

Anlage 1

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
	KölnTourismus			Mit dem Ziel der nachhaltigen Stärkung des internationalen Tourismusstandortes Köln sollen auch im Jahr 2015 zusätzliche Projekte realisiert werden. Damit kann auf aktuelle Entwicklungen im Reise- und Kongressmarkt zeitnah reagiert werden und so die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert werden. Aus strategischen Gründen sollen folgende Projekte fortgesetzt werden:
1a	KölnTourismus	Fortsetzung der Kooperationen mit dem Verkehrsträger Bahn	50.000	Durch die hervorragende Anbindung an das Schienennetz nicht nur deutschlandweit, sondern auch über die Landesgrenzen hinaus, sind Kooperationen mit dem Verkehrsträger Bahn bedeutend und wichtig. Im Sinne der nachhaltigen Entwicklung sollten diese auch künftig fortgesetzt werden. Zu den Kooperationspartnern, mit denen gemeinsame Aktivitäten zur Bewerbung Kölns gemacht werden können, gehören die DB, Schweizer Bahnen (vor dem Hintergrund der aktuellen Wechselkurse des Schweizer Franken), die ÖBB und Thalys
1b	KölnTourismus	Reiseveranstalter-Offensive“	45.000	DERTOUR-Städtereisen: Hier ist es gelungen, gemeinsam mit den Bühnen Köln das Köln-Angebot mit Opernpaketen deutlich auszubauen. Ein umfangreicher Vorschlag zu weiteren Marketingmaßnahmen zur Vermarktung Kölns als Kulturstandort mit Fokus auf das Thema Bühnen liegt seitens DERTOUR vor, der in Zusammenarbeit mit den Bühnen weiter ver-

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
			15.000	folgt werden könnte. Ein weiterer Veranstalter, mit dem Kooperationen denkbar wären, ist z.B. Euro-tours, der mit seinen Postbussen gerade aus Österreich ein Potential an Gästen bietet. FTI Reisen aus München, Beteiligung am sogenannten „Gold-Event“ gemeinsam mit den Bühnen Köln und dem Museumsdienst
1c	KölnTourismus	Fortsetzung des ehemaligen Förderprojektes KölnDüsseldorf – The Meetropolis	40.000	dieses Projekt zur gemeinsamen internationalen Vermarktung der beiden Kongressdestinationen ging als Sieger aus einem Förderwettbewerb hervor. Eine nachhaltige Weiterführung auch nach Ablauf der Förderphase ist zwingend vorgeschrieben (Förderphase lief 2014 aus)
1			150.000	
2a	Medienwirtschaft	Medien- und kulturwirtschaftliche Unterstützung der Veranstaltungen des IfM (Institut für Medienkommunikation)	50.000	Das international renommierte Institut für Medienkommunikation und Politik wird bei der Entwicklung und Umsetzung von nicht kommerziellen Forumsveranstaltungen, die gemeinsam mit der Kunsthochschule für Medien ausgerichtet werden, unterstützt. Die Veranstaltungen greifen national und international relevante Themen für den Medien- und Kreativstandort auf und sind daher eine überregional bedeutsame Stärkung des Standortes.

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
2b	Medienwirtschaft	Veranstaltungsförderung des neuen Instituts smc (Science Media Center)	15.000	Mit dem in Köln neuen Institut zur Stärkung des wissenschaftlichen Journalismus werden auch mit der Universität und weiteren wissenschaftlichen Einrichtungen neue Veranstaltungsformate für Journalisten entwickelt und umgesetzt.
2c	Medienwirtschaft	MGZ Gründerseminar Frauen	10.000	Das Mediengründerzentrum NRW wird ein neues Beratungs- und Veranstaltungsformat speziell für Gründerfrauen in der Medien- und Internetwirtschaft entwickeln.
2	Medienwirtschaft	Gesamt	75.000	
3a	Kultur- und Kreativwirtschaft	Veranstaltungen zur Vernetzung der Kreativwirtschaft	30.000	Neue Veranstaltungsformate und bestehende (z.B. DC Open, Forum Kommunikationskultur) tragen zu der notwendigen Vernetzung der Kreativwirtschafts-Branche bei. Insbesondere gilt es auch, Startups des Kreativbereiches (z.B. auch aus Partnerstädten) in der Vernetzung zu unterstützen.
3b	Kultur- und Kreativwirtschaft	Adday addnight	15.000	Für die Werbewirtschaft als Teil der Kreativbranche wird ein neues Veranstaltungsformat für die Gewinnung von Nachwuchskräften und zur Vernetzung der in Köln arbeitenden Agenturen und Werbetreibenden umgesetzt. Dies ist für die Medienstadt und deren Weiterentwicklung von besonderer Bedeutung.

