



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung  
für Kultur und Medien



Initiative  
Kultur- & Kreativwirtschaft  
der Bundesregierung

# Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

Titelträger\*innen 2018



# Werde Kultur- und Kreativpilot!

*Du bist auch selbstständig, unternehmerisch tätig oder hast einfach eine gute Idee? Dann informiere dich auf der Webseite der [Kultur- und Kreativpiloten Deutschland!](http://www.kultur-kreativpiloten.de)*

[www.kultur-kreativpiloten.de](http://www.kultur-kreativpiloten.de)

Kultur- und Kreativpiloten

# Deutschland

Titelträger\*innen 2018



# FAHRPLAN





# Inhalt

<b>6</b> <b>Einleitung</b>	<b>24–25</b> Holycrab! IP/privacy	<b>40–41</b> überkochen e.V. Urban Terrazzo
<b>8–9</b> <b>Grussworte</b> Peter Altmaier Prof. Monika Grütters	<b>26–27</b> LIGNUM//SKID LIVIN'ROLL	<b>42–43</b> Waver weserholz
<b>10–45</b> <b>Titelträger*innen 2018</b>	<b>28–29</b> mimycri Mizaan	<b>46–61</b> <b>Die Jury</b>
<b>12–13</b> BadBoys die Baupiloten	<b>30–31</b> monströös PsyCurio	<b>62–82</b> <b>Das Magazin</b>
<b>14–15</b> Coconat – A Workation Retreat Companion2Go	<b>32–33</b> PureRaw Rankwerk	<b>64–67</b> Die Kultur- und Kreativpiloten 2017
<b>16–17</b> Deine Korrespondentin Farbkind. Kreative Algorithmen.	<b>34–35</b> raubdruckerin Red Rebane	<b>68–71</b> Swarm Protein
<b>18–19</b> FRITZVOLD GJUMM Science and Art	<b>36–37</b> Tatcraft THANN BIOLEDER	<b>72–75</b> Arekapak
<b>20–21</b> Goldau & Noelle Manufaktur Groovecat	<b>38–39</b> THE SHITSHOW Travel Echo	<b>76–78</b> Heyfair
<b>22–23</b> Happy Locals HEYHO!		<b>79–82</b> Privalino
		<b>83</b> <b>Impressum</b>

# 32 Antworten auf die Frage: „Was kann besser werden?“

*Von New Work bis Big Data:  
Der neunte Jahrgang der Kultur-  
und Kreativpiloten Deutschland  
überzeugt mit starken Persönlich-  
keiten und interdisziplinären  
Teams.*

*Mut und Engagement zeichnen wir seit 2010 jährlich im Namen der Bundesregierung aus – 32 Kreativunternehmer\* innen erhalten den Titel „**Kultur- und Kreativpiloten Deutschland**“. In dieser Broschüre stellen wir die diesjährigen Titelträger\*innen vor, die sich mit ihren innovativen Ideen durchgesetzt haben. Dabei geht es um Digitalisierung, technischen Fortschritt und Nachhaltigkeit. Mit der Auszeichnung unterstützen wir inspirierende Unternehmer\*innenpersönlichkeiten und ihre Ideen. Sie nehmen an Workshops teil und führen persönliche Gespräche mit Coaches. Sie tauchen in ein einzigartiges Netzwerk ein und entwickeln ihre Unternehmungen weiter.*

*Ideengeber und Organisator der Auszeichnung ist das u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln. Förderer ist die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, ein Projekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.*



#BETTER  
MACHINERY  
www.bettermachinery.com



## Peter Altmaier

BUNDESMINISTER FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE

Innovatives und kreatives Unternehmertum ist wichtig für die Zukunftsgestaltung unseres Landes. Kreative Unternehmer bringen neue Perspektiven und Lösungen für wirtschaftliche und gesellschaftliche Probleme hervor, beispielsweise an Schnittstellen wie Digitalisierung und Mode oder im Bereich Design und Medizin bis hin zu Musik und Nachhaltigkeit. Diese Vielfalt ist beeindruckend!

Neue unternehmerische Ideen führen oft auch zu Neugründungen, und Deutschland braucht mehr Gründerinnen und Gründer. Deshalb habe ich eine breit angelegte Gründungsoffensive gestartet, die zusammen mit der Wirtschaft und allen politischen Entscheidungsträgern für Unternehmertum motiviert. Gemeinsam wollen wir die Gründungskultur in Deutschland stärken, den Menschen Mut machen und sie zielgerichtet unterstützen, damit sie Gründungschancen erkennen und eigene Ideen umsetzen.

Es freut mich daher besonders, dass beim Pilotenwettbewerb in diesem Jahr mit mehr als 750 Einreichungen die zweithöchste Bewerberzahl in der Geschichte der Kultur- und Kreativpiloten erreicht wurde! Das spiegelt den starken Gründergeist der Kultur- und Kreativwirtschaft als Wachstumsbranche wider.

Die Auszeichnung zu den Kultur- und Kreativpiloten steuert nun schon im neunten Jahr zum

Erfolg dieser zukunftsweisenden Branche bei und hat sich als das wichtigste Gütesiegel für innovationsstarkes und kreatives Gründertum etabliert.

Daher bin ich stolz, Ihnen die diesjährigen 32 ausgezeichneten Titelträgerinnen und Titelträger präsentieren zu dürfen. Sie wirken als Vorzeigebispiele der Kultur- und Kreativwirtschaft, indem sie der Branche ein Gesicht geben, deren enormes wirtschaftliches Potenzial aufzeigen und die branchenübergreifende Wirkungskraft verdeutlichen.

Die Beispiele reichen von Virtual Reality-Behandlungsprogrammen für Psychotherapie zu herausragenden Makerspaces und bilden eine bunte, breite und auch überraschende Vielfalt von Geschäftsideen ab, die das Leben und Arbeiten in der Zukunft immer stärker prägen werden.

Die Titelträgerinnen und Titelträger erhalten nicht nur eine offizielle Auszeichnung der Bundesregierung, sondern werden ein Jahr lang bei der Weiterentwicklung und Umsetzung ihrer Geschäftsideen beraten, tauchen in ein interdisziplinäres Netzwerk von Kreativschaffenden ein und erhalten bundesweit mediale Aufmerksamkeit.

Sie sind herzlich eingeladen die neuen Kultur- und Kreativpiloten in diesem Magazin kennenzulernen. Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre.





## Prof. Monika Grütters

STAATSMINISTERIN FÜR KULTUR UND MEDIEN

„Was vorstellbar ist, ist auch machbar“, hat Albert Einstein uns gelehrt. Dieser ambitionierten Maxime ist der neunte Jahrgang der Kultur- und Kreativpiloten beherzt gefolgt. Erneut zeichnet die Bundesregierung 32 Unternehmen für besonders innovative Geschäftsideen aus. Ob die App für den Soundtrack zum eigenen Leben oder Edelwerkstoffe aus urbanen Überresten: Vielfalt und Einfallsreichtum kennen keine Grenzen. Die Preisträger ermutigen dazu, an der Verwirklichung unkonventioneller Ideen festzuhalten, selbst wenn deren Umsetzung schwierig, vielleicht sogar unmöglich erscheint.

Der schöpferische Erfindergeist der Kultur- und Kreativwirtschaft ist Wegbereiter wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Innovationen. Dafür stehen exemplarisch die Kreativpiloten.

Mit ihren fortschrittlichen Arbeitsweisen und Methoden verändern sie die Welt im Kleinen – und vielleicht auch im Großen. Dabei freut es mich sehr, dass knapp 55 Prozent der Ausgezeichneten 2018 Frauen sind. Als Kreativpilotinnen tragen sie dazu bei, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft auch in Sachen Gleichberechtigung eine Vorreiterrolle übernehmen kann.

Kreativpilotin oder -pilot zu sein, ist eine Würdigung, die auch ganz praktische Vorteile mit sich bringt: Alle Preisträgerinnen und Preisträger erhalten professionelle Coachings und werden von erfahrenen Unternehmen, Experten und einem stetig wachsenden Netzwerk begleitet. Im Kreis der mittlerweile 288 Kreativpiloten heiße ich die Preisträgerinnen und Preisträger herzlich willkommen.



# Die Titelträger\*innen

»» *Wir möchten, dass es uns auch noch in fünf Jahren gibt – dafür brauchen wir ein tragfähiges Geschäftsmodell. Die Impulse aus dem Piloten-Netzwerk wollen wir nutzen, um unser Ziel zu erreichen.«*

PAULINE TILLMANN  
DIE KORRESPONDENTIN

*45 Tage Bewerbungsphase, 759 Bewerbungen, 96 Auswahlgespräche in 4 Städten mit über 100 Jury-Mitgliedern. Und das sind sie: Die **Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2018!** Alle haben eine Idee, jede ist anders. Sie sagen: Nutze eine Plage, wenn sie da ist. Produziere frisches Wasser, wenn du kannst. Verbinde Momente mit Musik, wenn du es fühlst. Sorge für Perspektiven auf dem Land und stelle Menschen ein, die sonst keine Chance haben. Mache nicht mehr Müll, mache etwas mit Müll. Nutze die Stadt als Druckvorlage. Weg mit Barrieren, her mit Empowerment. Kombiniere Tradition mit Hightech. Und vor allem: Baue an einer Zukunft, in der du selbst leben willst.*





VOM KNAST IN DIE KÜCHE

## BadBoys

»Wir möchten, dass ein allgemeines Verständnis dafür entwickelt wird, dass eine erfolgreiche Integration von Menschen mit Haftenerfahrung uns alle angeht.«

**ORT** Oldenburg, Niedersachsen  
**TEAM** Gabriele Schnückerl

BadBoys ist ein Social-Business-Konzept und möchte ehemaligen Häftlingen die Wiedereingliederung in die Gesellschaft erleichtern. Denn Straftäter wieder zu integrieren, kann je nach Fall schwierig werden. Für Resozialisierungsprogramme fehlen oft die finanziellen Mittel. Einen neuen Ansatz liefert die Designerin Gabriele Schnückerl mit den BadBoys. Gebrauchte Trucks werden innerhalb der JVA Oldenburg in Foodtrucks umgebaut und gleichzeitig erarbeiten die Teilnehmer gemeinsam mit einem erfahrenen Koch ihre Speisekarte. Hier können auch kulturelle Hintergründe und die Herkunft der jeweiligen BadBoys mit einfließen.

Nach ihrer Entlassung wartet dann eine Festanstellung beim Foodtruck auf sie. Dieser Job, direkt nach der Haftentlassung, senkt die Rückfallquote von vierzig Prozent auf unter zehn Prozent – und das reduziert die Kosten für die Allgemeinheit. Der Trend der Foodtrucks ist nicht zu bremsen, und dieser hier bietet nicht nur hochwertigen Genuss, sondern auch Zukunft.



WANDELBARE SCHULKONZEPTE

## die Baupiloten

»Wir möchten Partizipation für alle ermöglichen! Wir möchten Nutzer\*innen, Auftraggeber\*innen, Politik, Verwaltung und Investor\*innen die Angst vor Partizipation nehmen, denn wir sind überzeugt, dass innovative Nutzer\*innenbeteiligung der Schlüssel für Architekturqualität und Nutzer\*innenzufriedenheit ist.«

**ORT** Berlin  
**TEAM** Susanne Hofmann, Katinka Lotz, Milena Monssen  
[www.baupiloten.com](http://www.baupiloten.com)

Schulen sollten sich im Idealfall ständig neu erfinden und aktuellen pädagogischen Konzepten anpassen können. Damit die Entscheider\*innen wie auch die ausführenden Architekt\*innen auf die Wünsche von Schüler\*innen, Eltern und Lehrer\*innen eingehen können, gibt es nun das passende Planspiel für Schulen und Kommunen. Und zwar das Schul-Visionenspiel, entwickelt vom Architekturbüro die Baupiloten. Dabei werden in 17 Schritten die unterschiedlichen Sichtweisen und Bedürfnisse aller Nutzer\*innengruppen im Dialog mit Politik und Verwaltung durchgespielt. Das Spiel dient als strukturierendes Werkzeug für die Diskussion. Der Gamification-Ansatz bietet einen neuen Zugang, um das Konzept einer zeitgemäßen Schule gemeinsam zu entwerfen. Das Ergebnis kann als Anregung für den Entwurf eines Neu- oder Umbaus dienen. So wird allen Parteien die Möglichkeit zur Mitbestimmung gegeben, um die Schule der Zukunft zu bauen.





BadBoys

die Baupiloten





INSPIRIERENDES COWORKING IN DER NATUR

## Coconat – A Workation Retreat

»Der ländliche Raum in Deutschland hat unglaubliches Potenzial. Das Projekt will andere Gründer\*innen inspirieren, digitale und soziale Innovationen fördern und frische Ideen für das Land entwickeln.«

**ORT** Bad Belzig, Brandenburg

**TEAM** Julianne Becker, Janosch Dietrich,  
Philipp Hentschel, Iris Wolfer  
[www.coconat-space.com](http://www.coconat-space.com)

Ein Kreativ-Hub und Coworking Space, wo sich Arbeit und Natur verbinden – das haben die Gründer\*innen von Coconat auf einem alten Gutshof geschaffen. Dieser innovative Hort liegt bei Bad Belzig, das als Modellgemeinde im Rahmen des Digitalisierungsprojekts „Smart Village“ ausgebaut werden soll. In Metropolen ist Coworking etabliert, jetzt wird der ländliche Raum dafür erschlossen. Denn hier lässt sich konzentriertes Arbeiten noch freier erleben: Das WLAN ist schnell, die Gemeinschaft fördert die Produktivität, gibt neue Impulse und auch den Kopf bekommt man in der Natur wieder frei. Es lenkt nichts ab: Die Coworker\*innen werden rundum versorgt, eine gemütliche Unterkunft und regionales Essen sind inklusive. Knapp eine Stunde von Berlin entfernt treffen nun digital arbeitende Selbstständige und Teams aus aller Welt zusammen. So agiert Coconat als Vorreiter\*in im digitalen Wandel und als Schnittstelle von Kreativwirtschaft, Tourismus und Regionalentwicklung.



GEMEINSAME EVENTBESUCHE OHNE BARRIERE

## Companion2Go

»Mit Companion2Go wollen wir Menschen mit gemeinsamen Interessen vernetzen, um (Denk-) Barrieren zu durchbrechen und gemeinsame Reisen und Eventbesuche für Menschen mit und ohne Behinderung zu ermöglichen.«

**ORT** Frankfurt am Main, Hessen

**TEAM** Stefan Hanke, Alexander Lichtenstein,  
Omar El Sayed, Marten Welschbach, Zacharias Wittmann  
[www.companion2go.de](http://www.companion2go.de)

Ähnliche Interessen und gemeinsam gemachte Erfahrungen sind die besten Voraussetzung, um zusammen zu reisen oder ein Event zu besuchen – das dachte sich auch das interdisziplinäre Team von Companion2Go aus Frankfurt. Weil das Thema Behinderung Gründer Zacharias Wittmann selbst betrifft, hat er einen innovativen Lösungsansatz für das Verbinden von Menschen mit und ohne Behinderungen gefunden. Das Team entwickelt eine App und Webseite zum gemeinsamen Erleben von Events. Die Idee hinter dem Social Business: Menschen mit Schwerbehindertenausweis dürfen meist eine Begleitperson kostenlos oder ermäßigt auf Events und in öffentlichen Verkehrsmitteln mitnehmen. Per App können sich User\*innen über Interessensfelder finden, unkompliziert miteinander verbinden und gemeinsame Aktivitäten planen, Tickets teilen und das Event besuchen oder gemeinsam reisen. Dabei entstehen Berührungspunkte, die dabei helfen sollen (Denk-) Barrieren zu durchbrechen, Inklusion zu leben und Vorurteile abzubauen.





Coconat – A Workation Retreat

Companion2Go







MEHR WEIBLICHE PERSPEKTIVE IM JOURNALISMUS

## Deine Korrespondentin

»Wir möchten, dass es uns auch noch in fünf Jahren gibt – dafür brauchen wir ein tragfähiges Geschäftsmodell. Die Impulse aus dem Piloten-Netzwerk wollen wir nutzen, um unser Ziel zu erreichen. Unsere Vision ist ein globales deutschsprachiges Korrespondentinnen-Netzwerk.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Pauline Tillmann

[www.deine-korrespondentin.de](http://www.deine-korrespondentin.de)

Pauline Tillmann hat 2015 nach erfolgreicher Crowdfunding-Kampagne das digitale Magazin „Deine Korrespondentin“ gegründet. Die Redaktion besteht aus zehn Korrespondentinnen, die in der ganzen Welt verteilt und vernetzt sind. Sie erzählen explizit Geschichten mit Protagonistinnen.

Denn in der deutschen Medienlandschaft ist es bisher so, dass immer noch fünfmal mehr Berichte über Männer als über Frauen veröffentlicht werden. Indem das Online-Magazin Frauen und ihre Geschichten in den Fokus rückt, steuert es diesem Ungleichgewicht entgegen und macht Frauen sichtbarer.

Dabei sind nicht nur die Themen zwischen Kunst, Kultur, Wirtschaft und Politik sehr vielseitig, sondern auch ihre experimentelle Art, Inhalte zu präsentieren. Moderne Formate wie Live-Streams und Mobile Reporting gehören zu ihrem Storytelling-Ansatz. Dadurch entstehen inspirierende und spezielle Geschichten über Frauen, die sonst nicht wahrgenommen würden.



DATENGETRIEBENE DESIGN-KUNST

## Farbkind. Kreative Algorithmen.

»Meine Arbeit mit kreativen Algorithmen lebt von Menschen und ihren Geschichten. Die Auszeichnung eröffnet mir Zugang zu einem Netzwerk an Kultur- und Kreativschaffenden in deren Reihen Geschichten entstehen, die nur darauf warten, erzählt und visualisiert zu werden.«

**ORT** Paderborn, Nordrhein-Westfalen

**TEAM** Patrik Hübner

[www.patrik-huebner.com](http://www.patrik-huebner.com)

Patrik Hübner ist interdisziplinärer Künstler, Designer und Geschichtenerzähler. Unter der Fragestellung, wie moderne Technologien neue Arten der Kommunikation schaffen, liegt sein Interesse bei der Transformation von Daten mit Hilfe von Algorithmen und programmierter Gestaltung. Und wie sieht das aus? Für einen Winzer hat er ein datenbasiertes Verpackungsdesign entwickelt, welches die Daten von Wind, Regen und Sonne verarbeitet und so in eine neue Bildsprache übersetzt. Denn Wein besteht aus Trauben, aber eben auch aus Wetter. Seine Geschichten sind interaktiv, beziehen die Betrachter\*innen mit ein und geben ihnen eine neue Perspektive auf Daten und deren Wirkungskraft. Nun möchte er seinen Ansatz gemeinsam mit Kulturträger\*innen, Institutionen und Universitäten weiterführen, um visuelle Kunst zu fördern und ungewöhnliche Markengeschichten zu erzählen.





Deine Korrespondentin

Farbkind. Kreative Algorithmen.





