



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung



Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

Titelträger 2015 / Das Magazin

Impressum

Herausgeber

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

Stand

November 2015

Druck

LASERLINE Digitales Druckzentrum
Bucec & Co. Berlin KG

Gestaltung

wesentlich. agentur für
visuelle kommunikation, Aachen

Bildnachweis

Titel: Jonas Ginter

S. 6: Brigitte Zypries
S. 7: Christof Rieken
S. 8: Jonas Ginter
S. 10: Atelier Rebele, Max Geuter
S. 11: Birds and Trees UG
S. 12: bre.parat, Mareike Waidner
S. 13: Bridge&Tunnel, femtastics
S. 14: CADS AND DOCS, Sebastian Rau, Multi-
mediazentrum BTU Cottbus-Senftenberg
S. 15: Chance of Rain, Monika Maslanek
S. 16: Dear Reality UG
S. 17: Die Erinnerungsguerilla, catagraphy.de
S. 18: ehrensache D/V GmbH & Co. KG
S. 19: Enrico Pallazzo UG, Chris Fay
S. 20: funktioform, Schmierflink
S. 21: Gentlymad UG, Wolfgang Reichardt
S. 22: Grammofy UG
S. 23: Green City Solutions GmbH & Co. KG,
Kraul | GreenTec Awards
S. 24: hey hay!, Daniel Schulz
S. 25: Invisible Playground, Martin Christopher
Welker, Merlin Nadj-Torma
S. 26: klingklangklong GbR
S. 27: Kopffarben, Noelle Kaiser, Antonia Meißner
S. 28: krauses, Isabella Raupold, Stefan Voelker
S. 29: Literaturwegen, Markus Brüggemann,
Geobytes, Jo Larsson

S. 30: LudInc GmbH
S. 31: Merregnon Studios, Philippe Ramakers
S. 32: Okinlab GmbH
S. 33: Mario Schmitt
S. 34: Perspective Daily, Marvin Kronsbein
S. 35: Puppenphilharmonie Berlin, Martin Walz,
Eberhard Koll, Leo Higi
S. 36: Radike | Kittelmann
S. 37: Seed Evolution UG, Eva Steiner
S. 38: Selbstdarstellungssucht.de, Kerstin Rothkopf
Natalie Mayroth, Guenter Goetzer
S. 39: SofaConcerts, Nicole Siemers,
Alexander Hoeschen
S. 40: tyntyn GmbH, Marc Wittenborn
S. 41: YEAH
S. 42: Jonas Ginter
S. 53: 3Steps
S. 54–59: endboss projects, Carsten Beneker
S. 60–65: Urban Invention
S. 66–71: ARYA, Sven Loeffler
S. 72–77: ROOM IN A BOX, Simon Baucks

Text und Redaktion

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



Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Inhalt

Grußworte	5
Mehr als eine Auszeichnung	8
Titelträger 2015	9
Atelier Rebele	10
Birds and Trees UG	11
bre.parat	12
Bridge&Tunnel	13
CADS AND DOCS	14
Chance of Rain	15
Dear Reality UG	16
Die Erinnerungsguerilla	17
ehrensache D/V GmbH & Co. KG / BAG TO LIFE	18
Enrico Pallazzo UG	19
funktioform	20
Gentlymad UG	21
Grammofy	22
Green City Solutions GmbH & Co. KG / CityTree	23
hey hay!	24
Invisible Playground	25
klingslangklong GbR	26
Kopffarben	27
krauses	28

Literaturwegen	29
LudInc GmbH / Professor S.	30
Merregnon Studios / Spielmusikkonzerte	31
Okinlab GmbH	32
onlinelessons.tv	33
Perspective Daily	34
Puppenphilharmonie Berlin	35
Radike Kittelmann	36
Seed Evolution UG / meinwoody.de	37
Selbstdarstellungssucht.de	38
SofaConcerts	39
tyntyn GmbH	40
YEAH	41
Die Jury	42
Mitglieder der Jury	43
Geschichten der Titelträger aus 2014	52
Kultur- und Kreativpiloten – das Magazin	53
#Feuer	54
#Bewegung	60
#Mut	66
#Wachstum	72
Programm der Preisverleihung	78

Grußworte



Brigitte Zypries
Parlamentarische Staatssekretärin
beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Wettbewerbes „Kultur- und Kreativpiloten“ zeigten in diesem Jahr erneut die Vielfalt kreativer Geschäftsideen in Deutschland. Das Interesse aus der Branche ist enorm: Wir freuen uns über mehr als 700 Bewerbungen in diesem Jahr. Das Netzwerk der Kultur- und Kreativpiloten ist damit auf 192 Titelträger aus ganz Deutschland angewachsen.

Die Kreativen aus der Kultur- und Kreativbranche führen vor, wie andere Geschäftsbereiche von der Innovationskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft profitieren können – zum Beispiel bei der Digitalisierung der Gesundheitsbranche, wo Apps zur Therapieunterstützung von Kindern entwickelt wurden. Mit Hilfe von Konzepten aus der Kreativwirtschaft können heute wichtige gesellschaftliche Prozesse und Entwicklungen begleitet und gesteuert werden. Nicht zuletzt machen die Kultur- und Kreativpiloten immer wieder Mut, die Chance zu ergreifen und sich selbst mit der eigenen – oft unkonventionellen Idee – selbstständig zu machen. Mit der Auszeichnung „Kultur- und Kreativpilot Deutschland“ wollen wir sie dabei unterstützen.

Für die 32 neuen Titelträger schaffen wir nun wieder ein Jahr lang mehr Aufmerksamkeit, mehr Mitstreiter, mehr Expertenwissen und mehr Raum, um die eigenen Ziele voranzutreiben.

Diese Broschüre soll eine Anregung sein, sich auf neue Ideen einzulassen.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Prof. Monika Grütters
Staatsministerin für Kultur und Medien

Albert Einstein hat nicht nur die Physik des 20. Jahrhunderts revolutioniert, sondern immer wieder auch auf die revolutionäre Kraft der Phantasie hingewiesen: „Phantasie ist wichtiger als Wissen, denn Wissen ist begrenzt“ war seine Devise – und das erleben wir heute insbesondere in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Phantasie gibt dem Denken eine neue Richtung, weitet den Blick, eröffnet Alternativen und verändert so die Welt. Um Innovationskraft und Kreativität zu fördern, hat die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung vor sechs Jahren den Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ins Leben gerufen. Er zeichnet Kulturmacher und kreative Unternehmer für ihre mutigen und originellen Geschäftsideen aus, eröffnet Freiräume für deren Umsetzung und unterstützt sie mit Angeboten zum Erfahrungsaustausch.

Auch in diesem Jahr haben sich wieder viele Menschen mit außergewöhnlichen Ideen für den Preis beworben. Sie geben mit ihrem Handeln der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland Gesicht und Relevanz. Mit den 32 Titelträgern des Jahres 2015 gibt es nun insgesamt 192 ausgezeichnete Kultur- und Kreativpiloten. Ich bin sicher: Sie inspirieren mit ihrem unkonventionellen Denken und ihrer Experimentierfreude auch andere Kultur- und Kreativschaffende immer wieder dazu, sich für Neues zu öffnen und an ihre Ideen zu glauben. Auch in diesem Sinne wünsche ich den Preisträgern viel Erfolg und die verdiente Aufmerksamkeit!



Mehr als nur eine Auszeichnung

Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist eine bundesweite Auszeichnung, die bereits zum sechsten Mal an 32 Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft verliehen wird. Die Auszeichnung gilt Ideen und Menschen, die mit ihrem Handeln der Branche Gesicht und Gewicht geben.

„Erlebe mehr als eine Auszeichnung!“ Das waren das Motto und die Botschaft an die Bewerber in diesem Jahr. Gesucht wurden Menschen, die für ihre Ideen brennen. Die mehr wollen. Mit dem Mehr ist das gemeint, was die 32 Titelträger in ihrem Jahr erwartet: Mehr Aufmerksamkeit. Mehr Mitstreiter. Mehr Wissen, um die eigenen Möglichkeiten. Mehr Raum, um die eigenen Ideen voranzutreiben.

Für die Titelträger ist die Auszeichnung der Beginn einer gemeinsamen Geschichte. Sie werden ein Jahr lang in ihrem unternehmerischen Handeln begleitet, kommen in Workshops zusammen und teilen ihre Geschichten und Erfahrungen miteinander. Sie profitieren vom Know-how zahlreicher Unternehmer,

Experten und anderer Macher. Und sie sind in den Medien präsent, so zum Beispiel beim Medienpartner FluxFM. Kultur- und Kreativpiloten ist aber vor allem das, was die Titelträger gemeinsam daraus machen.

Die Organisatoren des Programms sind das u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln und das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Dahinter steht die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, koordiniert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.

Die 32 Kultur- und Kreativpiloten des sechsten Jahrgangs sind so unterschiedlich, wie es das Kennzeichen dieser Branche ist. Sie überraschen und inspirieren mit unternehmerischen Ideenreichtum und neuen Perspektiven. Auf den folgenden Seiten lernen Sie die Geschichten und Ideen der 32 Titelträger des Jahres 2015 näher kennen.



Titelträger 2015



Atelier Rebele

Schau mir in die Kamera, Puppe!



Den ersten Kontakt mit dem Figurentheater hatte Robert Rebele mit 14 Jahren bei einer Vorstellung der Augsburger Puppenkiste. Seit nun 25 Jahren entwirft er selbst im eigenen Atelier Figuren und Puppen und setzt sie für Film und Fernsehen um. In seiner Werkstatt hat er bereits Figuren für Kinder-Fernsehsendungen wie „Vampy“ oder „Tabaluga-Tivi“ zum scheinbaren Leben erweckt. Daneben entstanden Spezialeffekte für Kinofilme wie Helmut Dietls „Rossini“.

Mit dem über die Jahre angesammelten Wissen geht Robert Rebele nun den nächsten Schritt, indem er Deutschlands erstes Studio speziell für Puppenfilme aufbaut. Im Atelier Rebele bietet er fortan die komplette Produktion an – von der Idee und den Entwürfen über die Umsetzung der Figuren und die Ausstattung des Bühnenbildes bis hin zu den Dreharbeiten, dem Filmschnitt und der Vertonung im hauseigenen Studio.

Durch das Hand-in-Hand-Arbeiten der verschiedenen Bereiche ergibt sich am Ende ein schlüssiges Ganzes. Und so entstehen Auftragsproduktionen fürs Fernsehen, Industriefilme und eigene freie Projekte. Mal lustig, mal traurig, mal zum Lachen, mal zum Fürchten – aber immer mit Puppen.



„Ich bin von meinem Unternehmen überzeugt und gebe mit vollem Herzen alles. Die Auszeichnung gibt mir externe Bestätigung und richtig Rückenwind, um den teils steilen Weg zu meinen nächsten Zielen zu meistern.“

Robert Rebele

Krailling (Bayern)
www.atelierrebele.de



Birds and Trees UG

Monster als Therapeuten

In Deutschland kommen jedes Jahr etwa 250 Kinder mit Mukoviszidose zur Welt. Ihr Körper produziert durch einen Gendefekt in der Lunge einen zähen Schleim, der nicht nur das Atmen erschwert. Das Team von Birds and Trees will mit seiner App „Patchie“ die tägliche Therapie der betroffenen Kinder erleichtern. Denn die Krankheit hat sie und die ganze Familie fest im Griff. Jeder Tag wird bis zu acht Stunden von Krankengymnastik, Inhalation und besonderer Ernährung bestimmt. Die App erklärt mit spielerischen Mitteln den Kindern und auch den Geschwistern, wie wichtig die Therapie ist und dass sie Spaß machen kann. Im Mittelpunkt steht Patchie, ein kleines Alien, das ebenfalls Mukoviszidose hat. Die Kinder übernehmen für Patchie die Verantwortung.

Diese Form der Digitalisierung im Gesundheitsbereich bietet große Chancen für den Erfolg von Therapien – auch von anderer chronischer Erkrankungen. Die App „Patchie“ fördert spielerisch das Verständnis für die Krankheit und das Verantwortungsbewusstsein der Kinder. Zusätzlich gibt sie den Eltern einen Überblick über den Therapieverlauf und schafft so eine neue Kommunikationsebene zum behandelnden Arzt und Therapeuten.



„Wir blicken in die Zukunft und freuen uns, die App für weitere Krankheiten umzusetzen, damit vielen kranken Kindern dieser Welt geholfen werden kann und sie ihren Therapiealltag mit etwas Spaß meistern können.“

Marc Kamps, Arne Krämer, Sebastian Lenk, Moritz Moser, Marta Anna Podolska, Maha Zelzili

Hamburg
www.patchie.org



bre.parat

Design steigert Lebensqualität von Kindern

„Mein Traum ist es, eine neue Generation von Diabeteszubehör zu etablieren, die von Ärzten und Diabetologen empfohlen und von allen betroffenen Kindern gern getragen wird.“ Peggy Kraft, Gründerin des Labels *bre.parat*, will speziell Kinder unterstützen, die an Diabetes Mellitus Typ I erkrankt sind und die an einer Insulinpumpentherapie teilnehmen. Für die Kinder bedeutet die Therapie, dass sie fast durchgehend eine Pumpe am Körper tragen.

Peggy Kraft gestaltet bunte Pumpentaschen, bequeme Shirts oder Sportbänder – und verpackt die medizinisch notwendigen Insulinpumpen durch kindgerechtes und farbenfrohes Zubehör so, dass sie für die Kinder zum hübschen Accessoire werden.

Neben dem Design ist die besondere Herausforderung aber auch die Funktionalität der Produkte – so darf beispielsweise der Schlauch für die Insulinzufuhr durch die Produkte nicht geknickt oder beschädigt werden. Außerdem gibt es immer wieder neue Insulinpumpen am Markt, was eine ständige Anpassung der Produkte erfordert. Ein großer Vorteil des *bre.parat*-Designs ist die Maßanfertigung vieler Produkte, durch die die Kinder die Pumpe weniger am Körper spüren und sich uneingeschränkt und selbstbestimmt fühlen können. „Gerade für die Kleinen ist es wichtig, ihre Krankheit mit schönen Dingen zu verbinden“, sagt Peggy Kraft.



„Die Auszeichnung ist für uns eine riesige Motivation und ich bin davon überzeugt, dass wir mit dem professionellen Know-how und Inspiration der Kreativpiloten und Experten neue Ideen effektiver umsetzen können.“

Peggy Kraft

Wiesbaden
www.breparat.de



Bridge&Tunnel

Design als Jobmotor

Der Name „Bridge&Tunnel“ bezieht sich auf die Insellage des Standorts Wilhelmsburg, des Hamburger Stadtteiles, der nur über Brücken und Tunnel zu erreichen ist. Hier, wo der Anteil der Menschen, die Hartz IV beziehen, besonders hoch ist, haben Hanna Charlotte Erhorn und Dr. Constanze Klotz ihr Designlabel gegründet. Aus Altkleidern entwickeln sie Accessoires und Interior-Design-Produkte und bringen damit benachteiligte Frauen in Arbeit.

