



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung



„Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ Die 32 Titelträger 2011

www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Text und Redaktion:

u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V., Bremen
text+pr » Profilentwicklung » Beratung » Kommunikation, Bremen

Gestaltung:

GfG / Gruppe für Gestaltung GmbH, Bremen
Vagedes & Schmid GmbH, Hamburg

Produktion und Druck:

GfG / Gruppe für Gestaltung GmbH, Bremen
LASERLINE Digitales Druckzentrum Bucec & Co. KG, Berlin

Bildnachweis

Titel: fotolia.com/Vladimir Melnikov | S. 8: BMWi/Eriksson | S. 9: Bundesregierung/Kugler |
S. 12: Dumbo and Gerald (links), Wolfram Bernhardt/Alexander Klebe (rechts) |
S. 13: Steffen Persiel (links), Steffen Persiel/Leo Bloom (rechts) | S. 14: Nathalie Dziobek-
Beppler, Lilia Kleemann | S. 15: Julius Popp | S. 16: ChawaChawa.org | S. 17: CITINIC |
S. 18: David Engel | S. 19: confused-direction | S. 20: EPIDU Verlag | S. 21: Ludger Pfanz |
S. 22: Hannes und Fenna B. Neubauer | S. 23: Jan Paul Herzer und Max Kullmann |
S. 24: Frank Schinski | S. 25: Sophie Pester | S. 26: ioqoo | S. 27: Kabelbrand. Die Agentur |
S. 28: Shai Levy | S. 29: Lockengelöt (links), Lockengelöt/Cameron Lofthouse (rechts) |
S. 30: Mäc Härder | S. 31: maigrau GmbH | S. 32: Modbird - Gründl Precht Schöner GbR |
S. 33: Dan Bender, Christian Georg Strobel und Stefan Krause-Palfner | S. 34: OFlovesU/
Jessi Schäfer | S. 35: PLOT | S. 36: Projektor. | S. 37: Nadja Kothe | S. 38: Peter Berger |
S. 39: Sven Stornebel/Sarah Strassmann | S. 40: textouren | S. 41: Trommelwirbel/Markus
Hannich (links), Trommelwirbel (rechts) | S. 42: Robin Hinsch | S. 43: Georgia Wölflle

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Stand:

Oktober 2011



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung



„Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ Die 32 Titelträger 2011

www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Inhalt

Kooperation	7
Grußwort Hans-Joachim Otto	8
Grußwort Bernd Neumann	9
Rückschau und Auswahl	10
Titelträger 2011	12
<i>agora42, Stuttgart</i>	<i>12</i>
<i>Axel Hüpfner, Hamburg</i>	<i>13</i>
<i>baukind, Berlin</i>	<i>14</i>
<i>bit.fall, Leipzig</i>	<i>15</i>
<i>ChawaChawa.org, Berlin/Unterföhring</i>	<i>16</i>
<i>CITINIC GbR, Frankfurt am Main</i>	<i>17</i>
<i>c/o 5, Aachen</i>	<i>18</i>
<i>confused-direction, Oldenburg</i>	<i>19</i>
<i>EPIDU Verlag, Aachen</i>	<i>20</i>
<i>Expanded 3Digital Cinema Laboratory, Karlsruhe</i>	<i>21</i>



<i>Geschwister Neubauer, Hannover/Weimar</i>	22
<i>hands on sound GmbH, Berlin</i>	23
<i>Hannover Liebe!</i>	24
<i>hello handmade, Hamburg</i>	25
<i>ioqoo, Berlin</i>	26
<i>Kabelbrand. Die Agentur, Köln</i>	27
<i>Konkreet Labs, Berlin</i>	28
<i>Lockengelöt, Hamburg</i>	29
<i>Mäc Härder, Bamberg</i>	30
<i>maigräu GmbH, Blaufelden</i>	31

<i>Modbird, Berlin</i>	32
<i>MySkoob GmbH, Frankfurt am Main</i>	33
<i>OFlovesU, Offenbach am Main</i>	34
<i>PLOT, Stuttgart</i>	35
<i>Projektor., Kassel</i>	36
<i>Software-Ergonomie, Marl</i>	37
<i>Sphaerologium, Stuttgart</i>	38
<i>Sven Stornebel Design, Werther</i>	39
<i>textouren, Hamburg</i>	40
<i>Trommelwirbel, Nürnberg</i>	41
<i>VILLA HANSEPLATTE, Hamburg</i>	42
<i>Wölfe Malvorlagen, Gießen</i>	43
Mitglieder der Jury	44
Programm der Titelverleihung	58
Im Internet geht es weiter	59

Das Programm „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2011“ wird organisiert und durchgeführt vom u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V. gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (RKW Kompetenzzentrum).

Gefördert wird das Programm von der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Die gemeinsame Zuständigkeit für die Initiative liegt beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und beim Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.



Grußworte

Hans-Joachim Otto

Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie für die Broschüre zum Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ im Jahr 2011

Die deutsche Volkswirtschaft befindet sich auf einem stabilen Wachstumskurs. Die Beschäftigung ist auf dem höchsten Stand seit der Wiedervereinigung. Einen wesentlichen Beitrag hierzu leistet auch die Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Branche, die in den letzten Jahren regional, national und international zu Recht stark in das Blickfeld der Wirtschaftspolitik geraten ist. Mit unserer Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft zielen wir darauf ab, die Potenziale der Branche noch besser zu erschließen. Die Gründerinnen und Gründer liegen uns dabei besonders am Herzen. Mit unserem Internetauftritt www.kultur-kreativ-wirtschaft.de bieten wir ihnen praxisorientierte Hilfe. Junge kreative Unternehmen sind wichtig, um Innovationen und die wirtschaftliche Erneuerung weiter voranzubringen. Dass wir hier auf einem guten Weg sind, zeigen die mehr als 600 Bewerbungen des diesjährigen Wettbewerbs „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“. Den 32 von der Expertenjury ausgewählten Gewinnern wollen wir nun dabei helfen, ihre Vorhaben in erfolgreiche Geschäftsmodelle zu überführen. Für viele Start-ups



Hans-Joachim Otto

im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ist aber auch unser „Gründerwettbewerb – IKT innovativ“ eine gute Chance.

Insgesamt lässt sich feststellen: Der Mut für den Weg in die Selbstständigkeit nimmt weiter zu und nicht nur etablierte Unternehmen können vom wirtschaftlichen Aufschwung profitieren. Machen Sie sich selbst ein Bild von den Preisträgern des diesjährigen Wettbewerbs „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ 2011 und ihren innovativen Geschäftsideen. Ich wünsche Ihnen auch in diesem Jahr eine spannende Lektüre.

Bernd Neumann, MdB

Staatsminister bei der Bundeskanzlerin für die Broschüre „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2011“

Kultur schafft Freiräume des Denkens und des Handelns, Kultur ist lebendig und entwickelt immer wieder Energien, die kreative Prozesse anstoßen und ungewohnte Blickwinkel ermöglichen. Dabei sind die geförderte und die gewerbliche Kultur aufs engste und zum beiderseitigen Vorteil miteinander verwoben.

Kultur und Wirtschaft sind heute keine unvereinbaren Gegensätze mehr, sondern ergänzen einander oftmals sehr erfolgreich. So trägt die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem vielfältigen und anspruchsvollen kulturellen Leben in Deutschland bei und ist zugleich ein zentraler Innovationsmotor für unser ganzes Land – kulturell ebenso wie wirtschaftlich. Der Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft ist mit fast drei Prozent am Bruttoinlandsprodukt beinahe so groß wie der der Automobilindustrie, und im Gegensatz zu allen anderen Branchen ist die Kultur- und Kreativwirtschaft selbst in der Wirtschaftskrise gewachsen. Die Potenziale dieser Branche sind jedoch bei weitem noch nicht ausgereizt. Um die Branche zu fördern und ihre Bedeutung stärker im öffentlichen Bewusstsein zu verankern, haben das Bundesministe-



Bernd Neumann, MdB

rium für Wirtschaft und Technologie und mein Haus gemeinsam die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft ins Leben gerufen, die wir in enger Kooperation mit den Ländern durchführen. Der Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ist Teil dieser Initiative. Die Ausgezeichneten tragen die Leistungskraft dieser Branche, ihre hervorragenden Ideen und Produkte in die Öffentlichkeit und verleihen der Kultur- und Kreativwirtschaft dadurch ein Gesicht. Dafür möchte ich den diesjährigen Preisträgern ganz herzlich danken und wünsche ihnen auch für die Zukunft viel Erfolg.

A handwritten signature in black ink that reads "Bernd Neumann". The signature is written in a cursive, slightly slanted style.

Rückschau und Auswahl

Der Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ wurde von der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung erstmals im Oktober 2010 verliehen. Insgesamt 32 Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Branche haben die Auszeichnung erhalten und wurden ein Jahr lang von den Expertinnen und Experten des u-instituts begleitet. Während des Kreativpiloten-Jahres reflektierten die Ausgezeichneten ihr unternehmerisches Denken und Handeln und entwickelten ihre Ideen weiter – und das mit Erfolg. Um nur drei Beispiele zu nennen: Schon beim Jungfernflug von THE ELECTRIC HOTEL kam das Konzept sehr gut an. Die Besucherinnen und Besucher des MELT! FESTIVAL und des Wacken Open Air standen reihenweise mit leeren Handys vor dem energieerzeugenden Airstream-Trailer. Felix Rennies und Marco Bruns haben ihren Wursttoaster erfolgreich auf den Markt gebracht. Über ihre Innovation wurde seitdem in zahlreiche Radiosendungen, TV- und Blogbeiträgen berichtet. Und zwei Kultur- und Kreativpiloten, Spark – die klassische Band und Underground-dinner, veranstalteten zusammen ein musikalisch-kulinarisches Konzertmahl.

Auch im Jahr 2011 suchten das RKW Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und das u-institut für unternehmerisches Denken und Han-

deln überzeugende Menschen, deren Persönlichkeit und Ideen das Potenzial zum unternehmerischen Abheben haben. Teilnehmen konnten sowohl Kreative und Kulturschaffende, die sich mit einer innovativen Geschäftsidee am Markt erst etablieren wollen, als auch solche, die als Unternehmerin und Unternehmer bereits mit ihren kulturellen und kreativen Produkten erfolgreich sind. Kommuniziert wurde der Bewerbungsauftrag über Soziale Netzwerke im Internet, durch Pressearbeit und von den acht regionalen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Als Bewerbungsunterlagen reichten eine Beschreibung der Idee und ein Lebenslauf; hinzu kam ein Motivationsschreiben, in dem die Bewerberinnen und Bewerber kurz darlegten, warum sie sich als „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ sehen.

Ein Auswahlverfahren mit Mehrwert: 606 Kreative und Kulturschaffende aus allen Bundesländern haben sich zwischen dem 15. Mai und 30. Juni 2011 um den Titel beworben. 96 wurden zu einem Auswahlgespräch mit einer fachkundigen Jury in eine von vier Regionen eingeladen. Im persönlichen Gespräch mit den Juroren (Vertreterinnen und Vertreter der jeweiligen Bundesländer, des u-instituts und des RKW Kompetenzzentrums,

renommierte Expertinnen und Experten sowie erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Kultur- und Kreativwirtschaft) konnten sie ihre Ideen näher erläuterten. Die Jury hatte so die Gelegenheit, die Ideen und Persönlichkeiten der Bewerberinnen und Bewerber aus verschiedenen Perspektiven zu beurteilen und dabei bereits konkrete Hinweise und Anregungen zur Ideen-Weiterentwicklung zu geben. Im Anschluss an die Gespräche wählte die Jury die 32 „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2011“ aus.

Warum gibt es die Auszeichnung? Die „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ verleihen der jungen Branche konkrete Gesichter und Stimmen. Diese sollen anderen Mut machen, auch aus vermeintlich schrägen Ideen eine wirtschaftliche Existenz aufzubauen.

Das bringt der Titel: Die Titelträger erhalten kein Geld, sondern werden ein Jahr lang in Screenings mit Branchen-Expertinnen und -Experten aus begleitet, um ihre Ideen und Unternehmungen weiter zu entwickeln. Sie nehmen an drei gemeinsamen Workshops teil, in denen Know-how vermittelt wird, welches nicht in Lehrbüchern nachzulesen ist; außerdem gewinnen sie ein Experten-Netzwerk, bestehend aus erfolgreichen Kreativunternehmerinnen und -unterneh-

mern, sowie besondere Aufmerksamkeit durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Kooperation mit dem Journalistenverein Berlin Brandenburg e. V. (JVBB) sowie die Medienpartnerschaft mit FluxFM (ehemals MotorFM).

