

*Betreff:***Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft aus Haushaltsmitteln des Jahres 2017 der Stadt Braunschweig
hier: Förderung des Vereins der KreativRegion in Braunschweig***Organisationseinheit:*

DEZERNAT VI - Wirtschaftsdezernat

Datum:

24.05.2017

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

02.06.2017

Status

Ö

Beschluss:

Der KreativRegion e. V. erhält gemäß dem Begründungstext der Vorlage für die Durchführung der genannten Maßnahmen der Kultur- und Kreativwirtschaft einen städtischen Zuschuss in Höhe von bis zu 73.000 €.

Sachverhalt:

Der Rat hat bereits zum Haushalt 2011 beschlossen, die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Braunschweig zu unterstützen. Bekanntlich wurde durch Herrn Söndermann eine Studie zur Kultur- und Kreativwirtschaft für die Region Braunschweig im Auftrag der STIFTUNG NORD/LB – ÖFFENTLICHE erstellt. Ende 2011 wurden durch Herrn Söndermann Handlungsfelder vorgestellt, die die KKW in ihrer Entwicklung unterstützen sollen. Wie im vergangenen Jahr stehen Haushaltsmittel i. H. v. 94.000 € zur Verfügung.

Der Verein KreativRegion hat sich bereits im Jahr 2012 aktiv mit der Umsetzung der Handlungsempfehlungen aus der Söndermann-Studie auseinandergesetzt und ab diesem Jahr mit konkreten, von der Stadt Braunschweig geförderten Projekten begonnen.

Für das Jahr 2016 sind dem KreativRegion e. V. nach Beschlussempfehlung durch den Wirtschaftsausschuss und erfolgter Beschlussfassung durch den Verwaltungsausschuss 75.000 € bewilligt worden (DS 16-02204). In der Sitzung des Wirtschaftsausschusses am 07.04.2017 wurde über die Projekte des Vereins im Jahr 2016 berichtet (DS 17-04216). Teilweise konnten diese noch nicht abgeschlossen werden, sodass für die Durchführung der noch laufenden Maßnahmen die Frist bis zum 30.09.2017 verlängert werden soll.

Projekte 2017

Die Aufgaben, Projekte und Veranstaltungen ergeben sich aus dem in der Anlage beigefügten Projektantrag.

Die Schwerpunkte der Arbeit liegen weiterhin bei Netzwerkveranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit für die Kreativwirtschaft in der Region. Insbesondere die kleineren Formate der Netzwerkveranstaltungen erfahren nach Aussage der KreativRegion zunehmend positive Resonanz und sind mehr in den Mittelpunkt geraten. Das Konzept für den großen Marktplatz soll in diesem Jahr etwas angepasst werden.

