



CreateMedia.NRW

Gesucht: Neue Ideen für den Leitmarkt
Medien und Kreativwirtschaft in NRW

Gesucht: Neue Ideen für den Leitmarkt Medien und Kreativwirtschaft in NRW

Im Zuge von Digitalisierung, Konvergenz und Vernetzung erleben wir die vierte industrielle Revolution. Ob Shareconomy, Industrie 4.0 oder Internet der Dinge – der kreative Einsatz neuer Technologien wird zunehmend zum Schlüsselfaktor für mehr Wachstum und Produktivität in sämtlichen Wirtschaftszweigen. Gleichzeitig stellen diese Innovationen die Unternehmen vor neue Herausforderungen. Neue Formen der Zusammenarbeit von Kreativen entstehen. Es gilt, dieser Entwicklung Rechnung zu tragen und passende Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Durch ihre besondere Nähe zu Mittelstand und Industrie erfüllen Medien und Kreativwirtschaft zunehmend die wichtige Aufgabe eines Schnittstellenakteurs und nehmen eine wichtige Vorreiterrolle ein. Für einen Medien- und Kreativstandort wie Nordrhein-Westfalen ist diese Entwicklung eine Bestätigung und eine Verpflichtung: Wir sehen viele Ideen und Ansätze, sowie ein enormes Potenzial. In dieser Phase des Um- und Aufbruchs will die NRW-Landesregierung die Medien und die Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen stärken und ihre Strahlkraft in andere Wirtschaftsbereiche gezielt unterstützen. Im Zeitraum bis 2020 stehen in Nordrhein-Westfalen 40 Millionen EURO EU-Mittel aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) für den Leitmarkt Medien und Kreativwirtschaft zur Verfügung, um Innovation, Wachstum und Beschäftigung zu unterstützen.

Gesucht werden zukunftsfähige Geschäftsmodelle rund um das Internet, aber ebenso Low-Tech- oder Social Innovations, die den Nährboden für weitere marktfähige Innovationen schaffen können. Im Rahmen des EFRE-Programms „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung 2014 – 2020“ wollen wir die besten Projekte finanziell unterstützen und damit die Entwicklung des Medien- und Kreativclusters in NRW weiter vorantreiben.

Mit „kreativen Technologien“, „crossmedialen Anwendungen“ sowie neuen Modellen im Hinblick auf „kreative Räume und Netzwerke“ adressiert der Wettbewerb aktuelle und wegweisende Themenfelder für die künftige Entwicklung. Wir laden Sie, die kreativen Köpfe der Medien- und Kreativwirtschaftsbranche in Nordrhein-Westfalen, herzlich ein, an diesem Wettbewerb teilzunehmen.

Viel Erfolg!



Dr. Angelica Schwall-Düren
Dr. Angelica Schwall-Düren
Ministerin für Bundesangelegenheiten Europa
und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen



Garrelt Duin
Garrelt Duin
Minister für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand
und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen



Bekanntmachung des OP EFRE NRW 2014 – 2020 Leitmarktwettbewerbs „CreateMedia.NRW – Innovation in Medien und Kreativ- wirtschaft“ des Landes Nordrhein-Westfalen

des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen und der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen und dem Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen.

Zusammenfassung

Medien und Kreativwirtschaft gehören zu den acht Leitmärkten des Landes Nordrhein-Westfalen. Im hochdynamischen Wettbewerbsumfeld des Leitmarkts entstehen an der Schnittstelle von kreativer und technologischer Entwicklung kontinuierlich neue Chancen für Wertschöpfung und Beschäftigung. Wie kaum eine andere Branche profilieren die Medien und die Kreativwirtschaft das Land als innovativen Dienstleistungs- und Technologiestandort.

Produkte, Strategien und Methoden der Medien und Kreativwirtschaft haben dabei längst auch Eingang in andere Branchen gefunden, die damit zusätzlich von der Innovationsfähigkeit des Leitmarkts profitieren.

Mit dem neuen Leitmarktwettbewerb CreateMedia.NRW will das Land die Innovationskraft des Leitmarkts Medien und Kreativwirtschaft sowie die Digitale Wirtschaft weiter stärken, um nachhaltig Wettbewerbsfähigkeit, Beschäftigung und Wohlstand zu sichern und die internationale Sichtbarkeit Nordrhein-Westfalens als führenden Standort für Medien und Kreativwirtschaft zu erhöhen.

Die Förderung bezieht sich auf die **Bereiche Forschung & Innovation** sowie **Kreative Strukturen, Räume und Netzwerke** und richtet sich an Unternehmen, Hochschulen sowie an Forschungs- und kulturelle Einrichtungen.

1. Vorbemerkung

Für die Förderperiode 2014 – 2020 des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) hat NRW seine Ziele im Operationellen Programm NRW „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ (OP EFRE NRW) festgelegt. Als wichtigstes Förderinstrument des Landes NRW für die kommenden Jahre konzentriert sich das Programm auf die Säulen Innovation, Mittelstandsförderung, Klimaschutz und Stadtentwicklung.

Zur Auswahl der Projekte hat sich in der letzten Förderperiode gezeigt, dass Wettbewerbsverfahren ein Instrument zur Verbesserung der Effektivität und der Effizienz des Programms sind. Deshalb sollen die Wettbewerbsverfahren auch in dieser Förderperiode fortgeführt werden. Sie sind das zentrale Instrument zur Auswahl von qualitativ hochwertigen, innovativen Fördervorhaben. Ziel ist es, mit den geförderten Vorhaben einen maßgeblichen Beitrag zur Verbesserung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen zu leisten.

