



Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa nach COVID-19

Die Kultur- und Kreativwirtschaft wurde von den Folgen der COVID-19-Pandemie hart getroffen. Eine Studie analysiert die bisherigen Auswirkungen der Krise auf diese Branche sowie die politischen Antworten, die zu ihrer Unterstützung formuliert werden. Basierend auf der Analyse werden Politikempfehlungen formuliert, um die Widerstandsfähigkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa mittel- und langfristig weiter zu verbessern. Mehr Informationen [hier](#).



Culture and Education

Inhalt:

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa nach COVID-19

Regionale Entwicklung in Zeiten von Covid-19!
Neues aus dem Interreg Central Europe Projekt "MaC Village" in Österreich

Die Workshops.
Einschätzung des Lead Partners
Innovationsworkshops des deutschen Partners

Begrenzte Aktivitäten während COVID in Ungarn

Innovatives Produkt der slowenischen Partner

Italien:
Innovationsworkshops abgeschlossen

Regionalentwicklung in Zeiten von Covid-19!

Neues aus dem Interreg Central Europe Projekt "MaC Village" in Österreich.

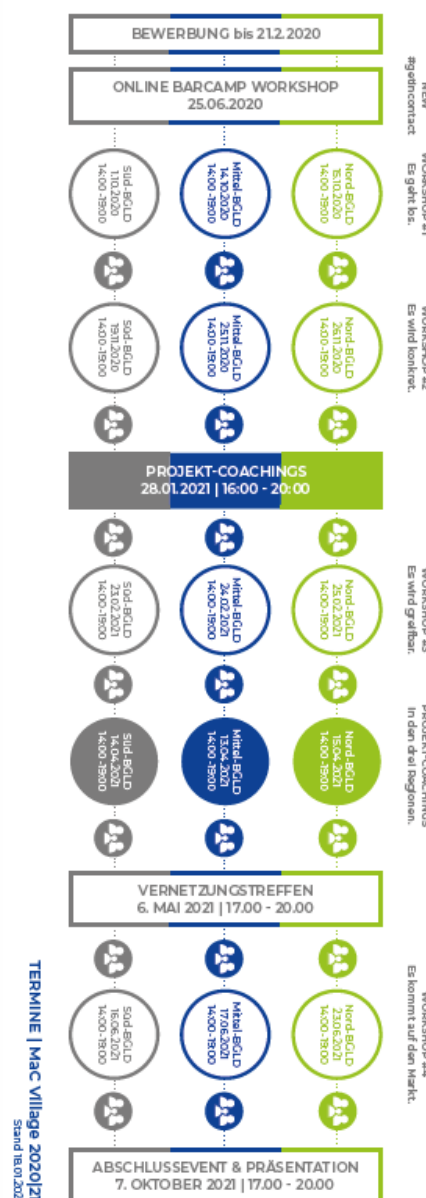
Die aktuelle Covid-19-Pandemie wirft viele neue Fragen auf

- Funktioniert Regionalentwicklung in Zeiten von Covid-19 überhaupt?
- Welche Chancen, aber auch Herausforderungen, ergeben sich aus den aktuellen Gegebenheiten?
- Welche Instrumente sind sinnvoll und haben sich bewährt?

Anbei einige Antworten und Einschätzungen aus dem Projekt MaC Village im Burgenland!

Die Idee im Projekt MaC Village ist, dass wir in drei Gemeinden/Regionen (Güssing, Raiding, Schattendorf) kreative Köpfe bzw. Menschen, die im Burgenland aktiv sind oder aktiv werden wollen, zusammenbringen und gemeinsam im Zusammenspiel mit kreativen Unternehmern aus vorhandenen Ressourcen neue Produktideen und Dienstleistungen entwickeln. MaC Village bietet eine lebendige Möglichkeit, sich mit anderen innovativen und kreativen Köpfen zu vernetzen. Doch genau diese lebendige Möglichkeit bricht in Zeiten von Covid-19 und sozialer Distanzierung völlig weg.

