



Informationsvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **III/2003/03667**
Datum: 03.11.2003
Bezug-Nummer.
Kostenstelle/Unterabschnitt:
Verfasser: Dr. Franke

Beratungsfolge	Termin	Status
Beigeordnetenkonferenz	28.10.2003	nicht öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Beschäftigung und Liegenschaften	02.12.2003	öffentlich Kenntnisnahme
Ausschuss für Finanzen und städtische Beteiligungsverwaltung	09.12.2003	öffentlich Kenntnisnahme
Stadtrat	28.01.2004	öffentlich Kenntnisnahme

Betreff: Ergebnisse der Initiative "Halle digital" und Vorschläge zu deren Fortführung

Beschlussvorschlag:

1. Der Stadtrat nimmt den Bericht über die Ergebnisse der Initiative zustimmend zur Kenntnis.
2. Die Verwaltung wird die technische und organisatorische Unterstützung der Initiative „Halle digital“ eng mit der Tätigkeit des neuen Geschäftsführers des MMZ verbinden und diese in dessen Verantwortungsbereich fortführen lassen.

Ingrid Häußler
Oberbürgermeisterin

Begründung:

1. Ausgangslage bei Start des Projektes

Die Initiative „Halle digital“ wurde durch die Oberbürgermeisterin im August 2000 ins Leben gerufen. Sie sollte primär das Ziel verfolgen, in dem lokalen Cluster Informations- und Kommunikationstechnologien inhaltliche Schwerpunkte zu setzen und effektive organisatorische Strukturen, insbesondere für die hier ansässigen Unternehmen zu bilden (z. B. Netzwerkstrukturen in ausgewählten Bereichen). Darüber hinaus sollte im Rahmen der Kommunikation eine vermehrte Berichterstattung über den Medienstandort Halle angestoßen werden, um dessen Vorzüge und Entwicklungspotenziale auch aus Sicht von Akquisitionen zu kommunizieren. Beauftragt mit der technischen Umsetzung der Initiative „Halle digital“ wurde das Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig e. V. (isw). Der Auftrag war auf eine Bearbeitungszeit von 3 Jahren ausgelegt und umfasste ein Kostenvolumen von 228.540,14 EUR.

2. Bewertung der Ergebnisse der Arbeit der Initiative „Halle digital“

Aus Sicht der Verwaltung kann ein positives Zwischenresümee unter die 3-jährige Arbeit der Initiative gezogen werden. Das betrifft sowohl die erreichten Ergebnisse (vgl. Ergebnisbericht des isw in der Anlage) aber auch das Meinungsbild vieler Akteure aus der Branche, die durchgängig oder punktuell in der Initiative oder bei Teilprojekten mitgewirkt haben.

Die Initiative „Halle digital“ hat in einigen Bereichen der Informations- und Kommunikationstechnologien ein engeres Zusammenrücken der Akteure in netzwerkartigen Strukturen bewirkt (z. B. im Bereich e-learning). Wichtig war wohl insbesondere auch die Erfahrung für Firmen dieser Branche, dass nicht nur Konkurrenzverhalten, sondern auch Kooperation mit Unternehmen am Standort oder darüber hinaus dazu beitragen kann, die Situation der eigenen Firma zu verbessern. Die vorgenannten Prozesse im Rahmen der Initiative angestoßen und moderiert zu haben, bleibt eines der Verdienste der Initiative, welche in dieser Form so nicht zustande gekommen wären.

Aber auch aus Sicht einer Vielzahl durch das isw vorbereiteter, begleiteter bzw. durchgeführter Maßnahmen und Aktivitäten (vgl. Ergebnisbericht Seite 9 bis 12) wurde dazu beigetragen, dass

- die Zusammenarbeit mit den Firmen, Institutionen und Einrichtungen vertieft werden konnte
- eine Vielzahl von Veranstaltungen in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Workshops, Foren, Konferenzen durchgeführt werden konnten
- direkt Beiträge, insbesondere Firmenporträts hallescher Unternehmen in die regionalen Rundfunk- und Fernsehsender gelangten
- 15 Projekte erfolgreich betreut wurden, wobei 2 Firmen in Halle gegründet bzw. angesiedelt wurden
- 12 Arbeitsplätze geschaffen wurden und
- 98 Arbeitsplätze für bestehende Firmen gesichert werden konnten.

Fördermittel wurden nach Einschätzung des isw in einem Umfang von 1,86 Mio. EUR nach Halle geholt.

3. Vorschläge zum weiteren Vorgehen


Aus Sicht der Ergebnisse der Initiative „Halle digital“ ist deren Fortführung als wünschenswert und vertrauensbildend im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Clusters Informations- und Kommunikationstechnologien in Halle zu bewerten. Finanzielle Spielräume seitens der Stadt zur Fortführung des Dienstleistungsvertrages existieren leider nicht. In Anbetracht der durchgängig mittelständischen Strukturen der meisten Firmen, die direkt oder indirekt in der Initiative gewirkt haben, erscheint es als unwahrscheinlich, dass durch eine Eigenfinanzierung die Fortführung der Initiative von diesen abgesichert werden würde.

Es wird deshalb vorgeschlagen, dass die Initiative „Halle digital“ künftighin stärker an das Mitteldeutsche Multimediazentrum angebunden und in die Verantwortung des neuen Geschäftsführers des Mitteldeutschen Multimediazentrums (MMZ) gelegt wird. Dieses Vorgehen ermöglicht es, dass die Profilierung des MMZ parallel zur Initiative „Halle digital“ erfolgen und sich hier eine gute Rückwirkung zwischen vielen in Halle ansässigen Unternehmen und dem neu implementierten MMZ ergeben kann. In jedem Fall sollte so eine Fortführung der Initiative außerhalb bestehender Verwaltungsstrukturen abgesichert werden. Damit könnte auch wie in der Vergangenheit geschehen dann in Zukunft außerhalb bestehender aber im Zusammenspiel mit Verwaltungsstrukturen unternehmerisch flexibel eine Betreuung von Aktivitäten am Medienstandort Halle in diesem wichtigen Zukunftscluster der Stadt Halle geleistet werden.

Der Wirtschaftsausschuss des Stadtrates ist bei Bestätigung einer solchen Vorgehensweise jährlich einmal über die Ergebnisse der Initiative "Halle digital" ab dem Jahr 2004 zu unterrichten.

Anlage
Bericht

Anlagen:

Halle  digital

Abschlussbericht zur Initiative „Halle digital“

per 30.08.2003

Eine Initiative zur Förderung der IT- und Multimediabranche von Halle

Projektleitung: Dr. Andrea Ferber

	Seite
0. Vorwort	2 - 3
1. Ziele der Initiative „Halle digital“	4 - 5
1.1. Netzwerkarbeit	5 - 7
1.2. Der Dienstleistungscharakter von „Halle digital“	8
2. Aktivitäten	9
2.1. Abstract – Fakten und Zahlen	9 - 12
2.2. Öffentlichkeitsarbeit	13 - 14
2.2.1. Broschüren, Flyer und Internetauftritt	15 - 17
2.2.2. Präsenz auf Messen mit nationaler und internationaler Beteiligung	17 - 18
2.2.3. Pressearbeit	18 - 19
2.2.4. Kontakte zu Organisationen, Vereinigungen und Symposien/ Durchführung von	

Symposien und Konferenzen	19 - 20
2.3. Marketing und Kundenkommunikation	21 - 24
2.4. Humanressourcen	24 - 29
2.4.1.Call-Center	29 - 32
2.5. eLearning	33 - 34
2.5.1.Initiierung, Organisation und Moderation eines innerstädtischen Informations- und Verständigungsprozesses	34 - 35
2.5.2.Vermittlung von lokalen Partnerschaften und Unterstützung neuer Wertschöpfungs- ketten/Projektarbeit	35 - 38
2.5.3.Integration Halles in überregionale Prozesse der theoretischen Selbstverständigung zu Fragen des eLearnings	38 40
2.5.4.Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit	40 – 42
2.5.5.eLearning für Menschen mit Behinderungen	43 – 44
2.6. Digitale Medien / DVD Produktion	44 – 46
2.6.1.Bereich Film	46 – 47
2.6.2.Bereich eLearning und Medien	47
2.6.3.Halle digital und d-motion	47 – 48
2.6.4.digitaler Rundfunk	48 – 50
2.7. Mitteldeutsches Multimediazentrum (MMZ)	50 – 52
2.8. Projekte, die entwickelt wurden aber nicht Realisiert werden konnten	53
3. Nachhaltigkeit	54 – 56
4. Zusammenfassung	57

0. Vorwort

Die Initiative „Halle digital“ (im weiteren auch „Initiative“ genannt) war eine Initiative der Oberbürgermeisterin der Stadt Halle, die von Frau Ingrid Häußler im August 2000 ins Leben gerufen wurde und deren geförderte Anschubphase planmäßig im August 2003 endete. Mit dieser Initiative reagierte die Stadtverwaltung in offensiver Weise auf neue internationale Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (im weiteren IKT-Branche genannt) .

Diese internationalen Entwicklungen im IKT - Bereich waren inhaltlich anspruchsvoll und erschienen hinsichtlich ihrer Form spontan und wenig planbar. Voraussagen zum Verlauf dieser Entwicklung schienen im Augenblick ihrer Veröffentlichung zutreffend, waren jedoch nicht selten wenige Wochen später bereits von der Wirklichkeit widerlegt. Der latente Irrtum im Umgang mit diesen Prozessen zeigte sich komprimiert in dem Begriff „New Economy“, der implizierte, dass es sich hierbei um Prozesse handelte, die sich außerhalb der üblichen

Mechanismen nationaler und internationaler Märkte bewegen. Konsequenterweise haben Entscheider aus Wirtschaft, Politik und Finanzwelt denn auch die neuen IKT - Unternehmen und ihre kreativen Protagonisten in einer Weise begleitet und unterstützt, wie dies für konventionelle Unternehmen nur in Ausnahmefällen möglich ist. Im Jahre 2000 - dem Beginn von „Halle digital“ – waren die Unsicherheiten daher genau so groß wie die Hoffnungen. In dieser Situation für die Stadt Halle eine spezifische Sicht zu erarbeiten und flexibel auf Entwicklungen zu reagieren, war nicht nur das Hauptmotiv für „Halle digital“. Dass Besonnenheit und Gründlichkeit in der Behandlung der IKT – Branche dringend nötig waren bewies der Börsencrash im Jahre 2001. Dieser Crash bewirkte eine Ernüchterung auf dem Markt für IKT – Dienstleistungen und –Produkte. Sich von letzterem nicht beirren zu lassen, sondern fördernd und unterstützend die IKT-Branche in ihrer Entwicklung zu einem marktfähigen neuen Dienstleistungssystem zu begleiten, war fortan bis 2003 Hauptziel der Initiative „Halle digital“.

Ohne Übertreibung lässt sich vorab feststellen, dass die Initiative „Halle digital“ in eine Zeit großer Turbulenzen fiel: in Zeiten des „IT-Hypes“ gegründet, sah sich die Initiative schon wenige Monate später mit einer gewaltigen internationalen Branchen – Eruption konfrontiert, verbunden mit der Aufgabe, den Prozess der Transformation der IKT – Branche aus dem illusionären Hype in eine lebensfähige Realität zu begleiten, zumindest für die Stadt und Region Halle.

Unabhängig von den Turbulenzen der jüngeren Vergangenheit darf und muss betont werden, dass die IKT – Branche eine Wachstumsbranche ist und die Stadt auch weiterhin gut beraten ist, dieser Branche ihre Aufmerksamkeit zu widmen. Dabei geht es nicht nur um Umsätze/Gewinne und Arbeitskräftezahlen der IKT - Branche selbst. Was umfänglicher reflektiert werden muss ist die Bedeutung der einheimischen IKT-Branche für die Förderung der Wettbewerbsfähigkeit von Firmen der sog. „Old Economy“ in Halle und Sachsen - Anhalt. Begriffe wie eCommerce, eChain, eLearning und andere stehen für Zwänge im internationalen Wettbewerb, denen sich auch die größtenteils mittelständische Wirtschaft Halles und Sachsen – Anhalts nicht entziehen kann, ohne ihre Wettbewerbsfähigkeit in Frage zu stellen und für die es einer hoch entwickelten einheimischen IKT – Branche als Zulieferer bedarf. Auch wenn die Informationstechnologien effiziente und problemlose Kommunikation über große Distanzen ermöglichen, so brauchen sie für sich selbst jedoch eine Servicestruktur der kurzen Wege, sprich, der Softwarelieferant sollte bezüglich Pflege und Wartung möglichst vor Ort sein. Hinzu kommt, dass Mittelständler zumeist sehr individuell zugeschnittene Softwarelösungen brauchen und daher auf Partner angewiesen sind, die vor Ort Strukturen und Probleme kennen und passfähige Lösungen entwickeln und anbieten.

„Halle digital“ hatte von Anfang an neben der IKT-Branche auch den Bereich „Neue Medien“ im Fokus. Als „Heimstadt“ der Hörfunkzentrale des Mitteldeutschen Rundfunks sowie einer großen Vielfalt an mittleren und kleineren Radiosendern hat sich Halle vor allem eine Identität als Radiostadt erarbeitet, die von der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, ebenfalls mit Sitz in Halle, stark gefördert wird. Daneben gab und gibt es eine größere Zahl unterschiedlichster Medienfirmen im Bereich Animation, DVD-Mastering, Tonverarbeitung, Filmproduktion und schließlich Filmarchiv. Was den Bereich Neue Medien anbetrifft war „Halle digital“ von Beginn an eine lokale Initiative zur Unterstützung dieses Bereiches. Es galt, hier mit bereits etablierten und sowohl personell als auch finanziell wesentlich besser ausgestatteten Institutionen und Vereinen sinnvoll zu kooperieren. Zu nennen wäre hierbei vor allem die Mitteldeutsche Medienförderung mit Sitz in Leipzig.

Generell gilt, dass „Halle digital“ eine Initiative im Netzwerk verschiedenster Maßnahmen und Bemühungen der Region war, Halle zu einem interessanten Standort für IT- und Multimediaproduktion schrittweise auf- und auszubauen.

Vor diesem Hintergrund stellte die Fähigkeit, in Netzwerken zu arbeiten für das Gelingen von „Halle digital“ eine absolute Kernkompetenz dar.

1. Ziele der Initiative „Halle digital“

Für Halle galt und gilt, sich im Bereich der IKT – Branche sowie im Multimediabereich einerseits vor überzogenen Erwartungen fern zu halten, andererseits jedoch Perspektiven und Ressourcen der Stadt möglichst vollständig auszuloten und in wirtschaftliche Entwicklung umzusetzen. Die Initiative „Halle digital“ war Teil dieser Aufgabe, indem sie sich auf ausgewählte Bereiche fokussierte, dabei jedoch offen blieb für neue Impulse, Entwicklungen und Bedürfnisse. Gerade vor dem Hintergrund der oben angerissenen weltwirtschaftlichen Schwankungen dieser beiden Branchen, konnte Stabilität nur über eine hohe Anpassungsfähigkeit erreicht werden.

Gestartet ist die Initiative mit der Definition von vier Arbeitsschwerpunkten:

1. Humanressourcen für die IT –und Multimediabranche
2. eLearning
3. Digitale Medien / DVD Produktion
4. Infrastruktur / Mitteldeutsches Multimediazentrum

Reflektiert man sich die ursprünglich formulierten Ziele der Initiative, so war mit der

Identifizierung dieser vier Punkte bereits die Realisierung einer wichtigen Aufgabenstellung auf den Weg gebracht, denn die Definition von Schwerpunkten war Teil der Aufgabenstellung.

Weitere generelle Ziele der Initiative waren:

- Die Identifikation aussichtsreicher Nischen und deren gezielte Entwicklung, damit Halle im Wettbewerb z.B. um Unternehmensansiedlungen eigenständige, verwertbare Akzente setzen kann
- Konzentration (nicht nur aber vor allem) auf mittelfristige Wirkungen
- Kommunikation zwischen den in der Stadt vorhandenen Akteuren zum Zwecke der Erzielung von Synergien
- Ausschöpfen der vorhandenen Möglichkeiten der Förderung auf den Ebenen EU, Bund und Land
- Kooperation mit externen wirtschaftlichen Akteuren bis hin zur Motivierung von Ansiedlungsprozessen
- Realisierung der Funktion einer Informations-, Kommunikations- und Umsetzungsplattform für Projekte im Bereich Medien- und Informationswirtschaft
- Leisten eines aktiven Beitrages zur Ausprägung eines Innovationsorientierten Milieus
- Unterstützung eines attraktiven Images der Stadt
- Eröffnung eines Projektbüros im isw Halle-Leipzig e.V. in enger Zusammenarbeit mit einem von der Stadt zu benennenden Verantwortlichen. Ziel war die Kreation einer spezifischen Form von Public – Private - Partnership, die Nachhaltigkeit in einem ausreichenden Maß ermöglicht
- Prozessbegleitende analytische Arbeit sowie konzeptionelle Betreuung
- Konzeptionelle Vorarbeiten für ein Marketing
- Einbindung der Initiative in vorhandene Strukturen auf regionaler, Landes-, Bundes-, und EU – Ebene.

1.1. Netzwerkarbeit

Der Spirit und das Wesen von „Halle digital“ waren von Anfang an geprägt vom Konzept der Netzwerkarbeit. In diesem Kontext sollen einige prinzipielle Aussagen diesbezüglich voran gestellt werden.

Wenn es um Synergien und um das Ausschöpfen lokaler und regionaler Potenziale geht, so ist immer auch die Fähigkeit gefordert, Netzwerke zu kreieren und zu gestalten bzw. in Netzwerken zu arbeiten. Netzwerke stellen neben den fachlichen Herausforderungen vor allem Anforderungen an die Persönlichkeitseigenschaften ihrer Mitglieder. Die Fähigkeit, in

Netzwerkstrukturen zu denken und zu arbeiten ist Teil der sog. Softskills und nimmt national und international an Bedeutung zu. Ein Netzwerk ist eben nicht die Summe seiner Einzelmitglieder sondern es ist die Kreation einer neuen Qualität, die ein Einzelmitglied für sich nur erreichen kann über die Arbeit im Netzwerk. Nachhaltigkeit ist in diesem Zusammenhang also auch dann gegeben, wenn die nötigen Kompetenzen über konkrete Netzwerkerfahrungen trainiert worden sind. Eine Arbeit im Netzwerk ermöglicht dem Einzelnen Entwicklungen, die er ohne das Netzwerk nicht vollziehen könnte. Eines der entscheidenden Kriterien erfolgreicher Netzwerkarbeit ist das Element des temporären, lose gekoppelten Zusammenspiels von horizontal verflochtenen, gleichberechtigten Partnern. Das Kriterium für Nachhaltigkeit ist darum auch nicht die zeitliche Dauer eines Netzwerkes, sondern die Frage, ob es zu seiner Zeit das Ziel erfüllt hat, das beabsichtigt war. Netzwerke haben Ziele zu erfüllen, sie sind Mittel zum Zweck, sind aber selbst weder Ziel noch Zweck. Deshalb kann und konnte es bei „Halle digital“ auch nie darum gehen, möglichst lang andauernde Netzwerke aufzubauen, sondern es ging immer darum, zielorientierte temporäre Strukturen zu schaffen, deren Nachhaltigkeit mit den gewünschten unternehmerischen Effekten gekoppelt war, nicht jedoch mit der in Monate oder Jahre zählenden Dauer des Netzwerkes. Der aktuelle Nutzen für die Firmen stand bei der Netzwerkarbeit stets im Vordergrund. Nicht zuletzt ging es dabei um die Bewältigung des schnellen Wandels der Branche.

