

Innovation durch Kooperation

KREATI>LAND
TRANSFER

**Einblicke und Impulse
erfolgreicher Kooperationen
zwischen Kultur- und
Kreativwirtschaft sowie
kleinen und mittleren
Unternehmen in ländlichen
Räumen Europas**

① Vorwort

Das Projekt *KreativLandTransfer – Europäische Perspektiven* erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Sächsischen Staatsministerium für Regionalentwicklung im Rahmen der Zukunftsinitiative *simul**. Nach der bundesweiten [Pilotphase des Projekts](#) in den Jahren 2020 bis 2023 mit dem Fokus auf einen Wissenstransfer zwischen kreativwirtschaftlichen Akteur:innen in ländlichen Räumen wurde ab 2023 eine [Zusammenstellung](#) branchenübergreifender Kooperationen veröffentlicht. Diese hat auch über die Projektlaufzeit hinaus zum Ziel, ländliche Regionen in Europa zu stärken.

Hierfür wurde eine umfangreiche Recherche durchgeführt, um erfolgreiche, wirtschaftliche Kooperationen zwischen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und Akteur:innen der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) zu finden und ihre Projekte und Erfahrungen sichtbar zu machen. Der Fokus lag dabei zunächst auf Sachsen, wurde dann aber auf Deutschland bzw. EU-Länder ausgeweitet.

Das vorliegende Papier zeigt, wie KKW und KMU regionale Wertschöpfungsketten in ländlichen Regionen fördern und wie diese Wertschöpfungsketten wirtschaftliche und gesellschaftliche Innovationen vorantreiben. Um Muster und Gemeinsamkeiten innerhalb der gefundenen Kooperationen sichtbar zu machen, wurde eine Auswertung aller Einträge vorgenommen.

Darüber hinaus wird in den kommenden Abschnitten auch die Vorgehensweise der Recherche sowie ein Status quo der vorgestellten branchenübergreifenden Zusammenarbeiten gegeben. Aufbauend darauf werden Vorschläge und Hinweise aufbereitet, die als lebendige Handreichung für Politiker:innen und Kommunen verstanden und genutzt werden können, um KMU und KKW bei branchenübergreifenden Kooperationen gut zu begleiten und zu unterstützen.

»Wir sind der festen Überzeugung, dass der Blick auf diese Positivbeispiele und ihre Erfolgsfaktoren für andere ländliche Regionen eine Inspirationsquelle und auch Hilfestellung sein kann.«

Katrin Kappenberger, Projektleitung *KreativLandTransfer*

② Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft für andere Branchen

Bereits in der Pilotphase von *KreativLandTransfer* konnte von 2020 bis 2023 gezeigt werden, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft vielfältige und nachhaltige Impulse in ländlichen Räumen setzt. Für die Entwicklung innovativer Produkte und Services lohnt sich ein branchenübergreifender Austausch. Ein Austausch, der verschiedenste Akteur:innen verbindet, Wissenstransfer fördert und eine umfassendere Wertschöpfungskette ermöglicht, die gerade in ländlichen Räumen eine Schlüsselfunktion für die Herausforderungen der Zukunft übernehmen kann. Dabei sind bei branchenübergreifenden Zusammenarbeiten faktisch keine Grenzen gesetzt: Nahezu jeder Wirtschaftszweig kann durch Kooperationen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft gewinnbringend agieren und zusammen auf neuen Wegen neue Lösungen finden.

Ländliche Räume

Ländliche Räume unterliegen zahlreichen umfassenden und herausfordernden Transformationsprozessen, sei es wirtschaftlicher, struktureller oder demographischer Natur. Dennoch bieten sie viele Standortvorteile. Kleine und mittelgroße Kommunen sowie dörflich geprägte Landkreise zeichnen sich durch ein umfassendes Angebot an sozialer Infrastruktur und ein lebendiges soziales Umfeld (Vereine, Initiativen) aus. Diese Merkmale tragen nicht zuletzt zur Steigerung der Lebensqualität der Bewohner:innen in den Regionen bei. Demgegenüber stehen in den Großstädten vielerorts eine Verknappung bezahlbaren Wohn- und Gewerberaums sowie der Mangel an sozialer Infrastruktur.

Die gefundenen Kooperationen fungieren als Beste-Praxis-Beispiele, die die Standortvorteile ländlicher Räume für sich zu nutzen wissen und somit den genannten Herausforderungen entgegenwirken.

