



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung  
für Kultur und Medien



Initiative  
Kultur- & Kreativwirtschaft  
der Bundesregierung

# Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

Titelträger\*innen 2019





# Inhalt

5	<b>EINLEITUNG</b>	29	Open Press Project
6-7	<b>GRUSSWORTE</b>	30	Prototyping Futures
8-41	<b>DIE TITELTRÄGER*INNEN</b>	31	Questlog
10	A.MUSE - Interactive Design Studio	32	REFLECTIVE BERLIN
11	Amberskin	33	s'BoulderBlöckle
12	BEEsharing	34	SI BEAU
13	Citizen Conservation	35	SLOW BROS. - Harold Halibut
14	cocktailfilms	36	SoundWERK
15	CRCLR Haus Neukölln	37	Stoffdach GmbH
16	eeden	38	tebalou
17	Eye Build It Creator	39	tip me
18	Feral Note	40	TUTAKA
19	Healthy Content. Sick Ideas.	41	WISP Kollektiv
20	honopū	42-49	<b>AUSGEZEICHNET - DIE ERFOLGSGESCHICHTE</b>
21	Knärzje	50-63	<b>DIE JURY</b>
22	KNOWBODY	64-79	<b>DAS MAGAZIN</b>
23	Kontextlab	66	Kreatives Unternehmertum
24	Kugel und Niere	70	Ländliche Räume
25	Kulero GmbH	74	Der neue Mittelstand
26	Lithium Architects GmbH	80	Impressum
27	Living Brain		
28	ooshi		

BINGO

BINGO BINGO

BINGO BINGO

BINGO BINGO

BINGO BINGO

BINGO BINGO

BINGO BINGO

# Weiterdenken! Anders handeln! Losmachen!

Hinter jedem erfolgreichen Unternehmen steht eine starke Persönlichkeit, die den Mut, den Antrieb und die Umsetzungskompetenz besitzt, eine gute Idee zu realisieren. Dass es sich lohnt, die Ärmel hochzukrempeln und einfach loszumachen, zeigen uns die Unternehmer\*innen, die wir im Namen der Bundesregierung seit nunmehr zehn Jahren als „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ auszeichnen. Mit ihren inspirierenden Projekten geben sie einer heterogenen Branche, die gesellschaftliche Impulsgeberin und Innovationsschmiede der Zukunft ist, ein Gesicht: der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wir begleiten die Titelträger\*innen ein Jahr lang mit einem motivierenden Mentoringprogramm. Sie bekommen Impulse über Workshops und führen persönliche Gespräche mit Coaches. Außerdem werden sie Teil eines einzigartigen Netzwerkes, in dem sie viel Unterstützung bei der Weiterentwicklung ihrer Unternehmungen bekommen. Ideengeber und Organisator der Auszeichnung ist das u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln. Förderer ist die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.



## Peter Altmaier

### Bundesminister für Wirtschaft und Energie

Eine Idee entwickelt ihre Kraft, wenn sich Expertise, Einfallsreichtum und Risikobereitschaft verbinden. Erst dann entfalten sich die Potenziale, die zukunftsweisende Impulse setzen und die wir für eine erfolgreiche deutsche Wirtschaft brauchen.

Genau darin besteht die Kernkompetenz der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland. In interdisziplinären Teams entwickeln sie Produkte und realisieren Projekte, die an der Schnittstelle zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft, Technologie und vielen anderen Branchen angesiedelt sind. Bereits seit zehn Jahren zeichnen wir jährlich 32 Unternehmerinnen und Unternehmer dafür aus, die mit besonders innovativen und kreativen Ideen auffallen und dabei zugleich nachhaltige Lösungen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen bieten.

Sowohl in der Entwicklung von digitalen Neuheiten, die beispielsweise den Menschen im medizinisch-therapeutischen Bereich unterstützen, alternativen Arbeitskonzepten, als auch nachhaltigen Verpackungs- und Materiallösungen und zeitgemäßen Ernährungs- und Gesundheitsprodukten: Die Kultur- und Kreativpiloten Deutschland stehen für den „Creative Impact“, der so wichtig für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunft unseres Landes ist. Sie sind Vordenker für Kernthemen wie Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung und Mobilität.

Ich möchte den in diesem Jahr ausgezeichneten Kultur- und Kreativpilotinnen und -piloten zu ihrer außerordentlichen Innovationsleistung gratulieren und wünsche ihnen gutes Gelingen für ihre Unternehmungen.

Sie, liebe Leserinnen und Leser, möchte ich dazu ermuntern, sich diese 32 Ausnahmeunternehmerinnen und -unternehmer genau anzusehen und sich von ihren Zukunftsimpulsen inspirieren zu lassen.



## **Prof. Monika Grütters**

### **Staatsministerin für Kultur und Medien**

„Ohne Enthusiasmus wird nichts Rechtes in der Kunst zuwege gebracht“, hat Robert Schumann einmal gesagt. Das gilt nicht nur für die Kunst. Mit ihrem Enthusiasmus, der immer wieder aufs Neue originelle Geschäftsideen und beeindruckende Innovationen hervorbringt, mit Mut zum Risiko und unkonventionellem Denken begeistern auch die als Kultur- und Kreativpiloten ausgezeichneten Unternehmerinnen und Unternehmer. Im Jubiläumsjahr 2019 können sich 32 Unternehmen über eine Auszeichnung ihrer Vorhaben durch die Bundesregierung freuen. Von einer Anleitung zur Gestaltung der Dorfgemeinschaft von morgen bis zur passgenauen technologischen Lösung für den perfekten musikalischen Moment: Der Wettbewerb Kultur- und Kreativpiloten Deutschland bietet der schier unerschöpflichen Vielfalt kreativen unternehmerischen Handelns eine Bühne. Mit Tatkraft und Pioniergeist setzen die Preisträ-

gerinnen und Preisträger Impulse für Inklusion und Integration, Diversität und Nachhaltigkeit und verleihen der Zukunftsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland Gesicht und Stimme. Das verdient Anerkennung: Neben der Auszeichnung für ihre Leistungen erhalten die Preisträgerinnen und Preisträger ein professionelles Coaching und Zugang zu einem einzigartigen Expertennetzwerk.

Allen Preisträgerinnen und Preisträgern gratuliere ich von Herzen und wünsche dieser Broschüre zahlreiche Leserinnen und Leser. Vielleicht lässt sich der ein oder andere von den Ideen der Kultur- und Kreativpiloten inspirieren - Enthusiasmus ist ja bekanntlich ansteckend.



Volltreffer

# Die Titelträger\*innen

Dürfen wir präsentieren? Das sind sie, die Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2019! So unterschiedlich ihre Ideen auch sein mögen, eines ist ihnen allen gemein: Sie haben eine Lücke entdeckt, die es zu schließen gilt. Ein Studio für digitale Kunst und Design kommt an die Grenzen der Umsetzbarkeit ihrer Ideen. Die Lösung: Sie entwickeln kurzerhand eine Software, die neue Räume im Bereich 3D-Audio-Design eröffnet. Der Strukturwandel nimmt den kleinen Ortschaften die Zukunft? Ein Beteiligungsformat für Dorfgemeinschaften zeigt Perspektiven auf. Die Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2019 setzen sich für kulturelle Vielfalt, Female Empowerment und nachhaltige Wirtschaft ein. Sie zeigen uns neue Wege, uns Wissen anzueignen und stellen Kulturkonzepte auf den Kopf. Kurzum: Sie feilen an Formaten, aus denen die Zukunft gebaut wird. In der Konzeption und im unternehmerischen Handeln schlagen sie neue Pfade ein und gestalten so, mit viel Engagement, Kreativität und einem unbändigen Willen, einen Mehrwert, der weit über den wirtschaftlichen Erfolg hinausgeht.



**»Ein innovatives Produkt zu entwickeln, ist nur eine Seite der Medaille. Damit wir mit unserer kreativen Leistung viele Menschen erreichen und echten Mehrwert schaffen, ist ein tragfähiges Geschäftsmodell entscheidend.«**



## A.MUSE – Interactive Design Studio

Die Welt immersiv erlebbar machen

»Technologie soll im Zusammenspiel mit poetischen Themen und Bildern nachhaltige Eindrücke und magische Momente entstehen lassen.«

**TEAM:** Christin Marczinik, Thi Binh Minh Nguyen

**ORT:** Halle (Saale)

**WEB:** [www.amuse.vision](http://www.amuse.vision)

Stell dir vor, du steigst auf eine Schaukel, schwingst nach oben und findest dich plötzlich im Weltraum wieder. Hin- und herschwingend zwischen den Sternen – das machen die beiden Gründerinnen Christin Marczinik und Thi Binh Minh Nguyen möglich. In ihrem Kreativstudio A.MUSE erschaffen sie interaktive Multimedialösungen an der Schnittstelle von Kunst, Design und Technologie. Dabei verbinden sie physische Elemente und sinnliche Erfahrungen mit VR-Technologie, um überraschende Illusionen zu erschaffen. Für Kunden entwickeln sie auf diese Weise neue Erlebnis- und Teamformate für diverse Veranstaltungen: von Museums-Ausstellungen über Stadtmarketing bis hin zu Firmenevents. In Zeiten des digitalen Wandels bauen sie Brücken zwischen der physischen und digitalen Welt, zwischen Mensch und Technologie – und zeigen mit künstlerischen Mitteln auf, wie eine Verknüpfung und Annäherung beider Welten spielerisch gelingen kann.





## Amberskin

Pflanzliches Leder aus Pilzkulturen

»Unser Ziel: ohne tierische und giftige Materialien auf unserer Haut zu leben und die Welt besser zu hinterlassen.«

**TEAM:** Arved Bünning, Michelle Grüne

**ORT:** Braunschweig

**WEB:** [www.amberskin.de](http://www.amberskin.de)

Lederprodukte sind aus der Modeindustrie nicht wegzudenken: Sie gelten als hochwertig und edel, doch die Produktion verbraucht ein hohes Maß an Ressourcen. Außerdem werden im Herstellungsprozess giftige Chemikalien verwendet, die schädlich sind für Produzent\*innen und Konsument\*innen. Arved Bünning und Michelle Grüne aus Braunschweig machten sich deshalb auf die Suche nach einer Alternative. Bereits im Industriedesign-Studium experimentierten die beiden mit Hefekulturen. Gemeinsam entwickelten sie so ein Material, das, im Gegensatz zu konventionellem Leder, ressourcenschonend und vollkommen giftfrei produziert wird. In ihrem Labor wächst seitdem mit Amberskin ein pflanzliches Leder auf Basis von Pilzkulturen. Der organische Werkstoff kann dabei in beliebiger Größe innerhalb von zwei Monaten hergestellt werden und hat bereits erste Taschen- und Modedesigner\*innen als Abnehmer\*innen gefunden.





## BEEsharing

Kampf gegen das Bienensterben

»Wir möchten unsere Produkte und Dienstleistungen rund um Bestäubung und Honig möglichst vielen Menschen zugänglich und die Welt damit bienenfreundlicher machen.«

**TEAM:** Nils Gerber, Otmar Trenk

**ORT:** Hamburg

**WEB:** [www.beesharing.eu](http://www.beesharing.eu)

Nils Gerber und Otmar Trenk ziehen in den Kampf gegen das Bienensterben und setzen sich für eine innovative und insektenfreundliche Landwirtschaft ein. Aufbauend auf ihren Erfahrungen aus der Werbebranche, entwickeln sie neue Kommunikationswege und -formen. 2013 haben sie für ihre gemeinsame Mission zur Rettung der Bienen BEEsharing gegründet – und sich zu zertifizierten Bestäubungsimkern ausbilden lassen. BEEsharing ist eine webbasierte Plattform und bietet Imker\*innen, Landwirt\*innen und Bienen-sympathisierenden die Möglichkeit, sich nutzenorientiert zu vernetzen, um Dienstleistungen, Produkte und Wissen rund um die Bienen miteinander auszutauschen. Über ihre Plattform vermittelt das Gründerteam unter anderem Bestäubungsangebote und Produkte zwischen Produzent\*innen und Bienen-züchter\*innen – für bessere Erträge und eine erfolgreiche, kostenoptimierte Bienen- und Landwirtschaft. Und für den Erhalt und Schutz von Honigbienen, Wildbestäubern und ihren Lebensräumen.





## Citizen Conservation

Retter der Artenvielfalt

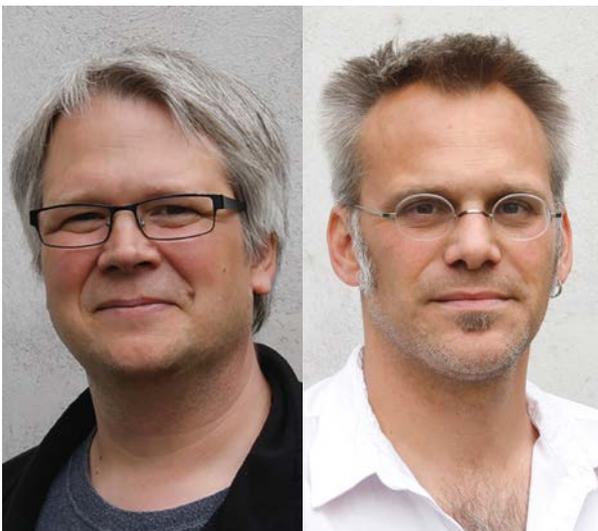
»Das Artensterben ist eine gesellschaftliche Aufgabe. Jeder kann etwas dagegen tun. Wir wollen eine gemeinsame Initiative von Bürgern und Zoos für den Erhalt der Biodiversität aufbauen.«

**TEAM:** Björn Encke, Heiko Werning

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.citizen-conservation.org](http://www.citizen-conservation.org)

Weltweit sterben immer mehr Tierarten aus. Zoos versuchen zwar, bedrohte Arten durch Zucht zu erhalten, aber langfristig wird das nicht ausreichen. Die gute Nachricht: Jede\*r Einzelne kann einen spürbaren Beitrag leisten, die Katastrophe aufzuhalten. Björn Encke und Heiko Werning haben dafür Citizen Conservation gegründet – eine Bewegung, eine Plattform und ein Netzwerk, das private und hauptberufliche Tierliebhaber\*innen zusammenbringt. Citizen Conservation befähigt jede\*n dazu, Artenschützer\*in zu werden und bringt die Kompetenzen aller zusammen. Die Plattform bündelt das Know-how von Privathalter\*innen und Zoos und stellt es gesammelt zur Verfügung, damit der Aufbau von gesunden Populationen in Menschenobhut steigen kann. Björn stammt aus einer Zoo-Familie, war Fernsehjournalist für Tier und Umwelt und Marketing-Leiter eines Zoos. Heiko arbeitete als Chefredakteur zoologischer Fachzeitschriften – ihr vereintes Wissen nutzen sie nun im Kampf gegen den Artenschwund.





## cocktailfilms

Filme mit Haltung

»Stell dir vor, du könntest die Gesellschaft von morgen gestalten. Das haben wir uns vorgenommen. Mit unserem Lieblingsmedium: dem Film.«

**TEAM:** Çağdaş Yüksel, Fehmi Yüksel

**ORT:** Mönchengladbach

**WEB:** [www.cocktailfilms.de](http://www.cocktailfilms.de)

cocktailfilms möchte die Welt verändern – zumindest mit den Werkzeugen, die den Gründern und Cousins Çağdaş und Fehmi Yüksel zur Verfügung stehen. Ihr Werkzeug hierfür: Der Film. Ob online, Fernsehen oder Kino – immer im Spagat zwischen Unterhaltung und gesellschaftspolitischer Relevanz. Die cocktailfilms-Geschichte beginnt 2015 mit dem Debut „ASYLAND“. Ein Dokumentarfilm mit dem Ziel, die Perspektive zu wechseln, denn hier wird MIT Geflüchteten geredet – nicht ÜBER sie. Mit dem Film sind Çağdaş und sein Team an Schulen unterwegs und geben interaktive Workshops zur Rassismus-Prävention. Über 80.000 Jugendliche haben sie so bis heute erreicht. Mit „Rendez-Who“ entwickelten und produzierten sie im Auftrag des WDR zuletzt ein kritisches Reportage-Format: Ein Webformat, bei dem bekannte Persönlichkeiten wie Samy Deluxe, Frank Thelen oder Larissa Rieß über ihre Rolle als Verantwortungstragende in der Gesellschaft sprechen. Kurzum: cocktailfilms sind Medienformate mit Haltung.





## CRCLR HAUS NEUKÖLLN

Eine runde Sache

»Eine positive soziale und ökologische Wirkung muss der neue Standard in allen Branchen und Unternehmen in Deutschland werden. Wir helfen Politik, Wirtschaft und Start-Ups, sich für die Circular Economy fit zu machen.«

**TEAM:** Alice Grindhammer, Felix Klein,  
Laurence Pagni, Vilma-Lou Sinn,  
Simon Uh Choll Lee, Kathleen Wächter

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.crclr.org](http://www.crclr.org)



Unser lineares Wirtschaftssystem funktioniert so: Rohstoffe erschließen, produzieren, konsumieren, wegwerfen. Beugt man die Linie nun aber zum Kreis, entsteht ein zirkuläres System, in dem es keine Abfälle mehr gibt. Was sonst ganz einfach Müll wäre, wird nun erneut zum wertvollen Rohstoff. Das interdisziplinäre Team von CRCLR, mit Hintergründen aus unter anderem Kunst, Journalismus, Film und Bankwirtschaft, hat sich vollständig dieser Idee verschrieben und gründete das erste Berliner Zentrum für zirkuläre Wirtschaft. In ihrem CRCLR-Haus in Berlin-Neukölln schmieden sie dazu an sinnvollen und kreativen Konzepten und beraten zu Themen wie Kreislaufwirtschaft, Müllvermeidung und Bürger\*innen-Aktivierung. CRCLR ist ein Think- und Do-Tank, es ist ein Ort der Begegnung, des Austausches und der Zusammenarbeit. Hier wird an Lösungen für die großen Fragen unserer Zeit, wie Ressourcenknappheit, Klimawandel und soziale Ungleichheit, gearbeitet. Denn die Idee von CRCLR ist mehr als nur ein neuer Ansatz für unser Wirtschaftssystem. Es ist eine Art zu denken und zu handeln: Eben zirkulär statt linear.



## eeden

Co-Creation-Space für visionäre Frauen

»Bei uns kommen inspirierende, kreative, engagierte Frauen\* zusammen, um die Gesellschaft mit all ihren Herausforderungen nachhaltig positiv zu gestalten.«

**TEAM:** Onejiru Arfmann, Kübra Gümüşay, Nürsen Kaya, Jessica Louis

**ORT:** Hamburg

**WEB:** [www.eedenhamburg.de](http://www.eedenhamburg.de)

Onejiru Arfmann, Kübra Gümüşay und Jessica Louis haben es sich zur Aufgabe gemacht, es sich nicht so leicht zu machen. Statt sich einfach nur gegen frauenfeindliche und rechtspopulistische Entwicklungen zu positionieren und auf diese Entwicklungen zu reagieren, haben sie einen Ort geschaffen, an dem die erhoffte Zukunft Gegenwart sein kann. Ein Ort, an dem gemeinsamer kreativer Ausdruck, Wissensaustausch und Zusammenarbeit auf Engagement und Kultur treffen: „eeden“ haben sie diesen Ort getauft. eeden ist eine Kunstgalerie, ein feministischer Co-Creation und Co-Working-Space, ein Inkubator und ein Veranstaltungsort für kulturellen Ausdruck in einem. Hier können Frauen\* aus den Bereichen Kunst, Kultur, Politik, Musik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien die Welt von morgen gemeinsam gestalten. Geplant sind Panels, Konzerte, Lesungen, Pop-Ups und vieles mehr. So wollen die Gründerinnen erreichen, dass Themen rund um Gleichberechtigung, politischen Aktivismus und Zusammenarbeit neu gedacht, umgesetzt und gelebt werden können.