Orte der Auswahlgespräche

Osten: Berlin, 18. – 20. Juli 2011

Illustrative e. V.
Direktorenhaus
Am Krögel 2
10179 Berlin

Westen: Köln, 25. – 27. Juli 2011

betahaus köln
Venloer Straße 151-153
50672 Köln

Süden: Ulm, 21. – 23. Juli 2011

Haus der Begegnung
Grüner Hof 7
89073 Ulm

Norden: Hamburg, 28. – 30. Juli 2011

Instituto Cervantes
Chilehaus, Eingang B
Fischertwiete 1
20095 Hamburg

Wirtschaft wirklich verstehen



INHALT	
agora	Personen
04 Editorial	04 Abraham: Einmal wieder
06 Wirtschaft	06 Die Welt im globalen
08 Wirtschaft	
10 Wirtschaft	
12 Wirtschaft	
14 Wirtschaft	
16 Wirtschaft	
18 Wirtschaft	
20 Wirtschaft	
22 Wirtschaft	
24 Wirtschaft	
26 Wirtschaft	
28 Wirtschaft	
30 Wirtschaft	
32 Wirtschaft	
34 Wirtschaft	
36 Wirtschaft	
38 Wirtschaft	
40 Wirtschaft	
42 Wirtschaft	
44 Wirtschaft	
46 Wirtschaft	
48 Wirtschaft	
50 Wirtschaft	
52 Wirtschaft	
54 Wirtschaft	
56 Wirtschaft	
58 Wirtschaft	
60 Wirtschaft	
62 Wirtschaft	
64 Wirtschaft	
66 Wirtschaft	
68 Wirtschaft	
70 Wirtschaft	
72 Wirtschaft	
74 Wirtschaft	
76 Wirtschaft	
78 Wirtschaft	
80 Wirtschaft	
82 Wirtschaft	
84 Wirtschaft	
86 Wirtschaft	
88 Wirtschaft	
90 Wirtschaft	
92 Wirtschaft	
94 Wirtschaft	
96 Wirtschaft	
98 Wirtschaft	
100 Wirtschaft	



agora42, Stuttgart

» Ich erwarte mir von dem Titel ein größeres Gehör für das wohl ambitionierteste Projekt auf dem deutschen Pressemarkt und mehr Gehör für die ökonomische Aufklärung.

«
Wolfram Bernhardt

Hand aufs Herz – welcher Normalbürger versteht schon die Theorien, die hinter Konstrukten wie Kreditverbriefung, Zinsniveau und Inflationsausgleich stehen? Begriffe, die derzeit in aller Munde sind, deren Relevanz für das Alltagsleben sich jedoch hauptsächlich nur Eingeweihten erschließen. Hier Aufklärung zu leisten, dazu tritt das Magazin agora42 an. Es schließt die Lücke zwischen Ökonomie und Philosophie, macht Zusammenhänge deutlich und ist vor allem eins: verständlich.

Anhand von Szenen aus Faust II und Matrix, anhand von Zeitmaschinen oder

Werbespots erklären die Macher nicht nur ökonomische Thesen, sondern stellen auch unbequeme Fragen. Bisher interviewten die Mitarbeiter des Magazins Persönlichkeiten wie Gesine Schwan, Günther Wallraff, Reinhold Messner sowie die Chefvolkswirte der Deutschen Bank Gruppe und der Allianz Gruppe. Aber nicht nur die Köpfe im Magazin, auch die hinter den Texten lassen aufhorchen: Im Dezember 2010 stieg der Philosoph und Bestsellerautor Richard David Precht als Mitherausgeber bei agora42 ein. So wurde beispielsweise die bundesweite Ausschreibung „Ich bin Revolution. Also sind wir“ organisiert, bei der Studenten dazu aufgefordert waren, eine neue Gesellschaft zu entwerfen.

Nur eines sucht man im Magazin vergeblich: den erhobenen Zeigefinger.

www.agora42.de

Mit Witz gegen die Werbeflut



Axel Hüpfner, Hamburg

Man könnte meinen, wer auf einem Bauernhof in der Lüneburger Heide aufwächst, hätte eine ruhige und behütete Kindheit – Stimmt sogar. Und deshalb versucht Steffen Persiel seit seinem Umzug nach Hamburg alles, um die ländliche Ruhe wiederherzustellen. Zuerst wehrte er sich gegen unerwünschte Werbeanrufe, danach gegen lästige Ankaufkärtchen am Autofenster und schließlich gegen die typische Frage an der Kasse: „Sammeln Sie Punkte?“. Mit all dem ist jetzt Schluss. Denn mit den „Anti-Werbemitteln“ erschuf Steffen Persiel eine ganze Produktpalette, die gegen Werbung wirkt. Die Produkte sind durchweg humorvoll gestaltet und trotzdem rechtlich wasserdicht. Wer zur Anti-Werbepostkarte greift und einem Werbetreibenden die Nutzung seiner Adressdaten untersagen will, kreuzt einfach die vorgeformulierten Textbausteine an.

Weil die Produkte so gut ankommen, ergänzte Steffen Persiel sein Sortiment um weitere, ebenfalls augenzwinkernde Ideen: Für Facebook-Fans gibt es den „Gefällt mir“-Button zum Stempeln sowie die „Facecard“ für wichtige Statusmeldungen auf dem klassischen Postwege. Wer laszivere Post liebt, kann auch eine Stripcard verschicken: Die Badehose des Modells lässt sich mit einer Münze abrubbeln.

www.axel-huepfer.de

» Als Kultur- und Kreativpilot will ich abheben, und zwar mich selbst von anderen. Wer als Kultur- und Kreativpilot unterwegs ist, wird zum einen besser wahrgenommen, zum anderen überblickt man von oben vieles besser. Dadurch werde ich bestimmt viele Chancen und Ideen für mein Unternehmen entdecken.

Steffen Persiel



Kitabau kinderleicht



baukind, Berlin

» Wir wollen in diesem Jahr ein solides, innovatives und visionäres Grundgerüst aufbauen, das in den Folgejahren wachsen kann. Die Herausforderung, dem Titel gerecht zu werden, soll uns motivieren, die nötigen Risiken und Anstrengungen auf uns zu nehmen, um unsere Idee erfolgreich umzusetzen.

Nathalie Dziobek-Beppler und Lilia Kleemann

Kitaplätze werden vielerorts dringend benötigt. Doch der Weg zum Neu- oder Ausbau einer Kindertagesstätte ist hürdenreich und komplex, so dass viele Projekte begraben werden, bevor sie überhaupt richtig beginnen. Zu aufwändig ist die Koordination mit Gesundheits- und Veterinärämtern, Sicherheitsbeauftragten und Baubehörde ...

Ein Kinderspiel ist es hingegen für das zweiköpfige Team von baukind. Unter diesem Namen bieten eine Architektin

und eine Produktdesignerin einen Rundum-Service für alle, die eine Kita oder ihren Ausbau planen. Sie verhandeln mit Behörden, regeln die Anträge und Abnahmen, helfen bei Förder- und Kreditanträgen. Mit viel Erfahrung rund um den Kita(aus)bau begleiten sie den gesamten Prozess von der Wahl der richtigen Immobilie bis hin zum Einzug.

Architektur und Produktdesign gehen dabei Hand in Hand – vom ersten Zonierungsplan bis hin zum liebevollen Detail. Das jeweilige pädagogische Konzept wird dabei immer in die Gesamtgestaltung einbezogen. Der Raum selbst wird zum Erzieher und ein neues Bewusstsein für kindgerechte Gestaltung etabliert. Eine eigene Produktpalette mit Einrichtungs- und Spielgegenständen für Kitas soll zukünftig das Angebot von baukind ergänzen.

www.baukind.de

Kunstvolle Wassertropfen



bit.fall, Leipzig



Kurz nach den Anschlägen auf das World Trade Center in New York entwickelte Julius Popp eine Maschine, die das Entstehen, den Wandel und den Zerfall von Information darstellt. Es war eine künstlerische Übersetzung der Informationsflut, die die Medien mit ihrer Berichterstattung über die Anschläge verursachten.

bit.fall verwendet Wassertropfen, welche wie Regen zu Boden fallen, um Text darzustellen. Die Wassertropfen werden von einer Maschine so dosiert, dass sie in ihrer Gesamtheit die Flächen von Buchstaben erstellen, ähnlich dem Prinzip eines Tintenstrahldruckers.

bit.fall wurde nach seiner Fertigstellung in mehr als 25 Ländern auf vier Kontinenten ausgestellt, unter anderem auf der Art Basel Unlimited, dem MOMA in New York und der Moscow Biennale. bit.fall zeigt exemplarisch, wie schnell die Grenzen zwischen Kunstwerk, Marketing und Phi-

losophie verwischen können, wenn das „Kunstwerk“ über den Kunstkontext hinaus als reiner Bildschirm verwendet werden kann. bit.fall eröffnet das Dilemma oder die Freiheit, sich zwischen künstlerischer Authentizität, marktwirtschaftlichem Potential, unabhängiger Forschungsarbeit sowie materieller Abhängigkeit zu bewegen und sich darin frei zu positionieren.

www.juliuspopp.de

» In meiner bisherigen Unternehmung als Künstler verwische ich absichtlich die Grenzen der Disziplinen von Wissenschaft, Technik, Philosophie und Werbung. Dieser Balanceakt mit dem Ziel, die Aussage kompromisslos in den Mittelpunkt zu stellen und gleichzeitig die Abhängigkeiten zu minimieren, bedarf professioneller Unterstützung. «

Julius Popp

Spielerisch Armut bekämpfen



ChawaChawa.org, Berlin/Unterföhring

» Ich erhoffe mir eine positive Resonanz aus den an ChawaChawa.org anknüpfenden Branchen und freue mich, denen, die uns bis hier her unterstützt haben, zumindest einen Teil Bestätigung zurückgeben zu können, dass Ihre Mühen nicht umsonst waren.

«
Kaspar van Treeck

Gaming für einen guten Zweck: Ein Internet-Spieleportal generiert Gelder für Hilfsorganisationen. Wie das geht, zeigt Kaspar van Treeck, der mit dem Entwicklerstudio pixeltamer.net das gemeinnützige Projekt ChawaChawa.org gründete.

Das Gamingportal verknüpft verschiedene Interessengruppen miteinander. Gamer erspielen kostenlos virtuelle Geldmittel für Hilfsprojekte. Diese Gelder werden wiederum von den Werbekunden der Plattform gestemmt. Der Clou: Die Firmen machen positiv auf sich auf-

merksam, zeigen soziale Verantwortung, oder – modern ausgedrückt – Corporate Social Responsibility (CSR). Das heißt, Sponsoren spenden die Nutzer von ChawaChawa.org inmitten einer attraktiven Umgebung an und engagieren sich gleichzeitig für einen guten Zweck. Hilfsorganisationen erhalten Zugang zu einer jungen und neuen Zielgruppe.

Es entsteht eine sogenannte Win-Win-Situation: Alle Beteiligten profitieren voneinander. Kaspar van Treeck entwickelte die ChawaChawa-Idee samt Businessplan und Prototyp bereits während seines Studiums. Als Konzepter für interaktive Medien nutzt er seine Erfahrungen mit den neuen Medien, um alternative Lösungsansätze für alte Probleme zu erfinden.

www.ChawaChawa.org

Die „CITI“ im Blick



CITINIC GbR, Frankfurt am Main

Überraschende Perspektiven, originelle Ausschnitte und bestechende Qualität – CITINIC steht für städtespezifische Bildeditionen in Form von Postkarten, Klappkarten und limitierten FineArt-Prints. Die Designer Nicole Franke und Nico Wallfarth gründeten das Projekt, als ihnen klar wurde, dass der Zeitpunkt für ihr „eigenes Ding“ gekommen war. Fest stand zunächst nur, dass es mit Fotografie zu tun haben und für jedermann erschwinglich sein sollte. Als erstes konzipierte und entwarf das Team Motive von Frankfurt am Main – diese Bildedition gab die Gestaltungsmerkmale vor, die CITINIC erst zu CITINIC machten. Unverwechselbar schmücken sie nun Editionen von Frankfurt, Berlin, München und Köln. Weitere Motive anderer Städte und Regionen bestehen als gedankliche Konstrukte oder sind bereits in der Mache. Dabei werden die Produkte stets kritisch überprüft, jedes Motiv wird neu begutachtet. Kein noch so kleines Detail

wird vernachlässigt. Das Duo ist ständig auf der Suche nach neuen Motiven, um das Sortiment zu erweitern. Neues fügt sich nahtlos in Bestehendes und bereichert CITINIC immer wieder um vielfältige Facetten.