DAS COMMUNITY-PORTEMONNAIE

## FRITZVOLD

»Meine Vision ist es, langfristig Produkte nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip zu fertigen und so einen in sich geschlossenen Produktkreislauf zu bilden. Dafür möchte ich weitere unternehmerische Erfahrungen sammeln.«

**ORT** Hamburg  
**TEAM** Martin Eckardt  
[www.fritzvold.de](http://www.fritzvold.de)

Martin Eckardt hat mit FRITZVOLD dem klassischen Leder-Portemonnaie ein Update verpasst. In einem Design-Thinking-Prozess brachte eine Community aus knapp 1000 Leuten ihre Ideen ein, um dem Alltagsutensil einen zeitgemäßen und praktischen Look zu geben. Mit dem MINIMAL WALLET hat er ein kompaktes Portemonnaie geschaffen, das nicht nur sehr flach und chic ist, sondern auch tier- und umweltfreundlich. Dafür wählte er innovatives Papier-Kunstleder. An Papier erinnert nur der minimalistische Look, denn die Eigenschaften sind denen von Leder sehr nah. Das Material ist robust, sehr dünn und vor allem auch bei Alltagsbelastungen reißfest. Neben dem Bestseller entstanden auch weitere Produkte wie Taschen oder neue Geldbörsen in Co-Kreation mit der Community. Seit 2018 gibt es zum Beispiel ein Portemonnaie mit RFID/NFC-Schutz, das die eigenen Bankkarten gegen das unbefugte Auslesen schützt. Gute Ideen können so simpel, smart und chic sein.



GESUNDHEITSSERVICE FÜR KÜNSTLER\*INNEN

## GJUUM Science and Art

»Wir möchten Menschen helfen, jeden Tag ihr Bestes geben zu können, indem wir Mittel der Wissenschaften und Künste miteinander vereinen. Unser Ziel ist es, eine solide Infrastruktur aufzubauen – Impulse dafür erhoffen wir uns von der Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten.«

**ORT** Frankfurt am Main, Hessen  
**TEAM** Frank Appel, Maik Bienk, Cornelius Böttger, Boris Ostermüller, Patrick Rump, Christoph Thormann  
[www.gjuum.com](http://www.gjuum.com)

Für darstellende Künstler ist der eigene Körper das essentielle Werkzeug zur Ausübung ihres Berufes. Paradox ist es deshalb, dass die Medizin oftmals erst mit einbezogen wird, wenn es um den Heilungsprozess nach einem Sportunfall geht. Patrick Rump hat deshalb GJUUM Science and Art gegründet – ein interdisziplinäres Kollektiv aus Wissenschaftler\*innen, Therapeut\*innen, Sportler\*innen und Künstler\*innen, die die medizinische Komponente im Performance-Bereich von Anfang an mitdenken. Sie sind eine Plattform, ein Netzwerk und Social Lab im Bereich Sport und Kultur. GJUUM Science and Art unterstützt Künstler\*innen von der Entwicklung einer Choreographie bis zur täglichen Performance auf der Bühne. Das präventive Beratungsangebot des Kollektivs verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, der neben der Physiologie auch das Denken und Fühlen der Künstler\*innen mit einbezieht. So können Berufsunfälle von Performer\*innen reduziert werden.





FRITZVOLD

GJUMM Science and Art







PREMIUMMÖBEL IM DIREKTVERTRIEB

## Goldau & Noelle Manufaktur

»Auf die Auszeichnung sind wir stolz wie Bolle. Es bestätigt uns darin, mit unserem Unternehmen auf dem richtigen Weg zu sein und ermutigt uns, voller Elan die nächsten Schritte zu gehen.«

**ORT** Rietberg, Nordrhein-Westfalen

**TEAM** Dominik Goldau, Jan Goldau, René Nölle  
[www.goldau-noelle.de](http://www.goldau-noelle.de)

Die Möbelbau-Hochburg Ostwestfalen ist Zentrum der deutschen Möbel- und Küchenindustrie. Mit der Goldau & Noelle Manufaktur ist ein ganz besonderes Familienunternehmen dazugekommen. Die drei Gründer, zwei Brüder und ihr Cousin, sind Ingenieure mit handwerklicher Ausbildung und möchten die alte Tradition von hochwertigem Möbelbau mit neuen Impulsen weiterführen. Zum einen ist da das zeitlose Design mit klaren Linien und puristischer Formgebung, zum anderen wird die Produktion regional in Handarbeit und mit langlebigen und recyclebaren Rohstoffen umgesetzt. Ihr Ansatz geht aber noch weiter. Um möglichst viel Budget in wertvolle Handarbeit und hochwertige Materialien fließen zu lassen, verzichtet die Goldau & Noelle Manufaktur auf eine aufwendige Vertriebsstruktur und bietet ihre Produkte im Direktverkauf an. Das heißt: Zwischenhändler\*innen werden gespart und Qualitätsmöbel werden bezahlbar. Für die Zukunft denken die drei über einen Showroom nach, um ihr Sortiment auch live zu präsentieren.



MUSIKALISCHE FOTOALBEN

## Groovecat

»Unser Traum ist es, Musikmomente als universelle Sprache zu etablieren, mit der Menschen aus verschiedensten Ecken der Welt miteinander kommunizieren und sich ohne Worte ineinander hinein fühlen können. Die Kultur- und Kreativpiloten sind ein wichtiger Baustein in unserer Vision und geben uns weitere Gewissheit, auf dem richtigen Weg zu sein.«

**ORT** Mannheim, Baden-Württemberg

**TEAM** Jakob Höflich, Markus Schwarzer, Joshua Weikert  
[www.groovecat.de](http://www.groovecat.de)

Das Team von Groovecat glaubt an die Kraft der Musik. Denn es gibt diese Momente, in denen sich Stimmung, Umgebung und Musik ideal zusammenfügen. Am liebsten würde man sie für immer festhalten. Genau das ermöglicht Groovecat. Wie das funktioniert? Jedes in der App aufgenommene Foto oder Video wird automatisch mit dem Song unterlegt, den ein\*e User\*in gerade über einen Streamingdienst hört. So entsteht über die Zeit ein persönliches musikalisches Fotoalbum, das mit Freund\*innen via Social-Media geteilt werden kann. Es ist der Soundtrack zum eigenen Leben und kein Moment geht verloren. Mit ihrer App haben Groovecat eine innovative Form des musikalischen Storytellings ins Leben gerufen.



Goldau & Noelle Manufaktur

Groovecat







EXPERIMENTIERRÄUME FÜR LÄNDLICHE REGIONEN

## Happy Locals

»Wir wollen unserer Idee eine größere Bekanntheit verschaffen, weitere Unterstützer\*innen für unsere Arbeit gewinnen und Mittel für unsere Arbeit generieren, um zahlreiche neue Projekte verwirklichen zu können.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Dietmar-Maria „Dimitri“ Hegemann,  
Annette Katharina Ochs  
[www.happylocals.org](http://www.happylocals.org)

Da junge Leute in Dörfern, kleineren Heimatstädten und Gemeinden häufig keine Perspektive finden, gehen viele von ihnen in die Großstadt – und die ländlichen Räume veröden. Happy Locals macht das anders. Die Beratungsagentur unterstützt junge Menschen dabei, ihre Region selbst zu gestalten und eigenverantwortliche Kulturprojekte zu starten. Dafür nutzt der Zusammenschluss von Macher\*innen aus der Kultur- und Designbranche den Leerstand und deutet ihn positiv um, indem unbewohnte Häuser in Experimentierräume verwandelt werden. Mit ihrem Know-how unterstützen sie junge Kreative bei der Umsetzung ihrer Visionen. Zudem vermitteln sie zwischen Entscheidungsträger\*innen der Kommunen und den Jugendlichen. Mit der Förderung von Kreativität, Vertrauen, Verantwortung und Selbstwirksamkeit der Jugendlichen tragen diese selbst dazu bei, die Region attraktiver zu gestalten und schaffen gleichzeitig berufliche Perspektiven.



NEUE WEGE INS ARBEITSLEBEN

## HEYHO!

»Mit HEYHO! leben wir die Vision eines Unternehmens, das die Menschen wieder in den Mittelpunkt unternehmerischen Handelns stellt und Geschichten positiver Veränderung erzählen kann. Wir wollen andere inspirieren, gleichzeitig freuen wir uns riesig über die Aufmerksamkeit und die viele gute Energie!«

**ORT** Natendorf, Niedersachsen

**TEAM** Stefan Buchholz, Timm Duffner,  
Christian Schmidt  
[www.goheyho.com](http://www.goheyho.com)

HEYHO! produziert nicht nur gutes Müsli, sondern packt eine gesellschaftliche Schieflage an. Die Biomüsli-Manufaktur ermöglicht echte berufliche Teilhabe für Menschen, die sonst keiner einstellt. Menschen ohne festen Wohnsitz, ehemals Inhaftierte, Geflüchtete, Menschen mit Sucht- oder seelischen Erkrankungen. HEYHO! ist offen für alle. Diesen positiven Wahnsinn haben sich Hobby-Biobauer Timm, Kreativ-Kopf Christian und Menschenkenner Stefan ausgedacht. Um sich herum versammeln sie ein 13-köpfiges Team in der Lüneburger Rösterei. Sie produzieren vegane Frühstückskreationen wie: Late Night Breakfast mit schokolierten Laugenbrezeln oder Golden ChaiChai mit Chai-Gewürzen und Kurkuma. HEYHO! beweist, dass soziales Unternehmer\*innentum eine Menge Spaß macht. Und das schmeckt man auch.





Happy Locals

HEYHO!







LOKALES SUPERFOOD AUS PLAGEN

## Holycrab!

»Kultur- und Kreativpiloten zu sein ist für uns Auszeichnung und Ansporn zugleich. Das Thema ist relevant, die Idee hat Potenzial und wir sind als Team motiviert wie nie. Jetzt geht's an die Umsetzung.«

**ORT** Berlin/Offenbach am Main, Hessen  
**TEAM** Lukas Bosch, Juliane Bublitz, Andreas Michelus  
[www.holycrab.berlin](http://www.holycrab.berlin)

Das Team von Holycrab! ruft einen neuen Food-trend aus: Es ist Zeit für „Plagitarier\*innen“! Eine Zukunftsforscherin, ein Gastronom und ein Unternehmensberater verwandeln Plagen in Delikatessen und würzen mit einer Prise Humor nach. Ganz vorn dabei: Der „Berlin Lobster“. Denn im Berliner Tiergarten hat sich der Rote Amerikanische Sumpfkrebs breit gemacht und bisher fehlte ein natürlicher Fressfeind. Dank Holycrab! kommt der Schädling nun als Sumpfkrebs-Street-Food auf den Teller – ein kreativer Lösungsansatz, der das Thema Wertschöpfung aus einer neuen Perspektive betrachtet. Beim Verzehr eines Berlin Lobster Buns wird nicht nur auf Massentierhaltung verzichtet, sondern dem Ökosystem wird auch noch etwas Gutes getan. Statt schlechtem Gewissen gibt es Genuss in hyperlokaler Wildtierqualität mit saisonalen Zutaten. Holycrab! geht es aber nicht nur um die imposanten Krustentiere, sie wollen generell Gastrokonzepte und Produkte entwickeln und etablieren, die solche invasiven Arten kulinarisch verarbeiten.



INTELLIGENTE KLEIDUNG FÜR MEHR PRIVATSPHÄRE

## IP/privacy

»Die Auszeichnung verdeutlicht nicht nur die gesellschaftliche Nachfrage an persönlichem Freiraum, sondern rückt die Idee des Schutzes der eigenen Identität weiter in den kulturellen Diskurs.«

**ORT** Leipzig, Sachsen  
**TEAM** Nicole Scheller  
[www.nicole-scheller.com](http://www.nicole-scheller.com)

Nicole Scheller sieht sich mit ihrer IP/privacy-Modenkollektion als Aktivistin für Privatsphäre. Ihre Kleidungsstücke haben einen ganz besonderen Zweck: Das Abschirmen gegen Überwachungskameras und biometrische Erkennung und somit den Schutz der eigenen Daten. Denn sie hat festgestellt, dass es immer mehr Überwachungskameras im öffentlichen Raum gibt. Auch wenn ihre Entwürfe modern und futuristisch aussehen, sollen sie nicht den Körper in den Fokus rücken, sondern für einen achtsamen Umgang mit den eigenen Daten in Zeiten von Big Data sensibilisieren.

Produkte wie eine Jacke mit integrierten Infrarot-LEDs und reflektierender Spezialfolie schützen gegen Nachtsichtkameras und biometrische Gesichtserkennung. Großformatige Schwarz-Weiß-Muster überlasten Erkennungsmechanismen und ausladende Schnitte lassen nicht erkennen, welches Geschlecht die Träger\*innen haben. Durch die intelligente Kleidung wird das Recht auf Anonymität gestärkt und eine Debatte über die Verwertung privater Daten geführt.



Holycrab!

IP/privacy







HANDGEFERTIGTE MESSER AUS HOLZ

## LIGNUM // SKID

»Wir wollen mit anderen kreativen Köpfen die Welt auf schöne Art und Weise ein bisschen besser machen.«

**ORT** Magdeburg, Sachsen-Anhalt  
**TEAM** Sven Regener, Alexandra Seidel  
[www.lignum.io](http://www.lignum.io)

Ökologisch nachhaltige Produkte – darauf hat sich das kreative Team von LIGNUM spezialisiert. Als interdisziplinäre Gruppe aus Designern, Ingenieuren, Informatikern und Messerschmieden verbinden sie in ihren Produkten Nachhaltigkeit, Design, Qualitätshandwerk und moderne Produktionstechnologien. Sie möchten zeigen, dass nachwachsende Rohstoffe als Material nicht nur schön, sondern auch praktisch sein können. Zwei Jahre hat die Entwicklung ihres neuen Produkts benötigt. Es nennt sich // SKID und ist ein Küchenmesser. Durch die innovative Materialkombination von 97 Prozent Holz und 3 Prozent Stahl ist es nicht nur ein optischer Hingucker, sondern sorgt auch für ein neues Schneideerlebnis in der Küche. Es reinigt sich durch den hohen Gerbsäureanteil im Holz beim Schneiden selbst – außer warmes Wasser, Öl und ab und an etwas Nachschärfen, braucht es zur Pflege nicht viel und es ist ausgesprochen langlebig. So möchte LIGNUM Holz als ressourcenschonendes Material ins Bewusstsein holen.



DIE MOBILE KÜCHE

## LIVIN'ROLL

»Ich möchte ein mobiles Leben in einer flexibleren Welt. Dass wir in Bewegung bleiben und nicht aufhören, neugierig auf neue Lebensformen zu sein. Ich glaube, dass das Netzwerk der Kultur- und Kreativpiloten genau diese Zugkraft bringt, um die ersten Bühnen anzusteuern.«

**ORT** Berlin  
**TEAM** Ruben Lagies  
[www.studiorubenlagies.com](http://www.studiorubenlagies.com)

Flexibilität und Mobilität sind das A und O in der digitalisierten Welt. Diese Themen interessieren und begeistern auch den Möbeltischler und Innenarchitekten Ruben Lagies. In seinem Designstudio in Berlin arbeitet er an Ideen für neue mobile Lebensräume, die auch an Funktionalität nichts einbüßen. Seine mobile Küchenkonstruktion COOKIN'ROLL ist mit ihrer Kombination aus vollausgestatteter Küche, langer Tafel und Stühlen besonders flexibel. Sie wird auf einem einachsigen Anhänger transportiert, ist verstärkt durch eine Stahlkonstruktion und der Tisch bietet Platz für bis zu 18 Personen. Die intuitive Konstruktion ist schnell aufgebaut und spart so Zeit für das Wesentliche: das gemeinsame Kochen und Essen. Mit seinem Fachwissen aus Handwerk, Design und Ästhetik gestaltet er Produkte „Made in Brandenburg“. Damit soll auch der Austausch über neue Formen der Mobilität und Flexibilität gefördert und Räume mit Mehrwert für die Gesellschaft geschaffen werden.









TASCHEN MIT GROSSER SYMBOLKRAFT

## mimycri

»Wir wollen zu einer Welt beitragen, in der wir miteinander sprechen, voneinander lernen und Gemeinsamkeiten betonen. Die Auszeichnung hilft uns dabei, dieses Vorhaben noch besser umzusetzen.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Abid Ali, Eleonora Azzaoui, Vera Günther, Khaldoun Hosen  
[www.mimycri.de](http://www.mimycri.de)

Upcycling ist im Zuge des Nachhaltigkeitstrends in aller Munde. Ressourcen werden wiederverwertet und einem neuen Nutzen zugeführt. Klingt nicht nur gut, sondern kann auch gut aussehen. Das beweist das interdisziplinäre Team von mimycri aus Berlin mit ihren Taschen und Rucksäcken aus alten Schlauchbooten, die zur Flucht benutzt wurden. Das Material besitzt damit nicht nur große Symbolkraft, sondern wird bewusst minimalistisch im Design gehalten und ist robust. mimycri fertigt die Produkte gemeinsam mit Geflüchteten, anderen Neuankömmlingen und Beheimateten. Jeder Artikel steht für die Geschichte der Flucht, einen Neuanfang der Geflüchteten und integriert dabei das komplexe Thema in den Alltag. Die Zusammenarbeit betont die Gemeinsamkeiten aller Beteiligten, bietet Perspektiven, steht für aktive Integration und findet lokale Lösungen für ein globales Problem. Mit ihrem holistischen Ansatz verbinden sie so gekonnt nachhaltiges Wirtschaften, Migration, gesellschaftliches Zusammenleben und Lifestyle.



MODEST FASHION FÜR SELBSTBEWUSSTE FRAUEN

## Mizaan

»Modest Fashion ist eine inklusive Bewegung, die Brücken baut und Frauen vereint – unabhängig von ihrer Herkunft, ihrer Hautfarbe oder ihrer Religion. Mit der Auszeichnung als Kreativpilotinnen möchten wir Mizaan als Vorreiterin der Modest Fashion in Deutschland etablieren.«

**ORT** Mannheim, Baden-Württemberg

**TEAM** Meriem Lebdiri, Selma Lebdiri  
[www.mizaan.de](http://www.mizaan.de)

Das Modelabel Mizaan setzt auf viel Stoff statt auf viel Haut und vereint in seinen Kleidungsstücken alle Aspekte, die unter dem Begriff Modest Fashion aktuell die Mode-Branche aufmischen. Der Trend soll alle Frauen ansprechen, die längere Kleidung schön finden. Meriem Lebdiri hat ihr Label 2012 in Mannheim gegründet, seitdem wurden 16 Kollektionen gefertigt. Ihre Vision für Mizaan: Es soll sich als Modelabel etablieren, um selbstbewussten Frauen mehr Spielräume für ihren persönlichen Ausdruck zu eröffnen. Es will zeigen, dass Modest Fashion Brücken bauen kann und die Kraft hat, Frauen mit unterschiedlichsten Backgrounds zu verbinden – fern von gedeckten Farben und formlosen Schnitten. Denn es geht bunt und stylish zu bei den Entwürfen von Meriem Lebdiri. Dass Modest Fashion nun langsam Teil des Mainstreams wird, bedeutet auch Empowerment. Und hier ist Mizaan ganz vorne dabei.





mimycri

Mizaan





ANIMATION ALS KULTURGUT ETABLIEREN

## monströös

»Wir wollen bewegte Bilder schaffen, die alle Ziel- und Altersgruppen ansprechen und es schaffen, mehr Zuschauer\*innen in Deutschland für Animation zu begeistern. Wir hoffen, durch die Auszeichnung Menschen zu inspirieren, tolle Ideen mit uns zu verwirklichen.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Ana Maria Angel, Mareike Graf, Anna Levinson, Sophia Schönborn, Xenia Smirnov, Matija Strniša, Henrike Rothe

[www.monstroos.com](http://www.monstroos.com)

monströös ist eine internationale Produktionsfirma in Berlin, die sich auf 2D-Animation spezialisiert hat. Sie verbinden analoge und digitale Techniken des Animationsfilms. Das Team aus Animationsregisseur\*innen, Sounddesigner\*innen und Komponist\*innen lernte sich an der Filmhochschule Babelsberg kennen und gründete nach Abschluss des Studiums gemeinsam das Studio. Neben eigenen Filmen produzieren sie auch Auftragsarbeiten wie Musikvideos, Kunstinstallationen oder ergänzen Dokumentar- und Spielfilme. Dabei treibt sie ein Gedanke besonders an: Sie wollen bewegte und bewegende Bilder schaffen, die über Generationen alle Menschen begeistern – und möchten so den Animationsfilm auch in Deutschland als Ausdrucksstil etablieren. Dabei setzen sie auf starke Charaktere und relevante Themen, die mit poetischen und humorvollen Animationen und einer starken grafischen Handschrift zum Leben erweckt werden.



