

CREATIVE COMMUNITIES FIRST

LEITFADEN FÜR EINE NACHHALTIGE UND REGENERATIVE ENTWICKLUNG VON KREATIV GEMEINSCHAFTEN

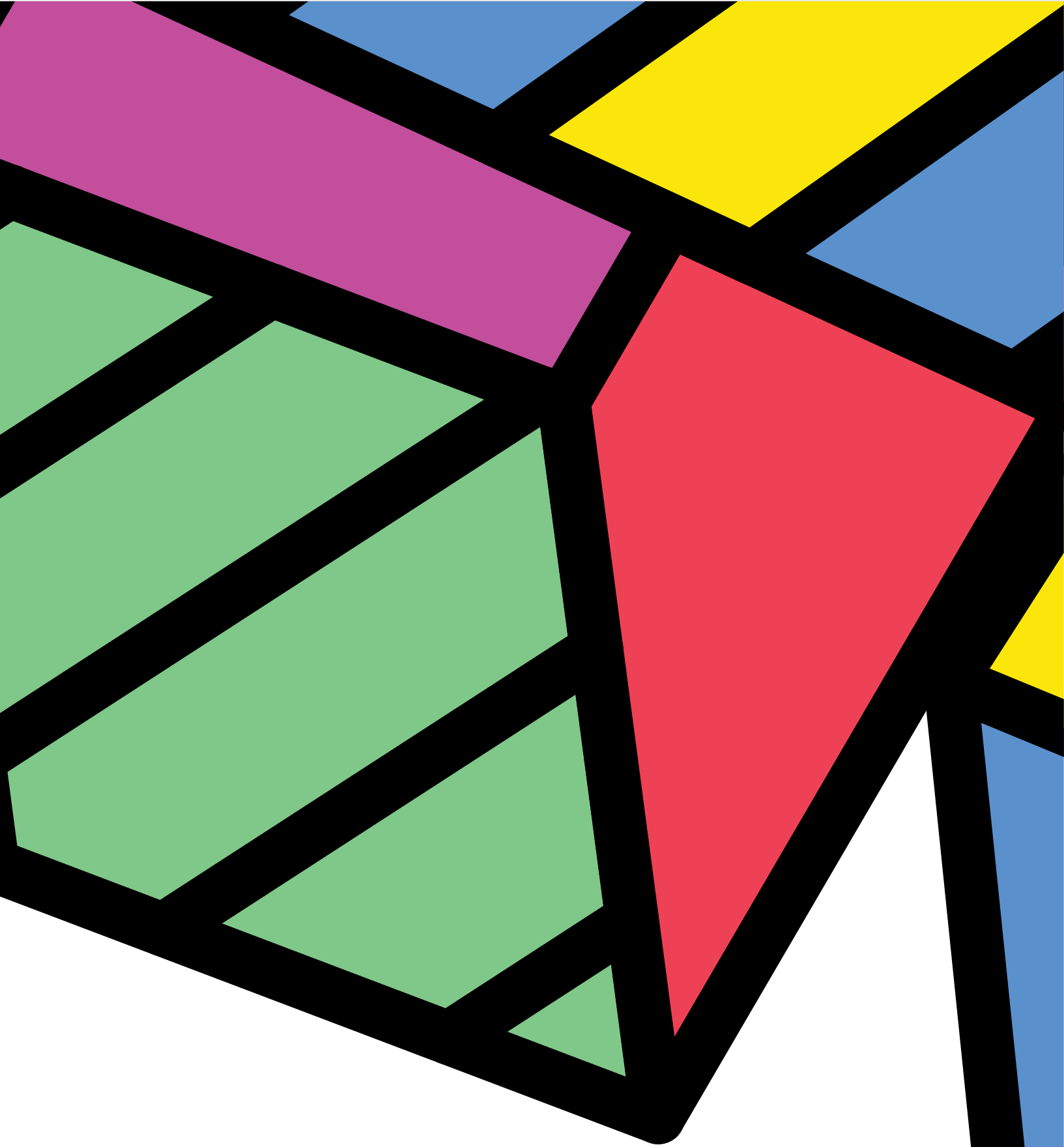
Version 1 - 2022

Kreative
Gemeinschaften zuerst



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für diese Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission übernimmt keine Verantwortung für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

www.creativecommunities.eu



01

EINFÜHRUNG



EINFÜHRUNG

Über diesen Leitfaden

COVID19 hat die europäische Kreativwirtschaft dezimiert, und sie braucht alle Hilfe, die sie bekommen kann, um stärker und widerstandsfähiger zu werden. Die Kreativwirtschaft trägt Hunderte von Millionen Euro zur europäischen Wirtschaft bei, aber in den letzten Jahren haben Hunderte von Kreativen und Kreativkollektiven keine Möglichkeit mehr, ihre Arbeit zu vermarkten und zu verkaufen.

Gleichzeitig hat die plötzliche Verlagerung auf Online- und Fernunterricht dazu geführt, dass die so genannte "dritte Aufgabe" der Universitäten verloren gegangen ist. Creative Communities First wurde als Antwort auf diese beiden Probleme entwickelt. Sein Hauptziel ist es, Hochschullehrer dabei zu unterstützen, ihre Lehrmethoden digital zu transformieren und dabei die kleinen, lokalen, kreativen Gemeinschaften zu verjüngen.

DER LEITFADEN FÜR DIE NACHHALTIGE UND REGENERATIVE ENTWICKLUNG DER KREATIVWIRTSCHAFT UND -GEMEINSCHAFTEN IN DER EU NACH COVID19 bietet Hochschullehrern fundierte und aktuelle Informationen über die Auswirkungen der COVID19-Krise auf die Kreativwirtschaft sowie eine Reihe von übertragbaren Lösungen, die zur nachhaltigen Entwicklung und Regeneration kreativer Gemeinschaften nach der Krise eingesetzt werden können.

Wie wird er genutzt? Der Leitfaden wird in erster Linie vom Hochschulsektor genutzt werden. Creative Communities First will das bürgerschaftliche Engagement und die Verantwortung des Hochschulsektors fördern und die ihm zur Verfügung stehenden Ressourcen (Mitarbeiter und Studierende) nutzen, um zu

einem positiven bürgerschaftlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel beizutragen. CCF befähigt Studierende zu bürgerschaftlichem und sozialem Engagement/Innovation und spornt sie an, Lösungen für einen Sektor mitzugestalten, den COVID19 ihnen genommen hat.

Der Leitfaden soll als zentrales Lehr- und Nachschlagewerk dienen, um Hochschulstudenten auf das E-Service-Lernen im Kreativsektor vorzubereiten.

Es werden einige der Probleme skizziert, mit denen die Kreativbranche konfrontiert ist, und es werden einige kreative und regenerative Projekte vorgestellt, an denen Studierende entweder beteiligt waren oder an denen sie beteiligt sein könnten. Alle ausgewählten Fallstudienprojekte wurden aufgrund ihres Replikations- und übertragbaren Lernpotenzials ausgewählt.

WER KANN DIESEN LEITFADEN NUTZEN?

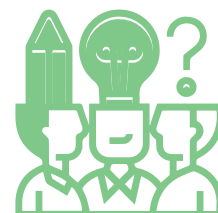
Das CCF-Projekt hat drei Hauptzielgruppen

Creative Communities First erfüllt die Bedürfnisse von drei Hauptzielgruppen und kommt ihnen auf folgende Weise zugute:

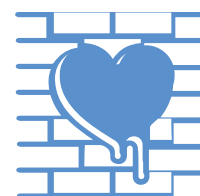
Hochschullehrer werden von einem neuen kombinierten digitalen pädagogischen Ansatz (E-Service-Learning + Online-Hackathon) profitieren, der ihre so genannte "dritte Mission" fördert und ihren Studenten eine intensive und angewandte Lernerfahrung bietet.



Hochschulstudenten werden von neuen innovativen digitalen Lernerfahrungen profitieren, die sie begeistern und engagieren werden. Sie werden Schlüsselkompetenzen und -einstellungen des 21. Jahrhunderts erwerben, wie z. B. kollaborative Problemlösung, zwischenmenschliche Kommunikation, kritisches Denken und Selbstwirksamkeit, während sie kreative Branchenlösungen mitgestalten. Sie werden sich an immersivem digitalem Lernen beteiligen (einschließlich E-Service-Lernen + Online-Hackathon) und ihr Wissen über (z. B. AR, VR, 3D-Druck) anwenden, um gemeinsam Lösungen für die Probleme der Gemeinschaften der Kreativwirtschaft zu entwickeln.



Kreative Gemeinschaften (Künstler, Handwerker, Schriftsteller, Filmemacher, Softwareentwickler usw.) werden von einem Innovationstransfer von der Hochschule profitieren, der ihnen helfen soll, COVID19 abzuschwächen und ihre Perspektiven und Geschäftsmodelle nachhaltig zu entwickeln/zu erneuern, um sich auf die Zukunft vorzubereiten.



Der CCF positioniert die Hochschulen, damit sie zu Universitäten der Zukunft werden, die sich die offene Innovation und ihre dritte Aufgabe zu eigen machen und (physische und virtuelle) Orte schaffen, an denen Universität und Industrie zusammenarbeiten und gemeinsam an Projekten arbeiten, die reale Probleme lösen. Die Universitäten der Zukunft sind Innovationszentren, die Forschung aktiv für die Gemeinschaft einsetzen und Beziehungen zwischen Unternehmern und Mentoren, Unterstützern und Geldgebern vermitteln.





02

AUSWIRKUNGEN
DER COVID19-
KRISE AUF DIE
KREATIVWIRTSCHAFT IN
EUROPA



DAMALS UND HEUTE

Wie sich Covid19 auf die europäische Kreativwirtschaft ausgewirkt hat

Laut dem Bericht "Rebuilding Europe, the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis January 2021" wurde der europäische Kultur- und Kreativsektor stärker von der Coronavirus-Krise getroffen als jede andere Branche außer der Luftfahrt.

Im **Jahr 2019**, bevor die Pandemie ausbrach, war der europäische Kultur- und Kreativsektor ein schnell wachsender Wirtschaftszweig, der rund 7,6 Millionen Menschen beschäftigte, mehr als doppelt so viele wie die Telekommunikations- und Automobilbranche zusammen und 700.000 mehr als 2013.

Ihr Jahresumsatz von 643 Mrd. Euro sei in den vergangenen sechs Jahren um 2,6 % pro Jahr gestiegen und entspreche damit etwa 4,4 % des gesamten BIP der EU, so die Verfasser des Berichts, die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EY, die einen Überschuss von mehr als 8,6 Mrd. Euro für den Block erwirtschaftete.

Zwischen 2013 und 2019 verzeichneten die zehn Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKI) unterschiedliche, aber konstante Wachstumsraten: mehr als 4 % pro Jahr für Videospiele, Werbung, Architektur und Musik; und zwischen 0,5 % und 3 % für audiovisuelle Medien (AV), Radio, bildende Kunst, darstellende Kunst und Bücher. Nur die Presse (-1,7 %) litt unter dem schwierigen Übergang zwischen Print- und Online-Einnahmen.

Im Jahr 2019 entfielen auf die fünf größten EU-28-Länder (Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und das Vereinigte Königreich) 69 % der Gesamteinnahmen der KKI in der EU, aber das stärkste Wachstum kam aus Mittel- und Osteuropa. Über 90 % der KKI-Unternehmen sind kleine und mittlere Unternehmen, und 33 % der Beschäftigten sind selbstständig - mehr als doppelt so viele wie in der europäischen Wirtschaft insgesamt (14 %).

Im **Jahr 2020** wird die Kultur- und Kreativwirtschaft rund 31 % ihrer Einnahmen verlieren. Die Schockwellen der COVID-19-Krise sind in allen KKI zu spüren: Die darstellenden Künste (-90 % zwischen 2019 und 2020) und die Musik (-76 %) sind am stärksten betroffen; bildende Kunst, Architektur, Werbung, Bücher, Presse und AV-Aktivitäten sind im Vergleich zu 2019 um 20 % bis 40 % zurückgegangen. Die Videospielebranche scheint die einzige zu sein, die sich halten kann (+9 %).

Die Krise hat Mittel- und Osteuropa am stärksten getroffen (von -36% in Litauen bis -44% in Bulgarien und Estland).

Spulen wir vor bis 2022/2023, so können wir feststellen, dass die Kreativwirtschaft das Schlimmste überstanden hat, sich stärker erholt hat und nun agiler und widerstandsfähiger ist als zuvor. Aber was hat zu dieser Erholung geführt? In diesem Abschnitt des Leitfadens untersuchen wir, wie die Pandemie jedes unserer Partnerländer - Litauen, Irland, Finnland, Deutschland und Dänemark - getroffen hat. Wir lassen Menschen aus dem Sektor zu Wort kommen und stellen einige der Unterstützungen (staatlich oder anderweitig) vor, die den Sektor in schwierigen Zeiten gestützt haben.

Im letzten Abschnitt des Leitfadens (O3) untersuchen wir Fallstudien und Innovationen interessanter Projekte, Programme und Initiativen, die aus der Krise entstanden sind. Wir untersuchen die Auswirkungen und Ergebnisse der Probleme und Lösungen, die zu ihrer Entstehung geführt haben. Wir präsentieren diese kurz und prägnant mit den wichtigsten Einsichten und Erkenntnissen sowie Vorschlägen, wie diese Art von Initiativen in Zukunft weiter ausgebaut werden kann - insbesondere im Hochschulbereich und im Kontext des Service Learning im Kreativsektor, das wir mit diesem Projekt zu fördern versuchen.