Im Rahmen von „Halle digital“ entstanden dem gemäß eine Reihe von Netzwerken von Firmen, die sich im Laufe der Arbeit wandelten und die dennoch oder eben gerade deswegen, eine ganze Reihe wichtiger Ziele erreicht haben, beispielsweise:

- Lokaler Wissenstransfer und Plattform für Fachdiskussionen
- Gemeinsame Lösung von konkret definierten Problemen der Branche
- Plattform zur Findung von Projektpartnern sowie zur Kreation von Projektideen
- Erarbeitung von Wissen und Erfahrungen bezüglich einer Arbeit in Netzwerken
- Lobbyarbeit
- Erarbeitung einer geeigneten innerstädtischen Kommunikationskultur
- Wirksame Öffentlichkeitsarbeit

Das erste Netzwerk im Rahmen von „Halle digital“ entstand als Unternehmernetzwerk im Bereich der „Humanressourcen“ im Herbst 2000 (Arbeitsgemeinschaft Qualifizierung für die Informationswirtschaft). Kurze Zeit später wurde das Netzwerk „eLearning“ (Dezember 2000) gegründet. Jedes Netzwerk erreichte eine temporäre Mitgliederzahl von über 40 Firmen. Beide Netzwerke lösten sich nach Erreichung der definierten Zielstellungen insoweit wieder auf, dass sie sich nicht mehr in organisierter Regelmäßigkeit treffen. Neben den gelösten

Problemen bleibt jedoch die Erfahrung bezüglich der Mechanismen funktionierender Netzwerkarbeit und damit einhergehend eine bewährte Kommunikationsstruktur –und kultur. Auf die einzelnen Netzwerke wird im Folgenden unter dem jeweiligen Unterpunkt detaillierter eingegangen. Was jedoch an dieser Stelle bereits festgestellt werden kann und muss ist folgende Beobachtung: Obwohl im Rahmen der Initiative über drei Jahre hinweg fast monatlich Zusammenkünfte der Branche organisiert worden sind, kann konstatiert werden, dass immer wieder neue Partner integriert wurden. Der Bedarf nach einer Plattform für Kontakte und gegenseitiges Sich – kennen - lernen ist auch nach drei Jahren nicht erschöpft. „Halle digital“ als erster Anlaufpunkt für neue IKT - Firmen in der Stadt hat sich so bewährt, dass dies eine Aufgabe ist, welche fortgeführt werden müsste.

Der Vollständigkeit halber soll an dieser Stelle zumindest darauf hingewiesen werden, dass die Moderation und Kreation von Netzwerkarbeit eine intensive externe Einzelarbeit – sprich die Arbeit mit einzelnen Unternehmen - voraussetzt und als ständig begleitendes Element in Ergänzung zur Netzwerkarbeit selbst realisiert werden muss. Dass sich beides zum gegenseitigen Vorteil durchdringt ist schlussendlich das ideale Ergebnis und ein Gradmesser erfolgreicher Moderationsarbeit. Das Projektmanagement der Initiative hat sämtliche Netzwerkunternehmen regelmäßig in deren Geschäftsräumen aufgesucht und intensive Gespräche über Leistungsprofile, Probleme und Wünsche geführt. Mit einer Reihe von Firmen ergab sich auf deren Wunsch eine sehr intensive Zusammenarbeit, sodass das Projektmanagement eigentlich durchgehend auskunftsfähig war über die Situation der einzelnen Firmen. Dies war auch die Grundlage für erfolgreiche Kontaktvermittlungen, zumal im Zeitverlauf die Initiative in zunehmendem Maße mit Anfragen bezüglich Praktikumsplätze, Arbeitsplätze und Dienstleistungen konfrontiert wurde.

Bereichert wurde diese Arbeit durch die zweimal jährlich durchgeführten Konjunkturbefragungen (siehe Anlage 1), die wertvolle, insbesondere analytische Erkenntnisse lieferten und mit denen die Unternehmenskontakte ganz entscheidend qualifiziert werden konnten.

An dieser Stelle soll noch auf folgendes hingewiesen werden:

Obwohl es eigentlich nicht Aufgabe eines Netzwerkmanagements ist, als Impulsgeber zu fungieren, hat das isw und mithin die Initiative diese Aufgabe an verschiedenen Stellen wiederholt ausgefüllt. Hierfür nutzte und integrierte die Initiative interne Ressourcen des isw zusätzlich über den vertragsmäßig fokussierten Umfang. Es war geradezu eine Erwartung der Firmen, dass das isw als Impulsgeber fungieren möge und so war es Bestandteil der Arbeit, diesen Erwartungen nach bestem Können und Vermögen gerecht zu werden, aber gerade auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit darauf hinzuarbeiten, dass ein Punkt erreicht wird an dem man „lediglich“ Impulse aufzugreifen, zu kanalisieren und deren Realisierung zu

unterstützen bzw. zu moderieren hat.

Ebenfalls zur laufenden Netzwerkarbeit gehörte die Information über ausgeschriebene Wettbewerbe und Förderprojekte von Land, Bund und Europäische Union (EU).

1.2. Der Dienstleistungscharakter von „Halle digital“

Die Initiative war ein Dienstleistungsangebot der Stadt an die Firmenvertreter der IKT – und Multimediabranche von Halle. Wie bei jeder Dienstleistung galt es daher auch hier, primär auf Wünsche einzugehen und Angebote zu unterbreiten. Dies festzustellen ist wichtig für die Beurteilung des Geleisteten, da im Verlaufe der Initiative immer nur die Ziele erreicht werden konnten, die tatsächlich mit den Wünschen der Firmen übereinstimmten, bzw. die aus den Reihen der Firmen als Bedarfe formuliert worden waren. Mit eingeschlossen in diese Konzeption ist, dass die Initiative nicht selten auch eine Plattform der punktuellen „Selbstklärung“ von Firmenvertretern war, was meint, dass verschiedentlich Wünsche von „Halle digital“ aufgegriffen und bearbeitet wurden, die dann wieder fallen gelassen werden mussten, weil das Interesse der Firmen abgenommen hatte. In einer Dienstleistungskultur sind derartige Vorgänge als natürlich anzusehen und keinesfalls vergebens wenn man anerkennt, dass ein Prozess der gedanklichen Klärung ein sinnvoller und nützlicher ist unabhängig davon, was das konkrete inhaltliche Ergebnis dieses Prozesses schließlich ist.

Die Initiative hatte sich darum nicht nur vor dem Hintergrund der internationalen Turbulenzen des Marktes auf eine gewisse „Experimentierfreude“ einzustellen, sondern auch aufgrund ihres Dienstleistungscharakters.

Der Dienstleistungscharakter der Initiative erstreckte sich auch darauf, der Stadtverwaltung Erkenntnisse und Fakten zuzuarbeiten. Drei Jahre „Halle digital“ haben ein detailliertes Insiderwissen in Bezug auf Potenzen, Ressourcen und Probleme der IKT-Firmen im Besonderen und der Branche im Allgemeinen zusammen getragen, das Entscheidern der Stadtverwaltung nun zur Verfügung gestellt werden kann, bzw. das im Verlaufe der drei Jahre kontinuierlich zur Verfügung gestellt wurde. Insofern hat sich die Stadtverwaltung über „Halle digital“ auch einen Wissenszufluss organisiert, den Tatsachen- gerechte Entscheidungen benötigen.

2. Aktivitäten und Ergebnisse

2.1. Abstract - Fakten und Zahlen

Im Rahmen der Initiative wurden insgesamt mit über **500 Firmen, Institutionen, Initiativen und Einzelpersonen Kontakte** aufgenommen und Themen bezogen zusammen gearbeitet (Siehe Anlage 2).

Die Auftaktveranstaltung zu „Halle digital“ war am 18. September 2000 im Dorint Hotel Charlottenhof Halle, an der 66 Vertreter von lokalen und regionalen IT – Firmen teilnahmen. Die **Schirmherrschaft** übernahm zunächst **Staatsekretär Siegmur Mosdorf vom Bundeswirtschaftsministerium**, ab 2002 konnte Frau **Brigitte Zypries** als Schirmherrin gewonnen werden, damals noch **Staatssekretärin im Bundesministerium des Innern** und in der Gegenwart als **Bundesjustizministerin**. (Siehe Anlage 4)

Öffentlichkeitsarbeit (Auswahl):

13 Pressekonferenzen

3 Broschüren zum Netzwerk eLearning

1 Flyer eLearning

1 Broschüre zum Thema Humanressourcen für die IKT-Branche

1 Broschüre zum Medienstandort Halle

1 Plakat zum Netzwerk eLearning (3 Exemplare)

1 Flyer zur Initiative Halle digital in deutsch und englisch

2 isw Berichte zu eLearning – City

2 Programmhefte/Flyer für zweimal eLearning City

6 Programmflyer zu sechs thematischen eForen

6 Veröffentlichungen (isw Broschüre) der Daten aus der Konjunkturbefragung

3 Messestände/ Präsenz auf internationalen Messen (2 LearnTech, 1 Frankfurter Buchmesse)

2 Mitwirkungen auf Workshops auf Messen (LearnTech 2002/ Unternehmerinnenmesse 2001 Leipzig)

1 **Studentischen Wettbewerb** ausgerufen an der Hochschule für Kunst und Design Halle bezüglich der Entwicklung des **Logos Halle digital** (Preisgelder 5000,-DM)

2 nationale Wettbewerbe ausgerufen über den Wolfgang Hande Preis/ eLearning

(Preisgelder 2 x 2.500,-Euro)

1 ständiger Internetauftritt Halle digital , www.halle-digital.net

! 63 Artikel in Zeitungen und Zeitschriften

Mehr als 20 Artikel auf einschlägigen Websites

10 Artikel Firmenporträts

14 Beiträge in regionalen Rundfunk – und Fernsehsendern

1 MZ Ratgeberforum mit zwei ganzseitigen Berichten bzw. Artikeln

19 Partnerinitiativen / Vereinigungen und Organisationen

Workshops / Foren

1 Auftakt Halle-digital Herbst 2000 mit 66 TN

12 Workshops (WS) Netzwerk eLearning ca. 420 Teilnehmer (TN)

15 WS eLearning – City 2002 und 2003 insgesamt ca. 530 TN

6 WS Call - Center Halle insges. ca. 60 TN

4 WS Netzwerk Quadra (je 8 TN, insges. 24 TN)

4 WS Netzwerk Humanressourcen (75 TN)

2 WS Europawoche 2001 / 2003 insges. 55 TN

10 Thematische WS insges. ca. 300 TN

Konferenzen

1 internationale eLearning Konferenz 2001 mit 220 TN

1 internationale eLearning Konferenz eLearning-City 40 TN

6 eForen Halle – Leipzig bzw. Mitteldeutschland insges. 840 TN

! Summe: 62 Veranstaltungen an 58 Veranstaltungstagen mit insgesamt mindestens

2.630 Teilnehmern

Projekte / Produktentwicklungen

Insgesamt wurden:

15 erfolgreiche Projekte betreut

(12 Projekte bis zur Antragsreife /Förderentscheidung betreut, die jedoch keine Realisierung erfuhren)

Es bestanden Arbeitskontakte zu insgesamt mehr als:

30 externen Initiativen, Vereinigungen und parallel laufenden Programmen

Es wurden **sechs Konjunkturbefragungen** zur Lage der IT – und Multimediawirtschaft speziell für Halle durchgeführt und ausgewertet, jede einzelne entspräche einem Marktwert von ca. 5.000,-€

Es bestanden u.a. zu folgenden wissenschaftlichen bzw. universitären Einrichtungen enge Arbeitskontakte:

- Martin – Luther – Universität Halle-Wittenberg
- Hochschule für Kunst und Design „Burg Giebichenstein“ Halle
- Otto – von Guericke Universität Magdeburg
- Handelshochschule Leipzig
- Technische Universität Chemnitz
- Universität Dresden

Ansiedlungen / Firmengründungen (derzeit 8 Arbeitsplätze)

- Firma digital spirit GmbH Halle (gegründet als Firma medialine)
- Firma MediaNorm Halle GbR
- Firma digital Buchbindemaschinen der Ribler GmbH Stuttgart. (Wurde in Halle gegründet ist über das Landesförderinstitut Sachsen-Anhalt an die WISA weiter geleitet und dann in Güsten (Sachsen-Anhalt) angesiedelt worden)

mindestens 3 Selbständigkeiten im Ergebnis des Projektes „Quereinsteiger für die IT“
und **164 Vermittlungen in unbefristete Arbeitsverhältnisse** in der IKT-Branche durch das

Projekt sowie ca. 22 Fälle für eine zielgenaue Weiterbildung, die derzeit andauert.

35 IT – Firmen aus Halle waren in das Projekt „Personal- und Organisationsentwicklung“ (POE) einbezogen. Per August 2003 waren für 9 Firmen und insgesamt 98 Beschäftigte Förderanträge bewilligt und die Qualifizierung bereits durchgeführt. Dabei wurden Fördermittel von rund 1 Millionen Euro (ESF – und Landesmittel) bewilligt. (Anlage 3) Über diese Maßnahme wurden **98 Arbeitsplätze gesichert**.

!Summe:

98 Arbeitsplätze gesichert

164 Arbeitsplätze besetzt

mindestens 12 Arbeitsplätze neu geschaffen

Fördermittel im Werte von mindestens 1. 860.000,- Euro nach Halle geholt

15 Projekte erfolgreich entwickelt

62 Veranstaltungen an 58 Veranstaltungstagen mit insgesamt mindestens 2.630 Teilnehmern

73 Veröffentlichungen in lokalen und überregionalen Zeitungen und Zeitschriften

24 selbst produzierte Druckerzeugnisse

2.2. Öffentlichkeitsarbeit

Bezüglich der Aufgaben im Bereich Öffentlichkeitsarbeit hatte die Initiative das Ziel, für die Leistungskraft der Halleschen IKT – und Multimediabranche regional und überregional zu werben. Dies erfolgte vor allem auf folgenden Ebenen (siehe auch oben):

1. Erarbeitung von Publikationen wie Flyer, Bröschüren und Internetauftritt, mit denen die betreffenden Kompetenzen der Stadt kommuniziert werden konnten
2. Präsenz auf einschlägigen Messen mit nationaler und internationaler Beteiligung
3. Intensive Pressearbeit
4. Aufnahme und Pflege von zweckdienlichen Kontakten zu Organisationen, Vereinigungen sowie Initiativen . In diesen Punkt fällt auch die Organisation und Durchführung von überregional besuchten Symposien und Konferenzen.

Im Laufe der Arbeit hat sich temporär eine weitere Dimension der Öffentlichkeitsarbeit heraus kristallisiert: Die internationale Krise der IKT- und Multimediabranche hatte mehrere Gründe. Ein Grund, der gerade vor dem Hintergrund dieser immer deutlicher ins Bewusstsein trat, waren und sind die Schwächen in der Kundenkommunikation. Die Dienstleistungen der IKT – Branche sind von einer Art, dass diese nicht auf vorhandene Konsumgewohnheiten des Marktes aufbauen können, im Gegenteil. Und so ergibt sich schon aus diesem Fakt ein außergewöhnlich hoher Erklärungs – bzw. Kommunikationsbedarf. Dies umso mehr, da die IKT – Branche ihre Dienstleistungen bisher meist nicht so gestaltet, dass diese selbsterklärend wirken. Das außergewöhnliche Tempo, mit dem oft innerhalb weniger Monate neue Produkte und Leistungen entwickelt und angeboten werden, erschwert den Kunden zudem in nicht unerheblichem Maße die Orientierung. In bestimmten Fällen will es zudem scheinen, dass sich die IKT – Unternehmen mehr mit ihren Wettbewerbern als mit ihren Kunden auseinandersetzen. Und schließlich hat der Markt auch darunter gelitten, dass in der Vergangenheit oftmals nicht ausgereifte Produkte für hohe Preise und mit hohen Erwartungen implementiert wurden, die den Anforderungen nicht entsprachen und zudem nicht selten auch den erforderlichen kundenfreundlichen Support vermissen ließen.

Der Geschäftsführer einer gestandenen Hallischen IKT- Firma brachte es in einem Gespräch unlängst wie folgt auf den Punkt: „Unser mangelhaftes Marketing ist die Wachstumsbremse Nummer 1“.

Bei der Bearbeitung dieses Problemfeldes möglichst zeitnah aktiv zu werden, hat sich die Initiative deshalb zusätzlich zu den oben aufgezählten ursprünglichen Aufgaben zum Ziel genommen. Unter dem Stichwort

5. Unterstützung Marketing und Kundenkommunikation

wurden Maßnahmen gestaltet und organisiert, die zumindest einiges in diesem Themenzusammenhang auf den Weg gebracht haben. Da dieser Punkt im Zeitverlauf der Initiative schließlich an Bedeutung gewann, wurde beschlossen, das Thema Marketing und Kundenkommunikation als ein eigenständiges fünftes Themenfeld neben den vier eingangs definierten zu behandeln. Aus diesem Grunde wird es separat unter Punkt 2.3. behandelt.

Um der Initiative den entscheidenden Rahmen an Öffentlichkeit zu geben, startete diese unter der Schirmherrschaft des Staatssekretärs im Bundeswirtschaftsministerium Siegmund Mosdorf. Als dieser in 2002 in die private Wirtschaft wechselte konnte Frau Brigitte Zypries als Schirmherrin gewonnen werden, damals noch Staatssekretärin im Bundesministerium des Innern und in der Gegenwart Bundesjustizministerin. (Siehe Anlage 4)

Ein weiteres generelles Ergebnis ist die Tatsache, dass im Rahmen der Initiative mit rund 500 Firmen, Einzelpersonen, Organisationen, Institutionen und Initiativen Kontakt aufgenommen und sachbezogen gepflegt wurde (siehe Anlage 2).

