einer anderen Zeitkultur
Finanzielle Schwächen	Zu viele Einzelkämpfer auf finanzieller Ebene Keine Bereitschaft für Planung und Gestaltung zu bezahlen (Baukultur und Kreativwirtschaft generell) Mangelnde Messbarkeit der Kreativleistungen wirken sich negativ auf Investoren und Förderer aus Keine ausreichende Attraktivität für Investoren Zu wenig Förderinstrumente

7.3 Chancen für die Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland (Opportunities; extern)

Chancen und Potentiale der Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland sind systematisch aus Kapitel 1 durch das Zusammenführen der Analyse der regionalentwicklerischen

Rahmenbedingungen, der lokalen Kreativwirtschaft, von Kreativwirtschaftstrends für den ländlichen Raum mit Projektschwerpunkten aus der Region ausgearbeitet worden. Außerdem wurden die Chancen im Rahmen des Stakeholder-Workshops zur Diskussion gestellt.

- Lokale, Steiermark-weite sowie nationale und EU-weite Referenzdokumente und Leitbilder integrieren die **Kreativwirtschaft als einen Bereich mit Zukunftspotenzial**. Neben der Europa 2020-Strategie weist auch das Programm für die ländliche Entwicklung Ansatzpunkte mit Kreativwirtschaftsrelevanz auf (lokale Wertschöpfung, überbetriebliche Vernetzung, lokale Partizipation). Die Kreativwirtschaft im ländlichen Raum rückt Europa-weit zunehmend in den Fokus. Das **Oststeirische Kernland ist Österreich-weit diesbezüglich ein Vorreiter und hat das Potenzial sich diesbezüglich weiter zu positionieren**.
- **Die Kooperationsbereitschaft und die thematischen Schwerpunktsetzungen der Creative Industries Styria** begünstigen die Weiterentwicklung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland.
- **Die räumliche Nähe zu Graz und Wien** – kann auf den ersten Blick als Gefahr für die Entwicklung der Kreativwirtschaft im Kernland betrachtet werden (Stichwort: Abwanderung). Erfolgsmodelle anderer ländlicher Regionen in Europa zeigen aber auf, dass diese räumliche Nähe – **durch den Aufbau von Kooperationen – in einen entscheidenden Standortvorteil für Kreativwirtschaft umgewandelt** werden kann. Der ländliche Raum bietet sich darüber hinaus an, jene Kreativen anzusprechen, die mit ihrer räumlichen Situation (zu wenig oder zu teurer Platz) in der Stadt nicht zufrieden sind.
- **Räume für Kreativität, Experiment und Erlebnis** – Gentrification ist der Prozess einer Aufwertung von Räumen, der durch ein Verdrängen der ursprünglichen (häufig ökonomisch weniger gut ausgestatteten) Bevölkerung. Ländliche Möglichkeitenräume könnten positive Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen ohne die negativen Auswirkung aus dem urbanen Kontext zu reproduzieren.
- **Innovation in der Kreativwirtschaft – neue Geschäftsmodelle und neue Innovationsmotoren**: Fortsetzung und Vertiefung der bisherigen Anstrengungen wie dem Modell Artists/Designers in Residence z. B. auch verstärkt im Hinblick auf die Einbindung der Wissenschaft („WissenschaftlerInnen in Residence“?)
- **Kreativwirtschaftliche Innovationen in Branchen außerhalb der Kreativwirtschaft**: Weiterentwicklung z. B. jener kreativen Angebote, die im Rahmen des CultTrips-Projekts entwickelt und identifiziert wurden sowie Ergänzung von neuen Ansätzen (z. B. Leerstände, innovative Gebäudenutzung und –adaptierung im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft wie ArchitektInnen, DesignerInnen, etc.)
- **Partizipation der KonsumentInnen und KundInnen**: starker vertiefter Fokus aufbauend auf ersten diesbezüglichen Ansätzen (Crowdsourcing, gläserne Handwerksbetriebe)
- **Internationalisierung**: Weitere Zusammenarbeit im Rahmen des CultTrips-Projekts bzw. anderer transnationaler Vorhaben (z. B. auch unter Einbindung des lokalen Handwerks und der lokalen Leuchtturmbetriebe)
- **Möglichkeitenräume**: Ist eines der Hauptprobleme der Kreativen im ländlichen Raum. Dies betrifft sowohl Innovationen im lokalen Tourismus als auch die stärkere

Verankerung der bestehenden Unternehmensnetzwerke inkl. Räume für Interaktions- und Kommunikationsformate (lokal, überregional).

- **Einzigartigkeit statt Massenfertigung:** als Label für die Region aufbauen und nach innen mit Kooperationsprojekten füllen, passt auch zu Slow Bewegung und zu ökologischem Schwerpunkt
- **Ökologisierung des Handwerks:** verstärken und Kooperation mit der Architektur und dem Design in diesem Feld aufbauen (vgl. Vorarlberg – Weißtanne) sowie insgesamt Ökologisierung der lokalen Kreativwirtschaft (green events, fair trade oder lokale kreativwirtschaftliche Produkte und Services.
- **Nachwuchs zur Sicherung des Know-Hows und der Produktion in Europa:** Vertiefung und Weiterentwicklung der "Kreative Lehrlingswelten" bzw. durch das Aufgreifen von neuen Trends im sog. generationenübergreifenden Lernen
- **Partizipativer Tourismus:** Weiter umsetzen und durch eine bessere Kooperation mit der Kreativwirtschaft, Handwerk und Kulturszene der Region vertiefend verankern

7.4 Risiken für die Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland (Threats; extern)

Risiken – als Ergebnis der Potentialanalyse inklusive dem Austausch mit der Stakeholder-Gruppe - für die erfolgreiche Umsetzung einer Kreativwirtschaftsstrategie Oststeirisches Kernland sind:

- **High-Speed-und Low-Cost-Konsumgesellschaft:** Wenn Mehrtagesaufenthalte in einer Region nicht mehr als Euro 100 kosten sollen, dann können kreative und partizipative Angebote nicht mehr umgesetzt werden.
- **Verlust des Alleinstellungsmerkmals „Kreativwirtschaft im ländlichen Raum“ durch Followers** ist nur eingeschränkt relevant, da die Kreativwirtschaft – nachhaltig umgesetzt - zum großen regionalen Mehrwert der Authentizität beitragen kann.
- **Brain drain:** Die ländlichen Regionen sind von der Abwanderung von jungen und kreativen Menschen betroffen. Dem Oststeirischen Kernland gelingt es aber seit Jahren seine Bevölkerung insgesamt konstant zu halten.