Mit dem Ziel einer intelligenten Spezialisierung hat NRW bereits im Jahre 2013 seine Innovationsstrategie vorgestellt. Diese besteht aus einer intelligenten Verzahnung der Forschungsstrategie „Fortschritt.NRW“, der „Leitmarktstrategie“ und der „Transferstrategie“. Während Fortschritt.NRW sich auf Hochschulen und Forschungseinrichtungen bezieht, richtet sich die Leitmarktstrategie insbesondere an Unternehmen und deren Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und Hochschulen. Mit Hilfe der Transferstrategie soll für eine schnelle Umsetzung von Inventionen in Innovationen mit hoher wirtschaftlicher Bedeutung gesorgt werden. Durch die intelligente Verzahnung der drei Teilstrategien werden Potenziale sichtbar und die spezifischen Stärken von NRW herausgestellt. Die Innovationsstrategie stellt die Grundlage für die im OP EFRE NRW in der Prioritätsachse 1 „Stärkung von Forschung und Innovation“ beschriebenen Maßnahmen dar. Dort sind im Handlungsfeld „Förderung von innovativen Kooperations- und Transfervorhaben“ die Leitmarkt Wettbewerbe beschrieben. Es sollen Wettbewerbe in acht Leitmärkten durchgeführt werden:

- Medien und Kreativwirtschaft
- Energie- und Umweltwirtschaft
- Neue Werkstoffe
- Gesundheit
- Anlagen- und Maschinenbau/Produktionstechnik
- Mobilität und Logistik
- Life Science
- Informations- und Kommunikationswirtschaft

Diese Leitmärkte wurden als besonders wichtig für NRW herausgestellt und als Kerne für die wirtschaftliche Weiterentwicklung identifiziert. Die leistungsstarke und innovationsfähige Industrie Nordrhein-Westfalens soll in Zusammenarbeit mit der Wissenschaft in diesen Märkten die Basis legen, um den tiefgreifenden Veränderungen in der Gesellschaft und den großen globalen ökonomischen und ökologischen Herausforderungen zu begegnen. Deshalb werden analog zu diesem Aufruf in enger zeitlicher Abfolge Wettbewerbe in jedem der anderen Leitmärkte veröffentlicht (www.efre.nrw.de und www.leitmarktagentur.nrw.de).



Zukunftsgerichtete Lösungen – und damit Fortschritt – entstehen vielfach durch interdisziplinäre und transdisziplinäre Zusammenarbeit – quer zu Branchen und Sektoren unter Einbeziehung vieler gesellschaftlicher Akteurinnen und Akteure. In den Leitmarktwettbewerben sollen solche Projekte bevorzugt gefördert werden, die umsetzungsorientierte Strategien und Lösungen für gesellschaftliche Problemstellungen anbieten. Die Projekte sollen von hoher strategischer Relevanz für die jeweilige Problemstellung und möglichst interdisziplinär und transdisziplinär ausgerichtet sein. Von besonderem Gewicht sind in diesem Zusammenhang auch: Chancen einer zeitnahen Umsetzung des Projekts, Bezugnahme auf internationale Entwicklungen und Standards, das Verbreitungspotenzial bzw. die Marktchancen.

Damit Forschung und Entwicklung Motor der wirtschaftlichen Entwicklung sind, muss für eine Verknüpfung von Forschung, Industrie und Produktion gesorgt werden. Dieser Weg wird mit der Ausrichtung der Wettbewerbe auf die Leitmärkte konsequent beschritten. Hier werden die Fördermittel strategisch gebündelt, um eine größtmögliche Hebelwirkung zu entfalten. Da auch der Transfergedanke stets verfolgt wird, richten sich die Leitmarktwettbewerbe in erster Linie auf die Förderung von Projektverbänden aus Wirtschaft und Forschung aus, die die Innovations- und Wertschöpfungskette abbilden.

Die Nachhaltigkeit von Projekten ist ausdrückliches Ziel der Landesregierung. Deshalb begrüßt sie die Aktivitäten der Bundesregierung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex macht Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen in einer Datenbank sichtbar, mit einer höheren Verbindlichkeit transparent und vergleichbar.

2. Ausgangslage und Zielsetzung des Leitmarktwettbewerbs

Mit über 315.000 Beschäftigten und einer Bruttowertschöpfung von rund 13,5 Milliarden Euro ist die Medien- und Kreativwirtschaft einer der zentralen Leitmärkte des Landes Nordrhein-Westfalen¹. Seine wirtschaftliche Bedeutung geht mit einem breit gefächerten Themenspektrum einher. Die Software-/ Games-Industrie, der Werbemarkt, die Designwirtschaft, der Musikmarkt, die Filmwirtschaft, der Pressemarkt, der Architekturmarkt, der Kunstmarkt, der Buchmarkt, die Rundfunkwirtschaft und der Markt für darstellende Künste bilden in elf Teilbranchen den heterogenen Leitmarkt Medien und Kreativwirtschaft. Eingebettet in eine leistungsstarke Infrastruktur aus Hochschulen und Universitäten, Zulieferern und Verbänden, zählen zum Leitmarkt etwa 50.000 Unternehmen und Freiberuflerinnen und Freiberufler. Medien und Kreativwirtschaft zeichnen sich durch kreative, soziale und technologische Entwicklungen aus und sind als volkswirtschaftlicher Faktor Impulsgeber für die gesamte Wirtschaft des Landes, die von der Innovationsfähigkeit des Leitmarkts profitiert.