VIRTUAL REALITY FÜR DIE PSYCHOTHERAPIE

## PsyCurio

»Piloten haben Weitblick und kommen mit Rückenwind schneller ans Ziel. Um die Therapieverfahren von morgen vielen Patient\*innen zugänglich zu machen, brauchen wir genau das. Mit der Unterstützung der Auszeichnung wollen wir das Feld der Psychotherapie nachhaltig verbessern.«

**ORT** Bielefeld, Nordrhein-Westfalen

**TEAM** Michael Gröning, Daniela Schumacher, Janne Uhlich

[www.psycurio.de](http://www.psycurio.de)

Virtual Reality ist im Bereich E-Health, also der Digitalisierung in der Medizin, ein neuer Trend. PsyCurio reiht sich genau hier mit einem innovativen Produkt ein. Das interdisziplinäre Team aus Psychologinnen, Informatikern und Programmierern hat ein VR-Behandlungsprogramm für Psychotherapeut\*innen entwickelt. Hierbei handelt es sich um eine interaktive und wissenschaftlich fundierte Software, bei der Patient\*innen mithilfe von VR-Brillen in virtuelle Situationen versetzt werden und dort neue Erfahrungen machen können. Sie stellen sich dadurch ihren Ängsten, üben Achtsamkeit oder hinterfragen eigene Gedanken. Die VR-Therapie kann individuell erfolgen und ist reproduzierbar, ortsunabhängig und kosteneffektiv. Sie ermöglicht eine schnelle und langfristige Behandlung. Das Programm schafft ein starkes Vertrauensverhältnis, entlastet zusätzlich Ärzt\*innen und stellt die mentale Gesundheit in den Mittelpunkt.





monströös



PsyCurio







SUPERFOOD AUS DEM MEER

## PureRaw

»Die Auszeichnung ist eine großartige Wertschätzung. Sie ermöglicht uns, neue Ansätze zu schaffen, in den Austausch zu gehen und unsere Idee, hochwertige und innovative Produkte im Bereich der roh-vegane Ernährung anzubieten und in die Welt hinaus zu tragen. Für mehr Wohlbefinden, ein faires und nachhaltiges Miteinander.«

**ORT** Klötze, Sachsen-Anhalt

**TEAM** Betty Braun, Sandra Gose, Kirstin Knufmann, Tina Wiesenack, Andrea Wilhelm, Sissy Winkelmann  
[www.pureraw.de](http://www.pureraw.de)

2010 hat Kirstin Knufmann PureRaw gegründet. Als Expertin für roh-vegane Ernährung sowie das große Thema Algen-Powerfood der Zukunft, ist sie europaweit als Referentin und Autorin unterwegs. Auf ihrer Online-Plattform und in lokalen Standorten bietet sie über 240 Lebensmittel an. Jedes Produkt wird persönlich getestet und geprüft. Ihre aktuelle Idee dreht sich um das Powerfood Algen. Sie sind reich an hochwertigem Eiweiß und wertvollen Nähr- und Ballaststoffen, enthalten aber kaum Fett und wenig Kalorien. Kirstin möchte mit ihrem Team Produktentwickler\*innen, Produzent\*innen, Händler\*innen, Köch\*innen und noch viele mehr zusammenbringen, um Algen als universelles Lebensmittel zu etablieren, das einfach auf den Speiseplan gebracht werden kann. Dabei stehen im Fokus: Nachhaltigkeit, Fairness, hochwertige Produkte, familienfreundliche Arbeitsbedingungen und Produkt- & Rezeptentwicklung – und der Spaß am gemeinsamen Projekt.



MIKRO-GÄRTEN FÜR MEGA-CITIES VON MORGEN

## Rankwerk

»Wir versprechen uns ein bundesweites Netzwerk an Menschen, die mit ähnlichen Idealen und Motivationen ihre Unternehmungen angehen. Wir freuen uns auf Inspiration und neue Ideen für unser Geschäftsmodell.«

**ORT** Kiel, Schleswig-Holstein

**TEAM** Dennis Lizarzaburu, Hannes Popken, Lasse Popken  
[www.rankwerk.de](http://www.rankwerk.de)

Rankwerk hat sich partizipative und nachhaltige Stadtentwicklung auf die Fahne geschrieben. Home Gardening ist das Stichwort. Das Gründer-team, bestehend aus einem Architekten und einem Nachhaltigkeitsprofi, möchte dazu motivieren, die Stadt von morgen zu gestalten – und das fängt im Kleinen, wie auf dem eigenen Balkon, an. Um grüne Oasen in die Stadt zu bringen, bietet Rankwerk die dafür passenden Produkte an: Ökologische und faire Gartenartikel mit gutem Look, biologisches Saatgut, und nachhaltig produzierte Arbeitskleidung. Zusätzlich beraten sie mit Know-how in Form von Tipps und Workshops zum Anbau von Lebensmitteln und Selbstversorgung. Neben mehr Grün im urbanen Raum gibt's so wieder mehr Kontakt zur Natur und der eigenen Nahrung. Das Gärtnern hilft, im Alltag zu entspannen und die eigene Ernte macht am Ende wirklich stolz. Eine klassische Win-Win-Situation für alle, denn Städte und Mega-Cities der Zukunft werden so lebenswerter und jeder kann sie aktiv mitgestalten.





PureRaw

Rankwerk





ABDRUCK EINER STADT

## raubdruckerin

»Eine Auszeichnung wie diese öffnet ganz sicher viele Türen. Welche das sein werden und was für neue Räume sich dahinter auftun, darauf sind wir sehr gespannt.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Johanna Bilitza, Martin Ducreau, Elisa Freudenreich, Emma-France Raff, Orpheas Tziagidis  
[www.raubdruckerin.de](http://www.raubdruckerin.de)

Die Stadt ist ein Spielplatz – und bei der raubdruckerin wird sie sogar zur Druckvorlage. Das Urban Art Projekt findet seine Motive überall in der Stadt: Vom Gullideckel über Straßenzeichen bis hin zu Kacheln und Kopfsteinpflaster ist alles dabei, was einen interessanten Abdruck geben könnte. Gedruckt wird vor Ort auf der Straße. Die Struktur des gefundenen Motivs wird mit einer Farbrolle bestrichen und das entsprechende Textil direkt draufgelegt. So landet der Abdruck auf T-Shirts, Beuteln oder Hoodies. Wasserbasiert und umweltfreundlich ist die Farbe auch. Das experimentelle Kunstprojekt nahm 2006 in Berlin seinen Anfang. Mittlerweile finden die Street Print Aktionen in Amsterdam, Brüssel, Paris und vielen anderen europäischen Städten statt und zeigt neue Wege des kreativen Stadtmarketings auf. Die besondere Perspektive auf die Stadt inspiriert inzwischen auch Nachahmer\*innen. Wer es selbst mal probieren will, kann einen Workshop der raubdruckerin besuchen. Was bleibt, ist ein einzigartiges Stück tragbarer Stadtgeschichte, denn Farbe, Ausschnitt und Intensität machen es zum Unikat.



INNOVATIVE RUCKSACK-MANUFAKTUR

## Red Rebane

»Meine Vision ist, ein Unternehmen zu schaffen, von dem mindestens wir fünf zufrieden leben können. Die Auszeichnung hilft dabei, unsere Leistung sichtbar zu machen und den Menschen zu vermitteln, weshalb unsere Produkte ihr Geld wert sind und wer dahintersteht.«

**ORT** Schwerin, Mecklenburg-Vorpommern

**TEAM** Christian Karius  
[www.red-rebane.de](http://www.red-rebane.de)

Die Vision vom Schweriner Start-up Red Rebane beginnt beim Produkt: Rucksäcke. Klingt wenig spektakulär, aber wie so oft kommt es auf die Details und die Geschichte dahinter an. Bei einer Radtour durch die Alpen war der Gepäcktransport extrem mühsam und Christian suchte nach einer Transportlösung, die sich sowohl für den Rücken als auch für das Rad eignet – und so entstand die Idee für den Purist Pro. Ein Rucksack, der sich in wenigen Handgriffen zu einer Fahrradtasche umbauen lässt. Im Vordergrund steht die Funktionalität, der sich das Design fügen muss. Red Rebane legt Wert auf Nachhaltigkeit und Regionalität. Alle Produkte sind „Handmade in Schwerin“ und Langlebigkeit und Qualität haben oberste Priorität. Es werden ausschließlich zertifizierte Materialien verwendet, die zu 85% aus Deutschland stammen. Es kommt aber noch besser: Auch individuelle Wünsche setzt die Manufaktur um. Dazu bietet das Team Workshops an, um eigene Taschen- und Rucksackideen zu nähen.





raubdruckerin

Red Rebane







PROJEKTE IN DIE TAT UMSETZEN

## Tatcraft

»Wir versprechen uns Aufmerksamkeit, um Innovation zu fördern und unseren Members und Start-ups noch besser helfen zu können. Tatcraft soll die Nr. 1 Adresse für Innovation, Prototypenbau und Maker\*innenspirit werden.«

**ORT** Frankfurt am Main, Hessen

**TEAM** Sinan Bilen, Tim Fleischer, Fabian Winopal  
[www.tatcraft.com](http://www.tatcraft.com)

Viele innovative Projekte scheitern, weil das richtige Umfeld zur Umsetzung fehlt. Das New Work Unternehmen Tatcraft aus Frankfurt am Main bietet jetzt eine Lösung: Eine Hightech-Werkstatt. Über die verschiedensten Gewerke hinweg können in einer 1.800 qm großen, voll ausgestatteten Werkhalle die unterschiedlichsten Ideen praktisch umgesetzt werden. Infrastruktur und Produktionskapazitäten werden geteilt: Es gibt klassische Maschinen für die Verarbeitung von Holz, Metall, Textilien und anderen Werkstoffen. Genauso stehen neue Hightech Produktions- oder Prototypingverfahren bereit. Was gebraucht wird, ist da. Kürzlich hat auch die angeschlossene Kantine eröffnet. Dort können nun Projekte und Start-ups aus den Bereichen Food und Event ihre Ideen umsetzen. Inspiration und Know-how bietet zudem der Austausch innerhalb der stetig wachsenden Community aus Maker\*innen und Kreativen. Tatcraft ist der größte Makerspace im Rhein-Main-Gebiet. Hier bleibt es nicht bei der Idee, hier wird sie umgesetzt.



ECHTES BIOLEDER UND ECHE HANDARBEIT

## THANN BIOLEDER

»Wir möchten die Lederbranche ein Stück nachhaltiger machen und zeigen, dass hier Ökologie und Ökonomie kein Widerspruch sein müssen. Die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpiloten bestärkt uns darin, dass wir auf dem richtigen Weg sind!«

**ORT** Regensburg, Bayern

**TEAM** Christoph Mandl, Jonas Mumm  
[www.thannleder.de](http://www.thannleder.de)

Bei THANN gibt es handgefertigte Geldbeutel und Gürtel aus Bioleder. Während biologische Tierhaltung beim Thema Ernährung schon im Bewusstsein der Konsument\*innen eine Rolle spielt, gibt es in der Lederbranche noch kein Zertifikat für echtes Bioleder. Aus einem eigenen Verantwortungsbewusstsein heraus, haben die beiden Gründer für ihr Start-up eine konsequente Produktionskette aufgebaut: Statt Massentierhaltung unterstützt THANN Betriebe, die ihre Tiere artgerecht auf der Weide halten. Gekauft werden die Rinderhäute deshalb direkt von kleinen deutschen Biohöfen, die bis zur Schlachtung einen respektvollen Umgang mit den Tieren pflegen. Die Häute werden pflanzlich gegerbt und jedes Produkt wird vom ersten bis zum letzten Schritt in ihrer Werkstatt in Regensburg gefertigt. Produziert wird von Hand und in kleinen Stückzahlen. THANN steht für geradlinige, funktionale Produkte und wie sie selbst sagen: Kein Schnickschnack, sondern hochwertige Materialien und handwerkliche Verarbeitung.





Tatcraft

THANN BIOLEDER





SO FÜHLT SICH EINE DEPRESSION AN

## THE SHITSHOW

»Warum wird über psychische Erkrankungen immer noch nicht so selbstverständlich gesprochen wie über eine Weisheitszahn-OP? Unserer Meinung nach muss und kann sich das ändern. Mit klugen Kommunikationsformaten, die kulturelle Transformation anstoßen – und die wir als Kultur- und Kreativpiloten entwickeln werden.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Johanna Dreyer, Nele Groeger, Luisa Weyrich  
[www.shitshow.de](http://www.shitshow.de)

Drei Absolventinnen der Universität der Künste möchten mit dem psychoedukativen Ausstellungsformat THE SHITSHOW vermitteln, wie sich Angststörungen und Depression anfühlen. Das Herzstück dabei sind die MOODSUIITS: Objekte, die ausgewählte psychosomatische Symptome von Depressionen und Angststörungen auf körperlicher Ebene erlebbar und nachvollziehbar machen. Ein wichtiges Ziel, denn die Zahl an Depressionen und Angststörungen Erkrankter in Deutschland nimmt besonders unter jungen Menschen zu. Ein emphatisches soziales Umfeld sind für Früherkennung und Prävention dieser Erkrankungen besonders wichtig. Dem Team geht es darum, neben Wissen über die Erkrankungen auch eine Erfahrung zur ermöglichen, welche die Empathie für Betroffene und deren Fähigkeit stärkt, Krisen zu bewältigen. Die MOODSUIITS werden bereits von Psychotherapeut\*innen und Beratungsstellen genutzt. Das Projekt soll nun durch Workshops und Key-Notes ausgebaut werden.



DIE BESTE UNIVERSITÄT DES LEBENS

## Travel Echo

»Die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilot bedeutet völlig neue Möglichkeiten und Kontakte, um meine Projekte erfolgreich zu realisieren. Ich freue mich darauf, mit einem Team von enthusiastischen Menschen die Welt zu einem besseren Ort zu machen.«

**ORT** Theilheim, Bayern

**TEAM** Nick Martin  
[www.travel-echo.com](http://www.travel-echo.com)

Eigentlich wollte Nick Martin von Travel Echo 2010 nur ein Jahr um die Welt reisen. Es sind sechs Jahre geworden. In seinen vorherigen Job ist er nicht mehr zurückgekehrt. Vielmehr hat er seine Leidenschaft zum Beruf gemacht: Nun teilt er seine Erfahrungen mit anderen und ermuntert sie, Neues zu wagen. Denn eine Weltreise bleibt für viele Menschen oft nur die große Sehnsucht. Um anderen Mut zu machen, den eigenen Weg zu gehen, tourt Nick Martin mit seiner Show „6 Jahre Weltreisen – die geilste Lücke im Lebenslauf“. Im Gepäck hat er die verrücktesten und emotionalsten Momente seiner Reisen. Zu Travel Echo gehört zudem ein Podcast. Hier gibt es nicht nur Reisestories, sondern auch konkrete Tipps, was es zu beachten gibt, wenn man länger unterwegs ist. Die neugegründete Travel University professionalisiert den Support noch. Von der Vorbereitung über Finanztipps bis hin zum digitalen Nomad\*innenleben gibt Nick alle Infos an die Hand, die es für die Planung der eigenen Welt- oder Langzeitreise braucht.





THE SHITSHOW

Travel Echo





DAS KOCHENDE KLASSENZIMMER

## überkochen e.V.

»Let's cook! Die Auszeichnung bestätigt unsere Arbeit in Schulen und zeigt: Kochen hat eine Zukunft. Wir freuen uns auf tolle Gespräche und die Möglichkeit, weiter an kreativen Formen des gesellschaftlichen Zusammenlebens zu arbeiten.«

**ORT** München, Bayern

**TEAM** Constanze Buckenlei, Marco Kellhammer  
[www.ueberkochen.org](http://www.ueberkochen.org)

Kochen kann jede\*r lernen – und es steht dank überkochen jetzt auch auf dem Stundenplan. Die Gründer\*innen kommen aus dem Design, der Kulturbranche, der Forschung und dem Lehrberuf und sie kochen gerne. Aber warum haben sie einen Kochwagen für Grund- und weiterführende Schulen entwickelt? Die Antwort leuchtet ein: Kochen ist Mathematik, Physik, Biologie, Geschichte, Sprachen lernen und so viel mehr. Das gemeinsame Kochen gibt Lehrkräften die Chance, Lerninhalte aus unterschiedlichen Fächern alltagsnah und aktiv zu vermitteln. Dabei helfen auch die ergänzenden Lernmaterialien, die das Team von überkochen zusammengestellt hat. So werden die Klassengemeinschaft und soziale Kompetenzen gestärkt und spielerisch lernen die Schüler\*innen zusätzlich etwas über die Themen Gesundheit, Nachhaltigkeit, Kultur oder Hygiene. Als i-Tüpfelchen überzeugt der überkochen-Wagen mit einer durchdachten, funktionalen und schönen Gestaltung – so machen Kochen und Lernen Spaß.



EDELWERKSTOFFE AUS URBANEN ÜBERRESTEN

## Urban Terrazzo

»Als Designerinnen ist es uns ein Anliegen, urbanen Abfall zu neuem Leben zu verhelfen. In einem Netzwerk aus Produzent\*innen, Technolog\*innen und der Kreativszene möchten wir einen wegweisenden Materialkreislauf etablieren. Dabei kann uns die Auszeichnung weitere wichtige Türen öffnen.«

**ORT** Berlin

**TEAM** Luisa Rubisch, Rasa Weber  
[www.urbanterrazzo.com](http://www.urbanterrazzo.com)

Städte verändern stetig ihr Bild: Altes wird abgerissen und Neues entsteht. Aber was passiert mit den Überresten der alten Gebäude? Das Projekt Urban Terrazzo vom Berliner Design- und Architekturkollektiv They Feed off Buildings beantwortet diese Frage und hat aus dem Wegwerf-Problem eine Produktinnovation entwickelt. Sie erwecken den urbanen Abfall zu neuem Leben. Normalerweise landet er auf der Müllhalde. Bei Urban Terrazzo hingegen werden Teile von altem Beton, Ziegeln und anderen Baustoffen mittels ultrahochfesten Betons zu einem stabilen und veredelten Werkstoff zusammengefügt – der nun neu eingesetzt und verbaut werden kann. Mit ihrer Designidee haben sie bereits Preise gewonnen und helfen, Städte nachhaltiger und schöner zu gestalten. Dabei werden keine Rohstoffe vergeudet und jedes entstandene Stück ist ein Unikat, das den einzigartigen ästhetischen Charakter der ursprünglichen Architektur erhält.





überkochen e.V.

Urban Terrazzo





MOBILE TRINKWASSERGEWINNUNG

## Waver

»Die Auszeichnung gibt uns die Chance, endlich die öffentliche Wahrnehmung zu bekommen, die es braucht, um auf eine globale Trinkwasserknappheit und deren Überwindungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen.«

**ORT** Magdeburg, Sachsen-Anhalt

**TEAM** Martin Deutscher, Martin Drewes, Martina Findling  
[www.inflotec.com](http://www.inflotec.com)

Waver ist eine mobile Anlage, um aus verschmutztem Wasser sauberes Trinkwasser zu produzieren. Das interdisziplinäre Team aus einem Industriedesigner, einem Bauingenieur und einer Betriebswirtin will die stromunabhängige Wasserreinigungsanlage in Gebiete mit unzureichender Wasserversorgung bringen – und so gegen die weltweite Trinkwasserknappheit vorgehen. Die Anlage wird rein mechanisch – ohne Strom – betrieben. Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten zur Energiegewinnung: Sonne, Wind und Wasser. Beim Einsatz auf einem Fluss, wird Energie mit Hilfe eines Wasserrads gewonnen. Das Wasser wird durch mehrere Filter gepumpt und von Schmutz, wie Pestiziden und Krankheitserregern, gereinigt. Das Wasser wird mit Mineralien angereichert und in einer Abfüllanlage zur Verfügung gestellt. Waver ist schnell aufgebaut und kann in Katastrophenfällen sofort zum Einsatz kommen. Zusätzlich eignet sich die Anlage für entlegene Regionen, kleine Siedlungen oder die Feldbewässerung.



