

**KULTUR- UND
KREATIV
PILOT*INNEN
TITEL
TRÄGER*INNEN
2022**



**KULTUR- UND
KREATIVPILOT*INNEN
DEUTSCHLAND**



KULTUR- UND
KREATIVPILOT*INNEN
DEUTSCHLAND

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

INHALT

VORWORT	2	LOKK	27
GRUSSWORTE	4	macht.sprache.	28
TITELTRÄGER*INNEN	6-39	Made by Black Excellence	29
& Töchter	8	mujō	30
Artventure	9	Netzwerk für Schwarze Kinderbuch-Autorinnen: FAFALAG	31
Avenir Garment	10	Off The Beaten Track	32
BEAWEAR / OpenDress GmbH	11	Re-Shirt	33
connactz	12	Revoltec	34
cre[ai]tion	13	rrreefs	35
DIVE	14	Storydive	36
Eye-Able	15	The Changency	37
Faircado	16	Vorkoster	38
Fashion Africa Now	17	What a View Studios	39
FEAT Boddies Helpwear	18	JURY	40-51
FettFressHair	19	INOTIV	52-59
FindUs App	20	MAGAZIN	60-79
Gratitude Verlag	21	Hybride Bühnen	62-67
Gurlz with Curlz	22	Neue Perspektiven Journalismus	68-73
Jünglinge Film	23	Tabus Gesundheit	74-79
klaep	24	IMPRESSUM	80
Kopftuchmädchen	25		
Ladies&Ladys Label	26		



»Wir freuen uns über die Anerkennung als Kultur- und Kreativpilot*innen und darüber, gemeinsam mit anderen Initiativen für eine bessere, fairere und grünere Zukunft zu kämpfen.«

Ali Nezamolmaleki, Evoléna de Wilde d'Estmael — Faircado

WIRKSAM IM WANDEL

Vor uns liegt eine Zukunft, die von den Veränderungen bestimmt sein wird, die wir heute anstoßen. In einer Zeit des ökologischen und gesellschaftlichen Wandels, geprägt von neuen Diskursen, den Verheißungen und Herausforderungen der technologischen Innovationen und der medialen Welten, zeigen uns die Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft, dass es sich lohnt, optimistisch nach vorne zu schauen. Sie selbst sind die Veränderung, die sie sich für die Welt wünschen: Sie stellen sich mutig den Herausforderungen, schlagen neue Wege ein und finden mit souveränem Tatendrang unkonventionelle Lösungen. Die Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland geben einen Einblick, mit welcher Kraft und Vielfalt die Kreativschaffenden in Deutschland sich der positiven Gestaltung der Gegenwart von morgen widmen.

Durchgeführt wird die Auszeichnung vom u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e.V. Förderer ist die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, getragen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien. 🚀



Dr. Robert Habeck

Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz

In einer Zeit, in der wir als Politik, Gesellschaft und Wirtschaft mit dem Zusammenlaufen gleich mehrerer Krisen konfrontiert sind, in einer Zeit, in der die Veränderungsdynamik stark ist, spielen Kunst und Kultur eine besonders wichtige Rolle. Als kritische Instanzen, die sicher geglaubte Wahrheiten hinterfragen und kluge Fragen nach unserer Zukunft stellen. Als Orte, in denen wir uns als Gesellschaft über uns selbst verständigen.

Krisen setzen aber vor allem Kreativität frei. Kreativität verstanden als Kraft, etwas Neues zu erfinden und auf die Beine zu stellen - und damit den Krisen zu trotzen bzw. sie zu überwinden. Kreativität also als unternehmerische Kraft. Das haben uns insbesondere die vielen Unternehmerinnen und Unternehmer der Kultur- und Kreativwirtschaft vor Augen geführt, als sie während der Corona-Pandemie trotz widrigster Umstände nicht den Kopf in den Sand gesteckt haben, sondern mit unzähligen neuen Ideen und Geschäftsmodellen dem Alptraum der Pandemie begegnet sind. Diese Tatkraft und diesen unternehmerischen Mut brauchen wir mehr denn je, um die Zukunft unseres Landes aktiv zu gestalten.

Die Preisträgerinnen und Preisträger des Gründungswettbewerbs »Kultur- und Kreativpiloten« gehen mit ihren Unternehmungen Herausforderungen über Branchengrenzen hinweg an. Sie treiben mit ihrer Kreativität die Innovationen voran, die unserem Land auch in Zukunft Wohlstand und Sicherheit ermöglichen. Und sie gestal-

ten durch ihre Ideen den gesellschaftlichen Wandel in den wichtigsten Zukunftsfeldern mit: von der Bekämpfung der Klimakrise über die Erarbeitung von Future Skills bis hin zu digitalen Lösungen.

Die 32 Auszeichnungen zum Kultur- und Kreativpiloten Deutschlands zeigen auch die Vielfalt und Wirksamkeit von Kreativität als wirtschaftliches Gut: Hinter jeder Idee stecken Persönlichkeiten, die mit unternehmerischem Engagement und Leidenschaft einen ganz individuellen Ansatz zur Lösung von Problemen und zu neuer Wertschöpfung entwickeln. Sie bringen nachhaltige Produkte auf den Markt, agieren an der Schnittstelle von unternehmerischem Handeln und Innovation und zeigen so, dass in Wirtschaftlichkeit auch ein gesellschaftlicher Mehrwert steckt.

Liebe Preisträgerinnen und Preisträger, Ihre kreativen Ideen und Ihren unternehmerischen Mut, diese Ideen Wirklichkeit werden zu lassen, brauchen wir, um unser Fundament für eine erfolgreiche Zukunft zu untermauern. Für Ihre starken Projekte wünsche ich Ihnen den besten Erfolg!

Dr. Robert Habeck



Claudia Roth

Staatsministerin für Kultur und Medien

In diesen herausfordernden Zeiten ist die Stärkung der Demokratie und des gesellschaftlichen Zusammenhalts essenziell. Wir brauchen mehr denn je Menschen mit visionärem Optimismus, die den Mut haben, kreative Lösungen für die großen Herausforderungen unserer Zeit zu entwickeln.

Mit ihrem gestalterischen Engagement sind die Akteurinnen und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft Inspiration und Weichensteller für wegweisende Veränderung. Wir wollen sie bei ihrer Arbeit unterstützen und sie ermutigen, weiter voranzugehen. Dazu gehört nicht nur, gute Rahmenbedingungen für ihre kreative Arbeit zu schaffen, sondern auch das unternehmerische Denken und Handeln zu stärken. Die Auszeichnung der Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland ermöglicht genau das: Wir geben unseren kreativen Köpfen Rückenwind und begleiten sie auf ihrem unternehmerischen Weg, damit ihren zukunftsweisenden Ideen möglichst viele Türen offenstehen.

Der aktuelle Jahrgang der Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland zeichnet sich vor allem durch eines aus: Er übernimmt gesellschaftliche Verantwortung in all ihren Facetten. Die Titelträgerinnen und Titelträger bieten Lösungen für soziale Missstände, die Menschen mit verschiedensten Hintergründen und Geschichten betreffen, machen sich für mehr Diversität und gesellschaftliche Teilhabe stark, setzen sich für mehr Geschlechterge-

rechtigkeit ein, machen Kunst im öffentlichen Raum oder bereichern das Kino mit neuen Ideen.

Ich freue mich sehr, dass wir es diesen 32 mutigen und enthusiastischen Unternehmerinnen und Unternehmern ermöglichen können, ein Jahr lang in einem Peer Learning und Mentoring-Programm begleitet und bestärkt zu werden. Ich gratuliere allen Titelträgerinnen und Titelträgern von Herzen und bedanke mich für ihre Energie und Kraft, neue Wege zu gehen und uns dabei mitzunehmen.

A handwritten signature in black ink that reads "Claudia Roth". The signature is fluid and cursive.

Claudia Roth




»Wer groß denken will, braucht ein Fundament aus Unterstützung, kritischen Fragen und Erfahrung. Mit der Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilot*innen bekommen wir genau das.«

**Celina Krüger, Rabea Heimberg, Tamara Bresler —
What a View Studios**

TITELTRÄGER*INNEN

Vorhang auf für unsere Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland 2022! Die innovativen Titelträger*innen sind mit ihrem unternehmerischen Mut, ihrem Tatendrang und ihrem Willen, den Status quo zu verändern, wichtige Vorbilder. Sie beweisen, dass soziale und ökologische Missstände nicht hingenommen werden müssen und bieten originelle Lösungen für komplexe Herausforderungen unserer Gegenwart. Ihre Visionen inspirieren uns und machen Mut.