## Eye Build It Creator

Digitale Inklusion

»Wir möchten mit unserem interdisziplinären Projekt auf die Thematik Inklusion im digitalen Raum aufmerksam machen.«

**TEAM:** Adrian Wegener

**ORT:** Trier

**WEB:** [www.eye-build-it.com](http://www.eye-build-it.com)



In vielen Bereichen unseres Alltags und besonders in der weltweiten digitalen Gesellschaft werden körperlich Beeinträchtigte durch technologische Hürden ausgegrenzt, sagt Technical Artist Adrian Wegener. Um etwas dagegen zu unternehmen, hat er das 3D-Kreativprogramm namens Eye Build It Creator entwickelt. Hier verbindet Adrian Innovationen aus den Bereichen Eye-Tracking, User Experience Design und 3D-Druck, um vielseitige Chancen zur Inklusion, Teilhabe und für therapeutische Maßnahmen zu ermöglichen. Allein über die Augenbewegung steuern die Nutzer\*innen das Programm. Hier kann man zunächst virtuelle Blöcke aneinanderfügen und somit digitale künstlerische Gebilde erschaffen. Die von den User\*innen erstellten Objekte finden dann über 3D-Druck den Weg in die physische Welt. Mit dem Eye Build It Creator möchte Adrian körperlich beeinträchtigten Menschen die Möglichkeit geben, sich digital kreativ auszudrücken und haptische Werke zu erschaffen.



## Feral Note

Der perfekte musikalische Moment

»Wir planen als Label nicht nur elektroakustische Musik voranzutreiben, sondern arbeiten ebenfalls an technologischen Neuerungen.«

**TEAM:** Kaan Bulak, Lucilla Schmidinger

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.feralnote.de](http://www.feralnote.de)

Kaan Bulak ist Komponist und Musiker und gründete im Jahr 2017 das Label „Feral Note“. Und hier dreht sich alles um elektroakustische Kunstmusik und zeitgenössische Kammermusik. Für Kaan zählt vor allem der musikalische Moment und die Produktion als Gesamtkunstwerk. Ihm und seiner Kollegin und Label-Managerin Lucilla Schmidinger geht es um den Einklang von gespielter Musik und technologischen Möglichkeiten. Um das zu erreichen, entwickeln sie passgenaue technologische Lösungen, die Musik auf ein neues Level heben. Entstanden ist aus diesem Anspruch in Zusammenarbeit mit industriellen Partner\*innen beispielsweise ein mobiler 360-Grad-Lautsprecher für Konzertsäle. Mit jeder Veröffentlichung wollen sie eine eigene Sammlung von Musik und Kunst mit außergewöhnlichen Komponist\*innen, Musiker\*innen, Produzent\*innen und Künstler\*innen aufbauen und dabei auch eine internationale Vernetzung von Komponist\*innen und Interpret\*innen vorantreiben.





## Healthy Content. Sick Ideas.

**Influencer-Marketing unter gesunden Konditionen**

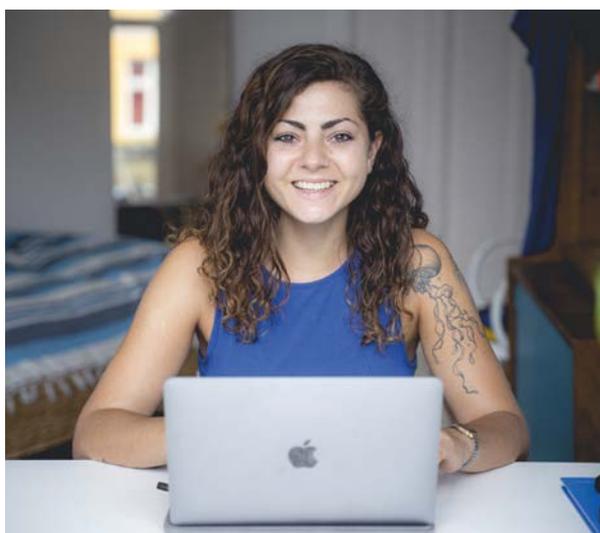
»Ich werde die Rolle von Healthcare Influencern stärken. Online über eine Krankheit aufzuklären kostet Kraft und Mut. Healthy Content schafft für diese wichtige Arbeit einen sicheren und fairen Rahmen.«

**TEAM:** Samira Mousa

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.chronisch-fabelhaft.de](http://www.chronisch-fabelhaft.de)

„Als ich mit Anfang zwanzig den Verdacht auf Multiple Sklerose geäußert bekam, brach für mich erstmal die Welt zusammen“, schreibt Samira Mousa auf ihrem Blog. Hier informiert sie ihre Leser\*innen über ihre Autoimmunerkrankung und gibt ein Beispiel dafür ab, wie man trotz Diagnose den Lebensmut nicht verliert. Über ihr Netzwerk und durch ihre eigenen Kooperationen mit großen Pharma-Unternehmen wurde ihr bewusst, dass viele Mikro-Influencer\*innen und Patientenblogger\*innen für ihre Arbeit nur unzureichend vergütet werden. Die Buchautorin und ehemalige Künstleragentin gründete deshalb eine Agentur, die Healthcare-Influencer\*innen unterstützt, mit Vertreter\*innen von Pharmaunternehmen Kooperationsverträge zu fairen Konditionen für beide Seiten auszuhandeln. So kann es den Influencer\*innen gelingen, aus dem bisherigen Hobby oder Nebenberuf eine volle Beschäftigung zu machen und sich ganz und gar auf die Aufklärungsarbeit zu konzentrieren. Samira trägt damit zu mehr Fairness im wachsenden Bereich des Influencer-Marketings in der Gesundheitsbranche bei.





## honopū

Plastikfrei im Alltag

»Mit honopū zeigen wir, dass Innovationen manchmal auch ganz simpel sein können. Wir ermöglichen, dass Alltagsprodukte bestens ohne Kunststoffe funktionieren können.«

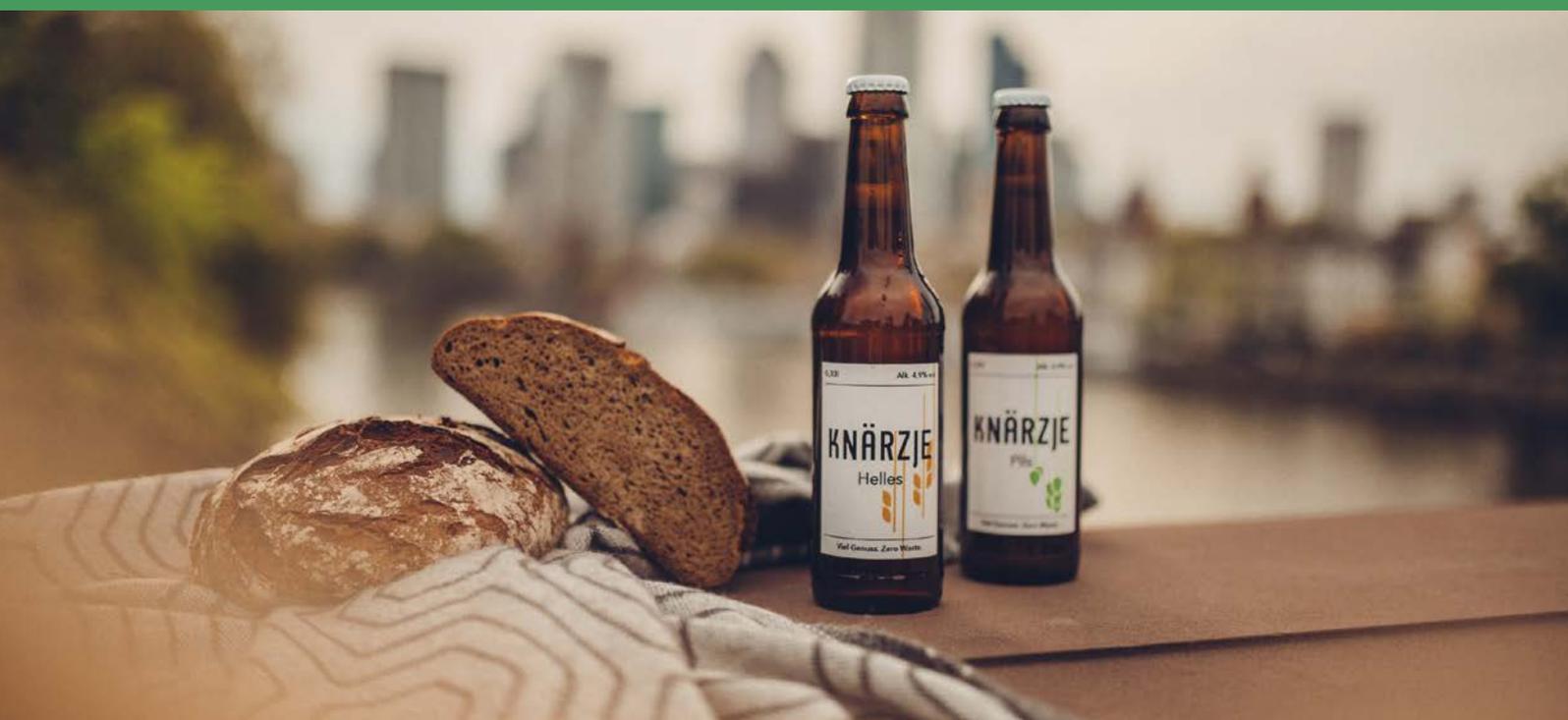
**TEAM:** Christian Schnülle, Dennis Schulze

**ORT:** Bremen

**WEB:** [www.honopu.de](http://www.honopu.de)

honopū ist hawaiianisch und bedeutet „Muschelgehäuse“ und steht für ein Leben im Einklang mit der Natur. Zu einem solchen Leben wollen der selbstständige Ecommerce- und Online-Marketing Consultant Dennis Schulze und Umweltwissenschaftler Christian Schnülle mit ihrem Gründungsvorhaben honopū beitragen: Ein Verschlussystem für Lebensmittelbehältnisse, das komplett plastikfrei ist. Schon seit Jahren leben Dennis und Christian sehr achtsam in Bezug auf Umwelt und Klimaschutz. Was ihnen dabei besonders aufgefallen ist, waren die mangelhaften Möglichkeiten Lebensmittel umweltschonend zu transportieren und zu lagern. Denn die wenigsten Einweg- und Mehrweg-Lebensmittelverpackungen kommen ohne biologisch kaum abbaubare Synthetik aus. Auch Glasflaschen werden meist mit Deckeln verschlossen, die zur Dichtung Plastik oder andere synthetische Stoffe verwenden. Das wollen die beiden mit innovativem Produktdesign ändern. Sie haben ein Verschlussystem entwickelt, das aus ökologisch und gesundheitlich unbedenklichen Materialien besteht – ihr Beitrag für einen plastikfreieren Alltag.





## Knärzje

Viel Genuss. Zero Waste.

»Wir wollen zeigen, dass Nachhaltigkeit und Genuss wunderbar zusammenpassen und Zero Waste auch für Lebensmittel gilt.«

**TEAM:** Daniel Anthes, Ralf Wagner

**ORT:** Frankfurt a. M.

**WEB:** [www.knaerzje.de](http://www.knaerzje.de)



Knärzje ist ein Zero-Waste-Bier, gebraut mit aussortiertem Brot. Daher auch der Name „Knärzje“, denn damit meint man in Hessen das Endstück eines Brotlaibs. Für das Gründer-team Daniel Anthes und Ralf Wagner steht das Knärzje damit aber auch symbolisch für die Verschwendung von Lebensmitteln. Zwei Millionen Tonnen Backwaren landen jährlich im Müll, obwohl sie noch einwandfrei genießbar wären. Statt im Müll landet dieses Brot nun im Braukessel, um Genuss zu ermöglichen und Verschwendung zu reduzieren. Der Autor, Publizist und Trendforscher Daniel Anthes und der Berater und Organisationsentwickler Ralf Wagner engagieren sich schon seit Jahren gegen die Lebensmittelverschwendung. Aus dem ersten Kochworkshop wurde das erste eigene Foodfestival. Aus dem ersten Blogpost wurde das erste eigene Buch mit dem Titel „Weil wir Essen lieben“. Aus dem Palettenstand wurde der eigene Foodtruck. Und nun kommt das erste eigene Bier. Die beiden fordern sich regelmäßig selbst in ihrer Kreativität heraus, um noch mehr Menschen mit der Botschaft zu erreichen, dass es sich lohnt und möglich ist, nachhaltig mit unserer Nahrung umzugehen.



## KNOWBODY

Schluss mit den Störchen

»Wir wünschen uns eine aufgeklärtere und selbstbestimmtere Gesellschaft, in der Sexualkunde kein Tabuthema mehr ist.«

**TEAM:** Fabian Diga, Vanessa Meyer, Carolin Strehmel

**ORT:** Lüdenscheid

Sexualkunde zeitgemäß vermitteln? Kann doch nicht so schwer sein, dachten sich Vanessa Meyer und Carolin Strehmel und entwickelten gemeinsam mit Fabian Diga die App KNOWBODY. Das Ziel ist die Vermittlung einer zeitgemäßen Sexualkunde, die junge Menschen dazu befähigt, selbstbewusste Entscheidungen in Bezug auf den eigenen Körper und die eigene Sexualität zu treffen. Über eine kreative Aufbereitung der Inhalte wollen sie mit ihrer App Schüler\*innen der Sekundarstufe aktuelle Informationen rund um Sexualität, Gendergerechtigkeit und Aufklärung vermitteln. Vanessa und Carolin lernten sich während des Studiums kennen. Die eine studierte Wirtschaftswissenschaften, die andere Kulturwissenschaften. Beide verband das Interesse an gesellschaftlichen Themen wie Feminismus, sexuelle Gleichberechtigung und Bildungsgerechtigkeit. Vor kurzem lernten die Jungunternehmerinnen den Programmierer Fabian kennen. Zusammen mit ihm arbeiten sie nun weiter an der Entwicklung der App. Ihre Leidenschaft für moderne Medienformate zur Stärkung der Persönlichkeitsbildung junger Menschen stecken sie nun gemeinsam in KNOWBODY.





## Kontextlab

Webpublishing mit Tiefgang

»Wir arbeiten mit sehr viel Spaß, Neugierde, Erfindergeist, Offenheit, Kompetenz und unermüdlicher Motivation gemeinsam an unserer Vision, mit dem Kontextlab einen neuen Standard in der Wissensvermittlung zu etablieren.«

**TEAM:** Julia Köberlein, Bernhard Scholz, Erich Seifert

**ORT:** München

**WEB:** [www.kontextlab.com](http://www.kontextlab.com)

Wir leben in einer Zeit, in der Informationen und damit Wissen zu allen denkbaren Themen nahezu unbegrenzt zugänglich sind. Diese Flut an Informationen bedeutet aber auch, dass es zunehmend schwer fällt, sie in einen objektiven Gesamtkontext einzuordnen. Um diese Lücke zu schließen, haben Editorial-Designerin Julia Köberlein, Geisteswissenschaftler Bernhard Scholz und Software-Entwickler Erich Seifert das Onlineformat „Der Kontext“ gegründet. Hier publizieren sie zu aktuellen Themen umfassende Hintergrundaufgaben. Aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten sie Themenkomplexe bis in die Tiefe – mit Expert\*innen-Interviews, Hintergrundartikeln und Multimedia-Content. Hinter ihrem Onlineformat steckt eine Webpublishing-Software, die sie selbst entwickelt haben. Hierüber lassen sich Wissenskarten oder Mindmaps erstellen, über die Nutzer\*innen Schritt für Schritt visuell tiefer in den Kontext eintauchen können. Für Unternehmen, Organisationen und Institutionen bietet das Kontext-Team die Möglichkeit an, die Technologie zu lizenzieren, um die eigenen Themenkomplexe und Geschichten für Kund\*innen, Partner\*innen oder auch für Mitarbeiter\*innen leichter zugänglich zu machen.





## Kugel und Niere

Die Podcast-Schmiede

»Wir wollen amerikanisches Podcast-Storytelling auch in Deutschland groß machen.«

**TEAM:** Christian Alt, Michael Bartlewski, Anna Bühler, Markus Otto Köbник, Elisabeth Veh

**ORT:** München

**WEB:** [www.kugelundniere.com](http://www.kugelundniere.com)

Kugel und Niere, das sind die Journalist\*innen Christian Alt, Michael Bartlewski, Anna Bühler, Markus Otto Köbник und Elisabeth Veh. Kennengelernt haben sie sich beim Bayerischen Rundfunk und haben dort ihre gemeinsame Liebe zu Podcasts entdeckt. Mit Kugel und Niere wollen sie immersive Podcasts produzieren, die die Hörer\*innen vergessen lassen, dass sie eigentlich schon vor drei Stationen aus der U-Bahn hätten aussteigen müssen. Sie wollen fesselnde Audio-Geschichten erzählen, die Menschen bewegen sollen. Ihre Vorbilder sind die großen Storytelling-Podcasts aus den USA. Mit Kugel und Niere will das Gründerteam diese Erzähltradition jetzt noch stärker in Deutschland etablieren und mit ihrem eigenen Erzählstil verknüpfen. Neben der Produktion von Podcasts als Auftragsarbeiten, zeigen Kugel und Niere Unternehmen in Workshops, wie sie selbst Audio-Geschichten für ihr Marketing, zur Kundenakquise oder zur Mitarbeiterschulung nutzen können.

DER  
MOMENT



## Kulero GmbH

Umweltschutz als Nachtisch

»Wir möchten mit unserem Unternehmen großen Konzernen zeigen, dass die Wirtschaft auch sozial und nachhaltig funktionieren und man trotzdem Gewinn erwirtschaften kann.«

**TEAM:** Hemant Chawla, Kadambari Goel, Theo Hollweg, Chocco Nox, Kruvil Patel, Juliane Schöning, Annabelle Schunk

**ORT:** Göttingen

**WEB:** [www.kulero.de](http://www.kulero.de)



Plastikbesteck führt weltweit zu großer Umweltverschmutzung. Allein in Deutschland entstehen jährlich mehr als 9300 Tonnen Plastikmüll durch Einwegbesteck. Die Gründer\*innen von Kulero möchten den Menschen ihre Verantwortung insbesondere für kurzlebige Konsumgüter und deren Entsorgung aufzeigen und Alternativen anbieten. Deshalb entwickelte das achtköpfige Team aus Designer\*innen, PR-Manager\*innen und IT-Fachleuten einen Löffel, der nach der Mahlzeit nicht in den Müll, sondern in den Mund wandert: Den essbaren Kulero-Löffel. Produziert wird der Löffel aus nachwachsenden Rohstoffen wie Hirse, Gerste und weiteren Getreidemehlen. Und die Einsatzmöglichkeiten sind riesig, da ist sich das Gründerteam sicher: zum Beispiel in Eisdielen, Restaurants, Foodtrucks, Supermärkten, Imbissständen, Fluglinien, auf Festivals oder auch im privaten Gebrauch für Partys bis hin zu Kindergeburtstagen. Den Löffel gibt es in acht Geschmacksrichtungen – ein Umweltschutz, der jede\*m schmeckt.



## Lithium Architects GmbH

Die Zukunft des Bauens

»Gemeinsam mit Partner\*innen aus der Industrie und aus der Softwareentwicklung haben wir derzeit die Chance, unsere Träume wahr werden zu lassen.«

**TEAM:** Leonie Hartmann, Alamir Mohsen, Holger Strauß, Selina Valentini

**ORT:** Frankfurt am Main

**WEB:** [www.li3architects.com](http://www.li3architects.com)

Lithium Architects, das sind Alamir Mohsen und Holger Strauß und gemeinsam mit ihrem Netzwerk sind sie mehr als ein Architekturbüro. Sie sind eine Gruppe von Architekt\*innen, Ingenieur\*innen und Forscher\*innen, die klassische Baukonstruktionen mit modernsten Technologien und aktuellen Bauvorschriften in Einklang bringen wollen. Dabei setzen sie ihren Fokus auf 3D-gedruckte Verbindungsteile, die sich individuell an die architektonische Herausforderung und an die Gegebenheiten auf der Baustelle anpassen lassen. Eine 3D-gedruckte Fassadenverbindung, die eine Gewichteinsparung ermöglicht, wurde von Lithium Architects entworfen. Die Kombination von spezialisierten Softwareprogrammen stellt sicher, dass das gedruckte Verbindungsstück auch mit allgemeinen Bauvorschriften übereinstimmt. Hiermit wollen sie den Bau von komplizierten Fassadenkonstruktionen erleichtern, neue Planungsmöglichkeiten eröffnen und den Bauprozess insgesamt effizienter gestalten.