Im Leitmarktwettbewerb Medien und Kreativwirtschaft soll die Innovationskraft der Branche weiter gestärkt werden, um nachhaltig Wettbewerbsfähigkeit, Beschäftigung und Wohlstand zu sichern. Die internationale Sichtbarkeit Nordrhein-Westfalens als führender Standort für Medien und Kreativität soll erhöht werden.

Im Fokus der Förderung stehen Projekte aus Themenbereichen, die für die zukünftige Entwicklung der Medien und Kreativwirtschaft maßgeblich sein werden. Neben Kernthemen des Leitmarkts sind insbesondere auch Themen relevant, die den Brückenschlag zu anderen Branchen bilden.

¹Vgl. MWEIMH (2012): Kreativ-Report NRW. Ökonomische Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.



3. Gegenstand des Leitmarktwettbewerbs

Der Leitmarktwettbewerb Medien und Kreativwirtschaft besteht aus den Schwerpunkten **Forschung & Innovation** sowie **Kreative Strukturen, Räume und Netzwerke**, zu denen es jeweils verschiedene Themenbereiche gibt. Zu diesen Themen können neue – also noch nicht begonnene – Projekte eingereicht werden, die in Nordrhein-Westfalen durchgeführt werden sollen. Die Förderung bezieht sich allein auf Vorhaben in einem frühen, noch marktfernen Entwicklungsstadium. Es werden die Projekte ausgewählt, die hinsichtlich der unter Punkt 5 dargestellten Kriterien überzeugen. Besondere Berücksichtigung findet dabei der Grad der konkreten Umsetzungsfähigkeit. Um eine breite Beteiligung der Medien und Kreativwirtschaft zu erreichen und so das gesamte Potenzial an innovativen Vorhaben zu heben, wurde die Themenauswahl möglichst weit gefasst.

3.1. Forschung & Innovation (Methoden, Prozesse, Geschäftsmodelle)

3.1.1 Creative Technologies + Software Engineering

Informations- und Kommunikationstechnologien bestimmen maßgeblich die Zukunft der Medien und Kreativwirtschaft. Der technologische Wandel verändert die Bedingungen menschlicher Interaktion in rasanter Geschwindigkeit und mit Auswirkungen auf nahezu alle Lebensbereiche. Neue Technologien und vernetzte Systeme verändern die Art und Weise, wie Menschen und Maschinen bzw. Maschinen untereinander kommunizieren. Ebenso ändern sich die Bedingungen, wie Inhalte kreiert, produziert, distribuiert und konsumiert werden. Damit entstehen immer auch neue Wertschöpfungspotenziale, die im Rahmen des Leitmarktwettbewerbs gefördert werden sollen.

Es werden folgende Themenbereiche benannt:

- a. **Visual Computing/Interface Design**, z.B. innovative grafische Benutzeroberflächen, Point-of-Sales-Displays/-Anwendungen oder neue Technologien zur Visualisierung von Daten
- b. Neue Technologien als **Schnittstelle und Innovationstreiber zwischen klassischen Branchen und Digital Business**, z.B. das „Internet der Dinge“, 3D-Printing oder Mobile-Economy-Anwendungen
- c. **Hard- und Software-basierte Anwendungen mit spielebasierten-Komponenten (Gamification)**, z.B. im Gesundheitsbereich (HealthTech)

3.1.2 Crossmedia-Entwicklung

„Any content, anywhere and anytime“ – Medieninhalte werden heute auf den verschiedensten Endgeräten teilweise parallel rezipiert. Konsumenten erwarten neben der allgemeinen Verfügbarkeit von Inhalten zugleich persönliche Mehrwerte durch die Nutzung von Medien. Contentanbieter müssen daher auf allen Kanälen präsent sein, um Synergien zu bündeln, Aufmerksamkeit zu fokussieren und Kosten zu sparen. Gleichzeitig gilt es, die einzelnen Medienformen kontinuierlich weiter zu entwickeln, um Nutzer möglichst dauerhaft zu binden.

Zu diesem Thema werden Vorhaben in folgenden Bereichen gefördert:

- a. **Digitale Inhalte und Vertrieb**, z.B. innovative TV- bzw. AV-Formate, (360°-) Plattformen, neue Ansätze im Feld der Informationsvermittlung und der digitalen Distribution, Connected TV etc.
- b. **Interactive Media**, z.B. neue Technologien und Geschäftsmodelle im Games-Bereich; neue Konzepte und Anwendungen im Feld spielebasierter Lernumgebungen (Serious Games), eBooks/eReading etc.
- c. **Media Marketing**, z.B. neue Werbestrategien, -formate und Geschäftsmodelle, Multichannel Marketing etc.
- d. **Online Media/Mobile Media/Social Media**, z.B. neue Konzepte und Geschäftsmodelle in den Bereichen Online-Marktplätze, Data Privacy & Security, Analyse-, Personalisierungs- und Customization-Instrumente etc.