»Der ländliche Raum hat für mich eine große Bedeutung in meiner Arbeit, da ich mir meine Inspiration aus der Natur hole. Und diese Verbundenheit zur Natur, die teilen wir und da finden wir unsere Schnittstelle.«

Carolin Tennstädt (MACARONIE Design Studio) über ihre Zusammenarbeit mit dem Ellidus Resort im Erzgebirge¹



¹ siehe auch: Videoportrait: [Design Studio trifft Hotel](#) ↗

③ Kriterien

Um die Aussagefähigkeit der Recherche zu erhöhen, wurden qualitative Kriterien festgelegt, denen die gesuchten Kooperationen entsprechen mussten und die in den folgenden Abschnitten skizziert werden.

Alle gesuchten Kooperationen mussten stets einen wirtschaftlichen Hintergrund und mindestens ein beteiligtes kleines oder mittleres Unternehmen (KMU mit maximal 250 Beschäftigten) aufweisen. Die jeweilige Branche der KMUs wurde offen gehalten bzw. spielte bei der Auswahl keine Rolle. Die dazugehörigen Kooperationspartner:innen mussten hingegen einem der 12 Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft angehören.²

Ländliche Räume zeichnen sich per Definition durch ländliche Kreise höherer sowie geringerer Bevölkerungsdichte aus. Im Zuge der Recherche wurden konkret ausschließlich ländliche Räume bzw. Kommunen mit weniger als 20.000 Einwohnenden³ in den Fokus genommen. Diese Festlegung sollte sicherstellen, dass die Recherche tatsächlich ländliche Räume in den Fokus stellte und keine Gebiete aus städtischen Peripherien die Ergebnisse beeinflussten.

Entscheidend für die Aufnahme in die Datenbank von *KreativLandTransfer – Europäische Perspektiven* war außerdem, dass es sich tatsächlich um eine Kooperation auf Augenhöhe und nicht um eine beauftragte Fremddienstleistung handelt, wobei die Grenzen in der Praxis fließend sind.

»[Die Zusammenarbeit] ist sehr auf Augenhöhe, es ist auch meistens so, dass wir [aus gemeinsamen Terminen] rausgehen und nochmal fünf weitere Ideen mitnehmen. Also super viel Kreativität, die auch bei Schick Tanz selbst vorhanden ist und auf unsere Kreativität stößt und sich dann eben nochmal weiter entwickelt.«

Laura-Marie Schulte (*MealGood*) über ihre Zusammenarbeit mit der Schick Tanz GmbH⁴

Zusammenfassung der Kriterien für die Einträge bei *KreativLandTransfer – Europäische Perspektiven*:

- wirtschaftlicher Hintergrund
- gleichberechtigte Kooperation
- KMU (branchenoffen, max. 250 Mitarbeitende)
- KKW-Partner:in aus einer der 12 Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Ansässigkeit im ländlichen Raum (max. eine Beteiligung aus städtischem Gebiet)
- sichtbare Effekte für die ländliche Region

² siehe hierfür: Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e.V., www.lvkkwsachsen.de/die-branche ↗

³ Aufgrund der unterschiedlichen Gesamtbevölkerungszahl der europäischen Länder und deren ebenfalls unterschiedlichen Landflächen wurden die numerischen Vorgaben im Rahmen der Recherche entsprechend skaliert. So wurde sichergestellt, dass die Daten aus anderen Ländern Europas den gleichen Kriterien entsprechen, die für die Recherche in Deutschland als Maßstab genommen wurden.

⁴ siehe auch: Podcastfolge: *KreativLandTransfer* im Gespräch mit Laura-Marie Schulte ↗

④ Auswertung und Ergebnisse

Die folgenden Grafiken veranschaulichen die grundlegenden Erkenntnisse aller auf der Webseite von *KreativLand-Transfer – Europäische Perspektiven* präsentierten Kooperationen.⁵

Entscheidend für die Auswertung sind folgende Angaben zu branchenübergreifenden Zusammenarbeiten:

Kategorie 1: Art der Kontaktaufnahme zwischen KKW und KMU

- 16 von 23 (69,6 %): durch gezielte Kontaktaufnahme
- 7 von 23 (30,4 %): durch bereits vorangegangene Kooperationen/ Projekte
- 3 von 23 (13 %): durch gemeinsam besuchte Veranstaltungen

Kategorie 2: Mehrwert für die Region, in der die Kooperation angesiedelt ist

- 18 von 23 (78,3 %): Steigerung der Attraktivität des Standorts
- 15 von 23 (65,2 %): Verbesserung der regionalen Infrastruktur
- 10 von 23 (43,5 %): Schaffung eines attraktiven (kultur-)touristischen Angebots
- 6 von 23 (26,1 %): Fachkräftegewinnung und -bindung und -management

