



CreateMedia.NRW

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



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW

Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Gesucht: Innovative Ideen für die Herausforderungen unserer Zeit

Eine Welt im Umbruch stellt uns nicht nur tagtäglich vor neue Herausforderungen, sondern vor ganz grundsätzliche Fragen: Wie wird die Digitalisierung unser Leben verändern? Wie werden wir in Zukunft arbeiten? Wie sieht die Mobilität von morgen aus? Auf diese und viele andere wichtige Fragen müssen wir innovative Antworten und für die großen Herausforderungen unserer Zeit Lösungen finden, die weit in die Zukunft tragen.

Die Unternehmen der Medien- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen beweisen jeden Tag ihre große Innovationskraft und ein enormes Potenzial, Antworten auf sehr viele ganz unterschiedliche Fragen zu finden. Ob Games-basierte Anwendungen im Gesundheitsbereich, Virtual-Reality-Konzepte für den Handel oder der Einsatz von Künstlicher Intelligenz – es gibt wohl kaum einen Markt, in dem unsere Medien- und Kreativwirtschaft keine Rolle spielt.

Mit dem Leitmarktwettbewerb CreateMedia.NRW möchte die Landesregierung die Innovationskraft der Medien- und Kreativwirtschaft weiter stärken und dabei den notwendigen Wissenstransfer vorantreiben. Viele Projekte im Wettbewerb werden von Medien- und Kreativunternehmen im Verbund mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen entwickelt und umgesetzt.

Bislang wurden im Wettbewerb CreateMedia.NRW mehr als 40 innovative Projekte mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und mit Landesmitteln unterstützt. Zahlreiche Unternehmen, Hochschulen, Forschungs- und kulturelle Einrichtungen haben sich erfolgreich beteiligt und wurden mit mehr als 15 Millionen Euro gefördert.

Es bleibt eine gemeinsame Aufgabe von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung, am Standort Nordrhein-Westfalen Wachstum, Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und noch auszubauen. Wir laden Sie herzlich ein, dabei mitzuwirken und freuen uns auf Ihre Teilnahme bei CreateMedia.NRW!



Armin Laschet
Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen



Prof. Dr. Andreas Pinkwart
Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung
und Energie 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, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen und der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen und dem Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung 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 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 Forschungs- und Entwicklungsvorhaben in den Bereichen Digitale Technologien, Medien und Kreativwirtschaft als Innovationstreiber in anderen Wirtschaftszweigen, Vernetzung und innovative Beteiligungsformen sowie neue Arbeits- und Raumnutzungskonzepte. Der Wettbewerb 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 gezeigt, dass Wettbewerbsverfahren ein Instrument zur Verbesserung der Effektivität und der Effizienz des Programms sind. 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 ist die Grundlage für die im OP EFRE NRW in der Prioritätsachse 1 „Stärkung von Forschung und Innovation“ beschriebenen Maßnahmen. Dort sind im Handlungsfeld „Förderung von innovativen Kooperations- und Transfervorhaben“ die Leitmarktwettbewerbe beschrieben. Seit dem Jahr 2014 wurden Wettbewerbe in acht Leitmärkten durchgeführt:

- 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 und als wesentliche 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 wurden ab Herbst 2014 in enger zeitlicher Abfolge jeweils erste Aufrufe der Wettbewerbe in jedem der Leitmärkte veröffentlicht (www.efre.nrw.de und

www.leitmarktagentur.nrw.de). Im Leitmarktwettbewerb CreateMedia.NRW wurden im Ergebnis des ersten Aufrufes zahlreiche Verbundprojekte gefördert. Ab Frühjahr 2017 starten in gleicher Abfolge die zweiten Aufrufe der Leitmarktwettbewerbe.

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.

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



2. Ausgangslage und Zielsetzung des Leitmarktwettbewerbs

In der Innovationsstrategie des Landes NRW werden Medien und Kreativwirtschaft als einer der zentralen Leitmärkte des Landes Nordrhein-Westfalen identifiziert. Die 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 Selbstständige. 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 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.

3. Gegenstand des Leitmarktwettbewerbs

Der Leitmarktwettbewerb CreateMedia.NRW besteht aus vier Schwerpunkten, 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. Ein unabhängiges Gutachtergremium schlägt die Projekte zur Förderung vor, 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. Digitale Technologien

Digitale Technologien sind der Schlüssel zu Innovationen und neuen Geschäftsmodellen. Damit bestimmen sie maßgeblich die Zukunft der Medien und Kreativwirtschaft. Technologien wie Virtual Reality oder 3D-Druck finden bereits in vielen Bereichen Anwendung, stehen jedoch noch vor ihrem Eintritt in den Massenmarkt. Für die Medien und Kreativwirtschaft in NRW ergibt sich daraus großes Potential, mit innovativen Ideen von neu entstehenden Märkten zu profitieren. Die Digitalisierung fordert dabei insbesondere auch die Geschäftsmodelle klassischer Medienbranchen wie Print & TV heraus. Deren Weiterentwicklung kann nur mittels innovativer Integration aktueller digitaler Technologien gelingen.