## Living Brain

Gartenarbeit im Krankenbett

»Mit Living Brain möchten wir dafür sorgen, dass in der kognitiven Reha neurologischer Erkrankungen der Patient zurück in den Mittelpunkt kommt. Dies wollen wir spielerisch mit Wissenschaft und moderner Technologie erreichen.«

**TEAM:** Till Ikemann, Julian Specht, Barbara Stegmann

**ORT:** Heidelberg

**WEB:** [www.livingbrain.de](http://www.livingbrain.de)



4,5 Millionen Menschen leiden in Deutschland an kognitiven Einschränkungen durch eine neurologische Erkrankung, also an Schwierigkeiten mit dem Gedächtnis, der Aufmerksamkeit oder der Konzentration. Sie müssen wieder lernen, alltäglichste Dinge selbstständig durchzuführen. Das interdisziplinäre Team von Living Brain möchte diesen Menschen helfen. Dabei setzt es auf gamifizierte VR-Technologie zur Unterstützung der Therapie: Noch im Krankenbett wird den Patient\*innen ermöglicht, im virtuellen Supermarkt einzukaufen oder Gartenarbeit zu verrichten, so dass sich neuronale Bahnen in einem frühen Stadium neu verbinden können. Dem Team um Barbara Stegmann, Julian Specht und Till Ikemann geht es darum, Betroffene in die Lage zu versetzen, dass sie unabhängig von Ort und Zeit ihr Training selbst bestimmen können. Wo heute noch Stift und Papier das gängige Trainingsmaterial sind, übertragen sie kognitive Neurorehabilitation auf moderne VR-Technologie – und ermöglichen so ein Training, das Anreize durch spielerische Alltagsszenarien gibt.



## ooshi

Innovative Hygienemode

»Wir finden, dass es Zeit ist für eine komfortable und nachhaltige Periode.«

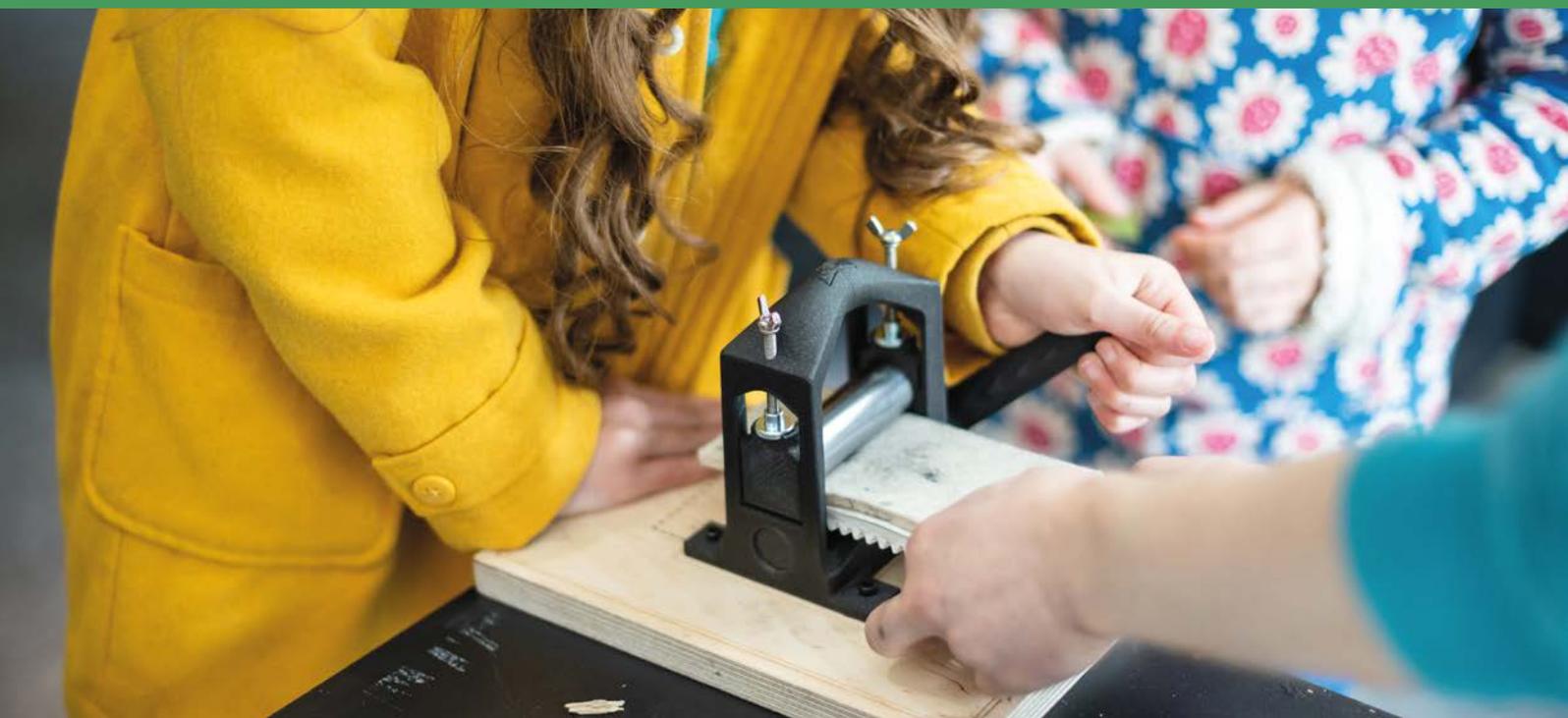
**TEAM:** Kati Ernst, Kristine Zeller

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.ooshi-berlin.de](http://www.ooshi-berlin.de)

Es betrifft ungefähr die Hälfte der Bevölkerung. Dennoch sind Innovationen im Bereich der Hygiene-Artikel zur weiblichen Menstruation eher selten. Die Freundinnen Kati Ernst und Kristine Zeller sind sich einig, dass sich hier etwas ändern muss. Nach einer Recherche fanden sie ein Produkt, das es in den USA schon länger gibt, in Deutschland aber noch kaum jemandem ein Begriff ist: die Period Panty – Periodenunterwäsche also, eine waschbare Unterhose mit integrierter Membran im Schrittbereich. Den beiden war schnell klar: So etwas braucht es auch bei uns und – das kriegen wir besser hin! Mit Hilfe befreundeter Wissenschaftler\*innen arbeiteten sie an ersten Ideen, zogen Textilexpert\*innen und Produktentwickler\*innen zu Rate, interviewten Gynäkolog\*innen und testeten Materialproben von Lieferanten aus ganz Europa. Parallel führten sie Befragungen durch, um die Bedürfnisse der Frauen besser zu verstehen. Im Juni 2018 war es dann soweit und sie hielten den ersten Prototyp der ooshi-Periodenunterwäsche in der Hand. Prompt im August gründeten sie dann ihr eigenes Unterwäsche-Modellabel, die ooshi GmbH. Und wollen hier, wie sie selbst sagen, die Art, wie Frauen ihre Menstruation managen, revolutionieren.





## Open Press Project

Mit Druck in die Zukunft

»Unser Ziel ist es, die Druckkunst und speziell den Tiefdruck allen Interessierten zugänglich zu machen. Hierzu produzieren wir mit 3D-Druckern kleine Tiefdruckpressen, die Kreativen neue oder eigentlich wieder ‚alte‘ Ausdrucksformen bieten.«

**TEAM:** Dominik Schmitz, Martin Schneider

**ORT:** Köln

**WEB:** [www.openpressproject.com](http://www.openpressproject.com)

Die Erfindung der Druckpresse vor über 500 Jahren revolutionierte den Kommunikations- und Informationsbereich und leitete die Epoche der Frühmoderne ein. Bilder und Texte, Wissen und Ideen konnten nun schnell vervielfältigt werden. Die Buchdruckkunst war geboren. Heute ist es Designer Martin Schneider, der die Druckpresse und ihre Tradition mit neuen Technologien in die Zukunft befördert. Er hat die erste 3D-gedruckte Tiefdruckpresse für zu Hause erfunden und dazu Druckdateien kostenlos im Internet zur Verfügung gestellt. Normalerweise sind Druckpressen groß und schwer, sie stehen in speziellen Werkstätten oder Universitäten. Seine Presse zum Selberdrucken ist klein und handlich für den Privatgebrauch. Nachdem Martin sein Projekt über Social Media veröffentlichte, begannen Druckgrafiker\*innen auf der ganzen Welt ihre eigene Presse zu drucken und damit zu experimentieren. Rund 1500 Druckbegeisterte sowie der Fotograf und Designer Dominik Schmitz kamen als Unterstützung über eine Kickstarter-Kampagne hinzu. Kunstlehrer\*innen nahmen die Idee auf und drucken heute an Schulen und Orten, an denen Druckgrafik bisher nicht möglich war.





## Prototyping Futures

Land in Sicht!

»Es braucht starke Dorfgemeinschaften, die zusammen mit Politik und Wirtschaft ihre Zukunft selbst gestalten. Wir möchten einen Teil dazu beitragen – mit kreativen Methoden und positiven Beispielen.«

**TEAM:** Isabella Kellermeier, Julia Senft

**ORT:** Hamburg

**WEB:** [www.prototypingfutures.de](http://www.prototypingfutures.de)

Ein entschleunigtes Leben, ein starker gemeinschaftlicher Zusammenhalt, glückliche Hühner und beschauliche Bauernhäuser ... Die Vorstellung vom Landleben ist voller Klischees, doch die Realität sieht oft anders aus. Denn dörfliche Lebenswelten befinden sich im Wandel. Viele Orte sorgen sich um ihre Zukunft. Doch wie können Dorfgemeinschaften eine Vision für ihre Zukunft entwickeln? Diese Frage stellten sich die Transformationsdesignerinnen Isabella Kellermeier und Julia Senft in ihrer Masterarbeit. Und entwickelten daraus nun das Beteiligungsformat „Prototyping Futures“ – ein analoges Toolkit, ein Impulswerkzeug und eine Anleitung zur Gestaltung der Dorfgemeinschaft von morgen. Darin enthalten sind Kartensets und Begleithefte, mit denen dörfliche Gemeinschaften ihre Handlungsspielräume für eine Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit und Lebensqualität selbst gestalten können. Mit ihrem Toolkit wollen Isabella und Julia neue Perspektiven schaffen für Land und Leute, glückliche Hühner und neu zu gestaltende Klischees.





## Questlog

In 80 Kästchen um die Welt

»Produkte für das individuelle und gemeinsame  
Erinnern und Reflektieren von besonderen  
Erlebnissen anhand von analogen und digitalen  
Mementos zu entwickeln, ist meine Vision.«

**TEAM:** Frederic Geiger

**ORT:** Lörrach

**WEB:** [www.questlog.eu](http://www.questlog.eu)



Wunderbare Reiseerlebnisse sind oft mit kleinen Gegenständen verknüpft, die wir als Souvenirs in die Heimat tragen. Als Reisender ist Frederic Geiger schon viel auf der Welt herumgekommen und hat von überall kleine Erinnerungen mitgebracht. Zu Hause angekommen, landen diese Erinnerungen dann oft in der Schublade und geraten in Vergessenheit. Viel zu schade, dachte sich Frederic und kam auf die Idee von Questlog. Questlogs sind individuell designte Aufbewahrungsorte für die Schätze, die dabei helfen, Erfahrungen und Erinnerungen präsent zu halten. Das Kästchen, bestehend aus finnischem Birkenholz, lässt sich ins Regal stellen oder auch an die Wand hängen. Mit Lasertechnik ist die eigene Reiseregion als Landkarte eingebrennt und die Reiseroute kann mit einem Faden zu Hause nachgezogen werden. Mit liebevollem Produktdesign möchte Frederic achtsames Reisen unterstützen und den Blick auf die kleinen Dinge und deren Geschichten lenken sowie die Sinne für die Schönheit und Vielfalt der Welt schärfen.



## REFLECTIVE BERLIN

Sichtbar mit Stil

»Wir möchten unseren kleinen Beitrag zu einem nachhaltigen Wandel urbaner Mobilität leisten. Durch die Auszeichnung bewegen wir hoffentlich noch mehr Menschen dazu, ihre gelbe Warnweste gegen schicke reflektierende Accessoires auszutauschen und das unmotorisierte Vorankommen in der Stadt zu genießen.«

**TEAM:** Antoine Capeyron, Eberhard Schilling

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.reflective.berlin](http://www.reflective.berlin)

Ob auf der einsamen, dunklen Landstraße oder im unübersichtlichen Verkehrsgetümmel einer Großstadt-Rush-Hour: Fahrradfahrer\*innen werden schnell übersehen, wenn sie nicht ausreichend auf sich aufmerksam machen. Reflektoren und Warnwesten helfen dabei, sind aber nicht besonders stilvoll. Um das trockene Thema Verkehrssicherheit attraktiver zu machen, entwickeln der Kommunikations- und Politikwissenschaftler Eberhard Schilling und der Designer Antoine Capeyron Konzepte und reflektierende Accessoires rund ums Fahrrad, die individuell und universell einsetzbar und alles andere als langweilig sind. Die Produktion ist lokal und inklusiv, sie arbeiten mit Berliner Behindertenwerkstätten zusammen. REFLECTIVE BERLIN agiert an der Schnittstelle von Verkehrssicherheit und Produktdesign und möchte einen Beitrag zu einem stressfreien Alltag mit weniger Autolärm, Luftverschmutzung und vermeidbaren Gefährdungen leisten. Denn wenn Sicherheit Spaß macht, dann wird auch nachhaltige Mobilität attraktiver.





## s'BoulderBlöcke

Urbane Kletterpartie

»Die Gesellschaft von heute benötigt mehr körperliche Herausforderungen in Form von Bewegungs- und Begegnungsräumen.«

**TEAM:** Aline Viola Otte

**ORT:** Stuttgart

**WEB:** [www.boulderblöckle.de](http://www.boulderblöckle.de)

Wer Klettersport betreibt, wird nicht nur aktiver, sondern auch selbstbewusster, weil er sich körperlich mehr zutraut – das weiß Architektin Aline Viola Otte aus eigener Erfahrung. Ihre Leidenschaft ist der Klettersport, speziell das Bouldern, also das Klettern ohne Seil und Gurt an Felsblöcken, Felswänden oder an künstlichen Kletterwänden in Absprunghöhe. Aus ihrer Begeisterung für die Architektur und das Klettern hat sie s'BoulderBlöcke entwickelt: die kleinste modulare Boulderanlage für den privaten als auch öffentlichen Sektor. Erstmals bietet sie damit ein kompaktes Sportgerät und kein Spielgerät für das Bouldern im Außenbereich an. Ein erster Prototyp steht aktuell unter der Paulinenbrücke in Stuttgart. Aline arbeitet bereits an einer weiteren Produktpalette, für nachhaltige Produkte, die für den Bau von Boulderanlagen zum Einsatz kommen sollen. Gerade im urbanen Raum will Aline mit ihren Blöcke die Möglichkeit eröffnen, durch ein vielfältiges Bewegungsangebot mehr Lebensqualität zu gewinnen – beziehungsweise zu erklettern.





## SI BEAU

Selbstbewusste Weiblichkeit im Job

»Wir kreieren einen Kleidungsstil, der den Business- und Freizeitlook vereint: Komfortable Outfits, in denen Frauen sich jeden Tag mühelos elegant im (Arbeits-)Alltag fühlen können.«

**TEAM:** Amber Duettmann, Valentina Harrendorf

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.sibeau-women.com](http://www.sibeau-women.com)

Die beiden Gründerinnen Amber Duettmann und Valentina Harrendorf verfolgen die Mission, die Femininität im Businessalltag zu feiern. Hierzu haben sie die Fashion-Brand SI BEAU aufgebaut und wollen damit den Alltag der modernen Businessfrau erleichtern. Bei ihrer Workwear-Kollektion haben sie alles daran gesetzt, die perfekte Businesscasual-Wardrobe für Frauen zu entwickeln: Feminine, moderne Designs mit Fokus auf hochwertige Funktionalität und Komfort – und das zu einem fairen Preis, ermöglicht durch das direct-to-consumer Modell. Sie möchten einen Stil etablieren, mit dem Businessfrauen ihre Femininität im Office nicht hinter grauen Anzügen verstecken müssen, sondern selbstbewusst ausdrücken können. Schon der Name ihres Modelabels drückt diese Mission aus. Er ist inspiriert von Simone de BEAUvoir, einer französischen Philosophin und Ikone des modernen Feminismus. Valentina und Amber wollen in ihrer Kollektion Beauvoirs Gedankengut und Vermächtnis ein Stück weit weitertragen und für die moderne Frau tragbar machen.





## SLOW BROS. – Harold Halibut

Stop-Motion-Film trifft Videogame

»Es ist das erste Mal in der Geschichte der Videospiele, dass 3D-Scanning in solch einem Umfang angewandt wird. Wir wollen eine konsistente Erfahrung schaffen, in der der visuelle Stil, die Atmosphäre und der Humor Hand in Hand gehen.«

**TEAM:** Daniel Beckmann, Onat Hekimoglu, Fabian Preuschoff, Ole Tillman

**ORT:** Köln

**WEB:** [www.haroldhalibut.com](http://www.haroldhalibut.com)



Das Team von Slow Bros. verknüpft analoge und digitale Welten in Form von interaktiven Erlebnissen. Von Kunstinstallationen über Serious Games und VR-Erfahrungen bis hin zu kleinen Freizeitspielen ist alles möglich. Ihr aktuelles Projekt ist das Videospiel Harold Halibut. In der Geschichte der Videospiele, die bekanntlich schon vieles gesehen hat, stellt es eine Neuheit dar. Alles begann als Gespräch am Esstisch über die Abenteuerspiele, die sie als Kinder spielten – mit Figuren, Lego und mit Knete. Es ging um Welten, denen die Kinderhände durch das eigene Erbauen Leben einhauchten. Später kamen dann die Videospiele dazu. „Warum nicht beides miteinander verbinden?“, dachte sich das Gründerteam und die Idee zu Harold Halibut war geboren: Ein digitales Spiel, das wie ein Stop-Motion-Film aussieht. Jedes Objekt ist zunächst einzeln per Hand gebaut und wird dann per 3D-Scanning ins Digitale übertragen. In Kleinstarbeit baute das Team Puppenhaus-Sets und Marionetten, nähte Miniatur-Textilien und klebte Holzdielen zusammen. Die Veröffentlichung des Games ist für 2020 geplant.



## SoundWERK

Die Fabrik als Orchester

»In SoundWERK kann ich meine Liebe zu Sound und zum kreativen Gestalten ausleben und Geschichten von Klangräumen, Produktionen und Unternehmen erzählen.«

**TEAM:** Jonas Urvat

**ORT:** Schiltach

**WEB:** [www.soundwerkproductions.de](http://www.soundwerkproductions.de)

In jedem Moment unseres Lebens umgeben uns zahlreiche Geräusche, die wir oft als Lärm empfinden. Doch liegt es an uns, wie wir diese Klanglandschaften wahrnehmen, sagt Sounddesigner Jonas Urvat. Mit seinem Unternehmen SoundWERK begibt er sich auf die Suche nach den klingenden Geschichten in Fabriken, Handwerksbetrieben und „Klangräumen“ jeder Art. Hören wir doch einmal hinein in die Fabrik: Es ist ein Chor aus Hunderten von mechanischen Prozessen in einer Maschinenhalle, man hört das vielschichtige Brummen der Ventilatoren, das Blubbern und Gurgeln aus den Tiefen eines Tanks ... Diese Sound-Recordings sind der Rohstoff, um die Orte und Produkte für Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen auf neue Art erlebbar zu machen. SoundWERK findet die Musik, die in diesen Klängen steckt und verarbeitet sie zu einer Komposition, um die akustische Seele der Produktionsorte lebendig werden zu lassen – am Ende dann in Live-Konzerten und Klanginstallationen, in Image-Videos und Social-Media-Snippets für das Unternehmen.