Die Unternehmer*innen bieten einen Einblick in die vielfältige Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft. Was sie eint, ist der Wunsch, Verantwortung zu übernehmen – und die Gesellschaft nachhaltig zu verändern. Sie geben marginalisierten Stimmen eine Bühne, stärken ihre Teilhabe in der Kulturbranche und setzen sich für mehr Gleichberechtigung in der Literatur, in der Musik sowie auf der großen Leinwand ein. Mit smarten Lösungen sorgen sie für nachhaltigeren Konsum in der Lebensmittel- und Textilindustrie.

Die 32 ausgezeichneten Projekte zeigen eindrucksvoll: Krise heißt nicht Stillstand, sondern Wandel. Damit sind sie wesentliche Impulsgeber*innen in dieser herausfordernden Zeit. 

& Töchter

Umblättern statt Scrollen

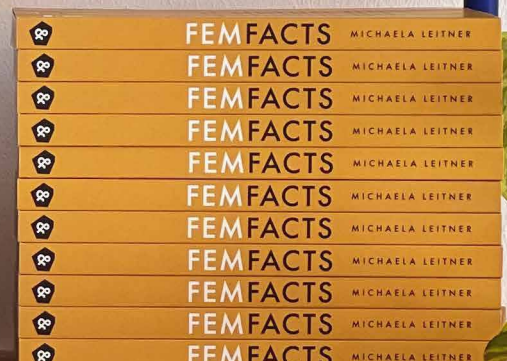
TEAM Elena Straßl,
Jessica Taso,
Laura Nerbel,
Sarah Zechel

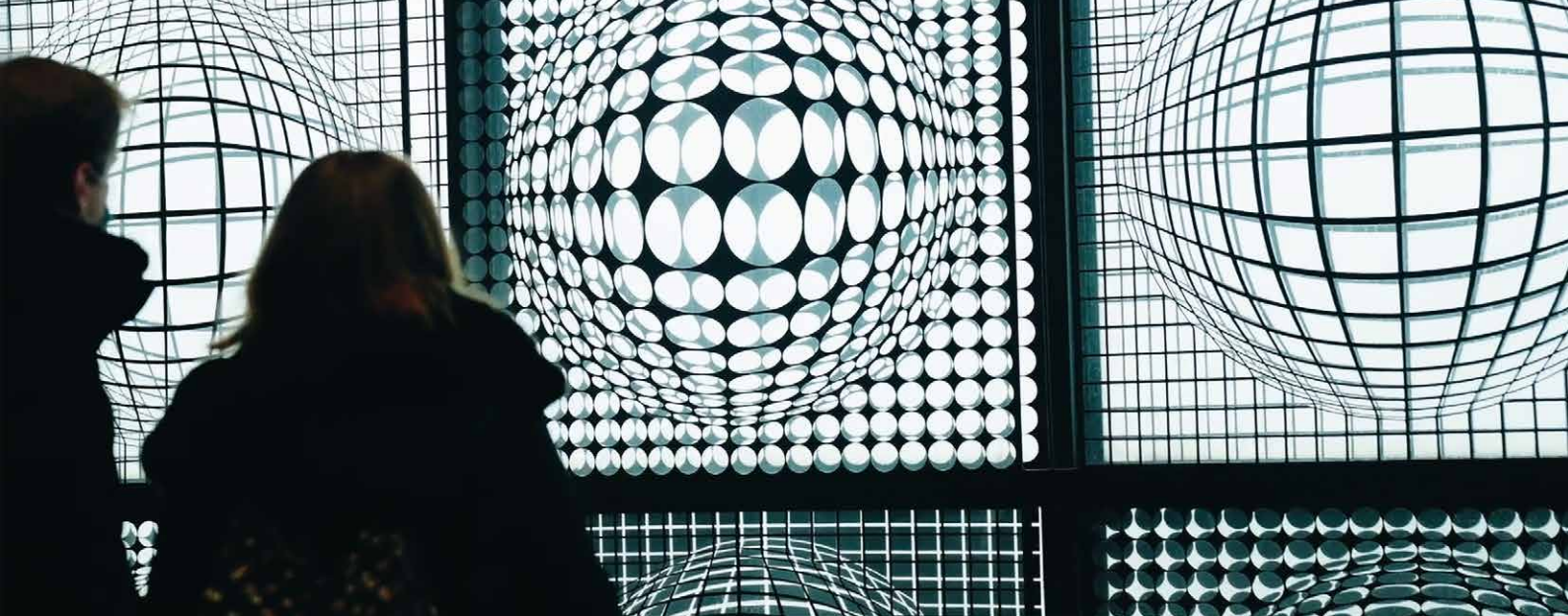
ORT München

WWW und-toechter.de

»Wir wollen mit unserer Arbeit und den Büchern aus unserem Verlag zu einer diverseren, nachhaltigeren und mutigeren Gesellschaft beitragen.«

Nur noch 32% aller Jugendlichen nehmen regelmäßig ein Buch in die Hand, heißt es laut Stiftung Lesen (Stand: 2021). Doch ist Literatur per se uninteressant geworden oder verfehlt das Angebot des Buchmarktes lediglich den jungen Zeitgeist? Genau dieser Annahme gehen die vier Verlegerinnen Laura Nerbel, Elena Straßl, Jessica Taso und Sarah Zechel unternehmerisch nach: Mit &Töchter haben sie einen Independent-Verlag gegründet, der Literatur wieder zum Gespräch macht. Was als Wohnzimmerlesung unter Freund*innen begann, ist mittlerweile zu einem Verlag für Nachwuchstalente gewachsen, der marginalisierten Stimmen und feministischen Perspektiven eine Plattform inklusive nachhaltiger Produktion bietet. Eigene Publikationen wie »Glashauseffekt«, »About Shame« oder »Schwarz wird großgeschrieben« behandeln dabei kontemporäre Themen wie die Klimakrise, mentale Gesundheit sowie Zukunftsvisionen Schwarzer Menschen in Deutschland. Dem geschriebenen Wort verleihen sie damit eine neue Lebendigkeit und reduzieren das monotone Scrollen am Bildschirm.





Artventure

Die Stadt wird zum Museum

TEAM Elisabeth Europa
Jacobsohn,
Julius Lennart Jacobsohn,
Kristina Hermann

ORT Dortmund

WWW artventure-app.de

»Unser Ziel ist es, die Kunstwelt verständlicher, unterhaltsamer und zugänglicher für alle zu machen — unabhängig von Alter, Bildungsstand und Einkommen. Kunst im öffentlichen Raum ist für alle da.«

Der Brunnen auf dem Rathausplatz, die Skulptur im Stadtpark oder das Wandbild an der Häuserwand: öffentliche Kunst ist weit verbreitet und vielfältig. Obwohl deutsche Städte hohe Summen für Kunstobjekte im öffentlichen Raum ausgeben, bleiben diese oft unverstanden. Um die Fülle an öffentlicher Kunst erlebbarer zu machen, haben Elisabeth und Julius Jacobsohn zusammen mit Kristina Hermann Artventure ins Leben gerufen. Entstanden ist eine App, die Kunstwerke auf einer Karte verzeichnet und dazu Informationen und Bildmaterial liefert. Auch ohne künstlerisches Fachwissen lässt sich Kunst so spielerisch erfahren und verschiedene Routen liefern Hintergrundinformationen zu den lokalen Kunstwerken. Artventure legt dabei Wert auf Nachhaltigkeit und inklusiven Zugang: Die App ist auf Fußgänger*innen und Radfahrer*innen ausgelegt und bietet verständliche und unterhaltsame Texte. In Zukunft sollen noch verschiedene Sprachen, eine Vorlesefunktion und Gamification-Ansätze hinzukommen. Für einen einfacheren Zugang zur Kunst, der die Freude am Entdecken weckt. ➔



Avenir Garment

Durchstarterpaket für Modelabels

TEAM Ahmed-Ala-Eddine Amiri
ORT Saarbrücken
WWW avenir-garment.de

»Wir wollen einen positiven gesellschaftlichen Beitrag leisten, um möglichst vielen Menschen auf der Welt Freude zu bereiten.«