3.1.3 Neue Modelle der Innovationsentwicklung

In einem von globaler Konkurrenz geprägten Wettbewerbsumfeld wird Innovation zum zentralen Faktor. Dauerhaft wettbewerbsfähig bleiben nur Unternehmen, die kontinuierlich die eigenen Produkte und Dienstleistungen optimieren oder neue auf dem Markt positionieren. Dies gilt grundsätzlich für alle Branchen, trifft aber in besonderem Maße für Medien und Kreativwirtschaft zu. Die Geschwindigkeit der technologischen Umwälzungen führt hier zu sehr kurzen Produktzyklen und einem besonders hohen Innovationsdruck.

Innovationen sind in der Regel weniger das Produkt spontaner Eingebungen als das Ergebnis gezielter Prozesse. Unkonventionelle Vorgehensweisen führen dabei oft zu kreativen Lösungsansätzen. Davon profitieren nicht nur Medien und Kreativwirtschaft, auch andere Branchen bedienen sich zunehmend und erfolgreich kreativer Instrumente zur Entwicklung von Innovationen.

Die Konzeption und Erprobung neuer Modelle zur Innovationsentwicklung werden im Rahmen des Leitmarktwettbewerbs gefördert. Im Fokus stehen dabei insbesondere:

- a. **Innovationsstrategien, die kreativwirtschaftliche Methoden oder das Know-How von Künstlern implementieren**, z.B. Service Design, Open / Social Innovation
- b. Verfahren und Prozesse, die zur **Erschließung wirtschaftlich relevanter Technologieumfelder beitragen**, z.B. Design Thinking, Social Design
- c. Projekte und Verfahren zur **wirtschaftlichen Erprobung und Verstetigung neuer kultur- und kreativwirtschaftlicher Wertschöpfungsprozesse**, z.B. in Fab- und Livinglabs, Hacker-, Maker- und Coworking-Spaces
- d. Ansätze, die neue **Anwendungsfelder und Märkte für kultur- und kreativwirtschaftliche Verfahren und Techniken** erschließen, z.B. durch Manufacturing, DIY, Repaircafés



3.2 Kreative Strukturen, Räume und Netzwerke

3.2.1 Neue Arbeits- und Raumnutzungskonzepte

Kreatives Arbeiten ist heute oft gleichbedeutend mit digitalem Arbeiten und damit prinzipiell an keinen festen Ort gebunden. Dennoch profitieren kreative Arbeits- und Innovationsprozesse von einer festen lokalen Einbindung und dem direkten Kontakt mit Gleichgesinnten, Mitbewerbern und Kunden. Austausch und Vernetzung mit anderen Branchen vor Ort eröffnen darüber hinaus neue Wertschöpfungschancen. Zugleich gewinnt das lokale Umfeld durch einen dynamischen Kreativsektor, der so für Unternehmen und hochqualifiziertes Personal noch attraktiver wird.

Die Entwicklung neuer Arbeits- und Raumnutzungskonzepte wird im Leitmarktwettbewerb gefördert, wobei folgende Themenbereiche adressiert werden:

- a. **Entwicklung und innovative Umsetzung neuer Raumnutzungskonzepte** mit sozio-ökonomischem Bezug, z. B. Zwischen- und Umnutzungsstrategien, Co-Working etc.
- b. Entwicklung von Arbeits- und Organisationsstrukturen, die systematisch **Räume für das Zusammentreffen heterogener Produktionsweisen** öffnen, z.B. Intrapreneurship-Konzepte, Inkubatorenmodelle

3.2.2 Vernetzungs- und Vermittlungsaktivitäten

Wo Stärken gezielt gebündelt werden, kann Neues entstehen. Gerade die komplementäre Verbindung unterschiedlicher Kreativbranchen mit klassischen Wirtschaftszweigen kann als Katalysator für die Innovationsentwicklung wirken. Im Leitmarktwettbewerb Medien und Kreativwirtschaft werden daher Entwicklungsstudien sowie Strategiekonzepte und deren innovative Umsetzung gefördert, die Anknüpfungspunkte zwischen Medien- und Kreativwirtschaft und anderen Branchen untersuchen und deren wirtschaftliches Verwertungspotenzial ausloten.

Im Fokus stehen insbesondere Entwicklungs- und Strategiekonzepte und deren innovative Umsetzung zu den Themen:

- a. **Cross-Cluster-Kooperationen** z.B. Anwendungen in den Bereichen Gesundheit, Mobilität, Tourismus oder Energie
- b. **Spill-over-Effekte aus der Kultur** (Konzepte, Indikatoren, Instrumente)

4. Teilnahme

4.1 Teilnahmeberechtigt sind:

- Unternehmen²
- Hochschulen
- Forschungseinrichtungen
- kulturelle Einrichtungen

4.2 Teilnahmevoraussetzungen

- Das jeweilige Vorhaben muss thematisch, zeitlich und finanziell abgrenzbar sein und darf mit Ausnahme von Vorplanungen sowie Marktanalysen noch nicht begonnen worden sein.
- Die Gesamtfinanzierung muss unter Einbeziehung der Eigenbeteiligung nachweislich gesichert sein.
- Das Projekt muss in Nordrhein-Westfalen durchgeführt und vorwiegend verwertet werden.
- Die Projektlaufzeit sollte 36 Monate nicht überschreiten.

Verbundvorhaben werden vorrangig gefördert. Diese Vorhaben sollen sich im Aufbau an der Wertschöpfungskette ausrichten. Die Partner und Partnerinnen müssen ihre Rechte und Pflichten in einem Kooperationsvertrag regeln.