COVID19 AUSWIRKUNGEN AUF KREATIVE WIRTSCHAFTEN - Nordwestirland

Auszug aus: Measuring the Creative Sector in the Galway, Mayo and Roscommon Region a consideration of the impacts of COVID 19

Die Kreativwirtschaft in der GMR-Region wird von kleinen, häufig Mikrounternehmen (Einzelpersonen) dominiert. Gleichzeitig verfolgen diese Unternehmen eine große Vielfalt an Geschäftsmodellen, ohne dass der Sektor als Ganzes definiert wird. Sie reichen von gemeinnützigen Modellen und kreativen Einzelpersonen, die projektbezogen arbeiten, bis hin zu großen Organisationen mit globalen Lieferketten und Filialmodellen. Was alle Organisationen gemeinsam haben, ist der Wunsch, kreativ zu sein. In der Tat ist für viele dieser Kleinstunternehmen die Gewinnerzielung nicht immer das primäre Ziel; vielmehr ist es das einzige Ziel, ein nachhaltiges Unternehmen zu bleiben, das kreative Leistungen erbringt.

Arbeitsplatzverluste: Was die Auswirkungen von COVID19 betrifft, so schätzt die OECD, dass in der gesamten Kreativwirtschaft zwischen 0,8 % und 5,5 % der Arbeitsplätze gefährdet sind. Die Sektoren mit Veranstaltungsorten und Publikumsverkehr sind am stärksten betroffen. In Irland reichen die geschätzten Auswirkungen von einem prognostizierten Rückgang des BIP zwischen 10 (EY, 2020) und 13 % (ESRI, 2020), wobei bis zu 220.000 Arbeitsplätze dauerhaft verloren gehen könnten.

Der vom Arts Council im Frühsommer 2020 in Auftrag gegebene Bericht von Ernst and Young schätzte den Verlust für den Kunstsektor in Irland auf -34,6 % bis -42 % mit einem entsprechenden Rückgang der Arbeitsplätze von -14,9 % bis -18 % (vergleichbare Zahl für die übrige irische Wirtschaft -7 %). Das Ministerium für Wirtschaft, Unternehmen und Innovation veröffentlichte zeitgleich einen Bericht, in dem es auf den völligen Einbruch der Leistungsmöglichkeiten und den daraus resultierenden dramatischen Einkommensverlust hinwies. Nach Schätzungen des Ministeriums wurden 800 Personen im audiovisuellen Sektor entlassen, da die Produktionen zum Erliegen kamen, was zu einem geschätzten Einkommensverlust von 20 Millionen Euro führte. Derselbe Bericht prognostizierte auch einen Rückgang in verwandten Branchen wie dem Tourismus auf -5 Mrd. € im Jahr 2020. Gleichzeitig wurde auf die potenziellen positiven Auswirkungen auf den Technologiesektor in Irland hingewiesen.

Umsatzeinbußen: Auf die Frage nach der voraussichtlichen Umsatzdifferenz für 2020 im Vergleich zum Vorjahr sagen die Kreativunternehmen einen Rückgang von 18 % voraus. Am anderen Ende des Spektrums gibt es einen kleinen Prozentsatz von Befragten, die Umsatzsteigerungen von 100 % und mehr vorhersagen. Bei diesen Befragten handelt es sich um Unternehmen, die sich selbst als Animations- und Spieleunternehmen definieren, während andere sich als Designunternehmen bezeichnen.

Bildung und Ausbildung: In der Kreativwirtschaft tätige Unternehmen geben aktiv Wissen an andere in der Region weiter und tragen zur Kompetenzentwicklung bei. Mehr als die Hälfte (55 %) der Befragten der Umfrage 2018 gaben an, dass sie an Bildungs-, Mentoring- und Schulungsaktivitäten beteiligt sind. Die häufigste Art von Aktivitäten (46 %) waren Vorträge, Schulungen oder Workshops für die Öffentlichkeit oder Studenten (in Schulen, Hochschulen oder Universitäten). Die Unternehmen des Kreativsektors arbeiten auch mit dem Bildungssektor zusammen, um bei der Aktualisierung und Gestaltung von Kursen im Einklang mit den aktuellen Bedürfnissen zu helfen. Nach ihren Erkenntnissen sind 15 % an diesen Aktivitäten beteiligt. Die Unternehmer tauschen auch aktiv Wissen mit anderen Unternehmen und Nachwuchskräften aus.

Strengths

Weaknesses

Place	Environment	Physical Infrastructure
Authenticity	Openness	Coherence
Attractiveness	Urban/Rural	Representation
Collaboration	Quality of Life	Space
Collaboration & Co-production	Exports	Digital Infrastructure
Digital	Experience	Tastes
Environment	Cross Sector	Housing
		Support
		Place
		Finance

Opportunities

Threats



Weitere Einblicke in den irischen Kontext

Ein vom Arts Council in Auftrag gegebener Bericht von Ernst and Young schätzt den Verlust für den Kunstsektor auf -34,6 % bis -42 %.

Nach Untersuchungen der Western Development Commission haben sich die geschätzten Auswirkungen von Covid 19 in der Region Galway, Mayo, Roscommon negativ auf die Wertschöpfung (-69,6 Mio. €), den Umsatz (-47,8 Mio. €) und den Verlust von 742 Arbeitsplätzen ausgewirkt.

Der Bericht des Arts Council enthält Empfehlungen für den Sektor, darunter

- Ein koordinierter regionaler und nationaler Ansatz für das Überleben einer strategischen Kunstorganisation
- Ausweitung der Inbetriebnahmeprogramme
- Ausweitung der Stipendienprogramme
- Eine Taskforce zur Schaffung neuer Partnerschaften
- Programme zur beruflichen Entwicklung
- Bildung und Diversifizierung

Es besteht kein Zweifel, dass der Sektor von der Pandemie stark betroffen war. Im Folgenden finden Sie einige persönliche Anekdoten von Mitgliedern der Kreativbranche, die direkt betroffen waren.

"Wir haben den Höhepunkt jahrelanger Arbeit abgesagt. Die Schließung erfolgte rasch; eine vollständige Wiedereröffnung ist nicht möglich und wird teilweise komplex sein. Wir haben uns unseren Verpflichtungen und Herausforderungen gestellt und gehen mit Dynamik und Sorgfalt vorwärts. Wir brauchen finanzielle Stabilität im Jahr 2021, um in das Lebenselixier unseres Landkreises zu gelangen."



rick-on-Shannon

"Von einem 15-köpfigen Team sind wir jetzt nur noch 3, die von zu Hause aus arbeiten. Wir mussten während der Rezession schwere Kürzungen hinnehmen, und die Finanzierung wurde nie wiederhergestellt; die kommende Rezession stellt uns vor eine existenzielle Krise. Die Herausforderungen der Wiedereröffnung bei gleichzeitiger Gewährleistung der Sicherheit von Künstlern, Personal und Publikum sind komplex und beunruhigend für eine Organisation, die keine Ressourcen übrig hat."

-Emer McGarry, Direktor, Das Modell

"Das Iron Mountain Literaturfesti abgesagt, was sich sehr direkt auf Schriftsteller und Musiker auswirkt (weniger Honoraren, Engagement in der Gemeindefestivals, Buch- und CD-Verkauf) und eine Lücke zwischen Literatur-, Umwelt- und Musikveranstaltungen der Gemeinde hinterlässt."

-Vincent Woods Festivalleiter



"Es war schwierig, aber man war gezwungen, online zu gehen, weil jeder online gehen muss. Ich weiß, dass einige Künstler mitten in Projekten steckten, die letztendlich in einer Ausstellung in einer Galerie enden sollten. Und dann müssen sie das in eine Art Online-Galerie umwandeln. Künstler und Bildhauer machten also Skulpturen und"



AUSWIRKUNGEN DES COVID19 AUF DIE KREATIVWIRTSCHAFT IN LITAUEN

Die Pandemie war ein großer gesundheitlicher, wirtschaftlicher, politischer und sozialer Schock für Litauen. Die Reaktion des Landes lässt sich in zwei Teile unterteilen. Die erste Welle der Pandemie wurde relativ gut bewältigt, Litauen wurde als gutes Beispiel für die Bewältigung der Krise gelobt. Im Bericht über nachhaltige Entwicklung 2020 der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, der Ende Juni veröffentlicht wurde, belegte Litauen den vierten Platz unter den Ländern, die bei der Bewältigung der Pandemie am besten abschnitten. Die zweite Welle der Pandemie forderte jedoch einen viel höheren Tribut von Litauen. Mitte Dezember wurde Litauen als das am schlimmsten betroffene Land der Welt bezeichnet.

Als die COVID-19-Krise begann, wurden alle Veranstaltungen, Konzerte und Festivals abgesagt, Theater, Museen und Galerien wurden geschlossen. Infolge der COVID-19-Krise verlor ein großer Teil der Kultur-, Kunst- und Kreativwirtschaft die Möglichkeit, zu arbeiten und Einkommen zu erzielen.

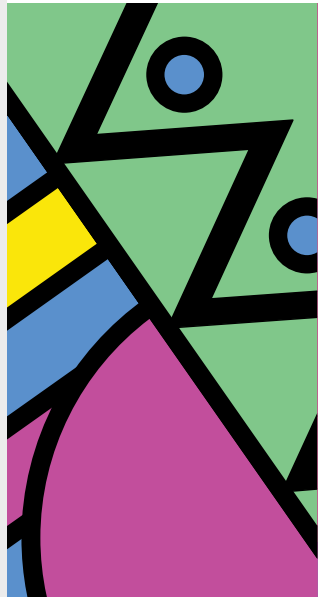
Den gesammelten Daten zufolge wurden bereits im ersten Monat der Pandemie mehr als 5.000 Veranstaltungen aufgrund der durch COVID-19 verursachten Notlage abgesagt, wodurch nicht nur Angestellte, sondern auch Freiberufler ihren Arbeitsplatz verloren. Der Wert der erstattungsfähigen Eintrittskarten für abgesagte oder verschobene Veranstaltungen betrug in einem Monat fast 8,1 Millionen Euro.

Während der Pandemiejahre konzentrierte sich die litauische Kreativwirtschaft auf digitale Inhalte. So haben z. B. Museen ihre digitalen Inhalte erweitert und begonnen, soziale Netzwerke und andere Videoplattformen (z. B. separate YouTube-Kanäle von Einrichtungen) aktiv zu nutzen. Fernunterricht, Videotouren, virtuelle Ausstellungen, digitale Spiele (wie die Kahoot-App oder andere speziell entwickelte Apps) wurden zur Pflege der Bildungsinhalte eingesetzt. Es gab eine Verlagerung zu Fernunterrichtsaktivitäten,

die einzelne Schulklassen bestellen konnten (und diese Möglichkeit besteht bis heute). Die Veranstaltungen (Ausstellungseröffnungen, Konferenzen, gemeinsame Projekte) wurden in den virtuellen Raum und in ein Remote-Format verlagert.

Die litauische Regierung hat besondere Maßnahmen ergriffen, um die Folgen der Pandemie im Bereich der Kultur zu mildern. Diese Maßnahmen deckten ein breites Spektrum ab, das von der Soforthilfe (einmalige Entschädigungszahlungen an selbständige Kulturschaffende, Zuschüsse zur Deckung der Verluste von Veranstaltern abgesagter und verschobener Kultur- und Kunstveranstaltungen, Unterstützung für regelmäßig erscheinende Kulturpublikationen) bis hin zur langfristigen Unterstützung und Kontinuität kreativer Aktivitäten (individuelle Zuschüsse für Kulturschaffende und kulturelle Organisationen, ein Finanzierungsprogramm zur Förderung der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen) reichte.

Im Jahr 2021 reichten Künstler fünfmal mehr Anträge beim litauischen Kulturrat ein als noch 2020. Die litauische Agentur für Unternehmensförderung und andere staatliche Organisationen haben zusätzliche Maßnahmen zur Unterstützung der Kreativwirtschaft ergriffen.

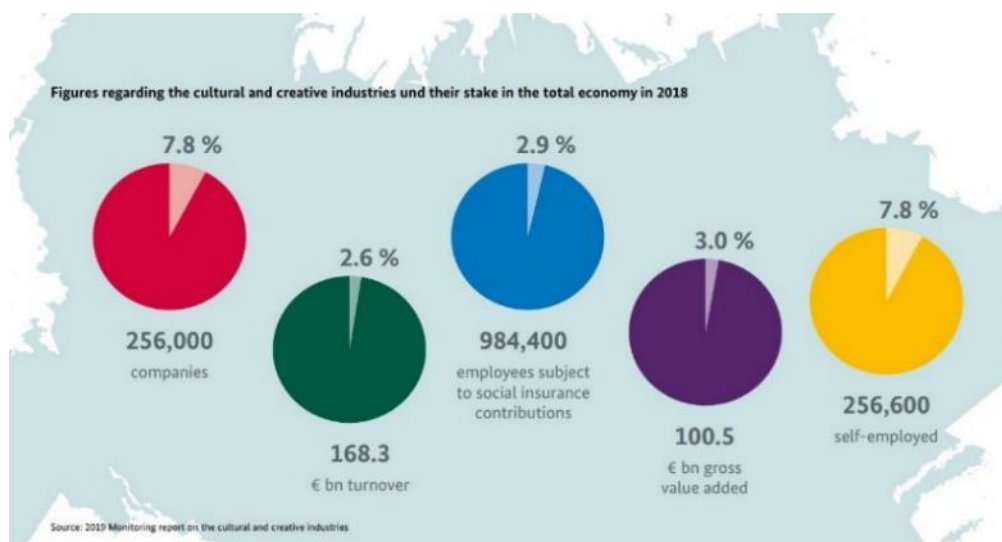


In Litauen stieg die Beschäftigungsquote im Kulturbereich in den Jahren 2020 und 2021 um 0,4 bzw. 0,6 Prozent. Dies zeugt von der Unterstützung und der kreativen Widerstandsfähigkeit des Sektors, der in beispiellosen Zeiten neue Wege für Arbeit und Wachstum findet.