Nachdem die erste Workshoprunde im Oktober 2020 noch als physisches Treffen durchgeführt werden konnte, wurden die zweite und dritte Workshopreihe komplett online durchgeführt. Der Respekt vor der Technik, auch vor den Herausforderungen, mit neuen Tools und Gegebenheiten in Live-Meetings umzugehen, fiel vielen Teilnehmern schwer und brauchte einige Zeit, um anzukommen. Der Faktor Technik ist auch der Grund, warum einige Teilnehmer aufgrund der technischen Infrastruktur nicht an den Workshops teilnehmen konnten. Dennoch gelang es der "Agentur zur Förderung des guten Geschmacks (Kardamom)", die Teilnehmer für die neuen Möglichkeiten zu begeistern. Während der Workshops arbeiten die Teilnehmer gleichzeitig mit dem Konferenztool "Zoom" und dem kollaborativen Whiteboard "Miro". Darüber hinaus werden die Projektergebnisse auf "Trello" gespielt und mit anderen Ländern und Regionen geteilt. Das macht Sinn im Prozess der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen! Projektideen können weiterentwickelt werden, oder neue Projektgruppen können sich finden und neue Produkte und Dienstleistungen für ihre Region entwickeln.



Menschen, die sich für die Regionalentwicklung engagieren und mit der Region verbunden sind, brauchen jedoch den physischen Austausch. Dieser wichtige Faktor darf nicht vergessen werden. Deshalb wurde im Projekt MaC Village für die österreichischen Teilnehmer ein neuer Zeitplan für 2021 entwickelt... mehr Informationen [hier](#).

Die Workshops. Einschätzung des Lead Partners

Von September 2020 bis März 2021 führten die MaC Village Projektpartner Innovations-Workshops in den ländlichen Regionen durch. Es war der zweite Anlauf, nachdem uns COVID-19 die ursprüngliche Terminplanung für die Präsenzveranstaltungen im Frühjahr und Sommer 2020 vereitelt hatte. In dieser „Zwangspause“ hatten wir uns jedoch technisch und methodisch gut auf den Einsatz digitaler Formate vorbereitet.

Die Durchführung der Kreativ-Workshops mittels Videokonferenz war dabei allerdings nur die zweitbeste Lösung. Die Workshops leben eigentlich von der direkten und intensiven Kommunikation der einander zunächst unbekanntem Teilnehmer. Sie profitieren vom Aufbau einer vertrauensvollen und offenen Atmosphäre. Die Teilnehmer sollen mittels ausgewählter Kreativtechniken neue und innovative Produkte und Geschäftsideen aufstellen und gemeinsam weiter entwickeln.

Bisheriges Fazit: alle Projektpartner haben sich gut auf den online-Betrieb eingestellt. Wir haben Werkzeuge gefunden, die es unseren Projektteilnehmern ermöglichen, Ressourcen aus dem reichhaltigen kulturellen Erbe ihrer Region zu identifizieren oder wiederzuentdecken, Geschäftsideen einzubringen, gemeinsam zu diskutieren und weiter zu entwickeln. Dennoch bleibt der Wunsch nach einer Zusammenarbeit ohne social distancing. Darüber, und über spannende Ergebnisse aus den beteiligten Regionen berichten wir in diesem Newsletter.

Innovationsworkshops des deutschen Partners

In den face-to-face durchgeführten Starter-Workshops trugen Methoden, wie Speed Dating und Crazy Cooperation zum Aufbau einer wirklich kreativen Atmosphäre bei. Unsere Teilnehmer ließen sich durch die Auseinandersetzung mit regionalen Ressourcen anregen und entwickelten neue und innovative Produkte und Geschäftsideen. Diese reichten von der Digitalisierung in ländlichen Gemeinden, der stärkeren Nutzung regionaler Produkte im Rahmen von Wertschöpfungsketten, über Initiativen für den



3 aufeinander aufbauende Workshop-Phasen



Crazy Cooperation



Speed-Dating

Klimawandel bis hin zu neuen Netzwerkansätzen für Eventgastronomie regionaler Caterer, Händler und Eventbetreiber.