## Stoffdach GmbH

Temporäre Räume im Freien

»Unser Ansatz ist, die Welt schöner zu machen.«

**TEAM:** Carlo Leopold Broschewitz, Janek Jeschke

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.stoffdach-zelte.de](http://www.stoffdach-zelte.de)

Eine kleine Party mitten im Wald, ein paar Hundert Leute, ein DJ, gemeinsames Beisammensein und Tanzen ... Die Künstler Carlo Broschewitz und Janek Jeschke haben schon viele private Outdoor-Raves organisiert. Das ging immer so lange gut, bis es entweder anfang zu regnen oder die Sonne zu sehr herunterbrannte. Also ließen sie in Handarbeit ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Stoffdach nähen, sozusagen ein fliegendes Zelt ohne Seitenwände. Die Idee dahinter: Die Schaffung von architektonischen, temporären Räumen im Freien. Ihre Idee traf auf positive Resonanz bei den Besucher\*innen und plötzlich erhielten sie immer mehr Kauf- und Mietanfragen. Also machten die beiden aus der Produktion individueller und nachhaltiger Stoffbedachungen ein Unternehmen. Mittlerweile haben sie mit ihrer Stoffdach GmbH bereits 35 verschiedene Varianten für Festivals, Hochzeiten oder Caterings entwickelt – und lassen durch die architektonische Intervention im Raum neue Begegnungsräume entstehen.





## tebalou

Für mehr Vielfalt in Kinderzimmern

»Damit Kinder sich gesund entwickeln können, müssen sie sich in den Helden und Heldinnen ihrer Bücher, in ihren Puppen und Spielfiguren und in den Bildern, die sie umgeben, gespiegelt sehen.«

**TEAM:** Olaolu Fajembola, Tebogo Niminde-Dundadengar

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.tebalou.de](http://www.tebalou.de)

Warum sind die meisten Babypuppen in Hellrosa gekleidet und weshalb sind Held\*innen in Kinderbüchern fast ausschließlich weiß? Diese Fragen stellten sich die Kulturwissenschaftlerin und Autorin Olaolu Fajembola und die Psychologin Tebogo Niminde-Dundadengar schon seit ihrer Kindheit. Bereits vor über 30 Jahren fanden sie es manchmal schwierig, sich mit den Geschichten, die sie lasen oder erzählt bekamen, zu identifizieren. Ein Blick in die Kinderzimmer von heute bestätigte ihnen, dass sich daran noch nicht viel geändert hat. Also gründeten die beiden den Online-Shop tebalou. Der Online-Shop bietet Spielsachen an, die nicht die gängigen Prototypen von Geschlecht, Hautfarbe, Familienkonstellation oder Religion bedienen. Zum Beispiel Bastelmaterialien und Farbstifte in unterschiedlichen Hauttönen oder Puppen unterschiedlicher ethnischer Herkunft. So kann sich das Kind in den eigenen Spielsachen wiedererkennen, bunte Fantasiewelten malen und positive Spiegelbilder finden.



## HOW IT WORKS



## tip me

Das digitale Trinkgeld

»Unser Ziel ist eine Welt, in der faire Löhne selbstverständlich sind.«

**TEAM:** Robin Collin, Helen Deacon, Jonathan Funke, Oliver Sonnenwald

**ORT:** Berlin

**WEB:** [www.tip-me.org](http://www.tip-me.org)

tip me setzt sich ein für eine Welt, in der faire Produkte selbstverständlich sind und ebnet den Weg zu einer fairen Globalisierung. Dem kreativen Gründerteam Jonathan Funke, Helen Deacon, Robin Collin und Oliver Sonnenwald geht es mit ihrem Sozialunternehmen darum, globale Lieferketten transparent und nachhaltig zu machen. Um das zu erreichen, verbinden sie eine analoge Tradition mit den digitalen Möglichkeiten unserer Zeit. Sie machen aus dem altbekannten Trinkgeld: das globale Trinkgeld. Hierzu eröffnen sie im Bereich des Online-Handels mit tip me Möglichkeiten, wie jeder die Produzent\*innen hinter dem gekauften Produkt direkt unterstützen kann – und zwar in Form eines digital vergebenen Trinkgelds. Wer online bei den tip me-Partnershops einkauft, kann ein solches globales Trinkgeld vergeben. Dieses Trinkgeld kommt zu 100 % bei den Hersteller\*innen des Produktes an. So kann jeder die Näher\*innen, Farmer\*innen und alle Menschen hinter dem Produkt unterstützen und damit ihre Bedingungen vor Ort verbessern.





## TUTAKA

**Purer Ecoismus!**

»Durch faire Lieferketten und die Inspiration zu neuen Konsummustern machen wir das Gastgewerbe nachhaltiger. Das hat zahlreiche positive soziale und ökologische Auswirkungen.«

**TEAM:** Franziska Altenrath, Alexandra Herget

**ORT:** Hamburg

**WEB:** [www.tutaka.com](http://www.tutaka.com)

No time to waste! Franziska Altenrath und Alexandra Herget von TUTAKA, die sich in Berlin an der Mediadesign Hochschule kennenlernten, haben es sich zur Mission gemacht, Nachhaltigkeit im B2B-Bereich zugänglicher zu machen. Sie beraten als Agentur Gastronomiebetriebe, Hotels, Events und Festivals zu den Themen Storytelling, Angebotsgestaltung für neue Zielgruppen sowie interne und externe Nachhaltigkeitskommunikation. Damit auf Worte auch Taten folgen, bieten sie auf ihrem Marktplatz auch direkt das nötige Sortiment: Von Fairtrade-Bio-Bettwäsche über hochwertige Berufsbekleidung bis hin zu Upcycling-Geschirr und Naturkosmetik können Gastgeber\*innen bei ihnen direkt die passende Ausstattung beziehen. TUTAKA möchte den Diskurs in einem absatzstarken Markt mitgestalten: Weg von leeren Worthülsen und Öko-Klischees. Hin zu echter Nachhaltigkeit, deren Mehrwert eben nicht nur ökologisch ist, sondern auch wirtschaftlich relevant und gemeinschaftlich. So fühlen sich Gäste und Gastgebende pudelwohl, wenn alle ein wenig ecoistischer denken!





## WISP Kollektiv

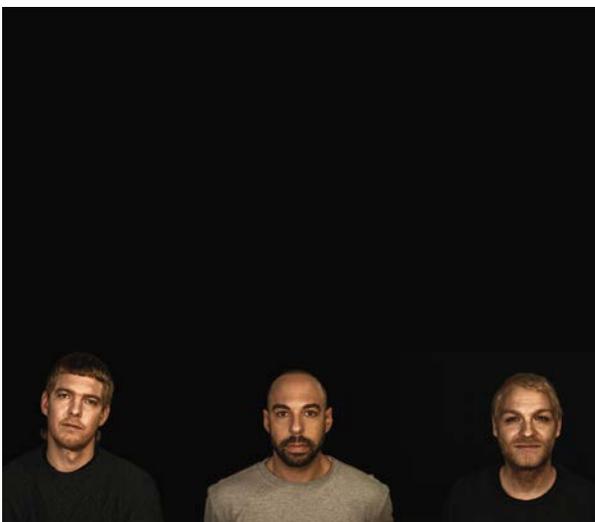
Überraschungen mit Klang im Raum

»Netzwerke sind für uns als Kollektiv der ausschlaggebende Faktor zum Erfolg – voneinander lernen, miteinander wachsen.«

**TEAM:** Nina Buttendorf, Emma Chapuy, Felix Deufel, Paul Schengber, David Simmons

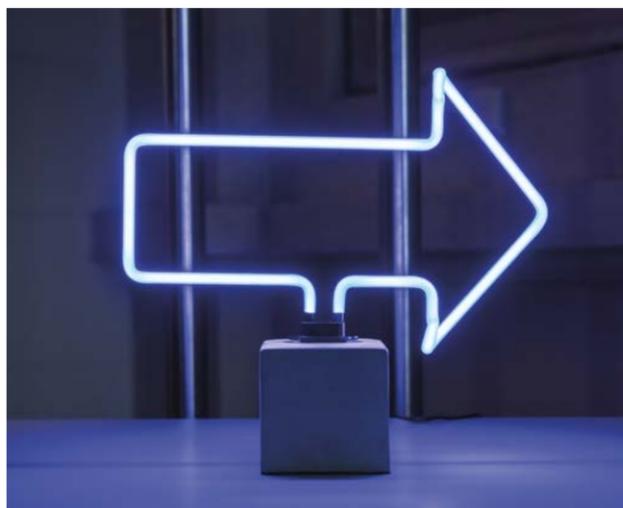
**ORT:** Leipzig

**WEB:** [www.wisp-kollektiv.de](http://www.wisp-kollektiv.de)



Das WISP Kollektiv ist ein Studio für digitale Kunst, Design und Kultur an der Schnittstelle zu Technologie, Wissenschaft und Philosophie. Es erschafft eigene Projekte und Auftragsarbeiten mit Klang und Licht im Raum wie zum Beispiel Installationen, Kompositionen, Sounddesigns, Performances und Konzertproduktionen für Ausstellungen und Live-Shows. Spezialisiert hat es sich auf 3D-Audio-, Interaktions- und visuelles Design. Gerade im Bereich 3D-Audio-Design stieß das Team aber immer wieder an seine Grenzen. Das Problem: Die zur Verfügung stehenden Audio-Systeme konnten seine visionären Ideen nicht umsetzen und sind nicht kompatibel. Also programmierte es kurzerhand selbst die benötigten Softwarebauteile, schrieb Codes für die Ansteuerung von 3D-Audio-Systemen und führt nun seine Entwicklungen in einer Software zusammen: Die „Immersive Audio Station“. Hiermit eröffnet es Medienkünstler\*innen, Komponist\*innen und Spielstätten die Möglichkeit, in ihrer eigenen Produktionsumgebung 3D-Audio-Produktionen und Live-Shows anzufertigen und diese auf verschiedene Systeme zu übertragen.





KULTUR- UND  
KREATIVPILOTEN  
DEUTSCHLAND

# AUS GE ZEICH NET

Die Erfolgsgeschichte  
10 Jahre Kultur- und Kreativpiloten Deutschland



# KULTUR- UND KREATIVPILOTEN DEUTSCHLAND

**WANDEL GESTALTEN** Kultur- und Kreativpiloten sind ausgezeichnete unternehmerisch handelnde Persönlichkeiten, Teams und Netzwerke. Zu ihrem besonderen Know-how gehört, dass sie wissen, dass sich auch der Wandel verändert. Sie haben gelernt, ihre Gestaltungsprinzipien zu hinterfragen und sie in neuen Kontexten praktisch zu überprüfen. Sie tauschen sich auf Augenhöhe darüber aus, was, wo und wie am wirksamsten in Anwendung zu bringen ist. Sie gestalten jetzt und hören, riechen und schmecken dabei den Sound aus der Zukunft. Sie sind Expert\*innen im Umgang mit Unsicherheit, Ungewissheit und Komplexität. Sie effektuieren und navigieren im Driften. Kreativpilot\*innen fällt immer noch etwas ein, wenn sonst niemandem mehr etwas einfällt. Sie sind konzeptions- und umsetzungsstark, denn sie denken weiter, sie verbinden, verbessern und verändern! Als federleichte Schwergewichte arbeiten sie an der Gestaltung der Welt: der Welt, wie sie sein sollte!

**PERSPEKTIVEN WECHSELN** Nicht nur bei den Kultur- und Kreativpiloten ist der Kopf rund, damit das Denken die Richtung wechseln kann. Aber bei ihnen ist es Programm: Heterogenität ist erwünscht! Mit ihren Projekten, Unternehmen und Ideen wollen die Titelträger\*innen nicht mehr vom Gleichen, sondern mehr Vielfalt produzieren. Bei den Auswahlgesprächen der jährlichen Kreativpilot\*innen präsentieren die 96 Anwärter\*innen ihre eigenen Perspektiven, in dem sie sich mit den verschiedenen Ansichten der Jurymitglieder auseinandersetzen. Neben dem besseren Argument zählt das Entstehen für die eigene Idee und Eingebung sowie eine unumstößliche Willenskraft. Wer Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven überzeugen kann, ist auch in der Lage, seiner Unternehmung eine klare Ausrichtung zu geben. Im dann folgenden Jahr der Auszeichnung wird die eigene Perspektive mit denen der anderen Unternehmer\*innen in gemeinsamen Workshops weiter verfeinert. Schon Joseph Beuys wusste: „Ich denke sowieso mit dem Knie.“ Kreativpilot\*innen beherrschen diese Königsdisziplin des Perspektivwechsels aus sich selbst heraus!

**WERTE SCHAFFEN** Die offizielle Statistik besagt, dass die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft genauso hoch ist wie die der Maschinenbauindustrie. Aber bemisst sich darin ihr wirklicher Wert? Oder spielt sie vielmehr eine entscheidende Rolle beim Schaffen, Stabilisieren ebenso wie Hinterfragen und Abschaffen von Werten? Beim Aufbau der Unternehmungen der Kultur- und Kreativpiloten erschließen diese immer wieder neue Möglichkeiten, wo andere nur Unmöglichkeiten sehen. Durch ihr Fragen und Tun schaffen sie zusätzliche und neue Denk- und Handlungsräume. Diese verbindende Kompetenz nennen wir: „What if?“ Die Kompetenz, mit der Innovation in die Welt kommt. Aber Kreativpilot\*innen beantworten gleichzeitig die Frage nach Wertschöpfung und Wirkung: „What for?“ und die Frage: „So what?“, als Frage nach der Relevanz und Sinnhaftigkeit. Die Unternehmer\*innen der kreativen Ökonomien schaffen eigene Wertschöpfung, deren Bewertung und die Etablierung von Wertesystemen zugleich. Denn: Wertschöpfung, Bewertung und Wertesysteme bedingen sich gegenseitig. Es gibt nicht das eine ohne das andere. In diesem Sinne sind die Kreativpilot\*innen dreimal wertvoll!

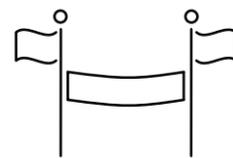
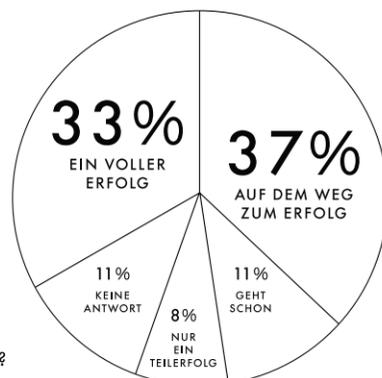
# 90%

SIND MIT IHREM PROJEKT/UNTERNEHMEN WEITERHIN AM MARKT



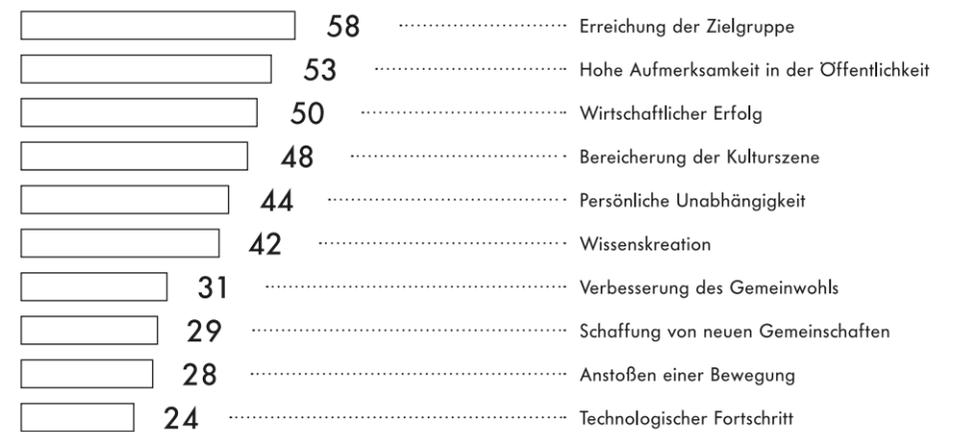
## PERFORMANCE, WACHSTUM UND FOKUS

Wie erfolgreich bist du/seid ihr seit der Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilot mit der Idee/Unternehmung?



## BEREITS UMGESetzte ZIELE

Welche Ziele konntest du/konntet ihr mit deiner/eurer Idee/Unternehmung bereits umsetzen? (Mehrfachnennungen möglich)



**NETZWERKE LEBEN** Das große Netzwerk der Titelträger\*innen aus mittlerweile zehn Jahren Kultur- und Kreativpiloten gehört zu den wertvollsten Aspekten der Auszeichnung. Jede Unternehmung, jede Idee und jedes Projekt der Kreativpilot\*innen ist seitenfüllend, wenn es darum geht, Potenziale zu beschreiben. Die Kraft, Energie und Aktivitäten des Netzwerkes liefern den Stoff für eine unendliche Zahl von Büchern über kreatives Unternehmertum, den Impact und Visionen. Den Grundstein für diese Fülle an Potenzial bietet die Auszeichnung der Bundesregierung, durch die lebenslange Verbindungen von Menschen entstanden sind, die verschiedener nicht sein könnten: Es sind Unternehmungen jahrgangsübergreifend gegründet worden und wichtige Freundschaften entstanden. Die vermeintlichen „Regel-Nonkonformisten“ halten sich an ungeschriebene Regeln der Unterstützung und Weitergabe von Wissen, Erfahrungen und Ideen. Bei den Kreativpilot\*innen ist zusammengekommen, was zusammengehört – auch wenn es unterschiedlicher nicht sein kann. Das macht das Netzwerk zu einem ungewöhnlich starken und inspirierenden Ausgangspunkt für alles, was noch kommt – und es wächst und wächst.

**EXPERIMENTE WAGEN** Den Mut und die Risikobereitschaft, ungewohnte Wege zu beschreiten oder Dinge zu kombinieren, die man so normalerweise nicht zusammenbringt – das sind Stärken der Kultur- und Kreativpiloten. Ihre Arbeit ist intuitiv und experimentierfreudig. Doch was macht ein Experiment zu einem Experiment und worin besteht das Wagnis? Viele der genialen Lösungen und Einfälle der Kreativpilot\*innen verdanken sich Zufällen. Also erhöhen Kreativpilot\*innen in ihren Netzwerken die Chancen auf den Zufall und planen diesen ein. Neben einem Gefühl für leistbare Verluste hilft dabei der Blick auf die vorhandenen Ressourcen: um von da aus Schritt für Schritt zu gehen ... den nächsten Fuß in die Luft zu setzen und festzustellen, dass diese trägt ... Wagen ist eine Frage des Mutes und des Tragens von Verantwortung für Scheitern und Gewinnen. Postheuroisches Wagen und Experimentieren bedeuten schnelleres Scheitern und besseres Gewinnen: trial and error! Und dann: aufstehen, weitermachen, besser machen, einfach machen, machen, machen, machen!

**UNTERNEHMEN WOLLEN** Unternehmerische Entwicklung geht immer Hand in Hand mit der künstlerischen und kreativen Persönlichkeitsentwicklung! Wer sich aus sich selbst heraus als Unternehmer\*in hervorbringt, tut dies in ähnlicher Weise, wie ein\*e Künstler\*in sich selbst als Künstler\*in hervorbringt. Dazu passt das schöne Zitat von Hanns Eisler: „Wer nur etwas von Musik versteht, versteht nichts von Musik!“ Wenn sich Kultur- und Kreativpilot\*innen für die Auszeichnung der Bundesregierung bewerben, wollen sie etwas unternehmen! Dabei bringt es nichts, ihre individuelle professionelle Kompetenz durch klassische Kriterien prüfen zu wollen: Die unternehmerischen Eigenschaften sind durch die Persönlichkeit des\*r Bewerber\*in geprägt und die unternehmerische Leitung entwickelt sich während einer Unternehmung weiter. Das bedeutet, dass die erfolgsversprechenden Kriterien im Tun und im Prozess in Erscheinung treten. Die Prüfung im Auswahlverfahren zeigt daher, inwieweit der/die Bewerber\*in damit umgeht, dass es keine feststehenden Kriterien für eine erfolgreiche Bewerbung gibt: also inwieweit sie unternehmen wollen!