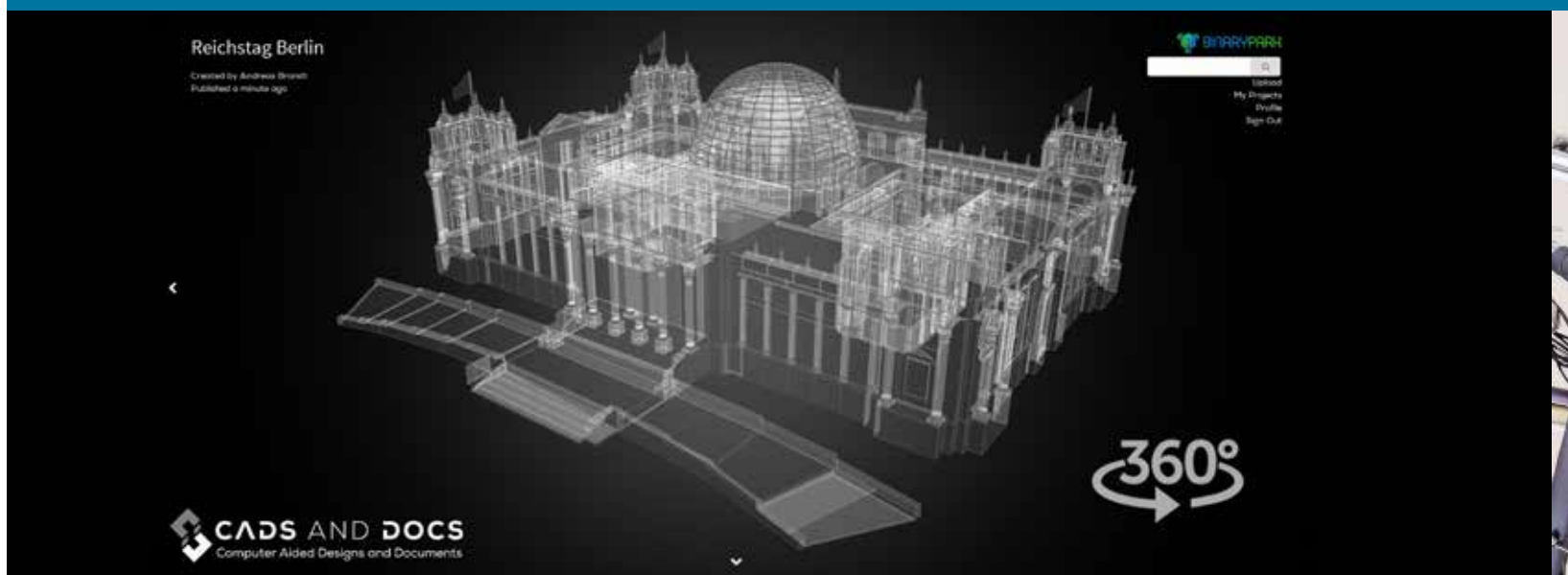


Gefertigt wird die Mode von Frauen, die aus verschiedenen Kulturkreisen kommen und bisher auf dem regulären Arbeitsmarkt nicht Fuß fassen konnten. Gerade diese Frauen besitzen häufig kreative Fähigkeiten und Fertigkeiten, die für die textile Produktion von großem Nutzen sind. Aus verschlissenen Hosen nähen sie hochwertige Hand- und Reisetaschen oder flechten Teppiche – alles Unikate, die von wechselnden Hamburger Designern entworfen werden. Die erste Kollektion stammt von der dänischen Textildesignerin Signe Bonnesen, die Denim (Jeansstoff) als Material ausgewählt hat. Zukünftige Editionen sind in Kooperation mit Hamburger Nachwuchsdesignern mit verschiedenen Materialien geplant.

*„Gemeinsam ist man weniger allein!
Dieses Gefühl möchten wir nicht nur unseren
Näherinnen vermitteln, es gilt auch für uns!
Wir freuen uns gigantisch auf den Erfahrungsaustausch mit den anderen Piloten!“*

Hanna Charlotte Erhorn
und Dr. Constanze Klotz

Hamburg
www.bridgeandtunnel.de



CADS AND DOCS

Baumeister der virtuellen Welt



Allein in Deutschland entstehen jährlich Hunderttausende digitale 3-D-Gebäudemodelle von erfahrenen Architekten. Die meisten dieser Modelle landen spätestens nach Ende eines Bauprojektes in der Schublade. Demgegenüber stehen digitale Branchen vor der Herausforderung, 3-D-Gebäude und Landschaften für Computerspiele, Simulationen und Animationen aufwendig bauen zu müssen. Um die in der Schublade gelandeten Gebäudeentwürfe der Architekten nun beispielsweise für Spieleentwickler nutzbar zu machen, haben Andreas Brandt, Stefan Stöhr und Ingo Frank die Plattform CADS AND DOCS gegründet. Architekten haben hierüber die Möglichkeit, ihre digitalen Arbeiten hochzuladen und auch nach Ende des Bauprojekts als Vorlage für ein digitales Bauvorhaben anzubieten.

Mit CADS AND DOCS bringen die drei Gründer die Potenziale von analogen und digitalen Weltenerstschaffern zusammen – und verfolgen damit die Vision, die digitale Baukultur zu fördern und die Planer und Erbauer der realen Welt an der Digitalisierung der Umwelt zu beteiligen.



„Zu gründen ist voller Risiko, aber wir glauben an unsere Idee, Programmierer virtueller Welten und Architekten zusammenzubringen. Die Auszeichnung bestätigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Andreas Brandt, Ingo Frank und Stefan Stöhr

Cottbus

www.cadsanddocs.de



Chance of Rain

Stil und Funktionalität für den urbanen Radfahrer

Radfahren im strömenden Regen und dabei noch gut aussehen – geht nicht? Geht doch! Das Berliner Fashionlabel „Chance of Rain“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Lücke zwischen Sportswear und Modebekleidung zu füllen, und entwickelt Mode speziell für Radfahrer. Dabei ging es in erster Linie um folgende Herausforderung: Da heutzutage fast 50 Prozent der



Weltbevölkerung in Städten leben und dabei das Fahrrad als das umweltfreundlichste Transportmittel gilt, musste Kleidung her, die bei unterschiedlichen Wetterbedingungen wie Regen, Sonne, Schnee oder Wind getragen werden kann und gleichzeitig modisch und elegant daherkommt. Die von Antoniya Ivanova entworfenen Kleidungsstücke – vom Trenchcoat über die Hose, von der Sommerjacke bis zum Wintermantel – bestehen aus wasserabweisenden und atmungsaktiven Materialien.

Reflektierende Details machen den Fahrradfahrer für die anderen Verkehrsteilnehmer sichtbar und die Schnitte der Kleidungsstücke ermöglichen eine große Bewegungsfreiheit. Mit ihrer Kollektion will Antoniya Ivanova Hightech-Textilien in den Fashion-Bereich bringen und somit den Kleidern und ihren Trägern eine ganz neue Bandbreite an Funktionalität eröffnen.

„Die Auszeichnung der Kultur- und Kreativpiloten könnte meiner Kollektion den richtigen Push geben. Die Aufmerksamkeit würde mein Publikum vergrößern und mehr Menschen dazu anregen, Fahrrad zu fahren – auch wenn es in Strömen regnet!“

Antoniya Ivanova

Berlin
www.chanceofrain.de



Dear Reality UG

Die Spielwelt des Hörens



„Über das Hören hat der Mensch einen direkten Zugang zu Imagination und Fantasie. Denn Hören bedeutet Interpretation, es funktioniert als eine Art Rückkopplungsprozess und Abgleich mit unseren Erinnerungen“, sagen Achim Fell und Christian Sander. Sie sind Spezialisten für Geräusche und Klänge und Gründer der Sound-Design-Agentur Dear Reality.

Als Toningenieure und Game-Designer haben sie eine 3-D-Audio-Software für Virtual Reality, Games und 360-Grad-Filme entwickelt.

Mit ihrer Software „dearVR“ erschaffen sie realistische, dreidimensionale Klangwelten um den Zuhörer herum – und das mit jedem beliebigen Kopfhörer. So erarbeiten sie auditive Spielkonzepte und interaktive Anwendungen, z. B. im Games-Bereich, durch die neue

und kreative Möglichkeiten für Narration und Gameplay entstehen. Für den WDR haben sie Anfang dieses Jahres eine neue Art von Audiogame entwickelt mit dem Titel „39“ – eine Kreuzung aus Hörspiel und Game, die als App funktioniert und die man sich als Radiohörspiel-Mystery-Thriller anhören kann.



„Als Kultur- und Kreativpiloten erhoffen wir uns Aufmerksamkeit für die kreative Tongestaltung mittels 3-D-Audiotechnologie – in allen audiovisuellen Medien. Unser Wunsch ist es, innovative Projekte und spannende Kooperationen zu finden, die Raum für das Hören bieten.“

Achim Fell und Christian Sander

Düsseldorf
www.dear-reality.com



Die Erinnerungguerilla

Fragen der Erinnerung



Fast jeder kennt das: Eine simple Frage, in einem Nebensatz gestellt, holt einen Tage später ein, und man beginnt, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Die Ergebnisse können dabei sehr überraschend sein. Was aber, wenn diese Frage nie gestellt worden wäre? Die Erinnerungguerilla hat es sich deshalb zum Ziel gesetzt, als soziales Kunstprojekt „Erinnerungszettel“ im öffentlichen Raum anzubringen – und damit Fragen zu stellen, die an zentrale Kräfte und Werte im Menschen erinnern. Durch Erkunden von Themen wie „Wofür lebst Du?“, „Tut es gut, was Du machst?“ oder „Wann singt Dein Herz?“ soll ein Bewusstsein für eigene und mündige Antworten geschaffen werden – fern von Fremdbestimmung. Mittlerweile sind mehr als 3.000 Menschen an der Erinnerungguerilla beteiligt. Sie alle verbindet die Idee des Menschseins als „fühlende und denkende Einheit im großen Ganzen“. Initiatorin der Erinnerungguerilla ist Susan Barth: „Eine Veränderung des Einzelnen und unserer Gesellschaft kann durch den Funken Unruhe entstehen, den eine Frage hin-

terlassen kann.“ Seit 2012 stiftet Barth auf diese Weise Unruhe mit ihrer Kunstaktion, die sich seither viral im gesamten Bundesgebiet verbreitet hat.



„Meine Vision ist die einer etablierten Institution, die auf viele Arten an freies Denken und Selbststeuerung erinnert. Die Auszeichnung hilft, die Möglichkeiten einzuschätzen und auszubauen.“

Susan Barth

Flein
www.die-erinnerungsguerilla.org



ehrensache D/V GmbH & Co. KG / BAG TO LIFE

Design aus dem Himmel



Normalerweise sind Rettungswesten in Airlines dazu da, das Leben der Passagiere zu retten. BAG TO LIFE schenkt nun ebendiesen Westen ein zweites Leben und rettet sie vor der Entsorgung. Denn alle zehn Jahre landen Berge von Rettungswesten auf dem Müll: Die Airlines sind dazu verpflichtet, Sicherheitsutensilien alle zehn Jahre auszutauschen. Genau hier kommen die beiden Gründer Kerstin Rank und Thomas Gardeia von BAG TO LIFE ins Spiel: Sie haben sich dem Upcycling verschrieben und verwandeln entsorgte Materialien der Flugzeugindustrie in Design-Taschen. Hierzu verwenden sie das Westenmaterial als Stoff für die Taschen. Die Mundstücke der Westen verarbeiten sie dann zum Stifthalter, die Lämpchen werden zu Taschenfüßen und die Trillerpfeifen machen sie zum Eyecatcher an der Tasche – auch entsorgte Flugzeuggurte finden einen neuen Zweck als Taschenriemen. Seit dem Launch der Marke im Jahr 2010 konnte BAG TO LIFE 75.000 Westen vor der Entsorgung retten und damit 119 Tonnen Müll vermeiden.



„Die Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten für unsere Arbeit zu bekommen, ist eine große Ehre für uns. Die damit verbundene Wertschätzung unserer Geschäftsidee und Philosophie gibt uns Kraft und Energie, unsere Ziele weiter mit Nachdruck zu verfolgen. Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung und verstehen sie als Ansporn für uns und unser Unternehmen.“

Thomas Gardeia und Kerstin Rank

Bayreuth (Bayern)
www.bag-to-life.com



Enrico Pallazzo UG

Multimediale Erzähl-Universen



2012 gründeten Klaus Kranewitter, Tobias Klose und Philipp Walulis die Enrico Pallazzo Film- und Fernsehproduktion. Wie sie selbst sagen: „Eine Gesellschaft für gute Unterhaltung.“ Aus ihren linearen TV-Formaten für private und öffentlich-rechtliche TV-Sender entwickelten sich in den letzten Jahren multimediale Erzähl-Universen mit zahlreichen Auspielwegen. Ihr erstes Format, die Fernsehsatire „Walulis sieht fern“, wurde bereits nach der ersten Staffel mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet.

Ob Wissen, Wirtschaft oder Mediensatire – die Macher von Enrico Pallazzo wollen alle digitalen Storytelling-Methoden und -Tools verwenden, um dem Nutzer, Zuschauer oder Zuhörer das beste Erlebnis zu bieten. Wie bei ihrer popkulturellen Wissenssendung „WTF?! Wissen – Testen – Forschen“: Hier werfen sie einen

Blick hinter die Kulissen der Wissenschaft und der Unterhaltungsindustrie. Oder mit ihrem medienübergreifenden Reportage-Format „Startup Bavaria“, in dem in Echtzeit sechs verschiedene Start-ups auf ihrem Weg zum Erfolg begleitet werden.