Aller Anfang ist schwer, besonders in der Modeindustrie. Im Wust aus Materialauswahl, Designmöglichkeiten, Produktionsstätten und Marketing ist es nicht leicht, den Überblick und die kreative Vision zu behalten. Gut, dass es Avenir Garment gibt: Gründer Aladin Amiri bietet einen Rundum-Service für alle, die in der Fashionbranche Fuß fassen wollen. Von der Beratung beim Design über die Produktion bis hin zu Lieferung und Vertrieb steht das Team tatkräftig zur Seite. Ebenfalls setzt das Unternehmen auf die einzigartige Innovation ELISSA. AI, eine Softwarelösung in Form eines 3D-Konfigurators mit einer integrierten virtuellen Umkleidekabine. Die Software beschleunigt den Designprozess und reduziert die Kosten der Produktion signifikant. Alle Kleidungsstücke werden in Tunesien hergestellt, wo Amiri aufwuchs. Ziel ist es, dort jungen Menschen einen zukunftsfähigen Arbeitsplatz zu verschaffen und den kreativen Austausch zwischen der nordafrikanischen Nation und Deutschland auszubauen. Entstanden sind auf diese Weise auch Kollaborationen mit lokalen Künstler*innen und Aktivist*innen, die den Avenir-Impact durch limitierte T-Shirt-Kollektionen oder Upcycling-Projekte weiter vergrößern. ➔





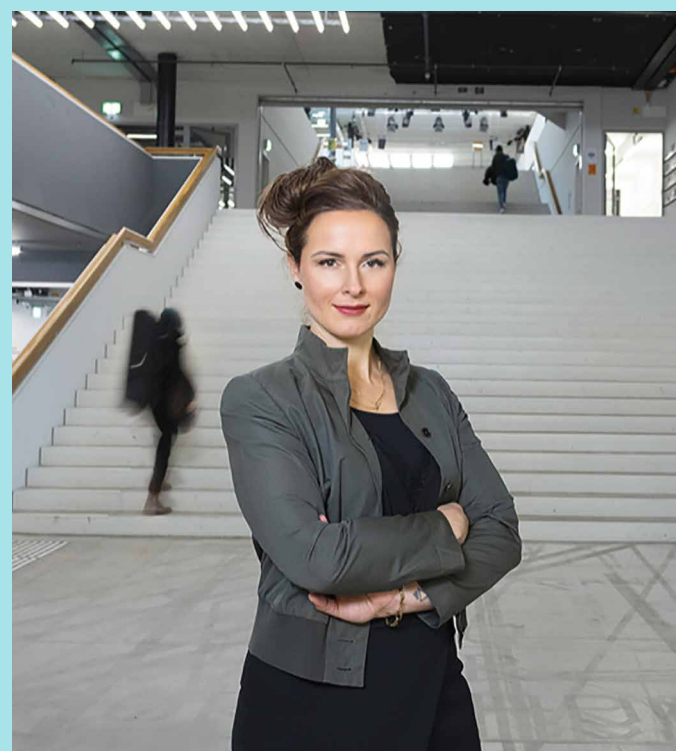
BEAWEAR

Virtuell in die Umkleidekabine

TEAM Verena Ziegler
ORT Konstanz
WWW beawear.ai

»Unsere Mission ist es, eine digitale Lieferkette zu schaffen, die Daten und KI nutzt, um den Kreislauf der Überproduktion von Mode zu durchbrechen und ein magisches Einkaufserlebnis zu bieten.«

Die Deutschen lieben Online-Shopping. Besonders, da Rücksendungen einfach und meist kostenlos sind. Doch nachhaltig ist das nicht. Laut Statista wurden 2020 in Deutschland unglaubliche 315 Millionen Pakete retourniert. Der häufigste Grund: Die Kleidung passt doch nicht so wie erhofft. Doch was, wenn Artikel online anprobiert werden könnten? Architektin und Designerin Verena Ziegler hat genau das entwickelt. BEAWEAR ist eine Fashion-Tech-Lösung, die mittels 3D-Scans des Körpers passformgenaues Einkaufen im Internet ermöglicht. Kund*innen nehmen den Scan mit einem beliebigen Endgerät wie dem Smartphone vor und schicken ihren digitalen Zwilling anschließend in die virtuelle Umkleidekabine. Bestellt wird schließlich das, was auch Zuhause passen wird. BEAWEAR trägt damit dazu bei, die Umweltbelastung von Modeindustrie und Versandhandel zu reduzieren. Doch nicht nur in Bezug auf die Nachhaltigkeit ist das Tool von Vorteil: Bei Retoure-Quoten von bis zu 50% sparen Unternehmen signifikant Aufwand und Kosten. ➔



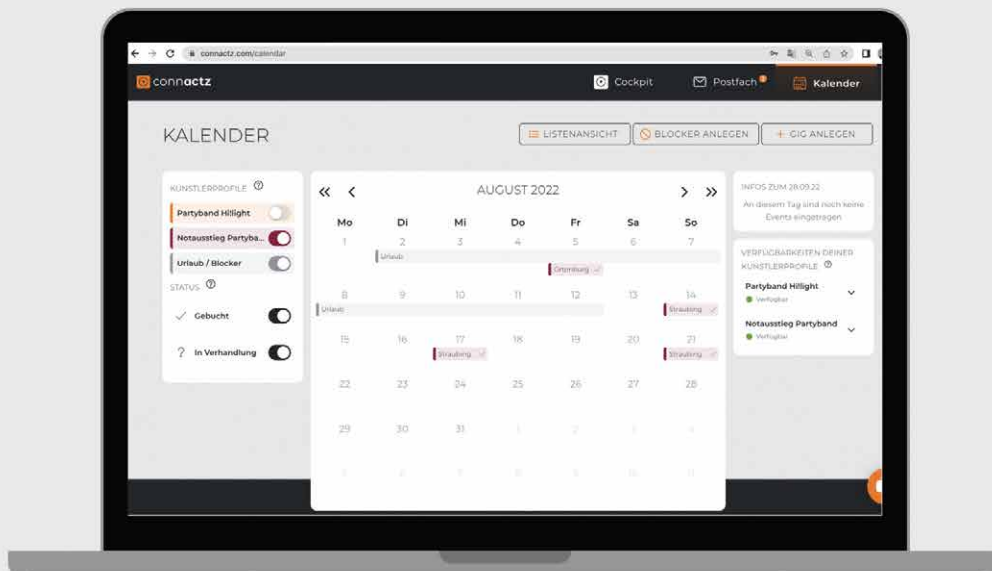
connectz

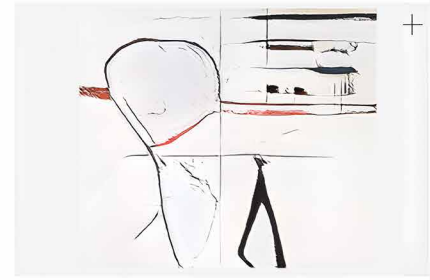
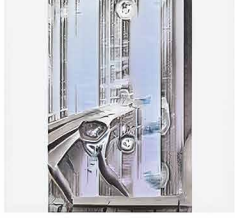
Weniger Büro, mehr Bühne

TEAM Jeremias Burger,
Maximilian Blaschke
ORT Plattling
WWW connectz.com

»Wir hoffen schon in wenigen Jahren einen Service bieten zu können, der allen Künstler*Innen den Großteil ihrer organisatorischen Aufgaben abnimmt. Wir wünschen uns mehr Kunst und weniger Papierkram.«

Das Geschäft mit der Musik ist nicht nur schöne Kunst: Neben dem Ausbauen des eigenen Talents nehmen auch die Auftrittsakquise, die Abrechnung von Gagen sowie die Organisation mit Veranstalter*innen und Bandmitgliedern einen großen Teil des Arbeitsalltags von Künstler*innen ein. Nur wer sich eine*n Manager*in leisten kann, kann sich voll und ganz auf das eigene Handwerk konzentrieren. Bis jetzt! Denn Maximilian und Konstantin Blaschke, Jeremias Burger, Manuela Altendorfer und Georgia Moskofidou haben connectz, den digitalen Manager für Musiker*innen, entworfen. Das interdisziplinäre Gründungs-Team aus den Bereichen Software-Entwicklung, Management und Marketing entwickelt auf Basis Künstlicher Intelligenz ein Assistenztool, um Musiker*innen bestmöglich in ihrer Karriere zu unterstützen. connectz sucht nach passenden Auftritt Gelegenheiten, organisiert den Tour-Kalender und schreibt sogar Verträge und Rechnungen. Auf diese Weise bleibt Bands, Solist*innen, DJs und sonstigen Live-Performer*innen Zeit und Kopf für das, was wirklich zählt: die Musik. 🚀