Ziel der Forschungsaktivitäten muss es sein, die Projektergebnisse zu einem späteren Zeitpunkt in marktgerechte Produkte zu überführen. Im Projektvorschlag soll dargelegt werden, wie das Projektthema nach Ablauf dieser Förderung weitergeführt werden soll.

Zudem müssen die Akteure und Akteurinnen belegen, inwiefern ihr Vorhaben einen signifikanten Beitrag zu den Zielen des EFRE OP NRW der Innovationsstrategie des Landes NRW liefert.

Das OP EFRE NRW sowie die Innovationsstrategie des Landes NRW sind unter www.efre.nrw.de abrufbar.

² Hierzu zählen Unternehmen aller Größenklassen, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU), einschließlich Handwerk, Freie Berufe und wirtschaftlich tätige Genossenschaften und Vereine, nach der EU-Unternehmensgrößenklassifikation (2003/361/EG), einschließlich kommunale Unternehmen, Stadtwerke, WärmeverSORGER und Krankenhäuser, die nicht in öffentlicher Trägerschaft sind. Landwirtschaftliche Betriebe können nicht gefördert werden.



5. Auswahlkriterien (einschließlich Gewichtung der Auswahlkriterien, Scoring-Verfahren)

Die Auswahl erfolgt mit Hilfe eines Scoring-Verfahrens, bei dem jedes Vorhaben anhand einer Kriterienliste bewertet wird. Die Gesamtpunktzahl jedes Vorhabens bestimmt sich anhand der gewichteten Bewertungskriterien und der jeweils vergebenen Punkte und erlaubt das Ranking der eingereichten Projektvorschläge.

Die Auswahlkriterien des Förderwettbewerbs orientieren sich an den Zielen des OP EFRE NRW 2014 – 2020 und an den wettbewerbsspezifischen Zielen. Bei einer Teilnahme am Wettbewerb ist zu folgenden Kriterien Stellung zu nehmen. Die Erfüllung dieser Kriterien sollte anhand quantitativer beziehungsweise qualitativer Angaben unterlegt werden.

Von Interessierten ist – sofern zutreffend – auszuführen, inwieweit im fachlichen Gebiet der EFRE-Antragstellung bereits Projekte mit einer vorherigen Förderung durch das siebte Forschungsrahmenprogramm oder Horizont 2020 durchgeführt wurden. Dabei sind ggf. Bezüge zum beantragten EFRE-Projekt darzulegen. Zudem ist – sofern zutreffend – vom Interessierten auszuführen, inwiefern weitere Antragstellungen in Horizont 2020 auf der Grundlage des geplanten EFRE-Projekts projektbegleitend oder im Anschluss geplant sind. Dabei sind ggf. Bezüge zum beantragten EFRE-Projekt darzulegen. Bei gleicher Wertigkeit zweier Projekte wird jenem Projekt ein Vorrang eingeräumt, das Synergien aufweist.

5.1 Maßnahmenspezifische Auswahlkriterien

5.1.1. Beitrag zur NRW-Innovationsstrategie, insbesondere zur Entwicklung des entsprechenden Leitmarkts

Gewichtung 10 %

Generelle Zielsetzungen der Leitmarktwettbewerbe sind:

- die Förderung technologischer, wirtschaftlicher und sozialer Innovationen
- die Vernetzung der Beteiligten innerhalb von Wertschöpfungsketten
- die Erschließung von neuen Märkten
- die Profilierung des Wirtschaftsstandortes NRW
- die Sicherung und der Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit
- die Sicherung und der Ausbau von existenzsichernder Beschäftigung

Es ist zu erläutern, welchen Beitrag das Vorhaben zu den genannten Feldern im entsprechenden Leitmarkt leistet.

5.1.2. Beitrag zur NRW-Innovationsstrategie, insbesondere zu den großen gesellschaftlichen Herausforderungen (Megatrends)

Gewichtung 10 %

Gemäß der NRW-Innovationsstrategie sollen Lösungen zu den folgenden großen gesellschaftlichen Herausforderungen aufgezeigt werden:

- Klimaschutz, Ressourceneffizienz und Rohstoffe
- Versorgung mit gesunden Nahrungsmitteln aus nachhaltiger Produktion
- Sichere, saubere und effiziente Energieversorgung
- Intelligente, umweltfreundliche und integrierte Mobilität
- Gesundheit und Wohlergehen im demografischen Wandel
- Sicherheit, Teilhabe und sozialer Zusammenhalt im gesellschaftlichen Wandel

Es ist zu erläutern, welchen Beitrag das Vorhaben zu einem oder mehreren dieser Bereiche leistet.

5.1.3. Innovationsgehalt des vorgeschlagenen Vorhabens

Gewichtung 15 %

Es wird von einem umfassenden Innovationsverständnis ausgegangen, das mit ganzheitlichem und systemischem Ansatz sowohl technische als auch soziale Innovationen einbezieht. Diese sind als Umsetzung von neuen Ideen am Markt und in der Gesellschaft zu verstehen. Sie sollten umsetzungsorientiert, also auf die Anwendung und Verbreitungsfähigkeit von Lösungen ausgerichtet sein und nicht nur die technologische Umsetzung von wissenschaftlichen Erkenntnissen und Ideen in marktgängige Produkte, sondern neue Verfahren und Lösungen für alle gesellschaftlichen Bereiche umfassen. Weiterhin sollen sie positive Auswirkungen auf die Innovationsfähigkeit des gesamten wettbewerbsteilnehmenden Konsortiums sowie auf die Wirtschaft in NRW insgesamt haben. Es ist zu erläutern, wodurch sich der Innovationsgehalt des Vorhabens – charakterisiert durch Neuheit, technisches und wirtschaftliches Risiko sowie gesellschaftliche Relevanz – auszeichnet.

