

### **Programm des 3. Workshops "Governance von Creative Industries"**

**Datum:** Freitag, 12.10.2007  
**Uhrzeit:** 1. Teil: 9.00 Uhr – 13 Uhr; 2. Teil: 14.00 Uhr – ca. 16.30 Uhr  
**Ort:** ESMOD Modeschule, Görlitzer Str. 51, 10997 Berlin-Kreuzberg

---

### **THEMA: „CREATIVE INDUSTRIES UND STADTMARKETING“**

#### ***Einführung***

Kreativität wird zunehmend als entscheidender Standortfaktor im Wettbewerb der Städte und Regionen in Betracht gezogen. Mit ihren Konnotationen von „Dynamik“, „Jugend“ und „Innovation“ ist sie ein fruchtbarer Boden für die Vermarktung von mentalen Stadtbildern im Kampf der Orte um Investitionen, Talente, Touristen und Bewohner. City Branding hat sich längst vom Tourismusmarketing emanzipiert und versucht, die Identitäten eines Ortes zu artikulieren und erfolgreich nach Außen und Innen zu kommunizieren.

Im Fall von Berlin wird das Image einer kreativen Stadt als neue Chance zur Selbstfindung und -vermarktung in der post-industriellen Welt begriffen. Senatsstellen, private Unternehmer und Public-Private-Partnerships haben das Thema hoch auf ihre Agenda gesetzt. Konfrontiert werden sie jedoch mit immanenten Paradoxien, die zum einen in der Natur des Marketings liegen und zum anderen mit der Logik der Creative Industries zusammenhängen:

Wie binde ich eine sich ständig wandelnde Welt von jungen Unternehmern an den Standort, wenn ihre Aktivitäten transnational ausgerichtet sind? Wie gewinne ich kreative Unternehmer für die Vermarktung der Stadt, wenn diese ihre kreative Autonomie wahren wollen? Welche Gültigkeit haben Bild- und Standortpolitiken im Kontext von sich schnell wandelnden Konjunkturen, Moden und Zyklen? Wie definiere ich überhaupt die Identität eines Ortes, um sie dann zum Brand zu machen, wenn es sich um einen so komplexen Organismus wie die Stadt handelt? Und wie kann man den Erfolg einer so breit angelegten Strategie wie das Stadtmarketing evaluieren?

#### ***Ziel des Workshops***

Ziel dieses Workshops ist es zu zentralen Fragen des jungen Handlungsfeldes „Creative Industries und Stadtmarketing“ Positionen aus Forschung und Praxis vorzustellen.

Im ersten Teil des Workshops führen Kurzvorträge über aktuelle Forschungsarbeiten ins Thema ein. Der Workshop-Charakter ermöglicht die direkte Diskussion zwischen Forschung und Praxis und eröffnet die Erarbeitung weiterer Fragen.

Im zweiten Teil des Workshops werden dann konkrete Lösungsansätze und praktische Umsetzungsversuche analytisch betrachtet, diskutiert und Lösungsalternativen überprüft. Die bereits ausgearbeiteten Fragen und Antworten dienen als Basis für diese Herangehensweise.

Darüber hinaus wird der bereits begonnene Austausch zwischen Praktikern und Wissenschaftlern im Rahmen der Vernetzungsinitiative des Georg-Simmel-Zentrums weiter verfolgt. Ziel ist es sich ähnlichen Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu nähern und – in diesem Fall – die Expertise für das Themenfeld „Creative Industries und Stadtmarketing“ zu verbessern.

---

#### ***Forschergruppe:***

Dr. Bastian Lange, Leibniz-Institut für Länderkunde Leipzig / GSZ für Metropolenforschung, Dr. Birgit Stöber, Copenhagen Business School, Ares Kalandides, TU Athen/INPOLIS, Berlin und Prof. Harald A. Mieg, Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung.  
Bei Rückfragen: Bastian.Lange@staff.hu-berlin.de

## **Ablauf**

### Vormittags

- 9:30 Uhr Begrüßung durch Silvia Kadolsky, Direktorin der ESMOD Modeschule.  
Begrüßung durch Prof. Harald Mieg, Sprecher des Georg-Simmel-Zentrums für Metropolenforschung der Hu Berlin  
Begrüßung durch Berlin Partner GmbH  
Einführung in den Ablauf (Lange/Kalandides)
- 10:00 Uhr Prof. Klaus Kunzmann.  
Keynote-Vortrag: „Kreativwirtschaft: Chance oder Mode der Stadtpolitik?“  
Anschließend Q&A. Diskussion, Fragen und Antworten
- 10:45 Uhr Uli Mayer-Johanssen (MetaDesign, Visible Strategies)  
Präsentation der Kulturtourismuskampagne für die BTM  
Anschließend Q&A: Diskussion, Fragen und Antworten
- 11:30 Uhr Dr. Bastian Lange  
„Paradoxien in den Creative Industries“
- 12:00 Uhr Ares Kalandides  
„Stadtmarketing und Ortsidentitäten“  
  
Anschließend. Q&A. Diskussion, Fragen und Antworten
- 12:30 Uhr Mittagspause

### Nachmittag

- 13:30 Uhr Christiane Herzog (Berlin Partner GmbH)  
Präsentation: „Creative Industries in der Stadtmarketingstrategie der Berlin Partner GmbH“.
- 13:45 Uhr Arne Klein und Jochen Pläcking (kleinundpläcking. research brand. consulting. planning): Präsentation der Branding Strategie „Berlin: City of Change“.
- 14:15 Uhr Q&A: Diskussion, Fragen und Antworten
- 14:45 Uhr Kaffeepause
- 15:00 Uhr Lars-Alexander Mayer (trommsdorff+drüner, innovation-marketing consultants):  
„Evaluation von Stadtmarketingstrategien“
- 15:30 Uhr Q&A: Diskussion, Fragen und Antworten
- 16:00 Uhr Kritische Betrachtung der Strategien anhand der gestellten Fragen und erarbeiteten Antworten.
- 16:30 Uhr Abschließende Feedbacks von Prof. Kunzmann, Prof. Mieg, Kalandides, Dr. Lange
- 17:00 Uhr Ende des Workshops.