„Obwohl wir nicht alle Klischees von ‚Kreativen‘ erfüllen (wir besitzen alle eine Krawatte!), müssen wir bei wirtschaftlichen Themen noch viel lernen. Und auf dem Gebiet der Seriösi ... Seriösi ... Das, bei dem einen Leute ernst nehmen!“

Max Fraenkel, Lea Kent, Tobias Klose, Klaus Kranewitter, Matthias Ring, Thomas Schröder, Anika Tietze, Lina Timm und Philipp Walulis

München
www.epff.de



funktioform

Schönheit folgt Funktion

Warum Alltagshilfen für gehandicapte Menschen zwar funktionell, aber in der Regel auch alles andere als schön oder originell sein müssen, hat Silke Scholz nie verstanden. Also entschied sich die Ergotherapeutin und Innenarchitektin dazu, Alltagshilfen mit Design zu entwerfen. „Meine Produkte sollen gehandicapte Menschen bei den alltäglichen Dingen des Lebens unterstützen und vor allem die Selbstständigkeit erhalten oder wieder ermöglichen. Wichtig ist mir, dass sich meine Kunden bei der Benutzung meiner Produkte wohl fühlen und sie trotz Handicaps ihren gewohnten Lifestyle führen können.“ So entstand beispielsweise ein Frühstücksbrettchen für einarmig Gehandicapte, das nicht als Alltagshilfe auffällt – es beugt so der Stigmatisierung des Betroffenen vor und schmückt außerdem durch außergewöhnliches Design jeden Frühstückstisch.



„Ich möchte mein Unternehmen funktioform groß und bekannt machen, so dass jeder gehandicapte Mensch die Möglichkeit hat, schöne Alltagshilfen zu kaufen und seinen Lifestyle beizubehalten! Die Kreativpiloten sind vor allem ein Anfang, das Unternehmen in die richtigen Bahnen zu lenken.“

Silke Scholz

Preußisch Oldendorf (Landkreis Minden-Lübbecke)
www.funktioform.de



Gentlymad UG

Todesmutige Spielermacher



„So ist also der Tod, das schrecklichste der Übel, für uns ein Nichts: Solange wir da sind, ist er nicht da, und wenn er da ist, sind wir nicht mehr.“ So lauten die Worte des griechischen Philosophen Epikur, mit denen er die Angst vor dem Tod entlarvt als eine Angst, die unbegründet ist – zumindest in der Theorie. Denn auch über 2000 Jahre nach Epikurs Ableben ist die Auseinandersetzung mit dem Tod immer noch weitestgehend ein Tabuthema. Die vier Gründer des Spielestudios Gentlymad greifen mit ihrem Spiel „In Between“ dieses Tabuthema auf und interpretieren es spielerisch – und machen mit den heutigen technischen Möglichkeiten den Tod dann doch erlebbar, oder zumindest den Prozess des Sterbens.

„In Between“ baut auf der Sterbeforschung auf, die fünf Phasen bezeichnet, mit denen der Mensch auf die Unausweichlichkeit des Todes reagiert: Verleugnung, Zorn, Verhandlung, Depression und Akzeptanz. Jeder Phase entsprechen bei „In Between“ andere Spielmechaniken, die die inneren Konflikte der sterbenden Hauptfigur

abbilden und für den Spieler erfahrbar machen. „Als kleines, vierköpfiges Team nutzen wir unsere Leidenschaft und unser Engagement, um Spiele frei von überstrapazierten Mustern und Normen zu schaffen“, so beschreiben Daniel Denne, Matthias Guntrum, Wolfgang Reichardt und Stephan Wirth ihre Haltung zur eigenen Spieleentwicklung.



„Als Kreativpiloten hoffen wir in einer einspurigen Welt der Spieleentwicklung neuartige Marketinginstrumente einsetzen zu können, um mit frischen Ideen ein breites Publikum zu erreichen.“

Daniel Denne, Matthias Guntrum,
Wolfgang Reichardt und Stephan Wirth

Trier
www.gentlymad.org



Grammofy

Neue Wege der Klassik



In einer von Pop, Rock & Co. dominierten Chartswelt wollen die Gründer von Grammofy dem klassischen Musikbereich mehr Gehör verschaffen – und ihn zeitgemäß zu neuem Publikum bringen. Dafür haben sie eine Online-Plattform für klassische Musik, Filmmusik und Jazz ins Leben gerufen und ein spezielles Taggingssystem zur Beschriftung digitaler Audiodateien entwickelt. Mit diesem ermöglichen sie ein gezielteres Stöbern nach Werken, Aufnahmen und Künstlern. Mit Grammofy wollen sie neben Klassikfans vor allem neue Zielgruppen ansprechen, indem sie klassische Musik für das Online-Streaming zugänglicher machen. Grammofy bietet seinen Nutzern über wöchentlich neu kuratierte Playlists auch Einblicke in nur selten gehörte und unbekanntere Werke. Mit Podcasts und redaktionellen Beiträgen gibt es zusätzlich ergänzende und vertiefende Hintergründe zu den Musikstücken, Komponisten und Künstlern, welche neue Sichtweisen auf das Gehörte eröffnen. So wollen die klassikbegeisterten Gründer mehr Licht in verborgene Musiknischen bringen und zum Entdecken potenzieller neuer Lieblingswerke einladen.



„Klassische Musik ist für uns zeitlos – wir wollen ihr angegrautes Image ‚entstauben‘ und auch ein jüngeres Publikum begeistern. Es gibt für jeden etwas in der Klassik, man muss es nur finden! Im kommenden Jahr werden wir mit dem Rückenwind durch die Initiative der Kultur- und Kreativpiloten unsere Ziele sicher und mit voller Kraft anfliegen!“

Philipp N. Hertel, Natascha Klotschkoff, Lukas Krohn-Grimberghe, Matthias Kümmerer, Felix Lenders, Elias Probst und Emanuel Schwarz

Stuttgart
www.grammofy.com



Green City Solutions GmbH & Co. KG / CityTree

Kommunikatives Moos



Am Anfang stand eine Vision: Den vier Machern Dénes Honus, Peter Sänger, Victor Splittgerber und Zhengliang Wu von Green City Solutions ging es darum, eine Klima-Infrastruktur zu entwickeln, die den Städten bei der Bekämpfung der Luftverschmutzung hilft und zugleich das Leben der Menschen in der Stadt verbessert. Mit dem CityTree ist der erste Teil dieser Lösung gelungen und dabei gleichzeitig eine vertikale, ökologisch-aktive Kommunikationsflache entstanden. Auf einer Größe von etwa drei mal vier Metern werden spezielle Mooskulturen auf den mobilen Pflanzendisplays angebaut, die eine 275 Mal höhere Luftfilterleistung haben als ein normaler Baum. Zudem lassen sich auf den Displays die Pflanzen zu QR-Codes oder Firmenlogos arrangieren. Städten wird somit eine Lösung zur Luftreinhaltung und den Unternehmen ein Mittel zur außergewöhnlichen Kommunikation geboten.



„Green City Solutions macht kühle und saubere Luft – profitabel! Wir entwickeln intelligente und profitable Umwelt- und Klimadienstleistungen für zukunfts fähige und lebenswerte Städte – schon heute.“

Dénes Honus, Peter Sänger, Victor Splittgerber und Zhengliang Wu

Dresden
www.greencitysolutions.de



hey hay!

Tierliebes Design



Viele Pferde leiden unter Magenproblemen, Allergien oder sind zu dick. Das führt Pferdenärrin Nina Hoepfner auf fehlende Bewegung sowie die falsche Ernährung zurück. Aus diesem Grund hat die Designerin das „hey hay!“ erfunden, einen Slowfeeder für Pferde und andere Heufressende Huftiere. Der freischwiegend aufgehängbare Futtersack führt durch seine Konzeption zu längeren Fresszeiten bei den Tieren, wodurch viele Probleme der heutigen Haltung behoben werden können. „Die Pferde profitieren von der artgerechten Fütterung,

sie produzieren mehr Speichel und kauen gründlicher, was viele Magenproblematiken gar nicht erst entstehen lässt. Durch die kontrollierte Zufuhr von Futter können Übergewicht und Allergien vermieden werden“, sagt Hoepfner. Gleichzeitig beugt das „Slowfood“ zudem der Langeweile und der Unterbeschäftigung der Tiere vor.



„Mein pferdefreundliches Produkt ‚hey hay!‘ soll in deutschen Ställen Einzug halten. Die Auszeichnung wird für Presse sorgen, die Coaches für ein stabiles Fundament, die Pilotenkollegen für Spaß, top!“

Nina Hoepfner

Hannover
www.ninahoepfner.de



Invisible Playground

Die unsichtbaren Spielplätze des Alltags



Invisible Playground ist ein Berliner Kollektiv aus Künstlern, Game-Designern und Wissenschaftlern. Sie veranstalten vor allem dort Spiele, wo man sie eher nicht erwartet: im öffentlichen Raum. Hier wollen sie Chancen nutzen, Herausforderungen angehen und Grenzen sprengen. Seit 2009 entwickelt die Gruppe dafür ortsspezifische Games und spielerische Events unterschiedlicher Größenordnungen, um das Zusammenspiel zwischen Stadt und Gesellschaft neu zu gestalten. Dabei verbinden sie Elemente aus Brett- und Videospiele, obskuren Sportarten, experimentellen Theaterformen und Performance-Kunst – und kreieren Erfahrungen, die Zutritt zu den unsichtbaren Spielplätzen des Alltags eröffnen. Mit vorhandener Alltagstechnologie, mit technologischen Neuentwicklungen oder auch ganz ohne Technik.

Invisible Playground machen spielerische Kunstformate, die Verbindungen „remixen“ – zwischen Menschen, den Umgebungen, die sie bewohnen, und den Technologien, die sie benutzen. Kunstformate, bei denen es kein Publikum gibt – nur Spieler.



„Was Spiele alles sind und können? Wir hoffen, dass die Auszeichnung uns dabei hilft, das allgemeine Verständnis dieser Kulturtechnik und ihrer Anwendungsmöglichkeiten zu erweitern.“

Jennifer Aksu, Daniel Boy, Josa Gerhard, Anna Hentschel, Christiane Hütter und Sebastian Quack

Berlin

www.invisibleplayground.com



klingslangklong GbR

Die Welten-Erschaffer



„Neue Wege zu gehen und noch nie Dagewesenes zu realisieren, ist einer der wichtigsten Antriebe unseres Schaffens“, lautet das Motto von klingslangklong, einem Studio für Musik und Sounddesign mit Schwerpunkt auf räumlicher Inszenierung und Entwicklung interaktiver Anwendungen, das von Johannes Helberger, Valentin von Lindenau, Maurice Mersinger, Felipe Sanchez Luna und Mathias Tünnerhoff betrieben wird. Gemeinsam mit schnellebuntebilder, einem Studio für Animation und Interaktion, wurde jetzt der m-room erschaffen, der das audiovisuelle Entwicklungs-Studio der Zukunft darstellen soll.

Es ist eine Art „Holodeck“, in welchem der User und der Raum komplett von 3-D-Kameras erfasst und getrackt werden, ohne dass zusätzliche Sensoren am Körper getragen werden müssen. Durch eine Spezial-Brille kann der User in jegliche Arten von Computer-generierten Welten eintauchen und sich in Echt-Zeit innerhalb des m-rooms frei bewegen. Beam me up, Scotty!



„Wir hoffen, mit unserem Projekt einen Raum für die Kultur- und Kreativszene zu erschaffen, in dem Science-Fiction Wirklichkeit wird, neue Welten erschaffen werden und noch ungenutztes Potenzial Entfaltung findet!“

Johannes Helberger, Valentin von Lindenau, Maurice Mersinger, Felipe Sanchez Luna und Mathias Tünnerhoff

Berlin
www.klingslangklong.com



Kopffarben

Kunst in Bewegung



Wenn es dunkel wird und leuchtende Bilder zum Leben erwachen. Wenn an Wänden Strich für Strich Figuren entstehen und zur Musik tanzen. Dann sind die beiden Lichtkünstler von Kopffarben am Werk. Sie gestalten live gemalte, animierte und großflächig projizierte Lichtmalerei – und lassen so tanzende Raumgemälde entstehen. Gemeinsam entwickelten die Malerin Julia Schäfer und der Medienkünstler Johannes Schmidt eine Technik, mit der sie an einem Monitor zeichnen, beispielsweise an einem Tablet, das Ganze live an die Wand projizieren und die Bilder dann in Bewegung versetzen.

Mit unterschiedlichen Musikern inszenieren sie so „Visuelle Konzerte“, bei denen sie Sound, Licht, Farbe, Bilder und Animation miteinander verschmelzen lassen. Neben Kultur- und Musikfestivals bespielen sie auch Clubs und Lesungen oder treten bei Firmen-

events auf. Julia Schäfer und Johannes Schmidt arbeiten seit 15 Jahren an verschiedensten kulturellen Projekten – immer an der Schnittstelle von Kunst und Technik und mit der Mission, künstlerisches Neuland zu entdecken und zu gestalten.



„Zwischen Museum und Showbiz suchen wir mit unseren tanzenden Raumgemälden neue Wege, Geschichten zu erzählen. Als Nächstes würden wir gerne gemeinsam mit einem Sinfonieorchester ein visuelles Konzert inszenieren.“

Julia Schäfer und Johannes Schmidt

Berlin
www.kopffarben.de



krauses

Die Menschen, nicht die Häuser, machen die Stadt.



„Ich möchte – das klingt sehr pathetisch, es tut mir leid – unsere Städte lebenswerter machen“, erläutert Norbert Krause seine Motivation. Seit 2010 verwirklicht er in seiner Heimatstadt Mönchengladbach Projekte, die es Bürgern und Verwaltungen erleichtern, neue Sichtweisen einzunehmen. Mittel zum Zweck sind ihm dabei Kunst und Design. Seine Aktionen und Interventionen befassen sich mit der Aneignung öffentlichen Raums oder urbaner Mobilität; die Stadt ist dabei nicht nur Leinwand, sondern auch Auftraggeber. Um beispielsweise die Kultur des Radfahrens in Mönchengladbach zu fördern, startete Norbert Krause das Projekt „200 Tage Fahrradstadt“, das so viele Leute und Institutionen wie möglich mit dem Thema Fahrrad verknüpfte. Vom Fahrrad-Yoga über das Tandem-Single-Speed-Dating bis hin zu den Niederrheinischen Sinfonikern, die ein Fahrrad-Konzert von Yoko Ono aufführten, brachte er 200 Tage lang den Bürgern das Fahrrad als alltägliches Verkehrsmittel näher. Sein Projekt „Nächste Ausfahrt: para_dies“ motivierte zum Nachdenken über die Region. Und mit dem Projekt

„WIR – Ein Gruppenfoto“ setzte er einen Kontrapunkt zum anonymen Nebeneinander-Wohnen in Hochhäusern.

Das in den vergangenen Jahren durch die verschiedenen Projekte Gelernte will Norbert Krause nun in das eigene Produkt – krauses – überführen, um es anderen Auftraggebern außerhalb der Stadtgrenzen von Mönchengladbach anzubieten.