KOLLABORATIVES ARBEITEN MIT DESIGNFOKUS

## weserholz

»Gesellschaftliche Herausforderungen verwandeln wir in Chancen. Unser Potenzial: Kreativität, Pionier\*innengeist und die absolute Entschlossenheit etwas zu verändern. Die Auszeichnung unterstreicht die Relevanz unseres Tuns und bestärkt uns darin, (politischen) Herausforderungen die Stirn zu bieten.«

**ORT** Bremen

**TEAM** Paula Eickmann, Tanja Engel, Pape Samba Ndiaye, Anselm Stählin  
[www.weserholz.de](http://www.weserholz.de)

weserholz ist eine Designwerkstatt und begreift sich darüber hinaus als Experimentier- und Denkraum für neue Lebensentwürfe und berufliche Perspektiven. Das 15-köpfige Team aus Afghanistan, Deutschland, Gambia, Guinea, Iran, Mazedonien, Senegal und Syrien arbeitet seit Herbst 2017 in Bremen zusammen. Sie verstehen ihr Unternehmen als Schnittstelle zwischen Design, Handwerk, Kultur und Sozialem. Die jungen Erwachsenen nutzen dabei bewusst Handwerksmethoden aus ihren Heimatländern. Damit sich jede\*r aus dem Team einbringen kann, werden notwendige Bedingungen geschaffen: tägliches Sprach- und Mathematiktraining unterstützt nicht nur bei der Zusammenarbeit, sondern auch dabei, die berufliche Perspektive zu verbessern. weserholz ebnet so den Weg in eine Ausbildung für Menschen ohne sichere Bleibeperspektive. Mit Empowerment und Kreativität bietet weserholz zum politischen Diskurs um Geflüchtete und Arbeitsmodelle der Zukunft ein lösungsorientiertes Beispiel, das lange Zeit nachwirkt.





Waver

weserholz





# KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2018



KULTUR- UND  
KREATIVPILOTEN  
DEUTSCHLAND

**u-institut**

für unternehmerisches  
Denken und Handeln



[www.kulturundkreativpiloten.de](http://www.kulturundkreativpiloten.de)








# KULTUR- UND KREATIVPILOTEN DEUTSCHLAND



# KULTUR- UND KREATIVPILOTEN DEUTSCHLAND

- Staufhaus AG
- Green - A Modular Kitchen
- Wunderlich
- LINDBLAD
- HEYKO
- GLAM Systems and Art
- Compassella
- THE SWEDISH
- PREVOLD
- Whyday
- Publiki - Creative Agency
- u-institut
- Golden & Woods Manufacturer
- Die Stanglitz
- in Stanglitz
- Handmade
- China Schmiedeleute
- Goldes & Woods Manufacturer
- Travel Cafe
- Beilby
- LEONOR - FINE
- Charmant
- Blumen
- THANK YOU LETTER
- IN MY HAND I WILL PUSH IT OPEN
- 8964 SILEW
- Parfums
- Blumen
- Blumen

 u-institut  
Umwelt, Arbeit & Lebensqualität  
An Bundesregierung







# Die Jury

»» Die Jury-Sitzungen sind ein echtes Highlight im Jahr. Selten trifft man geballt auf so viele Menschen, die für ihre Idee glühen. Beeindruckend!«

ALEXANDER LANGER  
BUSINESS PUNK

Die Auswahlgespräche sind neben der Bekanntgabe der neuen **Kultur- und Kreativpiloten** ein besonderer Höhepunkt des Jahres. Eine handverlesene Runde von Expert\*innen hat die Möglichkeit deutschlandweit die knapp hundert interessantesten und innovativsten Unternehmer\*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft kennenzulernen. Die Auswahl folgt keinen festgelegten Kriterien. Es gibt keine Prüfung. Vielmehr geht es bei den Gesprächen um den Austausch auf Augenhöhe und das gemeinsame Kennenlernen. Damit ist das Auswahlverfahren einzigartig. Auf den folgenden Seiten stellen wir alle Juror\*innen vor und geben in einer Reportage einen Einblick in unsere Auswahlgespräche.



**Alexander Langer**  
Business Punk



**Daniel Goll**  
Das Gute Ding



**Jasmin Srouji**  
Tinkertank



**Robert Rebele**  
Galerie Rebele



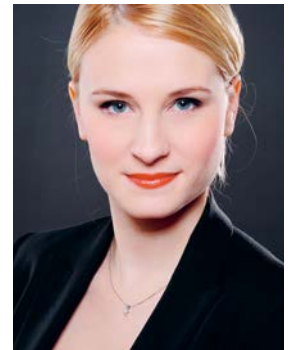
**Ester Petri**  
MFG Medien- und Filmgesellschaft  
Baden-Württemberg mbH



**Florian Berger**  
Donkey Products GmbH  
& Co. KG



**Sebastian Thies**  
Nat-2 | K&T GmbH



**Lidia Schawich**  
Underdocks

»Die Jurysitzungen sind ein echtes Highlight im Jahr. Selten trifft man geballt auf so viele Menschen, die für ihre Idee glühen. Beeindruckend!«

**ALEXANDER LANGER**  
Business Punk

»Es ist eine Ehre und eine Bereicherung, sich als Jurorin mit diesen spannenden und innovativen Kultur- und Kreativschaffenden unterhalten zu dürfen. Danke für einen inspirierenden Tag! Ich wünsche den Kultur- und Kreativpiloten 2018 und allen Bewerber\*innen, dass sie weiter mit ihrem Herzblut und kreativen Geist ihre Projekte voranbringen.«

**ESTER PETRI**  
MFG Medien- und Filmgesellschaft  
Baden-Württemberg mbH

»Innovation entsteht aus Kreativität. Die Kultur- und Kreativpiloten haben starke Ideen für eine innovative Zukunft präsentiert und setzen damit Maßstäbe.«

**JASMIN SROUJI**  
Tinkertank

»Der Auswahlprozess war eine bereichernde und inspirierende Erfahrung für mich. Die Bewerber\*innen sprühten voller Innovation, Kreativität, Diversität, Unternehmer\*innengeist und Weltverbesserungsideen - was für eine positive Energie. Ich habe so Vieles von ihnen, aber auch von den anderen Jury-Mitgliedern gelernt und denke, dass auch die Bewerber\*innen eine ganze Menge für sich mitnehmen konnten.«

**LIDIA SCHAWICH**  
Underdocks

»Der mögliche Schritt in ein neues Leben! Die Tatsache, Teil dieses Netzwerks zu werden, kann (selbst-)bewusstseinsweiternd sein und die berufliche, aber auch persönliche Entwicklung enorm prägen. Auch diejenigen, die noch nicht ganz wissen, was auf sie zukommt, kann man nur beglückwünschen. Nutzt diese einmalige Chance!«

**SEBASTIAN THIES**  
Nat-2 | K&T GmbH

»An nur einem Tag so viele Menschen zu sehen, die sich mit Hingabe ihren guten Gründungsideen widmen, lässt mich zuversichtlich in die Zukunft blicken.«

**DANIEL GOLL**  
Das Gute Ding





**Susanne Stephani**  
Studienstiftung des deutschen Volkes e.V.



**Felicia Mutterer**  
Tchakabum/Straight



**Norbert Krause**  
Krauses



**Christoph Backes**  
u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln



**Katrin Budde**  
Mitglied des Deutschen Bundestages



**Maïke Schiller**  
Hamburger Abendblatt



**Arne Oltmann**  
Seedfeed



**Dr. Nicolai Erbs**  
Kitext GmbH

»Ich war nach meinem Tag als Jurymitglied voll mit guten Gefühlen: Tolle Unternehmensideen, spannende Macher\*innen, inspirierender Austausch. Das smarte Verfahren lässt Gedanken- und Wissenstransfer zwischen potentiellen Preisträger\*innen und der Jury zu. Beide Seiten können sich schon im Moment des Kennenlernens bereichern. Das finde ich super.«

**FELICIA MUTTERER**  
Tchakabum/Straight

»Es ist fantastisch, wie viel Begeisterung die Teams bei den Gesprächen zeigen. Am liebsten wäre ich aufgestanden und hätte mitgemacht!«

**DR. NICOLAI ERBS**  
Kitext GmbH

»Ideenreichtum, Unternehmer\*innengeist und Mut zeichnen die Bewerber\*innen um die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpiloten aus. Sie haben den Anspruch, ihr Projekt, ihre Branche und unsere Gesellschaft weiterzuentwickeln. Es ist eine große Freude, sie kennenzulernen, sich mit ihnen über ihre Projekte auszutauschen und über Jahre hinweg im Netzwerk des Kompetenzzentrums zu begleiten. Die Tätigkeit der Jury bietet somit nicht nur eine spannende Momentaufnahme der Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern ermöglicht auch nachhaltige Förderung.«

**SUSANNE STEPHANI**  
Studienstiftung des deutschen Volkes e.V.

»An den Auswahlgesprächen gefällt mir besonders, dass sie sich nicht nach eben solchen anfühlen. Es liegt kein bleiernes Gegeneinander in der Luft. Vielmehr schwirrt der allen Aspiranten gemeinsame Tatendrang durch den Raum und lässt einen am Abend nicht erschöpft, sondern beschwingt zum Zug gen Heimat laufen.«

**NORBERT KRAUSE**  
Krauses

»Beeindruckend, welche Vielfalt an Ideen im Auswahlprozess der Kultur- und Kreativpiloten vorgetragen wurden. Der Tag war für mich eine Bereicherung und hat den Blick geweitet.«

**KATRIN BUDE**  
Mitglied des Deutschen Bundestages



**Frank Zumbruch**  
Startup Mannheim



**Tidi von Tiedemann**  
Kontrastfilm



**Franka Futterlieb**  
calliope



**Moritz Döbler**  
Weser Kurier



**Michael Seifert**  
Meditricks



**Sylvia Hustedt**  
u-institut für unternehmerisches  
Denken und Handeln



**Nadine Gehm**  
Film- und Medienforum  
Rheinland-Pfalz



**Inci Strauss**  
Bayerisches Zentrum  
für Kultur- und  
Kreativwirtschaft

»Die Teilnahme als Juror an den Auswahlgesprächen der Kultur- und Kreativpiloten ist immer wieder eine inspirierende Erfahrung: Zum einen natürlich durch die Präsentationen der Kandidat\*innen, zum anderen durch den lebendigen Austausch mit den anderen Jurymitgliedern. Die richtige Kombination aus Persönlichkeit, innovativen Ideen, ambitioniertem Gründer\*innengeist und dem glaubhaften Wunsch nach einem gewinnbringenden Austausch mit dem stetig wachsenden Pilotennetzwerk machen am Ende die einstimmige Entscheidung der Jury aus. Auch in diesem Jahr ist es wieder gelungen, mit den 32 ausgewählten Titelträger\*innen einen repräsentativen Querschnitt der kreativen

Gründer\*innenszene in Deutschland abzubilden.«

**FRANK ZUMBRUCH**  
Startup Mannheim

»Mit viel Engagement, Liebe und einer sehr großen Portion Kreativität haben uns die Kreativpiloten Projekte präsentiert, die bewegen, Emotionen hervorrufen und inspirieren. Ich bin immer wieder begeistert, was für Persönlichkeiten hinter den Projekten stehen und was Menschen für Ideen entwickeln, um unser Leben noch schöner, spannender und kreativer zu machen! Vielen Dank für diese tolle Erfahrung und macht weiter so!«

**TIDI VON TIEDEMANN**  
Kontrastfilm

»Die Vielfalt der Persönlichkeiten hinter den Ideen und Startups hat mich besonders fasziniert. «

**MICHAEL SEIFERT**  
Meditricks

»Das Besondere an dem Auswahlprozess sind nicht nur die außergewöhnlichen Ideen und die leidenschaftlichen Präsentationen der Teilnehmer\*innen, sondern auch die Denkanstöße und Inspirationen für die Jury! Kleine Ideen können die Welt verändern und oft gleichzeitig auch etwas schöner machen. Vielen Dank dafür!«

**NADINE GEHM**  
Film- und Medienforum  
Rheinland-Pfalz





**Michael Kilpper**  
Bundesministerium  
für Wirtschaft und  
Energie | Referat  
Kultur- und  
Kreativwirtschaft



**Anne Bleimeister**  
Niedersächsisches Ministerium für  
Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und  
Digitalisierung



**Dr. Philip Eigen**  
CGR B-E GmbH



**Mona Guichard**  
Französische Botschaft in Berlin



**Uke Bosse**  
Mediadesign Hochschule Berlin



**Michael Bleks**  
u-institut für unternehmerisches  
Denken und Handeln



**Oliver Saiz**  
hoch E – Designing  
Emotional Identity



**Julia Köhn**  
Kompetenzzentrum  
Kultur- und  
Kreativwirtschaft  
des Bundes

»Die Vielfalt der Ideen und das zumeist auf nachhaltige Wirkung zielende Engagement der Bewerber\*innen sind bei den Jurysitzungen zur Auswahl der neuen Kultur- und Kreativpiloten immer wieder überraschend und beeindruckend. Für die anschließenden Diskussionen der Juror\*innen, die oft unter Mühen und stets engagiert die schwierige aber schöne Aufgabe haben, die unterschiedlichen Wahrnehmungen und Perspektiven zu einer Auswahl zu verdichten, gilt dies ebenso. Für mich gehören diese Zusammenkünfte zu den beruflichen Höhepunkten des Jahres.«

**MICHAEL BLEKS**  
u-institut für unternehmerisches  
Denken und Handeln

»In diesem Jahr war ich erstmalig in der Jury für die Kultur- und Kreativpiloten dabei und war daher sehr gespannt, was mich erwartet. Die wunderbaren, einzigartigen Ideen sowie die kreativen Köpfe dahinter kennenzulernen und sich mit ihnen in dieser besonderen Atmosphäre während der Jurysitzungen auszutauschen, hat mich wahnsinnig begeistert. Es war unheimlich spannend und hat mir viel Freude bereitet, welche Begeisterung, Offenheit, Genialität, Kreativität, Überzeugungskraft sowie „Querdenker\*innentum“ die Kandidat\*innen versprühen. Herzlichen Glückwunsch an alle Ausgezeichneten!«

**ANNE BLEIMEISTER**  
Niedersächsisches Ministerium für  
Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und  
Digitalisierung

»Jurymitglied sein ist Freude, Herausforderung und Ehre zugleich. Die Gespräche sind wirklich auf Augenhöhe und ich glaube, dass die Gespräche auch deswegen so faszinierend sind, weil sie alle gleichermaßen inspiriert, egal ob Bewerber\*innen, zukünftigen Kreativpiloten oder Jurymitglieder. Win-Win für alle Beteiligten!«

**MICHAEL KILPPER**  
Bundesministerium für Wirtschaft und  
Energie | Referat Kultur- und Kreativ-  
wirtschaft

»Es war sehr gut. Könnte man eigentlich ruhig öfter machen.«

**UKE BOSSE**  
Mediadesign Hochschule Berlin



**Julian Hölger**  
Timeleap VR



**Susan Barth**  
Erinnerungsguerilla



**Prof. Dr. Gesa Birnkraut**  
BIRNKRAUT | PARTNER



**Torsten Meyer-Bogya**  
meyerbogya |  
gestaltung



**Prof. Pelin Celik**  
Hochschule für Technik und  
Wirtschaft Berlin | Fachbereich  
Gestaltung und Kultur | Industrial  
Design



**Daniela Berglehn**  
Innogy



**Rüdiger Kruse**  
Mitglied des Deutschen  
Bundestages



**Angelika Neubauer**  
Ministerium für Wirt-  
schaft, Wissenschaft  
und Digitalisierung des  
Landes Sachsen-Anhalt

»Einzigartige Persönlichkeiten mit einzigartigen Ideen! Es war ein unglaublicher Jury-Tag: Liebe Kreativpiloten, der Funke ihrer leidenschaftlichen Ideen ist bei uns übergesprungen, legen Sie los, halten Sie das Feuer am Brennen!«

**PROF. PELIN CELIK**

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin | Fachbereich Gestaltung und Kultur | Industrial Design

»Das hat Spaß gemacht! Die ganzen neuen Ideen, die guten An- und Vorsätze, die zukunftssträchtigen Diskussionen mit den Akteur\*innen und den Ko-Jurymitgliedern! Ein rundum gelungener Tag!«

**PROF. DR. GESA BIRNKRAUT**  
BIRNKRAUT | PARTNER

»Was für wunderbare Menschen und welch großes Potenzial die Kultur- und Kreativwirtschaft in sich trägt! Wir sollten alle Probleme dieser Welt diesen Menschen in die Hände legen und sie einfach mal machen lassen. Unsere Zukunft wäre sichergestellt. Und sie würde dabei auch noch gut aussehen.«

**SUSAN BARTH**

Erinnerungsguerilla

»Ich war zum ersten Mal dabei und die Energie der Bewerber\*innen hat mich sehr beeindruckt. Es war toll, die Menschen und ihre Ideen live zu erleben, jenseits der oft formalisierten Antragsverfahren. Der Aufwand lohnt sich – für alle Beteiligten.«

**DANIELA BERGLEHN**  
Innogy

»Es war wahnsinnig spannend, dieses Jahr den Auswahlprozess einmal von der anderen Seite, der Jury-Seite zu erleben. Die Auszeichnung der Kultur- und Kreativpiloten hat unser Startup TimeLeapVR 2017/18 ein gutes Stück nach vorne gebracht. Vielleicht nicht in kurzfristiger finanzieller Hinsicht, aber in langfristiger Netzwerk-Hinsicht – wir haben darüber Kooperationspartner\*innen, Kund\*innen und neue Kolleg\*innen gefunden. Daher würde ich jedem Startup und jeder interessanten Idee empfehlen, sich im kommenden Jahr zu bewerben.«

**JULIAN HÖLGERT**

Timeleap VR





**Julian Schneider**  
Wilco Design UG



**Julius Bachmann**  
cdx



**Martin Horst**  
13° Crossmedia Agentur



**Julie Halten**  
Filmuniversität Babelsberg  
Konrad Wolf



**Claudia Jericho**  
Creative NRW



**Robert Mertens**  
Galerie Freitag 18.30



**Felix Nolze**  
Rotes Pferd

»Kreative sind die Seismograf\*innen und Provokateur\*innen, Vernetzer\*innen und Gestalter\*innen, die wir für Wirtschaft und Gesellschaft so dringend brauchen: Sie kreieren neue Ideen und Nischen, Märkte und Werte und stellen dabei den Menschen in den Mittelpunkt. Die Kultur- und Kreativpiloten sind die Leuchttürme der Branche, die weit über sie hinausstrahlen, in und für eine Zukunft mit Zukunft.«

**CLAUDIA JERICHO**  
Creative NRW

»Im Auswahlprozess der Kultur- und Kreativpiloten war ich besonders positiv vom hohen gesellschaftlichen Potenzial der Ideen überzeugt.«

