



Artistic - Akteure / Strategie

Mär. 2018

Mag. Daniela Adler, MBA
Dipl.-Ing. Dr. techn. Christian Krotscheck
Steirisches Vulkanland, Griebing 148, 8330 Feldbach

Kontakt: t. 03152/83 80-16, m: adler@vulkanland.at

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Tagesordnung

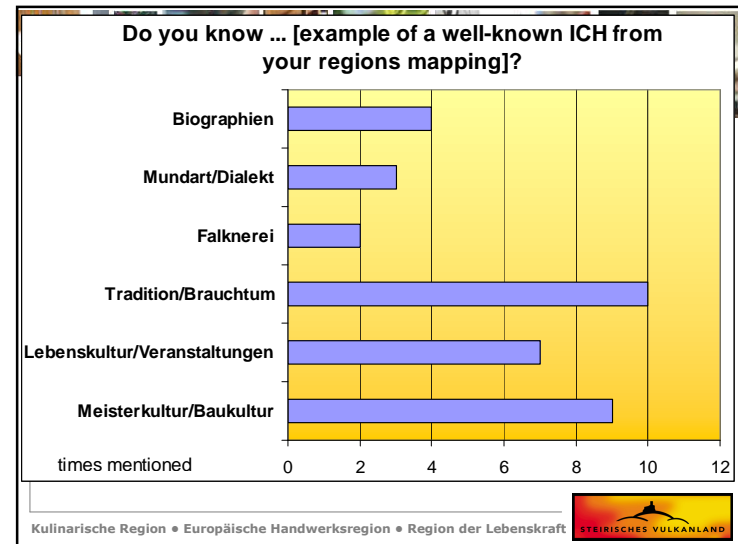
1. Vorstellung der Umfrageergebnisse und des Gesamtprojektes
2. Aktuelle Anliegen/wichtige Themen sammeln und reflektieren
3. Kooperation und Netzwerkaufbau zwischen den Akteuren
4. Bewusstseinsbildung über Nutzung der lokalen Medien
5. Die nächsten Schritte

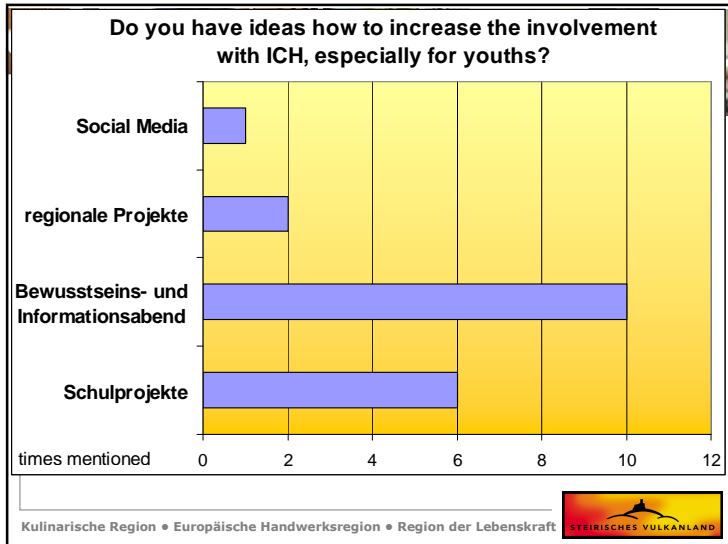
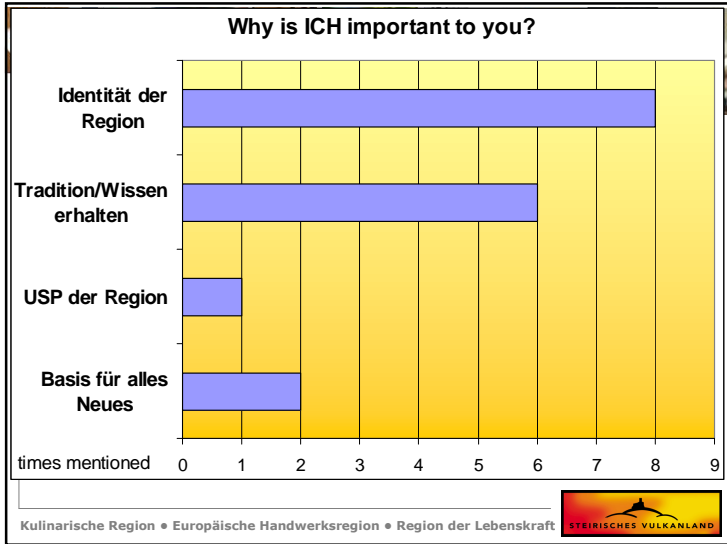
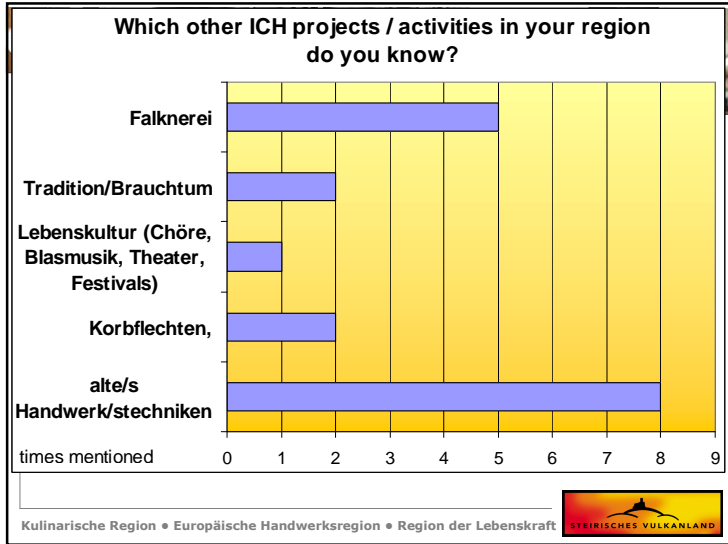
Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Bevölkerung Sichtweise