Ebenfalls für die Ausstrahlung der Initiative spricht, dass die Idee von „Halle digital“ beispielgebend für das Projekt „Bündnis für Innovation und Beschäftigung“ (BIB) war. Erfahrungen aus dem Bereich IT und Multimedia wurden dabei z.B. auf den Bereich der Biotechnologie übertragen. Ein weiteres Indiz für die Ausstrahlung von „Halle digital“ ist, dass z.B. 2001 die IT – Geschäftsstelle der Staatskanzlei von Sachsen-Anhalt um die Delegierung eines Mitglieds vom Netzwerk eLearning in die dortige Arbeitsgruppe „IT in Bildung und Kultur“ bat. Es wurde von der Initiative Prof. Josef Walch vom Aninstitut ISCE der Hochschule für Kunst und Design Halle „Burg Giebichenstein“ und Mitglied des Netzwerkes eLearning vorgeschlagen, der Vorschlag wurde von der Staatskanzlei angenommen.

Im Nachfolgenden sollen ausgewählte, konkreten Aktivitäten und Ergebnisse zu den einzelnen fünf Punkten aufgeführt werden:

2.2.1. Broschüren, Flyer und Internetauftritt

Da die Initiative „Halle digital“ eine Initiative der Stadt Halle im Auftrag des Amtes für Wirtschaftsförderung war, lag es nahe, das Design sämtlicher Broschüren und Flyer dem gestalterischen Auftreten der Stadt anzupassen, um so auch äußerlich sichtbar die Verbindung zur Kommune zu demonstrieren.

Beispielsweise wurden folgende thematischen Broschüren und Flyer produziert:

3 Broschüren zum Netzwerk eLearning

1 Flyer Netzwerk eLearning

3 Plakate Netzwerk eLearning für LearnTech

1 Broschüre zum Thema Humanressourcen für die IT – Branche

1 Flyer zur Initiative Halle digital in deutsch und englisch

(Siehe Erzeugnisse in Anlage 5)

Die Produktionskosten hierfür wurden entweder vollständig aus dem Budget „Halle digital“ bestritten oder es wurden externe Sponsoren eingeworben wie im Falle der zweiten Broschüre zum Netzwerk eLearning, deren Design und Druck von der InfoRegio Sachsen-Anhalt Management GmbH Magdeburg bezahlt wurden. Die Kosten für die redaktionelle Arbeit an all diesen Publikationen wurden zu 100% über die Initiative finanziert. Die Redaktion lag in vollem Umfang beim Projektmanagement.

Bezüglich der Produktion einer Broschüre zum Thema Medienstandort Halle hat die Initiative die Redaktion übernommen und bereits zu Ende geführt. Design und Druck bezahlt das Amt für Wirtschaftsförderung. (Anlage 6)

Um „Halle digital“ auch als Marke zu etablieren und damit das Ziel der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen wurde beschlossen, der Initiative ein eigenes Logo zu geben. Dieses würde durch seinen Wiedererkennungswert die Initiative in ihrem Bekanntheitsgrad fördern. Zu diesem Zweck wurde im Frühjahr (Mai) 2001 ein studentischer Wettbewerb an der Hochschule für Kunst und Design Halle „Burg Giebichenstein“ ausgerufen. Inhalt, Zielstellung und zu erfüllende Anforderungen wurden mit dem Geschäftsführer der Firma Ö-Konzept Halle abgestimmt, so dass gewährleistet war, dass auch dieses Logo die Verbindung

zur Stadt Halle deutlich werden ließ. Schließlich hat die Initiative eine Auswahlkommission kreiert, die sich aus Lehrkräften der Burg Giebichenstein, Vertretern der IKT – Branche Halle, Bankenvertreter und dem isw e.V. zusammensetzte. Insgesamt beteiligten sich die Studenten mit über 60 eingereichten Arbeiten an diesem Wettbewerb. Im Ergebnis wurden drei Arbeiten ausgewählt und prämiert, der erste Preis war identisch mit dem von da an ständig verwendeten Logo „Halle digital“. (Siehe Anlage 7) Für diesen Wettbewerb wurden aus den Mitteln der Initiative 5000,-DM bereit gestellt, wobei diese ausschließlich für die Preisgelder verwendet wurden.

Das Logo wurde vom Sommer 2001 an auf sämtlichen Publikationen der Initiative verwendet und darf inzwischen als eingeführte Marke angesehen werden. Es ist anzuraten, dieses Logo seitens der Stadt und stadt eigener Initiativen auch weiterhin zu benutzen, sofern es sich dabei um IKT relevante Themen handelt.

Einer Initiative „Halle digital“ angemessen war und ist ein eigener Internetauftritt. So wurde zum Ende des Jahres 2001 die Firma AV Studio Halle mit der Gestaltung einer entsprechenden Website beauftragt. Die Auswahl dieser Firma erfolgte aufgrund von Erwägungen, diese Internetseite kompatibel zu gestalten mit der Website der Stadt Halle. Da das AV – Studio Halle die Website der Stadt damals gerade neu gestaltet hatte, bot es sich an, die Website von „Halle digital“ aus der gleichen Intention heraus zu gestalten. Allerdings wurde das Webdesign von der Firma Ö-Konzept erarbeitet, da auch hier eine durchgehende Designlinie in Abstimmung mit dem Amt für Wirtschaftsförderung durchgesetzt werden sollte. Da die Mittel insgesamt sehr limitiert waren, konnte der Internetauftritt der Initiative auch nur als Minimalversion gestaltet werden mit dem Ziel, einen ersten Kontakt herzustellen und generelle Informationen zu vermitteln (siehe www.halle-digital.net). (Siehe Anlage 8) Eine

Community konnte leider aus Kostengründen nicht implementiert werden, auch die Absicht, eine umfassende und transparente Firmendarstellung als Werbeinstrument ins Netz zu stellen, musste man aus finanziellen Gründen fallen lassen. Immerhin jedoch haben sich durch diese Internetseite eine ganze Reihe von Kontakten bzw. Anfragen ergeben, zu denen es ohne diese nicht gekommen wäre. Außerdem natürlich wurden Termine und Inhalte von relevanten Veranstaltungen - nicht nur der Initiative - über diese Website kommuniziert. Mit dem Mitteldeutschen Medienstammtisch zum Beispiel gab es von Anfang an eine gute Kooperation, Termine wurden abgestimmt und Informationen des Medienstammtisches auch auf der Website der Initiative veröffentlicht. Umgekehrt haben die Initiatoren des Medienstammtisches von den Kontakten der Initiative profitiert, da Kontaktdaten ständig ausgetauscht wurden.

Die Möglichkeiten dieser Website wurden aus Kostengründen leider nicht ausgereizt. Es gibt jedoch aus den Reihen der IKT – Branche Interessenbekundungen, diese Seite zu übernehmen und in eigener Regie zu erweitern und zu nutzen. Seitens der Stadt wäre zu überlegen, ob mit geringen finanziellen Mitteln eine diesbezügliche Unterstützung im Rahmen eine PPP – Projektes (Public-Private-Partnership) erfolgen könnte.

Um die internationale Ausstrahlung von „Halle digital“ zu unterstützen wurde eine englische Version im Internet als PDF Download angeboten. (Anlage 9)

2.2.2. Präsenz auf Messen mit nationaler und internationaler Beteiligung

Insgesamt hat sich die Initiative auf drei großen Messen mit einem eigenen Stand vorgestellt:

- Learntech Karlsruhe im Januar/Februar 2001
- Frankfurter Buchmesse im September 2001
- Learntech Karlsruhe im Februar 2002

Ziel dieser drei Messeauftritte war es vor allem, die Leistungsfähigkeit des Netzwerkes „eLearning“, das im Rahmen der Initiative gegründet und betreut wurde, überregional zu kommunizieren. Die Learntech ist die größte Europäische Messe zum Thema eLearning. Sämtliche großen internationalen und nationalen Produzenten von eLearning sind dort vertreten. Es wurde schon zum ersten Messeauftritt eine spezielle Broschüre im Januar 2001 produziert. Das Netzwerk existierte damals erst seit wenigen Wochen und die Broschüre war in der Tat ein Zeichen dafür, dass das Netzwerk sehr zügig zu seiner Handlungsfähigkeit gefunden hatte. Später dann wurden für die Learntech 2002 zwei weitere, Broschüren produziert. Schaut man sich diese Broschüren zum Thema eLearning an, so wird deutlich,

welch immenser Qualitätssprung innerhalb weniger Monate seitens des Netzwerkes eLearning statt gefunden hat. (Siehe Anlage 5)

Im Gegensatz zur Learntech (Produzentenmesse) ist die Frankfurter Buchmesse eine Messe, die vor allem Anwender/Konsumenten anspricht und so wurde die Entscheidung getroffen, auch auf dieser Messe das Netzwerk mit seinen Leistungsmöglichkeiten zu präsentieren. Extra für die Buchmesse wurde ein Flyer in einer Auflage von 500 Stück produziert

Es kann für alle drei Messeauftritte gleichermaßen festgestellt werden, dass dem Netzwerk und seinen Leistungsmöglichkeiten große Aufmerksamkeit zu teil wurde. Man muss sich allerdings vergegenwärtigen, dass eine Netzwerkvertretung lediglich Lobbyarbeit leisten kann. Eine konkrete Auftragsakquise für konkrete Mitgliedsfirmen ist der Natur der Sache gemäß nur eingeschränkt möglich. (Zum Beispiel kann ein Netzwerkmanagement keine Preisverhandlungen für Firmen führen etc.) Es wurden jedoch Kontakte hergestellt und die Daten zur weiteren Bearbeitung an Mitgliedsfirmen weiter geleitet. Außerdem beinhalteten die produzierten und verteilten Broschüren genaue Informationen über Leistungsfähigkeit und Kontaktdaten einzelner Mitgliedsunternehmen. Das Ziel, Öffentlichkeit herzustellen konnte auf jeden Fall erreicht werden.

Sämtliche drei Messebeteiligungen wurden aus dem Budget der Initiative bezahlt.

2.2.3. Pressearbeit

Die Initiative hat in den drei Jahren (2000 bis 2003) insgesamt 13 Pressekonferenzen durchgeführt:

- 5 Pressekonferenzen zum eForum Halle-Leipzig bzw. zum Mitteldeutschen eForum
- 2 Pressekonferenzen zu eLearning-City
- 2 Pressekonferenzen zur Vorstellung der Initiative und zur Vorstellung von produzierten Broschüren sowie zu Messeauftritten
- 2 Pressekonferenzen zur Vorstellung der Leistungen der Firmen vr-fabrik Halle und MSO-concept Halle
- 1 Pressekonferenz zur internationale eLearning Konferenz in Halle im Juni 2001
- 1 Presskonferenz gemeinsam mit der Verkehrspolizei Halle, Vorstellung der eLearning Software zur Verkehrserziehung im Oktober 2001

(Siehe Pressespiegel Anlage 10)

Neben diesen Pressekonferenzen erfolgte von Anfang an eine intensive Zusammenarbeit mit der lokalen und regionalen Presse sowie Rundfunk und Fernsehen.

Insgesamt erschienen 63 Artikel in Zeitungen und Zeitschriften, die die Initiative selbst in Kombination mit bestimmten Ergebnissen zum Inhalt hatten, mindestens, 10 Artikel/ Firmenporträts zu Netzwerkfirmen in Tageszeitungen, die von der Initiative veranlasst und lanciert wurden (siehe Anlage 10), 16 Artikel auf einschlägigen Websites, 14 Beiträge in regionalen Rundfunksendern sowie im MDR Fernsehen sowie im Lokalfernsehen (wobei diese Zahl sich exakt auf die Sendungen bezieht, deren Ausstrahlung beobachtet wurde. Da die Rundfunksendungen nicht kontinuierlich beobachtet bzw. abgehört wurden, können sich in Wahrheit mehr Sendungen ergeben haben. Es sind also mindestens soviel gewesen wie oben genannt). Außerdem wurde zu Fragen des eCommerce im März 2002 eine Ratgeber Telefonforum-Aktion in der Mitteldeutschen Zeitung organisiert, die insgesamt zwei Vollseiten Bericht, Kommentar und Diskussion zum Ergebnis hatte. (Anlage 11)

Auf all diese Veröffentlichungen erfolgte in der Regel eine Resonanz über Leserzuschriften/eMails oder Anrufe, so dass auch dies eine Quelle für weitere Kontakte war.

2.2.4. Kontakte zu Organisationen, Vereinigungen und Symposien/ Durchführung von Symposien und Konferenzen

Es war sowohl Teil der Öffentlichkeitsarbeit als auch Teil der inhaltlichen Arbeit, intensiven Kontakt mit anderen regionalen und überregionalen Vereinigungen, Initiativen und Organisationen zu knüpfen und zu pflegen. Folgende Kontakte wurden hergestellt und größtenteils sehr intensiv gepflegt (Auswahl):

- Bundesinitiative D21 / Unterarbeitsgruppe eLearning
- Inforegio Sachsen-Anhalt
- InnoRegio IAW-2010-Projekt MESSAGE
- Bundesverband mittelständischer Wirtschaft (BVMW)
- Verband der IT- und Multimediaindustrie Sachsen-Anhalt
- Medienstadt Leipzig e.V.
- Mitteldeutsche Medienförderung
- d-motion Förderverein / DVD Festival
- Medienverband Sachsen-Anhalt
- MAHREG Automotive, Sachsen-Anhalt Automotive e.V. (Netzwerk der Automobilzulieferer Sachsen-Anhalt)
- Netzwerk Automobilindustrie Sachsen-Anhalt
- Kompetenzzentrum Harz für Virtual Engineering für Produkte und Prozesse
- Verband der Metall- und Elektroindustrie Sachsen-Anhalt

- Marketingclub Halle
- Mitteldeutscher Medienstammtisch
- Mitteldeutsches Kompetenznetz für elektronischen Geschäftsverkehr
- Initiative Lernende Region Sachsen-Anhalt/ Mitteldeutsche Industrieregion im Aufbruch
- Mitteldeutsches Regionenmarketing
- Center of Excellence Mitteldeutschland
- Bündnis für Innovation und Beschäftigung Halle
- Initiative Telekompetenz
- Virtuelle Existenzgründerakademie Sachsen-Anhalt
- Top Elf
- TELA.start
- INFOSYS
- Sicherung bedarfsgerechten Fachpersonals
- Trendqualifikation – Forschungen zu neuen Qualifikationsbedarfen in der IT- und Multimediabranche

Was die Organisation von Konferenzen und Symposien anbetrifft, so seien diese an dieser Stelle nur genannt, da in den Abschnitten zur inhaltlichen Arbeit darauf näher eingegangen wird:

- 2 Internationale eLearning Konferenzen im Juni 2001 und Juni 2003
- 6 eForen Halle-Leipzig bzw. Mitteldeutschland
- 1 Workshop auf Unternehmerinnenmesse Leipzig in 2001/Thema eLearning
- 2 Wochen eLearning City Halle (2002/2003)
- Inhaltliche Mitgestaltung eines Workshops von D21 auf der Learntech Karlsruhe in 2002

2.3. Marketing und Kundenkommunikation

Die Teilnahme an Messen (siehe Punkt 2.2.2.) ist selbstredend eine Maßnahme, die streng genommen ebenfalls eine Unterstützung der Kundenkommunikation darstellt, soll jedoch in

diesem Punkt unberücksichtigt bleiben.

Im Laufe der Arbeit der Initiative wurde immer deutlicher, dass ein Schwachpunkt der IKT – Branche die Kundenkommunikation bzw. generell das Marketing darstellt. Dies hängt z.T. damit zusammen, dass der konsequente Dienstleistungscharakter der IKT-Branche durch die wettbewerbsbedingte starke Fokussierung auf Innovationen mit kurzer Halbwertszeit noch nicht ausreichend deutlich profiliert werden konnte. (Siehe auch Ausführungen unter 2.2.)

Hier ergaben sich mehrere Möglichkeiten für Lösungsansätze wobei hervorgehoben werden muss, dass die Initiative über keine eigenen finanziellen Mittel für derartige Lösungen verfügte. Die Möglichkeit des Trainings und der Weiterbildung von Geschäftsführern auf dem Gebiet des Marketings musste weitestgehend außen vor gelassen werden. Vorhandene regionale Bildungsanbieter wurden in 2002 angesprochen, zeigten sich an diesem Thema auch interessiert, mussten aber aus verschiedensten Gründen die Erarbeitung eines passfähigen Curriculums ablehnen. Da Probleme der Kundenkommunikation nicht nur in der IKT – Branche evident sind sondern Branchen übergreifend Klein- und Mittelständische Unternehmen (KMU's) betreffen, wurde im Rahmen einer Projektbetreuung im Bereich eLearning die Gelegenheit genutzt, um im Rahmen der Gestaltung von Thema und Inhalt Fragen der Marketingkompetenz von Geschäftsführern aufzugreifen. Es entstand das eLearning Projekt „IVI – Management“. Obzwar es hier primär um ein Pilotprojekt zur Auslotung der interaktiven Möglichkeiten des Mediums DVD für eLearning ging, wurde ein Edutainment Produkt für Geschäftsführer geschaffen, das Marketing - Kompetenzen der Hochschule St.Gallen in der Schweiz, der Handelshochschule Leipzig und der Industrie- und Handelskammern Halle-Dessau und Leipzig sowie der Handwerkskammern Halle und Leipzig zusammen fasst und ein Erzeugnis darstellt, das Geschäftsführern ermöglicht, sich selbstlernend ein Grundverständnis für Marketing und Kundenkommunikation anzueignen. (Siehe auch Abschnitt 2.5.2)

Unabhängig von der Unterstützung der Vermittlung theoretischer Kenntnisse ging es der Initiative jedoch vor allem darum, die Kommunikation zwischen regionalen New Economy - Firmen (IKT-Branche) und der sog. Old Economy in Sachsen-Anhalt und Mitteldeutschland gezielt zu unterstützen. Ein erster und sehr erfolgreicher Schritt in diese Richtung war die Umprofilierung des eForums Halle – Leipzig. Gründer und Veranstalter des eForums sind die Initiative „Halle digital“ das isw Halle-Leipzig e.V. und der Medienstadt Leipzig e.V. War dieses eForum vom Sommer 2000 bis Frühling 2002 vor allem eine Diskussions - Plattform für die IKT-Branche selbst, mit rein IT spezifischen Themen, ging es im Frühjahr 2002 das erste Mal darum, Anbieter und Anwender auf dem eForum zusammen zu führen. Unter dem Titel „wie viel e brauchen Mittelstand und Verwaltung?“ trafen sich am 5.April 2002 Entscheider verschiedener Branchen sowie der Verwaltung. Alle Seiten nahmen die

Gelegenheit intensiv wahr, sich jenseits kommerzieller Alltagsverhandlungen über Sichtweisen und Wünsche der „anderen“ Seite zu informieren. Vor allem von Seiten der Anwender wurde durchgehend der Bedarf nach passfähigen Speziallösungen geäußert und teilweise auch definiert, gekoppelt mit dem Wunsch nach besserem Support.