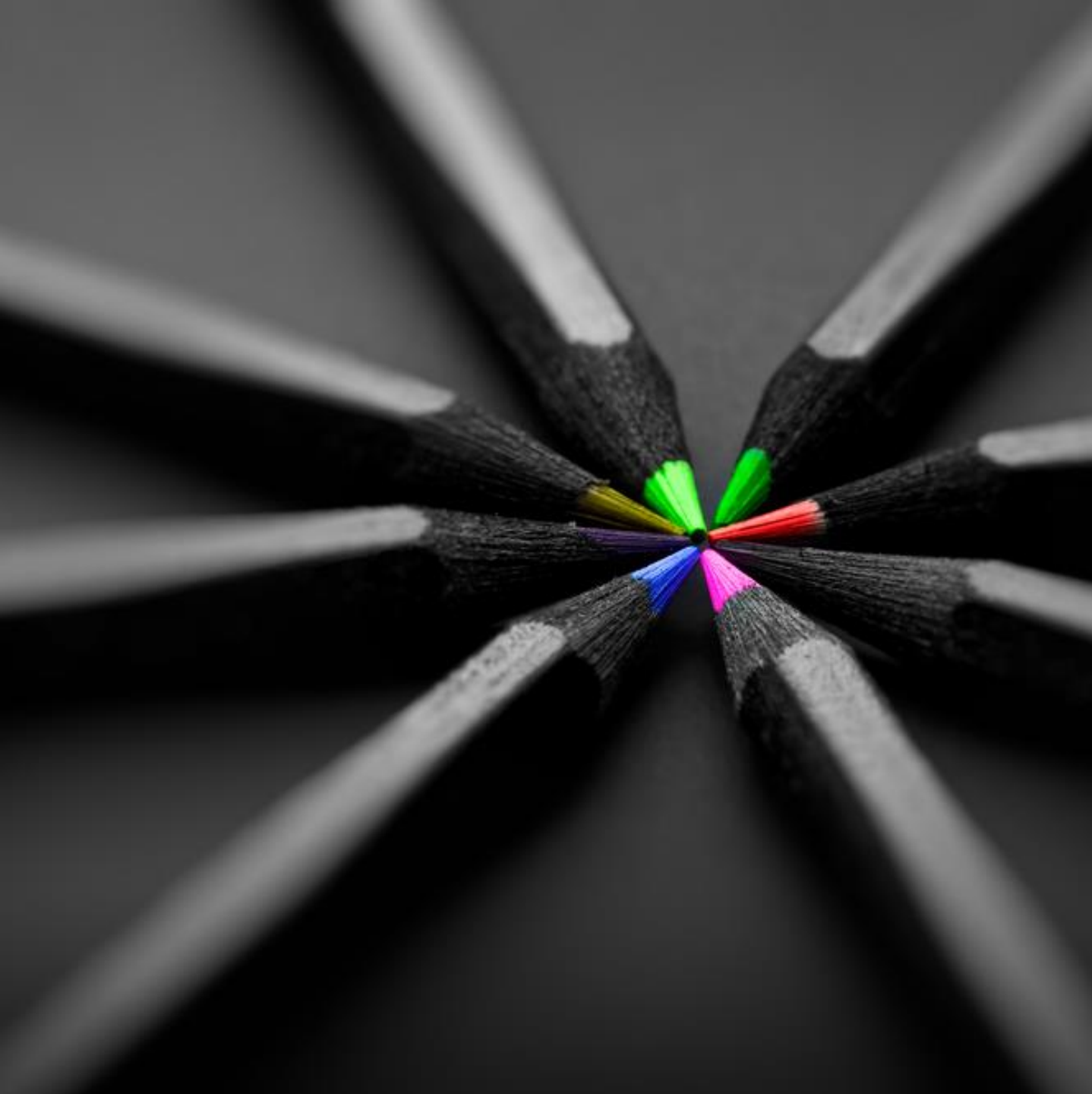
Die Vertreter der KreativRegion werden zur Sitzung des Wirtschaftsausschusses am 02.06.2017 anwesend sein und für Fragen zum Förderantrag sowie zu den 2016 umgesetzten Projekten zur Verfügung stehen.

Die Verwaltung befürwortet eine Förderung des KreativRegion e. V. im Jahr 2017.

Leppa

Anlage/n:

Antrag KreativRegion auf Gewährung eines Zuschusses



ANTRAG AUF GEWÄHRUNG
EINES ZUSCHUSSES ZUR
DURCHFÜHRUNG VON
PROJEKTEN ZUR FÖRDERUNG
DER KULTUR- UND
KREATIVWIRTSCHAFT

2017

ZIELE DER KREATIVREGION



Als Dachverband der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region um Braunschweig und Wolfsburg sehen wir uns als Verstärker der existierenden Vielfalt, mit der Aufgabe die Rahmenbedingungen der Kreativwirtschaft zu verbessern.

Unsere Ziele sind:

- Sichtbarkeit der Branche erhöhen
- Potential der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Region sichern und auszubauen
- Kreativunternehmen, ihre Netzwerke und Initiativen nachhaltig unterstützen
- Kooperationen zwischen den Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft und Unternehmen anderer Branchen verstärken

ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Branche mit Zukunft

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist einer der dynamischsten Wirtschaftszweige der Weltwirtschaft. Ihr Beitrag zur volkswirtschaftlichen Gesamtleistung (Bruttowertschöpfung) in Deutschland betrug 2015 mehr als 65 Milliarden Euro (2,2 Prozent). Das ist vergleichbar mit den großen Industriesektoren Automobil, Maschinenbau, Chemie, oder der Finanzdienstleistungsbranche und der Energieversorgung.

Wirtschafts- und Standortfaktor

Kultur- und Künstlerförderung ist auch Wirtschaftsförderung. Das kulturelle Umfeld einer Region oder Kommune ist entscheidender Standortfaktor bei der Ansiedlung von Unternehmen und entscheidender Faktor bei der Wohnortwahl Qualifizierter und Hochqualifizierter.