Kategorie 3: Mehrwert für die beteiligten Kooperationspartner:innen

- 19 von 23 (82,6 %): Innovation und Entwicklung
- 13 von 23 (56,5 %): Qualitätssteigerung
- 12 von 23 (52,2 %): Kompetenzverknüpfung

Kategorie 4: Dauer der Zusammenarbeit der eingetragenen Kooperationen

- 18 von 23 (78,3 %): länger als 2 Jahre
- 9 von 23 (39,1 %): länger als 5 Jahre
- 12 von 23 (52,2 %): fortwährend seit Beginn

Art der Kontaktaufnahme



69,6 %
durch gezielte
Kontaktaufnahme

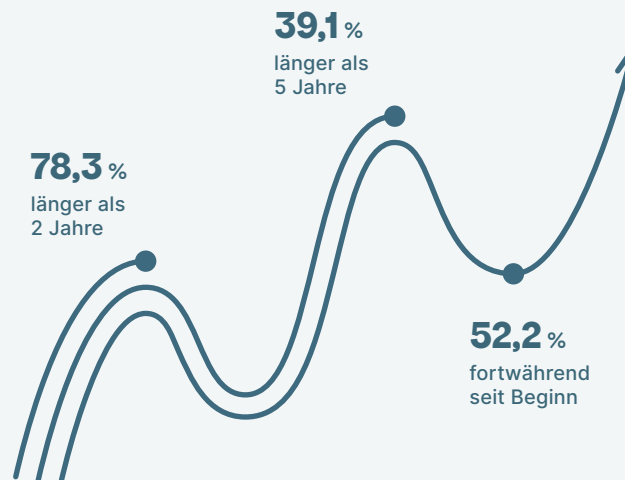


30,4 %
durch bereits
vorangegangene
Kooperationen/
Projekte

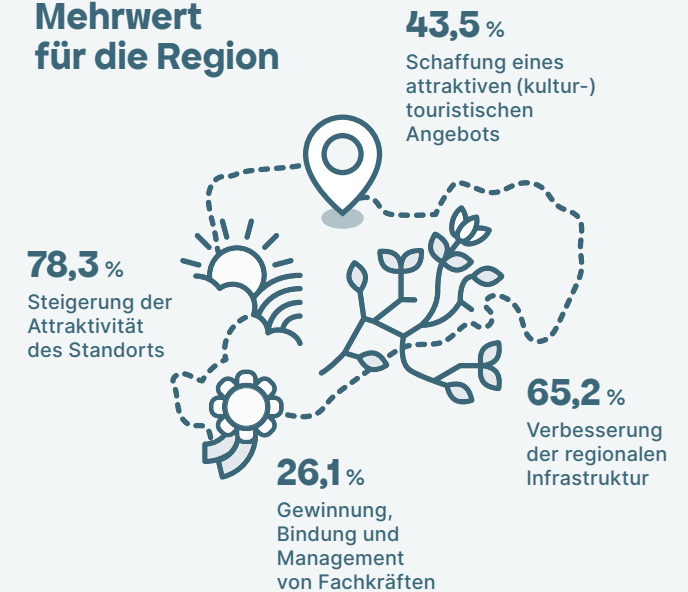


13 %
durch
gemeinsam
besuchte
Veranstaltungen

Dauer der Zusammenarbeit der eingetragenen Kooperationen



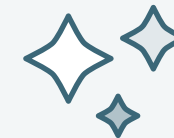
Mehrwert für die Region



Mehrwert für die Kooperationspartner:innen



82,6 %
Innovation und
Entwicklung



56,5 %
Qualitäts-
steigerung



52,2 %
Kompetenz-
verknüpfung

⁵ Auswertung der Angaben von 23 Einträgen; Mehrfachnennungen bei Kategorie 1 bis 3 möglich

Neben diesen Angaben wurden die Akteur:innen auch nach ihren individuellen Ratschlägen für branchenübergreifende Kooperationen gefragt. Dabei fallen einige Gemeinsamkeiten auf, die sich in den folgenden vier Punkten zusammenfassen lassen:

- 1 Die Mehrheit aller Kooperationspartner:innen rät zu Mut und Offenheit gegenüber kreativen Prozessen. **Kommunen** sollen hierbei unterstützend und begleitend zur Seite stehen und Veranstaltungen/Workshops anbieten, bei denen sich Akteur:innen der KKW und KMU treffen und austauschen können. Mehrfach empfohlen wurde außerdem, zugeschnittene **Finanzierungskonzepte** für branchenübergreifende Zusammenarbeiten zwischen KKW und KMU zu nutzen, um die Anschubphase einer Kooperation zu erleichtern. **Unternehmen** sollten aus Sicht von Vertreter:innen der KKW außerdem auch Zeit für den persönlichen Austausch im Rahmen der branchenübergreifenden Arbeits- und Kurationsprozesse einbringen.
- 2 Ein anderer sehr häufig genannter Ratschlag ist, **lokale Partner:innen** zu finden sowie **Netzwerke** zu knüpfen und beides in laufende Kooperationen einzubinden, um nicht nur die Ideenfindung, sondern auch ihre Umsetzung lokal verorten zu können. Das schont und spart nach Aussage der Akteur:innen Ressourcen. Zudem werden auf diese Weise Wissenstransfer und **lokale bzw. regionale Wertschöpfungsketten**⁶ gefördert und die Akzeptanz in der Bevölkerung gegenüber Innovationen gesteigert. Eine fortwährende Pflege jener Kontakte und Netzwerke ist ebenfalls notwendig.
- 3 Der Zusammenschluss zwischen Praktiker:innen und Kreativen wird generell als gute Basis für Innovationen empfunden. Hierbei können Kommunen, Institutionen der Wirtschaftsförderung sowie Branchenverbände **gezielte Unterstützung-, Begleitungs- und Beratungsarbeit** leisten.

- 4 Die Recherche von *KreativLandTransfer – Europäische Perspektiven* zeigt außerdem auf, dass KMU aus den Bereichen Land- und Forstwirtschaft zu Kooperationen mit der Software- und Games-Industrie tendieren⁸, um ihre Produkte und Dienstleistungen besser am Markt positionieren zu können bzw. **neue Märkte**⁹ zu erschließen. Kleine und mittlere Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe und dem Bauwesen gehen hingegen häufiger Kooperationen mit Vertreter:innen aus Kunsthandwerk oder Design und Architektur ein.¹⁰ In beiden Fällen steht die gezielte **Verknüpfung von Kompetenzen** im Vordergrund, um gemeinsam eine Produkt- oder Serviceinnovation zu entwickeln.



»Ich würde den Tipp geben, sich in der eigenen Stadt, im eigenen Lebensumfeld doch mal umzuschauen und da auch nach Partnerinnen und Partnern zu suchen, die auch genauso in der Lage sind, Projekte gemeinsam umzusetzen.«

Anne Hasselbach (*Die Badebox*)⁷

6 siehe auch:
Eintrag *RUDIS* [↗](#)

7 siehe auch: Videoportrait:
Die Badebox [↗](#)

8 siehe auch:
Eintrag *4D Landkino* [↗](#) und
Eintrag *Das Tier von hier* [↗](#)

9 siehe auch:
Eintrag *Timberstore* [↗](#)

10 siehe auch:
Eintrag *BUTZE!* [↗](#)

⑤ Erkenntnisse

Basierend auf der Auswertung der Einträge ergeben sich folgende Erkenntnisse im Hinblick auf branchenübergreifenden Zusammenarbeiten zwischen KKW und KMU in ländlichen Regionen:

Standort: Ländliche Regionen werden von den Akteur:innen nicht als Hindernis, sondern häufig sogar als Vorteil empfunden (geringere Standortkosten, weniger Konkurrenz, Entschleunigung etc.). Eventuelle infrastrukturelle Nachteile in ländlichen Räumen werden im Rahmen branchenübergreifender Kooperationen häufig durch die strategische nützliche Verknüpfung von Kompetenzen vollständig ausgeglichen.

Kontaktaufnahme: Der Beginn von branchenübergreifenden Zusammenarbeiten zwischen KKW und KMU erfolgt vorrangig durch direkte Kontaktaufnahme oder durch gemeinsam besuchte Workshops oder Veranstaltungen. Man kann daher schlussfolgern, dass die beteiligten Partner:innen sehr bewusst und gezielt miteinander in Kontakt treten.

Netzwerk: Gelungene Kooperationen erfordern eine aktive und frühzeitige Vernetzung, die auch über die beteiligten Kooperationspartner:innen hinausgeht. Auf diese Weise wird der Erfolg und die Akzeptanz in der Region erhöht und die Langfristigkeit der Zusammenarbeit gewährleistet.

Gemeinsame Ziele: Branchenübergreifende Kooperationen werden hauptsächlich begonnen, um Innovationen und Entwicklungen gemeinsam zu forcieren, Kompetenzen miteinander zu verknüpfen und die Qualität von Produkten und Dienstleistungen in Zusammenarbeit zu verbessern. Dass diese gemeinsamen Ziele Bestand haben, zeigt sich auch durch die Langlebigkeit der Kooperationen.