5.1.4. Wirtschaftliches Anwendungspotenzial unter Berücksichtigung der Verwertungsstrategie

Gewichtung 15 %

Die mögliche wirtschaftliche Verwertung von Projektergebnissen ist ein wichtiger Aspekt eines Forschungsvorhabens, denn sie trägt direkt zur Wertschöpfung bei. Eine Verwertungsstrategie befördert weiterhin alle Beteiligten dabei, das im Vorhaben anvisierte Ergebnis zielgerichteter auf die zukünftige/mögliche Anwendung zu fokussieren. Die wirtschaftliche Verwertung und die



sozialen Effekte der Projektergebnisse sind im Rahmen einer Verwertungsstrategie unter Zugrundelegung der branchenspezifischen Marktsituation darzulegen.

5.1.5. Wissens- und Technologietransfer für eine breite Anwendergruppe

Gewichtung 10 %

Ein intensiver Wissens- und Technologietransfer ist wichtig, um innovative Produkte, Prozesse und Dienstleistungen rascher zur Anwendung bzw. in den Markt zu bringen. Es ist zu erläutern, welchen Beitrag das Vorhaben zur Stärkung privater Forschungs- und Innovationsaktivitäten und zur Verbesserung des Technologie- und Wissenstransfers zwischen öffentlichem und privatem Sektor leistet.

5.1.6. Synergien zu anderen Wirtschaftszweigen und Anwendermärkten

Gewichtung 12,5 %

Der Leitmarkt Medien und Kreativwirtschaft zeichnet sich durch kreative, soziale und technologische Entwicklungen aus und ist als volkswirtschaftlicher Faktor Impulsgeber für die gesamte Wirtschaft des Landes. Es ist seitens der Antragsteller zu erläutern, inwieweit die eingereichten Projekte einen Beitrag zur Konvergenz der Märkte leisten, Synergien zu anderen Wirtschaftszweigen und Anwendermärkten aufweisen und wie diese von der Innovationsfähigkeit des Leitmarkts profitieren.

5.1.7. Professionalisierung von KMU und Kleinstunternehmen

Gewichtung 12,5 %

Unternehmen sichern ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig nur durch eine professionelle Aufstellung in allen wirtschaftlichen Belangen. Gerade bei KMU und Kleinstunternehmen der Medien und der Kreativwirtschaft gibt es hier oft noch Defizite und entsprechende Verbesserungsmöglichkeiten. Es ist zu erläutern, inwieweit die Projektbeiträge einen Einfluss auf die nachhaltige Professionalisierung dieser KMU bzw. Kleinstunternehmen ausüben.

5.1.8. Nationale und internationale Sichtbarkeit

Gewichtung 5 %

Die Projekte sollen Nordrhein-Westfalen als innovativen Medien- und Kreativstandort profilieren und dessen nationale und internationale Sichtbarkeit stär-

ken. Attraktivität und Leistungsfähigkeit des Standorts sollen über die Grenzen des Landes hinaus bekannt gemacht werden und so kontinuierlich für weiteres Wachstum sorgen. Es ist darzustellen, inwieweit die eingereichten Projekte einen Beitrag zur nationalen und internationalen Sichtbarkeit des Standorts leisten.

5.2. Querschnittsziele

Gewichtung 10 %

5.2.1. Nachhaltige Entwicklung des Vorhabens unter ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten

Gewichtung 5 %

Nachhaltige Entwicklungen in den Bereichen Markt, Umwelt, Arbeitsplatz sowie Gemeinwesen sind zentraler Bestandteil der NRW-Innovationsstrategie. Sie verdeutlichen die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Es geht um ein Unternehmertum, das ökonomische, ökologische und soziale Unternehmensziele ausbalanciert. Dabei stehen der Nutzen für das Unternehmen und der Nutzen für die Gesellschaft nicht im Gegensatz, sondern sie ergänzen und befördern sich. Es ist zu erläutern, welcher Beitrag zu marktspezifischen Nachhaltigkeitsaspekten erbracht wird, welche sozialen Aspekte berücksichtigt werden und insbesondere welcher Beitrag zur Unterstützung einer umweltgerechten Entwicklung geleistet wird.

5.2.2. Gleichstellung von Frauen und Männern und Beitrag zur Nichtdiskriminierung einzelner Gruppen

Gewichtung 5 %

In den Leitmarkt Wettbewerben soll die Gleichstellung von Frauen und Männern sowie die Nichtdiskriminierung einzelner Gruppen als Querschnittsziel systematisch gefördert werden. Die Antragstellenden haben in der Projektbeschreibung darzustellen, wie sie einen Beitrag zur Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung leisten. Zusätzlich ist wettbewerbsspezifisch zu beschreiben, wie auch innerhalb des Vorhabens positive Wirkungen bzgl. Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung erreicht werden sollen. In der gesamten Projektstruktur gilt es Gleichstellungsziele und Nichtdiskriminierung zu beachten.