Cool, elegant und hochwertig – die charakteristische Bildsprache ist auch für Unternehmen zu haben.

www.citinic.de

» Wir freuen uns auf einen tollen Austausch mit Fachleuten und anderen ‚Kreativpiloten‘, aus dem sich neue Möglichkeiten und Wege erschließen können. Von guten und zielgerichteten Gesprächen erhoffen wir uns eine richtungsweisende Weiterentwicklung notwendiger Strategien, die CITINIC letztendlich dorthin schicken, wo CITINIC sein soll: rund um die Welt verteilt.

Nicole Franke und Nico Wallfarth

Fünf Freunde / Gute Gründe



c/o 5, Aachen

» Wir möchten uns durch den Kreativ- und Kulturpiloten professionalisieren, sodass wir unsere Firmenidee konkurrenzfähig und kompetent auf dem Markt vertreten können. Der Titel bestärkt uns in unserem Bestreben, unser Ziel erreichen zu wollen. «

Julia Errens, Kai Hennes, Marco Iannicelli,
Michael Toepffer und Jana Walliser

Unternehmensberatung geht eigentlich anders, ist Wirtschaft, Kalkulation, Zahlen. Doch gerade das Fachfremde und ihre Kreativität sind die Stärken der Unternehmensberatung durch die c/o 5. Das interdisziplinäre Team aus Designern, Künstlern, Philosophen und Musikern begleitet Unternehmen und bietet frische Analysen, Ideen und Konzepte für mehr Lebensqualität im Unternehmen.

Ziel der fünf Gründer ist es, ihre Kreativität so einzusetzen, dass sie gesellschaftli-

chen, wirtschaftlichen und sozialen Nutzen bringt. Abseits der großen Metropolen entwickeln sie ihre Ideen im Dreiländereck. Hier, im Dunstkreis der RWTH Aachen, haben sich zahlreiche technische Unternehmen angesiedelt, die kreative Beratung schätzen.

Und nicht nur das: c/o 5 verleiht ein Zertifikat für Unternehmen. Mit dem Stempel „Teil der Kreativen Alternative“ werden Unternehmen für ihr kreatives Engagement belohnt. Sie können ihre innovative Ausrichtung seriös am Markt bewerben. Der Stempel ist ein Leitsystem, das Kunden und Neukunden, aber auch Fachkräften den Weg zu Unternehmen weist, die auch in Zukunft durch gelebte Unternehmenskultur erfolgreich sind. Ein Pfund, mit dem die Unternehmen gern wuchern.

www.co5.eu

Luxusmöbel to go



confused-direction, Oldenburg



Das Rad nicht neu erfinden, ihm aber noch ein paar neue Facetten abgewinnen – so lässt sich der Anspruch der Designer von confused-direction charakterisieren. Immer auf der Suche nach Materialien und Formen, Themen und Dingen entwirft das Team marktreife Möbel und Wohn-Accessoires.

Neuester Beweis dafür sind „KOI“ und „KOI Paper“, zusammenrollbare Liegen, ideal für kleine Wohnungen, den Strand oder Festivalbesuche. Aus einer flachen, lamellenartigen Matte wird durch wenige Handgriffe ein geschwungener, stabiler Körper. Das Besondere an KOI: Die Pappmatte besteht zu 100 Prozent aus sortenreinem Material und ist damit ein äußerst ressourcenschonendes Möbelstück. Ist es abgenutzt, wird es mit dem gewöhnlichen Altpapier entsorgt. Auf Wunsch können alle Farben aufka-

schiert werden und Aufdrucke jeder Art sind möglich.

confused-direction schafft einen Mehrwert. Variabilität und Individualität verschmelzen zu hochwertigen und aufseherregenden Produkten.

www.confused-direction.de

» Wir von confused-direction haben uns als Kreativpiloten beworben, weil wir Leuchten bauen, die den Durchmesser ändern, Liegen entwerfen, die zusammenrollbar sind oder Sitzelemente designen, die zur Raumskulptur zusammengestellt werden. Durch den Pilotenstatus hoffen wir, neue Wege zu erschließen, die unser Unternehmen und unsere kreative Arbeit weiter bringen.

Flo Florian und Sascha Akkermann

Zukunft zwischen zwei Buchdeckeln



EPIDU Verlag, Aachen

» Wir erwarten ein Jahr voller neuer Erfahrungen und Erkenntnisse. Wissen ist ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg. Wir erhoffen uns daher einen regen Austausch mit anderen Kreativpiloten und den Coachs. Als Newcomer in einer Branche eröffnen sich durch eine gute Referenz schnell neue Netzwerke. «

Andreas Hudziczek, Cao Hung Nguyen und Cao Thanh Nguyen

Ein Gespenst geht um im Buchhandel: Macht das eBook den klassischen Buchladen obsolet? Nein, finden die Gründer von EPIDU und präsentieren mit der eBookCard das erste eBook zum Anfassen und Verschenken. Dank dieser Innovation lassen sich eBooks auch in Zeiten der Digitalisierung ganz simpel durch den Buchhandel vor Ort vertreiben.

Ohnehin haben die EPIDU-Macher einige Ideen, die das Verlagswesen in Deutschland alt aussehen lassen. Demokratische Mitsprache der Leser zum Beispiel.

Am Geschmack eines Lektors hängt normalerweise die Karriere aspirierender Autoren. EPIDU will das ändern und hat den ersten Web 2.0-Verlag in Deutschland eröffnet. Die Autoren stellen ihre Werke ins Netz, die Lektoren treffen zwar eine Vorauswahl, doch am Ende stimmen die Leser ab, welcher als Buch bei EPIDU erscheint. Mehr Mitsprache geht nicht. Die Autoren können ihre Leser auf direktem Wege literarisch überzeugen und erhalten wertvolles Feedback.

Mit „Blogg dein Buch“ bietet EPIDU zudem ein überzeugendes Online-Buchmarketing für Verlage. Die Verlage stellen bloggdeinbuch.de Rezensionsexemplare zur Verfügung, für die sich aktive Blogger bewerben können. Im Gegenzug schreiben die Blogger Rezensionen zu dem Buch und verbreiten diese über ihre Netzwerke.

www.epidu.de

Revolution in 3D



**Expanded 3Digital
Cinema Laboratory, Karlsruhe**



Hinter dem komplizierten Namen Expanded 3Digital Cinema Laboratory verbirgt sich das weltweit erste und einmalige Forschungszentrum für 3D-Content-Forschung. 2010 von Ludger Pfanz gegründet, hat es sich in nur einem Jahr zu einem international anerkannten Forschungs- und Lehrinstitut entwickelt. Konkret beschäftigt sich Expanded 3Digital Cinema Laboratory mit der Entwicklung stereoskopischer Film- und Fernseh-inhalte und dreidimensionaler Video- und Audiokunst. Als Produzent, Regisseur und Autor setzt sich Ludger Pfanz seit zwei Jahren mit 3D-stereoskopischen Erzählformen auseinander. Dabei fiel ihm auf, dass dieser neuen Technologie kaum adäquate Inhalte gegenüberstehen. Auch, wer sich in diesem Bereich aus- oder fortbilden will, schaut in die Röhre.

Abhilfe schafft das Forschungszentrum, das der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe angegliedert ist. Derzeit prüft das Ministerium in Baden-Württemberg die Zulassung eines Studiengangs zur kreativen Stereoskopie, der weltweit der erste seiner Art wäre. Ludger Pfanz ist überzeugt, dass 3D nicht nur Film und Fernsehen grundlegend verändert, sondern auch in der Simulation und Darstellung wissenschaftlicher Daten eine größere Rolle spielen kann. Gute Aussichten für Mathematiker, Ingenieure, Mediziner und Klimaforscher!

www.beyond-festival.de

» Ich möchte die Republik mit der Karlsruher
Lust an Zukunft anstecken.

«
Professor Ludger Pfanz

Schlicht und ergreifend



**Geschwister Neubauer,
Hannover/Weimar**

» Der N-EFFEKT® hat das Potenzial, sich in vielen verschiedenen Produkten immer weiter fortzupflanzen und weiterzuentwickeln «

Fenna B. und Hannes Neubauer

Wo ein Faible für kinetische Prinzipien auf kreative Marketingstrategie trifft, entsteht der N-Effekt®, eine revolutionäre Greifzange, die greift, fixiert und manipuliert. Mit der patentierten Erfindung lassen sich Objekte wesentlich effektiver greifen und fixieren als mit bislang bekannten Systemen. Im Handwerk oder Maschinenbau, in Landwirtschaft oder Privathaushalt – der Band-

breite potenzieller Anwendungsmöglichkeiten sind kaum Grenzen gesetzt. Denn die Erfindung lässt sich in nahezu allen erdenklichen Situationen anwenden, in denen etwas – auch unförmiges – gegriffen oder fixiert werden muss. Das erste Produkt steht in den Startlöchern: Der für den privaten Gebrauch im Garten konzipierte GREIFSCHNEIDER. Er erfüllt zwei Funktionen gleichzeitig. Wie durch Zauberhand können damit einhändig mit nur einem Griff Äste oder Stängel gleichzeitig geschnitten und festgehalten werden.

www.n-effekt.de

Hier gibt's was auf die Ohren



hands on sound GmbH, Berlin

In einer Umwelt, die sich überproportional mit visuellen Informationen und optischer Gestaltung beschäftigt, bricht das Team von hands on sound eine Lanze für das Hören. Komplexe, interaktive Klangwelten sind ihr Metier, die so genannte akustische Szenografie. „Wir bieten eine technisch und konzeptionell fundierte Dienstleistung an. Unsere Neugier und unser interdisziplinäres Arbeiten machen daraus Klangkunstwerke“, so die Firmengründer Jan Paul Herzer und Max Kullmann. Gemeinsam entwerfen sie klingende Orte und erzählen so Geschichten: Ein singendes Bild in einer Galerie, ein wohltemperierter Wagen im Autohaus oder Musikstücke zum Anfassen in einer Ausstellung ...

Die entworfenen Klangszenen sind immer reaktiv – reagieren also auf den Besucher, das Wetter oder Gespräche



im Raum. Sie vermitteln ein organisches Hörbild, in dem der Mensch sich orientieren und Informationen abrufen, seine Ohren aufsperrt und sich von der Anmut der klingenden Welt faszinieren lassen kann.

Auch die (klang-)ökologische Gestaltung der akustischen Umwelt liegt dem Unternehmen am Herzen. Gerade dem Alltagslärm setzen die Gestalter gegebenenfalls gern mal den Klang der Stille entgegen.

www.hands-on-sound.com

» **Akustische Szenografie ist eine noch ziemlich unbekanntes Disziplin. Wir werden das ändern – als ‚Kultur- und Kreativpiloten‘ wollen wir mit professioneller Unterstützung bundesweit aktiv werden.**

Jan Paul Herzer und Max Kullmann



Das Wir-Gefühl



Hannover Liebe!

» Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserem jetzigen Wissen gute Arbeit leisten, wir erhoffen uns jedoch von den Workshops professionelles Know-how, um unsere Visionen noch effektiver verwirklichen zu können. Diese neu gewonnenen Kompetenzen wollen wir mit anderen Kreativen in unserem Netzwerk teilen und uns weiter in der Kultur- und Kreativwirtschaft vernetzen.