»Wir haben eine Einzigartigkeit mit diesen Produkten und man erkennt das überall wieder – das sind wir. Wenn wir diese Kooperation nicht gehabt hätten, dann sähe es ganz schön leer und traurig aus im Ellodus.«

Melanie Ellinger (Ellodus Resort GmbH) über die Zusammenarbeit mit Carolin Tennstädt (MACARONIE Design Studio)



❖ **Regionale Mehrwerte:** Keine der Kooperationen verfolgt rein absatzorientierte Ziele. Sie sind immer auch durch einen ideellen Hintergrund angetrieben, bei dem die **Steigerung der Attraktivität**¹¹ des Standorts am häufigsten im Fokus steht. Viele Kooperationen verfolgen außerdem die Ziele, die **regionale Infrastruktur**¹² zu verbessern, ein **attraktives (kultur-)touristisches Angebot**¹³ zu schaffen oder **Fachkräfte für die Region** zu gewinnen und zu binden¹⁴. Daraus ergeben sich positive Einflüsse branchenübergreifender Zusammenarbeiten für die jeweiligen Regionen.

▲ **Herausforderungen:** Mangelnde Erfahrung und Zeit, ein herausforderndes Tagesgeschäft, Berührungängste sowie fehlende Vernetzungs-, Workshop-, Beratungs- und Finanzierungsangebote im Bereich branchenübergreifender Zusammenarbeit halten vorrangig KMU-Akteur:innen davon ab, branchenübergreifend mit der KKW zusammenzuarbeiten.

Darüber hinaus wurde häufig erwähnt, dass für die Rentabilität der Zusammenarbeit Geduld, Offenheit und Zeit in der Anschubphase benötigt werden. Bringen die beteiligten Partner:innen jedoch diese Bereitschaft ein, so werden die Kooperationen schnell als essentiell und bereichernd empfunden.

◆ **Finanzielle Aspekte:** Aufgrund fehlender oder nicht bekannter Fördermöglichkeiten für Kooperationen zwischen KMU und KKW geht der Beginn der Zusammenarbeit für die beteiligten Partner:innen oft mit zusätzlichen Investitionen in Form von Geld, Zeit und Personal einher. Diese Investitionen zahlen sich zwar perspektivisch aus, stellen aber eine Hürde für den Start eines gemeinsamen Projektes dar.

»Innovationsgedanke vor Wirtschaftlichkeit – diese kommt von selbst«

Lucas Bitschnau (*Die Køje*) im Rahmen der Kooperation *KaraKøje – Das geflämte Zirbenbett*¹⁵



11 siehe auch: Eintrag [Gölles Erlebniswelt](#)

12 siehe auch: Eintrag [Schule im Schuppen](#)

13 siehe auch: Eintrag [BOYS FROM THE WOOD – PopUp-Event](#)

14 siehe auch: Eintrag [Lernspiel WissERZ](#)

15 siehe auch: Eintrag [KaraKøje – Das geflämte Zirbenbett](#)

Foto: *KaraKøje – Das geflämte Zirbenbett* © Buero Magma

⑥ Fazit

Der derzeitige Stand branchenübergreifender Kooperationen zwischen KMU und KKW lässt sich ausgehend von der Recherche im Rahmen von *KreativLandTransfer – Europäische Perspektiven* wie folgt zusammenfassen:

Branchenübergreifende Kooperationen zwischen kleinen und mittleren Unternehmen und Akteur:innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft bieten für und in ländlichen Regionen enorme Potenziale und Synergieeffekte für Innovationen und lokal verankerte Wertschöpfungsketten. Es handelt sich bei jener Form der Zusammenarbeit jedoch nach wie vor um Leuchtturmprojekte, deren Sichtbarmachung wichtig ist, um mehr Menschen für jene pionierhafte Form der Zusammenarbeit zu inspirieren. Genau diese Sichtbarmachung wurde im Rahmen des Projekts *KreativLandTransfer – Europäische Perspektiven* vorangetrieben.

Für die Seite der Kultur- und Kreativwirtschaft kann festgehalten werden, dass Bereitschaft, Geduld und Offenheit für branchenübergreifende Zusammenarbeit mit kleinen und mittleren Unternehmen vorhanden sind. Berührungspunkte zeigen sich bei Akteur:innen der KMU aufgrund der oben genannten Herausforderungen (siehe Abschnitt: Erkenntnisse). Diese gilt es mit geeigneten Methoden und Förderinstrumenten zu überwinden, um das Potenzial der Kooperationen für die ländlichen Regionen freizusetzen. In dieser Form der Zusammenarbeit zeigt die Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft ihre Fähigkeit und Kompetenz, kreative Lösungsansätze für die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Problemstellungen dieser Regionen zu finden.