- Kreativwirtschaftliche Potenziale können häufig nur durch Sektor-übergreifende Zusammenarbeit maximal ausgeschöpft werden. Die **Fördersystematik und – praxis** erschwert die Finanzierung und somit die Umsetzung von solchen Kooperationsvorhaben. (Risikominimierungsstrategie: langfristiges Planen, laufender Kontakt mit den Förderstellen, strategische Kooperation mit überregionalen Stakeholdern wie der CIS, Kleinprojektförderung aus Leader nützen)

7.5 SWOT-Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland – Schlussfolgerungen

Die zentralen Ergebnisse der SWOT-Analyse für den Bereich Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland können wie folgt dargestellt werden:

Stärken (beeinflussbar von der Region)	Schwächen (beeinflussbar von der Region)
<p>Überdurchschnittliche regionalwirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland (guter Mix aus Leuchtturmbetrieben, KMU und kleineren Anbietern)</p> <p>(Überregionale) Vernetzung (im Aufbau befindliche Netzwerke, Know-How-Transfer in die Region durch transnationale Projektpartner, Erfolgreicher Aufbau größerer Organisationseinheiten im Tourismus, Regionale Banken und KMU als Finanzierungspartner)</p> <p>Baukultur (starkes Stakeholder-Engagement, große Anzahl von baukulturell wertvollen Objekten und verfügbaren Leerständen, starkes regionales Handwerk für den Bereich der Revitalisierung, regionale Kulturinitiativen, die Leerstände bereits bespielen)</p> <p>Menschliche Qualitäten (Verfügbarkeit von Zeit, überschaubare und zugängliche Netzwerke, Haltung als Gastgeber seitens der Bevölkerung und der Betriebe, Handschlagsqualität, Kunst- und Kulturinteresse, Vertrauen und Tauschgeschäfte im persönlichen Netzwerk)</p> <p>Vielfältige Region (landwirtschaftliche Produkte, Gastronomie, Baukultur, Design-Thinking inkl. sektorübergreifender und philosophischer Auseinandersetzung mit dem Kernland und dem ländlichen Raum)</p>	<p>Vernetzungsschwächen (mit lokalen Leuchtturmunternehmen, überparteiliche Netzwerke für Unternehmen, Vernetzung Handwerk und Kreative, Baukultur in Leitbildern und Gestaltungsbeiräte, Kooperationsneigung von manchen Kreativen, Community Building, vertiefende Verankerung der kreativen Lehrlingswelten in den lokalen Bildungseinrichtungen, lokale Einbindung in Zeitkultur-Symposium, zentrale Rolle des Büros zur Netzwerkkoordination)</p> <p>Raum- und Infrastrukturproblemfelder (mangelnde Nutzung von Leerständen und Objekten, Glasfaserkabel, öffentlicher Verkehr)</p> <p>Defizite im Bereich der Human Resources (Dichte regionaler Player und qualitativ hochwertiger Kreativkräfte, Nachfolge in Tourismusbetrieben, Einzelkämpfertum, zu wenig Investoren)</p> <p>Nutzung regionaler Baustoffe und Rohstoffe (bessere Veredelung von lokalen Produkten)</p>
Chancen (externe Faktoren)	Risiken (externe Faktoren)
<p>Günstiges überregionales Kreativwirtschaftsumfeld (Kreativwirtschaft als anerkanntes Zukunftsfeld auf europäischer, nationaler und steirischer Ebene; Kooperationsbereitschaft der Creative Industries Styria mit den ländlichen Räumen in der Steiermark)</p> <p>Raumbezogene Chancen (Räumliche Nähe zu Graz und Wien; Referenzpraktiken zu Leerstandsmanagement; partizipativer Tourismus)</p> <p>Kreativwirtschaft als Innovationsmotor (Designers in Residence, neue Räume für Kreativität, Experiment, Erlebnis)</p> <p>Trend zu Einzigartigkeit und Ökologisierung statt Massenfertigung mit Potentialen für Handwerk, Kreativunternehmen und Tourismus (u. a. Sicherung der Handwerkskunst in Europa als ein Thema auf EU-Ebene)</p> <p>Partizipation und aktivere Rolle der KonsumentInnen / KundInnen (Co-Creation, Co-</p>	<p>High-Speed und Low-Cost-Konsumgesellschaft mit Gefährdungspotenzial von kreativen und partizipativen Regionsentwicklungs-modellen</p> <p>Verlust des Alleinstellungsmerkmals als kreativwirtschaftlich orientierte Region</p> <p>Brain drain und generell ein Trend zu den urbanen Räumen</p> <p>Fördersystematik und -praxis</p>

Design, Einbindung der KonsumentInnen, partizipativer Tourismus)	
--	--

8. Ziele

8.1 Zielsetzungen der Kreativwirtschaft Oststeiermark

Ziele der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland sollen primäre die Überwindung der identifizierten Schwächen sein sowie die Nutzung von Chancen ansprechen:

Ziel 1: Stärkung der Kooperationskultur in der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland als ein zentraler Mehrwert aus der Zusammenarbeit der Gemeinden im Leader-Programm zur Bildung von Synergien und zur Überwindung der identifizierten Schwächen in den Bereichen Vernetzung und Human Resources

Ziel 2: Innovation der und mit der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland insbesondere in den thematischen Feldern Baukultur, partizipativer Tourismus sowie der besseren Nutzung der Regionsvielfalt (Objekte, Produkte, regionale Rohstoffe)

Ziel 3: Ökologisierung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland in Rahmen einer weiten Begriffsbestimmung, die die regionale Vielfalt schützt, die menschlichen Qualitäten aufwertet und zu einer nachhaltigen Nutzung der regionalen Ressourcen führt (Baukultur, Leerstände, soziale Interaktion)