**JULIUS BACHMANN**  
cdx

»Es ist beeindruckend, welches Potenzial unsere Branche hat. Das sieht man jedes Jahr an den Bewerber\*innen und deren Projekten. Ich bin stolz, Teil dessen sein zu dürfen.«

**MARTIN HORST**  
13° Crossmedia Agentur

»Herzlichen Glückwunsch an alle Kultur- und Kreativpiloten 2018! Es war eine große Freude mitzuerleben, wie ihr eure frischen Ideen mit Begeisterung und Mut vorgestellt habt. Behaltet den Schwung!«

**JULIE HALTEN**  
Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf

»Es ist beeindruckend, welche Brillanz in manchen Geschäftsideen steckt.«

**FELIX NOLZE**  
Rotes Pferd

»Es braucht nicht „die eine“ großartige Idee, um unternehmerisch zu starten. Du musst einfach loslegen. Bei den Kandidat\*innen in den Auswahlgesprächen für die Kultur- und Kreativpiloten kommt aber ganz oft beides zusammen. Dann entsteht dieses Funkeln in den Augen, welches so inspirierend und bereichernd zugleich ist. Und das macht Mut und Lust auf die Welt von morgen.«

**JULIAN SCHNEIDER**  
Wilco Design UG



**Bernd Weismann**  
Bundesministerium für  
Wirtschaft und Energie |  
Referatsleiter Kultur- und  
Kreativwirtschaft



**Ulrike Coqui**  
Ministerium für Wirt-  
schaft, Innovation,  
Digitalisierung und  
Energie des Landes  
Nordrhein-Westfalen |  
Referat Kreativwirtschaft



**Bärbel Stolz**  
Schauspielerin, Comedian,  
Autorin



**Prof. Dr. Ulrich Wünsch**  
SRH Hochschule der  
populären Künste



**Doreen Krätschmann**  
Ministerium für Wirtschaft,  
Arbeit und Gesundheit  
Mecklenburg-Vorpommern |  
Referat Grundsatz Wirt-  
schafts- und Strukturpolitik,  
Sektorale Wirtschaftspolitik



**Reinhard Karger**  
Deutsches Forschungszentrum  
für Künstliche Intelligenz GmbH



**Peter Gabriel**  
VDI/VDE Innovation  
+ Technik GmbH



**Dr. Michaela Voß**  
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit  
und Wohnungsbau Baden-  
Württemberg | Referat IKT und  
Kreativwirtschaft

»Die Auswahlgespräche 2018 zu den Kultur- und Kreativpiloten haben eindrücklich gezeigt, welches hohe kreatives und wirtschaftliches Potenzial die Bewerber\*innen inzwischen erlangt haben. Dabei ist mir auch wieder deutlich geworden, dass man das wahre Potenzial der kreativen Innovation erst im direkten Kontakt mit den Kreativen erfassen kann. Das besondere Jury-System ist dafür hervorragend geeignet. Umso wichtiger ist es, dass dann die ausgezeichneten Piloten und ihre spannenden Geschäftsmodelle und Ideen für gesellschaftliche Innovation auch öffentlich immer wieder vorgestellt werden. Denn nur mit erleb-  
baren Geschichten von jungen kreativen Gründer\*innen können wir die Innovations- und Verän-

derungskraft von Kreativen für die ganze Wirtschaft und Gesellschaft sowie die Politik überzeugend sichtbar machen. Daran wollen wir im BMWi auch für die Zeit des neuen Pilotenjahrgangs wieder engagiert mitarbeiten.«

**BERND WEISMANN**  
Bundesministerium für Wirtschaft und  
Energie | Referatsleiter Kultur- und  
Kreativwirtschaft

»Das war ein ganzer Tag voll frischem Wind, gewitzten Leuten und guten Ideen. Die Vielfalt der Einreichungen aber auch die Vielfalt der Meinungen und Bewertungsansätze in der Jury haben mich immer wieder erfreut. Ich bin jetzt schon gespannt auf das nächste Jahr.«

**PROF. DR. ULRICH WÜNSCH**  
SRH Hochschule der populären Künste

»Kreativität ist, glaube ich, der Rohstoff der Zukunft – und der ist unerschöpflich, wie dieser inspirierende und ermutigende Tag mir gezeigt hat, den ich bei den Kultur- und Kreativpiloten erleben durfte. Ich freue mich, dass es diese Auszeichnung gibt, die den verrückten Kreativen hilft, ihre Ideen weiterzuverfolgen und umzusetzen.«

**BÄRBEL STOLZ**  
Schauspielerin, Comedian, Autorin

»Exquisit genutzte Zeit für frische Ideen. Intensive Gespräche ohne die klassische Jurysituation, exzellent moderiert und für alle Beteiligten eine Bereicherung!«

**REINHARD KARGER**  
Deutsches Forschungszentrum für  
Künstliche Intelligenz GmbH





**Lars Kaempf**  
vomHörsen



**Jutta Heim-Wenzler**  
Tempelhof Projekt GmbH



**Clemens Pflanz**  
Meisterkreis



**Dieter Reinken**  
SPD-Fraktion Land  
Bremen



**Christoph Brosius**  
Circumradius



**Gerald Disen**  
Room in a Box



**Marco Rieso**  
Industrie- und Handels-  
kammer Ostwestfalen zu  
Bielefeld



**Thorsten Unger**  
Wegesrand GmbH & Co. KG

»Vielfältige Leidenschaft - die Bewerber\*innen der Kultur- und Kreativpiloten haben einen besonderen Geist versprüht. Einen Unternehmer\*innengeist verbunden mit viel Zuversicht für die Gestaltung der Zukunft. Herzlichen Glückwunsch an die Gewinner\*innen, guten Flug und auch an alle anderen die Bitte: weitermachen.«

**CLEMENS PFLANZ**  
Meisterkreis

»Die diesjährigen Titelträger\*innen wissen es vielleicht noch nicht bei der Bewerbung, aber als Kultur- und Kreativpiloten werden sie Teil eines der spannendsten Kreativnetzwerke in Deutschland.«

**CHRISTOPH BROSIUS**  
Circumradius

»Es macht Mut und ist immer wieder beeindruckend, an einem Tag so viele Menschen kennenzulernen, die einen positiven Beitrag leisten wollen. Gerade dieses Jahr waren die Bewerber\*innen so stark, dass es schwieriger war denn je, die sehr Guten von den Besten zu unterscheiden.«

**GERALD DISSEN**  
ROOM IN A BOX

»Es war eine sehr schöne Erfahrung, einen Tag raus aus dem Terminkorsett zu kommen und ihn mit jungen Kreativen und ihren sehr verschiedenen Ideen zu verbringen.«

**JUTTA HEIM-WENZLER**  
Tempelhof Projekt GmbH

»Mir hat sich auch aus Juryperspektive nochmal gezeigt, wie wertvoll bereits diese Gespräche für die Teilnehmer\*innen sind. Innerhalb von wenigen Stunden so viel Input von unterschiedlichsten Expert\*innen für Politik, Unternehmer\*innentum und Kreativwirtschaft zu bekommen, gibt wichtige Impulse und Ideen für den weiteren Weg, egal ob es für die Kreativpilotenrunde gereicht hat oder nicht. Und auch als Jurymitglied nimmt man unglaublich viel mit. Es war ein bereichernder Tag im Betahaus in Hamburg.«

**LARS KAEMPF**  
vomHörsen



**Daniel Deboy**  
Delta Sound Works



**Jana Erbes**  
LOCKSMITH-MEDIA



**Jörg Sabrowski**  
Ministerium für  
Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und  
Weinbau Rhein-  
land-Pfalz | Referat  
Kreativwirtschaft



**Simone Barrientos**  
Mitglied des Deutschen  
Bundestages



**Jan Strecker**  
PHINEO gAG



**Kai Metzner**  
AMD Akademie  
Mode & Design  
GmbH



**Kai Hennes**  
u-institut für unter-  
nehmerisches Denken  
und Handeln



**Friederike Busch**  
Bundesministerium für  
Wirtschaft und Energie |  
Referat Kultur- und  
Kreativwirtschaft

»Es ist erstaunlich, wie viele tolle Menschen mit unfassbar kreativen Ideen unterwegs sind. Am liebsten würde man alle fördern und ins Rampenlicht stellen. Den Gewinner\*innen diesen Jahres wird eine einmalige Chance geboten, ihr Können unter Beweis zu stellen und ich wünsche ihnen dabei alles erdenklich Gute! Auf dass sie die Welt so inspirieren, wie sie uns inspiriert haben!«

**JANA ERBES**  
LOCKSMITH-MEDIA

»Überraschend progressive Ideen. Innovationen für eine bessere Welt, das sind Kultur- und Kreativpilote. Meine Lieblingsprojekte: nachhaltig, kritisch, feministisch.«

**SIMONE BARRIENTOS**  
Mitglied des Deutschen Bundestages

»Bei den Auswahlgesprächen herrscht immer eine entspannte Atmosphäre und wer mit einer guten Idee und ehrlichen Art den Funken auf die Jury überschlagen lässt, hat beste Chancen, Kultur- und Kreativpilot zu werden.«

**DANIEL DEBOY**  
Delta Sound Works

»Es ist immer wieder beeindruckend, welche Vielfalt die Kultur- und Kreativwirtschaft ausmacht. Den Bewerber\*innen ist gemeinsam, dass sie für ihre Projekte und Ideen „brennen“. Dies ist beispielhaftes Unternehmer\*innentum und wert, in die Öffentlichkeit gebracht zu werden.«

**JÖRG SABROWSKI**  
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und Weinbau Rhein-  
land-Pfalz | Referat Kreativwirtschaft

»Mich hat in diesem Jahr besonders beeindruckt, wie viele Bewerber\*innen ihre Ideen im Streben nach sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit entwickelt haben. Das stimmt mich gerade in Zeiten großer gesellschaftlicher Herausforderungen hoffnungsvoll.«

**JAN STRECKER**  
PHINEO gAG

»Die Auseinandersetzung mit Kreativschaffenden verschiedenster Erfahrungshintergründe macht einfach Spaß. Es war erneut eine inspirierende Konfrontation mit einer unglaublichen Ideen- und Themenvielfalt. Aus der Erfahrung, mehrere Jahre in der Jury dabei sein zu dürfen, gewinne ich den Eindruck, dass der Organisations- und Professionalisierungsgrad der





**Veit Haug**  
Wirtschaftsförderung Region  
Stuttgart



**Michael Grotenhoff**  
Filmtank GmbH



**Gunnar Mai**  
European Investment Fund



**Stephan Jansen**  
Verband Deutscher  
Bürgschaftsbanken e.V.



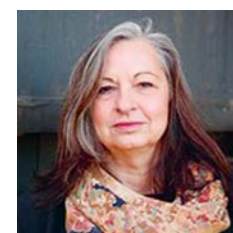
**Steffen Rowold**  
Röchling SE & Co. KG



**Sandra Wemmel**  
Referatsleiterin Kultur- und Kreativ-  
wirtschaft BKM



**Johannes Kahrs**  
Mitglied des Deutschen  
Bundestages



**Dr. Babette Peters**  
designxport

Bewerber\*innen über die vergangen-  
nen Jahre kontinuierlich zu-  
nimmt und die Projekte von den  
Kreativen immer deutlicher und  
klarer formuliert werden.«

**VEIT HAUG**

Wirtschaftsförderung Region Stuttgart

»Was für ein Reichtum und Band-  
breite an exzellenten Kreativ-Ideen  
und engagierten Gründer\*innen!  
Danke, dass ihr mich ein kleines  
Stück eurer Reise mitgenommen  
habt, wirklich beeindruckend. Die  
Auswahl war extrem schwierig.  
Herzlichen Glückwunsch an alle  
neuen Kreativpiloten! Viel Erfolg  
wünsche ich auch den Bewer-  
ber\*innen, für die es dieses Jahr  
nicht ganz gereicht hat.«

**GUNNAR MAI**

European Investment Fund

»Im Auswahlverfahren der Kultur-  
und Kreativpiloten werden ja  
nicht nur die nominierten Projek-  
te bewertet, man lernt in persön-  
lichen Gesprächen auch deren  
engagierte Urheber\*innen ken-  
nen, erfährt von ihrer Motivation  
und ihren Zielen, um im Anschluss  
mit den Jurykolleg\*innen um die  
Favorit\*innen zu ringen. Dabei  
treffen sehr unterschiedliche Men-  
schen und Ideen aufeinander, was  
das Verfahren für alle Beteiligten  
spannender macht als viele andere  
Jurierungen.«

**DR. BABETTE PETERS**

designxport

»Ich war begeistert von den  
innovativen Ideen, Vorhaben und  
Projekten jenseits der Normspur:  
Hier haben Persönlichkeiten ihre  
Projekte mit Herzblut präsentiert.

Und mit „Out Of The Box“-Den-  
ken überrascht: Die Vorausset-  
zung dafür, dass überhaupt Neues  
entsteht.«

**MICHAEL GROTENHOFF**

Filmtank GmbH

»Ich war zum ersten Mal in der Jury  
und mich haben nicht nur die  
enorme Vielfalt, die Kreativität und  
der Enthusiasmus der Bewer-  
ber\*innen beeindruckt. Auch in der  
Jury hatten wir eine große Band-  
breite an Erfahrungen, Hintergrün-  
den und Meinungen. Allen Bewer-  
ber\*innen, vor allem auch den  
nicht nominierten, wünsche ich  
weiterhin viel Erfolg mit ihren  
Projekten. Für mich ein sehr  
inspirierender Tag!«

**STEFFEN ROWOLD**

Röchling SE & Co. KG



**Yvonne Hild**  
Kabelbrand Kommunikation



**Susanne von Essen**  
Sternkultur



**Nora Antonia Wallrabe**  
Sächsisches Staatsministerium für  
Wirtschaft, Arbeit  
und Verkehr



**Jonas Lindemann**  
Hafven



**Sonja Sulzmaier**  
Navispace AG



**Johannes Tomm**  
Kompetenzzentrum Kultur- und  
Kreativwirtschaft des Bundes



**Heiko Böttcher**  
Referent Kultur- und Kreativ-  
wirtschaft BKM



**Inga Wellmann**  
Behörde für Kultur und  
Medien Hamburg  
Referatsleitung Kunst und  
Kreativwirtschaft

»Der Tag mit den potenziellen Kreativpiloten im heißen Stuttgarter Straßenbahnwagen hat, glaube ich, alle Beteiligten „bewegt“. Wichtig waren und sind dabei die Offenheit, sich mit Neuem auseinanderzusetzen, das unbedingte Wollen zu unterstützen und das Verbinden der eigenen Erfahrung mit anderen Perspektiven und Herangehensweisen. In jedem Gespräch sind so die Jurymitglieder und die Teilnehmer\*innen miteinander gewachsen. Mich interessiert eigentlich bei allen Kandidat\*innen, wie es weiter gehen wird – egal, ob er oder sie unter den ausgewählten Teilnehmer\*innen des Programms sein werden.«

**SONJA SULZMAIER**  
Navispace AG

»2011 saß ich noch auf der anderen Seite und habe unsere Geschäftsidee vorgestellt. Sieben Jahre später habe ich den Perspektivwechsel gewagt und bin begeistert über so viel Kreativität, Tatendrang und Mut zum Übermut. Die Auswahlgespräche waren für mich eine unvergessliche und inspirierende Reise durch fantastische Ideenwelten. Um es mit den Worten des guten Buzz Lightyear zu sagen: „Bis zur Unendlichkeit und noch viel weiter!«

**YVONNE HILD**  
Kabelbrand Kommunikation

»Großartig, wie so ein Tag in der Jury nachwirkt. Leidenschaft und Brennen in der Seele bei anderen zu spüren, sind die schönsten Momente, die gar hin und wieder

auf einen selbst überspringen. Schön, wenn solche Stunden nachwirken.«

**SUSANNE VON ESSEN**  
Sternkultur

»Ein Auswahltag mit den angehenden Piloten ist anstrengend, intensiv, aufreibend - und immer fahre ich am Abend mit einem Leuchten in den Augen nach Hause.«

**JONAS LINDEMANN**  
Hafven



TATkraft

Hardware

Tim

Fabian



Andreas

Rah  
Arzu





# Die Auswahl

Das **Auswahlverfahren** der Kultur- und Kreativpiloten ist einer der Gründe, warum sich die Auszeichnung so sehr von anderen unterscheidet. Zeit zu fragen: Was ist daran so besonders?!

TEXT UND BILD STEPHAN PHIN SPIELHOFF

„Es ist kein Pitch“, sagt Christoph Backes, einer der Initiator\*innen der Auszeichnung, „sondern ein Treffen auf Augenhöhe. Wir interessieren uns nicht nur für Businesspläne oder White Papers, sondern insbesondere für die Menschen hinter den Ideen.“ Er steht vor einer kahlen Betonwand im Betahaus in Hamburg. Draußen rasen Züge vorbei. Die Hansestadt ist einer von vier Orten, in denen diese Auswahlgespräche stattfinden. Dazu kommen Köln, Stuttgart und Berlin.

Ab jetzt werden 12 Tage lang 96 Bewerber\*innen auf über 100 Jury-Mit-

glieder treffen. „Wobei schon der Begriff Jury nicht hundert prozentig stimmt“, erklärt Sylvia Hustedt, die zusammen mit Christoph Backes vor knapp neun Jahren die Auszeichnung ins Leben gerufen hat. „Es gibt keine Noten, es ist keine Prüfung. Es geht darum, sich zu begegnen, ins Gespräch zu kommen und sich aufeinander einzulassen.“

Insgesamt stellen sich alle Projektteams drei unterschiedlichen Jury-Gruppen vor. Jedes dieser Gespräche dauert eine halbe Stunde. Dieses initiale Feedback ist der Moment, in dem das Jahr der

Kultur- und Kreativpiloten beginnt. Die Juror\*innen kommen aus Politik, Wirtschaft, Medien, es sind Unternehmer\*innen, Künstler\*innen, Schauspieler\*innen. Auch Kreativpilot\*innen aus vorherigen Jahrgängen machen mit. Auf diese Weise entsteht ein weiterer Horizont aus Expertisen, Erfahrungsschätzen und Know-how. Selbst für Bewerber\*innen, die nicht ausgezeichnet werden, gilt es als wichtiger Meilenstein und liefert ehrliche Impulse. Die Juror\*innen bohren nach, was der Kern einer Idee ist. Ein Projektteam verhandelt live am Tisch, ob sie lieber ein soziales Projekt oder Pro-



duktschmiede sein wollen. Ein anderer Gründer sagt ganz offen, dass sich bei seinem Produkt Nachhaltigkeit und Langlebigkeit widersprechen. So viel Ehrlichkeit muss sein. Nur so können die Juror\*innen am Ende eine Entscheidung darüber treffen, ob das Projekt passt, ob die Kreativpiloten das Richtige sind für diese Bewerber\*innen. „Wir merken schnell, wenn sich jemand verstellt“, sagt Sylvia Hustedt. „Weil wir den Vergleich und die Erfahrung haben. Es gibt genug Leute, die ehrlich sagen können, an was es ihnen fehlt.“ Eine solche Selbsteinschätzung ist viel wichtiger, als ein lupenreiner Businessplan oder eine hübsche Webseite. Dabei liegt die Art, wie sie sich bewerben und wie sie sich vorstellen bei den Bewerber\*innen selbst

„Unser Auswahlverfahren ist kriterienlos, weil wir keine Schranken setzen wollen. Gründer\*innen, Startups und Kreativmacher\*innen sollten im Zweifelsfall am besten wissen, wie sie sich präsentieren wollen“, erklärt Christoph Backes. „Auf die Frage, ob sie eine Powerpoint oder einen Film vorbereiten sollen, sagen wir: Mach wie du denkst. Wenn es ein Produkt gibt, dass man anfassen kann oder vorführen kann, dann ist es sicher ratsam es mitzubringen.“

Er fügt hinzu: „Wir haben auch gerade in den letzten Jahren festgestellt, dass die Auszeichnung Kreativpiloten für viele Gründer\*innen so etwas wie ein Gütesiegel ist. Das kann man zeigen, den Eltern, den Investor\*innen,

*»Es gibt keine Noten, es ist keine Prüfung. Es geht darum, sich zu begegnen, ins Gespräch zu kommen und sich aufeinander einzulassen.«*

der Bank und die wissen, das ist ein Garant. Etwas Handfestes, an dem sie sich orientieren können.“

Bernd Weismann vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fügt hinzu: „Es ist einer der erfolgreichsten Wettbewerbe der Bundesregierung. Vor allem, wenn man sieht, wie viele Kreativpiloten nach drei Jahren noch am Markt sind. Das ist außergewöhnlich.“ In der Tat bestehen noch fast 97 Prozent der Unternehmen, die in den letzten drei Jahren ausgezeichnet worden sind. Auch, weil aus all den verschiedenen Perspektiven (von Bewerber\*innen, Juror\*innen und Titelträger\*innen) ein Netzwerk entsteht, das für einander da ist. Auf Augenhöhe eben. Anders gesagt, man hat ab jetzt immer jemanden, den man anrufen kann. Auch nachts um drei, wenn nötig. Der Grundstein dafür wird bei den Bewerbungsgesprächen gelegt.