Sind beide Seiten aktiv den entscheidenden Schritt aufeinander zugegangen, so steht einer erfolgreichen branchenübergreifenden Zusammenarbeit zwischen KKW und KMU meist nichts mehr im Wege.

Fortführende branchenübergreifende Kooperationen zwischen KKW und KMU zeichnen sich durch Flexibilität, Langlebigkeit und Wiederholung aus. Mehr noch werden bei vielen bestehenden Kooperationen zusätzlich weitere gemeinsame Projekte¹⁶ begonnen, um die positiven Synergien und die gewonnenen Erfahrungen ebenso auf andere Produkte oder Dienstleistungen zu übertragen.



»Unser Geschäftsmodell ist eigentlich die Innovation, also immer wieder in Frage stellen, neue Ansätze finden, immer ein bisschen anders herangehen – Innovation im Kleinen wie im Großen. KMU, deren Geschäftsmodell ist eigentlich das Bewährte. Und diese beiden Ansätze zu vereinen, führt zu Erkenntnissen. Was jetzt bei der Zusammenarbeit mit KUBIO überraschend war, war, dass sich da auf einmal die Seiten umgekehrt haben. Die sind in der Konstruktion dann auch ins Extrem gegangen.«

Robert Ilgen über den Entstehungsprozess der *BUTZE!*

¹⁶ siehe auch:
Eintrag *Werkzeugkiste* [↗](#)

⑦ Ratschläge für KMUs

Branchenübergreifende Kooperationen mit der KKW sollten nach Aussage der befragten Akteur:innen von Offenheit, Durchhaltevermögen und Mut zu unkonventionellem Denken geprägt sein. Eine Zusammenarbeit mit Akteur:innen aus der KKW sollte zudem stets als langfristige Kooperation gedacht werden. Nur so lassen sich strategische Ziele und spürbare Synergien erreichen.

Den Kooperationspartner:innen aus der KKW sollte stets Vertrauen entgegengebracht und alle nötigen Einblicke in das eigene Unternehmen mitsamt seinen Prozessen und Zielen gewährt werden. Fazit: Erst wenn sich beide Seiten auf Augenhöhe begegnen, wird aus einem Projekt ein Erfolg.

Ebenfalls wichtig ist ein regelmäßiger, gegebenenfalls moderierter Austausch während der Zusammenarbeit. So können Erwartungen und der jeweilige Arbeitsstand realistisch abgeglichen und strategisch wichtige Partner:innen frühzeitig in die gemeinsame Kooperation eingebunden werden.



»Wir haben wöchentliche Meet-ups gemacht, haben uns gegenseitig abgeholt. Ich habe da nicht wirklich was davon, wenn ich das jetzt auslagere und das dann nach Schema F abgearbeitet wird. Das geht eigentlich nur, wenn man Hand in Hand geht. Also wir waren auf jeden Fall viel im Austausch. Wir haben wiederholt Dinge angefasst, Dinge optimiert, bis es uns beiden gefallen hat.«

Justin Kollautz (Timberstore) über die Zusammenarbeit mit der SILENTGATE GbR¹⁸

»Kreative sind am Erfolgreichsten, wenn sie im Rahmen einer langfristigen Kooperation eingebunden werden. Nur so können strategische Ziele erreicht werden. Ergebnisse werden umso planbarer, wenn der Kreativleistung auch langfristig Vertrauen geschenkt wird.«

Gregor Fink (Roger G. Knif) im Rahmen der Kooperation zur Wachstumsstrategie der Wachmann Mühle¹⁷

17 siehe auch: Eintrag *Kreative Wachstumsstrategie statt Logo für den Bäckermeister* [↗](#)

18 siehe auch: Podcastfolge: *KreativLandTransfer* im Gespräch mit Justin Kollautz [↗](#)

⑧ Ratschläge für Politik und kommunale Verwaltungen

Unterstützungs- und Beratungsangebote zur branchenübergreifenden Zusammenarbeit sowie entsprechend ausgerichtete Veranstaltungen werden von den befragten Akteur:innen als nützlich empfunden, um Vertreter:innen aus KKW und KMU zusammenzubringen und zu informieren. Auch Beratungsangebote hinsichtlich möglicher Finanzierungskonzepte für gemeinsame Kooperation sind sehr gefragt.