„Die Auszeichnung soll Vehikel sein, um höher schneller weiter zu kommen. Oder um einfach besser und nützlicher zu werden. Natürlich ohne Kerosin, dafür mit Muskelkraft.“

Norbert Krause

Mönchengladbach
www.krauses.info



Literaturwegen

Geschichten aus der Region – für die Region



Neue Sichtweise auf scheinbar Altbekanntes: Literaturwegen bringt modernes Storytelling in Region und Quartier. Egal ob in Städten, auf Dörfern, dem Land, entlang von Flüssen oder sonstigen landschaftlichen Zusammenhängen – überall gibt es Geschichten über Sehenswürdigkeiten, Natur- und Kulturdenkmäler, besondere Landmarken, historische oder aktuelle Ereignisse. Mit den Bürgern der Region entwickelt ein Team von Literaturwegen Ideen und Konzepte im Rahmen einer Schreibwerkstatt, um lokal verankerte Kurzgeschichten zu entwickeln, zu fokussieren und aufzuschreiben. Ein professionelles Lektorat garantiert abschließend die Veröffentlichungsreife der Geschichten. Ebenso können die Kurzgeschichten als Blog, georeferenzierter Audioguide oder Smartphone-App präsentiert werden. Während sich die Region oder der Stadtteil dadurch nach außen touristisch neu präsentieren kann, wächst nach innen gleichzeitig die Identifikation der Bewohner mit ihrem Quartier. Aus der

Region, über die Region, für die Region. Derzeit entwickelt das Literaturwegen-Team auch Literatur-Konzepte rund um die Unternehmenskommunikation.



„Nach diesem Jahr wird ‚Literaturwegen‘ bei noch mehr Entscheidungsträgern aus Kultur, Politik, Verwaltung und Wirtschaft bekannt sein und als relevantes Angebot wahrgenommen. Außerdem wird die Kernkompetenz von Literaturwegen, aus Erfahrungen von Menschen lesenswerte, erfahrbare Geschichten zu machen, auch in andere Themenwelten übertragen.“

Markus Brüggemann, Jörg Ehrnsberger, Christian Galonska, Sabine Jacob und Dr. Thorsten Stegemann

Hamburg
www.literaturwegen.de



LudInc GmbH / Professor S.

Abenteuer Lernen



LudInc entwickelt Lernspiele, die mit multimedialen Geschichten die Lebenswelt von Kindern in ein Abenteuer verwandeln. So erforschen die Kinder die Welt auf einer geheimen Zeitreise, erkunden bei einer Schatzsuche einsame Inseln oder führen eine verwegene Expedition nach Afrika an. Gelernt wird dabei alles, was es zu lernen gibt – von Mathematik über Sprachen bis hin zu Musik. Echtweltspiele nennt das Team von LudInc seine Lernabenteuer. Denn sie nutzen digitale Elemente wie Websites und Videobotschaften und verbinden diese mit Rätseln, die die Kinder in der realen Welt lösen müssen.

Das Team hinter den Lernabentauern besteht aus Transmedia-Experten, Filmproduzenten, PädagogInnen, Entwicklern, Designern – und aus Kindern: Denn die Spielearchitektur hat LudInc seit 2009 mit sieben Berliner Grundschulen entwickelt, unterstützt von öffentlichen Förderern, Investoren und Kindermedienexperten. Entstanden ist dabei das Spiel Professor S., bei

dem Kinder von acht bis elf Jahren an Schulen in ganz Deutschland auf Zeitreise gehen. Derzeit entwickelt LudInc eine Heimversion und weitere Spiele auch in englischer Sprache. Ergänzen wollen die Macher das Programm bald durch eine kuratierte Medienbibliothek für Kinder.



„Wir wollen Lernen in ein Abenteuer verwandeln. Mit Geschichten. Digital und ganz real. Für Kinder auf der ganzen Welt. Mit Begeisterung, starkem Team und inspirierendem Austausch: mit Kreativpiloten.“

Roshanak Behesht Nedjad, Fee Krämer, Ulrike Küchler, Roswitha Möhrcke und Jan von Meppen

Berlin
www.ludinc.de



Merregnon Studios / Spielmusikkonzerte

Orchester als Videospieldheld



Wer sich in den vergangenen Jahren mit einem aktuellen Videospiel vergnügt hat, wird bemerkt haben, dass diese immer aufwendiger gestaltet sind. Oftmals wird eine komplexe Geschichte mit ebensolchen Bildern erzählt, wie man es sonst nur bei Kinofilmen erlebt. Hinzu kommt ein eigens komponierter Soundtrack, der dem der Filmmusik in nichts mehr nachsteht. Das hat Thomas Böcker, Produzent von Konzertaufführungen, zum Anlass genommen, ein vergleichsweise junges Publikum – in der Hauptzielgruppe 18 bis 34 Jahre alt – bei seinen Spielmusikkonzerten mit der Schönheit des Live-Orchesterklangs vertraut zu machen. „Ich möchte einen Brückenschlag bieten, mit Melodien und Geschichten, die ein heutiges Publikum tangieren: Liebe, Verlust, Euphorie, Ungewissheit – aktuelle Videospiele bieten universelle, komplexe Handlungen mit großer Themenvielfalt, die Menschen zu bewegen wissen.“

„Mein Ziel ist es, die besten Partituren unserer Konzerte als regulären Programmteil bei Weltklasse-Klangkörpern einzubauen. Prokofjew neben Uematsu, ein Orchesterpublikum aus Jung und Alt. Die Auszeichnung kann dafür Türen und Möglichkeiten (er)öffnen und Kontakte bringen.“

Thomas Böcker

Dresden
www.spielermusikkonzerte.de



Okinlab GmbH

Die neue Dimension im Möbeldesign

Das enorme technologische Potenzial des Rechners und moderne Fertigungsmethoden revolutionieren alle Bereiche des Entwerfens, Planens und Bauens. Die beiden Gründer der Okinlab GmbH, Alessandro Quaranta und Nikolas Feth, machen diese neuen Produktionstechnologien und Möglichkeiten nun alltagstauglich. Sie geben Menschen die Möglichkeit, dem eigenen Lebensentwurf eine Form zu geben – ganz konkret im Bereich des Wohn- und Arbeitsraums. Hierzu haben sie die Möbel-Design-Software „form.bar“ entwickelt, mit der man seine Möbel selbst nach den eigenen Vorstellungen entwerfen kann. Das Sortiment besteht aus einer Grundkollektion, die von Regalen über Betten bis hin zu TV-Bänken reicht. Entscheidet man sich beispielsweise für ein Regal oder einen Tisch, kann man die Grundform im zweiten Schritt mit der Software bearbeiten. Passgenau für den eigenen Wohnraum kann der Kunde das Regal verformen – er kann es links tiefer oder höher entwerfen als rechts, kann die Anzahl und Größe der Regalfächer bestimmen oder aus verschiedenen Materialien und Farben auswählen. „Der Raum und das Möbeldesign sollen sich an uns anpassen – nicht umgekehrt“, lautet die Botschaft der Gründer.

Okinlab ist für Alessandro Quaranta und Nikolas Feth ein Innovationsraum – es ist ihr Laboratorium für Architektur und Design.



„Piloten müssen abheben, um ans Ziel zu kommen, die konventionelle Wolkendecke durchbrechen, um freie Sicht zu haben. Unsere Vision ist der einfache Zugang zu den neuesten Produktionstechnologien, damit jeder von uns seinen eigenen Lebensraum selbst frei gestalten kann. Die Entwurfs- und Herstellungsmethoden, die sich auf das Kombinieren von Norm- und Gleichteilen beschränken, lassen wir hinter uns. Die Auszeichnung kann uns dabei helfen, dafür die richtige Flughöhe zu erreichen und viele Passagiere für unsere Reise zu gewinnen (Online-Check-in möglich).“

Nikolas Feth und Alessandro Quaranta

Saarbrücken
www.okinlab.com
www.form.bar



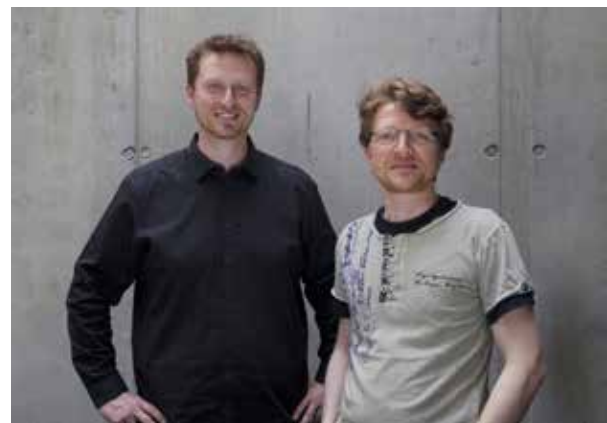
onlinelessons.tv

Der digitale Musiklehrer



Florian Alexandru-Zorn und Marco Besler haben 2013 onlinelessons.tv ins Leben gerufen – onlinelessons.tv ist die erste staatlich anerkannte Internet-Musikakademie, die ihre Lerninhalte live via Internet vermittelt. Ihr Fokus liegt auf der Fort- und Weiterbildung. Aufgrund der offiziellen Kooperation mit der Popakademie Baden-Württemberg wird den Bildungsstandards entsprechend Rechnung getragen. Hobbymusiker, vor allem aber auch Musiklehrer, Studierende und Musiker, die sich auf ihr Studium vorbereiten, nutzen diese Plattform. „Mit onlinelessons.tv betreten wir weltweit Neuland im edukativen Bereich. Die Resonanz von über tausend Nutzern bestärkt uns in der Vision, dieses Format zu internationalisieren“, sagen die beiden Gründer. Der Livestreaming-Unterricht zeichnet sich gegenüber bestehenden normalen Lehrvideos durch folgende Besonderheiten aus: Die Unterrichtseinheiten werden live aus einem speziell hierfür eingerichteten Broadcast-Studio übertragen. Dem Live-Unterricht folgen oft mehrere Hundert Mitglieder gleichzeitig und

können während der Liveübertragung mit einem der über 40 international bekannten Dozenten via Chat kommunizieren und so das Unterrichtsgeschehen mit eigenen Fragen beleben. Direkt nach der Ausstrahlung werden die Lektionen archiviert und sind so dauerhaft abrufbar.



„Wir erhoffen uns von dieser Auszeichnung auf Bundesebene und den damit einhergehenden Workshops die Möglichkeit, uns mit nationalen und internationalen Institutionen und Unternehmen des Bildungssektors zu vernetzen.“

Florian Alexandru-Zorn und Marco Besler

Neustadt an der Weinstraße
www.onlinelessons.tv

PERSPECTIVE DAILY

WARUM? WAS? WER? DUT TERMINE FAQ



PERSPECTIVE DAILY

... weil es Lösungen gibt

Das lösungsorientierte Online-Medium für die Fragen unserer Zeit.

Perspective Daily

Lösungsorientierter Journalismus



„Wir leben in einer Zeit voller Herausforderungen: Klimawandel, steigende Bevölkerungszahlen, zunehmende Ressourcenknappheit und wachsende Ungleichheit. Obwohl in vielen Fällen technologische und gesellschaftliche Lösungen existieren oder zumindest in der Entwicklung sind, mangelt es meist an einer großflächigen Umsetzung. Vor allem fehlt es an Menschen, die bei der Umsetzung von Lösungen helfen“, so die Gründer von Perspective Daily, einem Online-Magazin, bei dem die Macher auf lösungsorientierten Journalismus setzen. Denn einen Grund für die genannten Entwicklungen sehen Maren Urner, Han Langeslag und Bernhard Eickenberg in der negativ ausgerichteten Berichterstattung der Medien – dort würden eher Probleme fokussiert, als Lösungen geboten. Genau an diesem Punkt wollen die drei Gründer mit ihrem Onlinemedium die Alltagsmedien ergänzen und Vorreiter für einen neuen Online-Journalismus in Deutschland sein. Sie setzen nicht auf Schreckensnachrichten und Einzelereignisse, sondern auf einen konstruktiven

Journalismus mit Blick nach vorn. Die Beiträge sollen nicht mit der Beschreibung von Problemen enden, sondern insbesondere Lösungen diskutieren. Dabei geht es nicht darum, fertige Ergebnisse zu präsentieren, sondern gesellschaftliche Diskussionen über Lösungsmöglichkeiten anzuregen. Ihren Lesern wollen die drei Journalisten damit wieder das Gefühl geben, selbst einen Beitrag zur Lösung von zeitaktuellen Herausforderungen leisten zu können.



„Wir wollen zeigen, dass ein konstruktiverer Journalismus möglich und gewünscht ist – die Auszeichnung hilft uns, Kontakt zu Menschen zu finden, die genauso denken.“

Dr. Bernhard Eickenberg, Han Langeslag
und Dr. Maren Urner

Münster
www.perspective-daily.de



Puppenphilharmonie Berlin

Klassische Musik durch Puppen sehen

Das Konzert neu zu denken, neu zu betrachten und neu zu inszenieren – das ist die gemeinsame Idee von Konzertbratschistin und Konzertregisseurin Bernadett Kis und der Puppenspielerin Sandy Schwermer. Was lag also näher, als die Fähigkeiten der beiden zu verbinden und eine Brücke von den Puppen zur Musik zu bauen? Die Puppenphilharmonie will durch den Einsatz von Puppenspiel die klassische Musik für jedermann erfahrbar machen – noch mehr sogar, sie will sie über das Puppenspiel tatsächlich sichtbar machen. So soll auch die Generation erreicht werden, die eher einen Zugang zu Facebook und YouTube hat als zu Sonaten und Streichern. Aber nicht nur Kindern und Jugendlichen wird anhand der Puppen die klassische Musikwelt erklärt: „Wir kriegen Klassik in die kleinste Kammer oder die größte Industriehalle, ob Kindergarten oder Vorstandsetage, ob Stadtteilkulturzentrum oder Musentempel. Wir erfassen die Chance des Ortes und der Zuhörerschaft“, erklärt das Berliner Duo.



„Die Wiederbelebung des Konzerts reicht uns nicht: Jede Begegnung mit klassischer Musik soll ein fröhliches Festival sein. Spielerisch und klug mit unseren Puppen inszeniert, wird Musik sichtbar.“

Bernadett Kis und Sandy Schwermer

Berlin

www.puppenphilharmonie.de

www.bernadettkis.com



Radike | Kittelmann

Die Kunst der Sichtbarkeit



Juliane Radike und Julia Kittelmann haben ihre Mission klar vor Augen: Sie wollen zeitgenössische Kunst ins Zentrum der Gesellschaft bringen – zu den Sammlern und Käufern, ins Blickfeld von Entscheidern und in die Fachpresse. Speziell geht es ihnen um Kunst, die zwischen Stadt und Land entsteht, in Mecklenburg-Vorpommern, der Heimatregion der beiden.