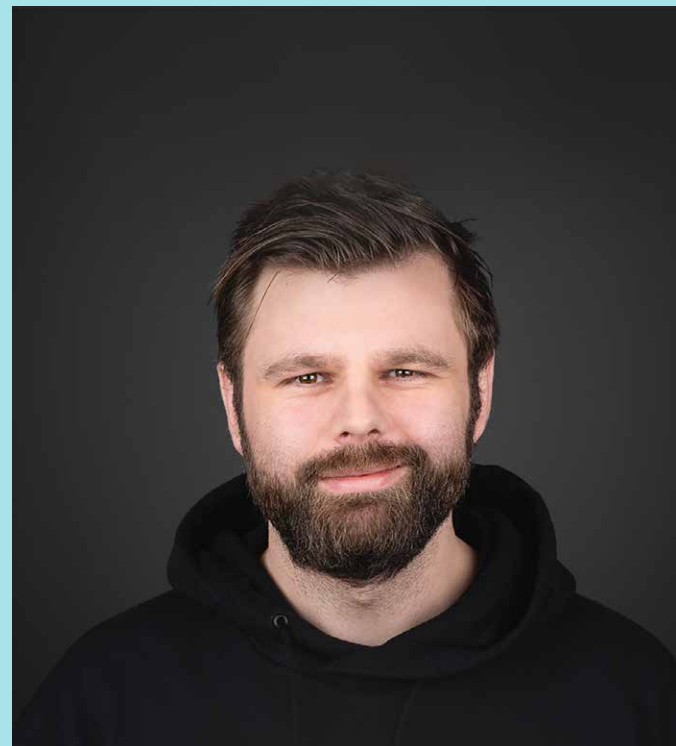
cre[ai]tion

Kreation mit Kopf und KI

TEAM Marco Limm
ORT Frankfurt am Main
WWW creation.io

»Wir stehen vor einer kreativen Revolution mit bisher noch ungeahnten Möglichkeiten. Wir haben bisher erst an der Oberfläche zu kratzen begonnen.«

Viele Kreative dürften das Problem kennen: Ewig wird an einer Idee geschraubt, bis sie schließlich Form annimmt und die Einsicht kommt, »Das hatte ich mir irgendwie anders vorgestellt«. Um den kreativen Schaffensprozess zu unterstützen, hat Gründer Marco Limm zusammen mit dem Partner statworx Ventrues cre[ai]tion entwickelt, eine Plattform auf Basis künstlicher Intelligenz, die unendliche Inspiration für Designer*innen, Künstler*innen und Kreative liefert. Das Team mit Unternehmenssitz in Frankfurt am Main ist zusammengesetzt aus den Expertisen Industrie Design, Deep Learning Engineering und Vertrieb. Wie funktioniert's? Der cre[ai]tion-Feed schlägt den Nutzer*innen unterschiedliche Produkte und Designs vor, die miteinander kombiniert werden können, um neue hybride Entwürfe zu generieren. Diese individuellen Inspirationsquellen werden im eigenen virtuellen Tresor gespeichert und über Boards sortiert. Der Gestaltungsprozess der Zukunft wartet nun darauf, ausprobiert zu werden. ➡



DIVE

Diskriminierungsfreies Job-Matching

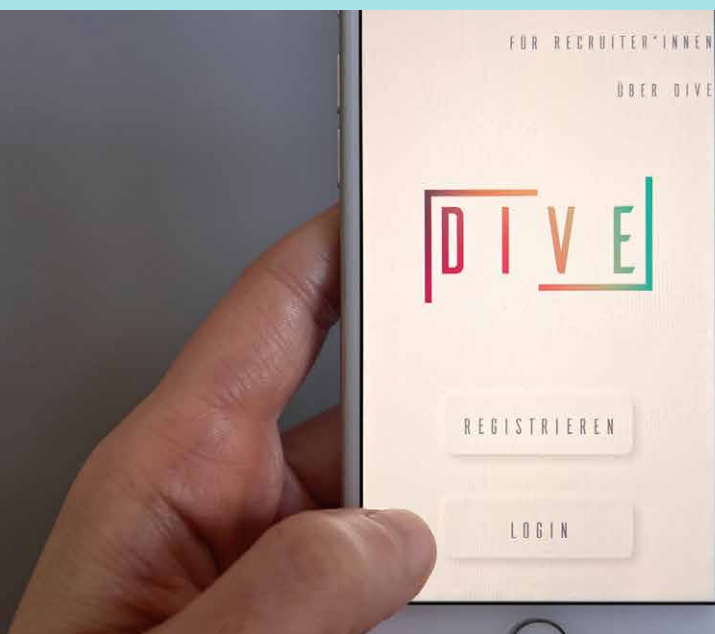
TEAM Osia Katsidou,
Selma Musić,
Sejla Kljucanin,
Theano Katsidou

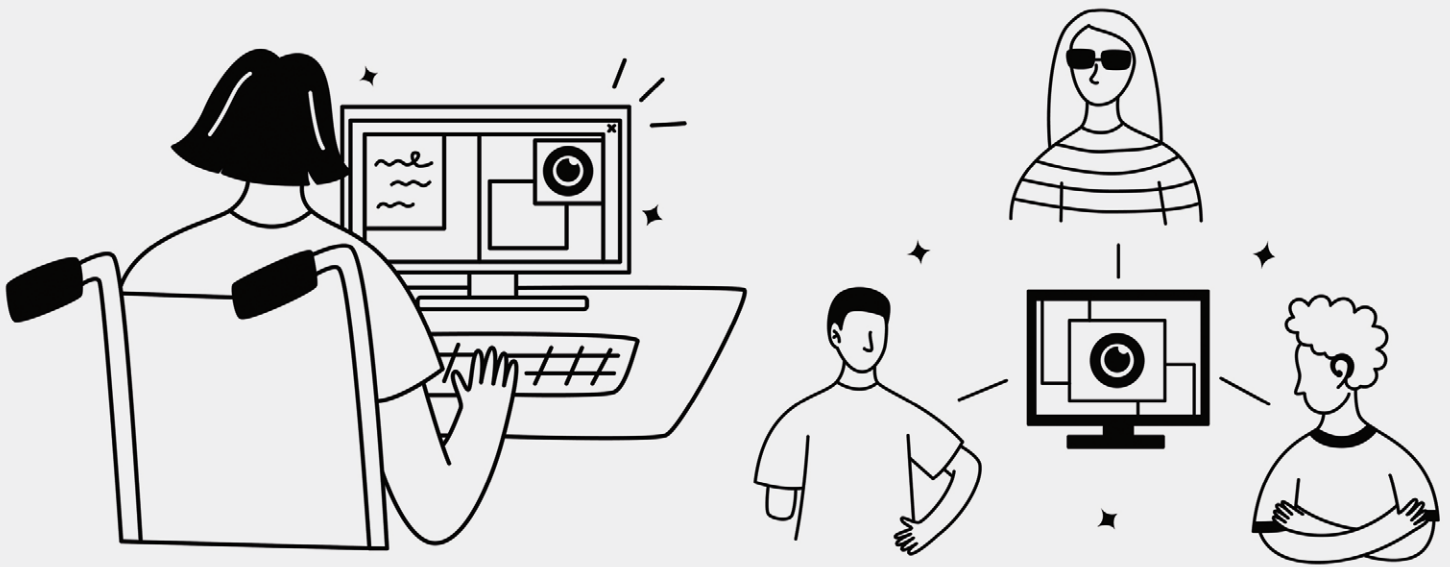
ORT Düsseldorf

WWW divesquared.com/dive-jobmatch

»Als Start-up, das von vier Frauen mit Migrationsbiografie gegründet wurde, stehen wir glaubwürdig für vielfältiges kulturelles und unternehmerisches Denken und Handeln.«