COVID19 AUSWIRKUNGEN AUF DIE KREATIVWIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND

"Die Corona-Krise ist die größte Herausforderung in der Geschichte der Europäischen Union. Kultur und Tourismus sind mit am stärksten betroffen" - Angela Merkel

Die Kreativ- und Kulturwirtschaft in Deutschland reicht von der Literatur-, Film- und Musikbranche über Design, Architektur, Kunst und darstellende Kunst bis hin zu Werbung, Software und Videospielen. Zum Zeitpunkt des Ausbruchs der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 waren fast 1,2 Millionen Menschen in diesen Branchen beschäftigt, die als Kernbelegschaft von Unternehmen, Organisationen, Institutionen und Start-ups arbeiten (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; 2020)



Bis 2019 belief sich der Bruttowert der von allen Kreativsektoren zusammen produzierten Dienstleistungen und Waren auf fast 106,4 Milliarden Euro (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; 2020). Die Auswirkungen von COVID-19 bremsten den Aufschwung dieser Branchen im Land und verursachten allein im Jahr 2020 einen Gesamtverlust von -15,3 Milliarden Euro.

Sektoren wie darstellende Künste (-81 %), Musik (-44 %), Film (-41 %) und bildende Künste (-39 %) zahlten den höchsten Preis

ANT!FOFO Bar, Vitrine, Mai 2019, Katja Stuke & Oliver Sieber.

Um den durch die Pandemie verursachten wirtschaftlichen Rückschlag zu begrenzen, haben die Verwaltungen und Gemeinden im ganzen Land eine Vielzahl von Unterstützungsmaßnahmen entwickelt. Dazu gehören direkte und indirekte Leistungen wie Zuschüsse, Darlehen und Steuererleichterungen (Blumenreich; 2021). Darüber hinaus wurden mehrere Programme zur Unterstützung der betroffenen Wirtschaftszweige sowie zur Ermutigung der Bürger und der Zivilgesellschaft zur aktiven Unterstützung von Künstlern, Freiberuflern und allgemeiner von Kunst- und Kultureinrichtungen durch Spenden und Fonds durchgeführt (Blumenreich; 2021).

Andererseits ist es Künstlern und Fachleuten aus dem Kreativ- und Kunstsektor in solchen Krisenzeiten gelungen, verschiedene Möglichkeiten zu schaffen, wie im Fall der deutschen Fotografin Katja Stuke, die erklärte: "Es ist das erste Mal, dass ich etwas im Studio inszeniert habe. Und das ist auf jeden Fall eine Folge davon, dass ich nicht reisen und nicht nach Japan zurückkehren konnte, was mich dazu zwang, diesen Dialog fortzusetzen und einen Weg zu finden, neue Bilder zu schaffen."

Katja Stuke, Fotografin, Deutschland





COVID19 AUSWIRKUNGEN AUF DIE KREATIVWIRTSCHAFT IN FINNLAND

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine der Branchen, die am stärksten von der COVID-19-Pandemie in Finnland betroffen sind. Die Messung der Gesamtauswirkungen ist jedoch sehr schwierig, da viele Auswirkungen die Grenzen verschiedener Branchen überschreiten. Darüber hinaus waren die Auswirkungen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft ungleichmäßig verteilt. Vor allem in der Veranstaltungsbranche waren die Auswirkungen beträchtlich, während die Glücksspielbranche offenbar am wenigsten davon profitierte. Die folgenden Beispiele veranschaulichen die Unterschiede innerhalb der KKI in Finnland. Die regionalen Versammlungsbeschränkungen und die dreiwöchige Vollsperrung stellten im Frühjahr 2020 außergewöhnliche Umstände dar, die sich erheblich auf die Veranstaltungsbranche auswirkten, da die Organisation von Live-Veranstaltungen und Tagungen eingeschränkt wurde. Die Beschränkungen innerhalb der GKI betrafen indirekt auch viele andere Branchen, wie z. B. den Tourismus.

Auf der anderen Seite war die Spieleindustrie widerstandsfähiger gegen die wirtschaftlichen Auswirkungen. Die Spieleindustrie profitierte, als die Menschen anfangen, mehr Freizeit in ihrer häuslichen Umgebung zu verbringen, was zum Beispiel die Zahl der Downloads von Spielen und Spielen im Allgemeinen erhöhte. (Neogames 2020.)

Alles in allem hat die Pandemie die strukturellen Herausforderungen im Umfeld der KKI deutlich gemacht, wie z. B. die Nichtverfügbarkeit geeigneter Finanzierungsinstrumente und die Anfälligkeit der Geschäftstätigkeit im Allgemeinen. Allerdings stehen die IHKs aufgrund der bevorstehenden Energiekrise, die die gesamte finnische Wirtschaft betreffen wird, bereits vor neuen Herausforderungen. Die Herausforderungen sind noch nicht bewältigt.

Arbeitsplatzverluste - Im Jahr 2021 gab das Ministerium für Bildung und Kultur (Finnland) einen Bericht über die Auswirkungen der Pandemie COVID 19 auf den Kultursektor in Auftrag. Etwa die Hälfte der in diesem Sektor tätigen Gemeinschaften meldete Entlassungen oder die Aussetzung von Gehaltszahlungen. Eines der wichtigsten Ergebnisse der Studie war die schwache Position von Freiberuflern und Selbstständigen während der Pandemie. Der Bericht zeigte auch, dass die Kreativwirtschaft aufgrund der Unsicherheit in der Branche qualifizierte Arbeitskräfte verliert. (Finnische Regierung 2021.)

Umsatzeinbußen - Gewinn- und Umsatzeinbußen sind für viele Akteure des Kreativsektors an der Tagesordnung. In den Jahren 2020-2021 wurden

(Grön 2020). Laut demselben Bericht des Ministeriums für Bildung und Kultur gaben jedoch bis zu 88 % der Befragten an, dass sich ihre Lebensgrundlage verschlechtert hat. Darüber hinaus berichteten 93 % der Befragten über die Streichung oder Verringerung von Arbeitsmöglichkeiten. (Finnische Regierung 2021.)

Bildung und Ausbildung Obwohl die digitale Technologie in der Bildung innovativ eingesetzt wurde, waren die Auswirkungen der COVID 19-Pandemie auf die Bildung und Ausbildung ebenfalls erheblich. Es erwies sich als besonders schwierig, während der Pandemie ein Praktikum in multidisziplinärer Zusammenarbeit zu organisieren, da es verschiedene Einschränkungen gab. Weitere große Herausforderungen ergaben sich z. B. bei Praktika und der Beschäftigung nach dem Studium. Darüber hinaus hatte die Pandemie bekanntermaßen erhebliche Auswirkungen auf das Wohlbefinden der Studierenden.

Zukunft - In Finnland braucht die gesamte Branche Instrumente für eine nachhaltige Erneuerung, die eine multidisziplinäre Zusammenarbeit und ausreichende finanzielle Mittel berücksichtigt. Das finnische Ministerium für Bildung und Kultur (Ministerium für Bildung und Kultur 2022) hat Vorschläge der Arbeitsgruppe für die 2023 beginnende Regierungsperiode veröffentlicht. Die Vorschläge umfassen unter anderem Folgendes

- die finanziellen Mittel für Kunst und Kultur im Staatshaushalt zu erhöhen
- die Zusammenarbeit und die Finanzierung über mehrere Kanäle zwischen der Zentralregierung, den lokalen Behörden und dem Privatsektor zu verstärken
- Entwicklung von Finanzierungsinstrumenten und Förderprogrammen Kultur- und Industriepolitik
- soziale Rechte, ausreichende soziale Sicherheit und faire Arbeitsbedingungen für Freiberufler zu gewährleisten.
- allen Finnen die gleichen Möglichkeiten zu garantieren, Kultur zu genießen.



Pink Eminence Ltd. war aufgrund der Abriegelung eines der finanziellen Opfer der Pandemie. Einer unserer Hauptgeschäftsbereiche war die Erbringung von Marketing- und Kommunikationsdienstleistungen für Veranstaltungen und kulturelle Einrichtungen und Institutionen. Wir sind Teil des Veranstaltungsökosystems! Dieser Teil unseres Geschäfts starb fast sofort, als die Museen geschlossen und die Veranstaltungen entweder abgesagt oder auf die Zukunft verschoben wurden. Wir profitierten von einer gewissen zeitweiligen Unterstützung aus öffentlichen Quellen. Schließlich bekamen die Mitarbeiter, die mit diesen Aufgaben betraut waren, neue Jobs, was großartig war. Sie brauchten nicht arbeitslos zu sein. Unser anderer Geschäftsbereich, die Beratung, hat das Überleben des Unternehmens in dieser Zeit gesichert, auch wenn ich als Eigentümer mein eigenes Einkommen eine Zeit lang stark einschränken musste. Pink Eminence hat sich verändert. Es ist jetzt ein Beratungsunternehmen im Kultur-, Event- und Kreativbereich. Das war eine Veränderung, die das Geschäft nach dem Covid neu ausrichtete.



Meine Firma Toimintavoima Ltd. produziert Dienstleistungen, die auf Theatermethoden, Theaterarbeit, inklusive und angewandter Kunst basieren. Während der 10-jährigen Geschichte meines Unternehmens habe ich gleichzeitig einen zweiten Job ausgeübt. Die Jahre waren also auch ohne COVID-19 in Bezug auf den Umsatz unterschiedlich, aber die Pandemie zwang die Aktivitäten auf ein Minimum. Ich musste Coaching-Sitzungen absagen und verschieben. Die Schulungen blieben hingegen bestehen, wurden aber aus der Ferne durchgeführt. Ein Tagesjob anderswo hat mich gerettet, denn ohne ihn wäre ich in großen Schwierigkeiten gewesen.

- Piia Kleimola, Unternehmerin, Toimintavoima Ltd.



Piia Kleimona in ihrer Rolle als Kuppari-Hanna (Kymijoki Antologia-Projekt)



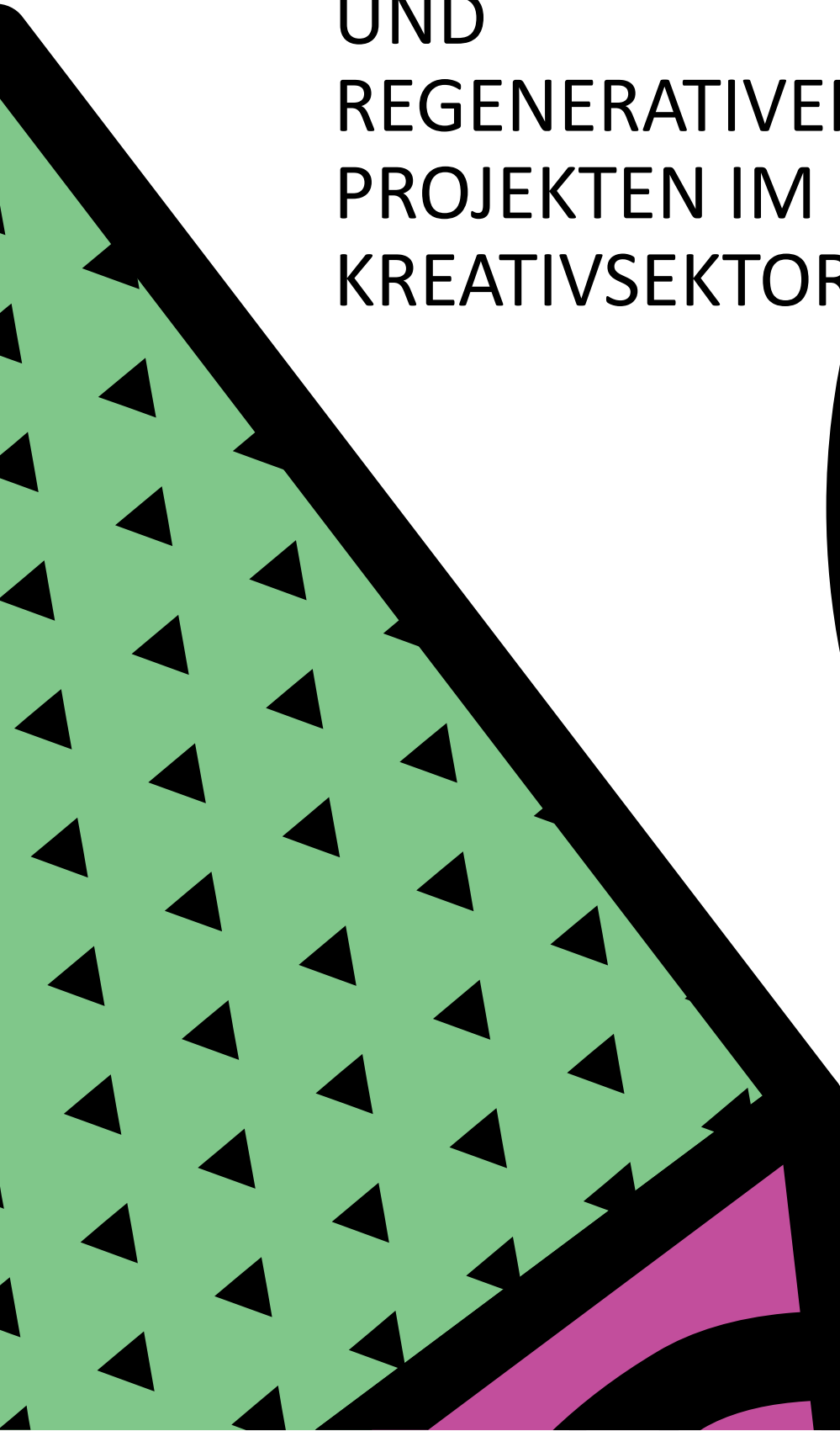
COVID19 AUSWIRKUNGEN AUF DIE KREATIVWIRTSCHAFT IN DÄNEMARK

John Arundell, der Autor, gehört die Kultur- und Kreativbranche zusammen mit der Tourismusindustrie zu den am stärksten von der derzeitigen COVID-19-Krise betroffenen Branchen, da sie plötzlich massive Einnahmeverluste hinnehmen muss. Dies gilt insbesondere für schwächere Akteure wie kleinere Unternehmen und Freiberufler. Gleichzeitig werden Kultur und Kreativität für die Gesellschaft immer wichtiger. Kulturelle Inhalte tragen zur psychischen Gesundheit und zum Wohlbefinden bei und sind besonders wichtig, wenn die Menschen durch die Kontakt- und Reisebeschränkungen der Gesellschaft immer mehr isoliert werden. Aus diesem Grund sind nachhaltige Geschäftsmodelle während und nach der anfänglichen Krise unerlässlich, und die aktuelle Herausforderung besteht darin, öffentliche Unterstützungsinstrumente zu entwickeln, die die negativen Auswirkungen kurzfristig abmildern und mittelfristig dazu beitragen, neue Möglichkeiten für verschiedene öffentliche, private und gemeinnützige Akteure zu finden, die in der kulturellen und kreativen Produktion tätig sind.