Denn auch jenseits der etablierten Kunstzentren wie Leipzig, Berlin oder Köln gibt es qualitativ hochwertige

ge Kunst – deren Problem ist es aber oftmals, dass sie nicht im Fokus der öffentlichen Wahrnehmung steht, wie die Gründerinnen sagen. Und dort wollen sie eine Schnittstelle sein und Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit für die Kunst aus eher ländlichen Räumen schaffen – mit temporären Ausstellungen von Künstlern aus Mecklenburg-Vorpommern in Berlin, Köln & Co. und neuen Formen der Inszenierung, die aus der Feder ihres nomadischen Galerieprojekts Radike | Kittelmann stammen.

„Unsere Vision ist es, als ‚ständige Vertretung‘ Galeristen und Künstler aus Mecklenburg-Vorpommern überregional und international zu präsentieren. Wenn dabei eine ganze Schule der Kunst unseres Landes entsteht, umso besser!“

Julia Kittelmann und Juliane Radike

Rostock

www.radikekittelmann.com



Seed Evolution UG / meinwoody.de

Zukunft(s)pflanzen



Mit der Idee, die Natur als Grundlage für die Vitalität aller Lebewesen in den Fokus zu rücken, taten sich die drei Mediengestalter Michael Beetz, Ayhan Durukan und Tim Reich mit dem Einzelhandelskaufmann Ozan Durukan zusammen. Als Vehikel ihrer Idee entwickelten sie Pflanz-Sets, mit denen es ganz einfach ist, Blumen, Gemüse oder einen Baum zu pflanzen und somit ein eigenes Stück Natur zum Leben zu erwecken. Es muss lediglich noch Wasser hinzugefügt werden, der Rest ist komplett: Topf, Erde und Samen nebst Anleitung. Als Vertriebsplattform wählten sie das Internet. Unter meinwoody.de gibt es neben den Pflanzen auch noch die Philosophie des Quartetts. So natürlich wie

möglich soll es sein – von der Verpackung aus Recyclingmaterial über die biologisch abbaubaren Bestandteile der Sets bis hin zum unbehandelten, naturbelassenen Saatgut. Schließlich sehen es die vier als ihren Auftrag an, Mensch und Natur wieder näher zusammenzubringen und so eine Zukunftsperspektive zu schaffen, die einen gesamtgesellschaftlichen Mehrwert mit sich bringt. Oder, wie sie es nennen: „Zukunft(s)pflanzen“.



„Wir träumen von einer Gesellschaft der Rücksichtnahme und Toleranz, die sich als Teil eines großen Ganzen sieht, und wir wollen uns mit den Kultur- und Kreativpiloten eine noch größere Aufmerksamkeit schaffen.“

Michael Beetz, Ayhan Durukan, Ozan Durukan, und Tim Reich

Coburg
www.meinwoody.de



Selbstdarstellungssucht.de

Gesichter der Kunst



Selbstdarstellung ist so einfach wie nie zuvor. Soziale Netzwerke, eigene Blogs und Foren ermöglichen es, die persönlichen Gefühle und Ereignisse und sogar die eigenen künstlerischen Werke mit nur einem Klick der Welt zu zeigen. Um eine breitere Öffentlichkeit speziell für Künstler und Kreative zu schaffen und die Vernetzung sowie den Austausch untereinander zu befördern, haben Veronika Christine Dräxler, Caroline von Eichhorn und Natalie Mayroth ihren Autorenblog für Kunst, Kultur und digitale Identität ins Leben gerufen. Unter www.selbstdarstellungssucht.de zeigen sie Arbeiten, Arbeitsräume und Ideen von Kunst- und Kreativschaffenden und geben auch Einblick in den künstlerisch-kreativen Arbeitsalltag. Über das Jahr veröffentlichen sie Fanzines mit kreativen Themenschwerpunkten und organisieren in der Reihe „Salon: Selbstdarstellungssucht“ Ausstellungen, Lesungen

und Konzerte. *Selbstdarstellungssucht.de* ist mehr als ein Blog – es ist Treffpunkt, Impulsgeber und Bühne für Kreativschaffende aller Branchen.



„Mit unserem Blog haben wir uns einen eigenen Rechercheauftrag gesetzt: Wir erforschen das Phänomen Selbstdarstellung im Internet, sowohl künstlerisch als auch wissenschaftlich, weil es unsere Gesellschaft zunehmend verändert.“

Veronika Christine Dräxler, Caroline von Eichhorn und Natalie Mayroth

München/Berlin
www.selbstdarstellungssucht.de



SofaConcerts

Werde dein eigener Konzertveranstalter

Die gemeinsame Leidenschaft für authentische und handgemachte Musik sowie der Besuch vieler Wohnzimmerkonzerte und Singer/Songwriter-Slams brachten Marie-Lene Armingeon und Miriam Schütt auf die Idee: Warum nicht eine Plattform gründen, die Musiker und Musikfans direkt miteinander vernetzt und ihnen die Möglichkeit gibt, einfach selbst Konzerte zu organisieren? Gesagt, getan. Über die Internetseite sofaconcerts.de kann seit 2014 jetzt praktisch jeder sein privates Konzert veranstalten – alles, was man dazu braucht, ist ein gemütlicher Raum und ein paar Zuhörer, die sich hautnah von Musikern begeistern lassen wollen. Das kann ebenso im privaten wie im gewerblichen Rahmen sein. Und auch für die Musiker entstehen so ganz neue Möglichkeiten. Sie können auf diese Weise unkonventionelle Auftrittsmöglichkeiten finden, freie Tage auf Tour füllen, abseits von urbanen Ballungszentren auftreten und neue Fans gewinnen.



„Wir sind begeistert, dass wir mit unserer Vision, neue Bühnen für Live-Musik zu schaffen, schon Tausende Menschen angesteckt haben. In den nächsten Jahren wollen wir SofaConcerts zu einem europaweiten Netzwerk für Live-Musik ausbauen und ein Sprungbrett für talentierte Musiker werden.“

Marie-Lene Armingeon und Miriam Schütt

Hamburg
www.sofaconcerts.org





tyntyn GmbH

Es rappelt in der Foto-Kiste



Ihr Retro-Look ist beliebt und sie stehen häufig an zentralen Plätzen, in Bahnhöfen und Freizeitparks: Fotoautomaten. Sascha Hildebrandt und Dr. André Lutz verknüpfen ihre Fotoboxen mit der digitalen Welt und stellen sie in Geschäfte, auf Messen und Events. Was beide mit einer gehörigen Portion Humor als „things you never thought you needed“ (kurz: tyntyn) begonnen haben, hat sich zu einer Manufaktur für Foto- und Videomodule zur Markenkommunikation und Kundenbindung entwickelt.

Die tyntyn GmbH bietet Unternehmen offene oder geschlossene Fotobox-Module, mit denen ihre Kunden oder Besucher den besonderen Moment mit einer Marke oder auf einer Veranstaltung festhalten. Die Verknüpfung dieser Module mit den Sozialen Netz-

werken erlaubt ein einfaches Teilen der Fotos oder Videos. Was für die einen die unterhaltsame Erstellung eines Erinnerungsfotos oder einer Videobotschaft ist, bedeutet für die Unternehmen jedoch mehr: sympathische Kommunikation. Zudem bietet das einfache Ausdrucken vor Ort oder das Versenden per E-Mail den Unternehmen die Chance, nachhaltig präsent zu bleiben.



„Mit der Auszeichnung eröffnen sich uns neue Wege: Networking mit den Kreativpiloten, Copiloten und Experten hilft uns, uns in der Kultur- und Kreativbranche weiter zu vernetzen und neue Ideen für unser Portfolio zu kreieren.“

Sascha Hildebrandt und Dr. André Lutz

Frankfurt am Main
www.tyntyn.de



YEAH

Medialer Grenzgang



„Bild“, „Code“ und „Herzklopfen“ liest man, wenn man die Geschäftsräume der jungen Kreativagentur YEAH in Augsburg betritt. Bereits auf den ersten zehn Metern kommt man vorbei an einer ehemaligen Autowerkstatt, an einem voll ausgestatteten Tonstudio, einem Bauernschrank voll bayerischer Trachtenjacken, einer wild blinkenden Lichtinstallation und einem Fotostudio – das Team von YEAH ist bunt und besteht aus sieben medialen Grenzgängern: Daniel Breining, Matthias Mörtl, Julia Barton, Jakob Nicklbauer, Claus Hoffmann, Dominik Liebherr und Ralph Stachulla. Seit 2013 gibt es die Kreativagentur in Augsburg, die sich auf die Konzeption der medialen Präsenz von Unternehmen spezialisiert hat – als „Atelier für interaktive Medien“. Daneben setzen die Gründer auch Nonprofit-Projekte und kulturelle Konzepte um. Mit ihrer eigenwilligen

Unternehmensstruktur versuchen sie, Grenzen in der Agenturlandschaft aufzubrechen und aus der Rolle des Dienstleisters zum Impulsgeber der Kultur- und Kreativszene zu werden.



„Unsere Vision ist es, das kulturelle und kreative Netz in und um Augsburg enger zu weben und die Stadt für junge kreative Köpfe interessanter zu machen. Durch die mediale Aufmerksamkeit der Auszeichnung erhoffen wir uns neue fruchtbare Partnerschaften für diesen Weg.“

Julia Barton, Daniel Breining, Claus Hoffmann, Dominik Liebherr, Matthias Mörtl, Jakob Nicklbauer und Ralph Stachulla

Augsburg
www.atelyeah.de

Die Jury

Das Auswahlverfahren des Kultur-und-Kreativpiloten-Programms unterscheidet sich von klassischen Unternehmerwettbewerben. Denn die Kriterien für die Auszeichnung liegen in den Bewerbern selbst. Aus gutem Grund, denn jedes kreative Geschäftskonzept und jede dahinterstehende Unternehmerpersönlichkeit ist so einzigartig und nicht vergleichbar mit anderen, dass einheitliche Kriterien hier nicht greifen. Kein Businessplan kann das abbilden.

Aus den schriftlichen Bewerbungen werden in einem ersten Schritt 96 ausgewählt, die im Besonderen überzeugen können. Diese Personen werden dann zu einem persönlichen Auswahlgespräch eingeladen, bei dem sie insgesamt über zwei Stunden mit zwölf verschiedenen Juroren sprechen. Die Jury ist dabei jedes Jahr mit Menschen aus ganz verschiedenen Bereichen besetzt.

Eine Vertreterin des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt, Titelträger der letzten Jahrgänge oder der Geschäftsführer von UNICEF Deutschland gehören beispielsweise genauso dazu wie der Referatsleiter im Bundeswirtschaftsministerium, die regionale Ansprechpartnerin des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft oder der Vorstand des u-instituts. Sie alle bringen gemeinsam unterschiedlichste Perspektiven in die Auswahl mit ein und treffen am Ende des Tages im Konsens die Entscheidung, wer Kultur- und Kreativpilot in diesem Jahr werden soll.

Die insgesamt 80 Jurymitglieder werden auf den folgenden Seiten in alphabetischer Reihenfolge vorgestellt.



Mitglieder der Jury

Julian Adenauer

Direktor, retune.

Werner Agsten

Stv. Referatsleiter Tourismus und Referent Kultur- und Kreativwirtschaft, Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Jörn Alraun

Gründer und Geschäftsführer, urbn pockets

Christoph Backes

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

Antje Bartmann

Referat K 33: Kultur- und Kreativwirtschaft, Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Max Beckmann

Gründer und Geschäftsführer, endboss projects

Mathias Beier

Akademieleiter, da!:DESIGNAKADEMIE Rostock

„Ich habe die Auswahlgespräche für mich persönlich als sehr bereichernd empfunden. Nicht nur die Fülle an kreativen und absolut erstaunlichen Ideen, sondern auch die stellenweise sehr professionelle Umsetzung haben mich schwer beeindruckt. Danke!“

Marina Besl

Stv. Referatsleiterin Kultur- und Kreativwirtschaft, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

„Es war mir ein großes Vergnügen, mich von der Begeisterung der Bewerber für ihre Geschäftsideen anstecken zu lassen. Ich wünsche allen Teilnehmern viel Erfolg!“

Harm Brandt

Campus Business Box, Wissenschaftszentrum Kiel

Carolyn Braun

Journalistin und Co-Founder, Follow the Money

„Wir hatten die Auszeichnung gnadenlos unterschätzt. Das ist kein Preis, sondern ein Jahr, das wir geschenkt bekamen – ein Jahr, um uns weiterzuentwickeln, um kritische und konstruktive Fragen zu beantworten – und um Freunde zu finden. Ich wünsche den neuen Piloten mindestens dasselbe.“

Uwe Carow

Gründer und Geschäftsführer, Red Bug Books

Georg Dahm

Gründer und Chefredakteur, substanzmagazin.de

„Ihr habt ein tolles Jahr vor Euch – ich weiß, wovon ich rede.“

Andreas Dautermann

Geschäftsführer, Levato

„2014 bin ich mit ‚Levato‘ selbst Kreativpilot geworden, dieses Jahr durfte ich in der Jury sitzen. Nun habe ich beide Seiten der Kreativpiloten kennengelernt und kann guten Gewissens sagen: aus jedem Blickwinkel eine ganz tolle Sache! Guten Flug, Piloten aus 2015!“

Susanne Dengel

Regionale Ansprechpartnerin für Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

„Ich gratuliere den Kultur- und Kreativpiloten 2015 zu ihrer Auszeichnung und wünsche ihnen ein spannendes Jahr.“

Katja Dietrich-Kröck

Referentin für Kreativwirtschaft, Ministerium für Wirtschaft und Energie, Land Brandenburg

Gerald Dissen

Gründer und Geschäftsführer, ROOM IN A BOX

Martin Douglas

Gründer und Inhaber, CastConnectPro

„Herzlichen Glückwunsch an die Kreativpiloten 2015! Ihr habt Originalität, starken Willen und Kreativität gezeigt. Ich wünsche Euch, dass Ihr von dem kommenden Jahr an ebenso profitieren werdet, wie ich es selbst erleben durfte, mit Rückenwind des u-instituts, vielen bereichernden Gesprächen, Kontakten, Inspirationen und neuen Ideen, die Euch mit Sicherheit näher an Euer Ziel bringen werden.“

Siegmond Ehrmann, MdB

SPD-Bundestagsfraktion

Christa Eichbaum

Referentin, Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern

„Der Wettbewerb tut der Branche und dem Thema nach wie vor gut.“

Hannes Engelmann

Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

„Die Gewinner zeichnen sich dadurch aus, dass sie eine Jury, bestehend aus Personen des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens, von ihrer Idee und ihrem Charakter überzeugt haben. Nutzt die Zeit und gestaltet die Zukunft mit!“

Manuel Engels

Geschäftsführung, URBANSCREEN

Johannes Everke

Stv. Bereichsleiter Übergreifendes Hamburg-Marketing, Hamburg Marketing GmbH

„Hinter dem Wettbewerb ‚Kultur- und Kreativpiloten‘ steht ein geniales Konzept – für mich das Einzige, das der Individualität der Aspiranten gerecht werden kann. Ich danke Euch, die Mitarbeit in der Jury hat mir einen Riesenspaß gemacht.“

Lars Fassmann

Vorstand, Kreatives Chemnitz – Branchenverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Chemnitz und Umgebung e. V.