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



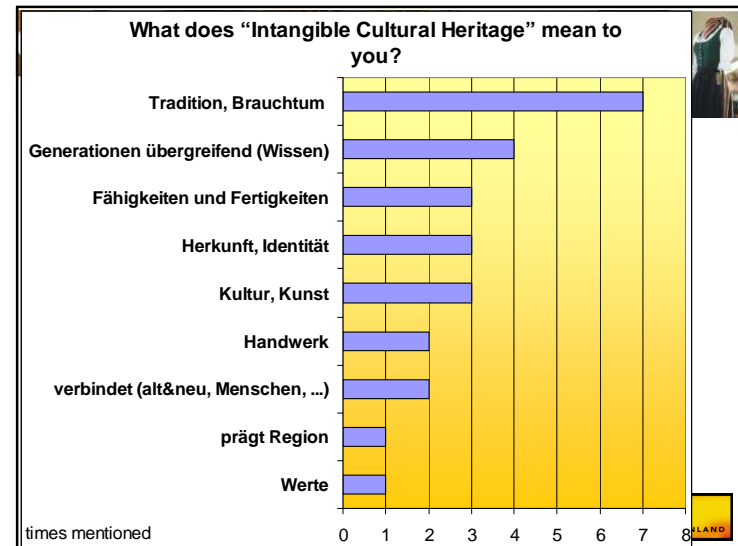
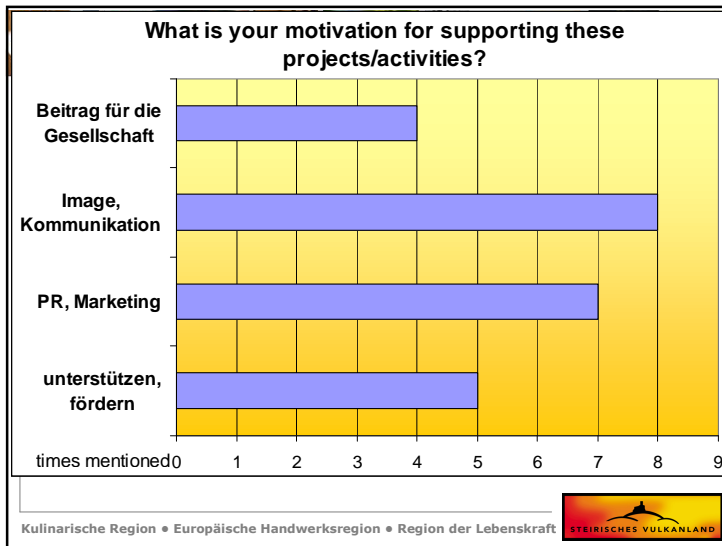
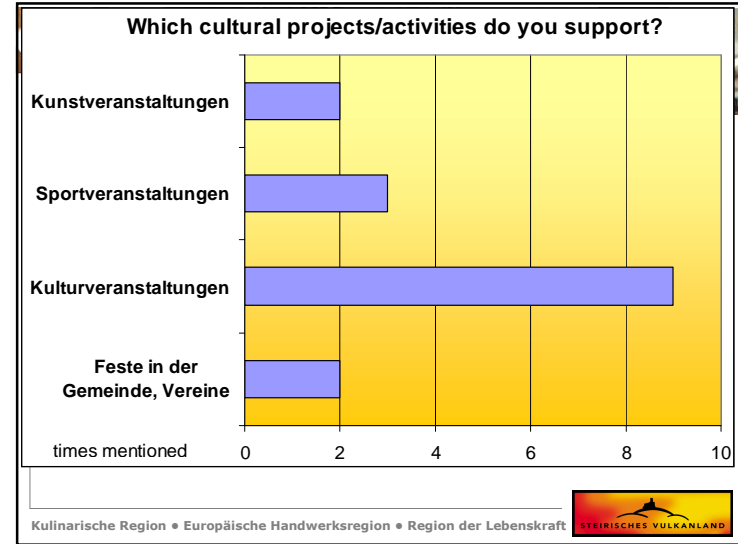