Im Leitmarktwettbewerb sollen daher Vorhaben gefördert werden, die anwendungsorientiert digitale Technologien im Kontext von Medien und Kreativwirtschaft nutzen und weiterentwickeln. Es werden folgende Themenbereiche adressiert:

- Virtual Reality/Augmented Reality
- Technologie- und Prozessentwicklung für den Games-Bereich, Serious Games, Applied Games
- Interfacedesign: Innovative grafische Benutzeroberflächen, Mensch-Technik-Schnittstellen
- Web-Technologien: Social Media, E-Commerce und Cloud Computing
- Einsatz von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen im Kontext digitaler Medien
- Digitale Technologien zur Weiterentwicklung klassischer Medienbranchen

3.2 Medien und Kreativwirtschaft als Innovations-treiber in anderen Wirtschaftszweigen

Wo Stärken gezielt gebündelt werden, kann Neues entstehen. Unkonventionelle Vorgehensweisen führen dabei oft zu kreativen Lösungsansätzen. Davon profitieren nicht nur Medien und Kreativwirtschaft, auch andere Branchen bedienen sich zunehmend und erfolgreich kreativer Modelle zur Innovationsentwicklung. Die Verbindung von Medien und Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftszwei-



gen kann somit als Katalysator für Innovationen wirken. Gleiches gilt für die Kulturwirtschaft, die mit Spill-Over-Effekten klassische Wirtschaftszweige inspiriert.

Im Leitmarkt Wettbewerb der Medien und Kreativwirtschaft werden daher Forschungs- und Entwicklungsvorhaben gefördert, die mittels Cross-Cluster-Kooperationen zeigen, wie neue Anwendungsfelder und Absatzmärkte für Medien, Kreativ- und Kulturwirtschaft entstehen können.

Im Fokus stehen dabei folgende Themenbereiche:

- Implementierung digitaler Technologien in andere Branchen, z.B. E-Health/ Mobile Health, Gamification
- Innovationsstrategien, die kreativwirtschaftliche Methoden oder das Know-How von Künstlern implementieren, z.B. Service Design, Open/Social Innovation
- Verfahren und Prozesse, die zur Erschließung wirtschaftlich relevanter Technologieumfelder beitragen, z.B. Design Thinking, Social Design
- Erschließen neuer digitaler künstlerischer Verfahren für die Anwendung im öffentlichen Raum als neue Felder der Kreativwirtschaft, z. B. Urban Screens, Video-Mapping, Virtual Reality, 3-D-Printing
- Innovationen, die digitale Tools für die Kunstproduktion nutzen, z. B. digitale Theater-, Tanz- und Musik-Produktionen oder die Verbindung von bildender Kunst und Musik mit der Gamesbranche

3.3 Vernetzung und innovative Beteiligungsformen

Durch die fortschreitende Digitalisierung verschiedenster Lebensbereiche ergeben sich neue Möglichkeiten zur Partizipation und Zusammenarbeit. Dies birgt viel kreatives Potential und eröffnet neue Wertschöpfungschancen. Die gerechte Beteiligung aller Urheber an der wirtschaftlichen Verwertung bekommt damit zunehmend einen zentralen Stellenwert.

Im Leitmarkt Wettbewerb sollen daher folgende Themen gefördert werden:

- User Generated und Crowd-Sourced Creation - vom passiven Konsum zum aktiven Mitgestalten kreativer Werke, von der singulären Produktion zu gemeinschaftlichem Gestalten
- Neue Verfahren zur fairen Vergütung von Urhebern/Mitwirkenden digital vertriebener kreativer Werke z.B. mittels Blockchain

3.4 Neue Arbeits- und Raumnutzungskonzepte

Kreatives Arbeiten ist heute oft gleichbedeutend mit digitalem Arbeiten und damit 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. Durch die Digitalisierung verändern sich zudem

etablierte Arbeitskonzepte mit großer Geschwindigkeit. Die Perspektiven für Erwerbsarbeit ändern sich zum Teil grundlegend.