Für die Phase 2 der Workshops hatten wir das trello board als Werkzeug zur Zusammenarbeit zwischen den Teilnehmern eingeführt. Auf dieser digitalen Plattform können sich die Teilnehmer auch zwischen den Workshops einen Überblick über die eingebrachten Geschäftsideen verschaffen, diese kommentieren oder auch ergänzen. Alle Entwicklungs-Workshops wurden infolge des erneuten Lockdowns online durchgeführt. Ziel dieser Phase war es, die Geschäftsideen zu konkretisieren und Geschäftsmodelle daraus zu entwickeln.

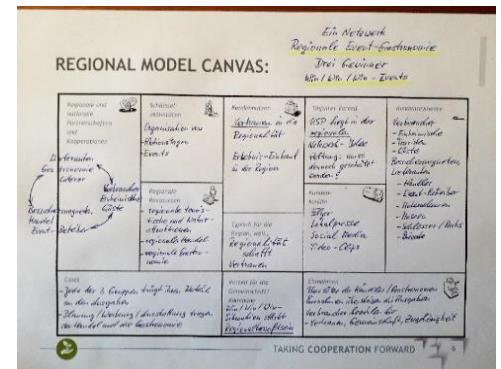
In den Konsolidierungs-Workshops der Phase 3 im Februar und März 2021 stand die Erarbeitung eines Pitches durch die Ideengeber auf der Grundlage ihres zuvor entwickelten Geschäftsmodells im Vordergrund. Herausforderung für die Akteure war es hierbei, in wenigen Minuten das Wesentliche zu Idee und Geschäftsmodell, Partnern und Kunden-Zielgruppen zu präsentieren - Markt und Netzwerk zu überzeugen.

Begrenzte Aktivitäten während COVID in Ungarn

Aufgrund der Covid-Situation gab es seit November nicht viele interessante Aktivitäten in unserer Region. Wir hatten einige Treffen mit den Zielgruppen. Es wurden zwei Produkte entwickelt:

- Das Team der Gemeinden Bakonya-Cserkút-Kővágótöttös-Kővágószőlős beschloss, die verbindenden Gemeinsamkeiten dieser vier Dörfer neu zu bewerten. Während eines eintägigen, spontan organisierten Ausflugs haben sie die vergessene Marienwallfahrt wiederentdeckt. Lassen Sie die Bilder über die Atmosphäre des Ausflugs sprechen.
- Die Teilnehmer der von Abaliget-Husztót-Kovácsszénája und Orfú durchgeführten Schulung fanden die Spuren einer spannenden Geschichte über die Existenz eines uralten Wesens. Nach einigen Quellen und bisher unbewiesenen Theorien erinnern diese Spuren an ein riesiges urzeitliches Reptil. Diese Quellen werden von Forschern an der Universität untersucht.

Am 29. September hat die DDTG Nonprofit GmbH den zweiten Entwicklungs-Workshop in Bácsalmás durchgeführt. 24 Teilnehmer arbeiteten in Kleingruppen an innovativen Produkt- und Dienstleistungsideen, darunter lokale Produzenten und Kreative aus der regionalen und überregionalen Ebene.



Grundlage für einen Pitch ist das Geschäftsmodell



Innovatives Produkt der slowenischen Partner

Die Workshops wurden aufgrund der COVID-Sperre in Slowenien online durchgeführt. Das E-Institute hat in den letzten sechs Monaten neun innovative Workshops organisiert und sechs neue innovative Produkte wurden von Unternehmern entwickelt. Aufgrund der teilweise geringen digitalen Kompetenz der Unternehmer im ländlichen Raum haben wir auch nach neuen Unternehmern gesucht und sie zu innovativen Netzwerkveranstaltungen eingeladen.