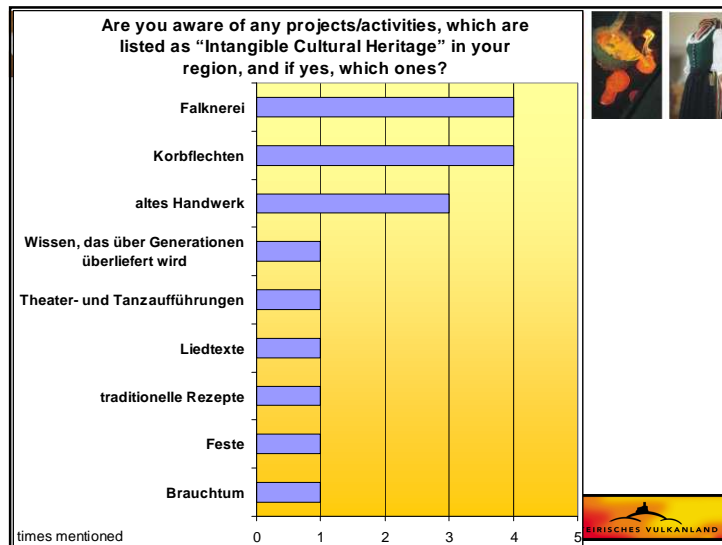
Steirisches Vulkanland
Interreg
 CENTRAL EUROPE
 ARTISTIC
 European Union
 European Regional Development Fund

IKE Financiers

Sicht und Praxis

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Die größten Unterstützer

für nachhaltige Bekanntmachung im Vulkanland sind:

1. Gemeinden (mit den Gemeinderäten als Budget definierendes Organ)
2. Regionale Banken (vor allem der Raiffeisensektor) und regionale Versicherungsvertreter (vor allem Grazer Wechelseitige)
3. Große bzw. umsatzstarke Unternehmen in regionaler Eigentümerschaft (vor allem Firmen aus dem Sektor Handwerk und Gewerbe)

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

Motivation und Ziele

- der IKE-Sponsoren liegen eng beieinander: man bietet Unterstützung, um im Gegenzug das **Image** durch PR zu steigern.
- Man zeigt durch die Förderung für was man als Firma bzw. Gemeinde steht (also die **Werthaltung**).
- Man unterstützt die Potentialentfaltung vor Ort und die Bewusstseinsbildung für das Eigene, um den **Selbstwert** der Kunden zu heben.
- Privatwirtschaftlich, um seinen **Markt zu erweitern** oder zu sichern, öffentlich, um den **gesellschaftlichen Zusammenhalt** und die **Identität** zu stärken
- ICHs können zur USP entwickelt und so zur Erfolgsbasis einer Region werden.

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

Marketingzweck bei UN

- Steigerung der Bekanntheit und der **Kundengewinnung**
- damit der **Verkaufszahlen** oder für den Imagezuwachs
- Marketing dient auch der **Verbreitung von Ideen** und positiven Beispielen, es bringt **gutes Image** und mehr „follower“ (mehr Besucher, Kunden, Nachahmer, ...).
- Die beliebtesten Marketing-Werkzeuge im VL: derzeit das Internet/E-Mails und die Regionalmedien, gefolgt von Facebook und Netzwerk-Broschüren.