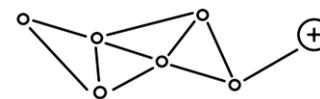
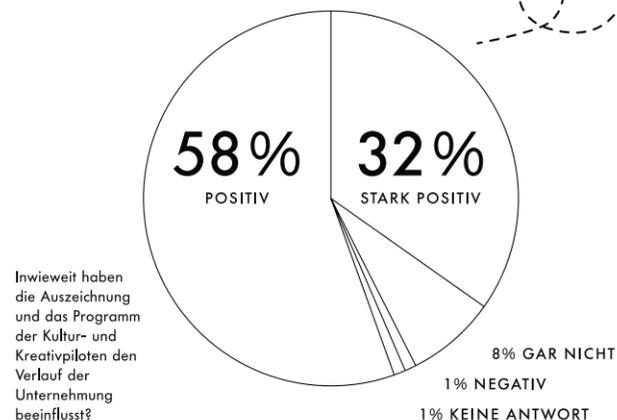
**INSPIRATION GEBEN** Führungskompetenz entsteht, wenn Menschen Orientierung schaffen, wo Orientierungslosigkeit herrscht oder wo es einen Mangel an alternativen Wegen gibt. Niemand weiß, was Kultur- und Kreativpiloten wissen und über welche Navigationssysteme sie verfügen oder welche Systeme sie mal eben so im Vorbeigehen – ad hoc – herstellen können. Inspiration, Imagination und Intuition geben: Die Quellen von Kreativität sind keine knappe Ressource. Nicht in Deutschland oder sonst irgendwo auf der Welt. Die vielen Bewerbungen für die Auszeichnung der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland – insgesamt über 6.000 in zehn Jahren – und die bis heute 288 ausgezeichneten Unternehmen machen das in ihrer enormen Vielfältigkeit erlebbar. Als Ressource kann Kreativität ein wichtiger Visionär für die Zukunft sein: Das Portfolio der Kreativpilot\*innen wäre dann das Kapital für das Entwerfen und Gestalten von einem Deutschland der Zukunft!

100 Jahre Kreativpilot\*innen: Imagine!

**30**  
%

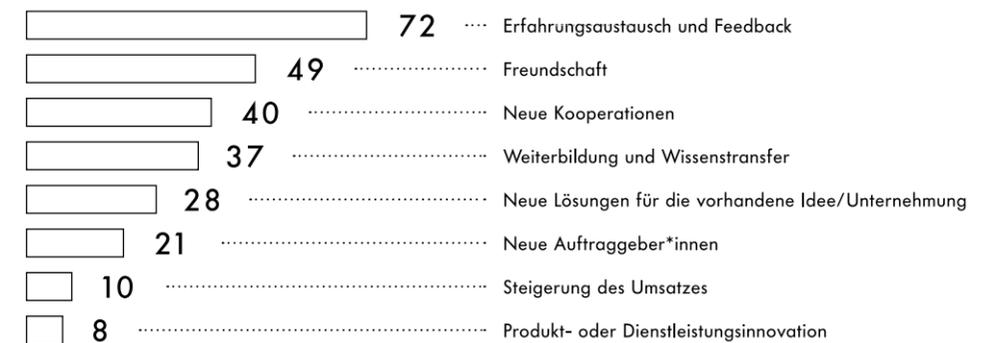
HABEN IHREM PROJEKT EINEN NEUEN NAMEN GEGEBEN

**EFFEKT DER KULTUR- UND KREATIVPILOTEN**



**VORTEILE DURCH DAS NETZWERK**

Was hat dir/euch das Netzwerk gebracht? (Mehrfachnennungen möglich)



INNOVATION  
UND KREATIVITÄT  
ENTSTEHEN IMMER  
DA, WO NORMALE  
ABLÄUFE  
HINTERFRAGT  
WERDEN.

TOBIAS JOCHINKE, DAS GUTE DING, 2016



# Die Jury

Bei den Auswahlgesprächen dürfen sich die rund 100 interessantesten und innovativsten Unternehmer\*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft einer sorgfältig ausgewählten, heterogenen Jury vorstellen. Die Juror\*innen kommen aus Politik und Wirtschaft, aus Kulturinstitutionen und Medienhäusern, sind ehemalige Kreativpilot\*innen, Kreative und Gründer\*innen. In vier deutschen Städten trifft die Jury auf die Finalist\*innen aus dem gesamten Bundesgebiet. Das Treffen ist keine Prüfung, man muss nichts pitchen oder präsentieren. Vielmehr findet ein Gespräch auf Augenhöhe statt, es geht ums Kennenlernen und Austauschen. Auf diese Weise gestalten sich die Auswahlgespräche sowohl für die Bewerber\*innen als auch für die Juror\*innen als ein außerordentlich bereichernder Prozess. Aber lesen Sie selbst: Auf den folgenden Seiten schildert die diesjährige Jury ihre Eindrücke.



**»Ich bin beeindruckt von der Vielfalt, der Energie und von der Kreativität gepaart mit unternehmerischem Verständnis, die ich bei den Auswahlgesprächen habe erleben dürfen. Bei so vielen innovativen, engagierten Leuten ist mir überhaupt nicht bange um unser Land. Ich wünsche allen, die ausgezeichnet wurden und auch denjenigen, die es nicht wurden, besten Erfolg und alles Gute für die Zukunft.«**

MARTIN RABANUS, KULTUR- UND MEDIENPOLITISCHER SPRECHER DER SPD IM BUNDESTAG



**Achim Zeilmann**  
ZDF Kultur



**Dr. Jana Hoffmann**  
Museum für  
Naturkunde



**Alexander Thies**  
Allianz Deutscher Produzenten  
– Film & Fernsehen e.V.



**Luisa Weyrich**  
SHITSHOW.  
Agentur für psychische  
Gesundheit



**Dr. Angela Frank**  
Medien- und  
Filmgesellschaft  
Baden-Württemberg



**Eberhard Schade**  
Deutschlandfunk  
Kultur



**Dr. Anne Kleinschrodt**  
Bundesministerium für  
Wirtschaft und Energie  
(BMWi)



**Dr. Ellen Koban**  
Stadt Heidelberg,  
Stabsstelle  
Kultur- und  
Kreativwirtschaft

„Mein erstes Mal bei der Auswahl der Kultur- und Kreativpiloten! In einer entspannten und kollegialen Atmosphäre auf so ambitionierte, frei- und mitdenkende Menschen zu stoßen, hat mich inspiriert! Das bezieht sich sowohl auf die Bewerber\*innen mit ihren beeindruckenden Vorhaben, als auch auf die Mitglieder der Jury selbst. Eine kostbare Erfahrung, die mich noch lange begleiten wird.“

**Dr. Jana Hoffmann**  
Museum für Naturkunde

„Wir von der SHITSHOW haben ja bekanntermaßen keine Angst vor schrägen Geschäftsmodellen – denn sie funktionieren! Dass ich davon im Rahmen der Jury-Sitzung einige erleben durfte,

hat mich sehr begeistert!“

**Luisa Weyrich**  
SHITSHOW. Agentur für  
psychische Gesundheit

„Sehr gern war ich Teil der Auswahljury und fühle mich beschenkt durch die intensiven Runden mit den Teilnehmer\*innen in den Stuttgarter Straßenbahnen und den Austausch mit den anderen Juror\*innen. Ich wünsche allen Teilnehmer\*innen viel Erfolg mit ihren großartigen Ideen und bin beeindruckt von ihrem leidenschaftlichen Engagement und ihrer Zielstrebigkeit.“

**Dr. Angela Frank**  
Medien- und Filmgesellschaft  
Baden-Württemberg

„Einen Tag lang in den Genuss zu kommen, jungen Menschen, die für eine Idee brennen, zuzuhören und ihnen durch Fragen

und Anstöße vielleicht sogar noch zu helfen – das allein ist schon inspirierend und toll. Wie schön muss es da erst sein, dieselben kreativen Köpfe ein Jahr lang auf ihrem weiteren Weg zu begleiten?!“

**Eberhard Schade**  
Deutschlandfunk Kultur

„Über den eigenen Tellerrand schauen zu müssen, schätze ich als Jurorin sehr! Ich entdecke neue Ideen, erkenne eigene Persönlichkeiten und sehe vielfältige Herausforderungen bei den Kultur- und Kreativpiloten. Was sie vereint: die Hingabe für ihr Vorhaben, für ihre je eigene Vision. Sie werden auch auf dem Markt und in der Gesellschaft überzeugen!“

**Dr. Ellen Koban**  
Stadt Heidelberg, Stabsstelle  
Kultur- und Kreativwirtschaft



**Bärbel Stolz**  
Die Prenzlenschwäbin



**Frank Zumbruch**  
STARTUP MANNHEIM |  
Kreativregion



**Christiane Knoll**  
KomKuK  
Wirtschaftsförderung  
Düsseldorf



**Gerald Dissen**  
ROOM IN A BOX



**Christoph Brosius**  
Circumradius



**Ivan Acimovi**  
Stadt Freiburg |  
digital.freiburg



**Claudia Jericho**  
CREATIVE.NRW



**Kirstin Knufmann**  
PureRaw | Knufmann  
GmbH

„Die Auswahlgespräche bieten jedes Jahr einen tiefen Einblick in aktuelle Trends und Entwicklungen zukunftsorientierter Produkte und Dienstleistungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in ganz Deutschland. Besonders spannend fand ich in diesem Jahr die Projekte, die mithilfe modernster Technologien an der Schnittstelle zu anderen Innovationsfeldern agieren und damit neue Möglichkeitsräume für Menschen und Märkte aufzeigen.“

**Frank Zumbruch**  
STARTUP MANNHEIM |  
Kreativregion

„Es ist immer wieder beeindruckend was passiert, wenn Gründerinnen und Gründer nicht um Geld, sondern um Anerkennung pitchten. Es war auch dieses Jahr wieder sehr

bereichernd verschiedenste Menschen kennenlernen zu dürfen, die mit Ernsthaftigkeit und Leidenschaft einen Herzenswunsch verfolgen.“

**Gerald Dissen**  
ROOM IN A BOX

„Konfuzius soll gesagt haben: ‚Viel hören und das Gute auswählen und verfolgen, viel sehen und im Gedächtnis bewahren, das kommt der Erkenntnis am nächsten.‘ Mir scheint, er war auch in der Jury bei den Kultur- und Kreativpiloten.“

**Christoph Brosius**  
Circumradius

„Das Programm der Kultur- und Kreativpiloten der Bundesregierung vermittelt eine Hoffnungsbotschaft! In Deutschland gibt es Potenzial.

Wir sollten es nun aktiv erschließen. Dafür schafft dieses Programm die besten Voraussetzungen. Als Jurymitglied bin ich dankbar für das positive Erlebnis. Das gibt Mut weiterhin partizipativ und gemeinsam mit der Stadtgesellschaft innovativ und zukunftsorientiert zu wirken. Neue Kultur- und Kreativpiloten braucht das Land und wir machen mit.“

**Ivan Acimovic**  
Stadt Freiburg | digital.freiburg

„Auch zum zweiten Mal bin ich begeistert, wie viel visionäres Potenzial durch das Format der Kultur- und Kreativpiloten sichtbar gemacht wird. Wie intelligent und innovativ die kreativen Akteur\*innen und Projekte eine neue Wirtschaft denken und gestalten und dabei den Menschen sowie



**Daniel Deboy**  
DELTA Soundworks



**Lars Horn**  
System D



**Daniela Schwarz**  
Brandenburger  
Agentur für Kultur und  
Kreativwirtschaft



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



**Dr. Michaela Voß**  
Ministerium für Wirtschaft,  
Arbeit und Wohnungsbau  
Baden-Württemberg



**Jonas Lindemann**  
Hafven



**Elisabeth Rank**  
Audible



**Annette Tigges-Thies**  
Zentrale Auslands- und  
Fachvermittlung (ZAV)

gleichzeitig gesellschaftliche Mehrwerte in den Mittelpunkt stellen, macht Hoffnung und auch Lust auf die Zukunft.“

**Claudia Jericho**  
CREATIVE.NRW

„Ein kreatives Feuerwerk auf Augenhöhe. Als Jurymitglied bei den Kultur- und Kreativpiloten dabei zu sein und kreativ-innovative Unternehmen kennenzulernen ist eine Auszeichnung der Extraklasse für beide Seiten. Die bundesweite Auszeichnung der Kreativwirtschaft zeichnet sich durch weitreichende und branchenübergreifende Lösungsansätze aus und wird beflügelt durch das Feuer und die Begeisterung der Gründer\*innen, welche ihr Projekt in diesem einzigartigen Rahmen vorstellen. Es ist mir eine große Freude, als Jurymitglied daran

beteiligt zu sein und kreativen Gründer\*innen bei der Entwicklung um Umsetzung neuer Ideen Mut zu machen.“

**Kirstin Knufmann**  
PureRaw | Knufmann GmbH

„Die Bandbreite an Ideen und Persönlichkeiten bei den Auswahlgesprächen ist großartig! Jedes Gespräch läuft so verschieden ab, dass ein Vergleich oder Konkurrenzdenken gar keinen Sinn machen würde. Erst die unterschiedlichen Blicke der Jurymitglieder lassen ein Gesamtbild entstehen und geben nicht selten auch den Teilnehmer\*innen schon wichtige Impulse mit auf den Heimweg. Die Atmosphäre in der Straßbahnwelt Stuttgart ist super entspannt und hilft allen, sich unverstellt zu zeigen und offen über ihr Unternehmen zu reden,

was auch nicht gerade selbstverständlich ist.“

**Daniel Deboy**  
DELTA Soundworks

„Großartig, dass ein Preis ausgelobt wird, der engagierte & kreative Menschen fördert, anspricht und auszeichnet, die mit Mut und Enthusiasmus Ideen verfolgen, sie realisieren und Verantwortung übernehmen. Vor allem, da es bei vielen Projekten nicht nur eine wirtschaftliche Relevanz gibt, sondern eben auch einen gesellschaftlichen Wert.“

**Lars Horn**  
System D

„Jurymitglied für die Kultur und Kreativpiloten sein zu dürfen, war ein beeindruckendes Erlebnis. Besonders fasziniert hat mich, mit



**Ester Petri**  
Carus Verlag



**Bernd-Wolfgang Weismann**  
Bundesministerium  
für Wirtschaft und Energie  
(BMWi)



**Inga Höltmann**  
Accelerate Academy



**Christoph Backes**  
u-institut für unter-  
nehmerisches Denken  
und Handeln e.V.



**Prof. Dr. Gesa  
Birnkrant**  
Birnkrant | Partner



**Dr. Michael Kilpper**  
Bundesministerium für  
Wirtschaft und Energie  
(BMWi)



**Friederike Kärcher**  
Bundesministerium für  
wirtschaftliche  
Zusammenarbeit und  
Entwicklung (BMZ)



**Christoph Mandl**  
THANN BIOLEDER

wieviel Esprit und innerer Überzeugung uns die jungen Unternehmer\*innen ihre Geschäftsideen präsentiert haben. Das hatte solch eine Frische. Da steckte geballter Pioniergeist dahinter und wenn dann noch der besagte Funke übersprang, dachte ich nur noch: „Wow!“ Glücklicherweise gibt es bei den Kultur und Kreativpiloten nur Gewinner\*innen. Ich habe die Ehre und gratuliere jeder und jedem zu ihrem und seinem ganz persönlichen Erfolg!“

**Daniela Schwarz**  
Brandenburger Agentur für  
Kultur und Kreativwirtschaft

„Die Kreativität der Projekte stellt für mich immer eine Quelle der Inspiration dar. Mit so viel unternehmerischem Potenzial der Kreativen können wir viele

der Herausforderungen der Zukunft bewältigen.“

**Dr. Michaela Voß**  
Ministerium für Wirtschaft,  
Arbeit und Wohnungsbau  
Baden-Württemberg

„Die Teams, die ich kennengelernt habe, haben eine unglaubliche Bandbreite gezeigt. Ich halte es für besonders wichtig, dass wir mehr Kreative dazu bringen, ihr Können in Form von echten Innovationen, technologisch und nicht-technologisch, zur Anwendung zu bringen. Diese Form der Innovation ist in Deutschland jetzt erst seit Kurzem auf dem Vormarsch und gleichzeitig relevanter denn je. Genau solche Menschen habe ich in Hamburg kennengelernt. Zudem fasziniert es mich jedes Mal wieder, wie ansteckend Motivation ist. Nach dem Tag in

Hamburg wollte ich gleich selbst wieder etwas Neues starten.“

**Jonas Lindemann**  
Hafven

„Als Teil der Jury für die Kultur- und Kreativpiloten 2019 sind mir junge und reflektierte Menschen begegnet, die mich mit ihrem Engagement und vor allem dem Fokus auf eine nachhaltigere Zukunft beeindruckt haben. Mich begeistert, dass sie nicht bereit sind, die Welt so hinzunehmen, wie sie ist, sondern sie mitgestalten und zu etwas Besserem verändern wollen.“

**Elisabeth Rank**  
Audible

„Es ist schön zu erleben, wie unterschiedlich kreative Ideen entstehen; aus Beobachtungen, als konsequente Weiterentwick-



**Jan Strecker**  
PHINEO



**Alexander Langer**  
Business Punk



**Jenny Kornmacher**  
Hamburg Kreativ  
Gesellschaft



**Alexandra Seidel**  
LIGNUM



**Johannes Tomm**  
Kompetenzzentrum  
Kultur- und Kreativwirt-  
schaft des Bundes



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



**Jörg Ehrnsberger**  
Storytelling Coach



**Joshua Weikert**  
elceedee |  
Groovecat | Cyanite.ai

lung des bisherigen Werdegangs oder auch aus persönlicher Betroffenheit. Aber die Idee ist das eine, die konsequente Umsetzung und tatsächlich das unternehmerische Handeln mit viel Enthusiasmus und Mut waren das, was mich zutiefst beeindruckt hat. Da kam so viel Energie rüber und so viel Offenheit für Fragen, Anregungen, Ideen und Vernetzung!“

**Annette Tigges-Thies**  
Zentrale Auslands- und  
Fachvermittlung (ZAV)

„Es war mir große Freude und Motivationsspritze für meine eigene Arbeit, mich mit den nominierten Kulturschaffenden austauschen zu dürfen. Sie denken unsere Welt neu und anders. Ich wünsche den Kultur- und Kreativpiloten 2019, dass die Auszeichnung ihnen

Dialog, Netzwerk, Antrieb und Wirkung verschafft.“

**Ester Petri**  
Carus Verlag

„Es war für mich eine große Ehre, als Jurymitglied dabei sein zu dürfen. Ich fand den Tag sehr inspirierend und hoffe, dass es uns gelungen ist, tatsächlich die „Piloten\*innen“ herauszupicken: Die Macher und Macherinnen, die vorangehen und den Drive haben, ihre Ideen umzusetzen und diese Welt zu verändern.“

**Inga Höltmann**  
Accelerate Academy

„Ein Tag voller bunter Unternehmensideen – immer wieder eine Bereicherung! Aber am meisten beeindruckt mich immer wieder die unterschied-

lichsten Persönlichkeiten der Unternehmer\*innen! Absolut faszinierend, welche Facetten sich in den Gesprächen auftun!“