6. Förderempfehlung durch ein Gutachtergremium

Die eingegangenen Projektskizzen werden auf der Basis der o. a. Auswahlkriterien in förderrechtlicher, wirtschaftlicher und technologischer Hinsicht sowie hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Relevanz geprüft und bewertet. Auf Grundlage der Wettbewerbsbeiträge schlägt ein unabhängiges Gutachtergremium eine Auswahl förderungswürdiger Projekte für das Antragsverfahren vor.

Das Gutachtergremium besteht aus:

- Prof. Ursula Bertram-Möbius, TU Dortmund, ID-Factory-Zentrum für Kunsttransfer
- Prof. Dr. Linda Breitlauch, Professorin für Game Design an der Hochschule Trier
- Andreas Enslin, Leiter Miele Design-Center Gütersloh / Vizepräsident Verband Deutscher Industrie Designer (VDID)
- Valentina Kerst, Geschäftsführerin, Topiclodge, Köln
- Nico Lumma, Autor und Berater, Hamburg
- Prof. Birgit Mager, Fachhochschule Köln, Pro-Dekanin der Fakultät für Kultur und Geisteswissenschaften
- Prof. Kurt Mehnert, Rektor der Folkwang Universität der Künste, Essen
- Hartmut Miksch, Architekt, ehem. Mitglied des Vorstands der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen (AKNW), Düsseldorf
- Petra Müller, Geschäftsführerin, Film- und Medienstiftung NRW, Düsseldorf
- Dr. Sebastian Olma, Serendipity Lab, Amsterdam
- Marc Schröder, Geschäftsführer, RTL Interactive / Mitglied der Geschäftsleitung RTL Mediengruppe Deutschland, Köln

Die Zusammensetzung des Gutachtergremiums kann – wenn erforderlich – geändert werden. Änderungen werden umgehend unter www.efre.nrw.de bekannt gegeben.

Das Gutachtergremium empfiehlt grundsätzlich nur Vorhaben zur Förderung, bei denen alle erforderlichen Nachweise eingereicht wurden. Die Wettbewerbsbeiträge müssen ein abschließendes Votum ermöglichen.

In der jeweiligen Projektbeschreibung ist das Konzept zur praktischen Umsetzung des Vorschlages unter Berücksichtigung der unter Punkt 5 genannten Kriterien zu beschreiben. Darüber hinaus sind Angaben zu den Vorhabenkosten und der Finanzierung sowie die einzelnen Arbeitsschritte und Meilensteine darzustellen. Die Benutzung des Bewerbungsbogens ist zwingend vorgeschrieben.

Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Wettbewerbs werden im Nachgang der Gutachtersitzung durch die LeitmarktAgentur.NRW über das Ergebnis des Auswahlprozesses informiert.

Die Wettbewerbsteilnehmerinnen und -teilnehmer erklären sich im Falle einer Förderempfehlung des Gutachtergremiums einverstanden, dass ihre Namen und der Titel des Vorhabens, ggfs. auch eine Kurzbeschreibung, von der Landesregierung veröffentlicht werden.

7. Verfahren

Zu diesem Wettbewerbsaufruf können in zwei Einreichungsrunden Beiträge vorgelegt werden.

| Termine | Einreichungsfrist Projektskizzen | Auswahlrunde | Möglicher Förderbeginn |
|----------------------|-------------------------------------|--------------|---------------------------|
| 1. Einreichungsrunde | bis 21.01.2015 | April 2015 | Oktober 2015 |
| 2. Einreichungsrunde | bis 21.11.2015 | Februar 2016 | August 2016 |

Ein zweiter Wettbewerbsaufruf – ggfs. mit neuen Themenschwerpunkten – ist für 2017 geplant und wird separat bekannt gegeben.

Wettbewerbsbeiträge müssen zu den o.g. Terminen jeweils bis 16.30 Uhr bei der LeitmarktAgentur.NRW schriftlich vorliegen.

Die Wettbewerbsbeiträge sind in 3-facher Ausfertigung (ausgenommen Finanzierungsunterlagen), ungebunden, ungeheftet und einseitig auf DIN A4 bedruckt sowie gelocht einzureichen. Zusätzlich sind die Dokumente auf CD- bzw. DVD-ROM im pdf-Format mitzuliefern.

Projektvorschläge sind zu richten an die:

LeitmarktAgentur.NRW
CreateMedia.NRW
c/o Forschungszentrum Jülich GmbH
Projektträger Jülich
Geschäftsbereich Technologische und regionale Innovationen (TRI)
52425 Jülich

Die persönliche Abgabe der Wettbewerbsbeiträge ist unter folgender Adresse möglich:

LeitmarktAgentur.NRW
Projektträger Jülich
Geschäftsbereich Technologische und regionale Innovationen (TRI)
Technologiezentrum Jülich
Karl-Heinz-Beckurts-Str. 13
52428 Jülich

Aktuelle Informationen über Termine, Veranstaltungen etc. können auf der Internetseite der EFRE-Verwaltungsbehörde (www.efre.nrw.de) bzw. der LeitmarktAgentur.NRW (www.leitmarktagentur.nrw.de) abgerufen werden. Auf diesen Internetseiten finden sich zudem weitere Informationen und Erläuterungen zum Wettbewerbsverfahren sowie zu den Fördergrundlagen.

Es wird empfohlen, sich vor Einreichen eines Beitrags zum Leitmarkt Wettbewerb von der LeitmarktAgentur.NRW beraten zu lassen.