Bei den Gesprächen in Hamburg nennt ein Bewerber seine Erfahrung mit der Jury „einen Sprung ins kalte Wasser“ und lacht. „Hart aber gut“, beschreibt eine Bewerberin das Feedback. „Hätten wir in der ersten Runde doch nur schon gewusst, was wir in der letzten gelernt haben!“, sagt ein Team.

Zusammen gerechnet waren in neun Jahren inzwischen 864 Teams und Gründer\*innen bei Auswahlgesprächen. Jedes davon war anders, das ist das große Plus dieses Auswahlverfahrens. Weil die Komponenten wechseln und sich immer unterschiedlich mixen. Ein Social Business hat einen anderen Anspruch und andere Bedürfnisse als ein ein\*e Schuhmacher\*in. Genauso hängt es von den Juror\*innen ab, die ganz verschiedene Backgrounds haben. Der Politiker, der sich seit Jahren für den Klimaschutz einsetzt, wird andere Fragen stellen, als der Besitzer einer Eismanufaktur oder eine Journalistin.

Kein Schema F oder Schablone, die angehalten wird. „Seit neun Jahren erlebe ich das“, erzählt Sylvia Hustedt, „und es wird nie vorhersagbar. Es sind Leute, die etwas wagen und auf die Beine stellen. Es ist toll, zu solchen Menschen zu sagen: Ja! Wir wollen dich begleiten.“

*»Das war wirklich super heute! Es ist die pure Freude, auf Menschen zu treffen, die anpacken und umsetzen.«*

Bei der Wahl, wer am Ende ausgezeichnet werden soll, handelt es sich um eine „subjektive aber willkürfreie Ermessensentscheidung“, wie Christoph Backes erklärt. Er fügt hinzu: „Wir entscheiden uns niemals gegen jemanden, sondern nur für jemand anderen.“

Alle Juror\*innen-Teams schildern ihren Eindruck und verleihen As, Bs, oder Cs und es wird so lange diskutiert, bis Konsens herrscht. Das kann zuweilen Stunden dauern, bis das Endresultat feststeht. Es wird klar, welchen Eindruck der Tag auf die Juryteilnehmer\*innen gemacht hat. „Die geballte Kreativität hat mich schon mitgerissen“, sagt Maike Schiller vom Hamburger Abendblatt. Martin Horst setzt sich stark für ein Projekt aus dem ländlichen Raum ein. „Das hat einen Leuchtturmeffekt. Wenn die das jetzt werden, gibt es im nächsten Jahr fünf Leute, die sowas anpacken und in zehn Jahren fünftausend!“

Jonas Lindemann sagt am Ende: „Das war wirklich super heute! Es ist die pure Freude, auf Menschen zu treffen, die anpacken und umsetzen.“

Es bleibt spannend, wer zu dem neuen Jahrgang zählt. Denn das Maß, in dem die Titelträger\*innen selbst die Auszeichnung prägen, ist ein besonderes Feature der Kreativpiloten. Anstelle von starren Checklisten bleibt wieder alles anders. Nur eines ist gleich: Wir sagen danke, dass wir euch kennenlernen durften.





# Das Magazin

»» *Wir hatten sofort sehr viel mediale Aufmerksamkeit, viel Feedback – und wir haben potenzielle Kund\*innen kennen gelernt. Genauso wichtig ist aber die Gruppe, die Gemeinschaft mit den anderen Piloten. Man lernt wahnsinnig viel voneinander.«*

ALEXANDRA MATTHIES  
AREKAPAK

*Insektennahrung, plastikfreie Verpackungen, Krankenhaushygiene und sicheres Chatten – diese und mehr Kultur- und Kreativpiloten waren letztes Jahr dabei. Das Magazin erzählt rückblickend Geschichten über die **Titelträger\*innen 2017**.*





# Ideen haben kann jede\*r – diese Kreativen machen Unternehmen daraus

*Insektennahrung, Krankenhaushygiene, Trachtenmode, Virtual Reality, Trauerkultur und ein sozialeres Airbnb: Die Kultur- und Kreativpiloten 2017 geben eine ganze Menge Antworten auf die Frage: Was gehört eigentlich zur Kultur- und Kreativwirtschaft?*

TEXT GEORG DAHM  
BILDER WILLIAM VEDER

Dass es diesmal länger gedauert hat, eine Regierung zu finden, hatte auch Konsequenzen für den neuen Jahrgang der Kultur- und Kreativpiloten. Zum ersten Mal präsentieren sich die ausgezeichneten Unternehmer\*innen nicht am Anfang ihrer Reise, sondern mittendrin. Und so haben die 32 Kreativpilotenteams eben schon zwei Workshops und drei Screenings mit ihren Mentor\*innen hinter sich. Und den Effekt des Programms bekommt man überall an den Ständen zu spüren. Teams haben sich eingespielt, Ideen sind gereift, Prototypen sind entstanden, die raus wollen in die Welt.

Das kann die Welt der Coworking-Spaces und Großraumbüros sein, die das Trio von Floating Office mit ihren schwebenden Schreibtischen ein Stück flexibler machen will: Bei Bedarf fahren sie an die Decke und geben den Raum für Workshops und Meetings frei.

Oder die Welt der Megastädte und vom Klimawandel bedrohten Küstenre-

gionen, in denen Lebensraum knapp wird – weswegen das deutsch-holländische Projekt Floating Food Farms schwimmende Gärten entwickelt hat, die genauso als Wohnraum dienen können. So simpel wie die Idee klingt, ist auch das Baumaterial: Styropor, in Kunststoffolie eingewickelt. „Aber es ist nicht trivial, daraus eine stabile Konstruktion zu bauen, die stark genug ist für Aufbauten“, sagt Produktdesigner Kai Uetrecht. Die eigentliche Designaufgabe aber sei es, Akzeptanz für solche Pontonlösungen zu schaffen. „Wenn ich zum Beispiel in einer Stadt Wasserflächen belegen will, muss ich eine räumliche und ästhetische Qualität bieten, die die Stadt aufwertet.“

Von neuen Formen der Arbeit bis zur Urbanisierung: Der Kreativpiloten-Jahrgang 2017 gibt seine eigenen Antworten auf dringende Fragen der Gegenwart.

Oberflächlich betrachtet ist Underdocks ein Gastronomie-Unternehmen, das die Hamburger Klassiker Fischbröt-

chen und Backfisch neu denkt im Rahmen einer international inspirierten Fischküche. „Aber eigentlich geht es darum, dass wir Räume schaffen, auf die wir Bock haben“, sagt Lidia Schawich. „Wir stehen für das junge, internationale Deutschland, wir kommen von überall und wir sind interdisziplinär: Jurist\*innen, Psycholog\*innen, BWLer\*innen, Kommunikationsdesigner\*innen.“ Nicht dabei sind: Köch\*innen. Oder sonst irgendwelche Gastronom\*innen. Burhan Schawich und Samet Kaplan sind Gastgeber aus Leidenschaft: „Wenn sich ein Gast bei dir bedankt, weil es ihm oder ihr so gut gefallen hat – das Gefühl ist unvergleichlich.“ Als sie Kultur- und Kreativpiloten wurden, war Underdocks nur eine Idee. Eine kulinarisch ausgereifte zwar, die Rezepte standen, und die befreundeten Macher eines erfolgreichen Burger-Restaurants hatten die beiden intensiv beraten. Aber würde sich das Konzept tragen? Und würden die Gastro-Neulinge das durchhalten, den

Stress, jeden Tag am Herd, die Familie nur in den Randstunden sehen? Einen Monat lang machten sie den Reality-Check in einem Pop-up-Restaurant im Hamburger Schanzenviertel, dann war klar: Wir machen das! „Und eine bessere Marktforschung kannst du nicht haben“, sagt Burhan. „Ich habe mir zuerst einen abgebrochen damit, zum Backfisch einen schönen bunten Kartoffelsalat zu machen. Aber nein, die Leute wollten ihre Pommes“. An anderen Stellen sind die Kund\*innen weniger konservativ: „Ein Salat muss heute ‚Bowl‘ heißen. Und ‚Nordseekrabben‘ liefen auch nicht – ‚Flusskrebse‘ oder ‚Crayfish‘ schon“.

Geklärt sind inzwischen auch die Rollen im Team. „Dafür waren die Screenings mit unseren Mentor\*innen unglaublich wichtig“, sagt Lidia Schwach, die – anders als ihr Mann Burhan – nicht ins Unternehmen eingestiegen ist, sondern als Freiberuflerin mitarbeitet.

Obwohl das feste Restaurant erst im April eröffnen soll, ist Underdocks schon unter den Finalist\*innen des Deutschen Gastro-Gründerpreises. „Quereinsteiger\*innen wie wir sind ein Schock für

## Von neuen Formen der Arbeit bis zur Urbanisierung: Der Kreativpiloten-Jahrgang 2017 gibt seine eigenen Antworten auf dringende Fragen der Gegenwart.

die klassischen Gastronom\*innen, die eine sehr gute und teure Ausbildung hinter sich haben“, sagt Burhan. „Köch\*innen sind immer auch Künstler\*innen. Unsere Rezepte kann ich einem interessierten Laien schnell erklären, dann klappt das.“ In einem Jahr wollen Burhan und Samet so weit sein, dass sie nicht mehr jeden Tag am Herd stehen müssen – und dann soll es ganz

allmählich mal in Richtung zweite Filiale gehen.

Bereit fürs Geschäft sind auch die Gründer von The Night Bank, einer Art Airbnb mit sozialem Anspruch: „Viele Leute würden gerne Entwicklungshilfeprojekte unterstützen, können aber kein Geld spenden“, sagt Michael Zöller. „Aber jede\*r hat ‘ne Couch“, die über die von Martin programmierte Plattform vermietet werden kann. Das Geld fließt in ein der Anbieter\*innen ausgewähltes Hilfsprojekt. Nightbank tritt als Vermittler\*in auf und nimmt eine Provision, die das gemeinnützige Unternehmen auf Dauer wirtschaftlich tragfähig machen soll. „Gemeinnützigkeit sehen viele Investor\*innen leider nicht so gerne“, sagt Michael, „dabei könnten wir jetzt gut einen Push brauchen, um das Marketing hochzufahren.“

In Sachen Selbstdarstellung haben er und sein Mitgründer Michael Hoffmann in den Workshops und Screenings schon viel Strecke gemacht. „Am Anfang haben wir Night Bank noch beschrieben als ‚The Altruism Conversion Machine‘“, sagt Michael und fügt erklärend hinzu: „Ich habe halt mal Philosophie studiert.“







Marketing ist eines der wichtigsten Themen in den Screening-Sitzungen, sagt Martin Horst. 2016 war er mit seiner Crossmedia-Agentur 13 Grad selber Kultur- und Kreativpilot, in diesem Jahr ist er zum ersten Mal als Mentor dabei. „Es ist toll, das weiterzugeben, was wir als Kreativpiloten selber bekommen haben“, sagt er. „Neben Marketing geht es immer wieder um die Themen Mitarbeiter\*innen und Wachstum: Wie mache ich aus einer Idee ein richtiges Unternehmen?“ Wobei ihm schon bei den Jury-Sitzungen aufgefallen ist, wie professionell die meisten Kreativpiloteams auftreten. „Und was für ein breites Spektrum sie abdecken! Wir haben in diesem Jahr wirklich die ganze Bandbreite der Kultur- und Kreativwirtschaft.“

Neben Virtual Reality-Unternehmen wie TimeLeapVR und VRBASE steht klassisches Handwerk in der Form des alternativen Hochzeits- und Historienmodenlabels DarkDirndl. Upcycling-Unternehmen verwerten Fischleder aus der Lebensmittelindustrie und Hightech-Bauteile aus der Luftfahrt. Die Künstler\*innenagentur wird neu gedacht, um weibliche Talente sichtbar zu machen. Und eine ganze Reihe von Unternehmen entwickeln aus einer Design-Perspektive heraus neue Antworten

*Neben Marketing geht es immer wieder um die Themen Mitarbeiter\*innen und Wachstum: Wie mache ich aus einer Idee ein richtiges Unternehmen?*

ten auf alte Fragen. Wieso sterben in Krankenhäusern so viele Menschen an vermeidbaren Infektionen? Warum muss ich mich 21. Jahrhundert immer noch mit erdrückenden Textschwarten herumquälen, um für mein Medizinstudium zu lernen?

Und wie schmecken eigentlich Kakerlaken? „Gar nicht so gut, wie man denken könnte“, sagt Timo Bäcker und grinst. Zusammen mit seinem Mitgründer Christopher Zeppenfeld hat er auf einer Asienreise Geschmack am Krabbeltier gefunden. Überprüfen lässt sich diese Aussage an ihrem Stand indes nicht: In die Energieriegel, die ihr Startup Swarm Protein herstellt, kommen keine Kakerlaken, sondern viel mehr „köstliche Zikaden“.

Für die Welternährungsorganisation gelten Insekten als wichtige Nahrungsquelle des 21. Jahrhunderts. Swarm Protein macht da einen Anfang und zeigt gleichzeitig, wie wir nachhaltig fit werden können.

Was man als Kultur- und Kreativpilot schnell lernt: Ohne den richtigen unternehmerischen Spirit bleibt eine schöne Idee nur eine schöne Idee, die nichts verändert. Aber genau darum geht es ja, etwas anders zu machen und zu sagen: So wollen wir in der Zukunft leben.





**SWARM**  
PROTEIN  
THE INSECT BAR

**SWARM**  
PROTEIN  
THE INSECT BAR  
WITH CRICKET PROTEIN

RED  
BERRIES  
20% PROTEIN

FUNCTIONAL

SUSTAINABLE

NET WT 50 G



# Wie Insekten schmackhaft werden

*Anders als in Asien und anderen Teilen der Welt, finden sich Insekten in Europa bisher nur in homöopathischen Dosen auf dem Speiseplan. Dabei ist die Zucht der Sechsbeiner viel umweltfreundlicher als die hiesiger Nutztiere. Höchste Zeit das zu ändern, findet das Unternehmen **Swarm Protein** – ihre Protein-Riegel mit Insektenmehl sollen den Anfang machen.*

TEXT DENIS DILBA  
BILDER TIM HARTMANN

Der Groschen fiel irgendwo in Nord-Laos. Timo Bäcker und Christopher Zepfenfeld hatten sich vor einem Wolkenbruch unter eine blaue Plastikplane eines kleinen Straßenstandes an einer Kreuzung mitten im Dschungel geflüchtet. Sie waren nass bis auf die Knochen, ihnen war kalt, sie hatten Hunger. Wie immer auf ihrer Reise schauten die beiden, welche essbaren Insekten zu haben waren. In diesem Sinne war ihre Zuflucht ein Paradies. „Es gab einen großen gemischten Insektenteller“, erinnert sich Christopher. Also alles, was die Welt der Krabbelviecher kulinarisch zu bieten hat: Käfer in den verschiedensten Farben, Larven, Grillen, Hornissen aus der Wabe und natürlich auch Kakerlaken. „Was wir damals alles gegessen haben, können wir tatsächlich nicht mehr so genau sagen“, so Timo. „Wir hatten den Teller einfach zu schnell leergefüttert.“ Die beiden schauten sich an: Ihnen war

klar, dass sie sich gerade daran gewöhnt hatten, Sechsbeiner zu verspeisen – so als sei es das Normalste der Welt. Nach rund zwei Monaten waren sie am Ziel angekommen.

Gestartet auf ihre „Forschungsreise“ waren die beiden Freunde, Timo, der Designer, und Christopher, der Wirtschaftswissenschaftler, im April 2015 – zwei Tage nachdem Christopher seine Doktorarbeit abgegeben hatte. Sie mussten eine Frage beantworten, die ihnen seit fast zwei Jahren nicht mehr aus dem Kopf ging: Ist es möglich, Europäer\*innen das Insektenessen schmackhaft zu machen? Dass es gute Gründe für den Verzehr von Grille, Made, Käfer und Co. gab, hatten sie bereits aus einem Bericht der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (englisch: Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO) gelernt: Die Zucht der Sechsbeiner ist um

ein Vielfaches umweltfreundlicher als die von Schwein, Rind und Huhn. Die Tierchen benötigen deutlich weniger Futter, Wasser und Platz. Langfristig könnten sie auch mit Bioabfällen gefüttert werden und so noch weniger Ressourcen verbrauchen. Insgesamt produzieren Insekten im Vergleich mit anderen Nutztieren so nur einen Bruchteil des Klimagases CO<sub>2</sub>.

Und weil Insekten gleichzeitig einen besonders hohen Gehalt an Eiweiß und Nährstoffen aufweisen, argumentiert die FAO, sind sie ein wichtiger Baustein für die Ernährung der stetig wachsenden Weltbevölkerung. „Als wir 2013 über die FAO-Studie gestolpert sind, haben wir erst mal herzlich darüber gelacht“, so Timo. „Insekten essen, hier in Deutschland und Europa? Vielleicht in 20 Jahren, dachten wir“, sagt Christopher. Aber das Thema war „so schräg und gleichzeitig inspirierend“, dass die beiden bei jedem



Treffen darüber diskutierten. Irgendwann stand die Frage im Raum: Und wenn es doch einen Schalter gäbe, den man umlegen kann, um die Europäer\*innen vom Insektenessen zu überzeugen? Sie musste beantwortet werden. Die Antwort müsste dort zu finden sein, wo Insekten schon immer auf der Speisekarte standen: in Asien. An jenem Tag im Dschungel von Nord-Laos war ihnen klar: Man kann sich an das Insektenessen gewöhnen. Und mehr noch: Wenn man den Europäer\*innen die Tierchen nicht direkt zeigt, wird es sehr wahrscheinlich keine zwei Monate dauern.

Insekten in Pulverform, eingebracht in Produkte, die hier akzeptiert sind, könnte die Lösung sein, war ihr Gedanke. „Und damit stand auch fest: Wir gründen ein Unternehmen und bringen solche Produkte hier in Deutschland an den Markt“, sagt Timo. Das Unternehmen Swarm Protein war geboren. Zurück in Deutschland brüteten die beiden über möglichen Rezepturen. Sie belegten die WG-Küche und backten Insekten-Nachos und -Cookies. Und sahen dann ein, dass es schlauer ist, sich mit der Sport- und Ernährungswissenschaftlerin Daniela Falkner zusätzliche

*Sie mussten eine Frage beantworten, die ihnen seit fast zwei Jahren nicht mehr aus dem Kopf ging: Ist es möglich, Europäer\*innen das Insektenessen schmackhaft zu machen?*

Expertise ins Team zu holen. Kurze Zeit später stand dann fest, was das erste Produkte von Swarm Protein sein sollte: Ein Eiweiß-Sportriegel. „Sportler\*innen sind Neuem gegenüber aufgeschlossen, kennen und essen solche Riegel bereits und wissen auch um die Wichtigkeit von Eiweiß“, sagt Christopher. Kurzum: Sie sind die ideale Zielgruppe für ein erstes Insektenprodukt.