«
Thimm Bubbel, Jasper Eisenecker,
Frank Schinski und Björn Vofrei

Hannover Liebe! ist ein Zusammenschluss von selbstständigen Designern, Pädagogen, Fotografen und Künstlern, die ihre Profession, ihr Talent und ihre Passion nutzen, um das soziale und kulturelle Zusammenleben in Hannover zu verändern. Um Identität dort zu stiften, wo sie fehlt oder vermisst wird, erarbeitet das kreative Team ganzheitliche Inhalts- und Gestaltungskonzepte. Erklärtes Ziel von Hannover Liebe! ist es, die Menschen

in der Stadt und Region Hannover auf dem Weg zu einem neuen Selbstverständnis zu begleiten, bestehende Projekte zu publizieren und Impulse zur Auseinandersetzung mit dem eigenen Lebensraum zu geben. Dabei entstehen Kooperationen mit ähnlich denkenden Partnern aus sozial-kulturellen und wirtschaftlichen Bereichen. Es geht darum, die Bewohner der Stadt zu vernetzen, Beziehungen aufzubauen und das Wir-Gefühl ortsunabhängig zu stärken. Dies wird besonders gut durch den Einsatz von zeitgemäßen, interaktiven Medien erreicht. Die mediale Präsenz des Projekts ermöglicht es Hannoveranern, ihre Gefühle und Ansichten zu ihrer Stadt mit anderen zu teilen und auszutauschen. Vorzüge der Region, interessante Begebenheiten, aber auch bestehende Probleme werden in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt.

www.hannoverliebe.de

Markt, Netzwerk + mehr



hello handmade, Hamburg



hello handmade ist ein Netzwerk für handgemachtes, unabhängiges Design jenseits der Stange – eine Mischung aus digitaler Galerie, Markt und Wettbewerb. Auf der Website findet alles Schöne einen Platz. Sophie Pester gründete die Plattform im Juni 2010, um handgemachten Produkten einen Ort zu geben. Wo Handgemachtes gefunden, bestaunt und gekauft werden kann. Das Besondere: Hier gibt es nur Kleinstauflagen und Einzelstücke. Es ist das „Ja“ zum eigenen Stil und das „Nein“ zur Stangenware. Massenproduktion findet höchstens im kleinen Stil und spätnachts im Schein der Schreibtischlampe statt. Keine Spur von elitärer Attitüde, jeder kann mitmachen.

Aus Erfahrung weiß Sophie, Besitzerin eines eigenen Labels, wie laut man sein muss, um mit Designs in Kleinauflage im Lärm der Massenware aufzufallen.

Und gleichzeitig weiß sie, wie wichtig ein vernünftiges, funktionierendes Netzwerk für die Handmade-Kreativen ist. Sophie Pester sagt, „Die Zeit, die ich investiere, ist unbezahlbar. Ich sollte wahnsinnig viele andere Sachen machen. Ich kann aber nicht anders. Das kommt von alleine, das muss so.“

www.hello-handmade.com

» Ich freue mich auf interessante Ideen, neue Kontakte, gezielte Ratschläge und Inspiration.

Sophie Pester

Pures, lebendiges Hauptstadtdesign



ioqoo, Berlin

» Von der Auszeichnung als Kreativpiloten versprechen wir uns konstruktives Feedback, produktiven Austausch und die Bildung eines Netzwerks.

« Urs Eske, Stephan Mayoungou und Timo Schumacher

Vom Produktdesign über das Design von Verpackung, Inlaycards und Produktinformationen bis hin zu Werbebildern und Katalogen – bei ioqoo wird alles aus einer Hand gestaltet. Für das Berliner Designerteam ist dabei der außergewöhnliche Style der Hauptstadt und seiner Bewohner die Quelle der Inspiration. Frische Ideen werden auf kreative Art und Weise in neuartige Produkte umgesetzt und selbst vermarktet. ioqoo ist experimentierfreudig, authentisch und hat einen hohen Anspruch an die Qualität der eigenen Ware. Im Auftrag eines

führenden Elektronikdistributors entwickelten die beiden Jungdesigner Urs Eske und Stephan Mayoungou 2009 Ladegeräte, Schutzhüllen und Gaming-Zubehör. Innerhalb eines Jahres wurden in Eigenregie Produktideen entworfen, Zeichnungen erstellt, Prototypen und Mockups gebaut, Hersteller gesucht und Produkttoolings gefertigt. Die Erkenntnis, eigene Ideen in marktfähige, komplexe Artikel umsetzen zu können, war Auslöser für die Entwicklung eigener Produkte und deren Vertrieb unter dem Label ioqoo. Im Frühjahr 2011 stieß ioqoo die Fertigung einer weltweit einzigartigen beflockten Hartschalenhülle an. Die außergewöhnliche Farbgebung und Haptik machen die „Flocke-Cases“ zu einem stilechten Design-Highlight.

www.ioqoo.com

Entfacht zum Mitmachen



Kabelbrand. Die Agentur, Köln

Was sind Innovation und Kreativität ohne Tatendrang und ein bisschen Übermut? Leere Worthülsen, findet die Agentur Kabelbrand. Alles fing mit der Idee an, mehr Kultur ins außerkulturelle Wochenendprogramm zu bringen. Ein junges, dynamisches Team mit Fantasie und Menschenverstand setzte sich für mehr Abwechslung ein, mehr Liebe zum Detail, mehr Überraschung.

2009 stellten Laura Rumich, Yannik Schreckenberger und Yvonne Schröer ihr erstes Event auf die Beine – 300 Menschen tobten zu elektronischen Rhythmen durch alte Lagerhallen. Ganz nach dem Motto „Mach's dir selbst und zeig es anderen“ setzte sich das enthusiastische Trio das Ziel, Menschen einzubinden, zu begeistern und zu bewegen. Das Gesicht der Events wurde in der Folge immer markanter. Themen für die einzelnen Veranstaltungen wurden erdacht, Videos gedreht, Fotos geschossen, Deko-



ration von vielen fleißigen Händen selbst entworfen und gebastelt. Interaktion ist bei Kabelbrand Programm: Guerilla-, Viral- und Social Media Marketing werden genutzt, um auch im Auftrag aufgeschlossener Unternehmen zu handeln. Aus „Kabelbrand Event“ wurde „Kabelbrand. Die Agentur“. Sie zeigt, dass die Mitmachkultur nicht nur online, sondern auch offline funktioniert.

www.kabelbrand.de

» Wir erhoffen uns von dem Kreativpiloten-Jahr vor allen Dingen einen unabhängigen und objektiveren Blick auf unser Unternehmen. Offenes und ehrliches Feedback in allen Bereichen, einen vertrauensvollen Umgang, spannende Screenings und natürlich Unterstützung in allen Lebenslagen. «

Laura Rumich, Yannik Schreckenberger
und Yvonne Schröer

App auf den Dancefloor!



Konkreet Labs, Berlin

» Kreativpilot, das klingt gut! Doch wie können wir von unseren Ideen auch leben? Wie baut man eine Firma auf? Wir erhoffen uns gute Kontakte und Antworten auf all unsere Fragen, um vor allem schneller und effizienter neue Produkte auf den Markt zu bringen. «

Gwydion ap Dafydd, Shai Levy
und Marc Tiedemann

Wer hat es nicht schon einmal erlebt? Man geht auf ein Konzert eines dieser neuen elektronischen Musiker. Nun steht man in der Menge, schaut auf die Bühne und dort sitzt jemand hinter seinem Laptop, klickt hier und da, dreht vielleicht an ein paar Rädchen des angeschlossenen Kastens, und man wundert sich: Hat er schon angefangen? Checkt er noch schnell seine Mails? Hat er einfach keine Lust?

Elektronische Musik aktiv erlebbar macht die Music-Controller-App

Konkreet Performer des StartUp Konkreet Labs. Das für das iPad programmierte Instrument können Elektro-Musiker nutzen wie Rocker ihre E-Gitarre. Und sie wird den Bedürfnissen professioneller Musikproduktion gerecht. Das Programm macht sich die Multi-Touch-Technik zunutze. Die altbekannten, analogen Controller, Drehknöpfe und Fader werden durch dynamische, objektive Grafiken ersetzt und intuitiv bedient. Gesten formen den Sound, so lässt sich der Performer wie ein Instrument spielen. Das Publikum kann dabei zusehen, wie die Musik berührt und verändert wird.

In weiteren Projekten wollen die drei von Konkreet Labs innovative Tools und Individual-Lösungen für die Musikproduktion entwickeln.

www.konkreetlabs.com

Upcycling



Lockengelöt, Hamburg

Aus alt mach neu. Das Produktionsprinzip von der Design-Manufaktur Lockengelöt sind Zweckentfremdung und Recycling von Alltagsgegenständen in Handarbeit. Seit 2004 werden Ölfässer zu Schranksystemen, farbige Schallplatten zu Wandleuchten oder Bücher zu Garderoben. Im Keller ihres Ladens im Hamburger Viertel St. Pauli haben die Geschäftsführer Carsten Trill und Dennis Schnelting zusammen mit ihrem ersten Angestellten, Michael Braak, Zeit und Ruhe, Ideen zu entwickeln, Produkte herzustellen und an Händler zu verschicken. Inzwischen beliefern sie rund 100 Geschäfte – auch in Städten außerhalb Deutschlands wie Rom, Paris, Antwerpen, Wien oder Madrid.

Als gelernter Industrieelektroniker baut Dennis Schnelting die Maschinen für die Produktion selbst. Werkstatt, Lager, Ver-

trieb und Geschäft im selben Haus sind ungewöhnlich, es gibt dem Team aber die Möglichkeit, sehr flexibel zu arbeiten. Kunden können ihre eigenen Materialien ins Geschäft bringen und so zu einem sehr persönlichen Lockengelöt-Produkt kommen. Den Verkaufsladen nutzen die Kreativen auch außergeschäftlich, unter anderem für Konzert- oder Vortragsabende.

www.lockengeloet.com

» Wir haben bisher immer gute Erfahrungen damit gemacht, etwas Neues auszuprobieren. In den meisten Fällen entstehen dadurch Dinge, Ideen und Kontakte, die wir von uns aus nie aufgetan hätten.

Dennis Schnelting und Carsten Trill

Spaß nach Maß



Mäc Härder, Bamberg

» Fähigkeiten, die man nicht anwendet, existieren nicht und Ideen, die man nicht verwirklicht, verschwinden irgendwann. Beide Ideen – sowohl firmenspezifisches wie Hospizkabarett – trage ich schon längere Zeit mit mir herum und die Auszeichnung zum Kultur- und Kreativpiloten 2011 gibt mir endlich die Möglichkeit, diese zu realisieren. «
Mäc Härder

Kann ein Kabarett zum Thema Sterben lustig sein? Darf es das? Ja, es kann und ja, es darf. Das stellte Kabarettist und Jongleur Mäc Härder mit seinem Programm „Die Radieschen von oben“ auf einer Hospiztagung unter Beweis. Und nicht nur das: Er entwickelte die Idee für individuell zugeschnittene, firmenspezifische Kabarettprogramme.

Diese Idee meint er ausnahmsweise ernst und geht in Serie: Mäc Härder stellt sich der humoristischen Herausforderung, Kabarettprogramme für Branchen und Unternehmen maßzuschneidern. Maßarbeit und Serienproduktion? Diesen Widerspruch löst Härder mit einem Bausteinsystem für unterschiedliche Branchen und Abteilungen. So wird aus den wieder verwertbaren Elementen eine individuelle Bühnenshow für unterschiedliche Kunden. Dabei kommt ihm die Erfahrung von über 20 Bühnenprogrammen im Spannungsfeld von Kabarett, Artistik und Comedy gelegen. Aber auch, dass in jeder Firma der Wahnsinn tobt – es kommt lediglich auf die Perspektive an.

www.maec-haerder.de

Wohnfühlkultur



maigrau GmbH, Blaufelden



Frischer Wind für die deutsche Wohnkultur: maigrau schickt sich an, Gelsenkirchener Barock und Eiche brutal endgültig aus den bundesdeutschen Wohnzimmern zu verbannen. Hinter dem Label stehen die beiden Produktdesigner Nik Back und Alexander Stamminger, die neben der Gestaltung auch die Produktion und den Vertrieb ihrer Produkte in Eigenregie organisieren. Bei ihren Möbeln, Wohnaccessoires und Leuchten trifft klare und reduzierte Formensprache auf hochwertige Materialien und die nachhaltig-ökologische Ausführung. Sechs Kollektionen des Unternehmens sind mittlerweile im gehobenen Einrichtungs- und Designhandel erhältlich – allesamt 100% made in Germany.

Obwohl selbst nicht um frische Designs verlegen, bietet maigrau auch jungen Nachwuchsdesignern eine Plattform ihre eigenen Entwürfe auf dem hart umkämpften Möbelmarkt zu bringen.

Im Lizenzverfahren übernehmen die Jungunternehmer Herstellung, Vertrieb und Marketing der Produkte und leisten so eine wichtige Starthilfe für gleichgesinnte Gestalter. Schließlich lauern unter den Dächern Deutschlands noch viele Einrichtungssünden – da kann man jede Unterstützung gebrauchen.

www.maigrau.com

» Im dritten Jahr seit Gründung von maigrau soll die Chance genutzt werden, objektiv fachliche Einschätzungen zu unserem Unternehmen zu erhalten. Mit diesem Input möchten wir an den Schwachstellen im Unternehmen arbeiten und gleichzeitig unseren Fokus verstärkt auf die bereits erarbeiteten Stärken richten. So soll eine gesunde Basis geschaffen werden um weiterhin gesund wachsen zu können.