8.2 Angestrebte Resultate

Folgende Resultate werden für die drei Ziele zur Stärkung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland erwartet:

Zielsetzung	Erwartete Resultate (per 2023)
Stärkung der Kooperationskultur	Etablierung von drei Netzwerken im Bereich der Kreativwirtschaft mit nachhaltigen Strukturen im Oststeirischen Kernland (organisatorisch und finanziell)
Innovation mit der Kreativwirtschaft	Umsetzung von drei Referenzprojekten in den thematischen Feldern Baukultur, partizipativer Tourismus und Regionsvielfalt (überregionales Benchmarking, Anerkennung in der Fachwelt, Pressespiegel)
Ökologisierung der Kreativwirtschaft	Stärkung des sozialen Zusammenhalts in der Region durch die aktive Einbindung neuer Akteure in die ökologische Regionsentwicklung (Mindestens 10 neue Akteure, Kernzonen attraktivieren)

8.3 Erfolgsindikatoren (messbare Zielvorgaben)

Folgende Indikatoren wurden aus den Zielvorgaben und den erwarteten Resultaten der Umsetzung des Kreativwirtschaftsschwerpunkts im Oststeirischen Kernland entwickelt. Sie entsprechen den Evaluierungsgrundprinzipien der Europäischen Union sowie der Empfehlung mit wenigen, aber aussagekräftigen Parametern, den Erfolg von Maßnahmen zu messen.

Indikatoren zur Erfolgsmessung			
Indikator	Definition	Datenerfassung Methode (2016 – 2020 – 2023)	Datenerfassung Verantwortliche
Steigerung des Vernetzungsgrades in der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland	Anzahl von Stakeholdern der lokalen Kreativwirtschaft in Netzwerken	Analyse der Anzahl von Teilnehmer-Innen in Aktivitäten, die von diesen Netzwerken durchgeführt wurden	Verein
Neue Services im Themenfeld Baukultur im Oststeirischen Kernland	Anzahl der operativen Gestaltungsbeiräte oder ähnlicher Beratungsgremien	Analyse der Arbeit der Gestaltungs-beiräte / Gremien (Evaluierung mit Fachleuten, Bauherren und Gemeinden)	Verein mit externer Unterstützung
Neue Produkte und Services im Bereich des partizipativen Tourismus im Oststeirischen Kernland	Anzahl der neuen Produkte und Services sowie ihre Marktrelevanz	Analyse der Produkte und Services inkl. der Nachfrage-entwicklung	Verein
Neue Produkte und Services im Bereich der Regionsvielfalt (genützte Leerstände, neue „Gläserne KMU“)	Anzahl der neuen Produkte und Services sowie ihre Nutzung	Analyse der Produkte und Services inkl. der Nutzungsintensität (Evaluierung)	Verein mit externer Unterstützung
Neue Aktivitäten in den Zentren der Dörfer des Oststeirischen Kernlandes	Anzahl der neuen Aktivitäten in den Zentren sowie ihre Nutzung	Analyse der neuen Aktivitäten und der neuen Akteure inkl. der Nutzungs-intensität (Evaluierung)	Verein mit externer Unterstützung

9. Strategie (Strategische Leitlinien)

9.1 Beschreibung der Strategie

Die angestrebten Ziele und Resultate sollen mittels folgender Strategien erreicht werden. Für jede der drei Zielsetzungen Kreativwirtschaft ist eine eigene Strategie im Kontext der SWOT, der Zielsetzungen sowie der angestrebten Resultate übersichtlich dargestellt.

Strategie KOOPERATIONSKULTUR	
SWOT	Die Vernetzung der Kreativwirtschaftsakteure im Oststeirischen Kernland wurde in den letzten Jahren seitens der Verein aufgebaut, braucht aber noch vermehrte Anstrengungen im Hinblick auf dauerhafte Strukturen (überparteilich, finanziell und organisatorisch stabil). Außerdem bestehen Defizite im Bereich der Humanressourcen, die durch Zusammenarbeit entschärft werden können. Steirermark-weite und überregionale Vernetzung sollen außerdem weiter gestärkt werden, um von bestehendem Know-How im Bereich Kreativwirtschaft bestmöglich profitieren zu können.
Zielsetzung	Stärkung der Kooperationskultur in der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland als ein zentraler Mehrwert aus der Zusammenarbeit der Gemeinden im Leader-Programm zur Bildung von Synergien und zur Überwindung der identifizierten Schwächen in den Bereichen Vernetzung und Human Resources
Angestrebte Resultate	Etablierung von 3 dauerhaften kreativwirtschaftlichen Netzwerken im Oststeirischen Kernland
Strategische Umsetzungsschritte	Das Büro ist Motor der Vernetzung von kreativwirtschaftlichen Akteuren und greift diesbezügliche Initiativen lokaler Stakeholder auf. In strategischen Feldern der Kreativwirtschaft (Baukultur, Handwerk, partizipativer Tourismus) wird das Büro selbst initiiierend tätig. Der Verein bietet fachliche Unterstützung zur Etablierung von längerfristigen und überparteilichen Strukturen an, die von regionalen Akteuren organisatorisch und finanziell getragen werden. Veranstaltungen zur Einbindung lokaler und überregionaler Kreativwirtschaftsakteure – wenn möglich im Kontext von lokalen Leerständen – werden vom Verein organisiert. Sie dienen dem Know-How-Transfer sowie der Vernetzung nach innen und nach außen.