Mit der Idee war das Trio beim Exist-Gründerstipendium des Bundeswirtschaftsministeriums erfolgreich. „So hatten wir zu Beginn genug Geld und Zeit, um unser Produkt fertig zu entwickeln“, sagt Timo. Herausgekommen ist ein Sport-Riegel auf Dattelpflanzbasis mit Haferflocken, Nüssen und Leinsamen in den Geschmacksrichtungen Schokolade, Nuss und Frucht – dessen Eiweißanteil aus fein gemahlenden Grillen stammt. Die erste Charge ließ Swarm Protein mithilfe einer Crowdfunding-Kampagne finanzieren. „Mehr als 55.000 Euro von über 1200 Unterstützer\*innen sind zusammengekommen“, sagt Timo. „Zu sehen, dass unser Produkt so gut ankommt, war natürlich grandios.“ Zu der Zeit, hatte sich das Team bereits als Kultur- und Kreativpiloten 2017 beworben.



## An jenem Tag im Dschungel von Nord-Laos war ihnen klar: Man kann sich an das Insektenessen gewöhnen.

„Das Programm kam wie gerufen. Mit wachsendem Unternehmen standen viele Herausforderungen an, bei denen wir die Erfahrung des Kultur- und Kreativpilotennetzwerks gut gebrauchen konnten“, sagt Christopher. „Zusammen mit den Coaches haben wir Ideen entwickelt, wie wir als Team noch besser zusammenarbeiten.“

„Darüber hinaus“, so Christopher weiter, „war es super auch von Unternehmer\*innen aus ganz anderen Gebieten, Einblicke in ihren speziellen Ansatz des unternehmerischen Handelns zu bekommen. Genauso vielfältig und gewinnbringend waren auch die Diskussionen und das Feedback auf den Workshops.“ „Und klar“, sagt Timo: „Jedes Kreativpilotenteam hat auch unseren Riegel zum Testessen bekommen.“ Das Fazit der anderen 31 Kul-



tur-und-Kreativpiloten-Teams – die übrigens alle den Riegel auch gegessen hätten, so Timo: „Lecker. Schmeckt man ja gar nicht raus.“ Eben das sei auch ihr Ziel gewesen, freut sich Daniela. „Der Inhaltsstoff Insekt ist schon exotisch genug“, so die Ernährungsexpertin. „Wenn der Geschmack gefällt, kann die kleine Hürde im Kopf leichter genommen werden.“ Die letzte Produktionscharge sei bereits komplett aufgegessen, bemerkt Timo. Aktuell bereite man die nächste große Produktion vor. „Die zu Pulver gemahlene Grillen für die Riegel beziehen wir von Kleinbauern aus Thailand“,

erklärt Timo. „Insekten sind wechselwarme Tiere und fühlen sich bei 30 bis 32 Grad am wohlsten“, ergänzt Daniela, „durch die Kooperation mit Kleinbauern binden wir auch die traditionellen Wissensträger\*innen in den Wertschöpfungsprozess ein.“

Die Sportszene ist jedenfalls schon sehr angetan vom neuen Swarm-Protein-Insektenriegel: „Wir haben jede Menge Sponsoring-Anfragen von Profisportler\*innen, dazu wollen Fitnessstudios und Crossfit-Boxen wissen, wann sie die Riegel bekommen können“, sagt Timo. Das Swarm-Protein-Team ist daher vor kurzem um drei Mitarbeiter\*innen gewachsen. „Und wenn alles so läuft, wie geplant, kommen Mitte des Jahres noch mal drei neue dazu“, hofft Timo. Ende des Jahres nämlich soll der Swarm-Protein-Riegel auch in den Lebensmitteleinzelhandel und in Drogeriemärkte kommen. „Dann können neben den Sportler\*innen auch andere Zielgruppen auf den Geschmack kommen“, sagt Timo. Die Chancen dafür stehen der Einschätzung des Teams nach sehr gut. „Schlagkräftige Argumente hätten sie bereits auf ihrer Seite, so das Swarm-Protein-Team. Und auf ihren Verköstigungen liege die Probierquote bei durchgehend sehr hohen 90 bis 95 Prozent, sagt Timo: „Wir gehen daher davon aus, dass unser Schwarm in Zukunft weiter wächst.“







**BEEERENMIX**  
Herkunft: Deutschland  
Klasse 1  
125g

**HIMBEER**  
Herkunft: Deutschland  
Klasse 1  
125g

125g

125g



# Eine Welt ohne Plastik

*Wenn man nicht so recht weiß, ob die eigene Idee wirklich für eine Unternehmensgründung taugt, muss manchmal ein Schubs her. Zum Beispiel die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpiloten Deutschland. Hat bei Nicole Plock und Alexandra Matthies gut funktioniert: Sie haben das Startup **Arekapak** gegründet, mit dem sie Plastikverpackungen ausrotten wollen.*

TEXT GEORG DAHM  
BILDER AREKAPAK

Wenn man immer nur nach vorne schaut, verliert man leicht aus den Augen, wie weit man schon gekommen ist. So geht es in diesen Tagen Nicole Plock und Alexandra Matthies: So viel zu tun in ihrem Startup Arekapak, so viele offene Fragen, anstehende Tests, Verhandlungen, Projekte. „Man denkt immer, man kommt gar nicht voran“, sagt Alexandra. „Und dann haben wir mal wieder einen Termin mit Kund\*innen und die stellen lauter Fragen und wir haben auf jede eine Antwort. Und stellen fest: Wir haben wirklich wahn-sinnig viel gelernt.“

Es ist noch gar nicht lange her, da war Arekapak nur eine Idee, mit der sich die beiden als Kultur- und Kreativpiloten Deutschland beworben haben. Heute verhandeln sie mit Supermarktketten und Lebensmittelhersteller\*innen, referieren mal eben so über Lieferketten und Containerfrachtra-

ten, beraten mit dem Anwalt über die geeignete Rechtsform für ihre Firma und wollen 2019 anfangen, Geld zu verdienen.

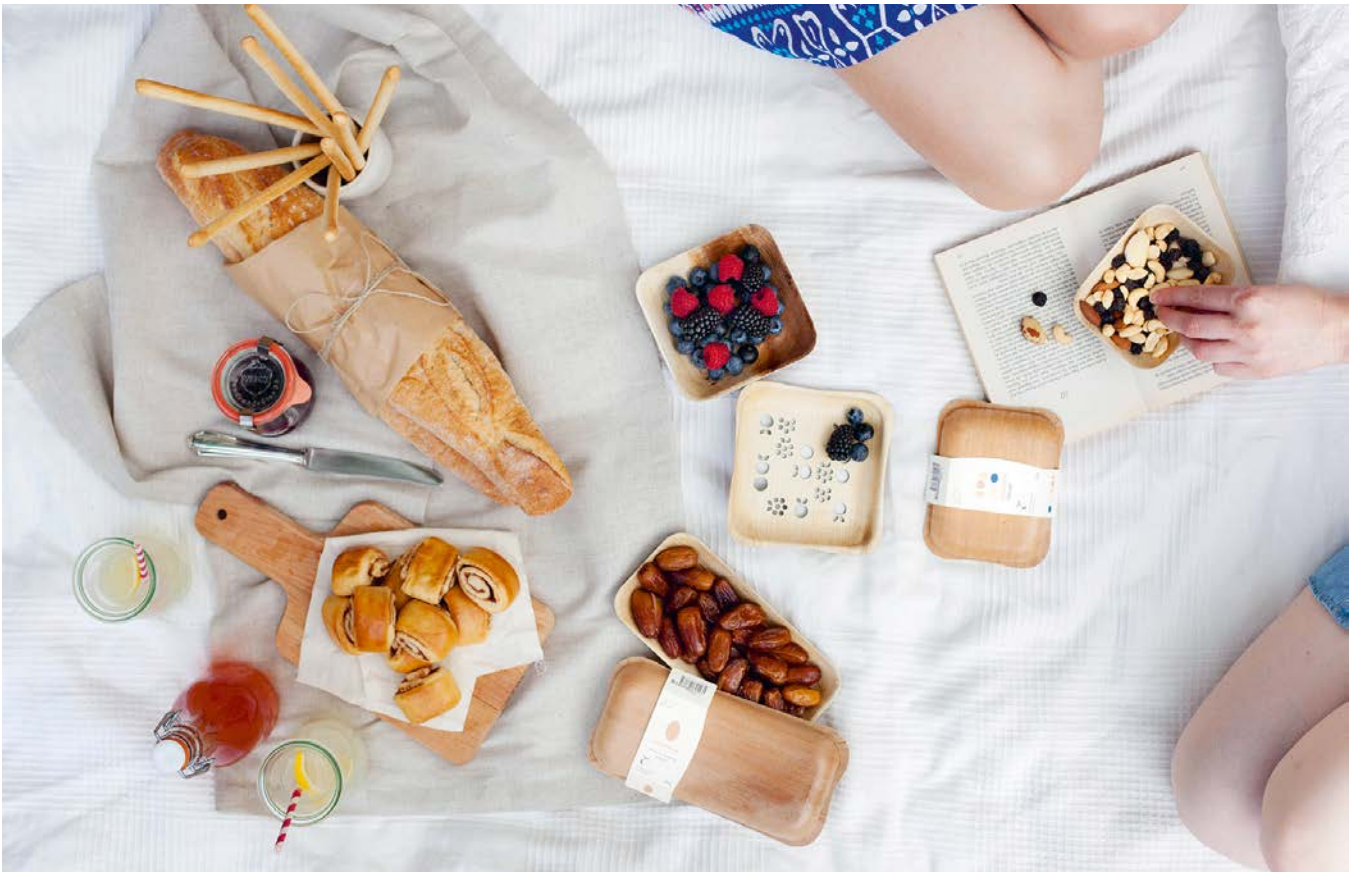
Mit Arekapak wollen sich Nicole und Alexandra der Plastikmüllwelle entgegenstellen, deren Ausläufer inzwischen selbst in der Antarktis angekommen sind. Palmblätter statt Plastik, so könnte man die Idee zusammenfassen.

Bei einem Auslandssemester in Indien sind die Design-Studentinnen 2014 schockiert davon, wie viel Müll überall herumliegt. „Das wussten wir natürlich vorher, aber das tat trotzdem weh“, sagt Alexandra. „Die Natur dort ist so schön, aber überall liegt da Plastik herum.“ In Indien begegnet den beiden aber auch die Lösung des Problems: „Wir sind viel gereist und haben auf den Märkten gesehen, dass dort viele traditionelle Materialien als Verpa-

ckung genutzt werden. Aus Bananenblättern, Palmblättern und Kokosfasern macht man dort ganz spannende Dinge.“

Nicole und Alexandra sind angefixt und machen die traditionellen Verpackungen zum Thema ihrer Bachelor-Arbeit. „Das sind Materialien, die aus der Natur kommen und in die Natur zurückgehen“, sagt Alexandra. „Und wir haben uns gefragt: Wie kann man das in die industrialisierte Moderne übertragen?“

Das Material, das es den beiden angetan hat, sind die Blätter der Areka- oder Betelnuss-Palme. „Das ist in Indien und vielen anderen Ländern eine uralte Kulturpflanze, und alleine in Indien fallen von diesen Palmen jedes Jahr über fünf Milliarden Blätter herunter.“ Fallen einfach herunter, und nur ein Teil davon wird in traditionellen Manufakturen zu Tellern und an-



*Das sind  
Materialien, die  
aus der Natur  
kommen und  
in die Natur  
zurückgehen.*

deren Einwegartikeln verarbeitet. „Die Blätter werden gewässert, bekommen eine lederartige Konsistenz und werden dann unter Hitzeinfluss in die gewünschte Form gepresst.“ Ohne Chemikalien, das Produktionswasser könne auf den Feldern ausgebracht werden.

An der heimischen Designhochschule gibt es keine Pressen dieser Art, die beiden fräsen Holzformen, pressen damit ihre Prototypen, die sich dann wieder und wieder im Backofen zu einem unförmigen Etwas verformen.

Als sie die Produktion endlich im Griff haben, wissen Nicole und Alexandra: Die Idee hat wirklich Potenzial. Die beiden denken vor allem an all das Obst und Gemüse, das für den Verkauf in Plastik verpackt wird – das ginge doch besser mit Palmblättern, die nach Gebrauch auf dem Kompost in 60 Tagen verrotten. „Wir wussten aber noch gar nicht, wie wir weitermachen wollten“, sagt Alexandra. Dann stoßen sie über eine Anzeige auf den Wettbewerb Kultur- und Kreativpiloten Deutschland. „Wir haben uns einfach beworben und wurden ganz unverhofft genommen.“ Mit dem Titel wird Arekapak plötzlich Realität: „Wir hatten sofort sehr viel

mediale Aufmerksamkeit, viel Feedback – und wir haben potenzielle Kund\*innen kennengelernt“, sagt Alexandra. „Genauso wichtig ist aber die Gruppe, die Gemeinschaft mit den anderen Pilot\*innen. Man lernt wahnsinnig viel voneinander.“

Vor allem, dass letztlich alle Gründer\*innen früher oder später ähnliche Probleme haben.

Gerade steht Arekapak kurz vor den ersten Feldversuchen mit Pilotkunden, eine Supermarktkette ist dabei und ein holländischer Erzeuger von Asia-Gemüse. Gastronom\*innen melden sich bei Arekapak, Online-Händler\*innen. Selbst Elektronikhersteller\*innen haben Interesse daran, Styropor und Plastik durch gepresste Palmblätter zu ersetzen.

Nun muss sich das Material im harten Logistik-Alltag bewähren, Kühl- und Lieferketten überstehen, in einer Begleitstudie zeigen, dass es auch den strengen deutschen Lebensmittelvorschriften gewachsen ist. Gleichzeitig bauen die beiden zusammen mit einem indischen Kommilitonen die Produktion in Indien auf, schließen Verträge mit Manufakturen vor Ort und prüfen, ob





die Produktqualität exporttauglich ist. „Uns ist wichtig, dass die Wertschöpfung dort stattfindet“, sagt Alexandra. „Auch wenn das bedeutet, dass wir das Produkt per Schiff nach Europa bringen müssen.“ Unter dem Strich soll Arekapak trotzdem die ökologisch überlegene Lösung sein. Aber nicht nur das: „Wir wollen Lösungen, die ökologisch sind, ästhetisch und funktional. Das ist ein wichtiger Dreiklang. Es gibt viele ökologische Lösungen die unästhetisch sind, nicht funktionieren oder nicht authentisch sind.“

Bis zum Jahresende ist Arekapak noch finanziert, das Berliner Startup-Stipendium sichert Nicole und Alexandra den Lebensunterhalt und ihr Büro. Anfang 2019 sollen dann zum ersten Mal Verkaufserlöse hereinkommen, wenn die ersten Arekapaks in den Verkauf gehen. Und dann? Die beiden denken schon viel weiter: „Wir wollen nicht nur bei der Arekapalme bleiben, sondern weiter forschen. Die haben so viele Materialien. Das ist unsere große Vision: so viel Plastik wie möglich zu ersetzen.“

Nicht vorankommen klingt irgendwie anders.

*»Das ist unsere große Vision: so viel Plastik wie möglich zu ersetzen.«*



# Du glaubst, dein Arzt hat sterile Hände? Das wollen wir doch mal sehen, sagen diese Startup-Gründer

*Ein Startup-Preis, für den es kein Geld gibt? Was soll das denn bringen? Ziemlich viel, wenn man eine zutiefst konservative und stark regulierter Branche knacken will. Ohne den Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ hätten es die Gründer von **Heyfair** viel schwerer gehabt, die Krankenhaushygiene neu zu erfinden.*

TEXT GEORG DAHM IN KOOPERATION MIT BUSINESS PUNK  
BILDER HEYFAIR

„Der Wahnsinn geht weiter,“ sagt Robert Hellmundt und lacht schicksals-ergeben. „Nur auf einem höheren Niveau.“ Was die Lage in seinem Startup Heyfair in doppelter Hinsicht beschreibt.

Die gute Seite des Wahnsinns: Da ist dieses Millionen-Investment, das eine Beteiligungsgesellschaft und eine Gruppe von Business Angels aufgelegt hat. Endlich Personal aufbauen, Maschinen kaufen, die Produktion hochfahren. Runway für etwa zwei Jahre, in denen Heyfair sich auf dem Markt etablieren will.

Die schlechte Seite des Wahnsinns: Das Geld kommt und kommt nicht und die drei Gründer müssen sich noch krummer machen als sonst, um den Betrieb am Laufen zu halten mit Geld, das sie irgendwo zusammenkratzen. Dabei hätten sie gerade jetzt wirklich andere

## Heyfair



Prioritäten, jetzt, da sie mit ihrem ersten Produkt in den Markt drängen.

Heyfair will eines der größten Probleme des Gesundheitssystems angehen: Patient\*innen stecken sich mit gefährlichen Keimen an, die übertragen werden von Ärzt\*innen, Pfleger\*innen, anderen Patient\*innen und Besucher\*innen – weil die sich nicht richtig die Hände desinfiziert haben. Sie wollen zeigen, wie man mit Design-Methoden Verhalten ändern und Probleme lösen kann. Was sie auch zum Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ gebracht hat. „Alex wollte immer genau diesen Titel haben“, sagt Robert, „weil der einfach zu seinem Mindset passt: Sich als Kreativer in die Wirtschaft einmischen und etwas bewegen.“ Was genau in dem Markt, den die beiden sich ausgesucht haben, extrem schwer ist. „Hygieneprobleme betreffen die gesamte Gesellschaft.



Da kann es ein Riesen-Vorteil sein, dass man mit dem Pilotentitel Teil eines Netzwerks wird, das so gute Kontakte in die Politik hat. Denn die Politik definiert, welche Standards wie zu erfüllen sind.“

Schon in den Jurygesprächen hätten sie Menschen gegenübergesessen, die sie ebenso stark herausgefordert wie vorangebracht hätten. „Dazu kommt das Presseecho, das wir über die Auszeichnung bekommen haben. Man hat wirklich gespürt, wie sich bei unseren Gesprächspartner\*innen die Einstellung gegenüber unserer zugegeben unkonventionellen Idee geändert hat. Die Skepsis schrumpfte. Plötzlich glaubten viel mehr Menschen daran, dass unser kurzzeitig sichtbares Desinfektionsmittel wirklich funktionieren und Gutes bewirken kann. Vorher mussten wir meisten viel Überzeugungsarbeit leisten, jetzt passiert das ohne unser Zutun.“

Hände desinfizieren, was kann daran so kompliziert sein? Unter den Spender halten, sprühen, verreiben, fertig. „Dachte ich auch, ist aber komplett falsch“, sagt Robert. Es ist eine Wissenschaft für sich, die richtige Menge Desinfektionsmittel lange genug an alle Stellen der Hände zu bringen. Aber nur wenn das gelingt, schützt die Desinfektion auch wirksam vor Erregern. „Das lernst du auch nicht durch Schaubilder, das musst du dir wirklich erarbeiten. Die Fingerkuppen und Daumen zum Beispiel sind immer ganz spannend“, sagt Robert.