In einer perfekten Welt bekäme stets die fähigste Person den ausgeschriebenen Job. Leider spielen subjektive Einschätzungen als auch bewusste und unterbewusste Diskriminierung bei Einstellungsprozessen eine entscheidende Rolle. Was in den USA bereits vielerorts Usus ist, hält dank DIVE nun auch in Deutschland Einzug: Bewerbungsverfahren ohne die Offenlegung demographischer Daten. Denn die Gründerinnen Selma Musić, Osia Katsidou, Theano Katsidou und Sejla Kljucanin haben einen Algorithmus entwickelt, der Jobanzeigen mit passenden Kandidat*innen matcht. Grundlage hierfür bilden ausschließlich Kompetenzen und Erfahrungen der Bewerber*innen. Der Unconscious Bias (Unterbewusste Voreingenommenheit) von Recruiter*innen wird durch das Ausblenden von Alter, Bild, Name oder demographischen Angaben minimiert und so objektiv gerechtere Einstellungsprozesse ermöglicht. Die vier Unternehmerinnen mit Migrationsgeschichte möchten durch ihr Plattformdesign Diskriminierungsmechanismen abbauen und so Zugänge zum Arbeitsmarkt nachhaltig verbessern. ➔





Eye-Able

100% Internet trotz Sehbehinderung

TEAM Chris Schmidt,
Eric Braun,
Oliver Greiner,
Tobias Greiner
ORT Margetshöchheim
WWW eye-able.com

»Wir haben die Vision, mit unserem Unternehmen das Internet noch barrierefreier zu gestalten und arbeiten stetig an neuen Lösungen, um noch mehr bestehende Probleme zu lösen.«

Das World Wide Web ist der zentrale Schlüssel, um an Informationen zu kommen, sich auszutauschen und einzukaufen. Doch was sich für die meisten einfach und intuitiv anfühlt, ist für Menschen mit Sehbehinderung alles andere als zugänglich. Denn immer noch sind der Großteil der Internetseiten nicht auf sie und ihre Bedürfnisse eingestellt und blockieren so ein signifikantes Medium gesellschaftlicher Teilhabe. In Kooperation mit Freund*innen mit Sehbehinderung in seinem direkten Umfeld wurde Oliver Greiner deshalb unternehmerisch aktiv und entwickelte mit Eye-Able eine leicht zu bedienende Hilfssoftware: Der Eye-Able-Assistent ermöglicht visuelle Veränderungen von Websites, die inhaltliche Reduktion als auch Individualisierung von Informationen. Konkret lassen sich so von der Schriftgröße über Kontraste und Filter hin zum Vorlesen der Texte viele Features nutzen, die für Personen mit Sehbehinderung im Alltag essenziell sind. Mit Erfolg: In Deutschland sind bereits 1800 Websites mit Eye-Able ausgestattet, auch Städte und Konzerne lassen sich mittlerweile von ihnen beraten. ➔



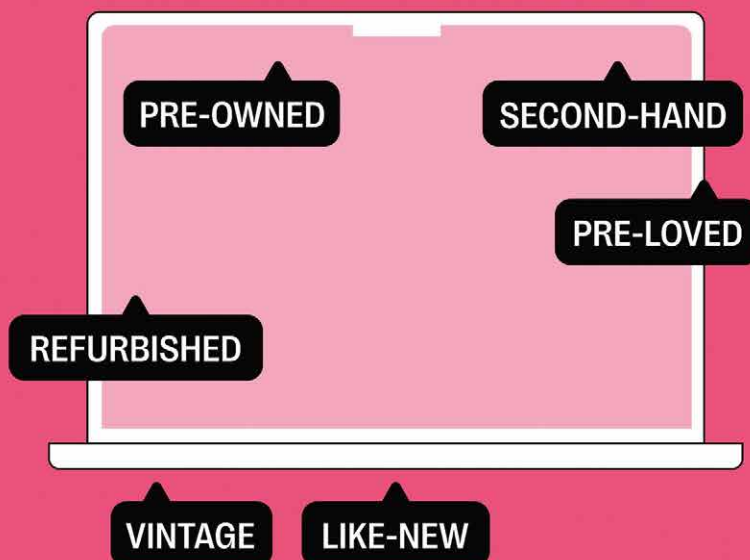
Faircado

Online-Shopping mit gutem Gewissen

TEAM Ali Nezamolmaleki,
Evoléna de Wilde
d'Estmael
ORT Berlin
WWW faircado.de

»Das Ziel von Faircado ist es, E-Commerce in Re-Commerce und unsere lineare in eine Kreislaufwirtschaft zu verwandeln — mit einer Technologie, die Secondhand zur ersten Wahl für alle macht.«

Egal, ob Kleidung, Bücher oder Elektronik: Nahezu alles ist bereits in Unmengen hergestellt und wartet nur darauf, neue Besitzer*innen zu finden. Um nicht bei jeder Gelegenheit neue Produkte mit entsprechender Umweltbelastung kaufen zu müssen, haben Evoléna de Wilde d'Estmael und Ali Nezamolmaleki daher faircado gegründet. faircado ist eine Erweiterung für den Browser Chrome, die beim Online-Shopping simultan Second-Hand-Alternativen für das aktuelle Produkt der Begierde vorschlägt. Mehr als 3 Millionen Artikel kennt die Künstliche Intelligenz der Anwendung mittlerweile und spart seinen Nutzer*innen somit das Suchen auf unzähligen einzelnen Gebraucht-Plattformen. Der Download der Software ist kostenlos, sie finanziert sich durch Anteile des vermittelten Kaufpreises. faircado möchte Second Hand zur bequemsten und attraktivsten Option beim Einkaufen machen, die Lebenszeit der Waren verlängern und somit den ökologischen Einfluss unseres Konsums reduzieren. Den Geldbeutel schont es außerdem! ➔





Fashion Africa Now

Jenseits von Mode

TEAM Beatrace Angut Lorika
Oola
ORT Hamburg
WWW fashionafricanow.com

»Breaking stereotypes and changing the narrative!«

Auch innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sind BIPOC*- Stimmen und -Perspektiven unterrepräsentiert. Diskriminierende Strukturen sorgen dort nach wie vor für ein Ungleichgewicht in Bezug auf Sichtbarkeit und Teilhabe insbesondere Schwarzer Personen. Denn an Ideenreichtum und kreativem Output liegt es definitiv nicht, wie Gründerin Beatrace Angut Lorika Oola mit ihrem interdisziplinären Netzwerk Fashion Africa Now beweist. Neben Expertise und Austauschmöglichkeiten im Bereich Mode bringt die Unternehmerin auch diverse Akteur*innen aus anderen Kreativdisziplinen zusammen, sei es über das eigene Magazin, den Podcast oder kuratierte Veranstaltungen. So breit gefächert das Angebot auch ist, Beatrace Angut Lorika Oolas Arbeit behält dabei einen klaren Fokus: Die Aufarbeitung kolonialer Strukturen in der Mode- und Kreativbranche hat sich die Plattform ebenso zur Aufgabe gesetzt wie die Hervorhebung von Black Excellence**

*BIPOC ist die Abkürzung von Black, Indigenous, People of Color und bedeutet auf Deutsch Schwarz, Indigen und der Begriff People of Color wird nicht übersetzt. (Quelle: Migrationsrat Berlin)

**Der Begriff »Black Excellence« bezieht sich auf ein hohes Maß an Leistung, Erfolg oder Fähigkeiten, das von einer einzelnen Schwarzen Person oder von Schwarzen Personen im Allgemeinen gezeigt wird. (Quelle: dictionary.com)



FEAT Boddies Helpwear

Sich nachhaltig im eigenen Körper wohlfühlen

TEAM Alisa Zillmann,
Judith Geisler
ORT Berlin
WWW feat-boddies.com

»Als erstes Helpwear Label möchten wir mit den LUGGERS ein besseres Selbstwertgefühl schaffen und Leichtigkeit in den Alltag aller Betroffenen bringen.«