Zwischen Tradition und Moderne

Die Kultur- und Kreativwirtschaft verbindet traditionelle Wirtschaftsbereiche, neue Technologien und moderne Informations- und Kommunikationsformen. So zeigt z. B. die Software-/Games-Industrie durch Vernetzung der verschiedenen kulturellen Sparten wie Film, Video, Musik, Text oder auch Animation das besondere Potential der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dadurch ist die KKW Vorreiter und Beispiel für andere Wirtschaftszweige zum Beispiel und vor allem in der Digitalisierung.

In Braunschweig sind überdurchschnittlich viele Beschäftigte in der KKW tätig. Während im Bundesschnitt laut CIMA-Studie („Die Stadt Braunschweig im Großstadtvergleich“, 2015) 2,7 % in der KKW tätig waren, waren es in Braunschweig 3,8 %. Unter den bundesdeutschen Vergleichsstädten steht Braunschweig damit an zweiter Stelle. Die Tendenz in Bund und Braunschweig ist steigend.

KreativRegion als Katalysator

Die KreativRegion ist bestrebt die Vorteile durch Vernetzung und Wissenstransfer für die Kreativbranchen auszuschöpfen, kreatives Potential anderen Wirtschaftszweigen verfügbar zu machen sowie Umfang und Vielfältigkeit der regionalen KKW einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen..

Innovationspotential

- Vorreiter im Einsatz neuartiger Methoden und Formen der Arbeitsgestaltung
- Kreativunternehmen bedienen nicht-technische Innovationen und erweitern damit das durch technische Fortschritte geprägte Innovationssystem
- Innovationstreiber für andere Branchen und leistet aufgrund ihrer Innovationsorientierung einen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Gesamtwirtschaft

MASSNAHMEN DER KREATIVREGION | 01.06.2017

	I. Projekte			II. Verbandsarbeit
	1. Netzwerkveranstaltungen Analog: · Marktplatz · 11hoch11 · Der frühe Vogel · Speed Dating · Activity Digital: · Webinare · E- Books	2. Öffentlichkeitsarbeit · Mitgliederwerbung · Webseite · Branchenbuch · Newsletter · Facebook · Pressearbeit · Image-Werbung · Flyer · Infostände · Merchandise · Reisekosten · Vernetzung · Recherche	3. Innovationsförderung Kooperationen: · Think Tank · CrunchLunch · Marketing- Löwe · Präsenz Partnerveranstaltungen · Wettbewerbe · Nachwuchsförderung	1. Geschäftsstelle · Beratung und Kommunikation · Office- und Projektmanagement
Fördermittel	39.000,00 €	17.000,00 €	9.000,00 €	8.000,00 €
Eigenfinanzen				3.000 €
Eigenleistung á 25 € / h	800 h 20.000,00 €	750 h 18.750,00 €	300 h 7.500,00 €	200 h 5.000,00 €
Zwischensumme	59.000,00 €	35.750,00 €	16.500,00 €	16.000,00 €
	Kosten Projekte: 111.250,00 € Fördermittel: 65.000,00 €			Kosten Verbandsarbeit: 16.000 € Fördermittel: 8.000 €

Gesamtkosten: 127.250,00 €
Benötigte Fördermittel: 73.000,00 €

I. PROJEKT 1 | NETZWERKVERANSTALTUNGEN

1.1. Analog

1.1.1 Marktplatz

Der öffentliche „Marktplatz“ im September 2016 war trotz der schlechten Umstände durch das Wetter gut besucht und wurde durch alle Akteure wie auch das Publikum bereichert. In diesem Jahr möchten wir trotzdem einige Änderungen an dem Format vornehmen. Hierbei werden wir auf Hilfe und kreativen Input der Mitglieder der KreativRegion und das Engagement von Freiwilligen zählen können. Der Marktplatz soll im Jahr 2017 an einem zentralen Platz stattfinden und langfristig geplant werden. Es soll das gesamte Erscheinungsbild noch besser abgestimmt werden, indem Mitglieder und freiwillige Helfer die Veranstaltung gemeinsam und mit mehr zeitlichem Vorlauf planen. Ziel des Marktplatzes bleibt weiterhin die Vernetzung von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie das Schaffen der Möglichkeit der Öffentlichkeit die Bandbreite dieses Wirtschaftszweiges zu präsentieren.