Kommunalverwaltungen, aber auch Wirtschaftsförderungen sowie Mitarbeiter:innen des LEADER-Programms könnten hier eng verzahnt Begleitarbeit leisten. Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass genau jene Institutionen die KMUs und die Akteur:innen der jeweiligen Region auch wirklich kennen und gezielt vernetzen können.

Im Zuge der Recherche war im Austausch mit Vertreter:innen der Kommunalverwaltung häufig zu spüren, dass das Interesse an der regional ansässigen KKW zwar groß, der Kenntnisstand jedoch eher gering ist. Diesem Ungleichgewicht zu begegnen, wäre eine wichtige Voraussetzung, um anschließend besser beraten zu können.

Lohnend wäre es auch, generelle Anreize für branchenübergreifende Zusammenarbeiten zwischen KMU und KKW zu schaffen, um auch auf diesem Wege die Schaffung regionaler Wertschöpfungsketten und attraktiver (kultur-)touristischer Angebote sowie die Verbesserung der regionalen Infrastruktur zu begleiten und die Fachkräftegewinnung und -bindung voranzutreiben.

Auch die angemessene Honorierung kreativer Arbeit mit entsprechenden Untergrenzen sowie die Wertschätzung kreativer Arbeitsprozesse sollten auf Seiten der Politik und der Verwaltung Themen sein, die aktiv angegangen und in entsprechende Förderangebote eingearbeitet werden.

»Das sehen wir auch eher als unsere Aufgabe, dass wir in der Wirtschaftsförderung die Brücke sind im Verständnis zwischen Kreativunternehmen und den Wirtschaftsunternehmen. Das sollte irgendwann zur Selbstverständlichkeit werden, dass man, wenn man mal Dinge neu denken will im Unternehmen, sich nochmal Hilfe und Unterstützung in der Kreativwirtschaft holen kann.«

Dr. Peggy Kreller (Wirtschaftsförderung Erzgebirge)¹⁹

»Also das Angebot ist da, die gängigen Agenturen, die sich um sowas kümmern, die sind am Start, die können helfen. Bloß die Leute wissen oft gar nicht, dass es sowas gibt.«

Justin Kollautz (Timberstore)

¹⁹ siehe auch: Podcastfolge: *KreativLandTransfer* im Gespräch mit Peggy Kreller [↗](#)

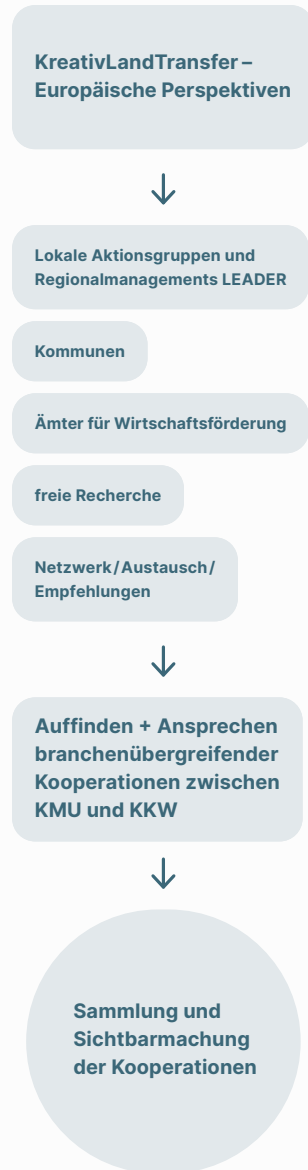
⑨ Herangehensweise

Recherche

Für die Recherche waren die Ämter für Wirtschaftsförderung und die Regionalmanagements des LEADER-Programms beziehungsweise deren lokalen Aktionsgruppen (LAG) sowie einzelne kommunale Verwaltungen sehr hilfreich. Dies lag darin begründet, dass jene Institutionen die eigene Wirtschaftsregion sehr gut kennen und daher oft Auskunft geben konnten, wo Unternehmen, Akteur:innen und Multiplikator:innen zu finden sind, welche für die Recherche relevant waren.

Parallel dazu wurde umfangreich in Online-Portalen und -Datenbanken recherchiert, die ähnlich gelagerte Kooperationen abbilden. Freie Recherchen, ein fortlaufender Austausch im Team sowie der Wissensstand aus der Pilotphase des Projekts ergänzten die Suche nach passenden Kooperationen ebenfalls.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass der persönliche Austausch, Empfehlungen sowie vermittelte oder bestehende Kontakte der gänzlich freien Recherche bzw. der Kaltakquise vorzuziehen sind.