Martin Schlütter
Tel.: 02461-61 8817
ma.schluetter@fz-juelich.de

Philipp Tascher
Tel.: 02461-61 6522
p.tascher@fz-juelich.de

oder: Sekretariat der LeitmarktAgentur.NRW, Tel.: 02461-61 2718



8. Informationen zum anschließenden Antrags- und Bewilligungsverfahren

Für die zur Förderung empfohlenen Beiträge schließt sich ein reguläres Antrags- und Bewilligungsverfahren an. Die prüffähigen Antragsunterlagen sind innerhalb von acht Wochen nach der schriftlichen Aufforderung bei der Leitmarktagentur einzureichen. Den Antragstellenden wird hierzu durch die LeitmarktAgentur.NRW eine qualifizierte Beratung angeboten.

Spätestens sechs Monate nach Aufforderung zur Antragstellung erlischt das positive Votum des Gutachtergremiums.

Die Förderungen sollen anteilig durch Zuwendungen mit Mitteln des Operationellen Programms EFRE NRW 2014 – 2020 „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ nach folgenden Förderrichtlinien erfolgen:

- Rahmenrichtlinie über die Gewährung von Zuwendungen aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung im Zielbereich Investitionen in Wachstum und Beschäftigung (EFRE) in der Förderperiode 2014-2020 im Land Nordrhein-Westfalen (EFRE-Rahmenrichtlinie)
- Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen für Forschung, Innovation und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (FIT) oder Folgerichtlinien
- Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen und Darlehen zur Förderung von Kreativität, Innovation und Medienkultur im Land Nordrhein-Westfalen (KIM.NRW)
- Landeshaushaltsordnung (LHO)
- Verordnung (EU) Nr. 1407/2013 der Kommission vom 18. Dezember 2013 (De-minimis-Beihilfen)

Die Höhe der möglichen Fördersätze hängt ab von der Art der Antragstellerin/ des Antragstellers, von der Größe des antragstellenden Unternehmens und der Art des zur Förderung beantragten Vorhabens. Grundlage für ihre Bemessung sind die Unionsrahmen für staatliche Beihilfen sowie die KMU-Definition der Europäischen Kommission in der jeweils geltenden Fassung.

Der finanzielle Zuschuss aus EFRE- und Landesmitteln im Rahmen dieses Leitmarkt Wettbewerbs beträgt für Unternehmen mit

- 1 bis 9 Beschäftigten und einem Umsatz bis 2 Mio. € oder einer Jahresbilanzsumme bis 2 Mio. €
höchstens 80 %
- 10 bis 49 Beschäftigten und einem Umsatz bis 10 Mio. € oder einer Jahresbilanzsumme bis 10 Mio. €
höchstens 70 %
- mehr als 49 Beschäftigten
höchstens 50 %

Für Hochschulen und Forschungs- oder kulturelle Einrichtungen, welche das Projekt im nicht-wirtschaftlichen Bereich durchführen

- höchstens 90 %

der förderfähigen Gesamtausgaben des einzelnen Projektes. Diese Höchstsätze gelten lediglich für die Fälle, bei denen die zutreffenden Unionsrahmen für staatliche Beihilfen bzw. Richtlinien des Landes NRW diese oder sogar höhere Sätze zulassen. Sollten Unionsrahmen oder NRW-Richtlinien aufgrund der speziellen Art des Vorhabens nur niedrigere Fördersätze erlauben, so sind diese als Höchstgrenzen anzusetzen.

Unabhängig von diesen Festlegungen gilt für den Leitmarktwettbewerb CreateMedia.NRW, dass Vorhaben zu den Themen 3.1.1 und 3.1.2 mit maximal 50 % der zuwendungsfähigen Ausgaben gefördert werden können.

Ein Rechtsanspruch auf Förderung besteht erst mit der Bestandskraft des Bewilligungsbescheides. Der Zuwendungsgeber entscheidet auf Basis der o. a. Förderrichtlinien im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel. Die Förderung erfolgt im Wege der Ausgabenerstattung. Antragstellende erklären sich im Fall der Förderung mit der Aufnahme in die öffentliche Liste der Vorhaben einverstanden (Art. 115 (2), Anhang XII Ziffer 1 VO (EU) 1303/2013). Zuwendungsbescheide werden nach den jeweils zum Zeitpunkt der Bewilligung geltenden Bestimmungen der vorgenannten Förderrichtlinien oder ihrer Nachfolgeregelungen erteilt.



Disclaimer/Impressum

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern und -werberinnen oder Wahlhelfern und -helferinnen während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt auch für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt davon unberührt.

Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner Gruppen verstanden werden könnte.

Impressum

Redaktion: LeitmarktAgentur.NRW

Kontaktadresse:

LeitmarktAgentur.NRW
Projektträger Jülich
Geschäftsbereich Technologische und regionale Innovationen (TRI)
Technologiezentrum Jülich
Karl-Heinz-Beckurts-Str. 13
52428 Jülich

Postadresse:

LeitmarktAgentur.NRW
c/o Forschungszentrum Jülich GmbH
Projektträger Jülich
Geschäftsbereich Technologische und regionale Innovationen (TRI)
52425 Jülich

Bildnachweis

Titel: robertsrob/iStock/Thinkstock

**Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Industrie, Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen**
Berger Allee 25, 40213 Düsseldorf
www.mweimh.nrw.de

**Ministerin für Bundesangelegenheiten
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen**
Stadttor 1, 40219 Düsseldorf
www.mbem.nrw.de