Die bestehende Planung sieht die Nutzung des Altstadtmarkts in Kombination mit dem Gewandhaus vor und soll im Rahmenprogramm Leuchttürme der Region präsentieren, um die Vielfalt und Möglichkeiten vorort sichtbar zu machen.

I. PROJEKT 1 | NETZWERKVERANSTALTUNGEN

1.1.2 11 hoch 11

Das Netzwerkformat „11hoch11“ wird künftig ebenfalls mit mehr Vorlauf und in Kooperation mit verschiedenen Partnern und Unterstützern aus der Wirtschaft geplant. Das Netzwerkformat wird in der kommenden Periode einmal pro Quartal stattfinden. Die einzelnen Veranstaltungen werden jeweils ein konkretes Thema haben, das Anknüpfungspunkte zwischen KKW und anderen Wirtschaftszweigen bietet. So sollen technische Lösungen der KKW für andere Wirtschaftszweige aufgezeigt und pragmatische Beispiele vorgeführt werden. Besonders im Fokus wird im kommenden Jahr das Thema Digitalisierung stehen. Diese Thematik soll aus verschiedensten Blickwinkeln beleuchtet und dargestellt werden.

I. PROJEKT 1 | NETZWERKVERANSTALTUNGEN

1.1.3 Der frühe Vogel

Das kleine Netzwerkformat „Der frühe Vogel“ wird auch im kommenden Jahr weiterhin stattfinden. Dieser Frühstücksstammtisch der KreativRegion wird bisher gut angenommen. Künftig werden auch diese Veranstaltungen intensiver beworben. Für dieses Format liegt bereits eine Sponsorenliste vor, die noch in den kommenden Monaten bis zum Ende des Jahres 2017 gefüllt werden soll. Damit können wir das Frühstück künftig langfristiger und intensiver bewerben und die Teilnehmeranzahl weiter steigern.

1.1.4 Speed Dating

Zum einen soll ein „Speed Dating“ von Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftszweigen zum Austausch stattfinden. Diese Abendveranstaltung wird in einer Lokalität stattfinden, die es uns erlaubt circa 4 Menschen miteinander an einem Tisch zu platzieren. Nach jedem Menüpunkt werden die Personen an den Tischen neu gemischt, um an einem Abend möglichst viele Menschen kennenzulernen und sich effektiv zu vernetzen. Ziel ist es die Menschen an einem Tisch so zu mischen, dass jeweils eine möglichst große Vielfalt von Wirtschaftszweigen, beziehungsweise unterschiedlicher Branchen vorhanden ist.

1.1.5 Activity

Zum anderen wird ein neues Format mit dem Namen „Activity“ integriert. Innerhalb dieses Formats werden die Teilnehmer der Veranstaltung zu Gast in einem Unternehmen sein. Nach einer kurzen Vorstellung des Unternehmens durch Inhaber, Geschäftsführer oder weitere Verantwortliche, ist das Ziel dieser Abendveranstaltung eine gemeinsame Aktion durchzuführen. In einer Druckerei könnten beispielsweise alle gemeinsam ein Druckprodukt erstellen. Das Ziel dieses Veranstaltungsformats ist es, unterschiedliche Wirtschaftszweige einander näher zu bringen, das Verständnis füreinander zu fördern und die Arbeit des anderen zu stärken. Zusätzlich erhoffen wir uns eine rege Teilnahme durch den Aktivitätsbonus und die Möglichkeit einmal auf anderem Weg zu Netzwerken.

I. PROJEKT 1 | NETZWERKVERANSTALTUNGEN

1.1.5 Customer Journey & Design Thinking

Gemeinsam mit Partnern und Mitgliedern der KreativRegion, aber auch dem Arbeitsausschuss Innenstadt sowie dem Einzelhandelsverband planen wir neue (Netzwerk-)Formate bzw. je nach Bedarf angepasste Spezialveranstaltungen.

I. PROJEKT 1 | NETZWERKVERANSTALTUNGEN

1.2. Digital

1.2.1 Webinare und E- Books

Zusätzlich zu den Veranstaltungsformaten der KreativRegion möchten wir im kommenden Jahr unser Online Angebot erweitern. Um Interessierten und potenziellen neuen Mitgliedern die Möglichkeit zu bieten, sich ohne viel Aufwand mit dem Angebot und dem Mehrwert durch die KreativRegion zu beschäftigen, werden wir Webinare und E-Books in unsere Leistungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft mit aufnehmen. Die Webinare werden zwei Mal jährlich stattfinden und sind für alle Interessenten kostenfrei online einsehbar. Das erste E-Book der KreativRegion wird zum Thema Digitalisierung entstehen und nach Abschluss ebenfalls allen Interessenten kostenfrei zum Download angeboten.