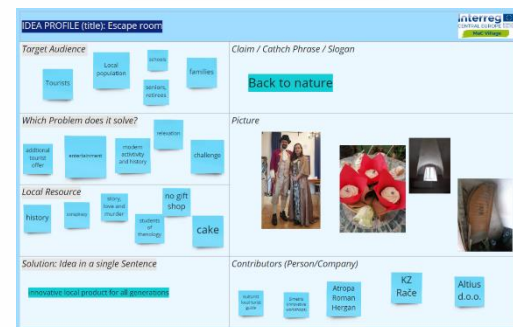
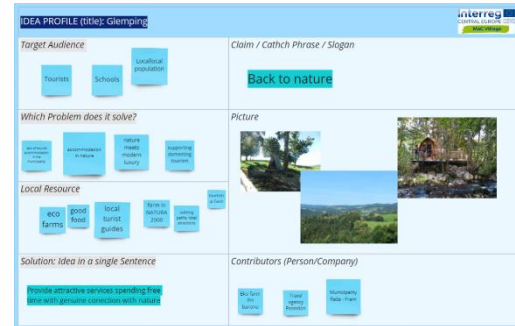
Am aktivsten waren die Unternehmer, die am meisten von der COVID-Sperre betroffen waren. Diese kamen vor allem aus dem Tourismus und den Dienstleistungsbereichen rund um die Gästebetreuung, weil sie ihr Geschäft sehr schnell umstrukturieren mussten.

Die entwickelten innovativen Produkte stehen im Zusammenhang mit der Förderung der lokalen Selbstversorgung, die in Slowenien aufgrund von billigen Produkten aus dem Ausland, die in größeren Kaufhäusern erhältlich sind, auf einem sehr niedrigen Niveau ist. Die Organisation verschiedener thematischer Veranstaltungen in den Gemeinden war aufgrund der sozialen Distanz während der COVID-Krise nicht sehr effektiv.

Die Unternehmer möchten jedoch auch neue Dienstleistungen für Touristen entwickeln. Sie haben vorgeschlagen, einen Zufluchtsort (Escape Room) im Schlossgefängnis einzurichten, der auf dem kulturellen Erbe der Region basiert. Durch die Umsetzung aller innovativen Workshops in Online-Form ging ein Teil der Authentizität der Kommunikation verloren. Die Teilnehmer sind an einer Beteiligung an physischen Workshops im Sommer ohne behördliche Einschränkungen interessiert. Wir arbeiten an der Erstellung von Präsentationsvideos der innovativen Produkte und Dienstleistungen, die während der Online-Workshops entwickelt wurden.

Wir werden den Unternehmern auch helfen, zusätzliche Mittel für die Realisierung von Ideen zu finden und deren Umsetzung zu unterstützen, da aufgrund von COVID-19 einige Unternehmen finanziell angeschlagen sind.

Im März 2021 hat BSC Kranj alle drei Stufen der lokalen Innovationsworkshops erfolgreich abgeschlossen. In den Starter-Workshops wurden das Ziel des MaC Village-Projekts und die Vorteile für regionale Akteure und die Kultur- und Kreativwirtschaft vorgestellt, die sich aus der aktiven Teilnahme an einer Veranstaltungsreihe zur Förderung von Innovationen ergeben, um ihr Geschäft zu erweitern. Es entstanden erste Ideen für eine potenzielle Geschäftsintegration rund um das wichtigste



natürliche und kulturelle Erbe der Pilotgebiete. Kreative Unternehmen suchten nach innovativen Geschäftsideen für neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle und nutzten dabei die lokalen Ressourcen. Die Zusammenarbeit hat während der Entwicklungsworkshops mit der Regional Business Canvas-Übung ihre volle Stärke erreicht und bei den Konsolidierungsworkshops einen guten Abschluss erzielt.