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

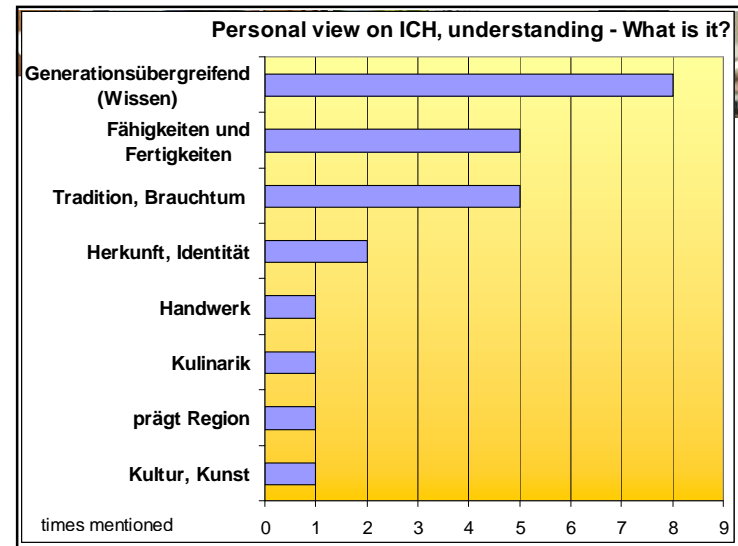
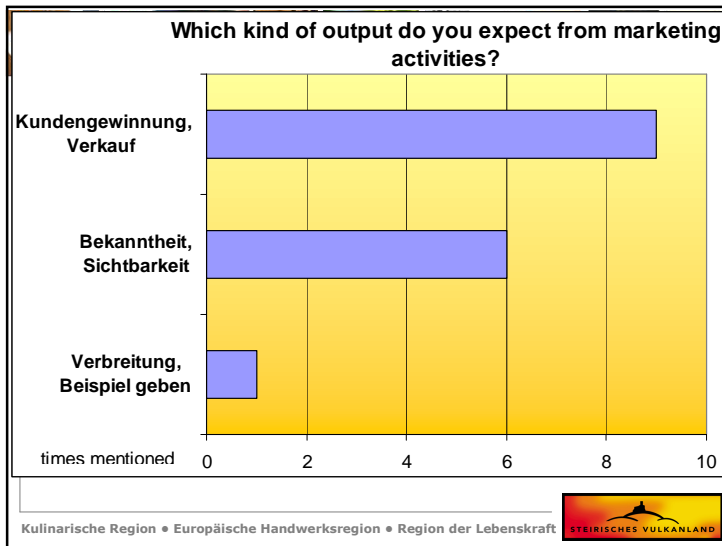
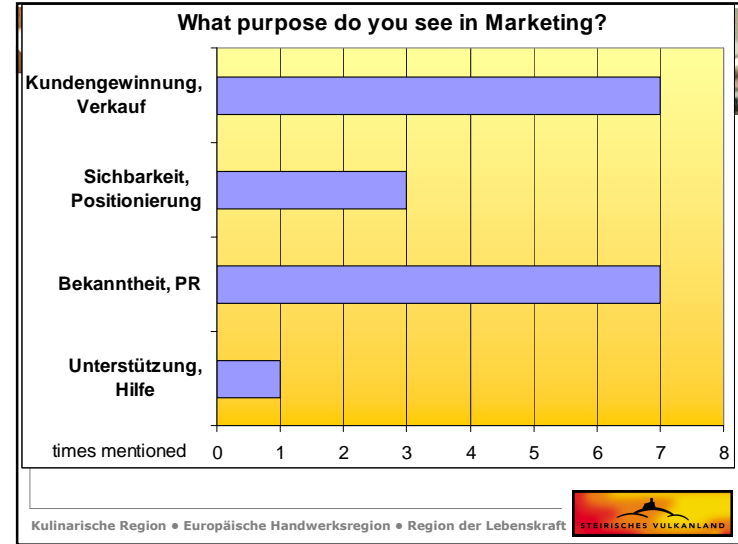


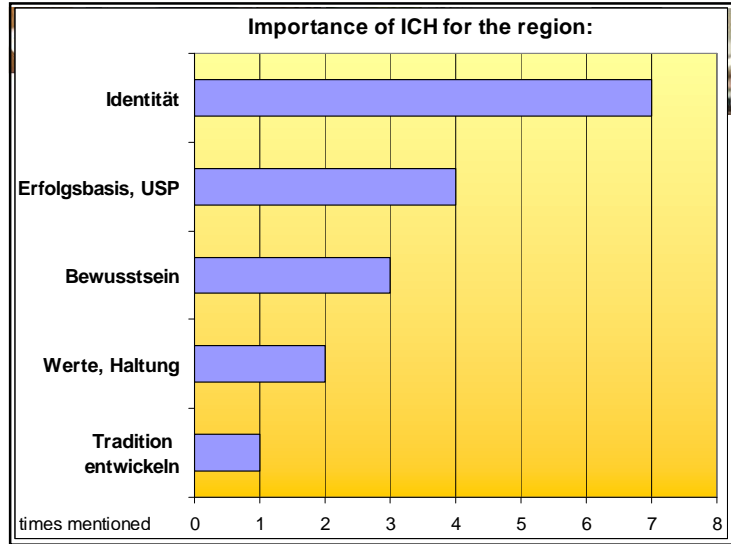
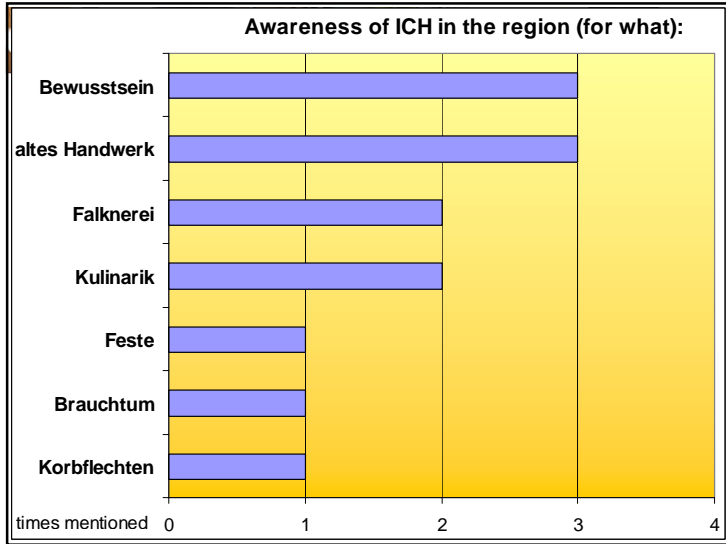
Steirisches Vulkanland
Interreg
 CENTRAL EUROPE
 ARTISTIC