Nik Back und Alexander Stamminger

Saitensprung in 10 Minuten



Modbird, Berlin

» Zum Erreichen des Markteintritts benötigt unser Gründerteam Unterstützung an vielen Ecken und Enden. Diese Unterstützung erhoffen wir uns nicht zuletzt durch das Kreativpiloten-Jahr. Außerdem sind wir für das Projekt zurzeit auf der Suche nach einem Investor, weshalb die mit der Auszeichnung verbundenen Gewinne an Netzwerk, Know-how und Publicity für uns einen hohen Stellenwert haben.

Thade Precht und Thomas Schöner



Wer meint, dass sich seit Jimi Hendrix, Steve Vai und Eric Clapton nichts Aufregendes an der Gitarre getan hat, der kennt Modbird noch nicht. Modbird ist der erste und einzige Anbieter von vollmodularen E-Gitarren. Der Pionier der Mass Customization im Gitarren-Bereich hat mehr als 10.000 Produktvarianten im Programm.

Eine unüberschaubare Vielfalt? Mitnichten: Aus 30 Kernkomponenten können sich die Kunden ihre persönliche Gitarre nach Herzenslust konfektionieren. Das intelligente Baustein-System macht's möglich. Zum ersten Mal in der Geschichte der E-Gitarre wächst das Instrument also mit dem Anforderungsprofil und den Fähigkeiten des Musikers mit. Dieser Gedanke und seine Umsetzung sind revolutionär: Innerhalb von fünf bis zehn Minuten kann jede Modbird-Gitarre nach- und umgerüstet werden. Keine andere Gitarre bietet Upgrades exakt nach Bedarf und ist dabei vergleichsweise kostengünstig. Zudem ist das System intuitiv anwendbar und steht herkömmlichen E-Gitarren in Qualität und Klang in nichts nach. Auch wilde Bühnenshows übersteht die robuste Modbird.

www.modbird.com

Digitale Buchkunst



**MySkoob GmbH,
Frankfurt am Main**

Tablet Computer werden die Buchbranche revolutionieren, darin sind sich viele Experten mittlerweile einig. Die neuen Geräte wie Kindle, iPad und Co ermöglichen hochwertige, papierlose Leseerlebnisse. Doch das Buch der digitalen Zukunft soll keine multimedial überladene App sein, finden die Macher von MySkoob. Die Tablet Computer ermöglichen vielmehr, Bücher modern zu verlegen – ohne auf Qualität, Ästhetik und Genuss zu verzichten.

MySkoob produziert E-Books für Tablets und E-Reader und verlegt zudem eigene Klassiker der Weltliteratur für das digitale Lese-Zeitalter. Mit Bildern und Illustrationen in den E-Books eröffnet MySkoob einen neuen Zugang zu Werken. So verschafft MySkoob Klassikern einen Platz in der modernen Entertainment-Kultur, der den hohen Ansprüchen der Leser und der besonderen Literatur-

vorlage entspricht. Buchkunst von MySkoob entspricht analoger Qualität, die digital vertrieben wird.

Gestaltet werden MySkoobs moderne Klassiker von den vielfach ausgezeichneten Designern der Agentur Strichpunkt.

www.myskoob.com und www.facebook.com/myskoob

» Eine Unternehmensgründung ist für uns eine neue Erfahrung und als reiner E-Verlag betreten wir ein wenig erschlossenes Terrain. Denn, so steht es auch in unserem Namen, wir sind überzeugt von unserer innovativen und zugleich klassischen Form des Publizierens: E-Books von MySkoob erfassen Kultur auf kreative Weise.

« Dan Bender, Christian Georg Strobl und Stefan Krause-Palfner

Entdecke die Stadt. Neu.



OFlovesU, Offenbach am Main

» Ein RKW-Berater sagte mir, wir hätten die tollste Forschungs- und Entwicklungsabteilung, von der er seit langem gehört hatte, jedoch eine viel zu kleine Verkaufsabteilung. Im kommenden Jahr soll sich diese Tatsache ändern.

«
Loimi Brautmann

Klassizismus, Jugendstil, Gründerzeit – Pflichtvokabeln auf jeder Stadtführung. Ohne sie wäre die Stadt nicht, was sie ist. Doch das wahre Leben spielt sich schon lange nicht mehr unter den verzierten Decken von Palästen und Schlössern ab. Postkartenmotive erzählen wenig vom Alltag im Hier und Jetzt.

Es braucht mehr als „einen Spaziergang auf der sonnigen Seite“, um die Stadt so kennenzulernen wie sie ist, so das Credo von Loimi Brautmann. Sein urbaner Playground ist Offenbach am Main. Seine alternativen Stadtführungen arbeiten

nicht mit dem, was gerne da wäre, sondern mit dem, was wirklich da ist – was genutzt, gelebt und geliebt wird. Sie tauchen ein in die Tiefen der Stadt, in das Leben der Hinterhöfe, der Nischen und Milieus, zeigen Menschen fern von Postkartenmotiven und Vorzeigebauten.

OFlovesU lädt dazu ein, Tourist in der eigenen Stadt zu sein. Ein sonntäglicher Besuch in der Moschee, Streifzüge durch die Ateliers lokaler Designer, nächtliche Streifzüge zur Ausnüchterungszelle – OFlovesU-Touren erfordern Mut und Neugier und belohnen mit neuen Perspektiven. Sein Know-how vermittelt Loimi Brautmann auch an andere Kommunen, die ihre lokale Szene und den Lifestyle vor Ort „rauskitzeln“ wollen: „Dabei sind die Touren eines unserer Produkte.“

www.oflovesu.com und
www.likeoffenbach.de

Ein Herz für die Szene



PLOT, Stuttgart



Ob Ausstellungshalle, Bühnenbild oder virtueller Raum – unzählige Räume werden inszeniert, um dem Betrachter Wissen und Emotionen zu vermitteln. Dahinter tummelt sich ein kreatives Heer aus Architekten, Bühnen- und Szenenbildnern, Messe-, Event- und Ausstellungsgestaltern.

Das Medium für die noch recht junge Disziplin der Szenografie ist PLOT. Von drei Journalisten/innen gegründet versteht sich das Projekt als Kommunikationsplattform für die Szene und informiert auf mehreren, sich ergänzenden Kanälen über Ausstellungsgestaltung, Film- sowie Bühnenarchitektur und Markenwelten. Während die Website tagesaktuell über das szenografische Geschehen, aktuelle Termine und Jobs informiert, wirft das gedruckte Magazin einen Blick hinter die Kulissen. Die Inszenierung ist nicht Thema, sondern auch

das Prinzip der Reportagen, Making-Ofs und interdisziplinäre Ansichten im Magazin, denn jedes Magazin durchzieht eine eigene Dramaturgie. Die aufwändige Gestaltung der gedruckten PLOT ist dabei für die Macher ebenso selbstverständlich wie der Austausch mit der Szene – online und auf den selbst organisierten Partys.

www.plotmag.com

» Wir sind schon sehr gespannt, wen wir in diesem Jahr kennen lernen werden – schließlich lässt sich in den nächsten Monaten das Netzwerk in der Kreativbranche stetig erweitern und wir können wertvolle Kontakte knüpfen, woraus wiederum Synergien für die Zukunft entstehen.

Rainer Häupl, Sabine Marinescu
und Janina Poesch

Räume lernen sprechen



Projektor., Kassel

» Wir erhoffen uns, durch Kontakte zu Kreativen und Kulturschaffenden ein großes Netzwerk an Ideen und Kooperationen aufbauen zu können, mit denen wir atmosphärische Räume und spannende Erlebnisse schaffen. «

Maren Hütteroth, Florian Machner
und David Roth

Ob Ausstellung, Party oder Café, ob drinnen oder draußen – Projektor. verleiht jedem Ort eine ganzheitliche und stimmige Atmosphäre. Dabei setzen die Macher an der Schnittstelle zwischen Kunst und Architektur an: Projektor. sieht Räume anders und kitzelt deren Potenziale heraus. Die drei Kreativen filtern die Merkmale und Besonderheiten eines Ortes und entwickeln daraus Konzepte für Events, die in Erinnerung bleiben. Projektor. vereint dabei Architektur und Raum, Licht und Projektion, „DJing“ und

„Vjing“, Gastronomie und Veranstaltung, Organisation und Planung. Für jede Aufgabe entwickelt Projektor. ein eigenständiges Konzept aus den Gegebenheiten und Möglichkeiten des Raums oder Ortes und den Anforderungen und Wünschen der Kunden. Diese vielen Teilbereiche transformiert das Kreativ-Team in spannende Raumerlebnisse.

Hinter Projektor. steht ein Netzwerk, das vielfältige Bereiche kreativer, technischer sowie organisatorischer Aufgabengebiete umfasst. Projektion und Licht sind das maßgebliche Element der Arbeit: Für ihrer Konzepte erstellt Projektor. maßgeschneiderte Animationen und realisiert 3-dimensionale Projektionen, Lichtinstallationen und Lichtperformances.

www.prjctr.net

Software für die Energiewende



Software-Ergonomie, Marl



Diagramme, Piktogramme, Schaltflächen – ein modernes Kraftwerk verfügt über bis zu 25.000 im System integrierte Anzeigen, verteilt auf bis zu 400 Screens, die auf elf Bildschirmen dargestellt werden müssen. Auf Menschen, die an solchen komplexen Maschinen arbeiten, wirkt eine beachtliche Menge an Informationen ein. Dabei den Überblick zu behalten und Gefahrensituationen oder Ausfälle zu minimieren, ist ein komplexes Thema, dem sich Nadja Kothe annimmt. Die Designerin hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Bildschirmoberflächen in Kraftwerken so zu gestalten, dass Gefahren im Energiesektor miniert werden. Daraus hat sich ein weiteres Betätigungsfeld entwickelt, zusammen mit der Kraftwerkschule Essen e. V. betreut Sie die Energiewirtschaft bei der Einführung regenerativer Energien in Europa. Nadja Kothe begleitet den Prozess. Sie steuert die Abstimmung, analysiert bestehende Prozess- Leitsysteme, erkennt Schwach-

stellen und berät Unternehmen im Hinblick auf Systemneugestaltung. Ihr Ziel ist dabei so aktuell wie relevant: Übersichtliche und bedienerfreundliche Displays und Software sollen Ausfälle in den Leitständen vermeiden, was Kosten minimiert. So schafft Software-Ergonomie die Voraussetzung dafür, dass der Atomausstieg gelingt und die Zukunft unserer Energie gesichert ist.

www.nadja-kothe.de

» **Ich möchte Prozesse verändern und Konzepte entwickeln, die Deutschland in der Kreativ- und Wirtschaftsstellung weiter bringen. Es ist ein Projekt, welches den Umweltschutz und die effektive Ressourcennutzung vorantreibt. Außerdem wird die europaweite Einführung der regenerativen Energien beschleunigt. Die Optimierung dieser Felder ist zukunftsweisend.**

Nadja Kothe



Eine Uhr ist eine Uhr ist keine Uhr



Sphaerologium, Stuttgart

» Ist man mit einer Sache an einem bestimmten Punkt angelangt, wird es unglaublich schwer die kleinsten Hürden zu nehmen. Unverhältnismäßige Kräfte müssen mobilisiert und endliche Ressourcen aufgewendet werden, um weiter zu kommen. Das für kleine Fehler zu zahlende Lehrgeld steht in keinem Verhältnis mehr und verliert jeden Bezugspunkt. Ein Wettbewerb hilft, diese Hürden leichter zu bewältigen.

Peter Berger

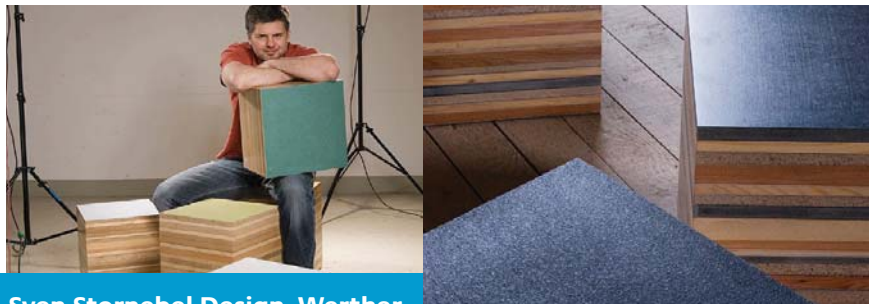
Wie es aussieht, wenn uns das Stündlein schlägt, können wir jetzt selbst bestimmen – mit der wandlungsfähigen Wanduhr Sphaerologium. Möglich macht das ein wechselbares Ziffernblatt in einer kreisförmigen Rahmenkonstruktion, die vor der Wand schwebend befestigt wird. Zwar ist das Sphaerologium zuallererst eine Wanduhr, aber sie kann viel mehr als nur die Zeit anzuzeigen. Sie ist auch Blickfang, Leuchte und Regal.