Strategie INNOVATION	
SWOT	Vorhandene Räume sind nicht ausreichend genützt und haben das Potenzial mit neuem Leben im Kontext der starken Initiative Baukultur und des partizipativen Tourismus gefüllt zu werden. Die Nutzung von regionalen Bau- und Rohstoffen ist mangelhaft und kann mithilfe der regionalen Kreativwirtschaft / Handwerk einen neuen Innovationsmotor für die Region darstellen. Die menschlichen Qualitäten der Region stellen eine ausbaufähige Stärke im Hinblick auf den partizipativen Tourismus und die intensivere Nutzung der Kreativwirtschafts-potenziale dar.
Zielsetzung	Innovation der und mit der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland insbesondere in den thematischen

	Feldern Baukultur, partizipativer Tourismus sowie der besseren Nutzung der Regionsvielfalt (Objekte, Produkte, regionale Rohstoffe)
Angestrebte Resultate	Umsetzung von drei Referenzprojekten in den thematischen Feldern Baukultur, partizipativer Tourismus und Regionsvielfalt (überregionales Benchmarking, Anerkennung in der Fachwelt, Pressespiegel)
Strategische Umsetzungsschritte	Der Bereich des partizipativen Tourismus sowie der Ankurbelung des lokalen Konsums sollen über die stärkere Integration von Kreativwirtschaft und lokalen KMU sowie Klein- und Kleinstunternehmen erfolgen. Innovative neue Angebote (Gläserne KMU, Leerstandsnutzung, Pop-Up-Geschäfte, Designers in Residence) werden entwickelt, bieten neue Zugänge für die lokale Bevölkerung sowie Gäste in der Region. Das Büro bietet systematische Unterstützung beim Aufbau dieser neuen Angebote, der diesbezüglich notwendigen Vernetzung sowie bei der Etablierung von finanziell und organisatorisch unabhängigen Trägerstrukturen zur dauerhaften Verankerung der neuen Angebote in der Region.

Strategie ÖKOLOGISIERUNG	
SWOT	Ökologie ist eine Querschnittsmaterie, ohne die regionales Handeln im 21. Jahrhundert nicht denkbar ist. Der Trend zur Ökologisierung statt Massenfertigung ist ein zentraler Aspekt mit Potenzialen für die gesamte Kreativwirtschaft sowie insbesondere das regionale Handwerk. Die vielfältige Region mit ihrem starken menschlichen Zusammenhalt bietet Glaubwürdigkeit im Thema Ökologie verstärkt durch die bestehenden Schwerpunkte im Kontext des partizipativer Tourismus, der Slow Initiative sowie der neuen Zeitkultur. Soziale Interaktion als Humus der Regionalentwicklung und als Basis für Networking und Innovation.
Zielsetzung	Ökologisierung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland in Rahmen einer weiten Begriffsbestimmung, die die regionale Vielfalt schützt, die menschlichen Qualitäten aufwertet und zu einer nachhaltigen Nutzung der regionalen Ressourcen führt (Baukultur, Leerstände, soziale Interaktion)
Angestrebte Resultate	Stärkung des sozialen Zusammenhalts in der Region durch die aktive Einbindung neuer Akteure in die ökologische Regionsentwicklung (Mindestens 10 neue Akteure, Kernzonen attraktivieren)
Strategische Umsetzungsschritte	Ökologie soll sich wie ein roter Faden durch das Handeln im Rahmen des Büros im Oststeirischen Kernland ziehen. Die Basis der lokalen Akteure, die sich aktiv an den Projekten beteiligen, soll systematisch ausgeweitet werden und maßgeschneiderte Vermittlungsangebote geschaffen werden. Ökologie zieht sich ebenfalls durch die Baukultur-Initiative im Oststeirischen Kernland, die neben Vernetzung auch Beiträge im Hinblick auf die Stärkung der lokalen Zentren setzen soll (Attraktivierung vs. Zersiedelung sowie Verkehrsvermeidung; Neunutzung statt Neubau). Soweit wie möglich sollen regionale Baustoffe und Rohstoffe besser genutzt werden. Das Büro wird seine Aktivitäten ebenfalls den ökologischen und kreativwirtschaftlichen Standards anpassen und somit eine Referenzpraxis für andere lokale Akteure entwickeln.

9.2 Berücksichtigung der Bundesland relevanten und regionsspezifischen Strategien

Die bundesweiten und Steiermark-spezifischen Strategien wurden im Hinblick auf ihre Relevanz für das Thema Kreativwirtschaft bereits am Anfang dieser Potenzialanalyse dargestellt. Die folgende Übersicht bietet einen zusammenfassenden Einblick zur Strategieübereinstimmung:

Strategie	Kreativwirtschaftsbezug	Verbindung zur Kreativwirtschaftsstrategie Oststeirisches Kernland
Europäische Ebene	Stark	Innovation Wettbewerbsfähigkeit der KMU Umweltschutz und Ressourceneffizienz Soziale Integration
Programm für die ländliche Entwicklung (2014-2020) – thematische Schwerpunkte Leader	Stark	Stärkung von Kleinunternehmen Steigerung der lokalen Wertschöpfung Kommunikation und Bottom-Up-Ansatz Dorferneuerung und Gemeindentwicklung
Landesentwicklungsleitbild Steiermark	stark	Kreativwirtschaft als Querschnittsmaterie Stärkung von Innovationsprozessen Standortentwicklung und Herausbildung kreativer Milieus
Entwicklungsleitbild Region Oststeiermark	Stark	Kreativwirtschaft als ein thematischer Bereich der Regionalentwicklung

10. Maßnahmenkatalog

10.1 Maßnahmen zur Zielerreichung „Thema Kreativwirtschaft“

Der Maßnahmenkatalog „Kreativwirtschaft“ im Oststeirischen Kernland verlinkt mit der SWOT sowie den Zielsetzungen und Strategien. Die Maßnahmen wurden im Rahmen des Stakeholder-Workshops ausgearbeitet bzw. ergänzt und in Kleingruppen diskutiert.