IKE Akteure

Sicht und Praxis

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

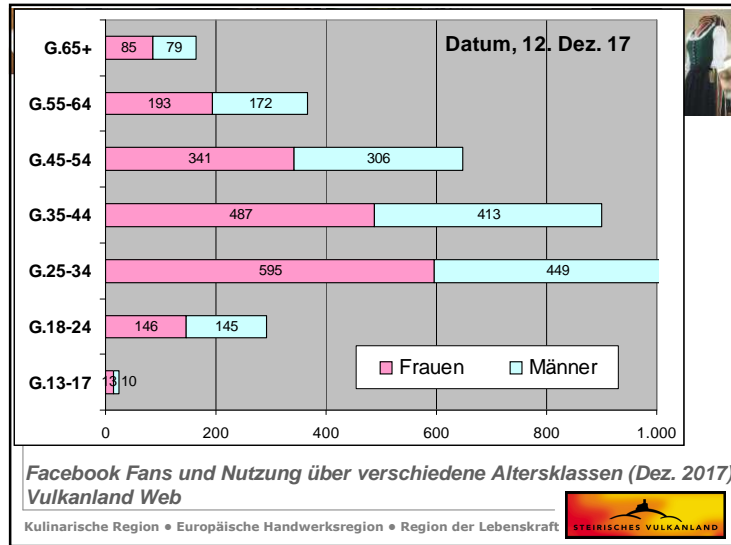


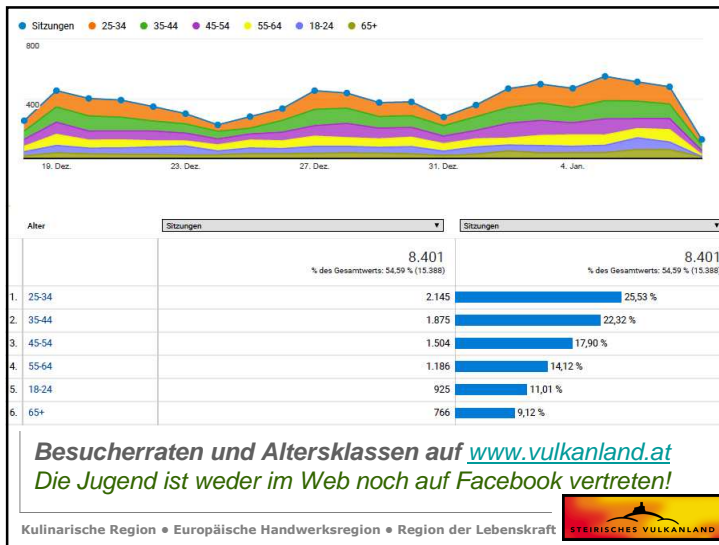
Interreg
CENTRAL EUROPE
European Union
European Regional Development Fund

Steirisches Vulkanland
ARTISTIC

Jugend und IKE Initiativen

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft





JUGEND-INTERNET-MONITOR 2017 ÖSTERREICH

Das Internet sicher nutzen! Saferinternet.at

93%
+1%

DIE MESSENGER-APP ZUM VERSENDEN VON NACHRICHTEN, VIDEOS & BILDERN UND ZUM TELEFONIEREN IST AUCH 2017 AUF DEM ERSTEN PLATZ.

♀ 93% ♂ 91%

90%
+3%

ÜBER 1 MRD. STUNDEN VIDEO-MATERIAL PRO TAG WERDEN WELTWEIT AUF YOUTUBE ANGESEHEN.