Mit ihrer Helpwear stellt sich FEAT Boddies bewusst gegen den Shapewear-Trend der letzten Jahre, denn den Gründerinnen Alisa Zillmann und Judith Geisler ist es wichtig, einen Beitrag für mehr Körperakzeptanz zu leisten und Sehgewohnheiten in Bezug auf vermeintliche Schönheitsideale zu verändern. Mit der FEAT Boddies Helpwear verbinden die Modedesignerin und die Kulturmanagerin unterstützende, funktionale und schöne Designs mit hautfreundlichen und recycelten Textilien aus gut bezahlter Produktion innerhalb Europas – und setzen damit einen Trend, der nachhaltig wirkt. Das erste Produkt des Labels, die Luggers Oberschenkelbänder, helfen gegen die Intertrigo, das Wundlaufen zwischen den Beinen. Sie sorgen aufgrund ihres einzigartigen Materials für minimale Reibung, viel Komfort und rutschen dank eingebauter Silikonknoppen nicht. Sie sind auf alle Körperformen angepasst, geschlechtsneutral und somit maximal inklusiv. Auf diese Weise wird der Alltag ihrer Kund*innen ein großes Stück angenehmer, während der ökologische Fußabdruck verringert wird. ➔





FettFressHair

Vom Kopf in den Ozean

TEAM Anne Juka,
Christian Falke,
Janine Falke,
Nadine Schindler,
Rouven Timm,
Sandro Böhm

ORT Kiel

WWW fettfresshair.de

»Als Kultur-und Kreativpilot*innen Deutschland wollen wir zeigen, dass es sich lohnt aus jedem Beruf heraus über das Thema Nachhaltigkeit nachzudenken und zu agieren.«

Über kurz oder lang müssen die meisten von uns ihre Frisur professionell in Form bringen lassen. Frisch geschnitten landeten diese bisher stets im Müll. Dabei haben unsere Haare erstaunliche Fähigkeiten: Sie sind lipophil, nehmen also Schmutz, Öl und andere Verunreinigungen bindend auf. Gründerin, Friseurmeisterin Janine Falke und ihr Team nutzen diese Eigenschaft, indem FettFressHair Salonabfälle zu innovativen Vliesen und Matten designt und verarbeitet, welche wiederum das Wasser in Seen, Flüssen, Meeren und Regenrückhaltebecken filtern. Das Vlies wird zu 100% aus Schnitthaar hergestellt und kann mit Hilfe von angebrachten Weinkorken schwimmen. Die maschinelle Herstellung ist schnell umsetzbar und die Einsatzmöglichkeiten riesig. Das einfache wie effektive Haarsystem wird bereits mit der Stadtentwässerung Kiel erprobt, weitere Kooperationen mit Feuerwehren, Hafenmeister*innen und privaten Nutzer*innen sind in Arbeit. Damit die jährlich anfallenden 40.000 Kubikmeter Haare in Deutschland hoffentlich bald in Gänze weiterverwertet werden und Gewässer vielerorts sauber halten. ➤



FindUs App

Matching zwischen Tier und Mensch

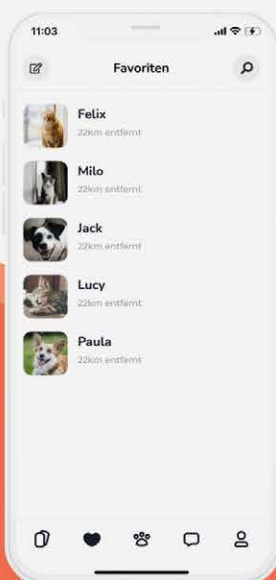
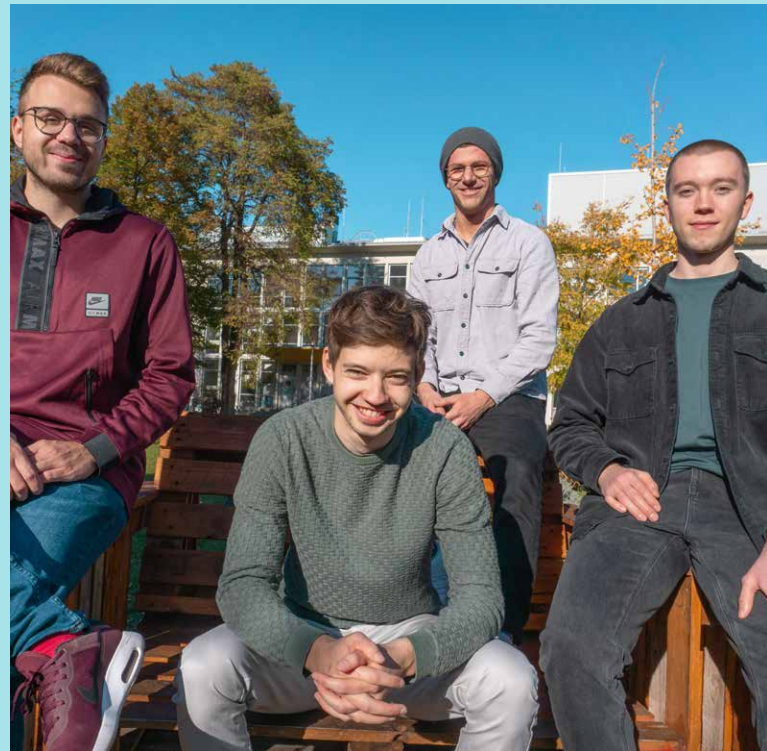
TEAM Jannis Baur,
Hannes Feuersenger,
Joshua Hauth,
Sebastian Ries

ORT Schönebeck (Elbe)

WWW findusapp.de

»Unsere Vision ist es, ein Ökosystem für Haustiere und ihre Besitzer*innen zu schaffen und damit die Welt ein Stückchen besser zu machen.«

Deutsche Tierheime sind so voll wie noch nie. Unüberlegte Käufe, keine artgerechte Erziehung und rigorose Überzüchtung diverser Rassen sind nur einige der Gründe für den Überschuss an traurigen Augen hinter Tierheim-Gittern. Die Gründer Hannes Feuersenger, Jannis Baur, Sebastian Ries und Joshua Hauth haben daher die FindUs App designt und programmiert, deren Matching-Algorithmus die Lebenssituation Haustiersuchender mit den Eigenschaften und Ansprüchen zu vergebender Haustiere abgleicht. Das interdisziplinäre Team aus UX-Designern und Software-Entwicklern vereint auf diese Weise Mensch und Tier, die tatsächlich zueinander passen, während Tierheime viel Zeit bei ihrer Vermittlung sparen. Doch FindUs kann noch mehr: Auch nach Adoption bietet die App Services wie die Vermittlung von Tier-Sitter*innen, Speicherung der Gesundheitskarte, Vorschläge für artgerechte Gesundheitsmaßnahmen, Versicherungen sowie Tierbedarfswaren und Futtermittel. Dank FindUs werden Tierheime signifikant entlastet und Tier wie Mensch glücklich gemacht. 🐾





Gratitude Verlag

Neue Identifikationsfiguren für Kinder & Jugendliche

TEAM Dayan Kodua-Scherer
ORT Hamburg
WWW gratitudeverlag.de

»Unsere Vision ist es, dass Gratitude Verlag ein Referenzverlag wird und unsere Bücher Millionen von Menschen erreichen.«

Der deutsche Buchmarkt boomt. Rund 7,5 Milliarden Euro erwirtschaftet die Branche jährlich – Zahl steigend. Doch diverse Perspektiven in der Literatur sind bisher noch eine Seltenheit und nur wenige Verlage in Deutschland wurden bisher von Schwarzen Frauen gegründet. Eine von ihnen ist Dayan Kodua, Schauspielerin, Sprecherin, Autorin und seit 2019 Unternehmerin des Gratitude Verlags. Neben der Veröffentlichung eigener Texte bietet Dayan Kodua dort auch anderen Autor*innen und Illustrator*innen eine Plattform, ihre Geschichten mit dem Schwerpunkt Diversität und Empowerment zu veröffentlichen. Denn die Repräsentation von BIPOC*-Stories in der Literatur dient nicht nur als wichtiges Identifikationsmoment für Kinder und Jugendliche, sondern ebenso als Medium, anhand von Held*innengeschichten die eigene Stimme zu entdecken. Der Gratitude Verlag trägt somit aktiv zu einer vielfältigen deutschen Literaturlandschaft und Gesellschaft bei. ➔

*BIPOC ist die Abkürzung von Black, Indigenous, People of Color und bedeutet auf Deutsch Schwarz, Indigen und der Begriff People of Color wird nicht übersetzt. (Quelle: Migrationsrat Berlin)