Forschungs- und Entwicklungsvorhaben zu neuen Arbeits- und Raumnutzungskonzepten werden im Leitmarktwettbewerb in folgenden Themenbereichen gefördert:

- Exemplarische Entwicklung neuer Arbeitsmodelle im Zeitalter zunehmender Anwendung künstlicher Intelligenz, Robotereinsatz, Gig Economy
- Entwicklung und Erprobung experimenteller Raumnutzungskonzepte, die beispielsweise die branchenübergreifende Zusammenarbeit, die Gestaltung des öffentlichen Raumes und Strategien zur Zwischen- und Umnutzung von Gebäuden und Flächen zum Ziel haben
- Entwicklung von Arbeits- und Organisationsstrukturen, die systematisch Räume für das Zusammentreffen heterogener Produktionsweisen öffnen, z. B. Intrapreneurship-Konzepte, Inkubatorenmodelle
- Projekte und Verfahren zur wirtschaftlichen Erprobung und Verstetigung neuer kultur- und kreativwirtschaftlicher Wertschöpfungsprozesse, z.B. in Fab- und Livinglabs, Hacker-, Maker und Coworking Spaces



4. Teilnahme

4.1 Teilnahmeberechtigt sind:

- Unternehmen²
- Hochschulen
- Forschungs- sowie 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.

²Hierzu 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 Zielsetzung der Leitmarktwettbewerbe ist:

- 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 sowie
- 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 Kleinunternehmen

Gewichtung 12,5 %

Unternehmen sichern ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig nur durch eine professionelle Aufstellung in allen wirtschaftlichen Belangen. Gerade bei KMU und Kleinunternehmen 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. Kleinunternehmen 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



stärken. 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 markt-spezifischen 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 Leitmarktwettbewerben 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. Dr. Ariane Berthoin Antal, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Forschungsgruppe Wissenschaftspolitik
- Andreas Enslin, Leiter Miele Design-Center, Gütersloh, Vizepräsident Verband Deutscher Industrie Designer
- Dr. Bastian Lange, Inhaber und Leiter Multiplicities, Berlin
- Prof. Dr. Jonas Schild, Professor für Mediendesigninformatik und Media Design Computing, Hochschule Hannover
- Philipp Maiburg, Künstlerischer Leiter Open Source Festival, Düsseldorf
- Petra Müller, Geschäftsführerin der Film- und Medienstiftung NRW, Düsseldorf
- Tim Rieniets, Geschäftsführer Landesinitiative StadtBauKultur NRW 2020, Gelsenkirchen
- Marc Schröder, Chief Strategy Officer und Mitglied der Geschäftsleitung der Mediengruppe RTL Deutschland, Köln
- Prof. Dr. Heike Sperling, Professorin für Visual Music/Digitale Bildmedien, Institut für Musik und Medien, Robert Schumann Hochschule Düsseldorf
- Stefanie Waschk, Projektleiterin Engage.NRW, Mülheim an der Ruhr
- Iris Wilhelmi, Geschäftsführerin digitalHUB Aachen

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	Auswahlrunde	Möglicher Förderbeginn
1. Einreichungsrunde	bis 07.06.2017	September 2017	April 2018
2. Einreichungsrunde	bis 09.04.2018	Juli 2018	Februar 2019

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
 Technologiezentrum Jülich
 Geschäftsbereich Technologische und regionale Innovationen (TRI)
 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.

Susanne Müller
 Tel.: 02461-61 8817
su.mueller@fz-juelich.de
 oder: Sekretariat der LeitmarktAgentur.NRW, Tel.: 02461-61 2718

Dr. Philipp Klages
 Tel.: 02461-61 6522
p.klages@fz-juelich.de

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 Operativen Programms EFRE NRW 2014 - 2020 „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ nach folgenden Förderrichtlinien erfolgen:

- Übergeordnet gilt in jedem Fall die 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 und Darlehen zur Förderung von Kreativität, Innovation und Medienkultur im Land Nordrhein-Westfalen (KIM.NRW)
- Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Einzel-, Gemeinschafts- und Verbundvorhaben im Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsbereich (FEI-Richtlinie)
- 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 Wettbewerbes 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 Forschungseinrichtungen, welche das Projekt im nicht-wirtschaftlichen Bereich durchführen sowie für kulturelle Einrichtungen

- 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.

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 Liste der Vorhaben gemäß Artikel 115 Absatz 2, Anhang XII Ziffer 1 der VO (EU) 1303/2013 einverstanden. 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: jacoblund/iStock/Thinkstock
Ministerportraits: Laurence Chaperon (links), Roberto Pfeil (rechts)

**Staatskanzlei des Landes
Nordrhein-Westfalen**
Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf
www.land.nrw

**Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen**
Berger Allee 25, 40213 Düsseldorf
www.wirtschaft.nrw