I. PROJEKT 2 | ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

2.1 Website

Die stets aktuell gehaltene Homepage kreativregion.net inklusive des Veranstaltungskalenders verzeichnet wachsende Nutzerzahlen und wird von Mitgliedern und von Dritten zur Veröffentlichung KKW-relevanter Informationen genutzt.

2.2 Branchenbuch

Das kreative Branchenbuch befindet sich im weiteren Ausbau. Das offene Angebot der Selbsteintragung wurde auch im letzten Jahr von zahlreichen Einzelpersonen und Unternehmen wahrgenommen. In der nächsten Optimierungsphase sind erweiterte Möglichkeiten zur Selbstdarstellung der eingetragenen Angebote das Ziel.

2.3 Newsletter

Unser Newsletter wird zukünftig nach einem festgelegten Jahresplan in einer regelmäßigen Taktung an die interessierte Empfängerliste versandt.

2.4 Facebook

Mit mittlerweile rund 1.000 Followern haben wir die Reichweite unseres Facebookauftrittes auch im vergangenen Jahr kontinuierlich ausgebaut. Regelmäßige Posts, wie z. B. ein kreatives „Wort zum Samstag“ sowie Veranstaltungshinweise und Terminankündigungen unserer Mitglieder sorgen für eine hohe Zahl an wiederkehrenden Besuchern.

Neben der Homepage ist der Facebook-Auftritt zu einem grundlegenden Element unserer Onlinekommunikation geworden. Künftig werden wir Homepage und verschiedene Social Media weiter miteinander verschränken, um die Synergieeffekte zu nutzen.

2.5 Pressearbeit

Ebenso wird die klassische Öffentlichkeitsarbeit nach diesem Jahresplan getaktet: Regelmäßige Pressemitteilungen zu aktuellen Veranstaltungen, Themen und Meinungen werden auf die Aktivitäten von KreativRegion und KKW aufmerksam machen.

2.6 Image – Werbung

Die Pressearbeit wird zusätzliche Impulse für die Imagewerbung abgeben, die wir vorwiegend über unsere eigenen Netzwerkveranstaltungen sowie im Rahmen der Verbandsarbeit betreiben. Besonderen Mehrwert schaffen wir durch Mitgliederwerbungsaktionen.

2.6 Allgemein

Internetseite, Facebook, Newsletter sowie Pressearbeit erfordern durchgehend einen hohen Aufwand an technischer und redaktioneller Arbeit sowie die Verwendung stets aktuellen Bild- und Videomaterials. Auch der redaktionelle Aufwand für den Veranstaltungskalender ist kontinuierlich zu erbringen, um weiterhin einen kostenfreien und schnellen Zugriff auf wichtige Termine für Kreativschaffende und Interessierte zu gewährleisten. Dies dient nicht zuletzt dazu noch mehr Nutzer auf die KreativRegion und die vielfältige KKW unserer Region aufmerksam zu machen.

3.1 Allgemein

Für die Inhalte, je nach Aufwand und Absprache, benötigen wir finanzielle Mittel für Werbung, Presse sowie Standmaterial oder Mittel für Kommunikation und Organisation.

Kleinere spontane Veranstaltungen und Partnerschaften, die bis zum derzeitigen Moment noch nicht genannt sind, kommen aus Erfahrung im Laufe des Jahres immer noch hinzu.

3.2 CrunchLunch

Der monatlich stattfindende Crunch Lunch ist ein gut angenommenes Mittagsformat, welches ebenfalls in Kooperation mit dem Marketing Club e.V. im Torhaus Nord stattfindet. 15 Minuten Impulsvortrag und 45 Minuten Diskussion und Austausch – ergeben 60 Minuten ‚Lunch with benefit‘. Für die Verbreitung in Form von Flyern und Unterstützung in der Planung werden laufende Aufwände benötigt. Durch dieses konstante und von Fachpublikum besuchte Ereignis im Monatsrythmus steigern wir unsere Reichweite und Bekanntheit.

3.3 Kooperationen und Wettbewerbe

Wir unterstützen Veranstaltungen unserer Partner und entwickeln gemeinsam mit ihnen neue Projekte. Für die Durchführung als Mitveranstalter erhöhen wir unsere Reichweite und unseren Bekanntheitsgrad mit geringen Mitteln. Im Fokus stehen weitere vernetzende Formate der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftszweigen und Hochschulen.