Maßnahmenplan Kreativwirtschaft Oststeirisches Kernland

Strategieschwerpunkt	Maßnahme: Titel	Maßnahme: Beschreibung
Kooperationskultur stärken	Netzwerk Baukultur (NEU)	Entwicklung der strukturierten Zusammenarbeit von Gemeinden, ArchitektInnen, BauträgerInnen, HandwerkerInnen und ErzeugerInnen lokaler Rohstoffe auf Initiative des Vereins
	Netzwerk Kreativwirtschaft (NEU)	Aufbau eines Treffpunkts für KreativwirtschaftlerInnen aus der Region zum Erfahrungsaustausch, zur Initiierung von Kooperationen zwischen den kreativwirtschaftlichen UnternehmerInnen und mit lokalen AnbieterInnen auf Initiative des Vereins und in enger Kooperation mit den Creative Industries Styria
	Marketingverbund Kreatives Oststeirisches Kernland(NEU)	Entwicklung einer Strategie zur besseren überregionalen Vermarktung der lokalen kreativwirtschaftlichen Produkte inkl. im Bereich des partizipativen Tourismus (Ökologie, Handgemacht, Versteckte Attraktionen, Global Greeters)
	Netzwerk Kreative Lehrlingswelten (FORTSETZUNG)	Betreuung und Weiterentwicklung des bestehenden Unternehmensnetzwerkes und der begonnenen Bildungskooperation zur Nutzung von sektor-übergreifenden Innovationseffekten der Kreativwirtschaft
	Netzwerk CultTRIPS (FORTSETZUNG)	Weiterentwicklung und Ausweitung des bestehenden lokalen und überregionalen Netzwerkes im kreativen und partizipativen Tourismus
Innovationspotenziale besser nützen	Gläserne KMU des Oststeirischen Kernlandes (NEU)	Nach dem Vorbild der gläsernen Fabriken im Land Steiermark öffnen KMU sowie Kleinunternehmen aus dem Oststeirischen Kernland ihre Produktionsstätten für BesucherInnen (TouristInnen, SchülerInnen, BewohnerInnen). Konzeptentwicklung und Umsetzung

		von Pilotprojekten
	Leerstandsmanagement (NEU)	Spannende Objekte im Oststeirischen Kernland werden durch diese Maßnahme neuen Nutzungen zugeführt (Attraktivierung von Zentren, partizipativer Tourismus, Symposien, Räume für Netzwerke, Pop-Up-Stores, Kreative in Residence, Leader-Veranstaltungen). Das Büro baut ein diesbezügliches Management auf.
	Innovativer partizipativer Tourismus (FORTSETZUNG)	Entwicklung neuer Angebote sowie Weiterbildung der lokalen AnbieterInnen im Bereich des partizipativen Tourismus (Veredelung lokaler Angebote mit Unterstützung der Kreativwirtschaft, Training für GastgeberInnen)
Ökologisierung weiterentwickeln	Kernzonen attraktivieren (NEU)	In engem thematischen Zusammenhang mit der Leerstandsproblematik sowie der Innovation der lokalen Wirtschaft stehen die Maßnahmen zur Attraktivierung der Dorfzentren im Oststeirischen Kernland (Veranstaltungen, Revitalisierung, innerörtliches Wohnen, Betriebsansiedlung, adäquate Infrastruktur und „ökologische Möblierung“)
	Vermittlungsprogramme der Region (FORTSETZUNG)	Das lokale Ökosystem und die soziale Integration sollen durch die systematische Einbindung der BewohnerInnen gestärkt werden. Diskussionsprozesse werden verstärkt und binden neue Bevölkerungsschichten ein (z. B. Vermittlungsprogramm für Schulen beim Symposium, TEN DAYS u. ä. m.)
	Ökologisierung des Büros (NEU)	Als Referenzpraxis werden alle Aktivitäten ökologisiert (Catering mit lokalen oder Fair Trade Produkten, öffentliche Beschaffung nach ökologischen und kreativwirtschaftlichen Gesichtspunkten, lokale Veranstaltungen zur Stärkung von Dorfzentren, u. ä. m.)
Querschnittsbereiche	Weiterbildung der lokalen Akteure (NEU)	Zu den bestehenden Lernformaten Symposium, kreative Lehrlingswelten sowie den thematischen Vermittlungsprogrammen im Rahmen von Leader-Projekte soll die Lernende Region Oststeirisches Kernland eine weitere Weiterbildungsschiene zum Thema Organisationsentwicklung in ländlichen Regionen erhalten. Zielsetzung ist die Stärkung von lokalen Akteuren zur dauerhaften

		Etablierung von lokalen Netzwerken.
	Ergebnismessung (NEU)	Evaluierung zur Schaffung von Mehrwert für die EntscheidungsträgerInnen lokaler Entwicklung muss neben rein quantitativer Messung qualitative Analyse beinhalten, die auf einem systematischen Austausch mit den lokalen Akteuren und den jeweiligen Zielgruppen basiert. Die Region Oststeirisches Kernland plant deshalb eine Evaluierungsmaßnahme während der Förderperiode. Referenzdaten werden 2016 erhoben und dann 2020 und 2023 überprüft.

10.2 Maßnahmen zur Zielerreichung „Zusammenarbeit sowie transnationale Kooperation in der Kreativwirtschaft“

Die Region Oststeirisches Kernland hat bereits in der Umsetzungsperiode 2007-2013 intensiv mit anderen Regionen zusammengearbeitet. Der Know-How-Transfer wurde diesbezüglich maßgeblich beschleunigt und Projektergebnisse im thematischen Schwerpunkt Kreativwirtschaft sind dadurch rasch sichtbar geworden. Auf Basis dieser Erfahrungen soll die transnationale Kooperation wieder eine bedeutende Rolle in der Region in der bevorstehenden Programmperiode spielen. Folgende Maßnahmenswerpunkte sind besonders für eine überregionale Zusammenarbeit geeignet.

Geplante Maßnahme	Benchmarking Projekte (Exemplarisch)	Spezieller Mehrwert für das Oststeirisches Kernland (Innovationstransfer)
Netzwerk Baukultur (NEU)	Baukultur Vorarlberg und werkraum Bregenzerwald (Vorarlberg)	Im Rahmen der Baukultur Vorarlberg wird seit Jahren mit dem Instrument des Gestaltungsbeirates gearbeitet. Von den dortigen Erfahrungen kann gelernt werden. Die Zusammenarbeit zwischen Architektur und Handwerk wird durch den werkraum Bregenzerwald unterstützt. Auch diesbezüglich macht ein Know-How-Transfer Sinn.
Netzwerk Kreativwirtschaft (NEU)	Creative Industries Styria	Die Creative Industries Styria bemühen sich die Kreativwirtschaft in der gesamten Steiermark zu unterstützen. Netzwerksmeetings im Oststeirischen Kernland können vom Know-How der CIS profitieren und zum Informationstransfer (z. B. Ausschreibungen) in die Region beitragen
Netzwerk Kreative	Creative Industries Styria –	Intensivierung der Kooperation