Allein die individuell gestalteten Ziffernblätter machen jedes Sphaerologium zu einem Unikat. Die indirekte Beleuchtung durch LED-Ketten auf der Rückseite des Rahmens sorgt für eine warme, gedämpfte Raum-Atmosphäre. Der Clou ist jedoch, dass sich die Konstruktion zum Regal modifizieren lässt ohne die Zeitanzeige aufzugeben. Im Inneren des Sphaerologiums können Böden eingelassen werden, die nahezu alles tragen, was einen besonderen Platz verdient. Ob CDs, Bücher, Pflanzen, Whiskey oder Gläser – jede Art von Regal ist realisierbar.

Der ungewöhnliche Name leitet sich ab aus dem Lateinischen: Aus Sphaera (Kugel) und Horologium (Sonnenuhr) wird das Sphaerologium.

www.pierrebrass.de

Design auf Dauer



Sven Stornebel Design, Werther

Konsumgesellschaft adé! Design nur um des Konsums willen ist Sven Stornebel ein Graus. Langlebig sollen seine Möbel sein, ökologisch wertvoll und nachhaltig produziert – die hochwertige Gestaltung versteht sich von selbst.

Gestern noch auf dem Sperrmüll, heute als Schmuckstück im Designer-Loft. In seiner Werkstatt erweckt der Designer Ausrangiertes zu neuem Leben. Bilderahmen vom Trödelmarkt bekommen eine neue Bestimmung als Schranktüren (Produktlinie „ghost“), Holzwerkstoff vom Sperrmüll wird zum einzigartigen Charaktermöbel (Produktlinie „other side“). Dabei will der Schöpfer seine Möbel als Statement gegen das Gleichmaß unserer Zeit verstanden wissen – attraktive, handgefertigte Unikate mit Charakter und Geschichte.

Als Autoredesigner verkauft Sven Stornebel eigene Entwürfe an die Industrie, als Dienstleister gestaltet er Produkte und Räume, im eigenen Atelier treibt er eigene Kunstprojekte voran.

www.stornebel.de

» „Ich freue mich darauf, als Kreativpilot über den Tellerrand zu schauen. Auf spannende Begegnungen mit vielen neuen Kontakten, auf interessante Workshops, die mich und meine Ideen nachhaltig wirtschaftlich und kulturell beeinflussen.“

Sven Stornebel

Literatur in Bewegung



textouren, Hamburg

» Kreativpilot zu sein, bedeutet für mich, etwas Neues zu schaffen. Mit Kreativität und Mut an eine Idee zu glauben und diese umzusetzen. Als ‚Kreativpilotin 2011‘ freue ich mich auf ein Jahr voller Austausch mit anderen Luftpiraten und professionelle Navigationshilfen im Himmel über Hamburg und Berlin.

«
Magdalena Bössen

Mit Seemannsgarn lässt es sich ganz vortrefflich stricken. Das zeigt Magdalena Bössen und ihr Team auf den textouren durch den Hamburger Hafen und das Berliner Regierungsviertel.

textouren sind Stadtabenteuer, die direkt ins Herz des Zuschauers zielen. Sie ziehen ihn in ihren Bann mit brisanten Storys und der Poesie urbaner Nächte. Professionelle Schauspieler verweben an den einzelnen Stationen Geschichten, Gedichte und Lieder zu kriminell spannenden Stadterlebnissen. Die Stadt ist dabei Thea-

tersaal und Kulisse zugleich, der Zuschauer immer Teil der Inszenierung.

textouren vermitteln kein historisches Wissen über die Stadt, sondern schaffen eine Schnittstelle zwischen Kultur und Stadterlebnis. Sie verknüpfen Orte mit Erlebnis und Emotion. Das Ziel ist, jedem Teilnehmer seine ganz persönliche Erinnerung zu verschaffen. Garant für ein hohes künstlerisches Niveau sind dabei immer die literarischen und musikalischen Darbietungen.

Nach vier Hamburg-Touren wagen Magdalena Bössen und ihr Ensemble nun den Sprung von der Elbe an die Spree. Das neue Programm „Der Fall Mauer“ führt in einen Krimi über Gesellschaft, Verantwortung, Presse, Politik und Zukunft durch das Berliner Regierungsviertel.

www.textouren.com

Waschen, wohlfühlen, wiedersehen ...



Trommelwirbel, Nürnberg

... so lautet das Motto des Erlebnis-Waschsalons Trommelwirbel. Denn Hobby-Wühlmäuse, Schokoladen-Krümmonster, Rotwein-aufs-Hemd-Verschütter haben alle etwas gemeinsam: Sie müssen wieder und wieder Wäsche waschen. Für anheimelndes Ambiente sind Waschsalons im Allgemeinen nicht bekannt, doch Trommelwirbel verbindet das Nützliche mit dem Schönen. Ein lebendiges Museum, ein nostalgisches Erlebnis, ein Waschsalon wie ein Wohnzimmer: alles im Ambiente der 70er Jahre.

Für die Kunden wird der Waschtag zu einem besonderen Erlebnis inszeniert. Regelmäßig finden Lesungen, Musik- und Theaterveranstaltungen, Kreativwerkstätten, Spielenachmittage und vieles mehr statt. Bleibt noch die Frage: Selber waschen oder waschen lassen? Ob waschen, trocknen, mangeln und

bügeln – alles, was die Waschmaschinen sauber und der Trockner trocken bekommt, übernehmen auch gerne die helfenden Hände vom Trommelwirbel-Team. Aber ganz ehrlich: Bei Kaffee- und Teespezialitäten und selbst gemachten Leckereien macht sich das bisschen Haushalt doch von allein. Das sagt nicht nur mein Mann.

www.trommelwirbel.de

» Wir wünschen uns größere Aufmerksamkeit für unsere Idee und die bunte Vielfalt des Erlebniswaschens. So hoffen wir, möglichst viele Menschen mit waschender Begeisterung anzustecken! Wir freuen uns auf viele spannende Begegnungen, Gespräche, neue Erfahrungen, kritisches Feedback, wo nötig Kurskorrekturen und Weiterentwicklung. «

Nele Gilch & Petra Schinz

Stöbern durch Jan Delays Plattenkiste



VILLA HANSEPLATTE, Hamburg

» Wir erwarten von diesem Jahr, das professionelle Berater uns coachen, Ideen und Tipps geben, die uns über unseren Tellerrand hinaus schauen lassen. Die mit uns die Machbarkeit und Rentabilität prüfen. Außerdem wünschen wir uns den Austausch mit anderen Teilnehmern darüber, welche Themen sie beackern und wie man sich gegenseitig inspirieren kann.

Jakob Felix Groothoff und Eva Schmid

Klingelstreiche spielen bei Udo Lindenberg? Hoch kommen auf einen Kaffee mit Ina Müller? Kein Problem – in der VILLA HANSEPLATTE.

In der virtuellen Künstler-WG können sich Fans und Freunde ganz frei in den privaten Wohnzimmern ihrer Hamburger Lieblingsmusiker bewegen und ihnen dabei ganz nahe kommen. 20 Musiker stellen in ihren privaten

Zimmern ihr künstlerisches Schaffen dar: ihre Inspirationsquellen und Nebenprojekte, Lieblingsbücher und -platten, Tipps und Anekdoten. Im „Wohnzimmer“ erfahren die Besucher mehr über den Künstler als irgendwo anders. Sie können mit ihm direkt in Kontakt treten, ihn bei der Arbeit begleiten, Verbindungen zwischen ihm und anderen Künstlern beobachten. VILLA HANSEPLATTE macht Zusammenhänge erlebbar, nachvollziehbar und nutzt sie kommerziell.

Hinter der VILLA HANSEPLATTE steht das Team der Hanseplatte, Deutschlands einzigem Plattenladen, der sich auf Hamburger Künstler spezialisiert hat. Mit der Online-Plattform verlängern sie das Erlebnis Plattenladen ins Internet und schaffen einen Ort zum Wohlfühlen. Her-einspaziert in die VILLA HANSEPLATTE!

www.hanseplatte.de

Brücken zu Inseln der Erinnerung



Wölfe Malvorlagen, Gießen



Der demografische Wandel ist eine der großen gesellschaftlichen Herausforderungen der Zukunft. Über eine Million Menschen in Deutschland leiden an Demenz. Bis 2030 sollen es Prognosen zufolge mehr als 1,7 Millionen sein.

Gestalterisches Tun öffnet Türen zu verschütteten Erinnerungen. Demenzkranke, die mit Sprache nicht mehr erreicht werden, finden durch kreatives Schaffen einen Weg, sich mitzuteilen. Diese Erkenntnis hat sich in der Altenpflege zunehmend durchgesetzt, doch müssen Pflegende immer wieder auf Bastel- und Malbücher für Kinder zurückgreifen.

Ein spezielles Produkt, das Mitarbeitern von Senioreneinrichtungen, Therapeuten und Angehörigen die Biografiearbeit mit Demenzkranken erleichtert, hat die Kunstpädagogin Georgia Wölfe entwi-

ckelt. Mit den Wölfe-Malvorlagen begeben sich Senioren auf eine Reise in ihre eigene Jugend. Die Motive geben typische und emotional ansprechende Situationen aus der Jugend der Senioren wieder. Ein erwachsener Zeichenstil sowie eine klar strukturierte Aufteilung unterstützen das Wiedererkennen und Zurechtfinden im Bild.

woelfe-malvorlagen@gmx.de

» Während des Kreativpiloten-Jahres möchte ich meine Idee erfolgreich umsetzen. Ge-spannt bin ich auf die kompetente Beratung und Unterstützung zu unternehmerischen Fragestellungen sowie auf die Kontakte zu anderen Kreativen. Über den Titel ‚Kreativpilotin‘ freue ich mich als Anerkennung meiner Arbeit.

Georgia Wölfe



Mitglieder der Jury

Kathrin Ahrens

Referentin Städtebau und Städtebauförderung, Kultur- und Kreativwirtschaft, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

» Mich hat das große Spektrum der durchweg einfallreichen und für ihre Ideen brennenden Teilnehmer von diesem Wettbewerb überzeugt. «

Christoph Backes

Vorstand, u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V.

» Ich freue mich auf das gemeinsame Kreativpiloten-Jahr und bin gespannt auf die persönliche und unternehmerische Entwicklung jedes Einzelnen. «

Dirk Beckmann

Geschäftsführer, artundweise GmbH

» Ideen gibt es genug, die richtige Idee herauszufischen ist die Kunst – tolles Konzept von Juryarbeit. «

Rouven Beek

Stellvertretender Leiter des Geschäftsbereichs Industrie, Energie, Verkehr und Umwelt, IHK Mittleres Ruhrgebiet

» Es war wieder beeindruckend und ermutigend zu sehen, wie weit junge Kreative teilweise gedanklich schon sind. Und zwar nicht nur fachlich, sondern vor allem auch im Hinblick auf ihren Willen und ihre sehr genauen Vorstellungen darüber, wie sie ihre teilweise unkonventionellen Ideen unternehmerisch umsetzen möchten. Ich glaube es ist an der Zeit, nun konsequent den nächsten Schritt einzuleiten, nämlich die noch engere Verzahnung der Kreativwirtschaft mit anderen Branchen wie Handel oder Industrie. Hier liegen aus meiner Sicht große Potenziale. «

Florian Berger

Director of Possibilities, Donkey Products GmbH & Co. KG

» Die unterschiedlichen Disziplinen aus der Kreativwirtschaft zu beobachten und zu sehen, wie sich die verschiedenen Persönlichkeiten auf ihr Projekt vorbereiten und dieses dann präsentieren, war eine sehr interessante Erfahrung. Toll, an diesem Prozess wäre ich immer wieder gerne beteiligt! «

Michael Bleks

Politik- und Strategieberater, Mitglied im Beirat des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

» Das Auswahlverfahren bezieht die unterschiedlichen Perspektiven der jeweiligen Jury-Mitglieder konsequent ein, denn die Entscheidungen werden einstimmig gefasst. Ich kenne kein vergleichbares Verfahren, das bei notwendiger Subjektivität ein derartiges Maß an Objektivität erreicht und dabei die je einzigartige Persönlichkeit der Bewerber so ernsthaft respektiert. «

Dr. Angela Böck

Stellvertretende Leiterin der Abteilung Messen und Ausstellungen der Handwerkskammer für München und Oberbayern

Gordon Bonnet

Leiter Unternehmenskommunikation, IHK Wiesbaden

» Die vielen kreativen Ideen und der Enthusiasmus der Bewerber haben mich fasziniert und bewegt. Die Auswahl ist uns absolut nicht leicht gefallen. Ich hoffe, dass möglichst viele der eingereichten Projekte realisiert werden. «

Tania Breyer

Ansprechpartnerin Bremen und Niedersachsen, Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Stefan Büssenschütt

Referent im Referat Innovation und Technologietransfer, zuständig für die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft, Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, Bremen

» Tolle Konzepte und interessante Persönlichkeiten. Auch als Jurymitglied konnte ich wichtige Erfahrungen sammeln. Der Wettbewerb ist Beleg für die beeindruckende Vielfalt der Kultur- und Kreativwirtschaft. «

Denise Demnitz, M. A.