Als Beispiel sind der AGV (Arbeitgeberverband) mit dem Unternehmertag zu nennen, der Designtransfer mit seinem Designpreis „LIONEL“, die Jahresausstellung des BBK. Außerdem fungieren wir auch als impulsgebende und kontrollierende Instanz unseres vergangenen Projekts, dem „ThinkTank“, und stehen hier steuernd und weiterhin unterstützend bei zukünftigen Kongressen in Form einer Denkwerkstatt zwischen der Kreativwirtschaft, der Wissenschaft und der Industrie dahinter.

3.4 Nachwuchsförderung

In Form von Vorträgen als auch von beratenden Maßnahmen unterstützen wir das Interesse junger Kreativnachwüchse für die Region. Wir vermitteln einzelne Akteure zu relevanten Partnern und dem Netzwerk, unterstützen bei der Auffindbarkeit von möglichen Ateliers, Geschäftspartnern, Projekten oder Kontakten, verbinden bei Bedarf Mitgliedsverbände mit Hochschulen und Absolventen und schaffen dadurch ein Zugehörigkeitsgefühl sowie Orientierung für junge Fachkräfte, die hier ansonsten keinen Anschluss finden. Ein ganzheitliches kreatives Milieu schafft es, dass sich nicht nur der Kreative sondern auch der Ingenieur wohlfühlt. Die Förderung auf dieser Ebene bedarf Kommunikation, mehreren kleinen Kampagnen (Werbemittel) und organisatorischen Aufwand.

3.5 Marketing Löwe

Ein gutes Beispiel für die eigene Präsenz bei Partnerveranstaltungen ist der Marketing- Löwe. Der Marketing Club Braunschweig e.V. vergab dieses Jahr zum achten Mal im Rahmen einer Preisverleihung die Auszeichnung des ‚Marketing Löwen‘ für besondere Marketingkonzepte und – umsetzungen. Wirtschaft, Politik und Wissenschaft treffen im Rahmen dieser Verleihung zusammen. Wir, als Dachverband stehen hinter dessen Idee und unterstützen den Marketing Club in ideeller Hinsicht, als auch auf organisatorischer Ebene. Im Zuge unserer Intention, die Vielfalt unserer Region hervorzuheben, übergeben wir beispielsweise den StartUp-Preis und sind als Jurymitglied in die Auswahl der Preisträger involviert. Für unterstützende Maßnahmen in der Verbreitung und Umsetzung des immer bekannter werdenden Awards erhalten wir im Gegenzug eine erhöhte Aufmerksamkeit auf regionaler, politischer und wirtschaftlicher Ebene.

II. VERBANDSARBEIT 1 | GESCHÄFTSTELLE

1.1 Beratung und Kommunikation

Die Geschäftsstelle befindet sich nun eingebunden in die Infrastruktur der örtlichen Kultur- und Kreativwirtschaft sowie in präserter Lage des Torhaus Nord e.V.. Dies bringt uns vielfältige Vorteile:

- Aufwertung unserer Geschäftsstelle durch eine permanente Repräsentanz
- eine noch bessere Vernetzung mit der Start-Up-Szene
- die Zusammenführung von Kompetenzen
- das Angebot von teilbranchenspezifischen Beratungsmöglichkeiten
- Räumlichkeiten für Gremiensitzungen, Kreativkreise und Workshops

Im Zuge eines Sponsorenvertrags können wir die Ausstattung des Büros in Form von Mobiliar und diversen weiteren Utensilien als Eigenleistung einbringen. Für Miete, Büromaterial und die Weiterentwicklung der Beratungs- und Informationsmöglichkeiten beantragen wir einen Zuschuss.