Ein neues touristisches Produkt (Infrastruktur), "Thematische Gästezimmer, kulinarische Köstlichkeiten und ländlicher Agri-Food Hub (mit einem Degustationszentrum) des Danica Inn & Guest House" wird in Bohinj etabliert. Diese Innovation nutzt das Marktpotential von Holzmöbeln und Ausstattungen aus lokalen Baumarten für Gastwirtschaften und Tourismuseinrichtungen sowie von kulinarischen Spezialitäten aus lokalen Zutaten. Das Produkt bietet ein authentisches Natur-, kulinarisches und traditionelles Handwerkserlebnis für Touristen und Besucher mit einer erweiterten Partnerschaft von Bohinjs Kultur- und Kreativwirtschaft.

Im Gebiet Preddvor wird eine "Kurze Lebensmittelversorgungskette" (ein neues Geschäftsmodell) und eine gemeinsame Marke für lokale Agrar- und Lebensmittelprodukte aufgebaut. Lokale Lebensmittelproduzenten, Ziegen- und Schafzüchter, Schweinezüchter und Anbieter von touristischen Unterkünften knüpften mit Hilfe des örtlichen Tourismusverbandes und der Gemeinde starke Geschäftsbeziehungen.

"Märchenpark Jezersko", ein neues Tourismusprodukt (Infrastruktur) wird im dritten Pilotdorf Jezersko entstehen, das den Jüngsten und ihren Familien ein Erlebnis von Volksmärchen in der Natur durch Geschichtenerzählen, Spielen und Geschicklichkeitsaufgaben in der Natur bietet. Dies wird ihre Vorstellungskraft und Kreativität wecken, sie mit der spirituellen Welt unserer Vorfahren zusammenbringen, ihnen beibringen, wie man die Natur erforscht, versteht und respektiert, und sie schließlich an Werte wie Freundlichkeit, Ehrlichkeit, Vertrauen und Hilfe für andere erinnern.

Allen gemeinsam ist, dass lokale Flora, Fauna, Wasserressourcen und landwirtschaftliche Produkte auf das immaterielle Kulturerbe treffen werden (z.B. traditionelles Wissen und Fertigkeiten der Holz-, Eisen-, Stein- und Lebensmittelverarbeitung; Volksmärchen; Legenden; Geschichten von hiesigen Menschen - Persönlichkeiten) mit einem leichten Hauch von Modernität.



Workshop in Preddvor



Ujet ukletnik

Italien: Innovations-Workshops abgeschlossen

In Italien arbeitete der Verein Authentische Dörfer (BAI) von Oktober 2020 bis Februar 2021 an der Umsetzung und dem Abschluss der Workshops der Phase 1 (Starter), Phase 2 (Entwicklung) und 3 (Konsolidierung) in dem ausgewählten Pilotgebiet (Oltrepò Pavese, Region Lombardei). Da der COVID-19-Notstand die Organisation von physischen Treffen verhinderte, wurden ab den Workshops der Entwicklungsphase die Treffen in einem digitalen Online-Format organisiert. Darüber hinaus organisierte die BAI am 29. Dezember 2020 ein Online-Treffen mit den Stakeholdern des Pilotgebiets (traditionelle Unternehmen und Kultur- und Kreativwirtschaft), um die Aktivitäten vorzustellen, die in den Workshops der Phasen 2 und 3 durchgeführt werden sollen, und um innovative Konzepte zur Unterstützung der Unternehmen in Oltrepò Pavese durch das MaC-Village-Modell zu finden.


Ab Oktober 2020 hat die BAI die Durchführung von Innovationsworkshops im Pilotgebiet an folgenden Terminen durchgeführt:



3rd Starter Workshop in Borgo Priolo

Partner	Starter Phase - Workshop dates	
	2 nd	3 rd
	1 October 2020	8 October 2020
	Borgoratto Mormorolo	Borgo Priolo

Partner	Development Phase - Workshop dates		
	1 st	2 nd	3 rd
	18 January 2021	22 January 2021	25 January 2021
	Online	Online	Online

Partner	Consolidation Phase - Workshop dates		
	1 st	2 nd	3 rd
	10 February 2021	12 February 2021	17 February 2021
	Online	Online	Online

Mit dem Abschluss der Innovationsworkshops wurden durch die schrittweise und progressive Arbeitsmethode sinnvolle Kooperationsbeziehungen erreicht.