Seit April 2002 hat sich das eForum konsequent weiter entwickelt zu einer Plattform für Gespräche und Fachdiskussionen zwischen IT – Anwendern und Produzenten. (Siehe auch Anlage 12)

Um den Aktionsradius der Kontaktmöglichkeiten zu erweitern, wurde im Herbst 2002 die IHK Gera als dritter Partner gewonnen und damit das eForum Halle – Leipzig zu einem Mitteldeutschen eForum ausgebaut. Den Hallischen IKT – Firmen steht dadurch eine Mitteldeutsche Plattform zur Verfügung, um ihre Leistungen zu präsentieren und potenzielle Kunden zu treffen bzw. genauer kennen zu lernen. Selbstverständlich blieb die ursprüngliche Aufgabe bzw. das Profil des eForums bestehen: nämlich über neue Trends zu informieren. Die Mischung von Trendinformationen und Kundenkontakten hat sich als Erfolgskonzept bewährt. Das eForum wird auch nach Beendigung von „Halle digital“ fortgeführt.

Auch die Kreation und pilothafte Einführung der Woche eLearning – City Halle im Herbst 2002 und Sommer 2003 hatte primär das Ziel, speziell für Produzenten von eLearning Programmen eine interessierte lokale und regionale Öffentlichkeit herzustellen und strategisch drauf aufbauend mit dieser, in Deutschland offensichtlich einmaligen, Initiative auch überregional Öffentlichkeit zu erzeugen. Da das Thema eLearning – City unter dem Schwerpunkt eLearning (Abschnitt 2.5.) behandelt wird, sei an dieser Stelle lediglich auf seine Bedeutung für die Herstellung einer Öffentlichkeit hingewiesen und mithin auf seine Rolle bei der Markterschließung für eLearning - Produkte.

Ein weiterer Weg im Rahmen einer Markt erschließenden Öffentlichkeitsarbeit war die Kreation einer Veranstaltungsreihe zum Thema: „Langfristige Unternehmenssicherung - IT und neue Medien“. Die Idee zu dieser Veranstaltungsreihe entstand im Rahmen der Initiative und wurde gemeinsam mit dem IHK Bildungszentrum Halle-Dessau GmbH im Rahmen der Initiative Pakte Halle auf den Weg gebracht. (siehe Programm Anlage 13)

Der Spirit dieser Reihe besteht in dem Bestreben, Geschäftsführern der Hallischen IKT – Branche Gelegenheit zu geben, mit Geschäftsführern der sog. Old Economy intensiv ins Gespräch zu kommen und Schwellenängste sowie Denk- und Bedürfnisstrukturen ihrer Kunden näher kennen zu lernen. Gleichzeitig ergibt sich die Möglichkeit, auf diese zu reagieren und an Hand konkreter Probleme im Unternehmensalltag IT-Lösungen aufzuzeigen und zu diskutieren. Eine weitere Absicht dieser Reihe ist der Wunsch, die Entscheider der Old-Economy mit dem nötigen Grundwissen auszustatten, das es ihnen

ermöglicht, sicher in entsprechenden Verhandlungen aufzutreten bzw. sie aufgeschlossen macht für die Angebote der IKT-Branche. Es handelt sich folglich bei diesem Projekt um eine Unterstützung der

Markterschließung für IT - Produkte. Die Reihe wurde als Weiterbildung anerkannt und wird im Rahmen von Pakte Halle aus Mitteln des ESF finanziert. Die Gewinnung von Referenten aus dem Kreis der Geschäftsführer der IKT-Branche erfolgte durch das Projektmanagement der Initiative „Halle digital“. Auch das Curriculum der Veranstaltungsreihe wurde gemeinsam mit dem IHK Bildungszentrum Halle - Dessau durch die Initiative erarbeitet.

Generell zu diesem Unterpunkt soll noch folgendes angemerkt werden:

Das Thema Marketing/Kundenkommunikation ist ein Bereich unternehmerischen Handelns, der in seiner Bedeutung für unternehmerischen Erfolg gar nicht hoch genug bewertet werden kann. Das Management der Initiative hat im Verlaufe der drei Jahre und in unzähligen Firmengesprächen den Eindruck gewonnen, dass in Zukunft auf diesem Gebiet wesentlich mehr an Förder –und Unterstützungsarbeit geleistet werden müsste. Allein die Beeinflussung öffentlicher Wahrnehmung bezüglich der Brisanz dieses Themas für erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung, wäre ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Die Halleschen IKT – Unternehmen sind hinsichtlich ihrer fachlichen Kompetenzen fast durchgängig als international konkurrenzfähig einzuschätzen. Dass fachliche Kompetenz und Leistungsvermögen jedoch konsequent auf Kundenbedürfnisse abgestellt werden und dem Kunden verständlich und vertrauensfördernd kommuniziert werden müssen, ist in seiner existenziellen Dimension noch nicht hinreichend verinnerlicht. Auch die Vermittlung des nötigen Handwerkzeuges für diesen Teil der Unternehmensführung könnte eine größere öffentliche Unterstützung sehr gut gebrauchen. Die Diskrepanz zwischen dem derzeit international verfügbaren Wissen auf diesem Gebiet und dem regional angewandten Wissen ist noch zu groß.

Um vorhandene Möglichkeiten wenigstens ansatzweise auszuloten, hat das Projektmanagement „Halle digital“ drei lokale Werbe- und Designfirmen ausgewählt und zu einem Firmennetzwerk zusammen geführt, das sich den Namen „Quadra“ gegeben hat und aus den Firmen: 3D Marketing und Design Halle, Ö – Konzept Halle und HOSS PR Halle besteht.

Ziel war es, eine Kompetenz in der Stadt aufzubauen bzw. synergetisch zu bündeln, die dem Thema Marketing lokal und regional mehr Gewicht zu geben vermag. Es ist ausgesprochen erfreulich, dass diese drei Firmen, obzwar für gewöhnlich Konkurrenten, zusammen gefunden haben im Bewusstsein, dass durch die Zusammenlegung der Ressourcen (zusammen immerhin rund 40 Beschäftigte) Aufträge bearbeitet werden können, die einzeln

nicht zu schaffen und damit auch nicht zu akquirieren wären. Dies ist nur möglich, wenn alle Mitglieder über einen hohen

Standard an Fairness, Verbindlichkeit und Integrität verfügen. Dieses Netzwerk brauchte „Halle digital“ lediglich als Initialzündung und Anfangsmoderator und hat sich nun verselbständigt, womit sich Fragen der Nachhaltigkeit diesbezüglich bereits von selbst beantworten.

2.4. Humanressourcen

Die bedarfsgerechte Bereitstellung von Fachkräften ist ein Standortfaktor von primärer Bedeutung. Dies trifft insbesondere auch für die IKT – und Multimediabranche zu. Aus diesem Grund war das Thema Humanressourcen eine zentrale Säule innerhalb der Initiative „Halle digital“.

Als „Halle digital“ im August 2000 startete hatte die IKT-Branche national und international an Fachkräftemangel zu leiden. Es wurden in den einschlägigen Unternehmen im Hinblick und im Vertrauen auf z.T. außergewöhnliche Börsengewinne, hohe Gehälter und Löhne gezahlt, mit denen die IKT – Unternehmen in Halle keineswegs konkurrieren konnten. Somit

ergab sich für diese eine doppelt problematische Situation:

- a) Der nationale und internationale Fachkräftemangel traf die regionalen Unternehmen im gleichen Maße wie nationale und internationale Wettbewerber.
- b) Im sich ergebenden Konkurrenzkampf um die „besten Köpfe“ konnten kleine Unternehmen wie sie in Halle die Regel waren und sind, nicht mithalten, was wiederum deren Marktposition schwächte.

Es lag also in der Natur der Sache, dass dieses Thema quasi das erste weil dringlichste war, welches im Rahmen von „Halle digital“ einer Lösung zugeführt werden musste.

Es wurden dabei zwei Wege beschritten:

1. Qualifizierung von Beschäftigten über eine Kooperation mit dem laufenden Projekt POE 2000 (Personal- und Organisationsentwicklung), bei dem Mittel aus dem Europäischen Sozialfonds und dem Landeshaushalt aktiviert wurden zur punktgenauen Weiterbildung von Beschäftigten im IKT – Bereich, um somit Kompetenzlücken mit dem vorhandenen Personal zu schließen.

2. Rekrutierung von geeigneten arbeitslosen Quereinsteigern und deren bedarfsgerechter Qualifizierung mit Mitteln des Arbeitsamtes Halle

Generell müssen in diesem Zusammenhang die vorhandenen kommunalen Leistungspotenziale und deren Bedeutung für die Lösung von Fachkräfteproblemen hervorgehoben werden. Neben der Hochschule für Kunst und Design Halle „Burg Giebichenstein“ leisten die Martin – Luther – Universität Halle Wittenberg sowie mehrere Bildungseinrichtungen auf der Ebene der Berufsschulen einen gewichtigen Beitrag. Für letztere stehen z.B. die Fernsehakademie Mitteldeutschland und die Berufsbildende Schule III. Selbstverständlich hat die Initiative von Beginn an eine sachbezogene Zusammenarbeit mit diesen Einrichtungen gesucht. Dies ist im Laufe der Zeit auf mehreren Ebenen auch gelungen. Bedauerlich für den Standort Halle ist jedoch, dass ein größerer Teil der Absolventen im Bereich universitärer Ausbildung Halle verlässt und in Regionen mit einem höheren Lohnniveau und komplexeren Entwicklungsmöglichkeiten abwandert.

Die Arbeit der Initiative im Bereich Humanressourcen für die IKT-Branche profitierte in nicht unerheblichem Maße von den Forschungsergebnissen, die im Rahmen des Projektes Trendqualifikation vom isw erarbeitet wurden. Es sei hier vor allem auf die Arbeiten zum Thema „Personal- und Qualifikationsbedarf in der IT-Branche – Ableitung möglicher Trendqualifikationen“ hingewiesen. (siehe Anlage 14)

Was den Weg unter Punkt 1. - Qualifizierung von Beschäftigten - anbetrifft, so wurden zwischen August 2000 und August 2003 insgesamt 98 Mitarbeiter von insgesamt 9 Halleschen IKT – und Multimediafirmen weiterqualifiziert. Für diese Maßnahmen wurden insgesamt Fördermittel im Werte von 1 Millionen Euro akquiriert. Diese Projektlinie läuft weiter, so dass der Halleschen IKT – und Multimediabranche auch weiterhin, d.h. nach Ende der Initiative, dieser Service zur Verfügung steht. Da die gesamten Firmenkontaktdaten zwischen den beiden Projekten „Halle digital“ und „POE“ komplett ausgetauscht und angeglichen worden sind, bzw. in den drei Jahren gezielt die Ressourcen der Projektes „POE“ für „Halle digital“ genutzt wurden, ist man im Rahmen von POE in der Lage, den Service für die Firmen aufrecht zu erhalten.

Was den zweiten Weg angeht, so wurde dafür in 2000 eine Arbeitsgruppe „Qualifizierung für die Informationswirtschaft“ gegründet, die anfänglich aus 16 IKT – Firmen bestand, von deren Arbeit schlussendlich jedoch partiell bis zu 40 Firmen profitierten.

Mit der Firma Hoffmann & Partner Fortbildung und Beratung GmbH Halle wurde eine Kooperation eingegangen. Die Geschäftsführerin, Frau Dr. Quade, übernahm den Vorsitz für

die Arbeitsgruppe. Der isw Halle - Leipzig e.V. und mithin die Initiative war sowohl für die Erarbeitung inhaltlicher Lösungen als auch für organisatorische Fragen mit zuständig.

Die Unternehmen, die Personal suchten wurden aufgerufen, Stellenprofile zu erstellen und die gewünschte Bewerberzahl zu benennen. Diese Daten wurden der Firma Hoffmann & Partner zugearbeitet. Über Zeitungsinserate wurde dann nach Interessierten gesucht, deren wichtigstes Merkmal darin bestehen sollte, dass sie sich unabhängig von ihrer bisherigen Qualifikation und ihrem bisherigen Berufsweg eine Zukunft in der IKT – Branche vorstellen könnten. Pro Anzeige meldeten sich in der Regel ca. 100 Interessierte, die im Rahmen eines zweitägigen Verfahrens vorgeprüft wurden. Danach blieben ca. 60 Personen in der engeren Wahl, diese nahmen an einem vierwöchigen Assessment teil. Ziel war die Eignungsfeststellung der Bewerber für eine arbeitsplatzbezogene Qualifizierung. Im Rahmen

dieser vier Wochen wurden sowohl die geforderte soziale Kompetenz festgestellt als auch vorhandene fachliche Kompetenzen geprüft bzw. definiert. In der Auswertung dieser Feststellungsverfahren gab es eine Ergebnisbeurteilung im Sinne einer generellen Biografieberatung sowie erste Vorschläge zur Erarbeitung individueller Qualifizierungs- und Entwicklungspläne. Für diejenigen Teilnehmer, die den geforderten Profilen entsprachen erfolgte eine Zuordnung zu den Unternehmen. Maßgebend waren die von den Unternehmen erarbeiteten Stellencharakteristika einerseits und die Ergebnisse der Eignungsfeststellung andererseits, wobei Wünsche beider Seiten berücksichtigt wurden. Über eine Veranstaltung konnten sich Bewerber und Unternehmen individuell kennen lernen und im Falle eines gegenseitigen Interesses in eine vierwöchige, vom Arbeitsamt finanzierte Projektarbeit starten. Hier gab es dann für beide Seiten die Gelegenheit zu prüfen, ob eine langfristige Zusammenarbeit gewünscht wird. Im Falle eines positiven Ausgangs der Projektarbeitszeit wurden individuelle, auf das jeweilige Stellenangebot oder den Arbeitsplatz bezogene Qualifizierungspläne erarbeitet, deren Realisierung auch unter Nutzung telemedialer Lehr- und Lernformen erfolgte. Ziel war die Einstellung des Arbeitsuchenden im Unternehmen.

Typische Ergebnisse der betrieblichen Projektarbeit waren:

1. sofortige Einstellung (bzw. nach weiterem vierwöchigem betrieblichen Praktikum)
2. Einstellungsoption und Einstellung nach arbeitsplatzspezifischer fachlicher Qualifizierung
3. Feststellung von vorhandenen Potenzialen, die jedoch für das entsprechende Unternehmen nicht passfähig waren
4. Feststellung eines längerfristigen fachlichen Qualifizierungsbedarfs z.B. über Umschulung
5. Feststellung, dass Potenziale nicht vorhanden waren, was jedoch die absolute

Ausnahme darstellte.

6. Neuschaffung und Beschreibung von Arbeitsplätzen

Im Laufe der Beschäftigung der so gewonnenen neuen IKT- Mitarbeiter zeigten sich im Übrigen sehr interessante Synergie-Effekte für die Unternehmen aufgrund der Kopplung von IT-Qualifizierungen und früheren branchenfremden Kenntnissen und Erfahrungen der neuen Mitarbeiter. Als nicht geplanten „Nebeneffekt“ hat man mit diesem Projekt einen Trend vorweg genommen, der heute in der IKT- Branche mehr und mehr Einzug gehalten hat, nämlich Arbeitskräfte zu präferieren, die neben IT- Spezialkenntnissen über Detailkenntnisse aus anderen Fachgebieten verfügen.

Über dieses Projekt Quereinsteiger für die Informationswirtschaft wurden im Zeitraum 2000 bis 2001 insgesamt mehr als 40 Personen aus dem Bereich der Erwerbslosen der IKT- Wirtschaft von Halle passfähig zugeführt, die mit unbefristeten Arbeitsverträgen übernommen wurden. Drei Teilnehmer der Maßnahme haben sich in diesem Zeitraum selbständig gemacht..

Im Zeitraum 2002 bis März 2003 haben insgesamt 238 Personen am Projekt teilgenommen, davon wurden 124 vermittelt, 22 befinden sich in einer fachlichen Qualifizierung, 4 in einer IT Projektarbeit. Ein Teil der vermittelten bzw. empfohlenen Teilnehmer hat zwischenzeitlich eine selbständige Existenz gegründet, vorzugsweise als Dienstleister in der IT - Branche. Die Eignungsfeststellungsmaßnahmen im Jahre 2002/3 fanden branchenoffen für Computerarbeitsplätze im weiteren Sinne statt sowie für Interessenten, die sich von vornherein auf eine Existenzgründung orientierten.

Ein weiteres sehr bedeutsames Ergebnis ist die Tatsache, dass dieses Projekt vom Bundesbildungsministerium aufgegriffen wurde und seine Umsetzung in weiteren Bundesländern z.B. pilothaft erprobt wird.

Die Arbeit zum Thema Humanressourcen im Rahmen von „Halle digital“ ist ein Beispiel für erfolgreiche Netzwerkarbeit, das die eingangs getroffenen Feststellungen zum zeitlich begrenzten Wesen eines solchen Netzwerkes vollauf bestätigen. Inzwischen hat sich nämlich parallel zum Konjunkturgeschehen auch der Fachkräftebedarf gewandelt. Derzeit gibt es prinzipiell ein zumindest genügendes Fachkräfteangebot mit leichter Tendenz zum Überschuss. Dies macht eine Arbeitsgruppe wie die unter Punkt 2 beschriebene aktuell überflüssig – demgemäß hat sich dieses sehr erfolgreiche Netzwerk auch wieder aufgelöst nachdem es seine temporäre Aufgabe erfüllt hatte. Die Unternehmen suchen heute vor allem universitär ausgebildete Fachkräfte.

Der Bedarf nach Qualifizierung vorhandener Mitarbeiter ist hingegen unverändert geblieben und infolgedessen ist die Kooperation mit dem Projekt „POE“ auch nie unterbrochen worden. Im Gegenteil wird dieses – wie bereits ausgeführt – über „Halle digital“ hinaus die IKT-Branche von Halle weiter betreuen.

Innerhalb von nur drei Jahren hat die Initiative täglich auf unterschiedliche Situationen im Bereich Humanressourcen reagieren müssen und dies auch erfolgreich getan. Darüber hinaus wurden ursprünglich gar nicht fokussierte Bereiche aufgegriffen, wie am Beispiel Call-Center im folgenden ausgeführt wird.

2.4.1.Call – Center

Obwohl zunächst nicht geplant, widmete sich die Initiative auch dem Thema Call-Center in Halle, da es hier konkrete Personalfragen zu klären galt. Da außer Zweifel stand, dass Call-Center aufgrund ihrer technisch-technologischen Ausstattung zu den großen Anwenderbranchen der IKT-Wirtschaft gehören, passte dieses Thema durchaus ins Profil von „Halle digital“. Eines der technisch innovativsten Call-Center ist die 3wPhone GmbH Halle (als Multichannel Customer Communication Center), die von Anfang an Mitglied im Netzwerk „Halle digital“ war.