Lehrlingswelten (FORTSETZUNG)	Designers in Residence Grüner Workshop Wendland (DE)– Kooperation (Design)-Universitäten mit lokalen Unternehmen im ländlichen Raum	zwischen Designern und lokalen UnternehmerInnen, auch in der Berufseinstiegsphase für junge DesignerInnen und WissenschaftlerInnen von kooperierenden Hochschulen
Leerstandsmanagement (NEU)	ZwischenZeitZentrale Bremen	Die bisher primär im urbanen Bereich angesiedelten Leerstandsmanagements können als Inspiration für die Ansätze im Oststeirischen Kernland dienen (Identifikation von Dos und Donts).
Innovativer partizipativer Tourismus (FORTSETZUNG)	Pixelhotel (Linz 09) Urbanauts (Wien)	Die Kombination von innovativer Nutzung von Leerständen mit neuen Formen des partizipativen Tourismus ist von besonderer Bedeutung für die Entwicklung neuer Tourismusangebote im Oststeirischen Kernland.
Vermittlungsprogramme der Region (FORTSETZUNG)	OTELO und Ars Electronica	OTELO als dezentraler Partner der Ars Electronica – der Ansatz hat Mehrwert für die Entwicklung von Vermittlungsangeboten für Jugendliche im Kontext des Symposiums und der TEN DAYS

Quelle: Eigene Tabelle

Jedem Projekt wird eine systematische Analyse bereits existierender Benchmarking Practices vorangestellt, damit das bestehende Know-How (Konzeption, Implementierung, Evaluierung) bestmöglich für die Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie im Oststeirischen Kernland genutzt werden kann.

11. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Das Oststeirische Kernland kann auf erfolgreichen kreativwirtschaftlichen Projekten aufbauen, die weiter spezifiziert und um Aktivitäten im Bereich der Kernpotenziale vertieft werden sollten. Die Schlüsselthemen und -vorhaben, die gemeinsam mit lokalen Stakeholdern ausgearbeitet wurden umfassen:

- **Die Kooperationskultur in der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland stärken.** Drei **neue Netzwerke** sprechen jene neuen Potenziale an, mit denen die Positionierung der Region im Bereich der Kreativwirtschaft intensiviert werden kann. Wichtig ist der Aufbau von solchen Kooperationen, die dauerhaft auch ohne die Unterstützung durch das Management der Region umsetzbar sind. Denkbar ist die enge **Zusammenarbeit mit bestehenden** regionalen (Tourismusverbände) und überregionalen **Strukturen** (Creative Industries Styria) sowie die Gründung von dauerhaften Organisationseinheiten (Vereinen). Inhaltlich gilt es das starke Interesse auf lokaler Ebene für die **Baukultur** einzufangen und in konkrete gemeinsame Aktivitäten zu übersetzen. Anknüpfungspunkte bieten sich diesbezüglich sowohl zu den kreativen Lehrlingswelten als auch zum partizipativen Tourismus. In die **überregionale Sichtbarkeit** der innovativen Ansätze im Oststeirischen Kernland sollte stärker investiert werden. Erste Anknüpfungspunkte gibt es bereits (wie beispielsweise die Broschüre des CultTrips-Projekts), das diesbezügliche Potenzial ist aber bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Ein systematischer **Marketingverbund „Kreative Oststeirisches Kernland“** auf Basis einer umfassenden mittelfristigen Strategie ist ein konkreter Ansatzpunkt zur Positionierung als kreative Region nach innen und außen.
- **Die Innovationspotenziale der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland besser nützen.** Zwei neue Vorzeigeprojekte sollen zur Stärkung der kreativwirtschaftlichen Positionierung des Kernlandlandes umgesetzt werden: Nach dem Vorbild der gläsernen Fabriken, sollen innovative Konzepte zum **Zugang zu Kleinstbetrieben und KMU** geschaffen werden. Dieses neue Angebot verlinkt auch mit den kreativen Lehrlingswelten und bietet einen konkreten Anknüpfungspunkt zur Vertiefung dieser Initiative. Ein Pilotprojekt **„Leerstandsmanagement“** überträgt dieses bisher urbane Konzept in den ländlichen Raum und zeigt Alternativen für eine bessere Nutzung des vorhandenen Raumangebots auf. Es schafft neue Zugänge für den partizipativen Tourismus. Auch aktuelle Trends der Kreativwirtschaft wie Pop-Up-Stores und Kreative in Residence können diesbezüglich vernetzt werden. Die Start-Up-Phase dieses Pilotprojekts kann durch das Kernland-Management betreut werden. Damit kann sichergestellt werden, dass **Gute Praxis aus anderen ähnlichen Initiativen** systematisch in das Leerstandsprojekt im Oststeirischen Kernland einfließen kann.
- **Die Ökologisierung der Kreativwirtschaft im Oststeirischen Kernland weiterentwickeln.** Durch die **Attraktivierung von Kernzonen** werden die

Grundvoraussetzungen für die Sichtbarkeit einer aktiven Region geschaffen. Durch Veranstaltungen zur Bewusstseinsförderung für innerörtliches Wohnen und Betriebsansiedlung, durch diesbezügliche kreative Ansätze und Pilotprojekte im Hinblick auf eine **ökologische „Möblierung“ der öffentlichen Flächen** verändern sich Wahrnehmung der Räume und Nutzungsverhalten. Bewusstseinsprozesse entstehen auch im Kontext der Dialogveranstaltungen wie Ten Days und Symposien, für die zeitgemäße **Vermittlungskonzepte für Schulen und BewohnerInnen** einen einfacheren Zugang und inhaltliche Beteiligung schaffen können. Last but not least, kann das Management vor Ort eine entscheidende Vorreiterrolle im Hinblick auf **ökologische Beschaffung und Veranstaltungsorganisation** beispielsweise u. a. durch das Catering mit lokalen Produkten schaffen.