Heike Fendel

Geschäftsführerin, Barbarella Entertainment GmbH

Martin Fischbock

Geschäftsführender Gesellschafter, Light Instruments GmbH

„Ein Jahr später als Jurymitglied auf der anderen Seite zu sitzen und so viele nervöse Menschen kennenzulernen, war witzig und unglaublich spannend. Ich wünsche den neuen Piloten einen guten Start und nach einem Jahr einen eleganten Zwischenstopp!“

MinR Frank Fischer

Leiter Referat Kultur- und Kreativwirtschaft, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

„Die Auswahlgespräche waren auch in diesem Jahr wieder eine spannende Erfahrung. Ich empfinde das Gespräch mit den Bewerbern als gegenseitige Bereicherung. Mich beeindruckt die Begeisterung und die Zielstrebigkeit, mit der die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer ihre Geschäftsidee verfolgen. Ich wünsche allen Bewerbern und ausgezeichneten Kreativpiloten gleichermaßen viel Glück und Erfolg auf ihrem weiteren Weg.“

Thomas Frey

Abteilungsleiter, Freie Hansestadt Bremen, Der Senator für Kultur

Thomas Friebe

Referent Arbeitsgruppe Kultur und Medien, SPD-Bundestagsfraktion

„Ich wünsche den Kultur- und Kreativpiloten 2015 viel Erfolg bei der Umsetzung ihrer tollen Ideen und hoffe, dass sie die Auszeichnung, vor allem das Coaching für ein Jahr, dabei maßgeblich voranbringt. Denn das war einer der Gründe, sie auszuwählen.“

Peter Gabriel

Seniorberater/Senior Consultant, VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

Peter Grabowski

Der kulturpolitische Reporter

Philomena Höltkemeier

Gründerin und Geschäftsführerin, Philomena Höltkemeier Story Consulting

Dr. Pit Hosak

Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg

Sylvia Hustedt

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

Sabrina Isaac-Fütterer

K3 - Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro Karlsruhe

Stephan Kirchner

Sparkasse Bamberg

Lena Knecht

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung

Jörg-Dieter Kogel

Programmleiter Nordwestradio, Radio Bremen/NDR

Julia Köhn

Regionale Ansprechpartnerin für Bayern, Nordrhein-Westfalen, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Andreas Kolbe

Persönlicher Referent des Staatssekretärs Matthias Machnig, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

„Die Auswahlgespräche haben gezeigt, dass ‚Kultur- und Kreativpiloten 2015‘ eine begehrte Auszeichnung ist. Die hohe Qualität der Gespräche und Präsentationen, die innovativen Ideen und das teilweise außergewöhnliche kreative Potenzial haben die Entscheidungen sehr schwer gemacht. Ich gratuliere allen Teilnehmern, vor allem natürlich den Gewinnern, und wünsche ihnen bei der Umsetzung ihrer Vorhaben allzeit gutes Gelingen und wirtschaftlichen Erfolg.“

Rolf Krämer

Referatsleiter Kultur- und Kreativwirtschaft, Medienwirtschaft, New Media, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung

„Markterfolg – ich wünsche den vielen aufregenden Kreativpiloten und Kreativpilotinnen 2015, dass sie mit ihren spannenden Ideen am Markt erfolgreich bleiben und großartige Kreativunternehmen aufbauen.“

Dr. Kai Krieger

Künstler, 3Steps

„Die Vielfalt der Kreativen und ihrer Ideen in Deutschland begeistert mich immer wieder aufs Neue. Es ist mir eine Ehre, einige auf ihrem Weg zum Kreativpiloten ein Stück begleitet zu haben. Jetzt ist es an der Zeit, abzuspringen und mit den Ideen und Umsetzungen zu fliegen.“

Terry Krug

Regionale Ansprechpartnerin für Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Amelie Künzler

Gründerin und Geschäftsführerin, Urban Inventions

Peter Landmann

Ministerialdirigent a. D.

Uwe Lehmann

Berater Existenzgründung und Unternehmensförderung Industrie- und Handelskammer zu Kiel

Prof. Dr. Julia Lehner

Kulturreferentin der Stadt Nürnberg

Philipp Liekefett

Regionaler Ansprechpartner für Bremen, Niedersachsen und Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

„Kreativität, Mut, Offenheit und Inspirationskraft sind nur einige wenige Merkmale, die die Piloten schon in den Auswahlgesprächen gezeigt haben. Ich wünsche Euch – persönlich und unternehmerisch – alles Gute und viel Erfolg für die Zukunft!“

Dr.-Ing. Chiara Manfletti

Projektleitung X-TRAS; Gruppenleitung Triebwerks-transiente Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e. V. (DLR)

Robert Mertens

Regionaler Ansprechpartner für Nordrhein-Westfalen, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Dirk Metzger

K3 – Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro Karlsruhe

Cornelia Müller

Referat K 33: Kultur- und Kreativwirtschaft, Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Monika Mundkowsky-Vogt

Ministerium für Finanzen und Wirtschaft
Baden-Württemberg

Johannes Nünning

Founder und Leiter des UQBATE-Programms der
Deutschen Telekom, Telekom Deutschland GmbH

Claudia Nussbauer

Referatsleiterin Kultur- und Kreativwirtschaft, Mi-
nisterium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittel-
stand und Handwerk des Landes Nordrhein-West-
falen

Marcus Paul

Projektleiter, Montag Stiftung Urbane Räume gAG

Dr. Babette Peters

Geschäftsführung, designxport GmbH

*„Bei den Auswahlgesprächen wurde es immer dann
besonders spannend, wenn die Bewerber ihre Ge-
schäftsidee mit großem persönlichem Engagement
und Herzblut vorstellten. Diese Kraft und dieser Mut
stecken an und überzeugen.“*

Ester Petri

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Würt-
temberg mbH

Gert Pfafferodt

Regisseur, Cherbuliez Productions

*„Der Mensch hilft sich selbst am besten.“ (Johann
Wolfgang von Goethe)*

Leonie Pichler

Bluespots Productions

MinDirig Dr. Jan-Ole Püschel

Leiter der Gruppe K 3: Medien und Film; Interna-
tionales, Die Beauftragte der Bundesregierung für
Kultur und Medien

Bart Reijnen

Senior Vice President Orbital Systems and Space
Exploration, Head of Site Bremen, Airbus Defence
and Space, Business Line Space Systems

Dieter Reinken

Landesvorsitzender der SPD in Bremen, Mitglied der
Bremischen Bürgerschaft, Deputation für Wirt-
schaft, Arbeit, Häfen

*„Ich kenne die ‚klassischen‘ Schwerpunkte deutscher
Wirtschaft: Stahl, Auto, Werften, Gebäudetechni-
k. Ideen, wie sie die Kultur- und Kreativpiloten
präsentierten, waren für mich neu. Ich habe mitge-
nommen:
Darin steckt enormes Potenzial, das Anreize bietet.
Auch für das ‚Traditionelle‘. Ich wünsche allen Teil-
nehmern langen Atem und Erfolg – und die nötige
Unterstützung.“*

Marco Rieso

Referatsleiter Handel, Dienstleistung, ServiceCenter,
IHK Ostwestfalen zu Bielefeld

„Kultur- und Kreativpiloten 2015 – Menschen, Ideen, Innovationen, Enthusiasmus, Leidenschaft, Diskussionen, Spaß, Überraschungen, Aha-Effekte und 360°-Blick. Herzlichen Glückwunsch und immer den nötigen dynamischen Auftrieb.“

Mareike Roth

Founder & Strategy Manager, hoch E – Designing
Emotional Identity

Andrea Rothaug

Geschäftsführung und Präsidentin, RockCity Hamburg e. V./BV POP

Jörg Sabrowski

Referat Kreativwirtschaft, Handel, Digitale Wirtschaft, Standortmarketing, Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz

Christian Schneider

Geschäftsführer, Deutsches Komitee für UNICEF

Dr. Inge Schröder

Geschäftsführung, Wissenschaftszentrum Kiel GmbH

Rainer Schütz

Managing Director, TVRL GmbH

Melanie Seifart

Regionale Ansprechpartnerin Berlin, Brandenburg, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

„Bei diesem Auswahlverfahren nehmen immer beide Seiten etwas für sich mit – sowohl die Bewerber als auch die Jurymitglieder. Das finde ich großartig und deshalb bleibt diese Auszeichnung weiterhin wichtig, um damit für mehr Offenheit und Wagemut in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zur Unterstützung dieser bunten Wirtschaftsbranche zu werben. Ich wünsche allen Piloten 2015 einen erfolgreichen Start.“

Susanne Stöck

Wirtschaftsforschung und Landesentwicklung, HA Hessen Agentur GmbH

Reinhard Strömer

Regionaler Ansprechpartner für Baden-Württemberg, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Johannes Tomm

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

Loy Ullmann

Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, Schulz Junghans Patentanwälte PartGmbH

Nadine Weise

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

„Die Kultur- und Kreativpiloten können mit Fug und Recht behaupten, zu den spannendsten Unternehmen Deutschlands zu zählen, und zeigen einmal mehr, wie vielfältig, innovativ und anders diese Branche ist. Ich bin gespannt, auf den ‚ kreativen Urknall‘ bei den Workshops und darauf, welchen Einfluss das auf die Unternehmer und Unternehmerinnen in der Zukunft haben wird.“

Sandra Wemmel

Leiterin Referat Kultur- und Kreativwirtschaft, Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Kludia Werth

Bereichsleitung Bürgerschaftliches Engagement, Deutsches Komitee für UNICEF

Walter Winter

Referat B/2, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr des Saarlandes

Olaf Zimmermann

Geschäftsführer, Deutscher Kulturrat e. V.

„Es ist wichtig zu wissen, wie man einen Finanzierungsplan schreibt, wie man mit der Hausbank verhandelt und wie man die Kunden akquiriert. Doch ohne eine wirklich zündende Idee, gepaart mit einem Fünkchen Wahnsinn, ist das alles sinnlos. Kreative Obsessionen verbunden mit Unternehmergeist machen einen erfolgreichen Gründer aus.“

Ulf Zimmermann

Geschäftsleitung Internationale Unternehmensentwicklung, Helbako GmbH

„Interessant, bereichernd und herzerfrischend, wie die neuen Ideen zum großen Teil präsentiert wurden.“

Geschichten der Titelträger aus 2014

Erstmals haben wir in diesem Jahr ein Online-Magazin veröffentlicht, in dem die Kultur- und Kreativpiloten des Jahres 2014 über ihre persönlichen Entwicklungen und Herausforderungen in ihrem Pilotenjahr berichten. Vier Geschichten aus dem Magazin zeigen wir auf den folgenden Seiten. Online unter magazin.kultur-kreativpiloten.de sind alle Artikel, zusätzliche Videos und Interviews veröffentlicht. Das Magazin stammt übrigens aus der Feder des Journalisten-Teams vom Wissenschaftsmagazin Substanz, das im letzten Jahr als Kultur- und Kreativpilot ausgezeichnet wurde.

Das Kreativpiloten-Magazin zeigt die Geschichte einer Reise. Einer Reise, auf die sich vor einem Jahr 32 Startups gemacht haben. 32 Gründerteams, keines wie das andere, aber alle beseelt von derselben Idee: Wir wollen leben von unserer Leidenschaft.

Diese Gründer sind die Kultur- und Kreativpiloten 2014. Sie verwandeln Kaufhäuser in Theaterbühnen, Hirnströme in Musik und Punkrock in Parfüm. Sie stecken die Welt in einen Satz, ein Zimmer in einen Karton und den Regenbogen in ein Paar Schuhe. Sie bekämpfen Depressionen, lassen Wände leuchten und machen die Straße zum Computerspiel.

„Und wie wollt Ihr davon leben?“ Vor einem Jahr haben sie diese Frage unserer Jury beantwortet. Die Antworten waren überzeugend – aber heute würden sie anders klingen. Denn zwischen damals und heute liegt eine Reise mit den Coaches, Mentoren – und dem Netzwerk, zu dem die Kultur- und Kreativpiloten im letzten Jahr zusammengewachsen sind.

Dies ist die Geschichte ihrer Reise.

Kultur- und Kreativpiloten – das Magazin

<http://magazin.kultur-kreativpiloten.de>





#FEUER

Sie sagen Nein zur Festanstellung.

Nein zum Businessplan.

Nein zur Befehlskette.

Nein zum Immer-mehr-Gewinn-Machen.

Eine Geschichte von Gründern, die das umsetzen, wofür sie brennen.

Und die ihre eigene Definition davon gefunden haben, was es heißt,

Unternehmer zu sein.

*„Wenn zwei Leute losgehen,
können sie hundert mitziehen.“*

Max Beckmann, Endboss Projects





Eigentlich wollten Max Beckmann und Robin Höning nur eine einzelne Skateboard-Rampe bauen. Weil da diese ungenutzte Gewerbefläche in ihrem Heimatort Hannover war. Weil sie gern skaten. Und weil sie es konnten. Aus der Rampe wurde ein ganzer Skatepark. Und aus einem einzelnen Projekt wurde Endboss Projects – ein Unternehmen, mit mehreren Geschäftszweigen, von dem sie leben. Aber das Konzept ist geblieben: „Wir haben Bock darauf, also machen wir das.“

„Beim Bau der Anlage haben wir gemerkt, dass uns das liegt: die körperliche Arbeit, Entwürfe machen, und vor allem: viele Leute zusammenbringen.“ Denn die Anlage war das Werk von vielen Freiwilligen. Dafür braucht man keinen Boss, stellten sie fest.

„Wer mitmacht, entscheidet selbst, wie er es macht.“ Was man aber braucht, ist jemand, der die anderen motiviert. Darum packten Max und Robin immer mit an: „Wenn zwei Leute loslegen, können sie hundert mitziehen.“ Aber sie packen auch mit an, weil sie nicht anders können: „Wir hätten uns manchmal zurückziehen können. Aber wenn man das Gewusel erst mal sieht, dann denkt man: Ich muss was tun. Ich halte das gar nicht aus, nur zuzusehen.“

Irgendwann kam zur Skateboard-Anlage ein Skateboardwettbewerb hinzu, dann wurde aus dem Wettbewerb ein Festival. Und schließlich erkannten Max und Robin, dass sie mit dem, was sie gelernt hatten, auch Geld verdienen können. Bei ihrem ersten Auftrag ging es nur um ein paar kleine Rampen. Die Hälfte des Auftragswerts von ein paar Tausend Euro mussten sie im Voraus kassieren, um das Werkzeug zu kaufen. Dann wurden die Anlagen größer, bis zu 900 Quadratmetern. In Hannover, in Chemnitz, in Oberhausen, auf Rügen, überall.

