

## AG 2: Unternehmerische Potentiale in den Sektoren Kulturwirtschaft und Tourismus

### Kurzbeschreibung

Diese Arbeitsgruppe wurde gegründet, um den Ansatz einer regionalen Markenbildung im Hinblick auf mögliche Wirkungen auf den regionalen Tourismus, die lokale Entwicklung und auf KMU zu untersuchen, zu bewerten und zu testen. Mitglieder aus allen vier Entwicklungspartnerschaften arbeiten zusammen, um von ähnlichen Verfahren und good practice in diesem Bereich zu lernen und eine wirkungsvolle Methodik zu entwickeln.

### Ziel und Zweck

Ziel ist es, die Verwendung regionalspezifischer Marken zu testen, um Wachstum und Nachhaltigkeit von KMU in der Region zu stärken.

### Geplante Aktivitäten



- Austausch von bisherigen Forschungs- und Untersuchungsergebnissen
- Entwicklung eines gemeinsamen Tools/Empfehlung zur Identifikation von Unternehmen, die von der Verwendung regionaler Marken profitieren können
- Studienbesuche, um bestehende Methoden und beteiligte Akteure kennen zu lernen
- Regionale Runde Tische zur Diskussion von Ansätzen zur regionalen Markenbildung
- Entwicklung von Ideen und Vorschlägen zur Bewertung des regionalen Markenansatzes bei KMU und sozialen Unternehmen in ihren ersten drei Jahren in unterschiedlichen Ländern (Deutschland, Spanien und Schottland) und Sektoren

### Ergebnisse



**Untersuchungen** - zusammenfassender Bericht über die gemeinsam evaluierten Untersuchungen als Einführung in das Thema und als Vorstellung von good practice bei der Verwendung regionaler Marken

**Gemeinsame Tools** - zusammenfassender Bericht über gemeinsam evaluierte Tools zur Teilnehmer- und Teilnehmerinnenakquise und zur Unterstützung bei der Einführung und Umsetzung von regionalen Marken, um die Schaffung von Arbeitsplätzen sowie das Wachstum und die Nachhaltigkeit von KMU und sozialen Unternehmen zu fördern

**Studienbesuche** - Organisation und Berichte von Studienbesuchen, um best practice in der Verwendung von regionalen Besonderheiten zu untersuchen

**Regionale Roundtables** - Bericht über die Effektivität regionaler Roundtables im Hinblick auf die Identifikation von Testbeispielen zur Verwendung regionaler Marken

**Sektor/Zeitpunkt der Auswirkung auf die Unternehmensentwicklung** - Bericht über die Effektivität der regionalen Vermarktung in unterschiedlichen Ländern (Deutschland, Spanien, Schottland) und Sektoren bei KMU und sozialen Unternehmen in den ersten drei Jahren ihrer Entwicklung

### Kontakt



Koordinator der Arbeitsgruppe: Bill Drew  
Icons Project Manager  
Napier University  
Room 303, East Craig  
Craighouse Campus  
Edinburgh  
EH10 5LG  
Scotland

Tel.: +44 (0) 131 455 6342  
Fax: +44 (0) 131 455 6346  
Mobil: +44 (0) 7767 391905  
Email: [b.drew@napier.ac.uk](mailto:b.drew@napier.ac.uk)  
Web: [www.iconsdp.org](http://www.iconsdp.org)  
[www.start-up-support.net](http://www.start-up-support.net)