Gurlz with Curlz

Das Magazin für die Stimmen Schwarzer Frauen

TEAM Linda Nübling
ORT München
WWW gurlzwithcurlz.de

»Wir möchten langfristig die Lebensrealitäten Schwarzer Frauen und weiblich gelesener Personen abbilden, ihre vielfältige Repräsentation nachhaltig prägen sowie berufliche Perspektiven und einen Safer Space auf dem Arbeitsmarkt schaffen.«

Ein ästhetischer Raum, in dem Schwarze Frauen und weiblich gelesene Personen ihre Perspektiven und Expertise in Bereichen wie Kunst, Kultur, Politik, Wissenschaft und Lifestyle teilen – das ist das Print-Magazin GURLZ WITH CURLZ. Gründerin und Herausgeberin ist Kommunikationsdesignerin Linda Nübling, die sich das Sichtbarmachen von vielfältigen und komplexen Schwarzen Lebensrealitäten zur unternehmerischen Aufgabe gemacht hat. Einmal jährlich erscheint die Publikation, die Persönlichkeiten, Themen und Trends abbildet und somit Schwarze deutsche Geschichte für die Zukunft festhält. Neben der Herausgabe des Magazins konzipiert und organisiert GURLZ WITH CURLZ außerdem Veranstaltungen und Ausstellungen, die jede*n mit Offenheit zum Austausch einladen. GURLZ WITH CURLZ verbindet BIPoC* im deutschsprachigen Raum, schafft Vernetzungen, Identifikationsmöglichkeiten und legt den Fokus der 140 sorgfältig kuratierten Seiten bewusst auf die schönen und wertvollen Dinge, die Schwarze Menschen, ihre Community und Kultur ausmachen und bewegen. ➤

*BIPoC ist die Abkürzung von Black, Indigenous, People of Color und bedeutet auf Deutsch Schwarz, Indigen und der Begriff People of Color wird nicht übersetzt. (Quelle: Migrationsrat Berlin)





Jünglinge Film

Saftige Bilder für Screen & Leinwand

TEAM Faraz Shariat,
Paulina Lorenz,
Raquel Dukpa
ORT Berlin
WWW juenglinge-film.de

»Um nachhaltig Strukturen in der Filmbranche zu verändern, brauchen wir Plattformen, Firmen und Bündnisse, die diskriminierungskritisch arbeiten und marginalisierte Perspektiven zentrieren.«

»We create juice« ist der Slogan der Berliner Filmproduktionsfirma, die von Paulina Lorenz und Faraz Shariat gegründet wurde. Das Unternehmen entwickelt Projekte für Film, Fernsehen und digitale Plattformen – unterhaltsam und stets mit politischer Aussage. Denn das Kollektiv möchte die Sehgewohnheiten und Produktionsstrukturen der deutschen Filmwirtschaft aufbrechen. Und Platz machen für migrantische Lebensrealitäten sowie feministische, antirassistische und queere Perspektiven und Themen. »Aktivistisches Popcorn-Kino« nennen Lorenz und Shariat ihre Projekte, die trotz ernst gemeinter Gesellschaftskritik ein breites Publikum ansprechen sollen. Und das Rezept funktioniert: Der Debut-Film der beiden, »FUTUR DREI«, wurde bereits mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet und auch die Web-Serie DRUCK erhält regelmäßig Lob für ihr außergewöhnliches Casting und Storytelling. Die Credits von Paulina Lorenz und Faraz Shariat werden wir in Zukunft noch oft über den Bildschirm fahren sehen. ➡



klaep

Jam-Sessions mit neuen Freund*innen

TEAM Philip Haberstroh,
Tobias Lygren
ORT Freiburg
WWW klaep.com

»Unsere Vision für klaep ist es, die weltweit größte Social-Music-App für Musikkollaborationen zu etablieren und eine Position als wichtigste Adresse für Werbetreibende im Musikumfeld einzunehmen.«

Die sozialen Medien bringen Menschen weltweit zusammen. Für so gut wie jeden Zweck gibt es mittlerweile eine Plattform - Nur das gemeinsame Jammen unter Musiker*innen wird noch nicht zureichend bedient. Gut, dass es jetzt klaep gibt, die App speziell für Musiker*innen und Musikbegeisterte. Mit klaep können Ideen aufgezeichnet, bearbeitet sowie mit anderen User*innen geteilt und veröffentlicht werden. Die Split-Screen-Funktion ermöglicht so authentische künstlerische Kollaboration und gemeinsames Musizieren. Kollaborativ in ihrer Community, abseits der anonymen großen Social-Media-Netzwerke. Der Audio-Engineer Philip Haberstroh und Software-Entwickler Tobias Lygren möchten musikalisch Kreativen außerdem die Möglichkeit geben, direktes Geld durch ihre Arbeit zu verdienen, indem beispielsweise Urheber*innen bei Coversongs entsprechend entlohnt werden. EU-Datenschutzkonform ist klaep noch dazu. Anders als Apps wie TikTok setzt sich klaep die gezielte Ansprache von Musiker*innen ebenso zum Ziel, wie eine content-fokussierte Programmierung. ➔





Kopftuch- mädchen

Viraler Content für deutsche Muslimas

TEAM Dalal Mahra
ORT Berlin
WWW kopftuchmaedchen.com

»Unsere Vision ist es, eines der führenden Unternehmen des Internet-Entertainment-Zeitalters zu sein, das die authentische Sichtbarkeit muslimischer Frauen fördert — muslim women power go viral!«

Der Islam ist die zweitgrößte Religionsgemeinschaft Deutschlands nach dem Christentum. Vorurteile und Diskriminierung gegen Muslim*innen sind jedoch nach wie vor ein großes gesellschaftliches Problem. Entgegen stereotypischen Erwartungen zeigt Gründerin Dalal Mahra nun, dass Unternehmer*innentum und muslimische Frauen perfekt zusammenpassen: Mit Kopftuchmädchen hat sie ein Start-up ins Leben gerufen, das Medien-Content von und für muslimische Frauen, mit oder ohne Kopftuch, produziert. Dalal Mahra nimmt das Narrativ ihrer Community selbst in die Hand und zeigt, wie authentische Lebensrealitäten von Muslimas aussehen. Zusätzlich organisiert sie regelmäßig Events, hostet den eigenen Dating-Podcast »Küss mich Kismet« und empowert somit ihre Generation islamischen Glaubens in Deutschland. Sichtbarkeit, Hörbarkeit und ein selbstbewusster Umgang mit der eigenen religiösen Identität sind die Kernmotivationen, die Dalal Mahra dabei antreiben. In eigenen Worten: »Muslim women power go viral«. 🐦



Ladies&Ladys

Ein neuer Beat für deutsche Festivals

TEAM Johanna Bauhus,
Johanna Knoblauch,
Paula Amarantha
Schumm

ORT Münster

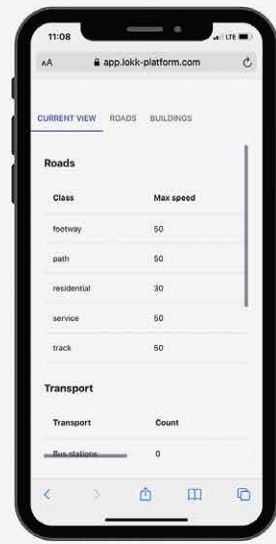
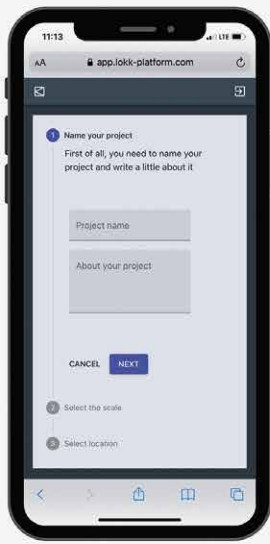
WWW ladiesundladys.de

»Alles besser für alle! Wir haben die Vision Kultur so darzustellen und zu fördern wie sie ist — bunt und divers.«