Wirtschaftsförderung der Stadt Halle, Medien- und Kreativwirtschaft, internationale Projekte, Halle (Saale)

» Die Jurysitzung war eine großartige Erfahrung. Ich konnte viele interessante und begeisternde Kreative und Ihre Ideen kennen lernen. Spannend war, dass wir in unserer Einschätzung in der Jury meist nicht weit auseinander lagen. «

Mitglieder der Jury

Sebastian Dresel

Beauftragter für Kultur - und Kreativwirtschaften, Fachbereich für Wirtschafts- und Strukturförderung der Stadt Mannheim

»Das Auswahlverfahren zu den Kultur- und Kreativpiloten basiert u. a. auf Austausch, Meinung, Meinungsänderung, Denkprozess, Erfahrung, Entdeckung, Überraschung, aber vor allem auf der (komprimierten) Auseinandersetzung mit Menschen und ihren Ideen. Voraussetzungen, um neuen Ansätzen gerecht werden zu können. Keine Garantie. Die es ohnehin nicht gibt. Insofern ist das Verfahren ein Ordnungsprozess von Subjektivitäten und hat als solcher großen Realitätsbezug. Das ist viel! «

Bernhard Eller, Dipl.-Volksw.

Referat für Arbeit und Wirtschaft, Wirtschaftsförderung, Landeshauptstadt München

»Die Originalität und Professionalität der Bewerbungen hat im zweiten Jahr des Wettbewerbes Kultur- und Kreativpilot spürbar zugenommen. Offensichtlich findet der Wettbewerb Akzeptanz bei der Zielgruppe der Kreativen und wird als Chance wahrgenommen, dem wirtschaftlichen Erfolg näher zu kommen. «

Jürgen Enninger

Ansprechpartner Bayern, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Sebastian Fleiter

Freier Künstler, Atelier Fleiter, Nachrichtenmeisterei, Kassel

»Die Jury kann nur die Starterlaubnis erteilen – geflogen werden muss selber. «

Heike Fliess

Referatsleiterin 32 – Kulturentwicklung, Kulturförderung, kulturelle Bildung, Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur

»Die Kultur- und Kreativpiloten zeigen eindrucksvoll, wie viel Ideenreichtum, Kreativität und Innovationspotential in diesen Köpfen stecken. Ein großartiges Projekt. «

Christiane Frey

Co-Founder, Dark Horse GmbH

»Auch der diesjährige Wettbewerb hat gezeigt, wie facettenreich kreatives Schaffen sein kann und wie viel unterschiedliche Potenziale in unseren Bundesländern schlummern. Die Tatsache,

dass sich viele mit ähnlichen Ausgangsfragen abstrampeln, aber auch mit ganz individuellen Entwicklungsprozessen innerhalb der Projekte konfrontiert sind, hat mich am meisten beeindruckt. «

Lutz Gärtner

Referat VI B 1, Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

» Besonders beeindruckend war für mich, wie stark die Bewerber für ihre Idee brennen und mit welchem Engagement sie die Umsetzung ihres Geschäftsmodells verfolgen wollen. «

Peter Grafe

Referatsleiter K 16, Kulturwirtschaft, Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

» Keine Scheu vor der Vermarktung künstlerischer Ideen: Wir sollten künftig noch mehr freiberufliche Künstler zur Teilnahme an diesem Wettbewerb animieren. «

Katja Großer

Ansprechpartnerin Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Sascha Gutzeit

Geschäftsführer, RKW Hessen GmbH

» In den Jurysitzungen lernt man die Menschen hinter den kreativen Ideen ein Stück kennen und wird immer wieder von der Begeisterung infiziert. «

Doris Hantscho

Fachgebietsverantwortliche Marketing, RKW Sachsen GmbH, Dienstleitung und Beratung

» Die Kultur- und Kreativwirtschaft birgt sehr viel Potenzial, wie dieser zweite Wettbewerb erneut verdeutlichte. Durch die direkten Gespräche mit den Bewerbern in aufgelockerter Atmosphäre erhielten wir als Jury tiefe Einblicke in die einzelnen Konzepte. Eine rundum sehr gelungene Veranstaltung. «

Dr. Thomas Hertel

Referatsleiter in der Abteilung Kultur, Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt

» Kulturelle Kreativität ist eine viel versprechende Ressource. Das hat sich beim Auswahlverfahren gezeigt. Kreative Ideen können einerseits zu erstaunlichen Innovationen bzw. zu völlig neuartigen Qualitäten führen. Andererseits werden selbst konventionelle Produkte oder

Mitglieder der Jury

Dienstleistungen durch kluge Einfälle aufgewertet. Schon kleine Variationen bewirken mitunter genau die feinen Unterschiede, die einen evolutionären Vorteil verschaffen. Wer genügend mentale Energie investiert, gut motiviert ist und alternative Möglichkeiten durchspielt, kann wirklich Schwerkraft überwinden und anspruchsvolle Ziele quasi im Flug erreichen. «

Stephan Heym

Geschäftsführer, RKW Thüringen GmbH

Klaus Hinnenberg

Gründer und Gesellschafter, Panroyal Institut für Unternehmensführung und Panroyal Agenturgruppe für Marketing und Absatzkommunikation

» Es ist faszinierend, junge Unternehmer ein kleines Stück ihres großen Weges zu begleiten. Persönlichkeiten, die es verantworten, mit neuen Initiativen Wirtschaftsgeschichte in Deutschland zu schreiben. Kreativ. Innovativ. Mutig. «

Hanke Homburg

Gestalter und Geschäftsführender Gesellschafter, GfG / Gruppe für Gestaltung GmbH

» Für mich als Gestalter und Unternehmer war das Auswahlverfahren eine große Freude: Inspirierend, vielfältig und auch positiv kontrovers durch die unterschiedlichen Blickwinkel der Jurymitglieder. Die ausgezeichneten Kultur- und Kreativpiloten werden wunderbare Botschafter für kreativen und unternehmerischen Gestaltungswillen sein! «

Dr. Pit Hosak

Leiter der Abteilung Kunst, Kreativwirtschaft, Musik und Kulturprojekte, Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg

» An der Jury zur Auswahl der Kultur- und Kreativpiloten 2011 teilzunehmen, war für mich in mehrerlei Hinsicht extrem bereichernd: Das gewählte Verfahren ist sehr objektiv und berücksichtigt Kriterien oder Dynamiken, die sonst schnell unter den Tisch fallen. Der weit überwiegende Teil der Bewerber hatte in der Tat ein sehr hohes kreatives und auch wirtschaftliches Potential. Es wurde deutlich, dass die Umsetzung dieses Poten-

tials mit externer oder gegenseitiger Unterstützung – wie es das Konzept der Kreativpiloten auch vorsieht – stark forciert oder auch erst ermöglicht wird. «

Sylvia Hustedt

Vorstand, u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V.

» Es war wieder eine große Freude, zu sehen, was die diesjährigen Teilnehmer im Stande sind, zu leisten. Kreativität und Überzeugungskraft, Innovation und Herzblut stecken in diesen Geschäftsideen. «

Susanne Jehle

*Projektleiterin Unternehmensförderung/
Clustermanagerin Kreativwirtschaft, MFG
Innovationsagentur für IT und Medien*

» Die Vielfalt der vorgestellten Projekte, aber auch das unternehmerische Gespür für innovative Geschäftsvorhaben haben mich während des Auswahlverfahrens sehr beeindruckt. Die Auszeichnung ‚Kultur- und Kreativpiloten‘ leistet dabei einen wichtigen Beitrag, das kreative Potenzial Deutschlands in all seinen Facetten besser bekannt zu machen. «

Berit Johannsen, M. A.

*Referentin für kulturelle Grundsatzfragen/
Kultur- und Kreativwirtschaft, Kulturabteilung
des Ministeriums für Bildung und Kultur
des Landes Schleswig-Holstein*

» Der persönliche Austausch mit den Bewerbern zu ihren kreativen Ideen und Projekten war sehr spannend und hat viel Spaß gemacht. Aus den Gesprächen habe ich viele Anregungen mitgenommen. «

Andreas Jüttner

*Stellvertretender Leiter Kulturredaktion,
Badische Neueste Nachrichten*

» Wo außer in der Piloten-Jury darf man in so kurzer Zeit so viele unterschiedliche Menschen kennen lernen, die mit völlig unterschiedlichen Ideen alle das gleiche ausstrahlen: die Überzeugung, dass neue Wege möglich sind. «

Mitglieder der Jury

Daniel Kerber

Initiator von morethanshelters, innovative Architektur für Krisenregionen

» Als Juror durfte ich dieses Jahr sehen, wie viel innovative und kreative Energie in jungen Projekten brodelt. Das war großartig und ich wünsche allen Piloten 2011 einen guten Start. «

Dirk Kiefer

Ansprechpartner Berlin und Brandenburg, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Gernod Kraft

Unternehmensbetreuer, RKW Baden-Württemberg GmbH

» Spannende Vorhaben, erfrischend kreative Bewerber und ein ebenso kreatives Auswahlverfahren waren für mich eine inspirierende Erfahrung und interessante Ergänzung des Beratungsalltags. Ohne Zweifel haben auch die Teilnehmer durch die intensive Diskussion mit den Mitgliedern der interessant zusammengesetzten Jury wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung ihrer Konzepte und Unternehmungen erhalten. «

Stefan Laurin

Journalist

» Es hat Spaß gemacht, einen Tag lang so viele Menschen mit zum Teil wirklich guten Ideen zu erleben. «

Frank Lemloh

Ansprechpartner Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Martina Muckli, Dipl. Pol.

Stellvertretende Referatsleiterin Wirtschafts- und Regionalpolitik, Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein

» Der Wettbewerb ‚Kreativpiloten‘ zeigt eindrucksvoll, wie vielfältig und innovativ die Kreativwirtschaft ist. Die offene und produktive Atmosphäre der Jurysitzung hat mich sehr beeindruckt. In diesem Wettbewerb sind wir alle Gewinner! «

Tanja Mühlhans

Referentin für Creative Industries (Film/Medien/Mode/Design), Landesinitiative Projekt Zukunft, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Berlin

» Das Auswahlverfahren beweist jedes Mal, dass die Teambewertungen den häufig komplexen Start-up-Szenarios viel besser gerecht werden als einzelne Bewertungen der Jurymitglieder. Begeistert bin ich jedes Mal, wie viele tolle Geschäftsmodelle und Gründerpersönlichkeiten – auch aus Berlin – dabei sind, denen man ohne die ‚Kreativpiloten‘ vielleicht nicht begegnet wäre. Der Tag der Auswahlgespräche ist zwar anstrengend, aber auch unglaublich inspirierend. «

Cornelia M. Müller, M. A.