Und jedes Mal stellten sich die Endboss anschließend die Frage: Was kommt als Nächstes? „Wir haben uns immer überlegt: Was können wir mit dem, was wir haben, noch anstellen?“, sagen sie. „Bei den Kultur- und Kreativpiloten haben wir gelernt, dass man das Effectuation nennt.“

Effectuation heißt auch: Experimentieren, Chancen nutzen und Partner gewinnen, an die man zuvor gar nicht gedacht hätte. Die Jeansfirma Levi Strauss zum Beispiel, die sich gerne in der Skater-Szene etablieren wollte – und in dem Endboss-Duo die perfekten Markenbotschafter fand. Die taten mit dem PR-Etat des Jeansmultis genau das, was sie ohnehin gern tun: Skateparks bauen. Aber diesmal begleitet von einem Kamerateam – und in Ländern, die nicht gerade als Skater-Hotspots gelten. Erst in Indien, dann in der dünnen Höhenluft Boliviens. „In der deutschen Botschaft von La Paz haben sie uns gesagt: Das klappt nie“, sagen sie, „aber wir haben den Gedanken, dass wir unbesiegbar sind, und den unbändigen Drang, alles immer hinzubekommen.“ Der Plan ging auf – trotz mangelnder Sprachkenntnisse, korrupter Behörden und unzuverlässiger Lieferanten.

Im geordneten Europa gingen Max und Robin subversiver ans Werk: Sie kauften einen doppelstöckigen Oldtimer-Bus, den sie mit Werkzeugen, Betonmischer und Stromgenerator beluden – eine rollende Baustelle, mit der das Endboss-Team für Levi's durch Europa fährt und in Guerilla-Aktionen Skaterampen hochbetoniert.



„Was wir bei solchen Aufträgen verdienen, stecken wir in Projekte, die uns Spaß machen“, sagen Max und Robin. Als sie ins Kultur- und Kreativpiloten-Programm aufgenommen wurden, vereinigten sie unter dem Dach Endboss eine Skateparkfirma, drei gemeinnützige Vereine und einen Verlag für erotische Kurzgeschichten. Und merkten zum ersten Mal, dass sie an eine Grenze stoßen. Zu viel Tagesgeschäft, zu viel Bürokratie auf einmal. „Wir waren am Rand unserer geistigen und körperlichen Kräfte.“ Schlimmer noch: „Wir hatten nicht mehr die Kapazität, etwas zu entwickeln. Das war kaum zu ertragen.“

Loslassen – das war die Botschaft, die sie aus den Workshops und den Gesprächen mit den Coaches mitnahmen. „Sie haben uns davon überzeugt, jemanden einzustellen, der sich um Dinge wie Steuern und Buchhaltung kümmert. Das war für uns ein großer Schritt. Bislang wollten wir immer alles selbst in der Hand haben.“ Sie zogen Strukturen in ihre Projekte ein, damit die Dinge auch ohne sie laufen. Sie führten einen regelmäßigen „Zukunftstag“ ein, an dem sie nur an neuen Ideen arbeiten. Und sie zogen sich gleich ganz aus einzelnen Bereichen zurück, etwa dem Vorstand des Platzprojektes – eine Art Gründerzentrum auf der Brache neben dem Skateboardplatz, wo Kreative in ausrangierten Schiffscontainern Fahrräder

schweißen, Möbel bauen, Mode entwerfen, Kunst machen und Cafés eröffnen.

Jetzt ist wieder Platz für Neues. Die nächste Tour mit dem Baustellenbus läuft bereits. Und danach wollen Robin und Max Workshops anbieten: „Wir haben so viele Fähigkeiten bei unseren Projekten erworben – das können wir weitergeben. Wir möchten Leuten Mut machen, einfach loszurennen.“

Text: Claus Hornung

<http://endbossprojects.com>





#BEWEGUNG

Da ist diese Idee, und sie ist grandios!

Darum sollte man sie auf keinen Fall in Stein meißeln, sondern lieber in Knetmasse drücken.

Damit man immer wieder daran herumformen kann und sie unterwegs neue Gestalt annehmen darf.

*„Wir brechen auf, um
Neuland zu entdecken, und
machen alle Sachen, die vorher
noch niemand gemacht hat.“*

Sandro Engel, Urban Inventions





Manchmal entwickeln Ideen ein Eigenleben, das man nicht hat kommen sehen. Sandro Engel und Amelie Künzler jedenfalls hätten nie damit gerechnet, dass ihnen etwas gelingen würde, woran Generationen von Eltern und Verkehrspädagogen gescheitert sind: Sie haben die Bei-Rot-Geher zur Räson gebracht. Jedenfalls einen Großteil von ihnen, jedenfalls an einer Ampel in Hildesheim: Seit dort ihr Ampelspiel ActiWait installiert ist, traben im Tagesdurchschnitt nur noch elf Menschen bei Rot über die Straße. „Vorher waren es durchschnittlich 60 Personen“, sagt Sandro.

Ihre subtile Verkehrserziehung funktioniert so: Der ActiWait hält ungezogene Fußgänger bei Rot von der Straße fern, weil sie derweil mit ihrem Gegenüber auf der anderen Straßenseite ein kleines Computerspiel zocken können – über den Ampel-Taster, der dafür mit einem kleinen Bildschirm ausgerüstet wurde. Für eine schnelle Partie Pong reicht die Zeit bis zur nächsten Grünphase allemal. Dass ihre Idee nun tatsächlich an einer Ampel in Hildesheim und seit Kurzem auch in Oberhausen getestet wird, amüsiert die beiden Designer immer noch ein wenig, die unter dem Firmennamen Urban Inventions auftreten.

An ihre neue Rolle als Unternehmer haben sich Sandro Engel und Amelie Künzler inzwischen gewöhnt, auch dank des Feedbacks der anderen Kreativpiloten-Teams. „Wir haben uns gleich gut aufgehoben gefühlt“, sagt Sandro: „Auch wenn wir alle total unterschiedliche Sachen machen, stehen wir doch alle gerade am selben Punkt: Wir brechen auf, um Neuland zu entdecken, und machen alle Sachen, die vorher noch niemand gemacht hat. In dieser Blase der Ungewissheit war es toll, sich gegenseitig motivieren zu können.“

Eigentlich, sagt Sandro, sollte die Idee eine Idee bleiben, ein Uni-Projekt an der Hildesheimer Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK). „Ein typischer Fall von ‚Es wäre doch lustig, wenn‘, sagt er.“ Zur Visualisierung drehte er im Herbst 2012 ein kurzes Video, die Spielkonsolen auf den Ampel-Drückern retuschierte er im Filmmaterial einfach auf die ganz gewöhnlichen Taster.

Das Video wurde ein viraler Erfolg, mit millionenfachen Aufrufen. Nach den Klicks kamen die klassischen Medien: Viele hatten nicht recht verstanden, dass die Spieleampel nur eine Simulation war, und wollten mal eben schnell vorbeikommen, um einen Bericht zu drehen. „Sie sorgten für so viel Trubel, dass der Bürgermeister schließlich sagte: Das probieren wir mal aus“, sagt Sandro. „Mit einem normalen Antrag hätten wir das nie geschafft – der Riesenhype hat das möglich gemacht, das Volk ganz direkt, sozusagen.“

Nachdem der Markt also lautstark danach quengelte, die Ampelspielidee wahr werden zu lassen, wurde es ernst für Urban Inventions. Sandro und Amelie sprachen mit Signalbaufirmen, Ampeltasterherstellern und Screenproduzenten, die ihre Produkte aufeinander abstimmen mussten, um Platz und Fläche für das Videospielmodul zu schaffen. Tasterschalen aus dem 3-D-Drucker halfen schließlich weiter.



Vor der Umsetzung der topmodernen Idee betrieb Urban Inventions Old-School-Marktforschung: Studenten mit Klemmbrett und Fragebogen erkundeten: War das Fußgängeraufkommen groß genug? Wie viele Bei-Rot-Geher gibt es im Schnitt? Während der Testphase beobachteten sie die Ampelanlage dann sechs Stunden täglich, zählten weiter und führten Interviews.

Das Ergebnis: 87 Prozent der Ampelspieler hatten hinterher das Gefühl, eine echte Kontakt-Erfahrung mit einem fremden Menschen erlebt zu haben – die Grundidee hinter dem ActiWait.

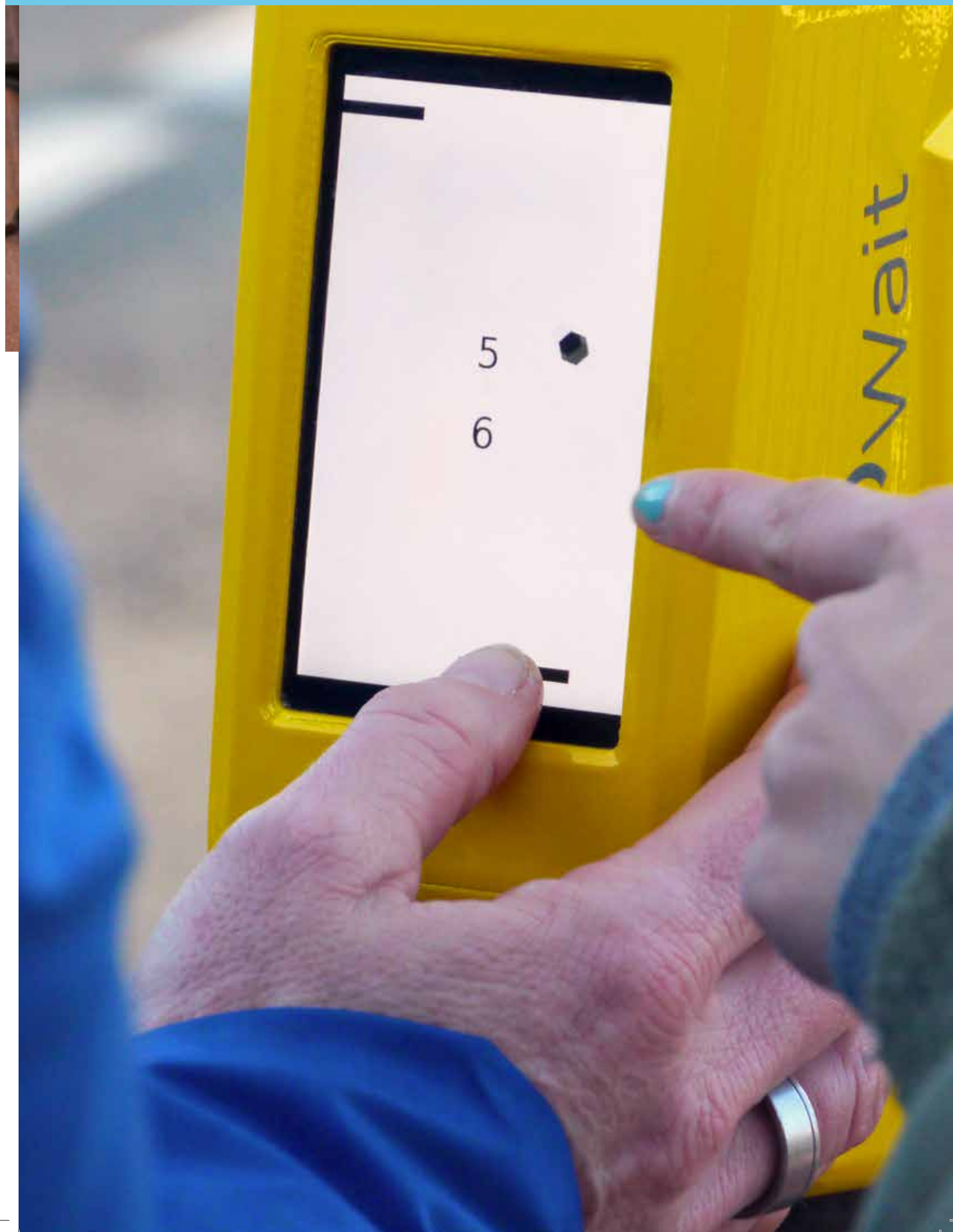


„93 Prozent der Benutzer gefiel die Idee und würden sie gerne an weiteren Ampeln sehen“, sagt Sandro. „Ein paar wünschten sich die Möglichkeit, auch gegen einen Computergegner spielen zu können, wenn gegenüber gerade kein Spielpartner wartet. Das werden wir jetzt einbauen.“ Auch die Sicherheitsprüfung hatte kaum etwas zu bemängeln, lediglich die Anregung, das Spiel etwas früher, schon ein paar Sekunden vor dem Beginn der Grünphase enden zu lassen, damit sich die Fußgänger kurz orientieren können.

Bevor das Verkehrsspielzeug in Serienproduktion gehen kann, sind noch einige Investitionen nötig, sagt Sandro Engel. „Wir versuchen gerade, Letters of Interest von verschiedenen Städten einzusammeln – Absichtserklärungen also, dass sie die Anlagen installieren würden, damit der Hersteller der Taster sieht, dass es einen messbaren Markt gibt.“ Selbst wollen Urban Inventions mit der eigentlichen Produktion dann nichts mehr zu tun haben: „Wir sind Designer und keine Tasterhersteller. Und konzentrieren uns darum lieber auf die Apps, die außer Pong sonst noch auf dem ActiWait laufen könnten: Interaktive Verkehrserziehung, Werbung, Navigationshilfen, alles ist möglich“, sagt er. „Oder warum nicht eine Speeddating-App? Schon der kurze Kontakt beim Pong-Spielen hat viele Benutzer mit einem Lächeln an der Ampel stehen lassen.“

Text: Anja Rützel

<http://urban-invention.de>





MUT

Wie gut wir sind, glauben wir ja oft erst, wenn es uns jemand anders sagt.

Aber warum darauf warten?

**Eine Geschichte eines Start-ups, das einfach loslegte – und dann erst erfuhr,
wie richtig es lag.**

A portrait of a woman with short, wavy brown hair and black-rimmed glasses. She is wearing a dark grey t-shirt and looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a plain, light blue-grey color.

*„Es ist völlig normal,
dass mal etwas schief läuft.“*

Kristina Wilms, ARYA



Mut ist eine typische Eigenschaft von Unternehmern. Der Wille, etwas umzusetzen. Egal, was sich in den Weg stellt. Mutlosigkeit ist ein typisches Symptom bei Depressionen. Die Angst davor, Dinge umzusetzen. Es könnte sich ja etwas in den Weg stellen. Danach ist Kristina Wilms vor allem eines: ziemlich untypisch. Denn ihre Depression brachte sie dazu, Unternehmerin zu werden.