In Dänemark bewegen sich mehrere Unternehmen schneller in Richtung Digitalisierung und stehen vor der Herausforderung, ihre traditionellen Kunden in neuere digitale Lösungen einzubeziehen. Ein lokales Unternehmen, Useum, das sich selbst als "App-Unternehmen" positioniert, indem es digitale Lösungen für Museen anbietet, erfuhr beispielsweise eine Offenheit von internationalen Partnern, die bereit sind für diese neuen digitalen Lösungen zu zahlen. Useum hat nun erlebt, dass sein Unternehmen, dass sein Geschäft floriert.

03

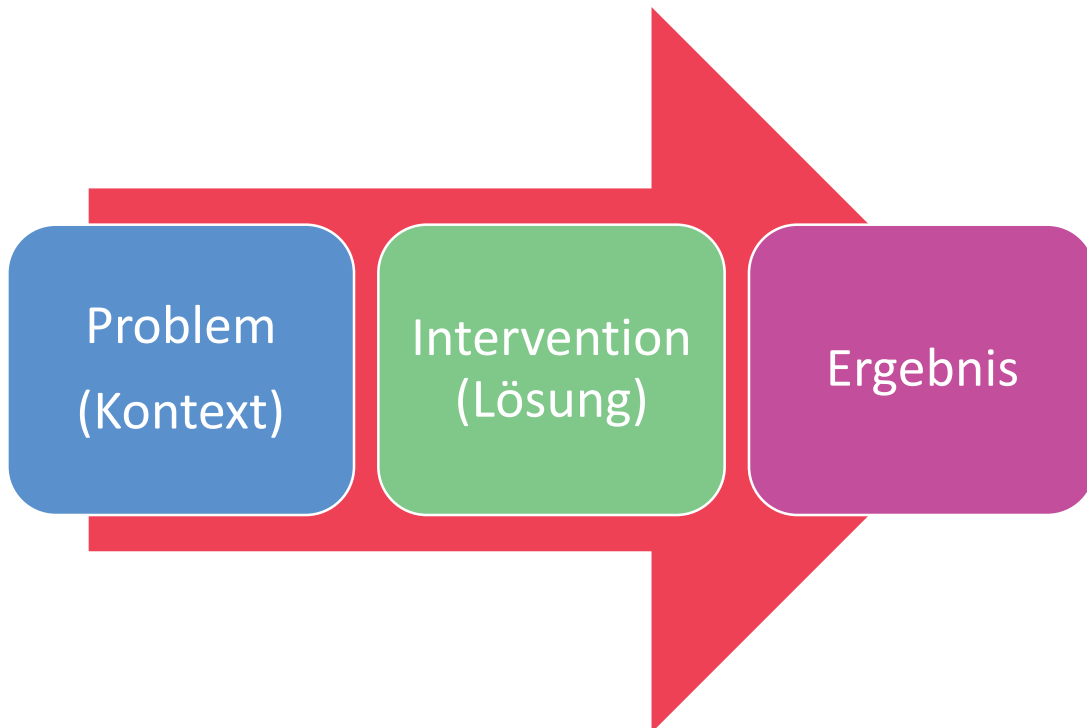
BEST-PRACTICE-
FALLSTUDIEN ZU
NACHHALTIGEN
UND
REGENERATIVEN
PROJEKTEN IM
KREATIVSEKTOR



ÜBER UNSERE BEWÄHRTEN VERFAHREN

In diesem Leitfaden stellen wir unsere Best-Practice-Fallstudien für Regenerative Creative Community Solutions vor. Unsere Fallstudien sind kurz, kompakt und prägnant und konzentrieren sich auf die Regeneration von kreativen Gemeinschaften. Um sicherzustellen, dass unsere Fallstudien in ihrer Entwicklung und Präsentation praxisnah sind, haben wir sie nach der PIO-Methodik erstellt.

PIO steht für **Problem-Intervention-Outcomes**.



Die meisten unserer Fallstudien wurden von Hochschullehrern und Studierenden initiiert oder beziehen sie mit ein. Andere Fallstudien werden vorgestellt, weil sie das Potenzial haben, in Zukunft in Hochschulumgebungen nachgebildet zu werden - insbesondere wegen ihrer Relevanz und Anwendbarkeit für einen Dienstleistungs- oder E-Service-Lernansatz.

Wir überprüfen die Ergebnisse und Auswirkungen jeder Fallstudie in Bezug auf die drei Kernthemen der nachhaltigen Entwicklung - Soziales, Umwelt und Wirtschaft. Interessant ist, dass die Fallstudien in vielen Fällen Auswirkungen auf alle drei Themenbereiche haben.

Auf der nächsten Seite finden Sie einen Überblick über unsere 23 Fallstudien.

FALLSTUDIEN AUF EINEN BLICK

Fallstudie	Land	Studenten/ Beteiligte Jugendliche	Hochschuleinri- chtungen/Päd- agogen beteiligt	Soziales Auswirkungen	Wirtschaft Auswirkungen	Umwelt Auswirkungen
Tanz für die Morgendämmerung	LT	Ja	Vilnius Tech	Beitrag zu einer Gemeinschaftsvera- nstaltung	Steigerung der regionalen Wirtschaftstätigkeit	Einblicke in die Umweltverantwortung
pOrtal	LT	Ja	Vilnius Tech	Soziale Verbindungen	Weltweite Anerkennung	
Hack4Vilnius	LT	Ja, offen für alle	Vilnius Tech	Soziale Lösungen	Neue Geschäftsideen	Intelligente Lösungen
Odyssee72	LT	Ja	Vilnius Tech	Neue Filme für alle	Finanzen, Kompetenzentwick- lung	Viele Filme zum Thema Klimawandel
Samsung Rakete	LT	Ja	Vilnius Tech	Befähigung der Studenten	Stärkere Universität/ Business- Verbindungen	
Spezielle Led-Anzeige für die Danske Bank	LT	Ja	Vilnius Tech	Befähigung der Studenten	Stärkere Universität/ Business- Verbindungen	
Fliegendes Haus	LT	Ja	Vilnius Tech	Befähigung der Studenten	Stärkere Universität/ Business- Verbindungen	
Schrott Kouture	IE	Ja	Sekundarschul- en	Ermächtigung der Jugend	Neuer Talentpool	Abfallverwertung, Upcycling
Programm "Künstler in der Gemeinschaft	IE	Möglicherwe- ise	Irland erstellen	Neue kommunale Kunstprojekte	Bezahlte Arbeit für Künstler	
Mayfield Kunstzentrum	IE	Ja	CIT	Unterstützung für Gemeinschaftsorg- ane	Erhöhte Aufmerksamkeit für das Zentrum	
Gemeinschaft Simon	IE	Nein	Nein	Unterstützung für Obdachlose	Innovative/kreative Mittelbeschaffung	
ANAM-Festival DCU	IE	Ja	DCU	Soziale Kohäsion	Unterstützt lokale Unternehmen	
Berlin (a)live	DE	Nein	Nein	Unterstützung für Künstler/Kreative	Unterstützung durch Spenden	Intelligente Lösung
1zu1-Konzerte	DE	Nein	Nein	Unterstützung für Künstler/Kreative	Fundraising	
Impfzentrum Bottrop Covid	DE	Nein	Nein	Zugang zu Kunst und künstlerischen Leistungen	Einnahmen für Kreative	Könnte zu einer Neugestaltung von nicht-künstlerischen Orten führen
United We Stream	DE	Nein	Nein	Raum für Künstler	Fundraising	
Welt in Bewegung - Band	FI	Ja	Sibelius- Akademie	Soziale Kohäsion	Unterstützt lokale Unternehmen	
Kreative Häfen Labor für nachhaltiges Design	FI	Nein	Nein	Eine bessere Lebensweise	Unterstützung von Unternehmensinnov- ationen	Umweltfreundlicher- e Städte
Voimala - Das Kraftwerk des Wohlbefindens	FI	Nein	Nein	Gesteigertes Wohlbefinden		
Kouvola-Theater	FI	Ja	XAMK	Entwicklung von Fertigkeiten	Entwicklung neuer Produkte	
Harbour Studios NI	UK	Möglicherwe- ise	Nein	Schaffung von Arbeitsplätzen/Ko- mpetenzentwicklu- ng	Neue wirtschaftliche Möglichkeiten	
Universität Kopenhagen	DK	Möglicherwe- ise	Universität Kopenhagen	Kunst für Inklusion	Gesamtwerk mit Marktwert	

FALLSTUDIEN AUS LITAUEN





TANZ FÜR DIE MORGENDÄMMERUNG IM BURNING MAN

Technische Universität Vilnius Gediminas | VILNIUS

TECH

PROBLEM: Litauen auf dem Burning Man Festival 2017 vertreten. Burning Man ist das größte Festival der Welt, das als ein Experiment in Sachen Gemeinschaft und Kunst beschrieben wird, bei dem der Schwerpunkt auf Kreativität liegt. Jedes Jahr errichten über 70 000 Teilnehmer aus der ganzen Welt eine temporäre Stadt in der Black Rock Wüste in Nevada.

LÖSUNG: Die künstlerisch-technische Installation des litauischen Teams, die auf dem "Burning Man"-Festival für technische Kreativität präsentiert wurde. Die Installation "Dance For The Dawn" ist ein gemeinsames Projekt von Burning Man LT und dem Team "LinkMenų fabrikas" von VILNIUS TECH, an dem eine Gruppe von Ingenieuren, Fotografen und Videomeistern, Designern und Studenten von Vilnius Tech gearbeitet hat. Diese Installation ist eine von sieben, die Europa repräsentieren, und gehört zu den 75 Projekten, die von den Organisatoren des Festivals aus 550 Bewerbungen von Künstlern aus der ganzen Welt ausgewählt wurden.

Der Autor der Installationsidee ist Karolis Misevičius.

Die Idee wurde ihm während eines Festivals in der Wüste von Nevada geboren, als er den Sonnenaufgang erlebte. Dieses Werk symbolisiert Einheit und Harmonie. Trusting the Sun ist eine Rückbesinnung auf heidnische Wurzeln und Werte, die sich im künstlerischen Thema des Burning-Man-Festivals "Radical Ritual" widerspiegeln.

Hier erfahren Sie mehr: [Burning Man 2017: Tanz für die Morgendämmerung - YouTube](#)

ERGEBNISSE: Dieses Service-Learning-Projekt nahm die Studenten der Technischen Hochschule Vilnius mit auf eine Reise um die Welt. Es zeigte ihnen, was erreicht werden kann, wenn eine Gruppe engagierter Menschen zusammenarbeitet. Karolis wandte sich an die Ingenieure und Designer der VGTU "LinkMenų fabrikas" mit dem Vorschlag, das Projekt gemeinsam umzusetzen. Im Winter hatten sie bereits die ersten Zeichnungen, und im Frühjahr erfuhren sie, dass unsere Bewerbung den Burning Man Art Grant gewonnen und eine Teilfinanzierung für die Umsetzung des Projekts erhalten hatte. Es gab viele bewegliche Teile, nicht nur bei der Skulptur, sondern auch, um dieses fantastische Projekt zu einem großen Erfolg zu machen.

pOrtal - EINE BRÜCKE ZUM VEREINIGTEN PLANETEN

www.portalcities.org

PROBLEM: Pandemiebedingte Reisebeschränkungen führten zu Entfernungen zwischen Menschen und Nationen

LÖSUNG: Die Benediktas Gylys Stiftung baute zusammen mit Studenten, Forschern und Mitarbeitern von VILNIUS TECH "LinkMenu fabrikas" und der Stadtverwaltung von Vilnius eine Kunstinstallation - pOrtal - in zwei Städten - Vilnius und Lubin. pOrtal ist eine visuelle Brücke und ein New Wave Community Accelerator, der Menschen unterschiedlicher Kulturen zusammenbringt und sie ermutigt, die Bedeutung von Einheit neu zu überdenken.

SOZIALE UND WIRTSCHAFTLICHE ERGEBNISSE: Das pOrtal gab den Menschen die Möglichkeit zu reisen, zu fliehen und Kontakte zu knüpfen, als dies sehr schwierig war. Es diente als Hoffnung, wieder Kontakte knüpfen zu können; es diente als Mittel zur Förderung des Tourismus in der litauischen Hauptstadt sowie zur Verbreitung von Aktivitäten, die von litauischen Ingenieuren durchgeführt wurden. Mehr als 160 Veröffentlichungen erschienen in den USA, Australien, Singapur, Indonesien, China, Belgien, Deutschland, Österreich und vielen anderen Ländern, und die Nachrichten über das Vilnius-Projekt erreichten ein Publikum von mehr als 700 Millionen Lesern.

Der Fokus der großen Nachrichtensender war sehr nützlich, um Vilnius als fortschrittliche Stadt zu präsentieren, in der innovative Projekte geboren werden. Die Idee des Portals, Menschen aus verschiedenen Ländern und Städten zusammenzubringen, hat Menschen in verschiedenen Teilen der Welt bewegt, die durch die Pandemie, Einschränkungen und Abgeschiedenheit erschöpft sind.