♀ 88% ♂ 92%

68%
+13%

BILDER WERDEN IMMER WICHTIGER! INSTAGRAM IST DIE GRÖSSTE PLATTFORM ZUM TEILEN VON FOTOS UND VIDEOS.

♀ 76% ♂ 60%

65%
+13%

FOTO-SHARING-APP MIT DER BILDER MIT AUFLÖSUNGSGEHOBBEN GEPUSHT WERDEN KÖNNEN.

♀ 76% ♂ 54%

48%
+21%

DAS GRÖSSTE SOZIALE NETZWERK DER WELT HAT MITTELERWELLE 1,86 MRD. AKTIVE NUTZER.

♀ 43% ♂ 49%

26%
NEU!

DAS MUSIK-VIDEO-NETZWERK WIRD IMMER WICHTIGER. MUSICALS' 15-SEKUNDEN-VIDEOS SIND JÜNGLICHE NUR MEHR ALS NACHRICHTEN-KANAL RELEVANT.

♀ 33% ♂ 14%

WEITERE PLATTFORMEN:

- AIKY.M: 17% (+7%)
- TWITCH: 14% (+7%)
- TWITTER: 14% (+16%)
- VIBER: 10% (+7%)
- TUMBLR: 8% (+7%)
- TOWNOW: 3% (+5%)
- LOVDO: 3% (+10%)

Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichischen Jugendlichen. Frage: Welche der folgenden Internetplattformen nutzt Du? (Mehrfachantworten möglich). Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendberufshilfe am 11.12.2016, n=409 Jugendliche über Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 209 Mädchen, Schwungradanteil 50%. Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2016. **Werte im Jugend-Internet-Monitor 2017 erstmals erhoben. Icons designed by Freepress & Pictogram.com. Foto: Fotofix/Alamy, Stocknet/Alamy, Stocknet/Alamy, OpenFoto/Alamy, Venker 1.1. Diese Infografik ist lizenziert unter der Creative Commons-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC 3.0 AT).

Soziale Medien

- Facebook bereits auf den fünften Platz gerutscht; Facebook nur mehr als Nachrichtenkanal beziehungsweise für Spiele. Ebenfalls an Bedeutung verloren hat Twitter (-11%).
- WhatsApp (93%)** und **YouTube (90%)** liegen weiterhin an der Spitze, Musical.ly als Aufsteiger neu dabei (26%). Der Musical.ly App ist vor allem bei der jüngeren Zielgruppe (11-14-Jährige) sehr beliebt ist. Die App spielt vor allem für die Selbstinszenierung der Jugendlichen eine wichtige Rolle.
- Dagegen haben das Bilder-Netzwerk **Instagram (+13%)** und **der Foto-Sharing-App Snapchat (+13%)** stark zugelegt (Platz drei und vier): Bilder und Videos sind für viele Jugendliche die wichtigsten Medien geworden, um sich untereinander auszutauschen und um mit ihrer digitalen Umwelt zu kommunizieren. Schreiben und Lesen sind offensichtlich „out“.

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

Übersicht

- hauptsächlich Kulturveranstaltungen werden von Sponsoren unterstützt
- Geld gegen Image und mehr Verkauf
- der IKE Begriff wird „ursprünglich/traditionell/veraltet“ von Sponsoren gesehen
- Falknerei und alte Handwerkstechniken sind am Bekanntesten
- außer bei den Akteuren – dort ist es das tradierte Wissen & Können und das Bewusstsein
- die Jugend braucht Bezugspersonen oder Peers, die mit IKE in Kontakt sind

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Steirisches Vulkanland

Interreg
CENTRAL EUROPE

ARTISTIC

Europäischer Regionalentwicklungs-Fond

Workshop und Dialog

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Dialog „Themen“

- Welche wichtigen Themen beschäftigen mich bei der Arbeit oder behindern mich?
- Was würde mir wirklich bei der IKE Arbeit helfen?
- Fehlt Wissen? Gibt es Dinge, die man recherchieren bzw. ergründen sollte?
- Was wäre Ihnen/für die Sache wirklich wichtig/hilfreich, um die eigene Arbeit zu verbessern, erfolgreicher oder bekannter zu machen?
- Was müsste besser sein/leichter gehen?

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Dialog „Budget“

- Welches Budget hat meine Initiative ca. pro Jahr (€ und ehrenamtliche Arbeitsstunden)?
- Wird mehr Budget benötigt? Wenn „ja“: wofür und ca. wie viel? Mit welchem Budget wäre leicht zu arbeiten?
- Welche Art der Finanzierung wäre gut? Mit wem? Oder ein Projekt?
- Wäre ein Test neuer Finanzierungsinstrumente gut für uns und eine Option?