Viele Unternehmen sehen sich mit wachsenden Serviceansprüchen auf Kundenseite und ständig steigenden Marktanforderungen konfrontiert. Durch Globalisierung sowie durch die dynamische Entwicklung im Bereich der elektronischen Medien strömen immer mehr innovative Mitbewerber auf den Markt. Die Folge sind steigender Wettbewerbs- und Kostendruck. Call – Center - Agenturen sind 24 Stunden täglich und 365 Tage jährlich besetzt. Es entsteht eine große Anzahl zukunftsweisender und sicherer Arbeitsplätze. Die Branche ist ausgesprochen personalintensiv und absolut Orts unabhängig. Für eine Stadt wie Halle ist es daher sehr interessant, diesen Bereich zu fördern und zu unterstützen. Im Juni 2001 kam es deshalb auf Wunsch von Branchenvertretern und auf Initiative des Amtes für Wirtschaftsförderung Halle zu einer ersten Sitzung mit dem Projektmanagement von „Halle digital“, die zwei Aufgabenbereiche für die Initiative definierte:

1. Verbesserung des regionalen Images von Call-Center-Arbeitsplätzen (was für die Bereitschaft, in einem Call – Center zu arbeiten von Bedeutung ist)
2. Verbesserung des Niveaus der Ausbildung von Call-Center-Agents, um Halle als Standort für Ansiedlungen attraktiver zu machen.

Die Arbeit zu diesen Themen wurde zu einem beredten Beispiel für den Dienstleistungscharakter der Initiative. Insgesamt wurde mit neun lokalen Call-Centern sowie fünf Bildungsträgern zusammen gearbeitet. Außerdem wurde mit dem Arbeitsamt Halle und den privaten Personaldienstleistern Manpower Halle sowie Adecco ranstad kooperiert.

Zu Punkt 1.

Hier wurde seitens der Branche beklagt, dass die Arbeit des bzw. die Arbeit im Call – Center bundesweit und auch lokal noch unter einem schlechten Image leidet, was sich sowohl bei der noch nicht ausgereizten Auftragslage als auch bei den Schwierigkeiten bezüglich des Personalaufbaus bemerkbar machte. Hierfür wurde um Hilfe gebeten. Allerdings hatten die daraufhin durch die Initiative erarbeiteten Vorschläge wenig Chance auf Realisierung, weil die Call-Center Branche Halles sich leider nicht zu einer konzertierten Aktion entscheiden konnte und eine Alleinflanzierung von Imagekampagnen durch die Stadt bzw. durch die Initiative an die Grenzen des Machbaren gestoßen wäre bzw. ist. Generell musste festgestellt werden, dass die einzelnen Call-Center von Halle zwar an einem brancheninternen Informationsaustausch interessiert waren und gern an den rund sechs Treffen teilgenommen haben, sich jedoch nicht als Branche verstehen wollten. Das hat natürlich letztendlich den Aktionsradius der Initiative stark limitiert. Allerdings konnte zumindest bei dem sehr wichtigen Kooperationspartner Landesarbeitsamt Halle eine noch größere Aufgeschlossenheit für Qualitätsfragen bei der Ausbildung von Call-Center-Agents erreicht werden, was in gewissem Maße auch Lobbyarbeit war.

Punkt 2.

Vorangeschickt werden muss, dass es derzeit den Beruf des Call-Center-Agents nicht gibt. Demgemäß herrscht bundesweit noch keine einheitliche Ausbildungsqualität, was die Arbeit der Call-Center-Betreiber nicht unerheblich erschwert, da diese sich um die Ausbildung in der Regel selber kümmern müssen. Auch Absolventen von Ausbildungslehrgängen als Arbeitsamtsmaßnahme entsprechen häufig nicht den Anforderungen der Call-Center. Daher sind Bemühungen um Zertifizierungen durchaus verständlich.

In diesem Punkt wurde mehr erreicht als bezüglich der Aufgabenstellung unter Punkt 1., wengleich es für das Projektmanagement „Halle digital“ auch hier einen Lernprozess zu durchlaufen galt.

Von Anfang an wurde mit dem Projekt „Sicherung bedarfsgerechten Fachpersonals“ zusammen gearbeitet, das u.a. im Auftrag des Landes Sachsen-Anhalt vom isw unterstützt wurde. (Siehe Anlage 15) Außerdem wurden Erkenntnisse, die im Rahmen des Projektes Trendqualifikation durch das isw erarbeitet wurden, einbezogen.

Die Arbeit auf diesem Gebiet bestand vor allem in der Initiierung und Moderierung von

Diskussionsprozessen zu Inhalten einer Agent Ausbildung. Es galt, sich mit den Call-Centern über grundlegende Anforderungen in der Ausbildung zu verständigen und diese mit den Bildungsfirmen verbindlich zu vereinbaren. Wobei hier auch wichtig war, dem Arbeitsamt Halle transparent zu machen, dass derzeitige Kostensätze eventuell zu eng bemessen sind. In mehreren Gesprächen wurden zuerst Zulassungs- bzw. Auswahlkriterien für Interessenten an einer Ausbildung erarbeitet und diskutiert, welche Arbeitsamtsmitarbeitern die Vorauswahl erleichtern sollten. Des weiteren verständigte man sich dann über das Aufgabenprofil des Call-Center-Agents mit dem Ziel einer Definition. (Ergebnisse siehe Anlage 16)

Die starke Inhomogenität in inhaltlichen Fragen erschwerte eine einheitliche Positionierung. Die Call – Center in Halle hatten sich schussendlich damit arrangiert, dass sie ihre Verschiedenheit auch weiterhin praktizieren wollten.

Was wurde erreicht?:

- Es kam durch die rund 1,5 Jahre währende Phase intensiver Kommunikation zu einem lokalen Selbstverständnis der Branche, das darin bestand, sich eben nicht als Branche finden zu wollen, wenngleich man sehr integer und kommunikativ miteinander umgegangen ist und dies auch für die Zukunft beabsichtigt.
- Es wurden durch inhaltliche Diskussionen Positionen ausgetauscht und ein innerstädtischer Wissenstransfer angeregt und praktiziert, der durchaus die auf Qualität ausgerichteten Positionen gestärkt hat
- Es wurden die lokalen Kompetenzen bezüglich einer hochwertigen Ausbildung von Call-Center-Agents profiliert und damit Halle als Standort für Neuansiedlungen qualifiziert

Durch die Arbeit mit dem Thema Humanressourcen für Call – Center hat sich die Initiative auch als Partner für wissenschaftliche Arbeit empfohlen. So zum Beispiel im Rahmen einer Diplomarbeit an der Martin – Lutheruniversität Halle – Wittenberg, Fachbereich Musik-, Sport – und Sprechwissenschaften am Institut für Sprechwissenschaft und Phonetik zum Them „Kommunikationstraining in der freien Wirtschaft am Beispiel der Ausbildung/Weiterbildung, Call-Center-Agent mit TÜV-

Zertifikat“ (siehe Anlage 17).

Die Zusammenarbeit mit der MLU erstreckte sich auch auf einen intensiven Gedankenaustausch zu grundsätzlichen Fragen. So wurde mit Herrn Prof.Dr.Dr.h.c. Lassmann von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät lange über ein von ihm angefertigtes „Konzept eines Handicapped Call-Centers auf der Basis einer integrierten Informationsverabreitung“ diskutiert und dessen Realisierung in Halle geprüft. Das

Konzept ist dann schließlich deshalb nicht weiter verfolgt worden weil sich zeigte, dass die bereits vorhandenen Call-Center fast durchweg Behindertengerechte Arbeitsplätze zur Verfügung stellen und diese auch zumeist besetzt sind. Außerdem wäre ein nur mit Behinderten besetztes Call-Center kein Beispiel für Integration sondern eher für sein Gegenteil.

Die Initiative war aber auch durchaus bereit, lokale Call-Center im bundesweiten Maßstab zu unterstützen wenn es darum ging, die Erarbeitung von Know-How in Halle zu befördern. So hat auf Anfrage des Call-Centers 3wPhone das isw aktiv die Bewerbung um den Zuschlag für eine „Bedarfsanalyse für die Basiskomponente Call Center und das optionale Grobkonzept für das Bundesverwaltungsamt“ mit gestaltet. Nicht nur, dass die Initiative selbst wissenschaftlich zugearbeitet hat bzw. im Falle des Zuschlages bereits war zuzuarbeiten, es wurde auch der nötige Kontakt zu einem geforderten Kooperationspartner in München hergestellt und dieser als Partner akquiriert. Es handelte sich dabei um die Firma bol - Behörden Online GmbH aus München.

2.5. eLearning

In Bezug auf Fragen und Herausforderungen rund um das Thema eLearning, fiel die Arbeit der Initiative „Halle digital“ in ähnlich turbulente Zeiten wie eingangs generell für die IKT - Branche beschrieben. Als man im Herbst 2000 daran ging, sich diesem Thema im städtischen Maßstab zu widmen galt es, sich erst einmal umfassend darüber zu verständigen was eLearning sei, welche Trends national und international wie diskutiert wurden und wie sich die Kompetenzen hiesiger Firmen entsprechend entwickeln ließen. Noch in 2000 waren die Prognosen für den Einsatz von eLearning ebenso euphorisch wie

überzogen und leider wurde die Euphorie nicht von der Realitätsferne getrennt, so dass oftmals die Begeisterung gemeinsam mit realitätsfernen Übertreibungen schwand.

Es kann überhaupt kein Zweifel darin bestehen, dass eLearning vor allem für die Weiterbildung in der privaten Wirtschaft längst eine feste Größe darstellt. Genauso unstrittig ist aber auch, dass Erwartungen überzogen waren, die meinten eLearning würde Präsenzunterricht überflüssig machen und allumfassende Bildungswirklichkeit werden. Der Begriff „blended learning“ steht vielleicht am ehesten als Synonym für die Erkenntnis, dass eLearning nicht die Ablösung bisheriger Lernformen darstellt sondern dass es sich dabei um eine methodische und didaktische Bereicherung und Weiterentwicklung von Lernprozessen handelt. Eine Entwicklung allerdings, bei der es noch immer eine Reihe unbeantworteter Fragen gibt. eLearning ist kein technisches Prinzip sondern ein pädagogisches. Demzufolge wäre es falsch, dieses Thema IKT-Fachleuten allein zu überlassen und sich ausschließlich auf technische Fragen zu konzentrieren. Natürlich geht es auch um die Lösung von technischen Problemen bzw. um die informationstechnische Gestaltung von Angeboten. Hauptsächlich jedoch entsteht eLearning als Ergebnis einer Wertschöpfungskette, die ganz unterschiedliche Qualifikationen und Kompetenzen vereint. Gerade darin lag und liegt die Chance für Halle, sich im Bereich eLearning einen Namen zu erarbeiten. Denn auch wenn Halle nicht „der“ IKT – Standort ist, so verfügt die Stadt doch über ausgezeichnete Kompetenzen und Erfahrungen im Bereich der Methodik und Didaktik, der Contententwicklung –und gestaltung sowie bei Fragen des Designs. Das Netzwerk eLearning hat deshalb von Anfang an ganz unterschiedliche Unternehmen und Kompetenzen vereint.

Die Arbeit des Netzwerkes und mithin der Initiative beinhaltet vor diesem Hintergrund folgende Schwerpunkte:

1. Initiierung, Organisation und Moderation eines innerstädtischen Wissenstransfers sowie Verständigungsprozesses
2. Vermittlung von städtischen Partnerschaften und Unterstützung neuer Wertschöpfungsketten / Projektarbeit
3. Integration Halles in überregionale Prozesse der theoretischen Selbstverständigung zu Fragen des eLearnings
4. Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit.

Bevor zu den einzelnen Punkten tiefer gehende Ausführungen folgen, soll festgestellt werden, dass die Netzwerkarbeit nicht nur sehr zügig zu Erfolgen führte, sondern dass sie auch sehr schnell die Aufmerksamkeit der Landesregierung genossen und durch eine separate Förderung eine enorme Aufwertung erfahren hat. Bereits im Frühjahr 2001 wurde

das lokale Netzwerk durch das Ministerium für Wirtschaft und Technologie Sachsen-Anhalt gefördert. Dadurch war es zumindest für einige Monate möglich, die Betreuung des Netzwerkes weiter zu qualifizieren, statt wie bis dahin diese Aufgabe als eine von mehreren realisieren zu müssen. (Siehe Anlage 18) Obzwar diese Förderung nur einen begrenzten Zeitraum betraf war sie für „Halle digital“ eine Hilfe, da es in der Startzeit erheblicher Anstrengungen bedurfte, zielorientiert Weichenstellungen zu erproben und vorzunehmen. Ein weiterer Punkt war, dass die separate Netzwerkförderung gerade in die Zeit des internationalen Börsencrashes fiel, der entsprechende internationale Konjunkturerinbrüche zur Folge hatte, was die Initiative und vor allem die lokalen und regionalen IKT – Firmen vor nicht unerhebliche Probleme stellte.

2.5.1. Initiierung, Organisation und Moderation eines innerstädtischen Informations- und Verständigungsprozesses

Im Herbst 2000 wurde mit anfänglich 20 Unternehmen aus dem IKT – und Bildungsbereich das Netzwerk eLearning „Halle digital“ gegründet. Von da an fanden bis Anfang 2002 fast jeden Monat Netzwerktreffen im Sinne von Workshops statt, insgesamt bis Februar 2002 12 Treffen. Im Laufe dieser Zeit erweiterte sich das Netzwerk auf zeitweise 40 Mitglieder. Das vorrangige Ziel dieser Treffen war ein innerstädtischer Wissens- und Informationstransfer zu Erfahrungen und Kompetenzen der einzelnen Mitglieder. Außerdem wurden theoretische Fragen des eLearnings erörtert und eigene Positionen herausgearbeitet. Ein nicht zu unterschätzender Effekt dieser Treffen war auch das gegenseitige „Sich kennen lernen“ der Teilnehmer, woraus sich eine Reihe von Projektgemeinschaften und temporären Kooperationen ergaben.

Nach über einem Jahr hatte diese Form der Netzwerkarbeit seinen Zweck erfüllt – nämlich das Zusammentragen und transparent machen von lokalem und regionalem und überregionalem Wissen - und es formierten sich konkrete Projektarbeitsgruppen.

Die erarbeiteten Informationsstrukturen haben jedoch trotz der Tatsache, dass die regelmäßigen Treffen im großen Kreis ausliefen, eine gewisse Stabilität behalten, so dass bei anstehenden Aufgaben darauf weiterhin zurückgegriffen werden konnte und kann. Ein ganz wichtiger Effekt dieser Treffen war, dass man sich kennen gelernt hat, dass man weiß wer in der Stadt sich womit beschäftigt und dass die Erfahrung von einem vertrauensvollen Umgang eine Grundatmosphäre in der Branche geprägt hat und prägt.

An dieser Stelle sei auch auf Konferenzen bzw. Workshops zum Thema eLearning hingewiesen, auf die an anderer Stelle eingegangen wird und die selbstverständlich Teil dieses Prozesses waren und sind.

2.5.2. Vermittlung von lokalen Partnerschaften und Unterstützung neuer Wertschöpfungsketten / Projektarbeit

Hier ging es darum, konkrete Projekte zu initiieren bzw. zu unterstützen. Die regelmäßigen Treffen im Rahmen des Netzwerkes hatten natürlich auch den Effekt, dass Teilnehmer erkennen konnten, wer an ähnlichen Themen arbeitete bzw. wer über Kompetenzen in Ergänzung zu den eigenen verfügte. Auf diese Weise wurden Gespräche im kleineren Kreis angeregt, die vom Management der Initiative intensiv betreut und unterstützt wurden. Im Ergebnis kristallisierten sich mehrere Projekte heraus. Die nachfolgende Aufzählung erfasst nur die Projekte, die eine Verwirklichung bzw. eine Förderung erfahren haben, tatsächlich wurden mehr Projekte kreiert, die jedoch aus verschiedensten Gründen nicht zur Realisierung gelangten. Dennoch gehörten diese eigentlich mit in die Aufzählung weil auch gescheiterte Projekte Wissens- und Erfahrungszuwachs brachten und somit zum Bestandteil der positiven Gesamtbilanz zu rechnen wären. Im Folgenden ist eine Auswahl der im Netzwerk eLearning kreierten Projekte bzw. Produktentwicklungen aufgelistet:

- Interaktive Unterrichtssoftware für geistig- und mehrfachbehinderte Schülerinnen und Schüler an Sonderschulen
- Bildende Kunst. Sehen – Verstehen – Gestalten. Ein interaktiver Medienbaukasten für den Kunstunterricht
- ELISA eLearning Innovations-Center Sachsen-Anhalt (Celook)
- Online-Lernsystem für Mitarbeiter in der Chemie
- Computerspiele – Programm zur Verkehrserziehung an Schulen
- IVI – Management – Interaktives DVD-Videolernsystem zu Fragen der Marketing-Kompetenz von Geschäftsführern in KMU's
- „In-Time-Learning for In-Time-Jobs
- MediaNorm – Multimediale Darstellung von DIN im Bereich Wasser- und Abwasseranalyse
- Orangegate
- Tele@zubis
- Telkompetenz
- Virtuelle Existenzgründerakademie
- eHospital/ MIA Teilprojekt

Es sei an dieser Stelle auf die im Anhang befindliche Broschüre eLearning 2002 in Anlage 5 verwiesen, die einige Projekte näher vorstellt.

Im Folgenden werden drei Projekte beispielhaft beschrieben:

1. Computerspiele – Programm zur Verkehrserziehung an Schulen

Dieses Projekt ist ein anschauliches Beispiel wie über das Netzwerk hinaus regionale Kontakte geknüpft und erfolgreich eingesetzt wurden. Projektpartner waren die Netzwerkfirma Virtech sowie zwei externe Partner. Diese waren die Hallenser Polizeidirektion Bereich Prävention und die Firma Ö-Konzept. Ausgehend von der Tatsache, dass Verkehrserziehung Teil der schulischen Ausbildung ist, jedoch im Zeitalter moderner Kommunikationstechnologien immer noch mit Malheft und Anzeigetafeln bestritten wird, fiel die Entscheidung, ein eLearning - Programm zur Unterstützung schulischer Verkehrserziehung zu entwickeln. Dazu wurde Kontakt zur Verkehrspolizei, der oben genannten Polizeidirektion aufgenommen. Gemeinsam mit der Verkehrspolizei hat die Firma Virtech ein Spieleprogramm entwickelt, das auf einer Pressekonferenz vorgestellt wurde und eine große öffentliche Resonanz erfuhr. (Siehe Anlage 19) Außerdem wurde dieses Programm auf dem ersten d-motion – Festival Halle im

Dezember 2001 mit dem Hal - Award ausgezeichnet und prämiert. Die Firma Ö-Konzept Halle übernahm in Auswertung der öffentlichen Resonanz die Überarbeitung des Designs als eine eigene Investition. An dieser Stelle kristallisierte sich im Übrigen auch heraus, dass eLearning eng verbunden ist mit einer speziellen Kompetenz im Computerdesign über die Halle durchaus reichlich verfügt.