**Prof. Dr. Gesa Birnkraut**  
Birnkraut | Partner

„Die schiere Vielfalt und der große Ideenreichtum, mit denen sich die Kreativpilot\*innen präsentieren, zeigen: der deutsche Kreativnachwuchs lebt und belebt! Denn häufig finden gerade diese Kreativen neue Lösungsansätze für aktuelle Herausforderungen – und entwickeln daraus erfolgreiche Geschäftsmodelle. Die Förderung der „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ist daher auch 2019 eine Investition in die Zukunft – für mehr Innovation und eine lebendige Gründungskultur. Es hat mir große Freude ge-



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



**Martin Horst**  
13°



**Julian Schneider**  
Wilco Design |  
Flugzeugmöbel



**Stephanie Reuter**  
Rudolf Augstein  
Stiftung



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



**Heiko Böttcher**  
Die Beauftragte der  
Bundesregierung für  
Kultur und Medien (BKM)



**Katja Dietrich-Kröck**  
Ministerium für  
Wirtschaft und Energie  
Brandenburg



**Dr. Claudia Nicolai**  
HPI School of Design  
Thinking

macht, den Auswahlprozess zu unterstützen.“

**Friederike Kärcher**  
Bundesministerium für  
wirtschaftliche Zusammenarbeit  
und Entwicklung (BMZ)

„Es war extrem inspirierend, so viele Menschen kennenzulernen, die nicht nur eine gute Idee haben, sondern auch den Mut und die Leidenschaft, sie umzusetzen. Ich bekam unglaubliche Lust, in die Werkstatt zu gehen und an etwas Neuem zu arbeiten!“

**Christoph Mandl**  
THANN BIOLEDER

„Ach, Jurysitzung: Junge, motivierte, unternehmerisch denkende Menschen stellen ihre großen Visionen vor – oder wie wir sagen: Weihnachten und Ostern an einem Tag

für Business Punk.“

**Alexander Langer**  
Business Punk

„Die Auswahlgespräche waren für mich wohl insbesondere deshalb so intensiv und inspirierend, weil ich vor einem Jahr auf der anderen Seite des Tisches gesessen habe und mich sehr gut in unsere Gesprächspartner\*innen hineinfühlen konnte. Zu spüren, wie Menschen für ihre Ideen brennen und bereits im Verlauf dieses Tages zu sehen, wie einige Feedback mitgenommen haben und sich schon ein bisschen entwickeln, ist absolut beeindruckend. An einem solchen Tag trifft man auf einen bunten Mix aus Menschen, die so wahrscheinlich nie zusammengekommen wären, gäbe es diese großartige Auszeichnung

nicht. Die Auswahlgespräche waren ein absolutes Highlight für mich.“

**Alexandra Seidel**  
LIGNUM

„In der Jury der Kreativpiloten zu sitzen, macht unheimlich viel Spaß: Gespräche auf hohem Niveau, gepaart mit Enthusiasmus lassen, die Zeit nur so rasen. Es ist inspirierend, wie die Bewerberinnen und Bewerber für ihre Sache brennen, wie sie einen neuen Zugang zu ihrem Thema finden und wie sie das rüberbringen.“

**Jörg Ehrnsberger**  
Storytelling Coach

„Für mich war es die erste Teilnahme als Jurymitglied an den Auswahlgesprächen der Kultur- und Kreativpiloten und damit eine ganz besonders



**Klaudia Werth**  
UNICEF



**Daniel Goll**  
Das gute Ding



**Lina Timm**  
Media Lab Bayern



**Johannes Nünning**  
Deutsche Telekom AG



**Timo Hempel**  
Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)



**Mario Dompke**  
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) Projektträger



**Ulrike Coqui**  
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie NRW



**Martin Kaelble**  
Capital

spannende Erfahrung. Ein Jahr zuvor waren wir nämlich selbst noch Kandidaten, die die Jury von unserer Idee, unserem Geschäftsmodell und unserem Produkt überzeugen mussten – und das schon im zweiten Anlauf. Und genau da bildet sich die Besonderheit der Kultur- und Kreativpiloten heraus: Schon alleine die Auswahlgespräche sind wie eine kollegiale Beratung konzipiert und so unendlich wertvoll für das eigene Unternehmen. Und das ist erst der Anfang des Programmes!“

**Joshua Weikert**  
elceedee | Groovecat | Cyanite.ai

„Ich freue mich, mit welcher herausragenden Qualität unser Netzwerk wächst und welche Talente dieser Auswahlprozess

ans Licht bringt. Wirklich beeindruckend.“

**Martin Horst**  
13°

„Der Tag der Jurygespräche ist für mich wie ein Kurzurlaub auf der Achterbahn. Die Gespräche zu Innovationen, gesellschaftlichen Themen, kreativen und unternehmerischen Prozessen geistern auch Tage danach im Kopf herum. Feste Sichtweisen werden ordentlich durchgeschüttelt. Eine echte Bereicherung und Erweiterung für den persönlichen Horizont.“

**Daniel Goll**  
Das gute Ding

„Es ist immer wieder eine Inspiration und auch erfüllend, mit den Menschen hinter den

kreativen Ideen in Kontakt zu kommen und sie auf ihrem Weg unterstützen zu dürfen. Anders gesagt: etwas zurückzugeben.“

**Johannes Nünning**  
Deutsche Telekom AG

„Kreativität und gesellschaftliche Herausforderung sind Aspekte, die gerade bei jüngeren Menschen eine Verbindung zu neuen Lösungen finden. Ich bin stolz, dass ich im Auswahlprozess der Kultur- und Kreativpiloten solche Gedanken kennenlernen und diskutieren durfte. Natürlich hoffe ich, dass meine Tipps zum Gelingen der Projekte beitragen.“

**Mario Dompke**  
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) Projektträger

„Ich bin beeindruckt von der Vielfalt, der Energie und von der



**Martin Rabanus**  
Mitglied des  
Deutschen Bundestages



**Julian Högert**  
TimeLeapVR |  
videoreality



**Martina Grohmann**  
Theater Rampe



**Meriem Lebdiri**  
Mizaan



**Michael Bleks**  
Alcadius AG



**Katja Armbruckner**  
Kompetenzzentrum  
Kultur- und Kreativ-  
wirtschaft des Bundes



**Nathalie Dziobek-Bepler**  
baukind



**Sylvia Hustedt**  
u-institut für unter-  
nehmerisches Denken  
und Handeln e.V.

Kreativität gepaart mit unternehmerischem Verständnis, die ich bei den Auswahlgesprächen habe erleben dürfen. Bei so vielen innovativen, engagierten Leuten, ist mir überhaupt nicht bange um unser Land. Ich wünsche allen, die ausgezeichnet wurden und auch denjenigen, die es nicht wurden, besten Erfolg und alles Gute für die Zukunft.“

**Martin Rabanus**  
Mitglied des Deutschen  
Bundestages

„Die Phase der Bewerbungsgespräche war meines Erachtens für alle Beteiligten eine sehr intensive, spannende und auch spaßige Zeit, die zeigte, welch kreatives Potenzial in diesem Land vorhanden ist. Dies im Kleinen wie im Großen weiter zu fördern,

sollte unser aller Anspruch sein. Danke für die tolle Zeit.“

**Julian Högert**  
TimeLeapVR | videoreality

„Mein erster Ausflug in die Kultur- und Kreativwirtschaft war reich an anregenden Diskussionen. Das Besondere ist, nicht nur Ideen von Rallye bis Kuchen präsentiert zu bekommen, sondern direkt in den intensiven Austausch mit den Menschen zu gehen. Die persönliche Begegnung bleibt für mich ausschlaggebend, auch wenn die Wirtschaftswelt sich letztendlich um Bilanzen und Unique Selling Points dreht.“

**Martina Grohmann**  
Theater Rampe

„Als Jurymitglied bei den Kultur- und Kreativpiloten

habe ich viele spannende Nachwuchsprojekte aus der aktuellen Start-up-Szene kennengelernt. Ich fand es total spannend mir junge Gründer\*innen, Ideengeber\*innen und Kreative genauer anzuhören. Manchmal hatte ich richtig Gänsehaut.“

**Meriem Lebdiri**  
Mizaan

„Ich empfinde es immer als Privileg, an den Auswahlgesprächen teilzunehmen. So auch in diesem Jahr mit seinen über 800 Bewerbungen. Die immer wieder überraschende Bandbreite der Ideen und Initiativen der Bewerber\*innen, ihr jedes Mal spürbares Engagement während der Präsentationen sowie der folgenden lebhaften Diskussionen mit den anderen Juror\*innen, die oft mit hohem



**Norman Schulz**  
Thüringer Agentur für  
die Kreativwirtschaft



**Oliver Wittmann**  
Bayerisches Zentrum  
für Kultur- und  
Kreativwirtschaft



**Patrick Kunkel**  
Bayerisches Staatsministe-  
rium für Wirtschaft, Landes-  
entwicklung und Energie



**Doreen Krätschmann**  
Ministerium für  
Wirtschaft, Arbeit und  
Gesundheit MV



**Dr. Pit Hosak**  
Behörde für Kultur und  
Medien Hamburg



**Petra Göbbels**  
Industrie- und  
Handelskammer Köln



**Prof. Dr. Martin Zierold**  
Institut für Kultur-  
und Medienmanage-  
ment (KMM), HfMT  
Hamburg



**Reinhard Karger**  
Deutsches Forschungs-  
zentrum für Künstliche  
Intelligenz (DFKI)

emotionalen aber immer sach-  
gerechtem und auf Konsens  
zielendem Einsatz der Beteilig-  
ten geführt wird, machen diese  
Tage zu einem besonderen Er-  
eignis des Jahres. Danke, dass  
ich teilnehmen durfte!“

**Michael Bleks**  
Alcadus AG

„Wieder war es pure Begeis-  
terung, bei den Jurysitzungen  
dabei zu sein! Ich bin von der  
Ideenvielfalt und von den Per-  
sönlichkeiten der Bewerber\*in-  
nen beeindruckt und inspiriert.  
Die Entscheidungen sind uns  
schwer gefallen: wir haben heiß  
diskutiert, haben gerungen und  
uns letztendlich entscheiden  
müssen ... ihr wart alle großartig.  
Ob ausgewählt oder nicht:  
Weiter so!“

**Nathalie Dziobek-Bepler**  
baukind

„Als Newcomer in der Jury  
bin ich begeistert nicht nur von  
den innovativen, kreativen  
und inspirierenden Ideen, die  
uns an diesem Tag präsentiert  
wurden. Auch das Auftreten  
der Bewerber\*innen und der  
Umgang miteinander waren  
bemerkenswert. Wie sehr die  
Innovationskraft, die in der  
deutschen Kultur- und Kreativ-  
wirtschaft steckt, unsere  
Gesellschaft bereichern kann,  
müssen wir noch stärker be-  
wusst machen. Ich hoffe, dass  
dieser Wettbewerb seinen Teil  
dazu beitragen wird.“

**Patrick Kunkel**  
Bayerisches Staatsministerium  
für Wirtschaft,  
Landesentwicklung und Energie

„Die Auswahlgespräche waren  
wieder ein Fest: inhaltlich in-  
spirierend und vom Verfahren

aufwendig, subjektiv aber ab-  
solut fair und beispielhaft.“

**Pit Hosak**  
Behörde für Kultur und  
Medien Hamburg

„Großartig, wie viel Mut, Begeis-  
terungsfähigkeit und Ideen-  
reichtum sich hier zeigen! Als  
Jurymitglied fühle ich mich  
bereichert und inspiriert. Ich  
nehme viele Ideen mit, die wir  
in andere IHK-Projekte, in ge-  
meinsame Kooperationen und  
Vernetzungen einspeisen kön-  
nen. Die Kultur- und Kreativ-  
piloten werden uns nun ein Jahr  
lang weiter mit ihrer Hingabe  
und Energie anstecken.“

**Petra Göbbels**  
Industrie- und  
Handelskammer Köln

„Exzellente Ideen mit viel  
wirtschaftlichem Potenzial.“



**Dr. Renzo Vitale**  
BMW



**Robert Mertens**  
u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e.V.



**Sebastian Fleiter**  
Atelier Fleiter



**Jürgen Enninger**  
Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft München



**Stefanie Weidner**  
GründerFinanz



**Susan Barth**  
Die Erinnerungsguerilla



**Susanne Stöck**  
HA Hessen Agentur GmbH



**Noelle O'Brien-Coker**  
WDR | DEMASK Kollektiv

Die Gespräche kommen konzentriert zum Punkt. Die abschließende Jurysitzung war konstruktiv und eine mehr als rege Debatte mit einer Fülle feinsten Argumente. Die Rückfahrt dann beschwingt aber erschöpft, mit zwei weiteren Juror\*innen im Zugrestaurant.“

**Reinhard Karger**  
Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI)

„Es ist beeindruckend, wie viele neue Visionen und Geschäftsideen jedes Jahr aufs Neue in die Kreativpilotenauszeichnungsjurys gelangen. Statt bewerbermäßig langsam auszudünnen, sitze ich 2019 nach zehn Jahren Pilotenprogramm tief beeindruckt in der Jury. Und als Kreativpilot der ersten Stunde kann

ich sagen: Die sich innerhalb dieses Programmes und des dadurch entstehenden Netzwerks auftuenden Möglichkeiten sind immens.“

**Sebastian Fleiter**  
Atelier Fleiter

„Kreative denken quer, sie denken Neues neu und überraschen uns und geben damit Impulse in vielen Bereichen. Die Kreativpilot\*innen haben wieder einmal bewiesen, dass die Branche ihrem Ruf gerecht wird. Nachhaltigkeit, Resilienz, Inklusivität und Vielfalt zeichnen die Branche aus und das wird über die Auszeichnung wieder einmal sehr deutlich. Nach den Auswahlgesprächen mache ich mir um unsere Zukunft keine Sorgen mehr.“

**Jürgen Korbinian Enninger**  
Kompetenzteam Kultur-

und Kreativwirtschaft München

„In der Vergangenheit war ich schon in vielen Jurys und habe schon etliche Gründer\*innen bei ihren Unternehmungen begleiten dürfen. Es ist mir jedes Mal eine besonders große Freude, Teil der Kultur- und Kreativpiloten-Jury zu sein. Es ist beeindruckend, wie vielfältig die Ideen und Menschen sind, die dort zusammenkommen und mit welcher Leidenschaft sie ihre Ziele verfolgen. Wirklich großartig und definitiv einer der besten Wettbewerbe Deutschlands.“

**Stefanie Weidner**  
GründerFinanz

„Der Austausch mit den Bewerber\*innen und dem Jury-Team war wahnsinnig bereichernd – so viele tolle Ideen und beein-



**Tanja Mühlhans**  
Senatsverwaltung für  
Wirtschaft, Energie  
und Betriebe



**Teelke Meyer**  
Betahaus Hamburg



**Thorsten Unger**  
Wegesrand



**Till Hasbach**  
Kompetenzzentrum  
Kultur- und Kreativ-  
wirtschaft des Bundes



**Marco Rieso**  
Industrie- und  
Handelskammer Ostwest-  
falen zu Bielefeld



**Torsten Meyer-Bogya**  
meyerbogya | gestaltung



**Marten Welschbach**  
Companion2Go



**Veit Haug**  
Wirtschaftsförderung  
Region Stuttgart

druckende Persönlichkeiten!  
Schön, dass ich ein Teil davon  
sein konnte.“

**Noelle O'Brien-Coker**  
WDR | DEMASK Kollektiv

„Ich freue mich besonders,  
zum 10-jährigen Jubiläum der  
Kultur- und Kreativpiloten  
wieder Teil der Jury sein zu  
können. Der direkte Austausch  
mit den Gründer\*innen ist  
extrem inspirierend. Spannend  
zu sehen, ist auch, welche The-  
men Gründer\*innen zur Selbst-  
ständigkeit oder zu neuen  
Geschäftskonzepten motivieren.  
Kreative Ansätze kombiniert  
mit Nachhaltigkeit und sozialen  
Innovationen sind als Trend  
deutlich zu erkennen. Mein  
Dank gilt dem u-institut und  
BMWi/BKM für das schöne  
Format. Und vor allem: herzliche  
Glückwünsche an

alle Ausgezeichneten.“

**Tanja Mühlhans**  
Senatsverwaltung für Wirt-  
schaft, Energie und Betriebe

„8 Teams, 8 Visionen, 8 Warums.  
Ein toller, voller Tag mit einem  
tiefen Blick hinter die Kulissen  
kreativer Macher\*innen, die ihre  
Skills smart kombinieren – getrie-  
ben von dem Ziel, einen Impact  
zu schaffen und die Welt zu einem  
besseren Ort zu machen. Ich bin  
beeindruckt und begeistert.“

**Teelke Meyer**  
Betahaus Hamburg

„Der Tag der Auswahlge-  
spräche, mit acht oder mehr  
Unternehmer\*innenpersön-  
lichkeiten, die ihre kreativen  
und innovativen, manchmal  
ungewöhnlichen Geschäfts-  
ideen vorstellen, ist etwas ganz  
Besonderes. Man spürt das

„Brennen“ für die Idee nicht nur  
bei den Bewerber\*innen, son-  
dern auch in der Jury. – Herzli-  
chen Glückwunsch und immer  
genügend Aufwind den neuen  
Pilot\*innen!“

**Marco Rieso**  
Industrie- und Handelskammer  
Ostwestfalen zu Bielefeld

„Ob schon erfolgreich am Markt  
oder mit einer hervorragenden  
Geschäftsidee am Start, die  
Kreativität war in den Projekten  
zu spüren und wurde begeis-  
ternd vorgetragen. Das Tolle  
an den Auswahlgesprächen ist,  
dass sie auf Augenhöhe geführt  
wurden und dabei war es egal,  
auf welcher Stufe die Bewer-  
ber\*innen in ihrer Entwicklung  
standen. Spannende Projekte,  
und ich habe wieder viel dazu  
gelernt. Mein Dank gilt allen Be-  
teiligten und ich wünsche ihnen



**Walter Winter**  
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr Saarland



**Xaver Willebrand**  
IMAscore



**Sandra Wemmel**  
Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)



**Dr. Christian Rauch**  
STATE Experience Science



**Saskia Behrens**  
Kalle Co-Werkstatt



den wirtschaftlichen Erfolg, den sie für ihren Mut verdienen.“

**Torsten Meyer-Bogya**  
meyerbogya | gestaltung

„Im letzten Jahr vor der Jury zu stehen, war etwas Besonderes. Genauso besonders war es, ein Teil der Jury in diesem Jahr zu sein. Es ist sehr spannend, so tolle Projekte und vor allem Menschen kennen zu lernen sowie letztendlich ein wenig in die Zukunft zu blicken und zu überlegen, wo jede einzelne Reise hingehen könnte.“

**Marten Welschbach**  
Companion2Go

„Die Auswahlgespräche waren erneut ein sehr eindrucksvolles Erlebnis, auch wenn ich bereits zum fünften Mal in der Jury mitwirken durfte. Die Kreativschaffenden mit ihren verschiedenen

Erfahrungshintergründen und Motivationen kennen zu lernen, die unglaubliche Ideen- und Themenvielfalt der Vorhaben, das kollegiale, respektvolle und kompetente Zusammenspiel der Jurymitglieder untereinander und mit den Bewerber\*innen: Am Ende des Auswahlprozesses kann es eigentlich nur Gewinner\*innen geben!“

**Veit Haug**  
Wirtschaftsförderung Region Stuttgart

„Die Auswahlgespräche zeigten einmal mehr, welch großes innovatives Potenzial die Kreativpilot\*innen mitbringen. Die Akteur\*innen der Kreativwirtschaft sind in einem breiten Wirtschaftsspektrum verflochten. Sie changieren oftmals zwischen den Teilmärkten oder kooperieren quer durch alle

Branchen mit Playern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Sie gehen neue Wege.“

**Walter Winter**  
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr Saarland

„Der rasante Wandel unserer Welt stellt uns zunehmend vor große Herausforderungen, deren Lösung neuer Wege und mutiger Ideen bedarf. Wie Akteur\*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft dabei wichtige Impulse für ein besseres Morgen setzen, zeigen die Kultur- und Kreativpiloten eindrucksvoll. Es war eine großartige Erfahrung, all die tollen Persönlichkeiten hinter den Bewerbungen kennenlernen zu dürfen! Den Bewerber\*innen das Beste für den weiteren Weg!“

**Dr. Christian Rauch**  
STATE Experience Science



# Das Magazin

Auch über die Kreativpilot\*innen des letzten Jahrgangs gibt es viel zu berichten: Sie eroberten ländliche Räume mit innovativen Konzepten, bauten eigene Produktionen auf und wagten sich auf unternehmerisches Neuland. Der Rückblick in unserem Magazin wirft, in Auszügen, einen Blick auf die Herausforderungen, denen sich die Titelträger\*innen 2018 stellen mussten – und auf die Chancen, die ihr kreatives Potenzial birgt.