Herausforderungen der Recherche

Die Herausforderungen bei der Recherche bestanden zunächst im Finden und Erreichen der entsprechenden Ansprechpartner:innen sowie darin, den Hintergrund der Anfrage deutlich zu machen. Hierbei war der Erklärungsbedarf generell hoch. Aus diesen Gründen war die telefonische Ansprache in dieser Phase deutlich erfolgreicher, um den Mehrwert des Datenbankeintrags für die Kooperationspartner:innen deutlich zu machen. Dieser bestand einerseits in der Sichtbarmachung der jeweiligen Kooperationen selbst, da die Sammlung dauerhaft öffentlich einsehbar ist. Darüber hinaus war es für die Kooperationspartner:innen attraktiv, dass die Einträge über die Kanäle von *KreativLandTransfer* präsentiert wurden. Auch das Angebot, einen Podcast oder ein Video-Portrait zu einzelnen Kooperationen zu erstellen, wurde oft und interessiert angenommen.

Häufig überzeugte zusätzlich auch, dass der Datenbankeintrag das generelle Wesen und die Synergieeffekte von branchenübergreifenden Zusammenarbeiten zwischen KMU und KKW in die Öffentlichkeit trägt und andere Unternehmer:innen – explizit aus dem Bereich der KMU – zu jener Art der Zusammenarbeit motivieren kann. Vor diesem Hintergrund wurde in der Kommunikation auch stets forciert, dass die Eingabefelder für *Ratschläge* bei den jeweiligen Einträgen ausgefüllt wurden, da an dieser Stelle ein hoher Mehrwert für Interessierte liegt.

Zusammenfassung der Herausforderungen bei der Recherche:

- qualitativ anspruchsvolle Recherche
- hoher persönlicher Kontakt- und Empfehlungsbedarf
- hoher Vermittlungsbedarf von Wesen und Mehrwert der Rechercheanfrage
- hoher Kommunikationsbedarf bis zur finalen Umsetzung der Einträge
- teilweise hohe Sprachbarrieren bei der EU-weiten Akquise

10 Schlusswort

Branchenübergreifende Kooperationen zwischen KKW und KMU bieten enorme Synergie-, Netzwerk- und Wertschöpfungspotenziale – für ländliche Räume und darüber hinaus. Jene besonderen Formen der Kooperation legen dabei in stetiger und dynamischer Teamarbeit die Grundsteine für Innovationen und greifen darüber hinaus häufig **Traditionen mit modernen Ansätzen**²⁰ auf. Auf diese Weise entstehen nicht nur neue Produkte und Dienstleistungen, sondern es werden auch Arbeitsplätze geschaffen und Regionen für die Zukunft geprägt und mitgestaltet.

Dennoch handelt es sich bei branchenübergreifenden Kooperationen zwischen KKW und KMU nach wie vor um Leuchtturmprojekte und Pionierarbeit. In diese lohnt es sich zu investieren, auch wenn diese Form der Zusammenarbeit mehr **Mut, Offenheit, Vertrauen, Zeit und Geduld** erfordert als Lösungen, die auf klassischem Wege rein unternehmensintern gesucht werden.

Begleitung, Beratung, Förderung und Wertschätzung sind daher die Elemente, die branchenübergreifende Kooperationen zwischen KKW und KMU in Zukunft mehr denn je brauchen, um zu entstehen, sich zu etablieren und sowohl intern als auch extern akzeptiert zu werden. Innovation entsteht durch Kooperationen, bei denen alle Beteiligten **voneinander lernen**. Abschließend lässt sich sagen, dass branchenübergreifende Kooperationen zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft und kleinen und mittleren Unternehmen über die beschriebenen Punkte hinaus auch das Potenzial besitzen, positive und **kreative Gestaltungsräume** in ländlichen Regionen zu eröffnen.





²⁰ siehe auch:
Eintrag [Blaudruckessel](#) ,
Eintrag [ORE One 82](#) 
und Eintrag [City Kids](#) 

Foto: [Blaudruckessel](#)
© Antonia Schwarzmeier

Impressum

Kontakt:

Landesverband der
Kultur- und Kreativ-
wirtschaft Sachsen e.V.
Kraftwerk Mitte 7
D-01067 Dresden

kontakt@lvkkwsachsen.de

Veröffentlichung:
August 2024

Projektträger:

Landesverband der
Kultur- und Kreativwirtschaft
Sachsen e. V.



Das Sächsische Staatsministerium
für Regionalentwicklung (SMR)
unterstützt das Projekt im Rahmen
des simul⁺InnovationHub.



Dieses Projekt wird mitfinanziert
durch Steuermittel auf der
Grundlage des vom Sächsischen
Landtag beschlossenen
Haushaltes.