2. IVI – Management

Dieses Projekt entstand als gemeinsames Projekt der Firmen digital spirit Halle GmbH und der SCHMIDTZKATZE Filmproduktion. Die Firma digital spirit Halle wurde im Herbst 2000 damals noch als Firma medialine im Rahmen der Initiative „Halle digital“ angesiedelt.

Beide Firmen haben sich durch die Initiative kennen gelernt. Das Projekt wurde von Anfang an vom Projektmanagement der Initiative inhaltliche und organisatorisch betreut bis hin zu Fragen der Förderung und Förderbewilligung durch das Wirtschaftsministerium von Sachsen-Anhalt. Als unterstützendes Netzwerk konnte die Initiative das IHK-Bildungszentrum Halle-Dessau, die IHK – Leipzig sowie die Handwerkskammer Halle gewinnen. Kontenpartner wurden die Handelshochschule Leipzig sowie die Business School St. Gallen in der Schweiz. Ziel war die Erstellung eines Prototypen, der die Möglichkeiten der DVD als eLearning – Medium ausreizt. Zielgruppe waren Geschäftsführer im Bereich KMU, die Grundwissen zu Fragen des

Marketings im Stile des Edutainments vermittelt bekommen sollten. Die Produktion von IVI - Management ist inzwischen abgeschlossen, der zusätzliche Einsatz im universitären Bereich wird zur Zeit erwogen. Die Handelshochschule Leipzig zeigt großes Interesse an der Fortführung des Projektes. Das Projekt wurde vom Wirtschaftsministerium des Landes Sachsen-Anhalt mit rund 150.000 Euro gefördert.

3. *MediaNorm*

Die Firma Elektrochemie Halle GmbH (ECH) stellt Geräte zur Wasser,- Abwasser – und Klärschlammanalyse her. Als Mitglied des Deutschen DIN - Ausschusses und Inhaber sowie Entwickler relevanter Normen bestand ein Interesse, den produzierten Analysegeräten ein multimediales eLearning – Produkt zur Seite zu stellen, das dem Anwender des Gerätes gleichzeitig auch das nötige Wissen über das „Wie“ vermittelt, um tatsächlich gerichts feste Analyseergebnisse zu erzielen. Die Firma ECH wurde Mitglied des Netzwerkes eLearning. Schließlich wurde erwogen, diese Idee zu einem förderfähigen Projekt zu gestalten. Das Management der Initiative nahm Kontakte zum Wirtschaftsministerium Sachsen-Anhalt auf und begleitete den Prozess von der Gestaltung eines Projektteams bis hin zur Unterstützung des Antragsverfahrens zur Förderung des Projektes MediaNorm. Das Projekt wurde schließlich mit 100.000,-Euro vom Land Sachsen-Anhalt und aus EU-Mitteln gefördert und war Grundlage einer Unternehmensgründung, nämlich der Firma MediaNorm Halle, die sich nun ausschließlich der Produktion von eLearning-Software für die multimediale Darstellung von Analysenormen widmet. Der Beuth - Verlag Berlin-Zürich-Wien mit Sitz in Berlin und mit seinem Alleinvertriebsrecht für DIN – Vorschriften in Deutschland, hat den Vertrieb dieser eLearning-Produkte als CBT übernommen.

2.5.3. Integration Halles in überregionale Prozesse der theoretischen Selbstverständigung zu Fragen des eLearnings

Ein wichtiger Eckpfeiler im Rahmen dieser Aufgabe war der Beitritt des Netzwerkes eLearning zur Unterarbeitsgruppe (UAG) eLearning der Initiative D21. Die Initiative D21 ist eine Initiative der deutschen Wirtschaft unter Schirmherrschaft des Bundeskanzlers Gerhard Schröder mit dem Ziel, Deutschland fit zu machen für das Informationszeitalter des 21. Jahrhunderts. Als die Arbeitsgruppe im Mai 2001 gegründet wurde war „Halle digital“ mit dabei. Dadurch war es möglich, aktiv an den nationalen Diskussionen zu Fragen des eLearnings teil zu haben und dies in zwei Richtungen:

- Über Newsletter und persönliche Kontakte erfolgte ein Wissenstransfer nach Halle
- Über Kontakte und Gespräche konnte Halle seine innerstädtischen Prozesse und Diskussionen nach außen kommunizieren

Als im September 2002 das erste Mal die Woche eLearning-City Halle stattfand kam Herr Markus Schwertel von Cisco Systems und Leiter der UAG eLearning bei D21 speziell zur Eröffnungs-Presskonferenz nach Halle, um die lokale Initiative als einmalig in Deutschland zu würdigen.

Erwin Staudt - Vorsitzender der Geschäftsführung der IBM Deutschland GmbH und Vorsitzender der Initiative D21 – war umgehend bereit, für die Broschüre eLearning „Halle digital“ das Vorwort zu schreiben und diese Initiative zu würdigen. (Siehe Anlage 5)

Derartige Anerkennungen waren ein deutliches Signal, dass es gelungen ist, das was in Halle auf dem Gebiet des eLearnings geschieht, erfolgreich überregional in Fachkreisen bekannt zu machen.

Und natürlich war es eine Anerkennung Hallischer Kompetenzen, als das Netzwerk eLearning Halle gemeinsam mit der UAG eLearning von D21 ein Symposium auf der LearnTech in Karlsruhe im Februar 2002 gestaltete.

Wenn es um nationale Anerkennung lokaler und regionaler Leistungen geht, dann muss ebenfalls darauf verwiesen werden, dass Netzwerkmitglieder nationale Auszeichnungen für ihre Konzepte und Leistungen erhielten. Im Rahmen der Initiative wurden einzelne Leistungen z.B. im Frühjahr 2002 in einer Pressekonferenz mit dem damaligen

Kultusminister des Landes Sachsen-Anhalt, Herrn Harms, bekannt gemacht und in Detailfragen auf Wunsch unterstützt. Dies betraf das Projekt „Spanisch lernen mit Miro“ sowie „Uhr und Zeit“, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert und in 2002 im Rahmen des Forschungs- und Entwicklungswettbewerbs „uni@schule“ mit dem 1.Preis gewürdigt wurde. Es entstand als Gemeinschaftsarbeit des Aninstituts für Software Consulting und Entwicklung der Hochschule für Kunst und Design Halle, der vr/fabrik Halle sowie der Astrid Lindgren Schule Halle.

Es sei auch an dieser Stelle auf die Broschüre 2002 eLearning im Anhang verwiesen, die einen ausführlichen Überblick gibt über die Arbeit des Netzwerkes bzw. die Leistungen von Netzwerkmitgliedern auf dem Gebiet des eLearnings.

Was Fragen der überregionalen Ausstrahlung anbetrifft, so muss die internationale eLearning Konferenz Halle im Juni 2001 erwähnt werden sowie der über „Halle digital“ kommunizierte Wolfgang Hande – Preis des isw Halle-Leipzig e.V. für herausragende Leistungen im Bereich eLearning, der bundesweit ausgeschrieben war.

Die eLearning Konferenz im Jahre 2001 hatte den Titel „e-Learning 2001 - Lerntrends in der beruflichen Aus- und Weiterbildung“ und wurde gemeinsam mit der Technischen Universität Chemnitz, Mittelstandszentrum, Professur für Erwachsenenbildung und betriebliche Weiterbildung ausgerichtet. Die Konferenz zählte 226 Teilnehmer aus dem In- und Ausland und behandelte verschiedene Themen zu Fragen des eLearnings. Referenten von der Universität Stuttgart bis zur National University Kalifornien, sowie von deutschen Verlagen und Groß-Unternehmen brachten nicht nur neuestes Know-How nach Halle, sondern haben Halle als eLearning – Kompetenzstandort weit über seine Grenzen hinaus empfohlen. (Siehe Anlage 20)

2.5.4. Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit

Es wurde an anderer Stelle schon darauf eingegangen, dass die Initiative mehrere Pressekonferenzen organisiert hat, um auf das Thema als solchem und die Leistungen Hallischer Firmen im Besonderen aufmerksam zu machen. Es wurden speziell zu Fragen des eLearnings sieben Pressekonferenzen durchgeführt (siehe auch Abschnitt 2.2.3)

Auch die Präsenz auf internationalen Messen ist ein Punkt, der an anderer Stelle bereits

erwähnt wurde und ebenfalls dazu zählt. (2 x Learntech Karlsruhe, 1 x Frankfurter Buchmesse) und natürlich sind Konferenzen und Symposien ebenfalls als Öffentlichkeitsarbeit zu zählen. Insofern soll auf bereits Ausgeführtes verwiesen werden. Noch nicht erwähnt wurde die Präsenz des Netzwerkes eLearning auf der UnternehmerInnenMesse Leipzig in 2001, auf der das Projektmanagement einen Workshop inhaltlich gestaltete zum Thema „Netzwerk eLearning – ein Profil im Rahmen von Halle digital“

In 2002 fiel der Entschluss, das Thema eLearning lokale und regional über den Kreis der Fachleute hinaus fester zu verankern als dies bis dahin der Fall war. Vor allem wenn es um Fragen des schulischen eLearnings geht, besteht in Halle und in Sachsen-Anhalt insgesamt noch Nachholebedarf, wobei vor allem die betreffenden Personenkreise (Lehrer, Verwaltungsangestellte, Mitglieder der Landesregierung) noch intensiver darüber aufzuklären wären, was überhaupt unter eLearning zu verstehen ist.

Vor allem um den Einsatz von eLearning bei einer breiten Anwenderschicht attraktiver zu machen, wurde die Idee von eLearning – City kreiert. Eine ganze Woche lang sollte es Veranstaltungen für unterschiedlichste Bevölkerungskreise geben, die die verschiedenen Facetten und Einsatzmöglichkeiten erlebbar machen. Es sei an dieser Stelle auch auf die beiden ausführlichen Auswertungen (inklusive der Programme) der zwei Wochen eLearning-City in 2002 und 2003 im Anhang 21 und 22 verwiesen.

Es handelte sich zweifelsohne dabei um ein Experiment, da es eine solche Woche in Deutschland noch nicht zu geben scheint. Für diese Woche wurde nur ein verschwindend geringes Budget eingesetzt, das noch dazu vorrangig aus Sponsorengeldern bestand, die durch die Initiative akquiriert wurden. Die Woche eLearning – City im

September 2002 stand unter dem Motto des Generationen übergreifenden Lernens und hat neben Kindern, Jugendlichen, Lehrern und Beschäftigten auch Senioren als Zielgruppe angesprochen. Hingegen war die Woche im Juni 2003 ganz klar auf den Einsatz von eLearning im schulischen Bereich gerichtet unter besonderer Beachtung von Schülern mit körperlichen- und Lernbehinderungen.

Um jeweils eine Woche ohne nennenswerte Mittel interessant zu gestalten, war es unumgänglich, dass eine möglichst große Zahl an Partnern gewonnen werden konnten. Insofern war eLearning-City auch ein Zusammenfassen städtischer Kompetenzen auf diesem Gebiet und darüber hinaus eine erfolgreiche Aktivierung der Unterstützung von Behörden und Institutionen, auf die zurückgegriffen werden konnte. Diese hatten sich vielfach bis dahin mit diesem Thema noch kaum beschäftigt. Da auch die öffentliche Medienlandschaft sehr interessiert berichtete, konnte von Anfang an eine sehr große Öffentlichkeit hergestellt und das Bewusstsein dafür, dass es diese neue Lernform gibt, geschärft werden.

In 2003 gelang es u.a. rund 90 Studenten des Bereichs Pädagogik der Martin-Luther - Universität für eine Teilnahme an dieser Woche zu gewinnen, was die Bedeutung der Woche über eine „bloße“ Öffentlichkeitsarbeit hinaus erhöht hat. Was damit gemeint ist wird deutlich wenn man zu bedenkt, dass diese 90 Pädagogik-Studenten bis dahin noch keinerlei Ausbildung in Bezug auf eLearning genossen hatten und der Lehrplan der universitären Ausbildung eine solche auch generell nicht vorsieht. Dies ist umso überdenkenswerter, als damit ein Hauptproblem für die Implementierung von eLearning – Anwendungen in der schulischen Ausbildung allgemein, in die Zukunft hinein konserviert wird. Es geht um die Schwellenängste eines sehr großen Teils der Lehrerschaft bezüglich des Einsatzes neuer Medien. Durch die Teilnahme der Pädagogik Studenten an gläsernen Klassenzimmern bzw. an Einführungsseminaren zu Fragen der methodisch und didaktisch sinnvollen Anwendung von entsprechenden

Programmen, wurden die Studenten auf dieses Thema aufmerksam gemacht. Dies mündete vielfach in der Forderung, im Rahmen des Studiums eine entsprechende Ausbildung zu erhalten. Damit konnte ein ganz wichtiges Ziel dieser Woche erreicht werden. Eine bessere Lobbyarbeit kann es bezüglich des schulischen eLearnings nicht geben, als wenn zukünftige Lehrer dafür begeistert werden.

Die Vorbereitungsarbeiten für die Woche haben inzwischen ein eigenes Netzwerk aus Firmen, Behörden (staatliche Schulverwaltung, Gewerkschaft Erziehung / Wissenschaft, Lehrerfortbildungsinstitut Sachsen-Anhalt u.a., Polizeidirektion Halle), Vertreter aus

dem schulischen und beruflichen Bildungsbereich sowie Initiativen geschaffen. Nur dieser sehr kooperativen Zusammenarbeit unter der Leitung von „Halle digital“ war es zu verdanken, dass diese Wochen überhaupt zustande kamen. Es wäre mehr als wünschenswert, diese Wochen fortzusetzen. Zumal die Kinder und Jugendlichen nicht nur begeistert reagierten sondern auch erstaunliche Lernergebnisse zeigten. Ein weiterer wichtiger Grund ist das nach wie vor eingeschränkte Interesse der Landespolitik an diesem Thema, was sich einerseits darin ausdrückt, dass der Bildungsausschuss der Landtages Sachsen-Anhalt bis dato zwar noch nie über eLearning debattiert hat (nach eigenen Aussagen) andererseits aber auch keiner Einladung gefolgt ist. Hier muss dringend weiter gearbeitet werden, da gerade die Anwendung von eLearning im schulischen Bereich als eine Entwicklung zu sehen ist, die von der Politik auf allen Ebenen nicht nur mitgetragen, sondern auch stark stimuliert werden muss.

Zwar noch in der Arbeit aber ebenfalls Teil der Öffentlichkeits – und Lobbyarbeit im Rahmen von eLearning – City ist ein Projekt der Initiative zusammen mit der AG „Gegen Gewalt an Kindern und Jugendlichen“ – eine Initiativegruppe verschiedener sozialer Einrichtungen und Institutionen in der Stadt Halle. Diese AG führt im Herbst 2003 Medientage durch und konnte dafür begeistert werden, pilothaft ein eLearning-Projekt zu entwickeln, das Fragen der Gewaltprävention bei Jugendlichen als eLearning aufarbeitet. Das Drehbuch bzw. das Konzept wurde von den Mitgliedern der AG bereits fertig gestellt, es laufen Gespräche mit unterschiedlichen Akteuren der Stadt, an der Umsetzung mit zu arbeiten. Diese Gespräche werden vom isw über die Laufzeit von „Halle digital“ hinaus weiter geführt. Das Ergebnis ist natürlich offen. Allerdings ist ein bereits jetzt erreichtes Ergebnis das, dass sich Berufsgruppen mit Fragen des eLearnings beschäftigt haben, die sich bisher dafür nicht interessierten bzw. nichts darüber wussten.

2.5.5.eLearning für Menschen mit Behinderungen

Ein spezielles Kapitel ist das Thema Neue Medien und eLearning für Menschen mit Behinderungen. Das Netzwerk eLearning hat sich dieses Themas von Anfang an gewidmet. So war das Berufsförderungswerk Hallw g.GmbH Berufliches Bildungszentrum für Blinde und Sehbehinderte Mitglied im Netzwerk eLearning und brachte nicht nur dieses Thema sondern auch Wissen und Erfahrungen auf dem Gebiet eLearning für Blinde und Sehbehinderte ein. Prof. Walch vom Aninstitut der Hochschule für Kunst und Design ISC Halle und die vr/fabrik Halle widmen sich in einigen Projekten dem Thema eLearning für geistig – und mehrfach behinderte Schüler, wie an früherer Stelle schon ausgeführt.

Die Initiative bemühte sich erfolgreich um eine Zusammenarbeit mit dem Team von Frau Prof. Dr. Schlenker – Schulte vom Fachbereich Erziehungswissenschaften/ Aninstitut für Rehabilitationspädagogik/ Sprachbehindertenpädagogik der Martin-Luther Universität Halle –Wittenberg, an dem man sich mit Fragen des eLearnings für Sprachbehinderte speziell Gehörlose beschäftigt.

All diese unterschiedlichen Akteure wurden in einem von der Initiative organisierten Workshop im Rahmen der Europa-Woche 2003 zusammen geführt, der im Mai 2003 stattfand und das Thema hatte: „Die Bedeutung neuer Medien bei der Integration von Behinderten in die Gesellschaft – Ein Beitrag zum Europäischen Jahr der Menschen mit Behinderungen“.

(Siehe Anlage 23) Weitere Teilnehmer waren Vertreter von Hallischen Schulen für Behinderte sowie Verbände.

Als Fortsetzung des auf dem Workshop Diskutierten wurden in der eLearning-City- Woche im Juni 2003 die Gläsernen Klassenzimmer vor allem für Schüler mit verschiedenen Behinderungen ausgerichtet.

In der Folge dieser Bemühungen konnte man auch wertvolle Gespräche mit den Schulvertretern bzw. Direktoren der Hallischen Schulen für Behinderte führen. Ein zentrales Problem stellt in Halle der technische Support für den Einsatz vorhandener Computer dar. Es ist der Initiative gelungen, drei IT Firmen aus Halle zu gewinnen, die bereit sind, kostenlosen Support für diese Schulen zu leisten. (Siehe Anlage 24)

Ebenfalls in dieses Thema gehören die intensiven Bemühungen der Initiative um die Etablierung der Start UP Firma liwing IT-Services Halle und deren Produkt Flexpage.