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Dialog „Zuwachs“

- Brauche ich mehr Mitstreiter? Wie sieht es mit Nachwuchs den „neuen IKE/Traditionsträgern“ aus?
- Wäre es wichtig neue Mitglieder und neue Kunden zu akquirieren?
- Welche neuen Mitglieder wünscht man sich (Ausbildung, Charakter)? Wann ist „früh genug“, wie alt sollten diese sein?
- Falls Jugendliche: wie könnte man Jugendliche für IKE/meine Initiative begeistern?
- Oder wäre eine Kooperation mit (wem?) zielführend?

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft





Kommunikation

- Welche Geschichten/Stories wären für die Bewusstseinsbildung für mich gut kommunizierbar?
- Zu welchen Themen würde ich/wir gerne eine regionale Pressekonferenz mit dem VL machen? Oder eine Presseausendung?
- Wie ist unser „Draht“ zu den Gemeindezeitungen? Ist eine regelmäßige Beitragsverfassung möglich? Abwechselnd?

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Von der Entdeckung des Unmittelbaren



Finanzierung von IKE Initiativen

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Finanzierungsart

- Die Mehrheit der Projekte wird derzeit privatwirtschaftlich finanziert (55%) und ermöglicht, gefolgt von Regionsprojekten des Steirischen Vulkanlandes, die 44% der Initiativen finanzieren.
- Die klassischen vier Finanzierungsmodelle Eigen-, Fremdkapital, Förderungen und Sponsoring werden angewendet. Crowdfunding wird nicht praktiziert.
- Marktnahe IKEs sind stark kundenorientiert (Teil des unternehmerischen Angebotes), andere eher projektorientiert und daher auf öffentliche oder private Unterstützung angewiesen.

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft






Unterstützung durch

- Grundsätzlich muss eine Unterstützung der IKE-Träger vor allem diese **zeitlich entlasten** und budgetär effektiv sein.
- Z.B. die Zusammenarbeit mit Graphikagenturen und Medien, oder professioneller Verkauf über provisionsbasierte „Marktagenten“ (vgl. Nice.Shops).
- Denn viele Menschen haben sehr gute Produkte und wunderbare Angebote – aber keine Zeit, diese zu kommunizieren und „in den Markt“ zu bringen.
- Es fehlt eine professionelle, regionale Marketing- und Informationsdrehscheibe und der professionelle Verkauf über provisionsbasierte „Agenten“


Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft 



Finanzierungsmodelle

erweitert nach Achleitner, Spiess-Knafl & Volk (Finanzierungsstruktur von Sozialunternehmen, 2011)

	Finanzierungsart				
Form	Innenfinanzierung		Außenfinanzierung		
Quelle	Öffentliche Hand	Zielgruppe u. Begünstigte	Investoren ohne fin. Renditeerwartung	Investoren mit reduzierter fin. Renditeerwartung	marktgerechte Investoren
Instrumente	Leistungsentgelte, Zuschüsse	Umsätze, Sponsoring, Mitgliedsbeiträge, Verkauf, etc.	Spenden, Sponsoring	Eigen-, Fremd-, Mezzanin-Hybridkapital	Eigen-, Fremd-, Mezzanin-kapital
			diverse Arten von Crowdfunding		

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft 



Eigenfinanzierung

- Mitgliedsbeiträge
- Einbringen eigener Arbeitsleistung und Sachgüter
- Spenden sammeln bei Haushalten (Fundraising ohne Gegenleistung)
- Sponsoring von Betrieben (privatwirtschaftliches Sponsoring) gegen Werbung oder Gegengeschäfte
- Organisation von win-win Veranstaltungen – Sponsoring 2.0
- Verkauf von Produkten und Dienstleistungen
- Steuern sparen durch genossenschaftliche Organisation

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft 



Sponsoring 2.0

- Konzept „Arte Noah“ - dabei werden über folgende Vernetzung für drei Gruppen Vorteile generiert:
 1. KünstlerInnen sponsern Kunstwerke und bekommen im Gegenzug Bekanntheit und gutes Image (für ihre Hilfe)
 2. KundInnen der Verkaufsausstellung erwerben Kunstwerke im Gegenzug zur individuellen Spendenhöhe
 3. der Verein Arte Noah bewirbt und organisiert die Verkaufsausstellung und verwendet die Erlöse aus Kunstwerken und Veranstaltungen zur Erreichung des Vereinszwecks
- Bei diesem Konzept generiert man für alle beteiligten Seiten Leistung und Gegenleistung, ohne für Unterstützung „betteln“ zu müssen.