2012 war das Jahr, in dem Kristina alles zu viel wurde. Ihr Wirtschaftsstudium. Die Frage, was sie anfangen will mit ihrem Leben. Und das Gefühl, dass es da so gar nichts gab, womit sie diese Welt bereichert. Sie brach das Studium ab und machte eine stationäre Therapie. Danach besuchte sie weiter regelmäßig einen Therapeuten. Gute Sache, das. Wären da nur nicht diese leidigen Fragebögen, auf denen sie regelmäßig eintragen sollte, wie sie sich fühlt und wie ihre Reaktionen auf diese Gefühle aussahen: „Ich habe Nackenschmerzen.“ „Ich denke, dass ich hässlich bin. Darum habe ich die Party abgesagt.“

Das Ziel dieser Selbsterfassung: Depressive sollen besser verfolgen können, was mit ihnen passiert. Und Warnzeichen rechtzeitig erkennen, nach dem Motto: Wenn die Nackenschmerzen kommen, sollte ich lieber eine Pause einlegen. „Ich fand das doof“, sagt Kristina. Und meint nicht den Inhalt, sondern die Methode. Unübersichtlich, knitteranfällig. Und ständig mussten sie zum Copyladen gehen, um neue Bögen zu kopieren. „Ich fragte mich: Warum gibt es dafür keine App?“, sagt sie: „Es gibt doch für alles eine App.“ Selbst machen schied aber aus. „Ich hatte keine Ahnung von der Start-up-Szene und keinen Schimmer von der Technik.“

Bis der Zufall ihr folgende Nachricht per E-Mail sendete: „Hast du eine Idee für eine App? Schick sie uns!“ Einen

Preis gab es auch: eine mehrtägige Busreise mit Start-up-Teams, die während der Fahrt versuchen, aus Ideen Produkte zu entwickeln. Absender war eine australische Agentur, von der Kristina noch nie gehört hatte, zudem war die Nachricht im Spam-Ordner gelandet. Trotzdem schrieb sie zurück. „Ich hätte gern eine App für Depressionen.“ Zwei Tage später war Australien am Telefon: „You’re a winner!“

Glück gehabt, dachte Kristina. Aber im Start-up-Bus würde sie, einzige Frau unter lauter „Designern und Businesscracks“, sich nach der vorgeschriebenen Präsentation in eine Ecke setzen, stumm bleiben und baldmöglichst wieder aussteigen. „Ich dachte: Meine Idee kommt ja eh nicht zustande. Und ich hatte ja auch keine Skills.“ Sieben Mitreisende sahen das anders. Darunter Purcy Marte, ein Webdesigner, der schon mal ein Unternehmen gegründet hatte und endlich ein wirklich sinnvolles Produkt



entwickeln wollte. „Die hörten mir zu und versuchten, eine Lösung zu finden“, sagt Kristina. „Das fühlte sich gut an. Auf einmal war die Depression nicht mehr etwas, was mich einschränkt, sondern etwas, womit ich etwas machen kann.“ Am Schluss gewann sie den Hauptpreis von mehreren Start-up-Bus-Touren: ein Stipendium, das einen Büroplatz in Berlin beinhaltet.

„Bis dahin war es nur ein Spiel gewesen“, sagt Kristina. Jetzt war für sie und Purcy klar: „Wir machen daraus ein Unternehmen.“ ARYA sollte es heißen, ein Wort aus dem Sanskrit, das „wahrer Krieger“ bedeutet. Es kamen Presseberichte, weitere Gründerpreise. Und ein Angebot von einem Investor – der Kristina einen Geschäftsführer an die Seite stellen wollte. „Er meinte, ich wäre ja krank und darum ein Risikofaktor.“

„Dann eben nicht“, sagte der Risikofaktor. „Ich konnte mir auch nicht vorstellen, dass die meine Idee richtig umsetzen würden.“ Denn ihr ging es nicht nur darum, ein Unternehmen aufzubauen, das Gewinne einfährt: „Unsere Vision ist, das Leben von Menschen mit Depressionen zu verbessern und etwas gegen ihre Stigmatisierung in der Gesellschaft zu unternehmen.“

Also legten sie los. Egal, was sich in den Weg stellte. Die Therapie-Plattform, auf der Kristina und Purcy den Markteinstieg schaffen wollten, ging pleite – dann eben allein weitermachen. Das Geld wird knapp – man kann sich auch mal eine Weile von Toastbrot ernähren. Es gibt bereits ein ähnliches Produkt – egal, das ist längst nicht so ausgefeilt wie unseres und bestätigt uns darin, dass es einen Markt gibt. Therapeuten werden für die Nutzung dieser App nicht bezahlen – macht nichts, Krankenkassen sind ohnehin die viel interessantere Klientel.

Bei jedem dieser Widerstände gab es Zweifel, Rückfälle in depressive Phasen und das Gefühl, dass alles viel zu langsam vorangeht. In einem Workshop der Kultur- und Kreativpiloten brachen diese Gefühle durch. „Ich habe geweint und gesagt, dass ich nicht weiß, ob ich überhaupt weitermache.“ Aber die Gruppe fing sie auf. „Die waren alle sehr wohlwollend, nicht in dem Konkurrenzdenken verhaftet, das es sonst in der Start-up-Szene gibt“, sagt Kristina: „Letztlich hatte ich die Erkenntnis, dass mich das erfüllt, was ich mache. Und dass es völlig normal ist, dass mal etwas schiefläuft.“

ARYA plant an Apps für Suchtkranke und Essgestörte

Und das Coaching? Naja, irgendwie habe sie sich einen Coach immer als jemand vorgestellt, der alles weiß – auf jeden Fall mehr als man selbst. Tatsächlich ging sie immer mit der Bestätigung aus den Terminen, selbst schon sehr viel zu wissen. Wie das Gesundheitswesen funktioniert. Wie man ein Unternehmen gründet. Wie Teambuilding funktioniert. Oder was ARYA noch entwickeln könnte: Apps für Suchtkranke oder Essgestörte. Apps, die auch anhand von Stimme oder Puls Auffälligkeiten erkennen können und Warnhinweise geben. Es gibt bereits Gespräche mit einer Klinik, die sich an der Forschung beteiligen möchte.

An der Depressions-App haben schon mehrere Krankenkassen Interesse gezeigt. „Die sind begeistert“, sagt Kristina. Und schränkt sofort wieder ein: „Aber Begeisterung heißt ja nicht, dass die das wirklich kaufen wollen. Ich glaube immer noch nicht so wirklich daran.“ Und überhaupt, habe das mit ihr als Person ja ohnehin wenig zu tun. „Es war Glück, dass ich zufälligerweise mit den richtigen Leuten zur richtigen Zeit gesprochen habe.“

ARYA ist mittlerweile im Mac App Store erhältlich – eine App mit der Depressive endlich bequem nachverfolgen können, ob sich bestimmte Muster in ihrem Leben ständig wiederholen. Etwa eine ungewöhnliche Häufung von glücklichen Zufällen. So häufig, dass man sich fragen müsste, ob das wirklich alles Zufälle sind oder nicht doch etwas ganz anderes. Vielleicht ist es auch einfach ein Zeichen von Mut.

Text: Claus Hornung

www.aryaapp.co





#WACHSTUM

Wie groß muss meine Idee werden, damit sie sich durchsetzen kann?

Wie groß darf sie werden, damit ich sie noch wiedererkenne?

Und wie schlimm werden die Wachstumsschmerzen?

Die Geschichte eines Start-ups auf der Suche nach dem richtigen Maß.

„Wir dachten, wir machen einfach ein paar Faltkonstruktionen und dann läuft das schon.“

Lionel Palm und Gerald Dissen, ROOM IN A BOX





Diesen Sommer werden sie cool bleiben. Nicht wie im vergangenen Jahr. Da brach im Juli der Umsatz ein und die Panik aus: Was machen wir, wenn das so bleibt?

Tut es nicht. Das wissen Gerald Dissen, Lionel Palm und Christian Hilde in zwischen. Es liegt einfach an der Saison. Denn mit ihrem Start-up ROOM IN A BOX stellen sie Möbel her, Möbel aus Pappe. „Und im Sommer kauft halt niemand Möbel. Da sitzen die Leute lieber im Garten oder fahren in den Urlaub.“ Also werden sie diesmal einfach abwarten bis September, wenn die Zahlen wieder aufgehen: „Mit der Zeit wird man entspannter.“

Die Zeit – das sind inzwischen gut vier Jahre. So lang ist es her, dass Gerald diesen Papphocker auf einer Messe sah und sofort begeistert davon war, wie viele Attribute dieses Sitzmöbel in sich vereinte: stabil, faltbar, günstig, recycelbar. Wenig später lernte er auf einer Studentenparty Lionel kennen und fragte ihn beim Bier: „Hast Du vor dem Studium schon mal einen Job gehabt?“ Lionels Antwort war der Startschuss für ROOM IN A BOX: „Ich habe in einem Wellpappen-Werk gearbeitet.“

Schon am Tag darauf stand der Plan: Wir produzieren Möbel aus Pappe. „Wir dachten, wir machen einfach ein paar Faltkonstruktionen und dann läuft das schon.“ So einfach war es dann doch nicht. Denn sie wollten sich von anderen Kartonmöbel-Herstellern unterscheiden. Ihr Produkt sollte aus möglichst wenig Teilen bestehen. Es sollte kompakt sein und so leicht, dass man es als Postpaket verschicken kann. Damit es beim Umzug nur noch heißt: Paket auf – Möbel raus – zusammenstecken – fertig ist die Einrichtung. ROOM IN A BOX eben. Das Ganze bitte aus hundertprozentig recycelbarem Material. Stabil musste die Konstruktion natürlich auch sein. Und schick.

Schnell wurde Gerald und Lionel klar: Das sind zu viele Anforderungen für ein Projekt, das man so nebenbei stemmt. Erst als sie ein Gründerstipendium erhielten, konnten sie loslegen. 18 Monate Zeit hatten sie, um die Konstruktion zu entwerfen und den passenden Lieferanten zu finden: „Die Preise wichen teilweise um das 26-Fache voneinander ab.“ Sie mussten einen bezahlbaren Plotter zum Ausschneiden der Pappe finden – und die Frage klären, wie man das 1,5-Tonnen-Ungetüm in ihren Werkraum im zweiten Stock eines Berliner Gründerzentrums bugsiert. Sie holten Christian ins Team, einen gelernten Verpackungsmechaniker, der bereits Erfahrungen im Design von Pappmöbeln hatte. Und schließlich mussten sie überlegen: Wie finden wir Käufer?

Gut, dass es Crowdfunding gibt. Das ist nicht nur ein prima Marketinginstrument, sondern bringt auch gleich erste Umsätze. 100 Bestellungen wollten die Gründer einsammeln, um die erste Kleinserie zu produzieren. Es wurde eine Punktlandung. Die Kampagne endete im Juni 2014 – im selben Monat, in dem ihr Stipendium auslief. Am Ende hatten sie 120 Bestellungen zusammen. „Das war die Bestätigung, dass es funktioniert.“

Aber noch reichten die Umsätze nur zum Überleben. Und dann waren da die Kosten für Materialvorräte, Werkstatt-Miete und Patentanmeldung. Und natürlich: der große Sommer-Schock. Auf den das Team mit einer Kampfansage reagierte: Wachstum, Wachstum, Wachstum!



 **ROOM IN A BOX**

Die drei entwickelten weitere Produkte: Tische, Weinregale, Whiteboards für Präsentationen. Sie schufen Angebote für neue Zielgruppen: Maßanfertigungen, Konstruktionen für den Messebau. Und sie ärgerten sich jedes Mal, wenn in der Hitze des Gefechts etwas schiefging. Zum Beispiel dieser eine Auftrag, der zeitlich so knapp war, dass sie auf einen anderen Zulieferer umsteigen mussten, um rechtzeitig liefern zu können – und prompt schlechteres Material geliefert bekamen.

„Heute würden wir das Risiko eingehen und sagen: Wir schaffen es nicht mit dieser Zeitvorgabe“, sagen Gerald, Lionel und Christian. Diese Einstellung ist auch eine Folge des Kultur- und Kreativpiloten-Programms. Nerven behalten, nicht zu viel auf einmal wollen – diese Botschaft vermittelten ihnen schon die anderen Teams. „Wir dachten immer, wir sind nicht strukturiert genug. Weil wir immer die Perspektive von Unternehmen eingenommen haben, die schon zehn Jahre am Markt sind. Jetzt konnten wir sehen: Andere Start-ups arbeiten genauso chaotisch.“

Auch Marketing darf manchmal chaotisch verlaufen, lernten sie. Wenn man, statt Pläne zu machen, einfach jede Möglichkeit nutzt, die sich bietet. So wie beim Bahnstreik, als Gerald per Anhalter reiste. Im Gespräch mit dem

Fahrer stellte sich heraus, dass er in einer Werbeagentur arbeitet. „Glaubst Du, dass Du uns irgendwie helfen kannst?“ fragte Gerald – und bekam den Kontakt zu der PR-Agentur, die jetzt für ROOM IN A BOX arbeitet.

Und sie begriffen, dass sie vielen Start-ups etwas voraus haben: ein Produkt, das bereits für gute Umsätze sorgt. „Geht hin und melkt die Kuh!“, rieten ihnen die Coaches. Für Nichtlandwirte: Holt erst aus dem einen Produkt mehr raus, bevor ihr Euch mit weiteren verzettelt! Jetzt überarbeiten die drei erstmal ihr Bett und fahren dafür das Marketing hoch. „Die anderen Produkte werden auch weiterentwickelt, aber sie haben jetzt eine viel niedrigere Priorität.“ Und die Gründer reden mit Business Angels über Investitionen. „Eigentlich waren wir dagegen, Geld aufzunehmen“, sagen sie. Aber die Coaches überzeugten sie davon, dass Geld und Erfahrungswerte es leichter machen, sich auf das zu konzentrieren, was wichtig ist. „Das stabilisiert ein Unternehmen.“ Und die Nerven.

Text: Claus Hornung

<http://roominabox.de>



Programm der Preisverleihung
„Kultur- und Kreativpiloten
Deutschland 2015“

**25. November 2015, STATION,
Luckenwalder Straße 4 – 6, 10963 Berlin**

Moderation	Katty Salié
ab 17.00 Uhr	Check-in und Gelegenheit zur Besichtigung der 32 Kreativpilotenstände
18.30 Uhr	Eröffnung
18.40 Uhr	Begrüßung Brigitte Zypries, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie
18.50 Uhr	Grußwort Dr. Günter Winands, Ministerialdirektor bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien
19.00 Uhr	Preisverleihung der 32 „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2015“
21.15 Uhr	„Date a Pilot“ und Get-together
23.00 Uhr	Ende der Veranstaltung



www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