Hack4Vilnius - Vilniuser Stadt-Hackathon

www.hack4vilnius.lt

PROBLEM: Vilnius möchte eine noch gesündere, sauberere, intelligentere und nachhaltigere Stadt werden, und die Herausforderung wurde gestellt

LÖSUNG: Jedes Jahr organisiert der Sunrise Valley Science and Technology Park (Litauen) zusammen mit der Stadtverwaltung von Vilnius und anderen Partnern einen Hackathon, der Ideen zur Verbesserung des Lebens in der Stadt liefert. Die Idee ermöglicht es Kreativen, ihre Ideen zu präsentieren, zu lernen, Start-ups zu gründen und die Stadt Vilnius zu erneuern. Während der Pandemien waren keine Veranstaltungen erlaubt, was viele Probleme verursachte, darunter auch eine geringere Motivation der Entwickler. Hack4Vilnius ist ein dreitägiger Hackathon, der die Innovation in Vilnius fördern soll. Ziel des Hackathons ist es, Ideen zu entwickeln, die dazu beitragen, die Probleme der Hauptstadt und der hier tätigen Unternehmen zu lösen und alternative und innovative Lösungen anzubieten. Hack4Vilnius ist eine großartige Gelegenheit für alle, ihre Kreativität, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten einzusetzen, ihren Horizont zu erweitern und viele neue Bekanntschaften zu machen!

Die Teilnahme am Hackathon ist für alle Teilnehmer kostenlos. Sie können entweder mit ihrem Team und ihrer Idee kommen oder ihr Team während des Hackathons finden. Die Veranstaltung wird an der VILNIUS TECH

ERGEBNIS: Hack4Vilnius im Jahr 2020 bereicherte die Stadt mit 19 neuen Ideen, die die Probleme der Stadtverschmutzung, der Verkehrsüberlastung, der nachhaltigen Nachbarschaft, der Freizeitplanung, des Tourismus und anderer Probleme in Vilnius lösen.

Die Fernveranstaltung brachte mehr als 150 Teilnehmer (Programmierer, Unternehmensentwickler und andere) zusammen, die bei der Entwicklung und Umsetzung der Lösungen von 16 Fachleuten aus verschiedenen Bereichen, Risikokapitalfonds und städtischen Organisationen unterstützt wurden.

In der Ausnahmezeit der Pandemie sind intelligente Lösungen gefragt wie nie zuvor - und die erfolgreich durchgeführten Online-Events zeigen, dass alles möglich ist.

Odyssee72 (ODISĖJA72)

PROBLEM: Im Jahr 2020 verlor die Kultur- und Kreativwirtschaft rund 31 % ihrer Einnahmen.

LÖSUNG: Zur Unterstützung des Wiederaufbaus und zur Förderung der Kultur hat der Litauische Kulturrat 2021 ein spezielles Finanzierungsprogramm (Stipendien für Künstler, Entschädigungen, Projektfinanzierung, Zuschüsse) aufgelegt, um die Kontinuität von Kultur und kreativen Aktivitäten sowie den öffentlichen Zugang zu Kultur und Kunst zu gewährleisten. Als Reaktion auf die Auswirkungen der Ausbreitung des Coronavirus (COVID-19) und die damit verbundenen Umstände wurden für das Jahr 2020 insgesamt fast 22 Millionen Euro bereitgestellt, um die Auswirkungen auf kulturelle und künstlerische Organisationen und Kunstschaaffende zu verringern. ODISĖJA72 war eines der geförderten Projekte. Dabei handelt es sich um eine einzigartige Herausforderung für Filmemacher, bei der jedes Team innerhalb von 72 Stunden einen Kurzfilm erstellen muss. Die besten Filmemacher werden mit wertvollen Preisen ausgezeichnet, die sie bei ihren künftigen audiovisuellen Unternehmungen unterstützen. Für die Teilnahme gibt es keine Einschränkungen in Bezug auf Alter, Ausbildung oder Wohnort, daher ist jeder willkommen, sich der Herausforderung zu stellen: erfahrene Filmemacher, Liebhaber der audiovisuellen Künste und sogar junge aufstrebende Filmemacher.

Der 72-Stunden-Filmwettbewerb findet an der VILNIUS TECH statt. Ein Hochschulteam erhält eine Freikarte für die Teilnahme am Festival. Andere Studierende können mit ihren Teams teilnehmen und sich

WIRTSCHAFTLICHE ERGEBNISSE: Nach der Pandemie waren die Karten für die Film Premiere innerhalb von zwei Tagen ausverkauft, und nicht weniger als 39 Teams aus ganz Litauen wollten an der Herausforderung teilnehmen. 20 der von der Kommission ausgewählten besten Filme wurden bei der Premiere gezeigt.

Die entstandenen Filme wurden von einer kompetenten Kommission bewertet und die Gewinner erhielten Preise im Wert von mehr als 20 000 €. Film- und Musikvideoregisseur Saulius Baradinskas, Kameramann der Jury von Odyssey72.

Dieses Festival ermutigte junge Kreative, ihre Fähigkeiten zu verbessern und sich zu professionellen Produzenten/Künstlern zu entwickeln.





SAMSUNG ROCKET

www.shorturl.at/cgvW2

PROBLEM: Bau einer Seifenkistenrakete in Form einer Rakete in nur drei Wochen mit einem Höchstgewicht von 80 Kilogramm für Samsung.

LÖSUNG: Bei diesem ungewöhnlichen, aber unterhaltsamen Projekt schlossen sich Studenten der Fakultäten für Architektur, Kreativwirtschaft, Mechanik und Elektronik, der Abteilung für mobile Technik und des Kreativitäts- und Innovationszentrums "LinkMenų fabrikas" mit dem Galaxy S10 Rocketmen-Team des Technologieunternehmens Samsung für das Red Bull Seifenkistenrennen in Kaunas 2019 zusammen. Bei der Lösung wurden digitale Produktionstechnologien eingesetzt, um das Raketenmodell zu erstellen. Um die Vision zu erfüllen, wurde ein 3D-Modell erstellt und die strukturellen Komponenten des Chassis entworfen. In der Metallwerkstatt von Vilnius Tech "LinkMenų fabrikas" wurde die Basis des "Seifenladens" nach den Konstruktionszeichnungen gebaut. Der Schaumstoff wurde für die Herstellung des Raketenkörpers verwendet, der nach den Zeichnungen des 3D-Modells ausgeschnitten, poliert und auf das bereits hergestellte "Seifenkart" gesetzt wurde. Der Raketenkörper erhielt mit Hilfe einer speziellen Lackiertechnik ein helles, ästhetisches Aussehen.

Video: [Samsung Rocket gamyba VILNIUS TECH](#)

ERGEBNISSE: Dieses Projekt gab den Studenten von Vilnius Tecgh die Möglichkeit, ein Projekt von der Idee bis zum Entwurf, zur Entwicklung und zum Testen durchzuführen. Es bot ihnen die Möglichkeit, in allen Phasen des Projektlebenszyklus fachübergreifend mit anderen zusammenzuarbeiten. Die Schülerinnen und Schüler mussten mit dem Samsung-Team zusammenarbeiten, um eine einzigartige Lösung zu finden, und gleichzeitig die Projektvorgaben, z. B. Fahrzeuggewicht und Zeit bis zur Fertigstellung, einhalten. Mehr als 70 Teams nahmen an dem Rennen in Kaunas teil, darunter auch das Team Samsung Galaxy S10 Rocketmen, das bereit ist, seinen Einfallsreichtum und seine Stärke

SPEZIELLE LED-ANZEIGE FÜR DIE DANSKE BANK

[Nachrichten | Vilnius Tech "LinkMenų Fabrikas"](#)

PROBLEM: "Die Idee, ein intelligentes Display als offene Plattform für Softwareentwickler zu schaffen, kam nicht von ungefähr. Bei der Arbeit sind wir jeden Tag kreativ und denken über den Tellerrand hinaus. Meine Kollegen und ich hatten eine Idee, wie ein solches Display aussehen sollte, welche Funktionen es haben sollte und wie wir es in Zukunft nutzen wollen", sagt Gražvydas Šedys, Projektleiter des Markets IT Teams bei der Danske Bank.

LÖSUNG: Die Studenten der Technischen Universität Vilnius waren zusammen mit den Forschern direkt beteiligt und fungierten als Dienstleister im Bereich der Kreativwirtschaft, z. B. in den Bereichen Produktdesign, Industriedesign, Mechanik und Elektronik. Dieser LED-Bildschirm ist ein komplexes Projekt, das verschiedene technische und ingenieurtechnische Lösungen erfordert. Der Bildschirm wird mit den neuesten Rapid-Prototyping-Technologien hergestellt. Es wurden 3D-Drucker, Laserschneider und CNC-Fräsmaschinen eingesetzt, so dass der Produktionsprozess des Bildschirms nur drei Monate dauerte.

Für die Herstellung des Bildschirms wurden Metall, Sperrholz, organisches Glas und LED-Streifen verwendet. Um dieses Produkt nicht nur innovativ, sondern auch praktisch zu machen, lässt sich der Bildschirm leicht in Segmente zerlegen, die dann wieder zusammengesetzt werden können. Das Geheimnis der ausdrucksstarken Pixel sind LED-Leuchten, die in 33,3 mm großen quadratischen Zellen isoliert sind und ein großes Display bilden.

ERGEBNISSE: Die Idee, ein nicht standardisiertes interaktives LED-Display zu entwickeln, kam den Mitarbeitern der Danske Bank IT Group, und sie beauftragten Spezialisten und Studenten der LinkMenų Fabrikas an der Technischen Universität Vilnius Gediminas (VGTU) mit der Umsetzung des Projekts.

Das neue Display wurde in nur drei Monaten entworfen und hergestellt. Dies ist ein Beweis dafür, dass die Zusammenarbeit zwischen Universität und Wirtschaft nicht nur leere Worte sind. Das Projekt zeigt auch den Wert, den Studenten haben können, wenn sie innovativ sind und Service-Learning-Projekte durchführen.





FLYING HOUSE von VGTU "LinkMenų fabrikas" und Tele2

Nachrichten | Vilnius Tech "LinkMenų fabrikas"

PROBLEM: Im Jahr 2018 wurde angekündigt, dass Tele2-Kunden überall in Litauen kostenlos Zugang zum Internet haben würden. Der Dienst "Free Internet" sollte als Geschenk für Tele2-Kunden bereitgestellt werden, die mindestens drei Telefonnummern unter einem Namen registriert haben. Um für das Angebot zu werben, hatte Tele2 die Idee eines Experiments mit einem fliegenden Haus, das die hohe Reichweite des neuen Dienstes demonstrieren sollte.

LÖSUNG: Der Ehrgeiz, ein fliegendes Haus zu bauen, verlangte vom VILNIUS TECH "LinkMenų fabrikas"-Team und den Studenten, ihre besten Fähigkeiten zu zeigen. Normalerweise wird ein Haus gebaut, um so lange wie möglich still zu stehen, nicht um zu fliegen. Wenn es aber in die Luft gehen soll, muss die gesamte Struktur verändert werden. Und das bedeutet, dass herkömmliche Lösungen nicht mehr geeignet sind.

Wenn ein Haus zum Beispiel zu Boden sinkt, werden gewöhnliche Fenster einfach herausgesprengt, weil die daraus resultierende Punktlast die Spannungen verändert und alles, was zerbrechlich ist, zerbricht. Die größte Herausforderung bei diesem Projekt besteht also darin, ein Gleichgewicht zwischen Sicherheit und Gewicht des fliegenden Hauses herzustellen.

ERGEBNISSE: Das Telekommunikationsunternehmen "Tele2" hat dieses ungewöhnliche Experiment durchgeführt und mit Hilfe von Vilnius Tech ein Haus erfolgreich in die Luft gehoben.

Auf diese Weise haben sie nicht nur das praktisch Unmögliche geschafft, sondern auch bewiesen, dass das "freie Internet" nicht nur auf jedem Fleckchen Land in Litauen funktioniert, sondern

"Innovation Office" das Haus in die Luft, das erfolgreich in einer Höhe von einem halben Kilometer flog und sicher landete.

Wie bei vielen anderen Service-Learning-Projekten an der Technischen Universität Vilnius zeigte sich auch bei diesem Projekt, wie wertvoll es ist, Studenten in Projekte einzubinden, die ihnen helfen, das Gelernte in der Praxis anzuwenden und zu nutzen.

FALLSTUDIEN AUS IRLAND





JUNK KOUTURE

www.junkkouture.com

PROBLEM: Die COVID19-Pandemie beeinträchtigt den Appetit auf eine Karriere in der Kreativwirtschaft erheblich. Die Dauer der Krise hat dazu geführt, dass viele Kreative eine andere Beschäftigung suchen mussten.