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft 



Förderungen

- Finanzierungsbeitrag für Vereinsarbeit von Gemeinden (öffentliche Hand)
- Sachspenden und Arbeitsunterstützung von Gemeinden
- Förderprojekte von Fonds oder der öffentliche Hand (Vulkanland, Bundesland, EU)

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Fremdfinanzierung und Mischformen

- Fremdkapital von Banken
- Bürgschaft
- Vermögenspool bzw. –gemeinschaften

Crowdfunding

- Crowdfunding mit Erfolgsbeteiligung bzw. mit jährlichem bzw. gewinnabhängigem Bonus
- Crowdfunding als stranded Investment mit einmaligem Sachgütergeschenk
- Crowdfunding, -engagement, -marketing

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Mezzanin- und Hybridkapital

Mischform zwischen Eigen- und Fremdkapital

- Eine Stille Beteiligung ist z.B. eine solche längerfristige Finanzierungsart (und ein Umsatzbeteiligungsmodell): sie hat Nachrangigkeit im Liquidationsfall, die Verlustteilnahme geht bis zur vollen Höhe der Einlage (unternehmerisches Risiko für den Investor) und die Vergütungen für das zur Verfügung gestellte Kapital ist erfolgsabhängig. Im Gegenzug für die Gewährung des Darlehens beteiligt der Projektträger den Investor mit einem Teil des Gewinns.
- Das Wandeldarlehen ist ein hybrides Finanzierungsinstrument: hybride Finanzierungsinstrumente bestehen aus einer Kombination von Eigen-, Fremdkapital oder Spenden. Das Wandeldarlehen ist ein ausbezahltes Darlehen, das bei Erreichen der vereinbarten Zwischenziele teilweise erlassen wird.
- Die rückzahlbare Spende ist ein Darlehen, das nur im Falle einer positiven Unternehmensentwicklung zurückgezahlt werden muss. Sollte die Investition sich nicht auszahlen und eine Rückzahlung unmöglich sein, wird die rückzahlbare Spende in eine klassische Spende umgewandelt.
- Die Wandelspende ist ein Darlehen, das bei vorab definiertem unternehmerischem Erfolg in Eigenkapital umgewandelt wird.



Dankeschön!!

STEIRISCHES VULKANLAND


Interreg CENTRAL EUROPE
European Union European Regional Development Fund
ARTISTIC

www.vulkanland.at



Notizen:


Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

Ergebnisse

- Vernetzung und Austausch der IKE Träger
- Reflexion der Befragungen
- Bewusstseinsbildung unter Nutzung der lokalen Medien
- Vernetzte Veranstaltungen
- Wissen über Finanzierungsinstrumente
- Test neuer Finanzierungsinstrumente

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Wissen über

- 1 Organisation von win-win Veranstaltungen – Sponsoring 2.0
- 2 Verkauf über provisionsbasierte Marktagenten
- 3 Sponsoring von Betrieben gegen Werbung oder Gegengeschäfte
- 4 Nutzung von Crowdfunding
- 5 Anwendung von Hybridkapital
- 6 Methoden der ehrenamtlichen Beteiligung (regional voluntary crowdworking)
- 7 Nutzung bestehender Vulkanland-Netzwerke und Initiativen

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft




Unterstützung

für IKE-Träger

- Einrichtung einer Anlaufstelle für Projekte („IKE-desks“)
- Informationsweitergabe über IKE
- Information über IKE Projekte (Kooperation und Netzwerkaufbau), Aktivitäten und Finanzierungsmöglichkeiten
- Koordination von Vernetzungsveranstaltungen, um neueste Informationen, Erfahrungen und Wissen auszutauschen
- Unterstützung bei der Bewusstseinsbildung in der Region: Nutzung der lokalen Medien, um über IKE in der Region zu informieren und sensibilisieren

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft





Jugendaktivierung

1. IKE desks (Mediatoren, die IKE Initiativen unterstützen werden), durch Öffentlichkeitsarbeit BewohnerInnen und Jugendliche auf IKEs aufmerksam machen,
2. vermehrtes Nutzen von Social Media, bestehende Netzwerke (Meisterkultur, Lebenskultur, Baukultur) im Vulkanland nutzen, Kontakt mit Schulen suchen und über IKEs informieren, **Schulprojekte initiieren** und Peers ausbilden (peer education)
3. bzw. ermutigen auch ICH-nahe Inhalte über moderne Social Media (vor allem WhatsApp, YouTube und Instagram) zu verbreiten.

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Gewünschte Unterstützung

- langfristige öffentliche Gelder
- langfristige Beteiligung von Gemeinden für IKE Entwicklung
- Budgetierung im Haushalt mit fixen Jahresbudgets verankern (z.B. Vereine, Projekte, Feste, Aktionen) für die wichtigsten IKE Bereiche in der Region
- ...

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Steirisches Vulkanland

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft



Steirisches Vulkanland

Kulinarische Region • Europäische Handwerksregion • Region der Lebenskraft