**»Ich möchte ein mobileres 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.«**

RUBEN LAGIES, COOKIN'ROLL

LASST U  
KREATIVITÄT  
FÖRDERN UN



 Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie



# Warum Deutschland kreatives Unternehmertum braucht

Sie gehen Risiken ein, entdecken Talente und beleben ländliche Regionen: Wirtschaftsminister Peter Altmaier wünscht sich mehr Gründer\*innen wie die „Kultur und Kreativpiloten Deutschland“.

TEXT: GEORG DAHM  
BILDER: WILLIAM VEDER

Niemand ist kreativer als Politiker\*innen morgens um halb zwei, sagt Peter Altmaier: „Wenn der Koalitionsausschuss um keinen Millimeter vorangekommen ist und die ersten Sonnenstrahlen am Horizont erahnbar sind: Wie kreativ die Beteiligten dann werden!“ Noch kreativer, findet der Bundeswirtschaftsminister, ist nur eine Branche, die er bis vor wenigen Jahren gar nicht gekannt habe: „Jahrelang wusste ja niemand so richtig, wer Sie sind!“ Gemeint ist die Kultur- und Kreativwirtschaft, an diesem Nachmittag im Wirtschaftsministerium vertreten durch 32 Teams, die sich in dieser Branche selbstständig gemacht haben.

Mode und Möbel, Virtual-Reality-gestützte Psychotherapie und Spezialtraining für Tanzkompanien, Trinkwassergewinnung und Baustoff-Recycling: Wer die Stände draußen vor dem Saal abarbeitet, dem wird schnell klar, warum die Kultur- und Kreativwirtschaft so schwer fassbar ist. „Früher habe ich gedacht, Sie sind alle Designer“, sagt Altmaier den Gründer\*innen, die von der Bundesregierung den Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ verliehen bekommen haben. Diese Vielfalt hat schon seine Amts-

vorgänger\*innen beeindruckt – welches Potenzial darin steckt, das will Altmaier noch in diesem Jahr auf einer großen Fachkonferenz vertiefen lassen. Im Gespräch sei auch ein neues Förderprogramm für „nicht-technische Innovationen“, wie das Wirken von Kreativen im traditionellen Deutsch der Branchendefinitionen genannt wird.

## Die Kultur- und Kreativwirtschaft nutzt Potenziale, die andere übersehen

Hinter Altmaiers Plänen steckt die Erkenntnis, dass die Vielfalt der Kultur- und Kreativwirtschaft mehr ist als das „Sahnehäubchen“, das eine hoch entwickelte Volkswirtschaft ziert. Sie macht diese Volkswirtschaft widerstandsfähiger und zukunftssicherer. Weil die Kultur- und Kreativwirtschaft Potenziale nutzt, an denen konventionellere Branchen oft vorbeigehen: Sie bietet Raum für Menschen, bei denen sich nicht gleich im ersten Anlauf Geburt und Bildung und Beruf glücklich fügten. So wie bei Patrick Rump, der

**»Wir wollen erreichen, dass die Menschen nicht immer nur zur Arbeit kommen, sondern die Arbeit auch ein Stück weit zu den Menschen bringen, damit sie in einer menschenwürdigen Umgebung leben können.«**

PETER ALTMAIER

aus schwierigen Verhältnissen kommt und seine Rettung im Leistungssport fand. Heute ist er Mitgründer des Sportcoaching-Start-ups „Gjuum“ und hilft Weltklasse-Tänzer\*innen dabei, gegen schwere Verletzungen anzutrainieren. Und arbeitet mit Jugendlichen, die wie er keinen leichten Start ins Leben hatten.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft nutzt Ressourcen, die andere gar nicht wahrnehmen. So wie das Fleisch chinesischer Wollhandkrabben und anderer eingeschleppter Krebse, die sich in Deutschland unaufhaltsam ausbreiten – und jetzt in den Kreationen von „Holycrab“ auf den Teller kommen. Und sie gedeiht in Regionen, die abseits von Start-up-Hochburgen wie Berlin, Hamburg und München liegen. So wie die alte Möbelbau-region Ostwestfalen, in der sich das exklusive Label „Goldau&Noelle“ gegründet hat, das eine dahinsiechende Schreinerei mit neuen Aufträgen belebt.

„Wir wollen erreichen, dass die Menschen nicht immer nur zur Arbeit kommen“, sagt Altmaier. „Sondern die Arbeit auch ein Stück weit zu den Menschen bringen, damit sie in einer menschenwürdigen Umgebung leben können.“ Wenn Gründer\*innen in den Regionen erfolgreich sind, machen sie diese Regionen sichtbarer. Für den Minister ein wichtiger Beitrag zu dem Bild, das Deutschland von sich hat – und das es anderen präsentiert: „Wir sind nicht multi-kulti, aber wir sind auch nicht uniform.“ Altmaier wünscht sich, dass Alteingesessene und Neubürger\*innen gleichermaßen ihre Zukunft nicht nur in den Ballungszentren sehen.

## Warum es Kreative aufs Land zieht

Außerhalb von Berlin, Hamburg und München eröffnen sich für Kreative ganz neue Möglichkeiten, findet auch Julia Paaß, die für die anschließende Podiumsdiskussion ins Ministerium gekommen ist: „Man kommt raus aus der Blase und entwi-



ckelt neue Ideen“, sagt die Gründerin des Projekts „Zukunftsorte“, ein Netzwerk von Gründungsprojekten im ländlichen Raum, die ihr Wissen teilen. Eines der Projekte ist der Brandenburger Coworking-Space „Coconat“, der ebenfalls den Kreativpiloten-Titel erhalten hat – und ein Beispiel dafür ist, dass Gründer\*innen auf dem Land andere Dinge lernen müssen als in der Stadt. Zum Beispiel, wie man Highspeed-Internet bekommt. Oder wie wichtig echte menschliche Beziehungen sind, wenn man hier einen Fuß auf den Boden bekommen will im Miteinander von Alteingesessenen, Zugezogenen und Heimkehrer\*innen.

Auch wenn es viele romantische Klischees gibt über Städter\*innen, die aufs Land ziehen: „Es gibt hier wirklich ein riesiges Potenzial, gemeinsam Dinge aufzubauen“, sagt Paaß. Platz ist ja genug da, auch Fördergelder wären vorhanden – wenn sich die Programme mehr am echten Leben und weniger an Abteilungsgrenzen orientieren würden: „Was gefördert wird, ist oft viel zu speziell festgelegt – so funktioniert Gesellschaft einfach nicht.“

Dass Förderprogramme für den ländlichen Raum oft an der Realität vorbeigehen, erlebt auch Matthias Leitner. Als Teil des Projekts Phase XI des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes hat er 2017 das „Creative Alps“ mitgegründet, ein Forschungsprojekt von Kreativen aus verschiedenen Alpenländern, die gemeinsam ausloten, welche Potenziale die Bergregionen haben und welche Impulse sie brauchen. „Die klassischen Fördertöpfe sind viel zu ergebnisorientiert“, sagt Leitner. „Da haben die Verantwort-

lichen schon vorher ganz konkrete Vorstellungen davon, welche Maßnahmen sie sinnvoll finden – aber die Menschen vor Ort brauchen vielleicht etwas ganz anderes.“

## Förderinstrumente müssen neu gedacht werden

Mehr Förderung für Netzwerke, für Exploration – es ist ein empirischer, ein forschungs- und daten-gestützter Ansatz, den Leitner vertritt. Was so gar nicht passen will zu dem Klischee des Kreativen. Dafür passt es zu dem, was heute als State-of-the-Art im Innovations- und Gründungswesen gilt: weg von den gewaltigen, am grünen Tisch geschmiedeten Plänen, die mit großem Aufwand umgesetzt und ausgerollt werden. Hin zum frühen Kontakt mit den Kund\*innen, zur radikalen Orientierung an ihren Bedürfnissen, zur Entwicklung in kleinen Schritten: Produktentwickler\*innen orientieren sich heute an Konzepten der empirischen Wissenschaften, sie stellen Hypothesen auf und testen sie in Experimenten.

„Versuch und Irrtum ist möglich, Scheitern ist möglich“, sagt Altmaier. Aber wer dieses Risiko eingeht, der kann Hypothesen bestätigen, die andere sofort verworfen hätten. Zum Beispiel, dass man in Deutschland wieder Produktionslinien ansiedeln kann, die schon lange als verloren galten. Trekkingrucksäcke und andere Gepäckstücke zum Beispiel, die „Red Rebane“ nicht in Vietnam, sondern in Mecklenburg-Vorpommern produziert. So erfolgreich, dass die Schneiderei schon längst zu klein ist, um die vielen Bestellungen abzarbeiten. Weswegen zwei Schweriner



»Versuch und Irrtum ist möglich, Scheitern ist möglich.«

PETER ALTMAIER

Jungs, die eigentlich nur die Rucksäcke bauen wollten, die sie sich selbst immer gewünscht hatten, auf einmal mit Themen wie Investoren-Suche zu tun haben. Kreativität erlebt man eben nicht nur nachts in Berlin.



SCHWEDT LABOR



4179 43



# Diese Unternehmer\*innen machen die Provinz zum Kreativort

Der letzte Bus ist weg und im Jugendtreff hängen komische Typen rum: So muss Dorfleben nicht aussehen. Zwei Start-ups wollen das kreative Potenzial ländlicher Räume heben.

TEXT: GEORG DAHM  
BILDER: TILMANN VOGLER, HAPPY LOCALS

Mit 18 hast du viele Möglichkeiten, dich unglücklich zu machen, findet Dimitri Hegemann: „Du darfst heiraten, dir einen Hauskredit ans Bein binden, mit der Bundeswehr in den Krieg ziehen. Aber man traut diesen jungen Erwachsenen nicht zu, dass sie in Eigenregie eine alte Bruchbude wieder aufbauen, wo sie sich gerne treffen und ihre eigene Welt entwickeln.“ Dimitri coacht Jugendliche, die die Langeweile aus ihren Dörfern und Kleinstädten vertreiben wollen, das Passive, das immer Gleiche mit den immer gleichen paar Gesichtern. „Wir helfen ihnen dabei, sich Räume unter Selbstverwaltung zu schaffen, in denen sie experimentieren können. Eigentlich bauen wir mit ihnen kleine Start-ups auf.“

Hegemann kennt man als Gründer des Berliner Techno-Clubs Tresor, aber er kommt vom Dorf. Und weiß, wie schnell das Dorf seine Aktiven und Kreativen an die Stadt verliert, wenn es kein Kulturprogramm für junge Menschen gibt und das einzige Angebot ein behördlich geführtes Zentrum ist, „wo Du um 18 Uhr raus musst, denn dann kommt der Männergesangsverein.“ Zusammen mit der Designerin Annette Ochs hat er die

Initiative Happy Locals gegründet; gemeinsam gehen sie in ländliche Gemeinden und entwickeln mit den jungen Menschen vor Ort die Räume und Angebote, die diese sich wünschen: „Die haben Ideen, die wissen, wo es Leerstand gibt. Nach drei Stunden Workshop sind die jungen Leute meistens schon so weit, dass sie ihre Wünsche vor der Verwaltung präsentieren könnten – wenn es eine offene Gesprächskultur auf Augenhöhe gibt, leider besteht da oft eine Hemmschwelle.“

Die Erfahrung, etwas bewirken und gestalten zu können, ist ein Schlüssel gegen die Landflucht, sagt Annette: „Unser Hauptziel ist, dass die jungen Menschen entweder dort bleiben, weil sie sich eine sinnerfüllte Existenz schaffen – oder dass sie auch gerne wieder zurückkommen.“ Der Bedarf sei da: „Wir hören das so oft, dass die etwas Älteren nach Reisen und Studium aus der Großstadt zurückkommen, weil es ihnen da zu anstrengend geworden ist.“

Julianne Becker kann das unterschreiben. Über Vietnam und Berlin hat es die gebürtige US-Amerikanerin auf einen Gutshof in Brandenburg verschlagen, den sie zusammen mit ihren



fünf Mitgründer\*innen zum Coworking-Space „Coconat“ ausgebaut hat. „Den Impuls gab ein Freund, der sich immer einen ruhigen Ort zum Arbeiten gewünscht hat, wenn er vor einer Deadline stand.“

Tage- oder wochenweise einmieten, allein oder in Gruppen, viel Ruhe, gemeinsames Essen und lange Spaziergänge in der Natur: Coconat klingt ein bisschen nach Eskapismus für gestresste Großstädter, soll aber mehr sein. „Wir wollten hier kein Ufo in der Provinz landen“, sagt Julianne. „Coconat soll auch ein Ort für die Menschen von hier sein, der ihnen etwas bringt.“ Im Coconat tagt der Gemeinderat, werden Geburtstage und Weihnachten gefeiert. Auf dem Hof hat eine mobile Mosterei ihren Firmensitz gefunden, jeden Monat gibt es einen Stammtisch von Medienschaffenden aus der Region, ein Frauen-Netzwerk berät beim Wiedereinstieg in den Beruf. „2019 eröffnen wir außerdem ein Fab Lab mit einem Schwerpunkt in Holzverarbeitung, was hier in der Region ein großes Thema ist. Und wir haben zusammen mit

**»Wir wollten hier kein Ufo in der Provinz landen. Coconat soll auch ein Ort für die Menschen von hier sein, der ihnen etwas bringt.«**

JULIANNE BECKER, COCONAT

der Gemeinde Bad Belzig ein Konzept entwickelt, mit dem wir den Wettbewerb ‚Smart Village‘ der Medienanstalt Berlin-Brandenburg gewonnen haben.“

So wie Dimitri und Annette will auch Julianne nicht nur kreativ sein, sondern etwas bewirken. Auch darum sind Happy Locals und Coconat mit dem Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ausgezeichnet worden. Seit neun Jahren vergibt die Bundesregierung diesen Preis an Unternehmen, die zeigen, welches Potenzial in der Kultur- und Kreativwirtschaft steckt. „Für uns war das ein wichtiger Schritt, um uns als Unternehmen zu festigen“, sagte Annette. „Mit

unseren Mentoren aus dem Programm sprechen wir darüber, wie wir unsere Finanzierung verbessern. Momentan leben wir noch von unseren Hauptberufen.“

Bei Coconat sind es vor allem Fragen der GmbH-Gründung, die in den Gesprächen eine Rolle spielen. Das Geschäftsmodell funktioniert, sagt Julianne, und zusammen mit ihren Mitgründer\*innen möchte sie anderen Teams dabei helfen, ländliche Kreativräume zu gründen. Ihre Erfahrungen gibt sie darum gerne weiter. Zum Beispiel diese: Wer auf dem Land landen will, braucht soziale Netzwerke. Was hier bedeutet:



echte Menschen, denen man die Hand gibt. Menschen, denen anderen vertrauen, die Türen öffnen, Hürden abbauen. Bei Coconat war es der Ex-Hausmeister des leer stehenden Landhotels, in dem der Coworking-Space entstanden ist. „Wir haben uns gleich angefreundet, er hat uns dabei geholfen, die richtigen Leute zur Eröffnung einzuladen, ohne ihn hätten viele Nachbar\*innen bis heute keinen Fuß über die Schwelle gesetzt.“

Dass man nicht einfach als Expert\*in aufschlagen kann, war auch Dimitri und Annette von Anfang an klar. „Wir machen schon vor dem Workshop einen Kick-off in der Gemeinde und laden sowohl die wichtigen Leute aus der Verwaltung als auch Multiplikator\*innen aus der Jugendszene ein, damit die die Botschaft an die anderen bringen. Das ist total wichtig.“

Ebenso wichtig: Happy Locals geht nur in eine Gemeinde, wenn die Einladung von der Verwaltung oder der örtlichen Wirtschaft kommt. „Die Industrie hat ja auch ein Interesse daran, dass Intelligenz da bleibt.“ Im Idealfall sind sowohl die Unternehmen als auch die Politik an Bord – „die Gemeinden haben ja nie Geld für irgendwas, obwohl das ihr gesetzlicher Auftrag ist. Das vergessen die gerne.“

Gleich bei ihrem ersten Projekt haben Annette und Dimitri erlebt, was passieren kann, wenn die Politik nicht mit an Bord ist. „Das war ein schwieriger Ort in Brandenburg, aber die Jugendlichen haben ein tolles Konzept für selbstverwaltete Häuser entwickelt. Und dann hat der Bürgermeister einen Rückzieher gemacht und stattdessen ein Festival mit der Rotary-Jugend umgesetzt. Die waren ihm und insbesondere seiner Verwaltung genehmer, wurde aber einem Teil der jungen Menschen vor Ort überhaupt nicht gerecht.“

Es sei erstaunlich, welche Vorurteile oft noch gegenüber selbstverwalteten Jugendprojekten herrsche: „Die denken, da wird bloß gekifft und geknutscht. Aber diese jungen Menschen entwickeln in ihren Projekten eine wahnsinnige Energie. Die rasen da den ganzen Tag durch die Stadt und reißen was auf, die fangen selber an, Wasser zu legen, zu kacheln, zu planen.“



**»Es geht auch darum, dass sie ein Bewusstsein entwickeln für ihre Gemeinde und was sie daraus machen können.«**

ANNETTE OCHS, HAPPY LOCALS

Vor allem das Planen ist wichtig, sagen Annette und Dimitri: „Dass da etwas Dauerhaftes entsteht, dass die ein Programm haben, mal ein Film, freitags kommt eine Band, einmal im Monat zusammen essen. Durch so etwas entsteht eine Community, und das zieht dann auch andere Leute an, auch aus anderen Dörfern.“ Und es geht nicht nur um Freizeitgestaltung: „Es geht auch darum, dass sie ein Bewusstsein entwickeln für ihre Gemeinde und was sie daraus machen können“, sagt Annette. „Neudeutsch nennt man das Social Design, und das sollte man eigentlich schon in der Schule lernen.“

Vielleicht ist es aber auch ganz gut, dass sie das „von Leuten mit unserem Hintergrund hören, die auch schon mal gescheitert sind“, sagt Dimitri. „Wir glauben, dass in jeder Gemeinde ein Potenzial an jungen Macher\*innen vorhanden ist. Wichtig ist, dass die Verwaltung Ja sagt zu ihren Jugendlichen und deren unangepassten Ideen.“



# Der neue Mittelstand: Wie deutsche Start-ups Produktionen aufbauen

Ein Digital-Start-up zu gründen, ist schon Herausforderung genug. Wenn du aber greifbare Produkte herstellen willst, für die du Maschinen, Material und Menschen brauchst, dann wird es extra-spannend – wie die Geschichten dieser drei Start-ups beweisen, die als „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ausgezeichnet wurden.