Referat K16, Kulturwirtschaft, Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

» Als Jurymitglied konnte ich einen direkten Einblick in den mehrstufigen und sehr behutsamen Auswahlprozess für unsere ‚Kreativpiloten‘ gewinnen. In zahlreichen anregenden Interviews trat deutlich zu Tage, wie viele originelle Konzepte existieren. Der ebenso lebhaft wie behutsame Gedankenaus-

tausch, in dem die Ideen auf ihre Transformation in intelligente und erfolgreiche Geschäftsmodelle geprüft wurden, war für mich nicht nur eine große persönliche Bereicherung. Für mich zeigte sich auch, dass wir mit diesem bundesweit exemplarischen Auswahlverfahren ein angemessenes und adäquates Format für den respektvollen Umgang mit kreativen Ideen und Ihren Schöpfern gefunden haben. «

Artur Nägele

Leiter StarterCenter, IHK Ulm

» Vom offenen Austausch bei den Präsentationsgesprächen profitieren auch die nicht ausgewählten Bewerber/innen durch die konstruktiven Feedbacks zu ihrer Geschäftsidee und den Ideen zur weiteren Entwicklung. «

Claudia Nussbauer

Leiterin des Referates „Kreativwirtschaft“, Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

Mitglieder der Jury

Dr. Stefan Offenhäuser

Syndicus, Leiter des Geschäftsbereich Public Relations, Handelskammer Bremen

» Kreativpiloten sind für mich Gestalter der Zukunft. Sie verlassen gewohnte Wege und können dadurch Wegweiser zu neuen Prozessen, Methoden und Denkweisen werden. Dies zu unterstützen, halte ich für außerordentlich wichtig – für die Gesellschaft insgesamt, aber auch für den Wirtschaftsstandort Deutschland. «

Bianca Poppke

Ansprechpartnerin Baden-Württemberg, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

» Im Mittelpunkt einer schriftlichen Bewerbung steht die Sache. Im Mittelpunkt eines Gespräches steht der Mensch. Für die Auswahl der Kultur- und Kreativpiloten ist beides wichtig: Unternehmensidee und Unternehmerpersönlichkeit. Erst im Auswahlverfahren zeigen sich die fachliche Souveränität, der Umgang mit Hürden und nicht zuletzt Leidenschaft und Begeisterung. So wird aus einer interessanten Idee jemand, dem die Jury das Durchstarten wirklich zutraut: eine Kreativpilotin, ein Kreativpilot. «

Julia Riedel

Leiterin der Geschäftsstelle, Designforum Rheinland-Pfalz descom

» Dieser Wettbewerb Kreativpiloten ist ein sehr wichtiges und deutliches Instrument für die Branche selbst, für Politik, Öffentlichkeit und andere Wirtschaftsbereiche – zeigt er doch die Kraft und das Potenzial junger unternehmerischer Ideen der Kultur- und Kreativwirtschaft und fördert sie. «

Jutta Rieping

Pianistin, Spark – die klassische Band

» Innovation erfordert zündende Ideen – die Bewerber lieben davon ein ganzes Feuerwerk explodieren! Ich wünsche den Kreativpiloten die Eintrittsformel für die erfolgreiche oder noch erfolgreichere Umsetzung ihrer Vision und dabei einen unerschöpflichen Motor der Begeisterung. Und vielleicht erlebt auch dieser Jahrgang die Magie der kollektiven Kreativität. «

Christian Rost

Stellvertretende Leitung, Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

» Besonders haben mich die hohe Qualität der Bewerbungen und die Geschäftskonzepte der Unternehmen begeistert! Durch die Kultur- und Kreativpiloten mit ihren tollen Ideen erhält diese Branche Gesichter, die eine hohe Überzeugungskraft besitzen. «

Mona Rübsamen

Geschäftsführende Gesellschafterin und Programmdirektion, FluxFM Plattform für regionale Musikwirtschaft GmbH

» Kreative Macher und Unternehmer benötigen Kommunikation und Vernetzung ihrer Geschäfts-Idee, aber auch fundiertes betriebswirtschaftliches Basiswissen und den Mut zur einfallsreichen Selbstvermarktung. Als Kultur- und Kreativpilot über ein Jahr von einem Experten-Team begleitet zu werden, mehr kann man sich als junger Unternehmer als Sprungbrett nicht wünschen! «

Jörg Sabrowski

Referent Kreativwirtschaft im Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung, Rheinland-Pfalz

» Die Persönlichkeit der Unternehmerin/ des Unternehmers mit ihrer Authentizität und Identität ist der Schlüssel zum Erfolg, gerade in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier entwickeln sich innovative Champions und es war spannend und anregend, diese Persönlichkeiten im Rahmen des Auswahlverfahrens kennen zu lernen. «

Michael Schels

Erster Vorstand, Zentrifuge - Kommunikation, Kunst und Kultur e. V.

» Als Juror durfte ich in spannenden Gesprächen mit begeisterten und erfahrenen Menschen erfahren, dass Kreativität weit über die Idee einer Person hinausgeht. Sie entfaltet sich am besten in einer offenen und fairen Atmosphäre. Der Wettbewerb Kreativpiloten zeigt vorbildlich, wie in einem förderlichen Klima aus guten Ideen verhandelbare, wertvolle und schützenswerte Dinge oder Leistungen entstehen. Kreativität wird hier als gemeinsame Aufgabe verstanden und gelebt. Das zeigt: Wer kreativ sein will, muss (mit-)teilen können. «

Mitglieder der Jury

Jürgen Schepers

*Branchenkoordinator Kreativwirtschaft,
IHK Berlin*

» Spannend und inspirierend und vor allem erfrischend anders waren die Auswahlgespräche für die Kultur- und Kreativpiloten. Innovative Geschäftsideen, die in angenehmer Atmosphäre und vor allem im Austausch miteinander diskutiert wurden, waren ein Gewinn für Jury und Bewerber. Ein kreatives Konzept für die Kultur- und Kreativwirtschaft – was will man mehr ... «

Judith Schmitt, M. A.

Projektmanagement le bloc mode und design, StadtRevue Verlag GmbH, Kommunikation und Marketing

» Als Jurymitglied wurden keine Entscheidungen als Einbahnstraße getroffen, sondern erarbeitet in einem lebendigen, vernetzten Verkehrsknotenpunkt, aus dem ich für meine eigenen kreativen Konzepte viele Anregungen mitnehmen konnte. Dafür danke ich allen Anwärterinnen und Anwärtern des diesjährigen Kultur- und Kreativpiloten Wettbewerbs. «

Christof Schreckenberg

*Ansprechpartner Nordrhein-Westfalen,
Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes*

Ralf C. Schreier

Filmemacher aus Bremen, rcschreier

» Ich habe die Gespräche innerhalb des dreiteiligen Auswahlverfahrens als sehr persönlich und vertrauensvoll empfunden. Dass sich in diesem Rahmen für uns Jurymitglieder gar die Möglichkeit bot, viel versprechenden Bewerbern Tipps und Feedback für die weiteren Auswahlgespräche mit auf den Weg zu geben, war großartig. Das Coaching hat in solchen Momenten praktisch schon begonnen! «

Norman Schulz

Ansprechpartner Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Dr. Ulrich S. Soénius

Geschäftsführer, IHK zu Köln

» Der Wettbewerb ist auf jeden Fall ein Gewinn - für die Teilnehmer, für die Branche insgesamt, für die Öffentlichkeit und auch für die Juroren. Ich habe viele Impulse erhalten, interessante Menschen kennen gelernt und mich gefreut, dass frische Ideen neuen Wind bringen. «

**Dr. Christoph Stoeckle,
Dipl.-Volksw.**

Referent für Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

» Die Auswahlgespräche haben offenbart, was die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland ausmacht: Selbstbewusstsein, Innovationskraft, Durchsetzungsvermögen und das nötige Maß an Spontanität, um Erfolg zu haben. «

André Störr

Referat Kreativwirtschaft und Mittelstandspolitik, Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie

» Der wirtschaftliche Stellenwert von kreativen Leistungen erklärt sich am besten über konkrete Beispiele. Zur Sichtbarmachung der Branche ist der Wettbewerb eine sehr gute Plattform. «

Professor Reinhard Strömer

Vorstand, u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V. und Leiter des Studiengangs Kulturmanagement, Hochschule Bremen

Irit Tirtsey

Kaufmännische Geschäftsführerin des Kulturbetriebs der Stadt Aachen

» Kreativpiloten ist eins der wenigen Projekte, dass es schafft, den immer noch ‚sperrigen‘ Begriff Kreativwirtschaft sichtbar zu machen. Die ‚Kreativen‘ erhalten hierdurch eine einmalige Chance, sich für ihr eigenes Unternehmen fit zu machen. Der Auswahlprozess war innovativ und ich konnte auch für mich selbst einiges an Erfahrung mitnehmen. «

Mitglieder der Jury

Johannes Tomm, M. A.

Projektleiter, GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen e.V.

Dr. Burkhard Touché

Abteilungsleiter, Key Account Management Multiplikatoren, KfW Bankengruppe

» Der Wettbewerb für Kreativpiloten bietet den Teilnehmern ausgezeichnete Möglichkeiten, im Markt voranzukommen. Die KfW als Finanzpartner der Kreativwirtschaft unterstützt diese Initiative daher sehr gern.«

Thorsten Unger

Geschäftsführer, Zone2Connect GmbH

» Der neue Jahrgang der Kultur- und Kreativpiloten 2011 stellt wieder viele spannende Ideen und vor allem Menschen vor. Der Wettbewerb zeigt, wie vielfältig die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland ist. Als Unternehmer in dieser Branche wissen wir um die Wichtigkeit der Förderung von kreativen Köpfen mit guten Ideen.«

Iris Wandrei

Amtsärztin, Referat 76, Telekommunikation, Medien und Wissensgesellschaft, Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg

» Es ist beeindruckend zu sehen, wie vielseitig die Kultur- und Kreativwirtschaft aufgestellt ist.«

Markus Wegerhoff

Amtierender Amtsleiter für Wirtschaftsförderung im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte

» Der Mehrwert für die Jury, um zu wissen, welche Kreativitätspotentiale im Bundesgebiet stecken, und der Mehrwert für den/die Bewerber/innen, auf kurzem und unkompliziertem Weg eine Einschätzung seiner Kreativität zu erlangen!«

Sebastian Weiß

Inhaber der Theaterproduktion Weiß

» Gerne unterstütze ich den Wettbewerb durch meine Jurymitgliedschaft und denke, dass ich als Preisträger zu einem Insider des Verfahrens geworden bin. Mit diesem gewonnenen Hintergrundwissen möchte ich die Kandidaten unterstützen, welche nicht nur eine ausgefallene Idee haben, sondern auch diejenigen, welche perfekt zu diesem Verfahren passen und von diesem großartigen Wettbewerb profitieren werden. «

Walter Winter, M. A.

Referat B/2, Mittelstandsförderung, Handwerk, Kammern, Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft, Saarland

» Kreativ durchstarten mit dem Netzwerk der Kreativpiloten. Mit Coaching und innovativen Ideen sich in der Kreativbranche eine Existenz gründen.“ «

Lutz Woellert

Spielmacher, 42GbR

» Die Intensität, Ernsthaftigkeit und Offenheit der Auswahlgespräche grenzt diesen Wettbewerb von allem ab, was ich bisher in der deutschen Förderlandschaft erlebt habe. Da kann man eigentlich nur hoffen, dass es auch in 42 Jahren noch einen Kreativpilotenwettbewerb geben wird. «

Harm Wurthmann

Leitung Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

» Ich kenne keinen anderen Wettbewerb, der schon im Auswahlverfahren Bewerbern und Juroren so viel Mehrwert liefert. «

Programm der Titelverleihung

	<p>Titelverleihung am 10. November 2011, im axica Berlin</p> <p>Moderation: <i>Katrin Bauerfeind</i></p>
17:30 Uhr	Check-in
18:00 Uhr	Eröffnung <i>Bernd Neumann</i> , Staatsminister, Beauftragter der Bundesregierung für Kultur- und Medien <i>Hans-Joachim Otto</i> , Parlamentarischer Staats- sekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie
18:25 Uhr	Hörinstallation textouren
18:40 Uhr	Titelverleihung 2011 <i>Bernd Neumann</i> , Staatsminister, Beauftragter der Bundesregierung für Kultur- und Medien <i>Hans-Joachim Otto</i> , Parlamentarischer Staats- sekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie
19:30 Uhr	Rückblick 2010 <i>Christoph Backes</i> , u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln <i>Harm Wurthmann</i> , Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes
20:10 Uhr	„Date a Pilot“ und Get-together
22:00 Uhr	Ende der Veranstaltung

Im Internet geht es weiter ...



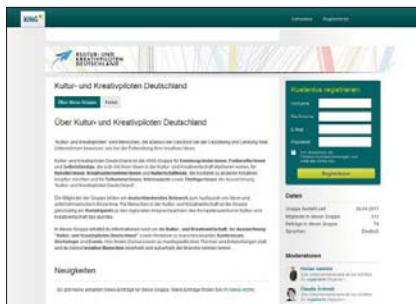
Mehr zum Thema finden Sie im Blog.

www.kultur-kreativpiloten.de/wordpress



Werden Sie ein Fan der Kreativpiloten auf Facebook.

www.facebook.com/kreativpiloten



Knüpfen Sie Business-Kontakte mit anderen Kreativen auf Xing.

www.xing.com/net/kreativpiloten



Folgen Sie uns auf Twitter.

www.twitter.com/kreativpiloten

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.