Dieser Ansatz ermöglichte es den Teilnehmern, von einer allgemeinen Reflexion zu konkreten und definierten Produkten zu gelangen.

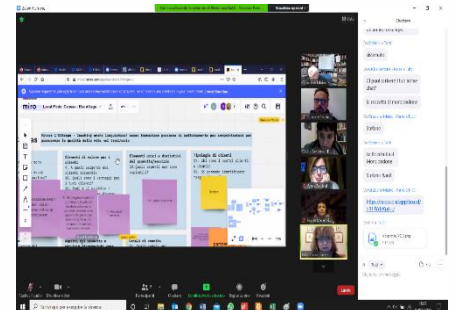
Das Business Model Canvas half sehr dabei, die Geschäftsideen zu konkretisieren und zu Geschäftsmodellen weiter zu entwickeln. Schließlich ermöglichte die Präsentation des Pitch den Gruppen, neue Impulse für eine weitere sinnvolle Zusammenarbeit zu erhalten.

Die Zusammenarbeit zwischen traditionellen und kreativen Unternehmen führte zur Schaffung von drei innovativen Geschäftsideen:

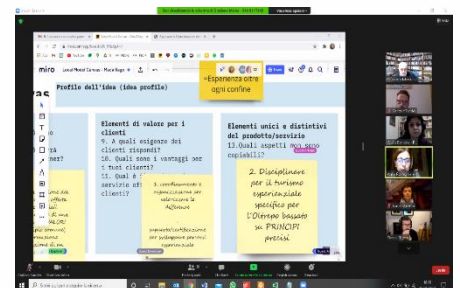
1. "Mikro-Verkostungs-Routen". Die Idee betrifft die Aktivierung von touristischen Routen zu Orten mit gefragten, qualitativ hochwertigen lokalen Produkten. Zielgruppe dieser Routen sind Genießer, Feinschmecker und leidenschaftliche Verkoster auf der Suche nach neuen, gefragten, qualitativ hochwertigen Produkten (Geschmacksrichtungen), die mit den Menschen in den Orten verbunden sind.

2. Das Projekt "Vivere l'Oltrepò", das eine Reihe von Initiativen zur Erhöhung der Lebensqualität derjenigen umfasst, die sich dauerhaft oder vorübergehend im Gebiet aufhalten. Die Idee ist, öffentliche und private, gewinnorientierte und gemeinnützige Initiativen und Akteure, Schulen und Kultureinrichtungen (Mikromuseen, Proloco, etc.) in einem Projekt zusammenzubringen. Es sollen Angebote gebündelt werden, die das Gebiet den ganzjährig bietet, die dort leben, aber auch jenen, die daran interessiert sind, dort dauerhaft oder für längere Zeit zu leben.

3. Markenidentität Oltrep: Hier geht es darum, Energien zu bündeln, um eine lokale Marke aufzubauen, die den Wirtschaftsakteuren Unterstützung bei der Identifizierung, Verknüpfung, Förderung und Verwaltung aktueller und künftiger Initiativen bietet. Dabei soll nicht nur ein gemeinsames Logo entwickelt werden. Es soll eine attraktive Marke entwickelt werden, die das Engagement der Wirtschaftsakteure unterstützt, ihr Handeln an der Einhaltung gemeinsam vereinbarter Standards orientiert, und die es ermöglicht, interne Ressourcen der Mitglieder und externe Ressourcen bei denjenigen zu sammeln, die an der Nutzung der Marke als Alleinstellungsmerkmal interessiert sind.



2nd Consolidation Workshop
(online)



3rd Development Workshop
(online)

Follow and share our news in social media



For more information, please contact at E-ZAVOD, [ksenija\(at\)ezavod.si](mailto:kсенija(at)ezavod.si)



Danube Development Transnational
Group Nonprofit Ltd.



You may unsubscribe or change your contact details at any time.