LÖSUNG: Junk Kouture ist ein Nachhaltigkeits- und Designwettbewerb, der Mode, Kunst und Technik für Schüler nach der Grundschule miteinander verbindet. Die Teilnehmer entwerfen, kreieren und modellieren Mode, die aus recycelten Gegenständen hergestellt wird. Junk Kouture hat sich zu einer der größten Nachhaltigkeitsveranstaltungen für Jugendliche in Großbritannien und Irland entwickelt. Die Schüler verwenden ausschließlich recycelte Materialien und beginnen ein neunmonatiges Programm der Ideenfindung, Innovation und Kreation, in der großen Hoffnung, sich für einen Platz auf der Junk Kouture-Bühne zu qualifizieren. "Insgesamt betrachtet ist Junk Kouture eine Plattform, die die nächste Generation beeinflusst und befähigt, ihr Potenzial auszuschöpfen und gleichzeitig einen sinnvollen Wandel hin zu einer nachhaltigeren Gemeinschaft für uns alle in der Zukunft zu schaffen." Justin Cullen, Junk Kouture Vorstandsvorsitzender

Obwohl es sich hier um eine Initiative nach der WIRTSCHAFTLICHE, SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE ERGEBNISSE ZU ERZIELEN: Mit 15.000 kreierten Kouture-Designs, 10 abgeschlossenen Tourneen durch das Vereinigte Königreich und Irland und 60 ausverkauften Arenashows hat sich Junk Kouture stetig weiterentwickelt und ist zu einer florierenden Plattform für junge Menschen geworden, die sich selbst ausdrücken und Gleichgesinnte finden wollen. Junk Kouture hat vielen der beteiligten jungen Menschen eine berufliche Zukunft in der Kreativbranche eröffnet. Heather O'Connor zum Beispiel arbeitete 2012 von Junk Kouture aus mit Ralph Lauren in New York zusammen und entwirft jetzt für Diesel Ireland. Orla Hagen brachte ihre eigene Handtaschenlinie auf den Markt. Eine weitere Gewinnerin, Gráinne Wilson, arbeitet jetzt mit Joanne Hynes zusammen. Die jungen Menschen haben an Selbstvertrauen gewonnen und neue Wege

Um
jungen
Jahr daran
reduzieren

Künstler in der Gemeinschaft

PROBLEM: Kreativität ist oft etwas, das auf individueller Basis erlebt wird. Es kann schwierig sein, Gelegenheiten für gemeinschaftliche Kunst in sozialen und gemeinschaftlichen Kontexten zu schaffen und zu finden.

LÖSUNG: Das Artist in the Community Scheme wird von Create verwaltet, der nationalen Entwicklungsagentur für kollaborative Künste, die Dienstleistungen für die Entwicklung der Künste und die kollaborative Kunstpraxis in Irland anbietet. Ziel des Programms ist es, eine intensive Zusammenarbeit zwischen Gemeinden und/oder Interessengruppen und Künstlern zu fördern, die in einem Kunstwerk oder einem Projekt gipfelt, bei dem die Mitglieder der Gemeindegruppe und die Künstler zusammenarbeiten, um ein künstlerisches Projekt oder eine Veranstaltung zu realisieren.

Es ist von entscheidender Bedeutung, dass zwischen dem Künstler und der Gemeindegruppe eine sinnvolle Absprache stattfindet, so dass beide Parteien an der Entscheidung über die Art des Projekts beteiligt sind. Das Eigentum der Gruppe an dem Kunstwerk sollte in jeder Phase gewahrt bleiben.

Das AIC-Programm steht Künstlern aus den folgenden Bereichen offen: Architektur, Zirkus, Straßenkunst und Spektakel, Tanz, Film, Literatur (irische und englische Sprache), Musik, Oper, Theater, bildende Kunst und traditionelle Kunst. Die Projekte können in einer Vielzahl von sozialen und gemeinschaftlichen Kontexten stattfinden, z. B. im Gesundheitswesen, in Gefängnissen oder in Organisationen zur Gemeindeentwicklung.

ERGEBNIS: Bei der kollaborativen Kunstpraxis arbeiten Künstler und Gemeinschaften eng zusammen, oft über längere Zeiträume hinweg, um Kunst zu schaffen. Dabei werden die Erfahrungen und Fähigkeiten aller Beteiligten genutzt, um dem, was in ihrem Leben wichtig ist, Bedeutung und kreativen Ausdruck zu verleihen.

Indem sie eine breitere Beteiligung ermöglicht, erweitert und diversifiziert die kollaborative Kunst das öffentliche Engagement für die Kunst und bereichert ihren Beitrag zur Gesellschaft.





Mayfield Arts Centre

www.mayfieldarts.ie

PROBLEM: Das Mayfield Arts Centre ist ein einzigartiger, spezieller Kunstraum im Newbury House Family Centre, einer gemeinschaftsbasierten Organisation, die sich für die Verbesserung und Aufrechterhaltung der Lebensqualität für alle in Mayfield einsetzt. Da nur eine begrenzte Grundfinanzierung zur Verfügung steht, ist der Zugang zu Ressourcen eine ständige Herausforderung für das Mayfield Arts Centre.

LÖSUNG: 2016 erkannte das Mayfield Arts Centre die Notwendigkeit, den Bekanntheitsgrad des Kunstzentrums zu erhöhen und die Vorteile des Zentrums in der lokalen Gemeinschaft zu fördern. Gemeinsam mit dem CIT wurde beschlossen, dass der Jahrgang 2016/2017 des "Master in Marketing Practice" eine geeignete Gruppe von Studenten sein würde, um an der vom Mayfield Arts Centre gestellten Aufgabe zu arbeiten.

In Bezug auf das Mayfield Arts Centre wurden den Studenten des MSc in Marketing die folgenden Marketingaufgaben gestellt:

- Erarbeitung einer Markenstrategie.
- Erhöhung der Besucherzahlen auf der Website und Steigerung des Umsatzes im Online-Shop.
- Werbung für den kreativen Teambuilding-Service, den sie anbieten.
- Förderung von Projekten und Medienberichterstattung über diese.

Die Schülerinnen und Schüler entwickelten innovative Marketingstrategien, die auf jede der ihnen gestellten Herausforderungen eingingen. Diese Strategien wurden dem Mayfield Arts Centre sowohl in Form von schriftlichen Berichten als auch in Präsentationen im Klassenzimmer vorgestellt.

ERGEBNIS: Nach der Zusammenarbeit mit den Studenten des MSc in Marketing Practice beschloss das Mayfield Arts Centre, die Empfehlungen zur kreativen Teambuilding und die Vorschläge zu ihrem Werbematerial umzusetzen.

Wir fanden die Erfahrung sehr nützlich. Wir schätzten den Enthusiasmus und das Engagement der Studenten für das Projekt. Wir werden sicherlich einige der Empfehlungen übernehmen. - Mayfield Arts Centre.

Es war ein Vergnügen, mit dem Mayfield Arts Centre zusammenzuarbeiten. Das Projekt stellte eine besondere Herausforderung für die Studenten dar, die an klar definierte Produktprobleme gewöhnt waren. Das Ergebnis war eine Gruppe von Studenten, die hoch motiviert und engagiert bei der Sache waren und dem Mayfield Arts Centre hervorragende Lösungen lieferten. - Dr. Rose Leahy, CIT-Dozentin.

Quelle: [CIT Extended Campus - Partner: Mayfield Arts Centre](#)

HOME der Simon-Gemeinschaft

PROBLEM: Die Simon Communities bieten Obdachlosen-, Wohnungs- und Behandlungsdienste sowie Unterstützung für über 18000 Männer, Frauen und Kinder. Mit regionalen Zentren in ganz Irland reagieren sie auf die lokalen Bedürfnisse und setzen sich in ihrem nationalen Büro für politische Veränderungen ein.

Da es weniger persönliche Veranstaltungen gibt, war die Mittelbeschaffung während der Pandemie problematisch, was die Bereitstellung von Diensten in einer Zeit, in der diese mehr denn je benötigt werden, immer mehr belastet hat.

ERGEBNIS: 41 Künstler, die ihre Werke im CHQ Dublin ausstellen, haben eine Vielzahl von positiven Ergebnissen erzielt: Gesteigerte Einnahmen durch eine Spendenaktion für die Simon Community, Darstellung der Heimat durch die Linse des Künstlers, Verbindung von Heimat/Gemeinschaft/Zugehörigkeit, E Service Learning - Konzeptverfeinerung durch Brainstorming und Zusammenarbeit mit dem gemeinnützigen Sektor bei der Ausstellung von Arbeiten

LÖSUNG: Als Antwort auf dieses reale soziale Problem. 41 Künstler haben zum Thema "Heimat" beigetragen, um die Simon-Gemeinschaften zu unterstützen. Die Ausstellung "Art of home" stellte eine Sammlung von 41 Original-Kunstdrucken zusammen, die im Verhältnis 50:50 zwischen den Künstlern und den Simon-Gemeinschaften aufgeteilt wurden. Die Werke umfassten Radierungen, Linolschnitte, japanische Holzschnitte, Siebdrucke und Fototiefdrucke zum Preis von 140 € pro Stück.

Die Lösung war eine Zusammenarbeit zwischen Graphic Studio Dublin und der Simon Community. Die Simon-Gemeinschaft hat einen ständigen Zustrom von Studenten, die ehrenamtlich arbeiten und/oder ein Praktikum im Bereich Sozialarbeit/Sozialkunde absolvieren. Andere stellen ihre Zeit zur Verfügung, um bei Marketing

Ressource: www.graphicstudiodublin.com/exhibition/the-art-of-home-exhibition
www.simon.ie



ANAM FESTIVAL - Universität Dublin City

PROBLEM/KONTEXT: Im September 2017 stellte die DCU ihren Strategieplan für den Zeitraum 2017-2022 mit dem Titel "Talent, Entdeckung und Transformation" vor, in dem die Absicht der Universität betont wird, bedeutende Initiativen in den Bereichen Kreativität und Kultur zu entwickeln. Eines der strategischen Ziele des Plans umreißt die Ambition der Universität, ein bedeutendes kulturelles Engagement mit den Gemeinden in der Region der Universität zu entwickeln und insbesondere mit ihnen bei der Einrichtung eines Kulturviertels in Nord-Dublin zusammenzuarbeiten.

LÖSUNG: Vor diesem Hintergrund hat die DCU die ANAM ins Leben gerufen - eine jährliche Vorzeigeveranstaltung im Rahmen eines umfassenderen Programms von Aktivitäten, die das Kulturviertel im Norden Dublins zum Leben erwecken sollen.

Die DCU öffnete ihre Türen für das zweite ANAM-Festival im April 2019. Das als "Feier der Künste, Ideen und Kreativität in Nord-Dublin" angekündigte Programm wurde von Philip Kings South Wind Blows Team, den Machern der beliebten Fernsehsendung Other Voices und des Festivals, kuratiert und produziert.

Mit Unterstützung des Fingal County Council, des Dublin City Council, des IMRO und von Neogen bot ANAM 2019 ein beeindruckendes Programm mit führenden Künstlern und Musikern, die neben DCU-Mitarbeitern, Studenten und Menschen aus den umliegenden Gemeinden auftraten. Das Programm umfasste Konzerte, Lesungen, Filme, Meisterklassen und Diskussionen, wobei die Veranstaltungen auf dem Glasnevin, Drumcondra und All Hallows Campus der DCU stattfanden. Video 2019 ansehen: <https://youtu.be/0urSiiGQY>

ERGEBNIS: ANAM ist ein integraler Bestandteil des Engagements der DCU für die Entwicklung eines Kulturviertels in Nord-Dublin. Die Universität arbeitet daran, die kreativen und darstellenden Künste an der DCU und in der Region Nord-Dublin zu fördern und qualitativ hochwertige künstlerische und kulturelle Erfahrungen durch Möglichkeiten des öffentlichen Engagements, Outreach-Programme, Initiativen im Bereich der visuellen Künste sowie Veranstaltungen auf dem Campus und in der Gemeinde zu bieten.



FALLSTUDIEN AUS DEUTSCHLAND



Berlin (a)live

www.berlinalive.de

PROBLEM: Berlin ist bekannt für seine reiche Kulturszene. Im Zuge der COVID-Pandemie benötigen vor allem Freiberufler sofortige finanzielle Unterstützung, da viele von ihnen vor dem finanziellen Ruin stehen und dringend Hilfe brauchen, um in diesen unsicheren Zeiten zu überleben.

LÖSUNG: Berlin (a)live ist eine Online-Plattform für Solidarität und eine digitale Bühne für kulturelle Veranstaltungen. Es ist ein gemeinsames Projekt der Agentur 3pc und der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa. Kultur- und Kreativschaffende erhalten die Möglichkeit, eine Online-Veranstaltung ins Leben zu rufen und über Livestreams ein interessiertes Publikum zu finden, das daran teilnehmen möchte. Auf diese Weise erhalten Künstler und Kreative nicht nur mehr Aufmerksamkeit für ihre Projekte, sondern können auch finanzielle Vorteile erzielen. Neben dem Angebot, eine Veranstaltung zu veröffentlichen, bietet die Plattform auch die Möglichkeit, Künstler und Projekte durch Spenden zu unterstützen. Die Plattform Berlin (a)live ist davon überzeugt, dass Kultur der Kitt ist, der die Gesellschaft zusammenhält. Obwohl die Initiative von Berlin ausging und mit der Senatsverwaltung für Kultur und Europa einen starken Berliner Partner hat, sind alle Menschen in Deutschland eingeladen, ihre Veranstaltungen auf der

ERGEBNIS: Berlin (a)live bietet eine digitale Bühne für Kunst und Kultur. Es ist der Beweis, dass Berlin ein Experte im Improvisieren ist. Als die Bevölkerung gezwungen war, zu Hause zu bleiben, schaffte es Berlin (a)live, die Kultur zurück in das Leben der Menschen zu bringen. DJ-Battles, Diskussionen, Opern, Performances, Konzerte und Ausstellungseröffnungen waren als Livestream verfügbar. Es spricht für die Plattform, dass sie auch nach der Pandemie weitergeführt wurde.

Die Schaffung einer von Studenten geleiteten Plattform wie Berlin (a)live wäre ein sehr interessantes Projekt für Hochschulstudenten, insbesondere für diejenigen mit fortgeschrittenen Kenntnissen in den Bereichen Digitales, Marketing und E-Commerce, die sich daran beteiligen und es nachahmen/gestalten könnten.





Skulptur und Kunst im Impfzentrum Bottrop Covid/B1-Remix

www.gereonkrebber.net/aktuelles.3.de.html

PROBLEM: Während der Pandemie mussten viele Museen, kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen aufgrund von Schließungen ihren Betrieb einstellen. Dies führte dazu, dass viele Künstler und Bildhauer keine Möglichkeit hatten, ihre Werke auszustellen oder zu bewerben, was wiederum zu Umsatzeinbußen führte.