- Querschnittsmaterien umfassen die **Weiterbildung der lokalen Akteure** u. a. im Bereich der Organisationsentwicklung zur längerfristigen Etablierung von lokalen Netzwerken. Die **Ergebnismessung** auf lokaler Ebene muss über den rein quantitativen Bereich hinausgehen und qualitative Evaluierung der Projektergebnisse umfassen.
- Der **überregionale Austausch und der Transfer von Know-How** aus anderen Initiativen spielte bereits bisher eine überdurchschnittliche Rolle im Oststeirischen Kernland. Dieses Erfolgstool ist eine Voraussetzung für die State-of-the-Art Umsetzung von kreativwirtschaftlichen Projekten. Gute Praxis aus dem In- und Ausland stehen zur Verfügung und können systematisch in die Strategien und Konzepte im Oststeirischen Kernland eingearbeitet werden.

Die Region Oststeirisches Kernland verfügt über eine gute Ausgangslage für eine weitere und vertiefende Positionierung im Bereich der Kreativwirtschaft. Schwachstellen müssen systematisch angesprochen werden und durch eine systematische Unterstützung durch das örtliche Management entschärft werden. Durch das gezielte Aufgreifen von Stärken sowie (inter-)nationaler guter Praxis und konsequente Vernetzung und Zusammenarbeit in der Region besteht das Potenzial eine Vorreiterrolle im Bereich Kreativwirtschaft aufrechtzuerhalten und auszubauen.

12.Anhang

12.1 Gemeinden der Region „Oststeirisches Kernland (2007-2013)“

			Einwohner	Fläche km ²	Dichte EW/km ²
Hartberg	1	Blaindorf	680	10,55	64
	2	Dienersdorf	648	7,06	92
	3	Ebersdorf	1.163	17,19	68
	4	Großhart	652	10,64	61
	5	Hartl	827	14,71	56
	6	Hofkirchen	594	6,62	90
	7	Kaibing	373	2,80	133
	8	Kaindorf	1.482	14,18	105
	9	Pöllau	2.169	4,62	469
	10	Pöllauberg	2.223	33,85	66
	11	Rabenwald	667	16,91	39
	12	Saifen-Boden	1.089	18,81	58
	13	Schönegg bei Pöllau	1.387	26,53	52
	14	Siegersdorf / Herberstein	305	4,97	61
	15	Sonnhofen	1.051	21,27	49
	16	St. Johann /Herberstein	350	2,85	123
	17	Stubenberg am See	2.256	32,56	69
	18	Tiefenbach	672	8,40	80
	19	Hartberg	6.547	21,50	305
	20	Hartberg Umgebung	2.138	30,40	70

	21	Greinbach	1.816	23,40	78
Weiz	22	Anger	918	1,98	464
	23	Baierdorf	1.720	16,31	105
	24	Feistritz bei Anger	1.115	8,05	139
	25	Floing	1.213	13,17	92
	26	Gersdorf	1.230	19,00	65
	27	Hirnsdorf	636	4,56	139
	28	Ilztal	1.770	16,03	110
	29	Kulm bei Weiz	497	5,90	84
	30	Oberrettenbach	501	11,04	45
	31	Pischelsdorf	2.436	17,31	141
	32	Preßguts	369	6,43	57
	33	Puch bei Weiz	2.184	24,84	88
	34	Reichendorf	619	4,93	126
		35	Großsteinbach	1.357	21,24
		SUMME	45.654	500,6	91

Quelle: Landesstatistik
Steiermark

12.2 Statistische Abgrenzung der Kreativwirtschaft Steiermark

Abgrenzung Kreativwirtschaft nach ÖNACE 2008	
Architektur	
71110	Architekturbüros
Design	
74100	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u.ä. Design
Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit	
47591	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
47610	Einzelhandel mit Büchern
47789	Kunsteinzelhandel als Teil (19 %) von „Sonstiger Einzelhandel a.n.g. in Verkaufsräumen (ohne Antiquitäten und Gebrauchsgüter)“
59200	Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien
85521	Tanzschulen
85529	Sonstiger Kulturunterricht
90010	Darstellende Kunst
90020	Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst
90030	Künstlerisches und schriftstellerisches Schaffen
90040	Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen
Radio & TV	
60100	Hörfunkveranstalter
60200	Fernsehveranstalter
Software & Games	
58210	Verlegen von Computerspielen
58290	Verlegen von sonstiger Software
62010	Programmierungstätigkeiten
62020	Erbringung von Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Informationstechnologie
62090	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen der Informationstechnologie
Verlage	
58110	Verlegen von Büchern
58120	Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen
58130	Verlegen von Zeitungen
58140	Verlegen von Zeitschriften
58190	Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)
Video & Film	
59110	Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen
59120	Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik
59130	Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken)
59140	Kinos
Werbung	
73111	Werbegestaltung
73112	Werbemittelverbreitung
73120	Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen

Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten¹	
91010	Bibliotheken und Archive
91020	Museen
91030	Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen
91040	Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks

Anmerkung:

¹ Dieser Bereich wurde in die statistische Erfassung nicht miteinbezogen, da nur ein geringer Teil zur Privatwirtschaft zählt und daher Daten nur in eingeschränktem Maß verfügbar sind.

Quelle: creativ wirtschaft austria (2010)

12.3 Ideenwand Stakeholder Workshop Kreativwirtschaft 25.04.2014

Die folgenden Maßnahmen und Projektideen wurden im Rahmen des Workshops am 25.4.2014 diskutiert und von den TeilnehmerInnen (weiter)entwickelt. Die Zahlen in Klammer geben die Wertungspunkte (Relevanz für die Zielerreichung, strategische Bedeutung) an. Die Wertungen sind nur beschränkt aussagekräftig, da nicht alle Stakeholdergruppen in gleicher Anzahl während des ganzen Workshops anwesend waren.