Flexpage ist eine Software zur barrierefreien Darstellung von Internetseiten. Diese ist selbst im Bundesmaßstab eine sehr schnelle Reaktion auf ein aktuelles Bundesgesetz, das sämtlichen Trägern öffentlichen Rechts vorschreibt, ihre Internetpräsenzen barrierefrei zu gestalten. Nicht nur, dass die Initiative liwing IT-Services unternehmerisch betreut hat, sie hat sich auch intensiv um eine Förderung eines entsprechenden Piloten gekümmert. (Siehe auch Anlage 36)

So ist es denn auch gelungen, im Rahmen des Sonderfonds lokales Kapital für soziale Zwecke im Rahmen der Initiative Pakt für Arbeit der Stadt Halle (Bündnis für Innovation und Beschäftigung/BIB) eine Förderung von 10.000,-Euro zu erhalten, um ein barrierefreies Internetportal für Behinderte der Stadt Halle durch die Firma liwing IT-Services als Piloten erstellen zu lassen. Dieses Projekt hat nicht nur Öffentlichkeit für das Thema hergestellt, es unterstützt auch den Aufbau lokaler und regionaler IT-Kompetenzen auf diesem Gebiet. Außerdem gibt es der Firma ein Instrument für den erfolgreichen Vertrieb dieser Software in die Hand.

2.6. Digitale Medien / DVD Produktion

Halle weist im Bereich digitaler Medien / DVD – Produktion in zweierlei Hinsicht eine besondere Situation auf. Zum einen weil Halle und Sachsen – Anhalt deutschlandweit Vorreiter auf dem Gebiet des DIGITAL RADIOS sind und zum anderen weil in Halle einer der größten Produzenten für DVD – Mastering seinen Sitz hat, die Firma digital images.

Beides war ein Grund, weshalb beschlossen wurde, diesen Bereich mit in das Arbeitsfeld der Initiative einzubeziehen. Ebenfalls unter dieser Überschrift liefen sämtliche Aktivitäten zur Unterstützung der Medienbranche insgesamt. Es soll an dieser Stelle keine weitere inhaltliche Standortbeschreibung für Halle erfolgen, da das Projektmanagement der Initiative im Auftrag des Amtes für Wirtschaftsförderung die Redaktion für eine extra Broschüre übernommen und bereits abgeschlossen hat. (siehe auch Anlage14) In dieser Broschüre wurden/ sind die Besonderheiten und Stärken der Stadt Halle als Medienstandort herausgearbeitet und werbewirksam präsentiert.

Bereits im Februar 2001 wurden 14 Unternehmen aus dem Bereich Medien/DVD eingeladen und Möglichkeiten sowie Wünsche einer Netzwerkarbeit besprochen. Sehr schnell jedoch kristallisierte sich heraus, dass die Arbeit in diesem Themenbereich anders verlaufen muss als z.B. im Bereich eLearning. Aufgrund der Inhomogenität und Spezialisierung trafen sich die verschiedenen Firmen nicht bei einem gleichen Produkt, wie das im Falle des eLearnings möglich war, sondern man teilte eher ähnlich gelagerten Interessen oder temporäre Probleme. Die Produktprofile waren und sind inhomogen und nur teilweise kompatibel. Hinzu kommt, dass die Medienbranche bereits über ein sehr gut ausgebautes Dienstleistungs – und Lobbysystem verfügte und weiterhin verfügt. Mit der Mitteldeutschen Medienförderung, dem Medienverband Mitteldeutschland, dem Produzentenverband sowie der Landesmedienanstalt Sachsen-Anhalt gab es von Anfang an Institutionen, die sowohl wegen

ihrer Spezialisierung und ihrer personellen und finanziellen Ausstattung als auch auf Grund ihrer Einbindung in die Landespolitik wirkungsvoller agieren konnten und können, als das für die Initiative möglich gewesen wäre. Die erste Aufgabe der Initiative bestand somit darin auszuloten, welchen Platz sie sinnvollerweise in diesem bereits vorhandenen Netz an Dienstleistern ausfüllen kann und sollte. Es folgte der Entschluss, konsequent in Richtung ergänzender Dienstleistung zu arbeiten.

Ein vordringlich geäußelter Wunsch der im Februar 2001 geladenen Firmen war der nach engeren Kontakten zur Hochschule für Kunst und Design „Burg Giebichenstein“ Halle. Die

Hochschule stellt für den Standort Halle bezüglich des Themas Medien ein Alleinstellungsmerkmal dar. Die Ausbildungskompetenzen im Bereich Mediendesign z.B. sind deutschlandweit einmalig. Bei dem gewünschten Dialog ging es um die Erschließung der Ressourcen der Hochschule für die Medienunternehmen sowie die Integration der Erfahrungen und Bedürfnisse dieser Unternehmen in die Ausbildungsprofile der Hochschule. Um einen entsprechenden Prozess in Gang zu setzen, organisierte die Initiative eine Veranstaltung in den Räumen der Hochschule, die im Mai 2001 stattfand und an der neben rund 40 Firmen der IT - und Multimediabranche der Rektor und Kanzler der Hochschule sowie Frau Oberbürgermeisterin I.Häußler teilnahmen. Die Hochschule stellte ihre Leistungsprofile und Kompetenzen vor und es ergaben sich vielfältige Kontakte und Kooperationen zwischen Hochschule und einzelnen Firmen. Besonders wichtig war das eindeutige Bekenntnis von Rektor und Kanzler, jeder Zeit für Gespräche mit lokalen und regionalen Firmen zur Verfügung zu stehen. Als später die Firma motionworks Halle für den erfreulicherweise erhaltenen Zuschlag zum Trickfilm „der kleine Eisbär“ dringende Personalprobleme zu lösen hatte, erwies sich der Kontakt zur Hochschule als sehr hilfreich.

Es wurde in Folge des Workshops abgestimmt, dass sich ab dem Wintersemester 2001/2002 regionale Firmen vor Studenten vorstellen, um auf diese Weisen berufliche Perspektiven in Halle zu vermitteln. Am 22.11.01 fand dann auch die erste Firmenvorstellung statt (motionworks Halle, WISL Halle, VirTech). Leider fand diese Reihe kein nennenswertes Interesse bei den Studenten, so dass sie wieder eingestellt wurde.

Im Laufe der drei Jahre jedoch haben sich recht effiziente Kommunikationsstrukturen zwischen der Medienlandschaft Halle und der Hochschule herausgebildet. Nicht zuletzt war die Hochschule stets bereit, Veranstaltungen von „Halle digital“ personell und sachlich zu unterstützen. Im Gegenzug hat die Initiative bei allen produzierten Publikationen die Hochschule repräsentativ mit einbezogen.

2.6.1. Bereich Film

Was Medienfirmen anbetrifft, so hat sich die Initiative im Laufe der Zeit durchaus zu einem Ansprechpartner für Filmfirmen entwickelt, wobei es vermehrt um Fragen des Marketings und der Unternehmensförderung ging. Selbstverständlich konnte „Halle digital“ zu keinem Zeitpunkt das leisten, was diesbezüglich die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) leistete und leistet. Jedoch wurde eine tragfähige Kooperationsplattform mit dem MDM aufgebaut und unterschiedlichste Kontakte über diese Schiene gepflegt. Ein Beispiel ist die Zusammenarbeit mit der Firma NFP Berlin (Neue Filmproduktion), bei der es darum ging, den in Kooperation mit den USA produzierten Spielfilm „Martin Luther“ so zu vermarkten, dass der Standort Halle und Sachsen-Anhalt als integraler Bestandteil der Filmwerbung mit beworben wird. Die Bereitschaft von NFP diesbezüglich war und ist sehr groß. Obzwar seitens der Initiative mehrere Versuche gestartet wurden, hier gemeinsam mit der Stadt und dem Land aktiv zu werden, konnte es bisher zu keinem Erfolg kommen, da es leider auf lokaler und Landesebene an der nötigen politischen Entschlusskraft fehlte, hier die nötige finanzielle Unterstützung zu geben. Der Film wurde auf dem ökumenischen Treffen in Berlin im Frühjahr 2003 mit überwältigend großem Erfolg vor 230.000 Vertretern sowie Mitgliedern der nationalen und internationalen Kirchen vorgestellt. Die Firma NFP wäre bereit gewesen, dies mit einer Werbung für Halle/Wittenberg zu verknüpfen. Leider fand Halle aber nicht das notwendige Geld für ein Druckerzeugnis und so wurde eine wirksame Möglichkeit der Standortwerbung vergeben. Die finanzielle Ausstattung der Initiative ließen ein eigenes Agieren in diese Richtung ebenfalls nicht zu. Dies ist ein Beispiel dafür, dass „Halle digital“ immer nur so erfolgreich sein konnte, wie es das makroökonomische und makropolitische Umfeld zuließ. Unabhängig davon, hat die Initiative die Geschäftsführung von NFP tatkräftig unterstützt, eine neue Firma hier in Halle zu etablieren, die sich speziell mit Fragen der Filmvermarktung beschäftigt, was in Deutschland durchaus ein noch recht unterbelichtetes Themenfeld im Bereich Medien darstellt. Im Rahmen der redaktionellen Arbeit an der Broschüre „Medienstandort Halle“ hat die Initiative die Möglichkeiten genutzt und ausgereizt, den Lutherfilm als auch die positive Einstellung der Geschäftsführung von NFP Berlin für Halle als Standort zu nutzen und entsprechend zu präsentieren.

2.6.2. Bereich eLearning und Medien

Ein weiterer Bereich, der von „Halle digital“ stimuliert und unterstützt wurde war die Entwicklung von Arbeitsbeziehungen zwischen Medienunternehmen und Firmen des Netzwerks eLearning. Da eLearning in zunehmendem Maße Video – bzw. Filmsequenzen oder Animationen integriert, ergab sich ein interessantes Arbeitsfeld. Die Initiative wirkte dabei auf verschiedene Weise. Ein Weg war, eine Plattform für Kontakte zu gestalten und

diese zu moderieren. Zum anderen ging es darum, sich inhaltlich einzubringen in die Kreation konkreter Projekte. Dies geschah z.B. mit dem eLearning - Projekt IVI Management, das infolge der Arbeit von „Halle digital“ entstand und in dem die eLearning-Firma digital spirit, die Firma SCHMIDTzKATZE Filmproduktion und die DVD-Firma digital spirit gemeinsam die Möglichkeiten des DVD für eLearning ausloteten. Das Projekt wurde, wie bereits erwähnt, intensiv über „Halle digital“ betreut. Dies erfolgte sowohl bezüglich der inhaltlichen Ausrichtung, als auch hinsichtlich der finanziellen Förderung durch das Land Sachsen-Anhalt.

2.6.3. Halle digital und d-motion

Im Spätherbst 2001 fand das erste DVD Festival d-motion Halle statt. Obzwar eine Initiative der Stadt Halle und obwohl thematisch durchaus Schnittpunkte zur Initiative bestanden, gab es seitens der Stadt zunächst keine Weichenstellung für eine Verknüpfung dieser beiden Aktivitäten bzw. Initiativen. Es lag folglich im Ermessen und im Bemühen von „Halle digital“, die mit der Ausrichtung des Festivals betraute Berliner Firma zu kontaktieren und eine Zusammenarbeit vorzuschlagen. So brauchte es eine geraume Zeit, bis schließlich die nötige und für alle Seiten zweckdienliche Kooperation das gewünschte Niveau erreichte. Auf dem ersten d-motion Festival war Halle digital mit einem speziellen Workshop zum Thema eLearning und DVD vertreten, der auch ausschließlich über die Initiative und mit Mitgliedern des Netzwerks eLearning ausgerichtet wurde. (Siehe Anlage 25) Außerdem beteiligte sich ein Mitglied des Netzwerks eLearning am Wettbewerb für den HalAward und wurde mit dem eLearning Programm „Verkehrserziehung für Kinder“ in der Rubrik eLearning mit dem auf 10.000,-DM dotierten Preis ausgezeichnet. Auch konnte sich die Initiative mit der Unterstützung des extra produzierten Show-real einbringen, der die Leistungsfähigkeit des Standortes darstellte.

Beim zweiten d-motion Festival 2002 hat „Halle digital“ den Hauptsponsor Vivendi Water Berlin für das Festival geworben und den Sponsorenvertrag vermittelt. Auch war die Initiative zumindest in der Jury für zwei Preise vertreten und hat konkrete Firmen von Halle für Preise vorgeschlagen. Wie die Schreiben der Firma brainbox Network/Red Onion Berlin in der Anlage 26 belegen, hat sich die Initiative von Anfang an intensiv und erfolgreich um einen hilfreichen Beitrag zum Gelingen des d-motion-Festivals bemüht, nicht zuletzt auch durch konstruktive Kritik und Erarbeitung von Vorschlägen zur weiteren Entwicklung dieses für Halle wichtigen Festivals.

Für das Jahr 2003 hat man zwischenzeitlich den Punkt erreicht, dass „Halle digital“ mit Red Onion Berlin und dem neu gegründeten d-motion Verein intensiv zusammen arbeitet und das 7.eForum Mitteldeutschland als Teil des d-motion-Festivals veranstaltet wird. Auf diese Weise wird auch „Halle digital“ ein Stück weit über das Auslaufen der Initiative hinaus vom isw fortgeführt. Thema des 7.eForums Mitteldeutschland wird „eOlympia“ sein, Olympia als IT- und Medienereignis.

2.6.4. digitaler Rundfunk

Halle ist genau genommen eine „Radiostadt“. Bezogen auf die Einwohnerzahl gibt es ein beachtliches Spektrum an Radiosendern in der Stadt. Angefangen mit der Hörfunkzentrale des MDR gibt es außerdem mehrere private und nichtkommerzielle Radiosender. Das digitale Radioprogramm von Project 89.0 digital ist einmalig in Deutschland. Erstmals in der Radiogeschichte konnten die Hörer interaktiv mitbestimmen, welchen Namen der Sender tragen soll, welche Musik gespielt wird und wer moderiert. Seit dem 04.04.2001 sendet

Project digital und erreicht von Halle aus 4 Millionen Hörer. (Siehe auch Broschüre Anlage 6) Durch die Arbeit der Landesmedienanstalt Sachsen-Anhalt (LMSA) mit Sitz in Halle sowie Radio Project hat Halle den Standortvorteil, bei diesen modernen Übertragungstechniken deutschlandweit zu den am best entwickelten Regionen zu gehören. Für „Halle digital“ ergaben sich hier eher begleitende Dienste im Bereich der regionalen Kommunikation, die aber intensiv wahrgenommen wurden. Als in 2001 die Gespräche mit der LMSA zum Thema digitales Radio starteten gab es einen Bedarf nach mehr Kommunikation und Kooperation zum MDR. Folgerichtig hat die Initiative das Gespräch zum MDR gesucht und am 15.Oktober 2001 im Biozentrum Halle eine Informationsveranstaltung durchgeführt, auf der sich der Bereich digitaler Rundfunk der LMSA und die Hauptabteilung Neue Medien des MDR Leipzig vor rund 50 Vertretern der einheimischen IT- und Multimediabranche vorstellten. Es ging dabei darum, über aktuelle Entwicklungen und Probleme aus der jeweiligen Sicht zu berichten und damit auch mögliche Felder der Zusammenarbeit aufzuzeigen. Ein schöner „Nebeneffekt“ war, dass sich in der Folge IT – Firmen meldeten, die Interesse an einer Zusammenarbeit mit der LMSA zur Förderung des digitalen Rundfunks bekundeten. Insofern war die Veranstaltung auch eine nützliche kommunale Lobbyarbeit.

Darüber hinaus hat sich die Initiative bemüht, zwischen der LMSA, den privaten digitalen Radiosendern und dem MDR Hörfunk einen Gesprächsprozess in Gang zu bringen, wie das in der Anlage 27 enthaltene Schreiben der Hörfunkdirektorin Frau Barbara Molsen belegt.

Auch bis dahin nicht vorhandene Kontakte zwischen der LMSA/ Bereich digitaler Rundfunk und der Hochschule für Kunst und Design Halle sowie der MLU Halle-Wittenberg in der Person des Prof. Dr.Dr. Lassmann wurden von der Initiative geknüpft. Es kam im Juli 2001 zu entsprechenden Treffen bzw. Gesprächen in der LMSA. (Siehe Anlage 28)

Weiterhin wurde ein enger Kontakt zu den privaten Radiosendern im Bereich DAB gepflegt und ein Papier ausgearbeitet als „Vorschlag für unterstützende Maßnahmen zur Einführung des digitalen Rundfunks“. (Siehe Anlage 29) Leider ist es nicht gelungen, das Thema digitaler Rundfunk im Programm des d-motion Festivals Halle zu positionieren, obwohl dieses sich nun klar als Festival für interaktive Medien definiert, was jedoch weder am lokalen digitalen Rundfunk noch an „Halle digital“ lag. Das isw wird im Rahmen des 7.eForums versuchen, den digitalen Rundfunk nunmehr zu integrieren .

Es wurde von der LMSA am 26.11.01 ein Förderverein „Digital Radio Mitteldeutschland e.V.“ gegründet. „Halle digital“ hat das Geschehen von Anfang an unterstützt und war als Gesprächspartner oft zugegen, konnte aber natürlich selbst kein Mitglied sein. (Siehe Anlage 30) Unterstützend wurde ein Artikel zum Thema digitaler Rundfunk in der MZ am 2.September 2001 durch die Initiative lanciert. (Siehe Anlage 34)

Ein weiteres Betätigungsfeld war und ist die Informationen vermittelnde Betreuung der Firma HMS Halle, die eng mit der LMSA im Bereich Technologien/Hardware für DAB/Digitale Mittelwelle zusammen arbeitet. Hier innovative Ideen in ihrer Weiterentwicklung zu konkreten Projekten zu unterstützen war eine Aufgabe, der sich die Initiative auf Wunsch der beteiligten Partner gewidmet hat. (Siehe Anlage 31, Beispiel)

2.7. Mitteldeutsches Multimediazentrum (MMZ)

Das Mitteldeutsche Multimediazentrum Halle ist ein Projekt der Stadt Halle und des Landes Sachsen-Anhalt zur Profilierung von Halle als Medienzentrum des neuen Bundeslandes. Da es sich während der Laufzeit von „Halle digital“ in einem frühen Stadium der baulichen Errichtung befunden hat und zum jetzigen Zeitpunkt teilweise noch befindet, konnten Leistungsmöglichkeiten der Initiative, die vor allem in der Moderation und Unterstützung konzeptioneller Arbeiten liegen, kaum oder gar nicht zum Einsatz kommen.