LÖSUNG: Eine rosafarbene menschenähnliche Gestalt liegt auf dem Boden; etwas, das wie eine Bärenkrallen aussieht, ragt aus einer felsähnlichen Skulptur heraus; eine Art Halbpipa und große Marmorblöcke geben Einblicke in ihr Inneres.

Dies alles war Teil der Arbeit von Gereon Krebber, einem Bildhauer und Professor an der Düsseldorfer Kunstakademie, der einen Teil der großen Stahl- und Betonhalle des Bottroper Impfzentrums in eine Skulpturenlandschaft verwandelte.

Bottrop ist nicht die einzige deutsche Stadt, die Kunstwerke in einem Impfzentrum ausgestellt hat: Die bayerische Stadt Straubing hat Kunstwerke von regionalen Künstlern an den Wänden angebracht. Kunst könne helfen, die psychische Belastung durch die Coronaviruskrise in den Griff zu bekommen, argumentierte Krebber und fügte hinzu: "Man kann aber auch daran vorbeigehen und muss es nicht anschauen. Das ist das Schöne daran!"

Das Projekt ist ein echtes Beispiel dafür, wie ein Blick über den Tellerrand und die Nutzung des

SOZIALE, WIRTSCHAFTLICHE UND ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN: Die Installationen des Impfzentrums haben gezeigt, wie die Kunst an Kraft gewinnen und sich in der Gesellschaft behaupten kann, da der Künstler einen Gegendruck erfährt, der aus solchen Umständen resultiert.

Die Ausstellungen haben den Künstlern und Bildhauern Einnahmen beschert, und viele der ausgestellten Werke wurden verkauft.

Was die Auswirkungen auf die Umwelt betrifft, so ist die Initiative von Gereon Krebber ein Beispiel dafür, wie Nicht-Orte wie Hallen, ehemalige Industriestandorte, verfallene Gebäude und widrige Umstände in Chancen verwandelt werden können, indem ihnen neues kreatives Leben eingehaucht wird.

Krebber: "Die Idee, meine Skulpturen im Bottroper Impfzentrum zu zeigen, hat mich sofort begeistert. Was könnte besser zur aktuellen Situation passen als ein Impfzentrum?"

Ich verwende gerne Orte, die der Kunst fern sind. Genau wie das Virus selbst wirkt meine Kunst oft "invasiv", "deplatziert" und "prekär".

1zu1-Konzerte

www.1to1concerts.de

PROBLEM: Während der Pandemie kam das kulturelle Leben mehr oder weniger zum Erliegen, oder schlimmer noch, es wurde aufgrund der Beschränkungen und Einschränkungen digital hinter Bildschirme verbannt.

Das Bedürfnis nach realen persönlichen Kontakten und Erfahrungen wurde immer noch als notwendig empfunden, vielleicht mehr denn je, aufgrund des Paradigmas der Abriegelung und

ERGEBNIS: Seit ihrer ersten Gründung Anfang 2021 hat die gemeinnützige Initiative unter der Leitung der Flötistin Stephanie Winker, der Szenografin Franziska Ritter und des Kulturvermittlers Christian Siegmund ihr innovatives und kreatives Konzept in ganz Deutschland und sogar im Ausland verbreitet. Ähnliche Konzepte wurden bereits in Spanien, Frankreich, Australien und Indien umgesetzt.

Dies wäre eine sehr interessante Initiative, die in ganz Europa nachgeahmt werden könnte. Das CCF-Team wäre daran interessiert zu sehen, wie dieses Konzept von Hochschulstudenten neu gestaltet werden könnte und welche Fähigkeiten oder Innovationen sie in dieses bereits erfolgreiche Konzept einbringen könnten.

LÖSUNG: Die 1to1-Konzert-Initiative zielt darauf ab, künstlerische Kraftorte zu schaffen und Mittel für die solidarische Unterstützung von Musikern in Not zu sammeln, trotz der derzeitigen Beschränkungen und Einschränkungen durch die Pandemie. Wie der Name schon sagt, wird das 1to1-Konzertkonzept als eine wortlose Eins-zu-Eins-Begegnung von etwa 10 Minuten beschrieben, die zwischen Zuhörer und Musiker stattfindet.

Die Orte, an denen die Konzerte stattfinden, sind eher ungewöhnlich. Neben etablierten Konzertorten wurden auch schon eine Kunstgalerie, ein stiller Hinterhof, eine leerstehende Fabrikhalle oder ein Schrebergarten als Veranstaltungsort genutzt.

Ressource: <https://junge-norddeutsche.de/1to1/>





United We Stream

<https://youtu.be/2G-7EZUyTdc>

LÖSUNG: Kern der Initiative war die Schaffung einer digitalen Plattform, die auf verschiedenen Online-Kanälen und dem Kultursender ARTE kostenlose Live-Streams aus bekannten Berliner Clubs anbietet. Die Plattform streamt Live-Übertragungen von DJ-Sets, Live-Musik und Performances sowie Diskussionsrunden, Vorträge und Filme zu Themen der Berliner Clubkultur. Interessierte können die Streaming- und Multimedia-Inhalte über Partnerkanäle wie ARTE concert, rbb und radioeins sowie über die sozialen Medien der Plattform, Facebook, abrufen.

"Berlin erklärt sich solidarisch und bringt den größten digitalen Club zu dir nach Hause. Wenn du schon alleine feierst, dann aber richtig." Lutz Leichenring, Club Commission Berlin

Problem: Als Teil der Musikindustrie litten die Clubs unter der Pandemie aufgrund der Schließungs-/Verriegelungsmaßnahmen. Berlin ist seit langem für seine "Clubkultur" bekannt, da es hier eine vielfältige und äußerst lebendige Clubkulturlandschaft gibt. Die Einschränkungen hatten nicht nur Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Nutzen der Clubbesitzer, sondern auch auf die Künstler, deren Musik in den Clubs präsentiert wird, und auf die Musikliebhaber, die diese

ERGEBNISSE: Innerhalb eines Jahres gelang es der digitalen Plattform, 570.000 Euro zu sammeln und den Betrag an 66 Berliner Vereine zu spenden. Weltweit wurden insgesamt 1,5 Millionen Euro gesammelt. Die Plattform hat über 2000 Discjockeys (DJs) zusammengebracht, die an 425 Orten auf der ganzen Welt mit mehr als 40 Millionen Streamern aufliegen.

Das Projekt hat nicht nur Künstlern den Raum gegeben, ihre Arbeit fortzusetzen, sondern auch einen Kanal etabliert, der nicht nur das gesamte Spektrum der Berliner Clubszene repräsentiert, sondern sich auch als globale Kulturplattform etabliert hat.



FALLSTUDIEN AUS FINNLAND





Welt in Bewegung - Band

Welt in Bewegung -yhtye: - Yhteisö ja taide (teak.fi)

PROBLEM/CONTEXT: Das Bandprojekt entstand zu einem Zeitpunkt, als eine große Zahl von Asylbewerbern in Finnland ankam und es an Kooperationseinrichtungen und Treffpunkten fehlte. Das Ziel des Projekts war es, einen künstlerischen "dritten Raum" (Bhabha 1994; Soja 1996) zu schaffen, dessen Inhalt gemeinsam mit den Teilnehmern gestaltet wird.

LÖSUNG: World In Motion basierte auf der Schaffung neuer Musik durch gemeinsames Komponieren und Arrangieren. Die Teilnehmer und Studenten brachten Musik und musikalische Ideen in die Workshops ein. Durch Improvisation und gemeinsames Komponieren wurden diese rhythmischen und melodischen Elemente, Texte und Volksmelodien zu neuen Musikstücken.

Die Teilnehmer waren der Meinung, dass die Möglichkeit, zielgerichtet zu musizieren und aufzutreten, ein motivierender Faktor war, der wiederum das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft von Musikern verstärkte.

Die Teilnehmer an den wöchentlichen Workshops kamen vor allem aus den Aufnahmezentren für Asylbewerber im Großraum Helsinki. Hinzu kamen Musiker, die aus verschiedenen europäischen Ländern nach Finnland gezogen waren und sich für die Arbeit mit Asylbewerbern interessierten, sowie Studenten und Lehrkräfte der Sibelius-Akademie, die so die Gelegenheit hatten, die Musik des Nahen Ostens kennenzulernen.

Bei den Studenten der Sibelius-Akademie handelte es sich um Bachelor- und Masterstudenten, die im Rahmen ihres Studiums an dem Ensembleprojekt World In Motion teilnahmen.

ERGEBNIS: Die Erforschung des Aufbaus von Zusammenarbeit und Identitätsarbeit in der World In Motion-Band war besonders interessant, weil die Teilnehmer unterschiedliche Erfahrungen und Vorstellungen davon hatten, wie Musik gemeinsam gemacht werden kann und sollte. Dies spiegelte sich zum Beispiel in den unterschiedlichen Ansätzen zur Verbindung von künstlerischem Prozess und Output wider, was wiederum die Vorstellungen der Teilnehmer von effektiven Arbeitsweisen oder der Verteilung von Entscheidungsbefugnissen innerhalb der Gruppe beeinflusste. Kreative und partizipatorische Prozesse, bei denen Improvisation und Experimentieren im Vordergrund stehen, können zum Beispiel als befreiend, verwirrend, inspirierend, chaotisch oder abenteuerlich in einem unbegrenzten Bereich wahrgenommen werden. Einige der Teilnehmer hätten sich mehr arbeitsleitende Rollen (und in diesem Sinne auch Hierarchien) gewünscht, während für andere gerade der Einfluss aller und überraschende Prozesse den größten Beitrag der Band ausmachten.

Die unterschiedlichen Auffassungen hingen nicht mit dem kulturellen Hintergrund der Teilnehmer zusammen, sondern eher mit den unterschiedlichen Persönlichkeiten und den unterschiedlichen Erfahrungen mit dem Musikstudium und der Aufführungspraxis. Diese Beobachtung spricht eher für ein interkulturelles Identitätskonzept als für ein multikulturelles Identitätskonzept, in dem Identität als Merkmal einer Gruppe betrachtet wird, das an den kulturellen und ethnischen Hintergrund gebunden ist.

Voimala - Das Kraftwerk des Wohlbefindens

PROBLEM/CONTEXT: In Ostfinland wurde die Notwendigkeit erkannt, das Wohlergehen der Bewohner und Organisationen der Region zu verbessern und die Bewältigung und Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften in der Region sicherzustellen.

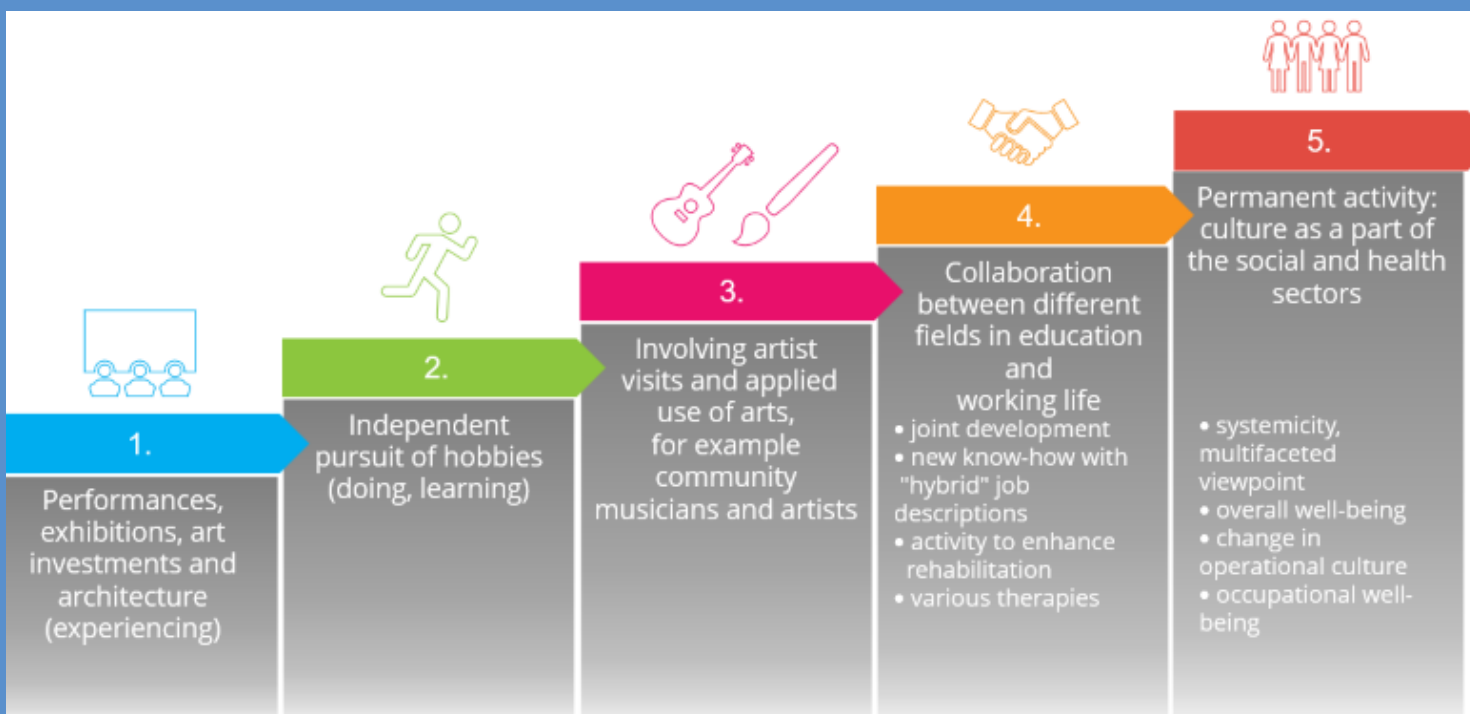
LOSUNG: Das Kraftwerk für Wohlbefinden entwickelt umfassende Dienstleistungen für das Wohlbefinden, fördert das Know-how in Bezug auf diese Dienstleistungen und stärkt die Zusammenarbeit zwischen Forschung und Entwicklung sowie Bildung und Arbeitswelt. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Soziales, Gesundheit, Kultur, Bildung, Kinder- und Jugendarbeit.