II. VERBANDSARBEIT 1 | GESCHÄFTSTSTELLE

Um einen lebendigen Austausch unserer Kreativen zu unterstützen, haben wir einen morgendlichen Stammtisch „Der frühe Vogel“ im Torhaus Nord etabliert. Die erfolgten Veranstaltungen waren erfolgreich und haben großen Zuspruch gefunden. Die für Versorgung und Betreuung der Gäste erforderlichen Mittel akquirieren wir durch Sponsoren. Die Veranstaltung bietet viele Vorteile:

- regelmäßiger Austausch der Kreativen
- Stärkung des Netzwerks
- Identifikation der Kreativen mit der KreativRegion (Anbindung)
- Kooperation mit verschiedenen Unternehmen (Anbindung)
- keine oder nur geringe Kosten bei großer Wirkung

Auch beim mittäglichen Stammtisch „CrunchLunch“ des Marketing Club Braunschweig e.V. fungieren wir als Partner und Gastgeber im Torhaus Nord mit ähnlich effektiven Vorteilen. Zusätzlich wird hier die Anbindung und Zusammenarbeit mit unserem eingetragenen Mitglied gestärkt und ausgebaut.

II. VERBANDSARBEIT 1 | GESCHÄFTSSTELLE

1.2 Office- und Projektmanagement

Die Stelle des Office- und Projektmanagement setzt sich zusammen aus 20% Projekt Management, 30% Veranstaltungsorganisation, PR/Öffentlichkeitsarbeit mit 30% Onlinekommunikation und 5% Pressearbeit sowie 15% Finanzbuchhaltung/Förderabrechnungen/Budgetverwaltung.

Stellt man die Aufgaben der KreativRegion hinsichtlich einer internen und externen Umsetzung in Relation, lässt sich eine weitaus kostengünstigere interne Realisierung erkennen. Die Erfahrung bekräftigt uns in der Annahme, dass eine Office- und Projektmanagerin als festes Personal unumgänglich ist, um die Basis für die Arbeit des ehrenamtlich eingesetzten Präsidiums zu schaffen. Eine Vollzeitstelle bildet weiterhin eine Konstante, dient als offizielle Schnittstelle nach außen und ermöglicht schnellere Handlungsfähigkeit für die KreativRegion.

Als Nachfolgerin von Frau Ines Kulka, wird Frau Danica Lust seit Februar 2017 mit 95% der TVöD Endgeldgruppe 9 entlohnt. Darüber hinaus werden die Veranstaltungen und Projekte der KreativRegion auch durch großes ehrenamtliches Engagement realisiert. Somit ergeben sich hohe Kostenersparnisse gegenüber einer Projektvergabe an externe Unternehmer.

II. VERBANDSARBEIT 2 | MITGLIEDERWERBUNG

Derzeit hat die KreativRegion 8 Mitglieder, davon 5 stimmberechtigte Vollmitglieder und drei assoziierte Mitglieder.

- BBK Braunschweig
- DesignTransfer
- Institut Heidersberger
- Marketing Club BS
- Radio Okerwelle
- wirDesign
- Formherr
- Kreativrausch

Zur Steigerung der Mitgliederanzahl werden im kommenden Jahr weitere Anpassungen zur Beitragsvereinfachung und -senkung vorgenommen. Zusätzlich werden das Aufnahmeverfahren und die Kriterien für die Aufnahme neu überdacht.

II. VERBANDSARBEIT 2 | MITGLIEDERWERBUNG

2.1 Flyer

Diese Maßnahmen allein werden nicht ausreichen, um neue Mitglieder zu gewinnen. Zusätzlich sollen Marketingmaßnahmen zur Mitgliedergewinnung durchgeführt werden. Durch die Akteure der KreativRegion werden klare Mehrwerte einer Mitgliedschaft definiert und anschließend nach außen getragen. Hierfür werden wir mit Infoflyern arbeiten.

2.2 Infostände

Außerdem wird die KreativRegion verstärkter auf Veranstaltungen in der gesamten Region auftreten. Hierfür wird ein Infostand geplant, an dem der Vorstand über die KreativRegion und unsere Möglichkeiten informieren kann.

II. VERBANDSARBEIT 2 | MITGLIEDERWERBUNG

2.3 Merchandise

Zusätzlich soll es von der KreativRegion im kommenden Jahr Merchandise Artikel geben, um schnell virale Effekte erzielen zu können. Im vergangenen Jahr haben wir mit kleinen, gebrandeten Artikeln, die im Alltag gebraucht und regelmäßig genutzt werden stets gute Erfahrungen gemacht, auf denen wir aufbauen möchten.

2.4 Reisekosten

Des Weiteren ist geplant, die Mitglieder Akquise in Zukunft verstärkt über die Grenzen von Braunschweig hinaus zu erweitern. Hierfür werden Reisekosten für den Vorstand und die Betreuung der Geschäftsstelle anfallen, die ebenfalls berücksichtigt werden müssen.