Dennoch wurde von Anfang an zu allen Personen und Instanzen, die sich mit diesem Projekt beschäftigten intensiver Kontakt gepflegt und auf Wunsch Gespräche und Diskussionsrunden inhaltlich unterstützt. Gerade in Bezug auf das MMZ wurde der Dienstleistungscharakter der Initiative deutlich, was meint, dass hier fast ausschließlich nach Bedarf zugearbeitet und unterstützt wurde. Wann immer möglich, wurde z.B. in den

Publikationen von „Halle digital“ Öffentlichkeitsarbeit für das MMZ geleistet. Bestehende Kontakte der Initiative wurden auf Wunsch für bestimmte Veranstaltungen aktiviert. So zum Beispiel für die Grundsteinlegung des MMZ im Sommer 2003.

Unabhängig von diesen Serviceprozessen, hat sich das Projektmanagement der Initiative ebenfalls mit konzeptionellen Fragen bezüglich der späteren Nutzung auseinandergesetzt und möchte an dieser Stelle einige Überlegungen formulieren:

Auch für das MMZ gilt, dass sich zwischen Planung und Realisierung ein tiefgehender Veränderungsprozess national und international in der Medienszene ergeben hat, dem das Nutzungskonzept strategisch Rechnung zu tragen haben wird. Eine der hauptsächlichen Wirkungen dieser globalen Veränderungsprozesse ist darin zu sehen, dass nicht wie angenommen auf sich selbst tragende Prozesse vertraut werden kann. Im Gegenteil scheint es angeraten zu sein, sich stark in zweierlei Richtungen zu profilieren:

1. Kreation eines hausinternen Dienstleistungssystems, das zukünftigen Mietern einen existenziellen Mehrwert bietet und zwar zusätzlich zu dem Vorteil der kurzen Wege.
2. Aktive Akquise und Betreuung von Existenzgründern.

Zu 1.) Das MMZ zielt auf eine Nutzergruppe ab, die im Grunde überall Immobilien finden kann und die anders als z.B. bei BioTech-Firmen auch kaum außergewöhnliche Anforderungen an diese Gewerbeimmobilien stellt. Hinzu kommt, dass der derzeitige Markt für Gewerbeimmobilien einem Preisverfall infolge eines Überangebotes unterliegt. Diese Ist – Situation wird sich kaum in absehbarer Zeit verändern, so dass sich das MMZ dieser Konkurrenzsituation mittels eines Paketes an spezifischen Dienstleistungen stellen müssen. Was Mietpreisvergünstigungen anbetrifft wird das MMZ kaum nennenswerte Vorteile zu ändern Immobilien bieten können, vermutlich wird eher das Gegenteil der Fall sein. Deshalb sollte darüber nachgedacht werden, wie über Serviceleistungen, die ausschließlich für Mieter des

Hauses und möglichst kostenlos zu Verfügung gestellt werden, ein betriebswirtschaftliches Anreizsystem geschaffen wird, sich einmieten zu wollen. Dies können Beratungsleistungen sein hinsichtlich Fördermitteln sowie Unterstützung von Antragsverfahren. Dies kann ein spezielles hausinternes Informationssystem sein bezüglich aktueller Veränderungen in relevanten Fragen der Rechtsprechung oder auch Workshops zu Fragen unternehmerischer Handwerkszeuge wie Marketing, Kundenakquise, Internetrecht, Steuerrecht etc. Der Phantasie sind hier keinerlei Grenzen gesetzt. Wichtig ist, dass Mietern etwas geboten wird, was für deren innovative geschäftliche Weiterentwicklung von entscheidender Bedeutung ist und in dessen kostenlosen oder exklusiv preisgünstigen Genuss sie nur (!) als Mieter kommen können. (Unabhängig davon, dass das Management des MMZ ein wirtschaftliches

Interesse an stabilen unternehmerischen Erfolgen seiner Mieter haben dürfte, die es intensiv zu unterstützen gilt.)

Zu 2.) Es ist durchaus nicht so, dass das zukünftige Management des MMZ davon ausgehen kann, dass sich im Selbstlauf genügend Existenzgründer als Mieter melden. Dies vor allem deswegen, weil der Zenit von Gründungen auf diesem Gebiet längst überschritten ist. Deshalb sollte hier eine Mobilisierungsstrategie hinsichtlich von geeigneten Existenzgründern betrieben werden. Dazu bedarf es einer intensiven Kooperation mit regionalen Initiativen, die in diese Richtung bereits zielen. (Wie z.B. dem derzeitigen Projekt des IHK Bildungszentrums Halle-Dessau, das im Auftrage der Landesregierung bis 2005 ca. 100 Studenten/Absolventen von landeseigenen Hochschulen und Universitäten als Existenzgründer gewinnen soll.) Derartige Initiativen sollte das MMZ Management in seine Arbeit integrieren bzw. mit ihnen eng kooperieren, zumal sich daraus Betreuungsleistungen ergeben, die ein MMZ durchaus leisten könnte, (siehe auch Punkt 1). Zu empfehlen wäre auch die Präsenz auf Veranstaltungen wie dem Industrietag Informationstechnologie der MLU Halle-Wittenberg, auf dem sich auch „Halle digital“ präsentiert hat und der eine geeignete Plattform ist, um Studenten über Gründer- und Servicemöglichkeiten zu informieren. (siehe Anlage 35)

Es sollte intensiv vor allem mit der Fachhochschule Merseburg, der Martin-Luther-Universität Halle – Wittenberg und der Universität Magdeburg Otto- von Guericke zusammen gearbeitet werden. Aber auch Bemühungen um Existenzgründer von einschlägigen Ausbildungseinrichtungen Sachsens und Thüringens bieten sich an. Dabei müsste es darum gehen, möglichst früh Ergebnisse aus der Forschung darauf hin zu prüfen, inwieweit sich daraus unternehmerische Konzeptionen ableiten lassen und diese dahingehend zu betreuen, dass Studenten bzw. wissenschaftliche Mitarbeiter sich damit selbständig machen.

Auf jeden Fall legt die derzeitige Situation auf dem Markt sowie die Erfahrungen von „Halle digital“ bei der Projektentwicklung die Schlussfolgerung nahe, dass eine erfolgreiche Betreuung des MMZ nur möglich ist, wenn man sich Mieter „selbst produziert“ und deren Finanzkraft durch aktive Hilfe im Bereich der Finanzierungs- und Fördermittelbeschaffung zu stärken sucht. Das MMZ könnte ein Landeszentrum für Start Ups im Bereich IT- Multimedia werden. Je weniger man sich dabei auf die Eigendynamik des Marktes verlässt je besser wird dies gelingen.

Im Rahmen der Initiative „Halle digital“ wurden eine Reihe von Kontakten geknüpft, Gespräche geführt und Informationen gesammelt, die in diese Richtung weisen. Außerdem wurde von Sart Ups in Halle oftmals geäußert, dass eine zentrale Anlaufstelle in der Stadt wichtig ist, die die Newcomer in der regionalen Branche einführt und Kontakte knüpft. In den

drei Jahren „Halle digital“ wurde diese Aufgabe weitestgehend von der Initiative wahrgenommen. Es bietet sich an, dass das MMZ hier fortführend tätig wird.

2.8. Projekte, die entwickelt wurden aber nicht realisiert werden konnten

Obgleich nicht alle erarbeiteten Projektideen bzw. antragsreife Projekte zur Realisierung gelangten, sagen sie dennoch einiges über die Arbeitsstrukturen- und inhalte im Rahmen von „Halle digital“ aus und waren im Übrigen eine nicht zu unterschätzende Quelle von Wissens- und Erfahrungszuwachs. Deshalb sollen sie der Vollständigkeit halber mindestens genannt werden.

- digitalstübchen bei data markt als Treff für computerinteressierte Senioren
- DVD „Nacht der Kirchen“
- Bündnis für innovativen Tourismus (BiT) Halle und Sachsen-Anhalt
- Call-Center gestützter IT-Informationstower Halle
- Kirchen – Virtuelle Welten – aktuelle Informationen – mehr Besucher: Die Nacht der Kirchen als Tourismus Event
- Unseco Welterbe – Schlössen- und Gartenreich Dessau-Wörlitz: IT und Multimedia als Botschafter für mehr Tourismus
- English for everyone – Sprachservice für Beschäftigte im Tourismusbereich über Online-learning
- AfH – Arbeit für Hörbehinderte – Berufliche Weiterbildung im IT-Bereich für Hörbehinderte
- REIZ Reintegrationszentrum für Behinderte unter Einsatz von eLearning Elementen
- VIBISYS Virtuelle Bildungssysteme
- [WE.Le@en.BUS](#) Weiterbildung mittels eLearning für Blinde und Sehbehinderte
- Bedarfsanalyse für die Basiskomponente Call Center und das optionale Grobkonzept für das Bundesverwaltungsamt, Bewerbung um die Ausschreibung mit der CPV-Referenznummer 72221000-0 des Beschaffungsamtes der Bundesministeriums des Inneren
- Bedarfsanalyse für die Basiskomponente Call Center und das optionale Grobkonzept für das Bundesverwaltungsamt

3. Nachhaltigkeit

Die Frage der Nachhaltigkeit ist bei jedem geförderten Projekt eine sehr zentrale. Sie erfordert eine Definition, eine Klärung dessen, was unter Nachhaltigkeit im konkreten Fall zu verstehen ist. Es wurde unter Punkt 1.1. bereits zum Thema „Netzwerkarbeit“ darauf hingewiesen, dass Nachhaltigkeit nicht zwingend etwas mit einer bestimmten Zeitdauer zu tun hat, sondern vor allem mit den unternehmerischen Effekten eines konkreten Projektes im Hinblick auf seine Zielstellung. Drei Jahre „Halle digital“ haben der lokalen IKT-Branche geholfen, in turbulenten Zeiten der Weltkonjunktur unternehmerische Ziele zu erreichen, Probleme zu reflektieren und Lösungen zu finden. Nachhaltigkeit ergibt sich aus den 98 gesicherten, den 164 besetzten und mindestens 12 neu geschaffenen Arbeitsplätzen. Aber auch die im Rahmen von 15 Projekten nach Halle eingeworbenen Fördermittel in Höhe von rund 1.860.000,- Euro weisen nachhaltige Effekte für die lokale Wirtschaft auf. Der auf 62 Veranstaltungen organisierte und moderierte Wissenstransfer und Erkenntniszuwachs, der für die Teilnehmer mit nur einer Ausnahme kostenlos war, hat Prozesse nachhaltig beeinflusst. Das, was in über 73 Veröffentlichungen lokaler und überregionaler Zeitungen und durch 24 selbst produzierte Druckerzeugnisse im Hinblick auf die öffentliche Wahrnehmung von IKT – Themen erreicht wurde, hinterlässt ebenfalls Spuren. Die Nachhaltigkeit von „Halle digital“ liegt also in den dargestellten Ergebnissen dieser Initiative. Doch das ist nur die eine Seite. Die andere meint die Fortführung der Initiative selbst, nachdem diese durch ihre dreijährige kommunale Förderung auf den Weg gebracht wurde. Es wurde auf Anstoß des Amtes für Wirtschaftsförderung Halle eine geraume Zeit darüber nachgedacht, die Nachhaltigkeit der Initiative über einen Verein „Halle-digital“ e.V. zu gewährleisten. Die Initiative hatte dafür ein Konzept erarbeitet (Anlage 32) und es wurden auf der Ebene der Stadtverwaltung entsprechende Gespräche geführt. Die Idee eines Vereins musste wegen ungeklärter Finanzfragen schließlich verworfen werden. Der in diesem Zusammenhang zu nennende und zwischenzeitlich gegründete d-motion Verein ist z.Zt. ausschließlich für die jährlich zwei Tage Festival verantwortlich und übernimmt ansonsten keine Aufgaben aus dem Bereich der Initiative. Im Grundansatz der Zielstellung von „Halle digital“ ging es um ein Nachhaltigkeitsmodell im Rahmen von Public-Private - Partnership (PPP). Da jedoch der Bereich der Öffentlichkeit über keine Finanzmöglichkeiten verfügt, die dafür zur Verfügung gestellt werden könnten, stünde nur noch die Variante einer hundertprozentigen privaten Fortführung zur Debatte. Diese ist aber aufgrund der Kleinteiligkeit und Wirtschaftskraft der existierenden IKT - Firmen nicht möglich und ist auch nicht im Sinne der o.g. Zielstellung beabsichtigt gewesen. Unabhängig von der nicht umsetzbaren Idee eines PPP – Modells hat sich die Initiative erfolgreich um ein Konzept der Nachhaltigkeit bemüht, das durch eine Dezentralisierung von Aufgabenbereichen charakterisiert wird.

Es wurde im Text an verschiedenen Stellen bereits darauf verwiesen, welche Arbeiten an welchen Stellen und durch wen weiter verfolgt werden:

1.) Fragen der Humanressourcen werden im Rahmen von Projekten weiter bearbeitet, z.B:

- POE 2000 durch das isw
- Quereinsteiger für die IT durch Hoffmann & Partner

2.) Das Netzwerk „Quadra“ als ein unternehmerisches Konzept wird von den Mitgliedsunternehmen in eigener Regie fortgeführt.

3.) Das in den Projekten gemeinsam erarbeitete Know-How steht den Firmen auch weiterhin zur Verfügung, vor allem wie die erarbeiteten Kompetenzen bezüglich der informellen Netzwerkarbeit.

4.) Die angesiedelten bzw. bei der Gründung unterstützen Firmen digital spirit und MediaNorm existieren weiter fort.

5.) Das eForum wird vom isw fortgeführt

6.) Informationsarbeit zu Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs wird vom isw im Rahmen des Projektes „Mitteldeutsches Kompetenznetz für elektronischen Geschäftsverkehr“ weiterhin geleistet

7.) Die einschlägigen Konjunkturbefragungen werden vom isw fortgeführt und der Stadt zur Verfügung gestellt.

8.) Die geschaffenen Kontaktstrukturen zwischen den Unternehmen bleiben weiterhin bestehen, Kontaktdaten wurden als Listen an die Firmen verteilt

Desweiteren wurde im Abschnitt zum MMZ bereits ausführlich beschrieben, wie das MMZ spezifische Aufgaben der Initiative übernehmen könnte und dadurch Nachhaltigkeit gesichert wäre. Ursprünglich war geplant, dass das MMZ in 2003 fertig gestellt sein würde, so dass Aufgaben der Initiative nahtlos in das Management des MMZ hätten einfließen können. Durch die Verzögerungen des Baus ist dieses nahtlose Übergehen nicht möglich. Das isw ist aber jeder Zeit bereit, dem zukünftigen Geschäftsführer des MMZ sämtliche Erfahrungen und Kontakte zur Verfügung zu stellen und hat auch bereits mit dem ausgewählten zukünftigen

Geschäftsführer Dr. Sommer in dieser Sache Kontakt aufgenommen. So wurde er beispielsweise zu eLearning-City 2003 in Halle und zum 6.eForum am 3.Juli 2003 eingeladen.

Was die Fortführung von eLearning – City anbetrifft, so wäre eine solche mit einem jährlichen Budget von ca. 15.000,-Euro möglich. Eine weitere Qualifizierung dieser Woche im Hinblick auf ihre überregionale Ausstrahlung wäre damit vorerst ebenfalls abgedeckt. Darüber sollte zwischen dem isw und der Stadt Halle verhandelt werden.

Die Firma *living IT Services Halle* hat ein Konzept für die Nachnutzung bzw. den Weiterbetrieb der Internetseite von „Halle digital“ (www.halle-digital.net) vorgelegt.

Durch den Weiterbetrieb der Webseite www.halle-digital.net sollen vor allem die bisher von diesem Projekt aufgestellten und erreichten Ziele weiter avisiert werden. Dies sind die Profilierung Halles als kompetenter und leistungsfähiger IT- und Multimediastandort sowie die Verbesserung der Kommunikation und der Kooperation der hallischen Unternehmen. Die Internetseite soll dabei die Plattform sein, die sich zu einem Informations- und Kommunikationszentrum entwickeln kann. Entscheidend hierbei ist vor allem die Möglichkeit zur Selbstdarstellung der Unternehmen und die Nutzung der Internetseite zum Informationsaustausch und zur Diskussion. Die Hauptziele der Internetseite entsprechen dabei denen des Projektes "Halle digital". Das Ziel der Internetseite soll sein, die Branchen-Kommunikation, die bisher durch die Initiative im Direktkontakt zu den Firmen realisiert wurde auf die Website zu verlagern und dabei lokal vorhandene technische Möglichkeiten und Innovationen in Bezug auf Internettechnologien voll zu nutzen, so dass die Seite

unabhängig von ihrem Inhalt über das Niveau lokaler Tools und deren Leistungskraft kündigt. (Siehe auch vorgelegtes Konzept Anlage 33)

4. Zusammenfassung

Die Hallenser IKT- und Medienbranche Halle wurde drei Jahre lang im Rahmen von „Halle digital“ trotz vergleichsweise sehr geringem Finanzaufwand intensiv betreut. Diese Betreuungsleistung erstreckte sich auf ein vielgestaltiges Gebiet. Angefangen von kontinuierlicher Informations- und Kontaktarbeit über die Organisation von 64 einschlägigen Veranstaltungen bis hin zu intensiver Projektarbeit. Darüber hinaus wurden kontinuierlich wissenschaftliche Daten über die Branche in Halle erarbeitet. Das isw hat zudem nicht nur

einen beachtlichen Wissenstransfer organisiert, es hat ebenfalls sämtliche Ressourcen und wissenschaftlichen Ergebnisse aus eigener Arbeit bzw. aus anderen relevanten Projekten in „Halle digital“ einfließen lassen und somit der Stadt und Region unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

Die IKT – Branche in Halle hat sich nicht zuletzt durch „Halle digital“ zu einer selbstbewussten Branche entwickelt, die sich kennt und die vor allem jenseits von Konkurrenzdenken ihre Fähigkeit zum sachbezogenen Dialog und zur projektbezogenen Zusammenarbeit unter Beweis gestellt hat. Der Bedarf an einer Dienstleistung im Bereich Kommunikations- und Projektbetreuung ist auch oder vermutlich gerade durch die Erfahrung mit der Initiative ungebrochen hoch. Generell wurde die Erfahrung gemacht, dass Kommunikationsprozesse inhaltlich gestaltet und moderiert werden müssen. Es reicht nicht, diesen Prozessen lediglich einen räumlichen und organisatorischen Rahmen zur Verfügung zu stellen und darauf zu vertrauen, dass sich Inhalte im Selbstlauf austauschen.

Insgesamt ist man seitens der Branche etwas beunruhigt, dass sich Politik und Verwaltung in der Gegenwart nicht mehr wie in der Vergangenheit mit hoher Intensität der der IKT- und Medienbranche widmet. Dies ist umso bedauerlicher, weil diese Branche eine zukunftsweisende hohe Innovations- und Kreativitätskultur in die Stadt und Region Halle getragen hat und auch weiterhin trägt, von der auf allen nur erdenklichen Wegen die gesamte Wirtschaft und das öffentliche Leben der Region profitiert.