Hintergrund des Kooperationsnetzes ist die Notwendigkeit, das allgemeine Wohlbefinden der Bewohner des Gebiets zu steigern und für die Stärke und Verfügbarkeit kompetenter Arbeitskräfte in der Region zu sorgen. Die Aktivität basiert auf einer umfassenden, systemischen Denkweise. Fachkräfte mit einer integrierten Ausbildung sind in der Lage, noch besser auf den Dienstleistungsbedarf der Zukunft zu reagieren.

Ein wichtiges Ziel des Voimala-Konsortiums ist das soziale Engagement, die Verbesserung des allgemeinen Wohlbefindens und dessen Entwicklung in einem Netzwerk von mehreren Mitarbeitern. Das Betriebsmodell kann sowohl national als auch international dupliziert werden.

ERGEBNIS: VOIMALA hat Musik, Tanz und bildende Kunst in den Alltag von Entbindungskliniken, Kindergärten, Schulen, Krankenhäusern und Dienstleistungszentren gebracht und dabei auch ältere Menschen und von sozialer Ausgrenzung Bedrohte berücksichtigt. Laut Eeva Mäkinen, der Entwicklungsdirektorin des Netzwerks, "ist die Teilnahme an der Kultur das Recht eines jeden".

Quellen [itä-Suomen Hyvinvointivoimala on valittu vuoden 2018 Taidekasvatusteoksi - Suomen musiikkioppilaitosten liitto \(musicedu.fi\)](http://itä-Suomen Hyvinvointivoimala on valittu vuoden 2018 Taidekasvatusteoksi - Suomen musiikkioppilaitosten liitto (musicedu.fi))
[itä-Suomen Hyvinvointivoimala - \(savonia.fi\) taidekasvatustalkoot](http://itä-Suomen Hyvinvointivoimala - (savonia.fi) taidekasvatustalkoot)



Kreative Häfen Labor für nachhaltiges Design

Kreative Ports | TOOL 9

PROBLEM: Das zu lösende Problem waren die nächsten Stadtzentren und die Begrünung der Stadtzentren. Es handelt sich um ein soziales, wirtschaftliches und ökologisches Problem. In den Städten fehlt es an Grünflächen, leere Flächen werden zu einem Problem in Einkaufszentren usw. und die Verwendung von Abfällen in einem Kreislauf muss noch verbessert werden.

LÖSUNG: Designer aus verschiedenen Bereichen der Kreativbranche aus den Ostseeländern nahmen an einer Reihe von Online-Workshops teil, um diese Probleme zu lösen, die in den verschiedenen Städten auf unterschiedlichem Niveau auftreten. Die Projektpartner des Projekts Creative Ports haben den Workshop moderiert und gestaltet. Im abschließenden Workshop wurden innovative Ideen vorgestellt, wie wiederverwendete Materialien in der Stadtgestaltung eingesetzt werden können, wie leere Räume gefüllt werden können und wie die Städte begrünt werden können. Die Schüler waren nicht an den Workshops beteiligt, hätten aber daran teilnehmen können. Es wäre eine großartige Gelegenheit für sie gewesen, das Fachwissen professioneller Designer zu nutzen

ERGEBNIS: Viele der Projekte konnten leicht in reale Pilotprojekte umgewandelt werden, wenn sie von den Städten und Gemeinden finanziert wurden. Die Ergebnisse waren innovativ und dennoch greifbar. Das Projekt selbst war eine großartige Möglichkeit zu zeigen, wie Innovation grenzüberschreitend und sogar online stattfinden kann. Online ist nicht der beste Weg, aber aufgrund der aktuellen Situation war es die einzige Möglichkeit. Die wichtigste Erkenntnis aus diesem Projekt war, dass die Kontinuität der neu geschaffenen Kontakte innerhalb der Designer für künftige Projekte gewährleistet sein sollte.



Interaktive immersive Spielwand, Kouvola Theater



PROBLEM/CONTEXT: Im Jahr 2020 suchte das Kouvola-Theater nach einer kreativen Möglichkeit, sein 60-jähriges Bestehen zu feiern. Das Theater wurde 1960 gegründet und zählt jährlich etwa 40.000 Zuschauer.

LÖSUNG: Im Rahmen des Projekts CONTENTS FOR CROSS-CULTURAL EVENTS - C3E waren die Mitarbeiter und Studenten der XAMK maßgeblich an der Gestaltung einer immersiven Spielwand für Jugendliche im Kouvola Theater beteiligt. Die Spielwand wurde in einem Co-Design-Prozess entwickelt. Zu den Mitwirkenden gehörten OiOi, Art Tester, der regionale Spielekünstler Jaakko Kempainen aus Taikela und Schüler der Eskonlanmäki-Gesamtschule mit den Schwerpunkten Technik und Theater. Das Thema der Spielwand ist von der Komödie "The Comedy of a Bank Robbery" abgeleitet.

Das Erlebnis der Spielwand ist einzigartig, da es sich um einen immersiven 3D-Raum mit Geräuschkulisse und einem Multiplayer-Aspekt handelt. Um eine hohe Punktzahl zu erreichen, muss man sich auf die anderen Gruppenmitglieder verlassen und schnell

ERGEBNISSE: Die Entwicklung der Spielwand war eine tiefgreifende und aktive Lernerfahrung für alle Beteiligten. Es wurden drei Erzählworkshops mit Studenten der Fachrichtungen Spieldesign, Design und Programmierung abgehalten. Der Charakterisierungsprozess wurde von dem Grafikdesigner und Spieldesigner Panu Vuoristo, dem Modedesigner Esko Ahola, dem Dozenten und Dramapädagogen Heini Haapaniemi und Ivan Smirnov von der Smirnov School of Arts in Moskau in gemeinsamen Studienmodulen von Fachhochschule und Universität begleitet.

Im Hinblick auf bewährte Verfahren vermittelt die Fallstudie eine Vorstellung davon, was Studierende und Mitarbeiter in Kooperationsprojekten mit

WEITERE INTERESSANTE FALLSTUDIEN AUS EUROPA





Erweiterung der Belfast Harbour Studios, Nordirland

Der Kontext: Game of Thrones hat unbestreitbar die Wahrnehmung Nordirlands als Drehort verändert, und die finanziellen Gewinne waren immens. Die Belfast Harbour Studios, die sich gegenüber den Titanic Studios befinden, in denen Game of Thrones gedreht wurde, bewohnen derzeit acht Hektar des Giant's Park, und die Herausforderung besteht nun darin, auf der großen Bekanntheit aufzubauen, die Game of Thrones Belfast und Nordirland als Top-Drehort gebracht hat.

Lösung: Der CO DOWN-Baukonzern Graham hat einen Auftrag im Wert von 44 Millionen Pfund für den Bau der zweiten Phase der Belfast Harbour Studios erhalten. Die Ausschreibung wurde zwei Jahre nach der Erteilung der Baugenehmigung für die Vervierfachung der Größe der bestehenden Filmstudios im Giant's Park am Nordufer des Belfast Lough erteilt.

Der Norden hat zwar die neue Game of Thrones-Vorabendserie House of the Dragon verpasst, doch Joe O'Neill, der Geschäftsführer von Belfast Harbour, erklärte, dass das Interesse an Dreharbeiten hier nach wie vor groß ist. The Northman mit Nicole Kidman und Alexander Skarsgard in den Hauptrollen gehört zu den jüngsten Großproduktionen, die die Belfast Harbour Studios nutzen.

Studenten können in das neue Projekt einbezogen werden, um zu sehen, wie die Filmindustrie arbeitet, und um im Rahmen von Praktika bei den Bauarbeiten zu helfen. Sie können als Freiwillige bei den Kulissen und bei der Gestaltung mithelfen.

Die Ergebnisse: Man geht davon aus, dass die vergrößerten Studios letztendlich 1.000 weitere Arbeitsplätze in der Kreativbranche in Nordirland schaffen könnten, was dem aufstrebenden Film- und Kunstsektor in Nordirland einen erheblichen Auftrieb geben würde. Man geht davon aus, dass während der 20-monatigen Bauzeit etwa 200 Arbeitsplätze entstehen werden.

Zusammengehörigkeit in der Differenz: Universität Kopenhagen

Der Kontext: Die Universität Kopenhagen bietet ein internationales Arbeits- und Studiumfeld, das auf Werten wie **Demokratie, Offenheit und Chancengleichheit** beruht. Die Universität ist ein integrativer Arbeitsplatz, der die talentiertesten Studenten und Mitarbeiter unabhängig von ihrem persönlichen Hintergrund anziehen möchte. Die Universität ist bestrebt, eine tolerante Kultur zu schaffen, in der jeder gleich behandelt wird und in der Vielfalt eine Stärke und keine Herausforderung ist.

Lösung: Zusammengehörigkeit in der Differenz: Reimagining identities, communities and histories through art (Neuinterpretation von Identitäten, Gemeinschaften und Geschichten durch Kunst) ist ein Projekt, das untersucht, wie zeitgenössische Kunst zu den reibungslosen Verhandlungen von Identitäten, Gemeinschaften und Geschichten beiträgt, die sich derzeit mit der zunehmenden Multiethnizität und kulturellen Vielfalt in Europa entwickeln. Die beiden Unterprojekte konzentrieren sich auf künstlerische bzw. kuratorische Praktiken.

Dieses Projekt konzentriert sich insbesondere darauf, wie künstlerische und kuratorische Praktiken die gesellschaftlichen Konflikte angehen können, die durch die Notwendigkeit entstehen, das Zusammenleben unter postmigrantischen Bedingungen der soziokulturellen Vielfalt zu lernen. Es wird untersucht, wie sie demokratisch engagierte Formen der Partizipation erleichtern und wie sie es ermöglichen können, dass Meinungsverschiedenheiten und Unterschiede innerhalb der Kunstsphäre und darüber hinaus verhandelt werden.

Ergebnis: Das Projekt befasst sich mit der Frage, wie künstlerische und kuratorische Praktiken zu einer stärkeren Einbeziehung und Anerkennung von Einwanderern und ihren Nachkommen als gleichberechtigte Teilnehmer an demokratischen Gesellschaften beitragen können, z. B. durch die Erfindung neuer Formen der visuellen Darstellung und die Bereitstellung von Plattformen, von denen aus gesprochen werden kann, und für demokratische Formen des Engagements.

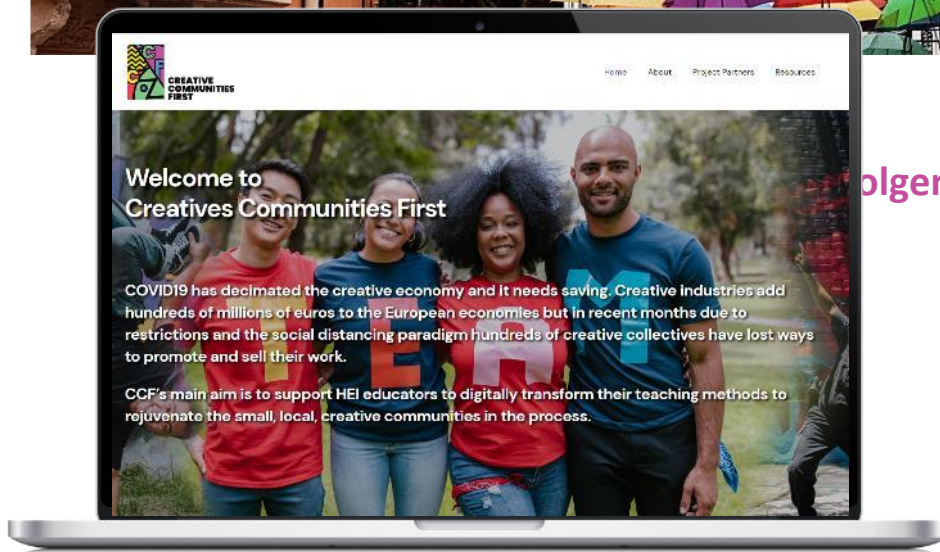
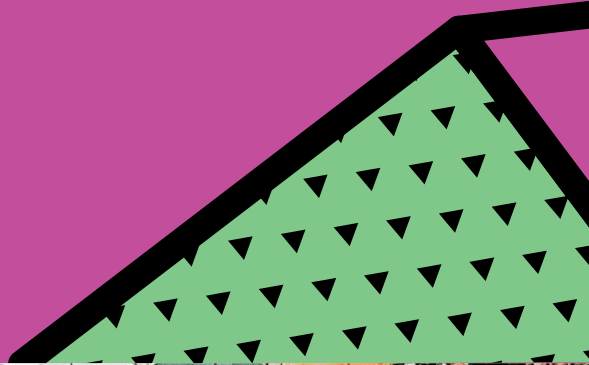


WEITERE GROSSARTIGE RESSOURCEN

CCF DIGITAL OPEN INNOVATION AND EDUCATION PLATFORM - unser leistungsfähiges digitales Bildungsökosystem, das das Lernen über elektronische Dienste fördert und erleichtert und die europäische Zusammenarbeit und internationale bewährte Verfahren zwischen dem Hochschulsektor und der Kreativbranche ermöglicht.

HEI PEDAGOGIC FRAMEWORK AND ONLINE HACKATHON GUIDE FOR CCF E-SERVICE LEARNING - unser Rahmenwerk und der Hackathon bieten ein übertragbares und replizierbares Modell des von der Hochschule geleiteten immersiven E-Service-Lernens (erleichtert durch das CCF DOIP und Online-Hackathons), das die Kraft und das Potenzial hat, kleine, lokale, kreative Gemeinschaften zu verjüngen, die von der COVID19-Krise betroffen sind.

Diese und weitere Informationen finden Sie unter www.creativecommunities.eu.



folgen Sie unsere Reise hier



www.creativecommunities.eu