In regelmäßigen Schulungen müssen Angehörige verschiedener Berufe das Desinfizieren mit einem fluoreszierenden Farbstoff üben. Getestet wird das Resultat dann, indem man seine Hände in eine Box unter UV-Licht hält, die das Ergebnis sichtbar macht. „Wahnsinnig unpraktisch. Man sieht nur, dass

es Probleme gibt, lernt aber nicht, sie zu beheben. Vor allem kann man die Desinfektion nur einmal üben, weil sich der Farbstoff kaum abwaschen lässt. Der tatsächliche Lernerfolg ist so recht gering.“ Die Alternative von Heyfair: Ein pflanzlicher Farbstoff, der beim Einreiben intensiv pink ist und sich nach zwei bis drei Minuten wieder entfärbt. Wodurch man laufend sieht, ob man alle Handpartien erwischt hat, genug Desinfektionsmittel verwendet und lange genug gerieben hat – und das so oft man möchte.

Auf die Probleme beim Desinfizieren war Alexander gestoßen, und nach ein paar langen Parkspaziergängen war den beiden klar: Das ist die Idee, mit der wir da rausgehen und als Designer etwas verändern wollen. Vor dem wissenschaftlichen Anspruch hatten die beiden großen Respekt und banden deswegen zuerst ein



*»Plötzlich glaubten viel mehr Menschen daran, dass unser kurzzeitig sichtbares Desinfektionsmittel wirklich funktionieren und Gutes bewirken kann. Vorher mussten wir meisten viel Überzeugungsarbeit leisten, jetzt passiert das ohne unser Zutun.«*



Forschungsinstitut ein, um den Prototypen zu entwickeln.

„Kriegen wir hin“, habe es geheißen, sagt Robert. 60.000 Euro und ein halbes Jahr Zeit sollten genügen. „Und als wir die ersten 12.000 Euro ausgegeben hatten, stellte sich heraus, dass kaum etwas klappte und der Weg zum Prototypen noch sehr weit war. Und statt ‚kriegen wir hin‘ hieß es jetzt ‚Wollt ihr nicht lieber etwas anderes machen?‘“

Wollten sie nicht. Stattdessen holten sie sich die wissenschaftliche Kompetenz ins Gründerteam. Robert und Alexander beantragten ein EXIST-Gründerstipendium, stellten drei Chemiker ein, von denen einer ihr Mitgründer wurde. Unter der Leitung von Holger Wondraczek stand die ganze Truppe monatelang im Labor, und die beiden Designer lernten auf die harte Tour, wie frustrierend Wissenschaft sein kann, wenn wieder und wieder einfach nichts funktionieren will. Und dass es auch nach dem Heureka-Moment nicht unbedingt leichter wird.

Die Heyfair-Truppe stieß auf eine Gruppe von natürlichen Farbstoffen, mit denen sie genau die erhofften Effekte erzielen konnten. Jubel, Trubel, Patentanmeldung. Womit wir beim eingangs erwähnten Wahnsinn wären, denn auch

um dieses Patent dreht sich die Verspätung in der Finanzierungsrunde.

Es liegt nicht am Patent selber, „darauf ist unser Anwalt mit Recht ziemlich stolz“, sagt Robert. Es liegt daran, wie es in der Gründungsphase in die GmbH eingebracht wurde, was jetzt einige Nachbarn nach sich gezogen hat. „Es gibt einige Klauseln im deutschen Recht, die für sich genommen schon ziemlich realitätsfern sind. Und dann widersprechen sie zum Teil noch EU-Richtlinien. Das führt erst zu ratlosen Gesichtern und dann zu Galgenhumor.“ sagt Robert. „Letztlich konnten wir das lösen, aber es ist schon sehr ärgerlich, wie viel Zeit man mit solchen Formalitäten Zeit verliert.“

Aber mit Überraschungen jeder Art gehen die Gründer inzwischen routiniert um, soweit man eben Routine in den Wahnsinn bekommen kann. Und Aufgeben war nie eine Option: „Wir wollten endlich mal aus einer Idee ein Produkt machen, das wirklich jemandem nützt.“

Der nächste große Schritt soll dann 2019 folgen: Den Heyfair-Farbstoff in die Produkte der großen Hersteller\*innen einführen, damit nicht nur in der Ausbildung, sondern auch im Alltag jede\*r sehen kann, wer wirklich sterile Hände hat.

*Heyfair will eines der größten Probleme des Gesundheitssystems angehen: Patient\*innen stecken sich mit gefährlichen Keimen an, die übertragen werden von Ärzt\*innen, Pfleger\*innen, anderen Patient\*innen und Besucher\*innen – weil die sich nicht richtig die Hände desinfiziert haben.*



# Wie Kinder sicher chatten

*Mit dem Fachwissen über Deep-Learning-Programme aus seiner Promotion hätte Nicolai Erbs auch Fintech-Unternehmer werden können – aber hätte das die Welt besser gemacht? Stattdessen holte er sich Medienwissenschaftler Patrick Schneider ins Team und startete mit einem Instant Messenger durch, der Kinder vor Pädokriminellen schützt: **Privalino**.*

TEXT DENIS DILBA  
BILDER PIVALINO UND WILLIAM VEDER





Vor ein paar Tagen flatterte die Nominierung zum „Startup of the Year Award“ rein, schon Ende 2017 wurden sie als Kultur- und Kreativpiloten ausgezeichnet – und nur wenige Wochen danach konnte das Privalino-Team verkünden, dass es einen Investor gewinnen konnte. Was sozusagen der Ritterschlag für junge Unternehmen ist. Das auf Business Intelligence und Big Data spezialisierte IT-Beratungsunternehmen Infomotion aus Frankfurt stieg mit einem mittleren sechsstelligen Betrag in das Startup aus Duisburg ein – das kürzlich erst nach Frankfurt umgezogen ist. Man kann also durchaus behaupten: Es läuft gerade für Nicolai und Patrick, die beiden Gründer des Messenger-Dienstes Privalino, der Kinder vor sexuellem Missbrauch im Internet schützen soll. „Die Erfolge und der Einstieg des Investors sind natürlich großartig“, sagt Privalino-Mitgründer Patrick Schneider. „Jetzt können wir konzentriert und in Ruhe daran arbeiten, unsere App erfolgreich am Markt zu etablieren.“

Bis zu diesem Punkt mussten sich die Gründer allerdings durchkämpfen – so

wie jedes andere Unternehmen in der Startphase auch. Angefangen hat alles damit, dass Co-Gründer und Ideengeber Nicolai Erbs, heute 33 Jahre alt, einen Gastvortrag eines Informatikprofessors gehört hat. Es ging um automatische Sprachanalyse per Computer. Am Schreibstil, erzählte der Hochschullehrer vor rund drei Jahren, könne man mit Hilfe von Software, die mit künstlicher Intelligenz (KI) arbeitet, prinzipiell Erwachsene von Kindern sicher unterscheiden. Das sei relevant, um Cybergrooming vorbeugen zu können. Unter dem Anglizismus versteht die sexuelle Kontaktaufnahme zu Minderjährigen durch gezieltes Ansprechen in Foren, Chat-Rooms, sozialen Netzwerken oder Messengern. „Und warum gibt es das noch nicht? Wollen Sie das machen?“, fragte Nicolai den Professor nach dem Vortrag. Die Software sei eben noch nicht geschrieben worden und ihm sei das wirtschaftliche Risiko zu groß, sagte dieser. „Mir nicht“, dachte Nicolai.

Der damalige Informatik-Doktorand begann sich mit KI-basierter Sprachanalyse zu beschäftigen, ver-

schlang Bücher, las wissenschaftliche Veröffentlichungen – und bewarb sich schließlich mit der Idee bei einem kleinen Gründerwettbewerb an seiner Universität, der TU Darmstadt. Zu seiner eigenen Überraschung kam er aufs Podium. Es war zwar nicht der erste Platz und es gab nur ein kleines Preisgeld von 1.000 Euro, die Bestätigung aber reichte, um Nicolai weiter an dem Thema dranbleiben zu lassen. Anfang 2016 wollte es der Zufall, dass sich Nicolai und der Medienwissenschaftler Patrick Schneider trafen. „Ein wichtiges und cooles Projekt, mir war sofort klar, dass ich da mitmachen muss“, sagt Patrick im Rückblick. Im Frühjahr 2016 beschlossen die beiden, sich auf das Abenteuer Gründung einzulassen. „Das erste halbe Jahr bestand darin, den Förderantrag für das EXIST-Gründerstipendium auszufüllen, auf das Geld zu warten und wann immer unsere Finanzlage das zuließ, an Privalino weiterzuarbeiten“, sagt der 29-jährige Patrick.

Im Herbst 2016 kam die EXIST-Zusage. „Mit dem Geld konnten wir Privalino dann im Kern technisch fertigstellen“,





*Zur wirtschaftlichen Expertise der Coaches kommt noch eine besondere Offenheit und ein Verständnis für normale Sorgen und im Gründer\*innenleben.*

sagt Nicolai. Die App wird auf dem Smartphone des Kindes installiert und analysiert fortlaufend den Text. Das laufe automatisch über eine selbstlernende KI-Software im Hintergrund, erklärt der Data Scientist. Das Programm prüft Merkmale der Schriftsprache und kann daraufhin erkennen, ob der betreffende Text Muster von Cybergrooming enthält. Diese Muster zeigen beispielsweise bestimmte Ausdrücke sexueller Kommunikation, die zwischen Kindern so nicht genutzt werden oder die Bitte, auf einen anderen Kommunikationskanal zu wechseln, etwa WhatsApp oder Skype. Neben diesen gibt es noch hunderte abstrakte Merkmale, die durch das Deep Learning analysiert werden. Auf den Kanalwechsel sind Pädokriminelle besonders aus, weil sie dort, anders als bei Privalino, auch ohne Einschränkung Fotos und Videos verschicken und empfangen können.

Identifiziert die Messenger-App einen möglichen Übergriff, informiert das System die Gründer und die Eltern des betroffenen Kindes per E-Mail. Explizite und sofort an der sexualisierten Sprache erkennbare Übergriffe werden

direkt gesperrt. „Als wir Ende 2017 kurz vor der Veröffentlichung standen, bekamen wir leichten Gegenwind“, sagt Patrick. Einige Leute wollten ihnen damals nicht abkaufen, dass wir gute Absichten haben und das können, was wir mit Privalino versprechen. „Ihr wollt ja nur das Geld der Eltern“, hieß es und „ein solches System ist ein harter Eingriff in die Autonomie von Kindern.“ Nicolai und Patrick wussten zwar, dass es nicht so war, aber sie waren zunächst doch verunsichert, wie man damit richtig umgeht. „Die DSGVO und der Facebook-Skandal haben ihr Übriges getan. Mittlerweile diskutieren wir leider mehr über Datenschutz als über Schutz vor sexuellem Missbrauch, der unserer Ansicht nach viel wichtiger ist“, so die Gründer.

„Glücklicherweise waren wir dann auch schnell bei den Kultur- und Kreativpiloten“, sagt Patrick. Sie analysierten das Thema unter anderem in dem Format der kollegialen Beratung, das die Expertisen und Sichtweisen der anderen Kreativpilotenteams mit in die Analyse eines Problems einbringt. „Dabei kam



zwar kein Masterplan heraus, was wir nun exakt Schritt für Schritt tun sollten – aber eben die mindestens ebenso hilfreiche Erkenntnis, dass wir zu kritisch mit uns selbst waren“, sagt Patrick. Heute sagen wir: „Ja, das ist ein Eingriff in die Privatsphäre eines Kindes. Wie übrigens jeder Arztbesuch mit den Eltern und wie jede andere Entscheidung auch, die Eltern aufgrund ihrer Aufsichtspflicht machen müssen. Und das ist gut so!“ Und wer das nicht so sehe, was kein Problem sei, so Patrick, der kauft Privalino später eben nicht. Fertig.

Die „menschliche Komponente“ bei den Mentoring-Gesprächen im Kreativpiloten-Programm, so Nicolai und Patrick, habe den beiden ebenfalls sehr gut gefallen. „Zur wirtschaftlichen Expertise der Coaches kommt noch eine besondere Offenheit und ein Verständnis für normale Sorgen im Gründerleben“, sagt Patrick. „Da öffnet man sich einfacher.“ Und nebenbei gesagt, sei es heute auch nicht selbstverständlich, dass man anderswo mehrere Coaching-Termine bei denselben Leuten hat. „Da muss man nicht jedes Mal bei Adam und Eva anfangen“, so Patrick. Mittlerweile ist Privalino

*Identifiziert die Messenger-App einen möglichen Übergriff, informiert das System die Gründer und die Eltern des betroffenen Kindes per E-Mail.*

gestartet. Seit dem 22. Februar kann die App im Google Play Store geladen werden. Noch ist das kostenlos und soll auch für die Basisversion immer kostenlos bleiben. Das Team, zu dem auch Data Scientist Max Schumacher gehört, will jetzt eine Nutzer\*innenbasis aufbauen und Erfahrungen beim Betrieb sammeln.

„Später planen wir für den Service der Elternbenachrichtigung dann eine monatliche Gebühr, die wir bei 4,99 Euro sehen“, sagt Patrick. Das erste Feedback der aktuell noch dreistelligen aber stetig wachsenden User\*innengruppe und deren Eltern sei positiv. „Der nächste Schritt ist nun, eine bezahlfähige Version zu programmieren und erstes Geld zu verdienen“, so der Marketingchef weiter. Eine App für das Apple-System iOS soll auch folgen. „Wenn wir Ende des Jahres auf rund 5.000 Nutzer\*innen kommen, wäre das fantastisch“, skizziert Patrick vorsichtig die weiteren Pläne für Privalino. Aber selbst, wenn das etwas länger dauern sollte – von ihrer Vision lässt sich das Team nicht mehr abbringen. Patrick: „Wir arbeiten daraufhin, Privalino zum Standard für das erste Handy eines Kindes zu machen.“



# Impressum

## Herausgeber

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

## Stand

Februar 2019

## Druck

medialis  
Offsetdruck GmbH Berlin

## Gestaltung

Büro Jenny Watkinson, Berlin

## Bildnachweise

S. 3 William Veder, S. 4 Stephan Phin Spielhoff, S. 7 Stephan Phin Spielhoff, S. 8 © BMWiEriksson, S. 9 Elke Jung-Wolff, S. 10 William Veder, S. 12 BadBoy; Die Baupiloten, S. 13 BadBoys; Die Baupiloten, S. 14 Tilmann Vogler; privat, S. 15 Tilmann Vogler; Tilmann Vogler; Sarah Hofmann, S. 16 Schumann; Marvin Kleinemeier, S. 17 Makarov; Patrik Huebner, S. 18 Martin Eckardt; GJUUM Ltd, GJUUM Germany GmbH, GJUUM Social Lab e.V., S. 19 Martin Eckardt; GJUUM Ltd, S. 20 Goldau & Noelle; Nadja Capellmann, S. 21 Goldau & Noelle; Groovecat, S. 22 Happy Locals; HEYHO!, S. 23 Happy Locals; Julia-Rosa Reis, S. 24 Sebastian Mowka; Nicole Scheller, S. 25 Nino Halm; Franz Grünewald; Franz Grünewald, S. 26 Sarah Kossmann Fotografie; Alexander Hetzel, S. 27 Tom Medici, Hamburg; Tomaz Lewandowski, S. 28 Annika Nagel; Trendhelden, S. 29 Annika Nagel; Rooful-Ali, S. 30 Isabel Machado Rios; PsyCurio, S. 31 Isabel Machado Rios; Isabel Machado Rios; PsyCurio, S. 32 PureRaw; RankwerkUG, S. 33 Christian Verlag Foto: Maria Brinkop; Philipp Irion, S. 34 Tanja Schmoller; Christian Dahl, S. 35 Orpheas Tziagidis; Fotonerd.de, S. 36 Tatcraft; THANN BIOLEDER, S. 37 Tatcraft; THANN BIOLEDER; THANN BIOLEDER, S. 38 Marie Jacob; Ronny Barthel Der Socialmediafotograf, S. 39 Marie Jacob; Peggy Anke, S. 40 überkochen; Matin Diepold, S. 41 überkochen; Hannes Wiedemann; TFOB; Michael Havas, S. 42 Nicolle Tiebe; Carolin Kielwagen, S. 43 Stefan Geller; Claudia A. Cruz & Nikolai Wolff, S. 44 William Veder, S. 45 William Veder, S. 46 William Veder, S. 48 v.l.n.r.: Christoph Neumann; Daniel Goll; Interactive Media Foundation; Robert Rebele; MFG Baden-Württemberg; Philipp Rathmer; Christine Starke; Lidia Schawich, S. 49 v.l.n.r.: Susanne Stephani; Denys Karlinsky; Norbert Krause; William Veder; Katrin Budde; Andreas Laible; fotogen GBR; Arndt Falter, S. 50 v.l.n.r.: Thommy Mardo; Roman Knie; Jörn Alraun; Weser Kurier, Frank Koch; Michael Seifert; William Veder; Katharina Dubno; Bayern Innovativ GmbH, Norbert Mebert, S. 51 v.l.n.r.: BMWi; Sandra König; Philip Eigen; Mona Guichard; Oliver Betke; Andreas Kermann; hoch E - Designing Emotional Identity; Nora Tabel, S. 52 v.l.n.r.: videoreality.de; Susan Barth; Kirsten Petersen; Heiko Preller; Daniel George; Frank Vinken; Marcus Renner; Angelika Neubauer; S. 53 v.l.n.r.: Julian Schneider; Redstone; Martin Horst; Peter Badel; Markus

Milde; Robert Mertens; Tilman Burgert, S. 54 v.l.n.r.: BMWi; Ralph Sondermann; Joachim Gern; Ulrich Wunsch; Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern; Christian Krinninger; Roland M. Wagner; Michaela Voß, S. 55 v.l.n.r.: Lars Kaempff; Michael Ankenbrand; Meisterkreis; SPD-Bürgerschaftsfraktion Land Bremen; Gerald Dissen; IHK Ostwestfalen; HolmBieraeugel; Wegesrand GmbH & Co KG., S. 56 v.l.n.r.: Anna Logue; Jana Erbes; Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz; Deutscher Bundestag, Inga Haar; Jan Strecker; timmeier.com; Andreas Kermann; Anja Mey, S. 57 v.l.n.r.: WRS GmbH; Michael Grotenhoff; EIFs communication; VDB; Steffen Rowold; Sandra Wemmel; SPD Bundestagsfraktion, Johannes Kahrs; Florian Borkenhagen, S. 58 v.l.n.r.: Kabelbrand Kommunikation; Daniela Buchholz; Christine Starke; Marcel Wogram; Sonja Sulzmaier; Nora Tabel; Heiko Böttcher; Inga Wellmann, S. 59 William Veder, S. 60 Stephan Phin Spielhoff, S. 62 Stephan Phin Spielhoff, S. 64 William Veder, S. 66 William Veder, S. 67 William Veder, S. 68 Tim Hartmann, S. 70 Tim Hartmann, S. 71 Tim Hartmann, S. 72 Arekapak, S. 74 Arekapak, S. 75 Arekapak, S. 76 Heyfair, S. 77 Heyfair, S. 78 Heyfair, S. 79 Privalino, S. 80 Privalino, S. 81 Privalino, S. 82 William Veder

## Text und Redaktion

u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln. e.V.  
www.kultur-kreativpiloten.de  
S. 60 Stephan Phin Spielhoff  
S. 65 Georg Dahm  
S. 69 Denis Dilba  
S. 73 Georg Dahm  
S. 76 Georg Dahm in Kooperation mit Business Punk  
S. 79 Denis Dilba

## Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie  
Referat Öffentlichkeitsarbeit  
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de  
www.bmwi.de

## Zentraler Bestellservice:

Telefon: 030 182722721  
Bestellfax: 030 18102722721

Diese Publikation wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.