Ad Kooperationskultur:

<i>Titel der Idee:</i>	<i>Träger / Ideengeber:</i>
Kompetenzentwicklung Baukultur („Fliegender Gestaltungsbeirat“) (6)	N. N.
Motivation der Nachfolgeneration als Gastgeber (2)	N. N.
Bewusstsein entwickeln für wertvolle alte Bausubstanz und Investitionsbereitschaft schaffen (5)	Singer
Kreativzentrum mit Sozialkompetenz schaffen (6)	Ales.
Co-Working Kooperationsraum schaffen mit New Media und 3D-Drucker (2)	Christian
Von „Alten“ lernen	N. N.
Internationaler Jugend-Kultur-Austausch (nicht gleichsprachig) (5)	Adriana Schatzmayr
Netzwerktreffen der Kreativwirtschaft (Erfahrungsaustausch, Kooperationen) (5)	N. N.
Kooperationsabkommen mit den Creative Industries Styria (6)	Potenzialanalyse
Interaktionsformate mit den bestehenden Kreativnetzwerken (z. B. Lehrlingsweltenbetriebe) weiterentwickeln	Potenzialanalyse
Kreative aus der Oststeiermark, die nun in Graz oder Wien arbeiten, konkret einbinden (Kooperationsabkommen mit den Universitäten in Graz und Wien)	Potenzialanalyse
Beteiligung des Kernlands an Vernetzungsaktivitäten der Oststeiermark (z. B. „wir.gestalten.es“) (12)	Potenzialanalyse
Vermittlungsprogramm für Ten-Days und Zeitkultursymposion (SchülerInnen, Kinder)	Potenzialanalyse
Architektur und Baukulturnetzwerk Kernland (Gestaltungsbeiräte, gemeindeübergreifende Kooperation) (2)	Potenzialanalyse

Ad Ökologisierung:

<i>Titel der Idee:</i>	<i>Träger / Ideengeber:</i>
-------------------------------	------------------------------------

Veredelung von landwirtschaftlichen Produkten (Unterstützung bei der Vermarktung für Betriebe) (1)	Gruppe der TouristikerInnen
Kernzonen attraktivieren (17)	N. N.
Kreative Kinderbetreuung (Kunst & Kids, Natur & Kids) (5)	Monika S.
Der Verein als Auftraggeber für lokale kreativwirtschaftliche Produkte und Services (Selbstverpflichtung bei Auftragsvergabe)	Potenzialanalyse
Neueste Baukultur – Ökologische Renovierung statt Neubau, kreative Adaptierung und Neunutzung von Modellgebäuden/objekten	Potenzialanalyse
Ökologische Landmöblierung (Wege, lokales Informationssystem, Möbel im öffentlichen Raum)	Potenzialanalyse
Marketingverbund für lokale, ökologische Kreativ- und Handwerksprodukte (8)	Potenzialanalyse
Soziale Teilhabe und kreatives Ökosystem fördern (Bewusstsein für Kreativität und Handwerk – Produktentwicklung mit lokalen Kunden)	Potenzialanalyse

Ad Innovation:

Titel der Idee:	Träger / Ideengeber:
Authentische Urlaubsangebote (inkl. Qualitätsverbesserung mit lokalen Handwerkern) (3)	N. N.
Qualitätssicherung Baukultur (Bauberatung, Leitbild Baukultur, Gestaltungsbeirat, Auszeichnung, Öffentlichkeitsarbeit) (9)	Baukultur-Gruppe bei Workshop
Bestehende Gestaltungsbeiratsregionen evaluieren (Pischelsdorf, Trofaiach) (6)	Baukultur-Gruppe bei Workshop
Baustelle Land (vgl. ausführliche Beschreibung)	Reinhard Schafner
Leerstandsdatenbank (9)	G. Gigler, Komm.st
Musterprojekte für öffentliche Akzeptanz (Gestaltungsbeirat) (2)	Kainer
Musterprojekte zeigen, was oststeirische Baukultur bedeutet (3)	Kainer
Innovativer Begegnungsraum Wirtschaft und Kreative (11)	Zirn
Designers in Residence (neue Produkte, neue Dienstleistungen) (5)	Waltraud Muhr
Gläserne KMUs (15)	Karl Zotter
Pop-Up Store – Leerstände temporär nutzen (4)	N. N.
FührerInnen durch die kreativen Ateliers und interessanten KünstlerInnen in der Oststeiermark (inkl. historisches Wissen) (4)	Tourismusgruppe bei Workshop
Nutzung für den Feichtinger finden (erhalten/schützen durch nützen) (2)	H. B.
Nutzung für den Feichtinger „Ideen spinnen“	N. N.

Kooperation zum Thema Stoff, Leder mit Schlachtereipechmann, Weizer Schafbauern, ADA, Seidl Im Haus Wollverarbeitung (Spinnen, Weben, Färben, Drucken,...) (ev. Mit Leinen) Ev. Als Museumsstruktur aufbauen mit Bauern und Bäuerinnen aus der Umgebung Mit alten Leuten, die Fachwissen noch haben Bauliche Sanierung evtl. mit Polytechnikum koordinieren	
Schaffung von Zeitferien-Orten der Spiritualität (5)	Alex
Zeitspanne Brücke schlagen (Tierpark Herberstein, Kirche St. Johann)	N. N.
Konkrete Raum- und Interventionsangebote an Kreative aus der Oststeiermark, die nun in Graz oder Wien arbeiten (Creatives in Residence; Ten Days, Liste von Raumangeboten für temporäre Nutzung, Interaktion mit lokalen Kreativen)	Potenzialanalyse
Erlebniswelt Wirtschaft neu definiert und umgesetzt für lokale Klein(st)betriebe aus der ländlichen Kreativwirtschaft (Innovative Kommunikation) (2)	Potenzialanalyse
Innovation für und mit der ländlichen Kreativwirtschaft (Interventionen der Wissenschaft, der Kreativen; Innovationstransfer)	Potenzialanalyse
Kunden und Kreative in die Produktentwicklung im Handwerk und Tourismus einbinden (Co-Creation, partizipativer Tourismus, Crowd Sourcing)	Potenzialanalyse
Interaktionsräume schaffen (real, digital; Leerstände, Ortskerne, Jugend, Global Greeters)	Potenzialanalyse
Kleinprojektfonds Oststeirisches Kernland (Innovation und Vereinfachung im Bereich Förderung)	Potenzialanalyse

Ad Andere Ziele

Titel der Idee:	Träger / Ideengeber:
Modellregion schaffen, wo Lohnnebenkosten um 20% gesenkt werden (10% für Arbeitnehmer, 10% für Betrieb) (5)	Irmgard Holzer
Transparenz der Möglichkeiten für Kreativbetriebe (Förderungen, Trends, usw.) (3)	N. N.
Musiktheater am Stubenbergsee	N. N.
Aufnahmeprüfung für oststeirische Anbieter und Gäste ;-) (1)	Tourismusgruppe bei Workshop