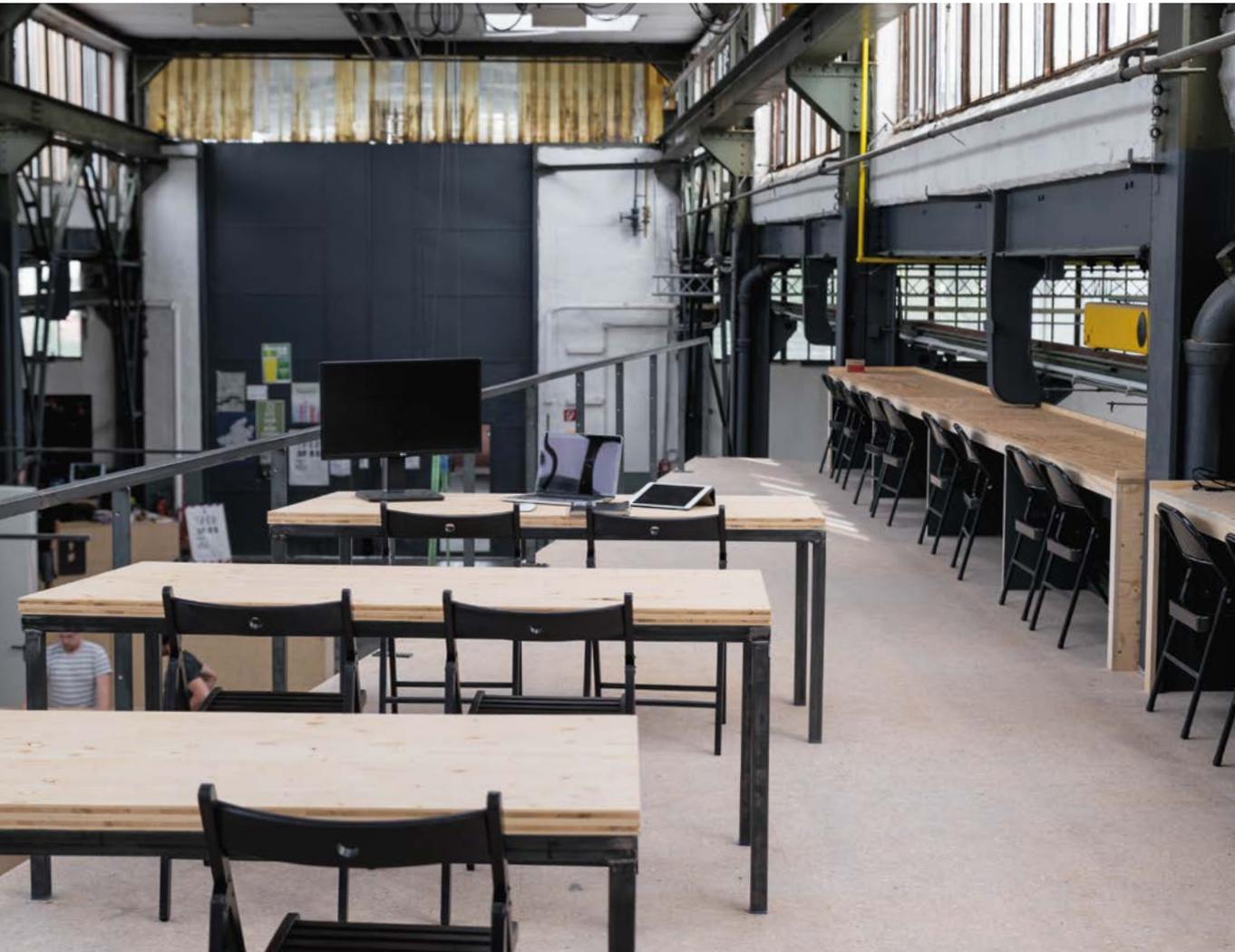
TEXT: GEORG DAHM

BILDER: ROOFUL-ALI, TATCRAFT, THANN BIOLEDER

„Here is to the misfits (...) The round pegs in the square holes“: Apples Werbespot-Ode an alle, die nicht ins Schema passen, ist vielleicht ein bisschen überzitiert, aber hier passt sie. Sie passt auf Meriem Lebdiri, die als Kind algerischer Einwanderer mit westlicher Jugendmode ebenso wenig anfangen konnte wie mit der Import-Mode türkischer und arabischer Boutiquen. Sie passt auf Jonas Mumm und Christoph Mandl, die nicht ihr ganzes Leben vor dem Computer verbringen wollten. Und sie passt auf Fabian Winopal und Tim Fleischer, die einfach mal eine Werkstatt haben wollten, die groß genug war für die Ideen, mit denen sie jeden Tag schwanger gingen. Sie alle haben ihre Unzufriedenheit in Gründungs-ideen umgesetzt – weswegen sie von der Bundesregierung mit dem Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ausgezeichnet wurden.

Ihre Start-ups Mizaan, Thann Bioleder und Tatcraft entwickeln keine Apps, sondern hand-feste Produkte. Maschinen, Materialeinkauf, Logistik, Absatzprognosen – wenn Kultur- und Kreativwirtschaft auf klassisches Handwerk trifft, kommen ganz besondere Herausforderungen auf die Gründer\*innen zu.

Die Produktionslinie von Thann Bioleder beginnt auf einer Weide mit einem Rind, das ein gutes Leben unter freiem Himmel hatte und genau dort geschlachtet wird – was zwar ethischer ist, in Deutschland aber nur unter erschwerten Bedingungen erlaubt wird. „Unser Lieferant ist ein alter Biolandwirt und Revoluzzer, der hat 13 Jahre lang gegen die Behörden prozessiert, weil er nicht einsehen wollte, dass seine Tiere ihr schönes Leben mit Viehtransport und Schlachtstress beenden sollen“, sagt Christoph. Nicht einsehen



wollte er auch, dass die Industrie mit den Häuten seiner Tiere nichts anfangen konnte – das natürlich gewachsene Leder ist nicht makellos genug für die Massenproduktion.

In ihrer Regensburger Werkstatt fertigen Jonas und Christoph daraus in Handarbeit Accessoires, die ihre Käufer ein Leben lang begleiten sollen: Gürtel, Brieftaschen, Schlüsselanhänger, Kameragurte. Derzeit noch vor allem in dem Lederwarengeschäft, das Jonas 2017 übernahm, als er keine Lust mehr darauf hatte, als angestellter Architekt die immer gleichen Entwürfe am Computer zu bearbeiten – und das Lederhandwerk war schon lange seine Leidenschaft. Jetzt

**»Ich habe mehrere Tage gebraucht, bis ich aus dem Loch wieder herausgekommen bin.«**

CHRISTOPH MANDL, THANN BIOLEDER

wollen Jonas und Christoph auch das Online-Geschäft ausbauen, mehr Werbung machen, neue Produkte entwickeln – und dann sind da noch all die anderen Werkstätten, die auf einmal Interesse haben an dem Material, das Thann sich mit viel Mühe erschlossen hat „Allein eine Gerberei zu finden, die unsere Biohäute pflanzlich gerbt, war ein Abenteuer“, sagt Christoph. Und im ersten Anlauf eine Katastrophe: „Wir hatten alles monatelang vorbereitet, die Werkstatt, die Website, die Produkte, alles fertig und all unser Geld investiert. Und dann kommt die erste Charge und das Leder ist komplett unbrauchbar.“ Warum? „Keine Ahnung, die Gerberei war sehr unkommunikativ und uns war klar: Wir können keinen zweiten Anlauf riskieren.“ Im Nachhinein habe sich das Desaster als Glück erwiesen, sagt Christoph: „Unsere neue Gerberei hat sehr viel mehr Bock auf das, was wir machen, der Juniorchef kommt direkt von der Gerbereischule aus England und will was Neues ausprobieren.“ Aber die Zeit vor

diesem Lichtblick war ein Tiefpunkt: „Ich habe mehrere Tage gebraucht, bis ich aus dem Loch wieder herausgekommen bin.“

„Du musst leiden, um erfolgreich zu sein“, sagt Tim Fleischer. Er spricht aus mehrfacher Erfahrung: In ihrem Makerspace Tatcraft haben er und sein Mitgründer Fabian Winopal schon eine ganze Reihe von Start-ups von der ersten Idee bis zum produktionsreifen Prototyp begleitet. „Man merkt bei den Gründer\*innen schnell: Ist das jemand, der eine Idee hat und jemand sucht, der das für ihn ausbaldowert, oder ist das jemand, der sich selber reinhängt?“ Ebenso gefährlich ist aber das andere Extrem, sagt Fabian: „Die größte Hürde ist oft: Die Gründer können nicht abgeben und wollen alles selber machen. Aber es bringt nichts, wenn jeder das Rad neu erfindet. Arbeitet zusammen, sucht euch die Leute, die das können. Execution is king!“

**»Wer investiert schon in Mode? Das ist ein schwieriges Geschäft, du musst ja nur mit einer Kollektion daneben liegen und das Ganze ist weg.«**

MERIEM LEBDIRI, MIZAAAN



Gerade im Hardware-Bereich. „Ich habe das in meiner Zeit im Investmentbanking so oft erlebt: Da sind kreative Gründer\*innen, die aber nicht über das Ideenstadium hinauskommen, weil sie nicht die Skills und die Möglichkeiten haben, schnell in die Produktentwicklung zu gehen. Es kann eben nicht jeder mal schnell seinen Wohnsitz für drei Monate nach China verlagern.“ Diese Lücke wollen Tim und Fabian schließen – und erfüllen sich damit gleichzeitig einen Jugend-

traum: „Fabians Vater hatte im Keller eine Werkstatt, in der wir uns immer ausgetobt haben – nur war die so klein, dass wir jeden Tisch, den wir da gebaut haben, auseinandersägen mussten, um ihn rauszukriegen. Wir wollten immer eine große Werkstatt – und ein Schweißgerät.“ Inzwischen haben sie sehr viel mehr als ein Schweißgerät: „Insgesamt haben wir hier Maschinen für mehr als eine Million Euro stehen“, sagt Fabian. „So etwas kannst du nicht vollständig selber finanzieren, das geht nur mit Partnern und Kooperationen.“ Ein halbes Jahr lang sind die beiden auf Partnersuche durch Deutschland getourt, haben auf 10 Quadratmetern gearbeitet und auf Sofas geschlafen, bis sie Tatcraft eröffnen konnten.





Hardware-basierte Wirtschaftsförderung betreiben“, sagt Fabian.

Dass Investor\*innen nicht gerade Schlange stehen, um eine neue Generation mittelständischer Betriebe zu finanzieren, weiß auch Meriem Lebdiri. „Wer investiert schon in Mode? Das ist ein schwieriges Geschäft, du musst ja nur mit einer Kollektion daneben liegen und das ganze Geld ist weg.“ Meriems Label Mizaan macht Kleidung für Frauen, die gerne mehr Stoff am Körper haben, die auch im Sommer einen langen Rock oder Blazer kaufen wollen – egal, ob das ein Ausdruck ihrer Religion

Gründer\*innen und Maker\*innen können sich mit ihren Projekten bei Tatcraft einmieten; eine offene Anlaufstelle für Kreative zu sein, ist eine Säule des Konzepts. „Aber man muss ganz klar sagen, dass wir mit der offenen Werkstatt draufzahlen“, sagt Fabian. „Geld verdienen wir mit Projekten.“ Neben eigenen Start-up-Ideen setzt Tatcraft Co-Creation-Projekte mit Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Künstler\*innen um. „Wenn die großen Installationen planen, sind da oft eine ganze Reihe von Gewerken nötig – wir sorgen dann dafür, dass die Idee auch umsetzbar ist, stellen die Teams zusammen, und koordinieren die Arbeiten.“ Riskanter ist das Geschäft mit Start-ups, die ohne eigene Finanzierung eine Hardware-Idee umsetzen wollen – sie zahlen mit Firmenanteilen für die Expertise und den Maschinenpark von Tatcraft – aber bis daraus Cashflow entsteht, kann sehr viel Zeit vergehen. „Wir sind die Einzigen, die im Raum Frankfurt

ist oder nicht. „Ich kenne Frauen, die sich freizügig kleiden und viel konservativer sind als andere, die den Hijab tragen“, sagt Meriem. „Mizaan“ könne man mit „Balance“ oder „Gleichgewicht“

**»Allein eine Gerberei zu finden, die unsere Biohäute pflanzlich gerbt, war ein Abenteuer.«**

CHRISTOPH MANDL, THANN BIOLEDER





übersetzen – „und so sieht das Publikum bei meinen Modenschauen auch aus, da siehst du in der ersten Reihe blond, brünett, Hijab, rot-haarig, Hijab, Hijab, schwarz. Da kommen alle zusammen, das findest du kaum noch auf der Berlin Fashion Week.“

Ihr Weg in das Segment „Modest Fashion“ begann für sie

als 12-Jährige, die nicht glücklich wurde mit der Bauchfrei-Jugendmode der späten 1990er-Jahre. „Aber was es in den türkischen und arabischen Läden gab, hat mir auch nicht gefallen“. Also fing sie an, ihre eigenen Entwürfe zu zeichnen – bis ihre Mutter sich mit ihr an die Maschine setzte und aus den Skizzen umsetzbare Modelle machte. Dass Mode ein Beruf sein kann, war für Meriem eine Offenbarung. Dass dieser Beruf auch in die Selbstständigkeit führen könnte, diese Erkenntnis lag nicht auf der Hand. „Das wird im deutschen Schulsystem ja nicht vermittelt“, sagt Meriem, „und auch in der Berufsausbildung wurden wir nur auf Angestellten-Jobs in der Industrie getrimmt.“ Als junge Mutter war für sie ein klassischer Industriebetrieb keine Option – und in welchem Betrieb hätte sie ihre Ideen auch umsetzen können? Also ging Meriem den harten Weg. Jobbte, um Stoffe für ihre ersten Kollektionen zu kaufen, um Models, Make-up-Artists und Fotograf\*innen zu bezahlen – die nicht gerade Schlange standen, um für ein Label

zu arbeiten, das für das Recht der Frau auf freie Entscheidung für oder gegen das Kopftuch steht.

Warum sie all das auf sich genommen hat? „Ich bin halt bekloppt“, sagt Meriem und lacht. Wobei es genau diese Besessenheit war, die schließlich ihre ersten Investor\*innen überzeugte – und die Ausdauer, mit der Meriem über selbst bezahlte Modenschauen und Social Media ihre Fanbasis aufbaute. Tatsächlich ist der Ruf von Mizaan jetzt schon internationaler als der Vertrieb. „Wir sind noch sehr auf Deutschland ausgerichtet“, sagt Meriem, „aber wir wollen internationaler werden“. Zwar gibt es Modest Fashion-Labels in mehrheitlich muslimischen Ländern wie Kuwait und Indonesien, aber keine Marken mit internationaler Strahlkraft. Warum? „Gute Frage“, sagt Meriem. „Wahrscheinlich muss man immer auch die Kultur des Landes kennen, wie die Menschen hier ticken. Wir verkaufen ja nicht nur Mode, sondern einen Lifestyle“. Stil und Qualität gehören ebenso dazu wie Toleranz: „Meine Eltern haben mir beigebracht, dass ich anderen meine Meinung nicht aufdränge; und du wirst auf unseren Seiten immer Models mit und ohne Hijab finden“, sagt Meriem. „Wir brauchen keine Trennung.“

Auch das hätte sich gut in einem Apple-Spot gemacht.

## »Du musst leiden, um erfolgreich zu sein.«

TIM FLEISCHER, TATCRAFT



# Impressum

## HERAUSGEBER

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

## TEXT UND REDAKTION

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

S. 71 Georg Dahm, Fail Better Media  
S. 75 Georg Dahm, Fail Better Media  
S. 79 Georg Dahm, Fail Better Media

## STAND

Oktober 2019

## DRUCK

Gallery Print Berlin



## GESTALTUNG UND PRODUKTION

Grafikladen Berlin

## AUSGEZEICHNET SONDERSEITEN:

Markwald Neusitzer Identity Frankfurt/Düsseldorf

## BILDNACHWEISE

S. 2 u-institut, S.6 William Veder, S. 8 Bundesregierung/Kugler, S. 9 Elke Jung-Wolff, S. 10 William Veder, S. 12 Vahid-Zarei; AMUSE, S. 13 Laurent Hoffmann; Susanne Hübner, S. 14 BEEsharing, S. 15 Benny Trapp Frogs & Friends; Andreas Krauss Frogs & Friends, S. 16 Daniel Roos; cocktailfilms, S. 17 Zacharie Scheurer; Anja Weber, S. 18 Matthias Arfmann; Lidija Delovska, S. 19 Jonas Eiden; Adrian Wegener, S. 20 Hannah Schmidt; Feral Note, S. 21 Erik Schütz, S. 22 Caspar Sessler, S. 23 Knärzje GmbH, S. 24 Max Mesch, S. 25 Kontextlab; Johann Bentele, S. 26 Julian Wenzel; Kugel und Niere, S. 27 Steffi Hummel; Mirko Plha, S. 28 Lithium Architects GmbH, S. 29 Living Brain, S. 30 Rok Trzan, S. 31 Doerte Koestlin-Thompson; Dominik Schmitz, S. 32 Prototyping Futures; Karina Scholz, S. 33 Martin Mostert S. 34 Frederic Geiger, S. 35 Aline Viola Otte; Fabian Fischer, S. 36 Uwe Duettmann, S. 37 Slow Bros. UG/Ilja Burzev, S. 38 Oliver Borchert, S. 39 Tom Xaver Dachs, S. 40 Salgar Saieh; Sophia Hoeder, S. 41 tip me Global UG, S. 42 Sascha Martin; Charlotte Hafke, S. 43 David Simmons, S. 44 William Veder; u-institut, S. 45 William Veder; u-institut, S. 54 William Veder, S. 56 v.l.n.r. Achim Zeilmann; Hwa Ja Götz; Stefanie Seufer; Alena Schmick; Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg; Christian Kruppa; Anne Kleinschrodt; Ellen Koban, S. 57 v.l.n.r. Benjamin Diederling; Thommy Mardo; Landeshauptstadt Düsseldorf; Gerald Dissen; Holm Bieraeugel; Ivan Acimovic; Markus Milde; Thilo Schoch, S. 58 v.l.n.r. Anna Logue; Lars Horn; Helen Sobiralski; Roland M. Wagner; Dr. Michaela Voß; Marcel Wogram; Carolin Weinkopf; Thies, S. 59 v.l.n.r. Carus Verlag; BMWi; Axel Kuhlmann Quadrat; Thomas Leidig; Kirsten Petersen; BMWi; Hoffotografen; Christoph Mandl, S. 60 v.l.n.r. Jan Strecker; Christoph Neumann; Oliver Reetz; Sarah Kossmann; Thomas Leidig, Sandra König; Jo Larsson; elceedee UG, S. 61 Thomas Leidig; Martin Horst; Julian Schneider; Stephanie Reuter; u-institut; Heiko Böttcher; David Marschalsky; HPI, Kay Herschelmann, S. 62 v.l.n.r. UNICEF/Hyou Vielz; Daniel Goll; Erol Gurian; Johannes Nünning; Nina Grützmacher; DLR Projektträger; Ralph Sondermann; Gene Glover, S. 63 v.l.n.r. DBT von Saldern; Videoreality; Andreas Zauner; @iamshooter; Andreas Kermann; Thomas Leidig; Anne Deppe; Thomas Leidig, S. 64 v.l.n.r. Sandro Jödicke; Bayern Innovativ GmbH; Patrick Kunkel; Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg Vorpommern; IHK Köln Ulrich Nickel; Arno Declair; Christina Körte; Christian Krinninger; S. 65 v.l.n.r. Andreas Kusy; Robert Mertens; Florentine Joop; Landeshauptstadt München Jürgen Liebherr; Stephanie Weidner; Susan Barth; Susanne Stoeck; Niki Vetter, S. 66 v.l.n.r. Sen WEB Projekt Zukunft; Janine Meyer; Thorsten Unger; Thomas Leidig; IHK Ostwestfalen; Heiko Preller; Marten Welschbach; WRS GmbH; S. 67 v.l.n.r. Walter Winter; Xaver Willebrand; Robert Felgentreu; Sandra Wemmel, S. 68 William Veder, S. 70 William Veder, S. 72 William Veder, S. 73 Happy Locals; S. 76 Tilmann Vogler; Happy Locals, S. 77 Happy Locals, S. 78 Rooful-Ali, S. 80 tatcraft, S. 81 Rooful-Ali, S. 82 THANN BIOLEDER, S. 83 tatcraft

## DIESE UND WEITERE BROSCHÜREN ERHALTEN SIE BEI:

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