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
3c	Kultur- und Kreativwirtschaft	c/o pop convention	10.000	Unter dem Titel c/o pop Convention soll mit einem Kongress und diversen Netzwerkformaten eine Know-how-Plattform und Drehscheibe aufgebaut werden, die den Austausch zwischen den einzelnen Akteuren der Musikwirtschaft und anderen Content-Branchen auf regionaler, nationaler und schließlich internationaler Ebene befördert.
3d	Kultur- und Kreativwirtschaft	Startup-Förderung	30.000	Junge, kreative Talente benötigen Räume und Kunden, um sich weiter zu entwickeln und um in der Konkurrenz um Kapital erfolgreich zu sein. Um die erfolgreichen Startups in Köln zu halten, sind für die Schaffung räumlicher Angebote und Formaten zur Zusammenführung von traditioneller Industrie/Mittelstand und Startups neue Wege zu beschreiben. Zur Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen sind Experten einzubinden.
3	Kultur- und Kreativwirtschaft	Gesamt	85.000	
4	Tel Aviv Startup	Aufbau und Entwicklung der Beziehung der Startup Szenen zwischen Tel Aviv und Köln	100.000	Tel Aviv ist der internationale Hot Spot für Startups. In der Weiterführung der Städtepartnerschaft wird auf der Grundlage der Verabredung einer Vereinbarung mit Tel Aviv Global (Wirtschaftsförderung Gesellschaft der Stadt Tel Aviv) sowohl eine Partnerschaft mit einem Coworking Space in Tel Aviv, die Schaffung von Partnerschaften zu Kölner Gründerzentren und die

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
				Einbindung von Unternehmen und weiteren Partnern realisiert. Der Ansatz wird für den Aufbau einer konkreten Kooperation mit einem Coworking Space in Tel Aviv, die Schaffung von räumlichen und unterstützenden Angeboten in Gründerzentren in Köln, die Unterstützung bei der Umsetzung des Vorhabens und für die notwendige Öffentlichkeitsarbeit und Akquise benötigt.
5	Digitale Stadt/Digitale Wirtschaft	Weiterentwicklung der Themenschwerpunkte, Vermarktung und Veranstaltungen zur digitalen Wirtschaft/Stadt	150.000	Zur weiteren Stärkung und Entwicklung der digitalen Stadt und Wirtschaft sind insbesondere folgende Themen und Maßnahmen vorgesehen: Open data ist bereits ein umfassendes und beispielgebendes Angebot seitens der Stadt. Dieses wird ausgebaut und kommuniziert, so dass weitere Anwendungen entwickelt und erprobt werden können. Im Rahmen der Internetwoche und weiterer Veranstaltungen werden die Zukunftsthemen der digitalen Stadt und der digitalen Wirtschaft der Stadtgesellschaft und den beteiligten Akteuren zur Diskussion gestellt. Um die Zukunftsfähigkeit des Medien- und IT- Standortes zu stärken, werden insbesondere die Themen Entwicklung der Digitalen Medien, zukünftige Qualifizierungen, Digitalisierung in der ICT Branche und die Auswirkungen auf den Standort Köln handlungsbezogen weiterentwickelt. Damit die Startup-Szene Köln in diese Entwicklung eingebunden wird, werden Veranstal-

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
				tungen, Beratungen und Unterstützungen einzelner Bereiche realisiert.
6a	Standortmarketing	Gemeinsame Plakataktionen in ausgewählten Städten zur Präsentation des Wirtschaftsstandortes, insbesondere des Medien- und I+K Standortes (Digitalisierung) im Rahmen des Markenprozesses	100.000	Im Rahmen des Markenprozesses werden vom Wirtschaftsdezernat Marketingmaßnahmen zum Standort Köln durchgeführt. So sollen Plakate in den Konkurrenz -Medienstädten Hamburg, Berlin und München platziert werden. Dies insbesondere, um den Unternehmens- und Kreativstandort Köln zu stärken und Abwanderungstendenzen zu vermeiden. Ein Schwerpunkt soll dem Thema Digitalisierung ("Digitale Hauptstadt") gewidmet sein. Hierzu sind Mittel erforderlich, die als Grundlage dazu dienen, mit Partnern gezielte und neue Kampagnen für den Medienstandort in den Konkurrenzstädten umzusetzen.
6b	Standortmarketing	Magazin Kunst - Kultur - Wirtschaft in der Süddeutschen Zeitung	95.000	Die Wiedereröffnung von Oper und Schauspiel rückt Köln weit über die Stadtgrenzen hinaus in den Fokus der Öffentlichkeit. Geplant ist zu diesem Anknüpfungspunkt ein weiteres Köln-Magazin, diesmal zum Schwerpunkt „Kunst, Kultur, Wirtschaft“ als Beilage (ca. 480.000 Exemplare) in der Süddeutschen Zeitung (englische Fassung als pdf im Internet). Dabei sollen auch gerade die wirtschaftliche Bedeutung der Kunst- und Kreativwirtschaft herauszuarbeiten.
6c	Standortmarketing	Brasilien	50.000	Die Koelnmesse erweitert ihr Lateinamerika-Engagement, so veranstaltet sie im Oktober zum ers-

	Verwendung von Mitteln aus Kulturförderabgabe – Haushaltsplan 2015	Wirtschaft + Tourismus Maßnahme/Aufwand	Aufwand / Zuschuss	Erläuterungen
				ten Mal die UrbanTec Brasil. Eine Woche zuvor finden die Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage in Joinville statt. Diese hochkarätigen Veranstaltungen sollen für einen offensiven Köln-Auftritt genutzt werden.
6	Standortmarketing	gesamt	245.000	
7	Förderung Startups	Weiterer Ausbau der Zwischennutzungsplattform	50.000	Nach Abschluss des Vergabeprozesses zum Aufbau eines Zwischennutzungsmanagements soll in einer 12 monatigen Pilotphase ein Konzept entwickelt und umgesetzt werden. Nach der Pilotphase erfolgt eine Evaluation mit einem Vorschlag für den Ausbau der Plattform.
	Gesamt		855.000,-- Euro	