»Bei Rock am Ring hat das Bier mehr Prozente als der Frauenanteil.« Mit diesen Worten brachte Komikerin Carolin Kebebus das Sexismusproblem der deutschen Festivallandschaft kürzlich auf den Punkt. Die Ausgrenzung weiblich gelesener Menschen und der nichtbinären sowie queeren Talente trifft dabei auch auf den Rest der Musikwirtschaft zu. Damit dies nicht so bleibt, haben Ingenieurin Johanna Bauhus, Künstlerin Johanna Knoblauch und Psychotherapeutin Paula Schumm ihr eigenes Label Ladies&Ladys gegründet, welches gezielt unterrepräsentierte Künstler*innen vertritt. Denn alle großen Labels und Festivals der Musikindustrie sind auch heute noch männerdominiert, FLINTA*s und queere Personen kommen in Line-ups und Plattenverträgen sehr wenig vor. Als aktivistisches und gleichzeitig unternehmerisches Konterprogramm veranstalten die drei Gründerinnen deshalb das Cock am Ring Festival, bei dem ausschließlich FLINTA*s und queere Acts auftreten. Auch andere Labels, Events oder Clubs berät Ladies&Ladys in puncto Awareness und Antidiskriminierung. Die Fachpresse jubelt bereits und das Publikum erst recht. ➔

*Frauen, Lesben, intersexuelle, nicht-binäre, trans und agender Personen – also all jene, die aufgrund ihrer Geschlechtsidentität patriarchal diskriminiert werden. (Quelle: Queer-Lexikon des Tagesspiegels)





LOKK

Big Data in Basisdemokratisch

TEAM Anne Hartung,
Larisa Pavliuk,
Ralf Ludwig

ORT Weimar

WWW lokk-platform.com

»Das Ziel ist, eine Kultur des analytischen Denkens und der Transparenz planerischer Entscheidungen zu entwickeln, um eine effiziente Stadt- und Regionalentwicklung zu gewährleisten.«

Jeder Klick, jeder Websitebesuch und jeder Einkauf generieren heute Daten. Unmengen davon werden durch große Konzerne erhoben, analysiert und verkauft, ohne dass die meisten Nutzer*innen davon etwas mitbekommen. Doch was, wenn die riesigen Datenmengen für alle verfügbar und nutzbar wären, um unsere Städte zukunftsweisend zu planen? Planerin Larisa Pavliuk hat zu diesem Zweck das Unternehmen LOKK gemeinsam mit Vadim Egorov, Anne Hartung und Ralf Ludwig gegründet. Das Online-Tool von LOKK kann räumliche Datenmengen über das Wetter, Verwaltungen, Unternehmen, Handel oder Logistik zusammenbringen und verständlich auf der Karte visualisieren. Ziel ist es, auch Un-erfahrenen aktive Einblicke und Mitgestaltungsmöglichkeiten beim Thema Big Data zu eröffnen. Denn werden die vorhandenen Informationen sinnvoll genutzt, können Verwaltung, Stadtplaner*innen und Bürger*innen zusammengebracht und Städte somit fundierter, effizienter und transparenter geplant werden. ➔



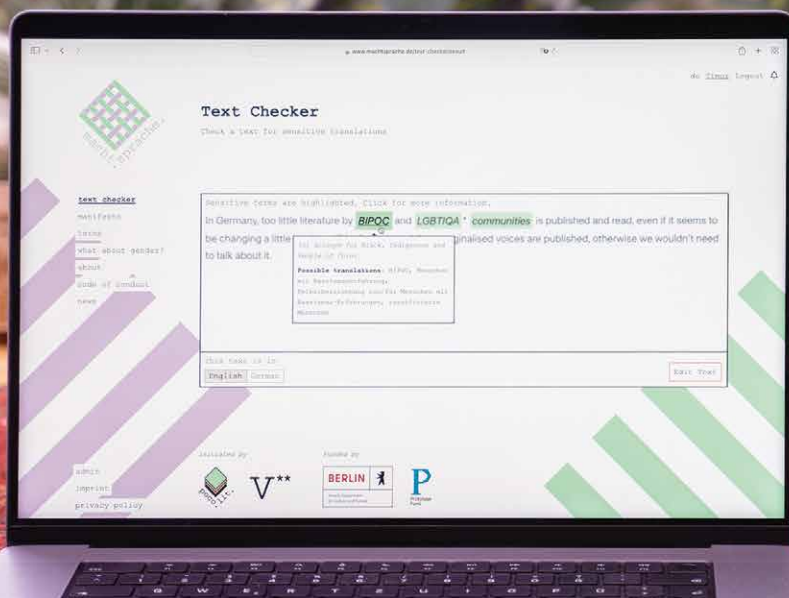
macht.sprache.

Eine gute Übersetzung ist sensibel

TEAM Anna von Rath,
Lucy Gasser
ORT Berlin
WWW machtsprache.de

»Wir möchten dazu beitragen, sprachliche Diskriminierung zu reduzieren. Dazu bieten wir technische Hilfsmittel, die als Ressource dienen und zum Mitmachen anregen.«

Dank Künstlicher Intelligenz werden Übersetzungs-Tools immer genauer und lebensnaher. Trotzdem gibt es oftmals Situationen, in denen es sinnvoll ist, eine Person nach Konnotationen und möglichen diskriminierenden Formulierungen zu fragen. Genau das machen die Literatur- und Kulturwissenschaftlerinnen Lucy Gasser und Anna von Rath jetzt online möglich. Sie entwickeln digitale Lösungen, die konkrete Übersetzungshilfen für politisch sensible Inhalte anbieten. In erster Linie ist macht.sprache. eine Diskussionsplattform, auf der Wissen kollaborativ zusammengetragen wird. Dieses fließt direkt in den Text Checker, der sich auf ihrer Website findet. So können hineinkopierte Texte anhand der gemeinschaftlich erstellten Datenbank auf sensible Begriffe durchsucht und mit nützlichen Hinweisen versehen werden. Zusätzlich gibt es macht.sprache. auch als Browsererweiterung für Google Translate und der Übersetzungsplattform DeepL. Um die Wirkung des Unternehmens weiter zu erhöhen, nutzt das Team außerdem Veranstaltungen, Networking und Community-Building. Denn je mehr Menschen und Organisationen eine diskriminierungssensible Sprache verwenden, desto gerechter wird auch unsere Gesellschaft. ➔





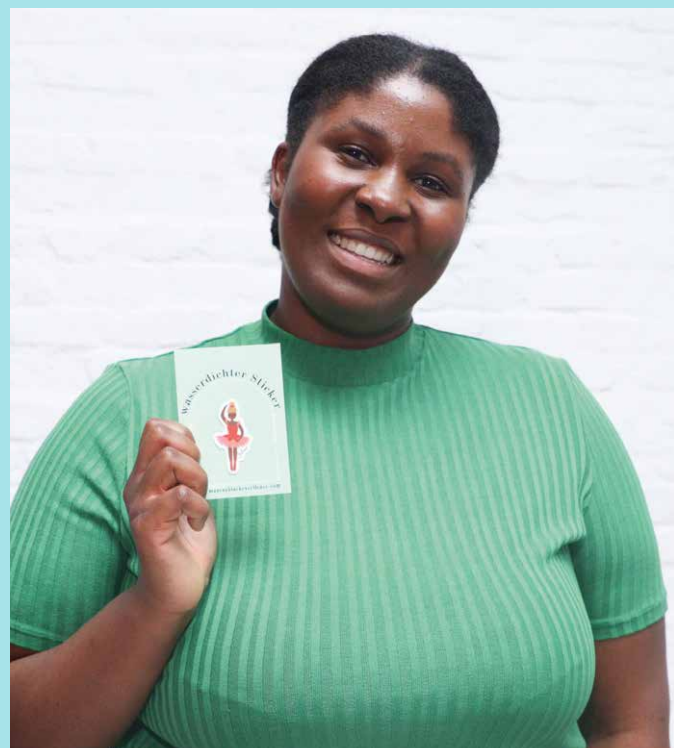
Made by Black Excellence

Reich beschenkt mit starker Message

TEAM Garcia Suka Arthur
ORT Berlin
WWW madebyblackexcellence.com

»Meine Vision ist es, BIPOC mehr Sichtbarkeit zu bieten und ihre Lebensrealitäten auf vielfältige Art zu repräsentieren. Mit meinen Produkten soll so allmählich Schwarzsein destigmatisiert und normalisiert werden.«

Selbst die kleinsten Alltagsartikel zeigen manchmal große Lücken bei der Sichtbarkeit Schwarzer Menschen in Deutschland auf: Seien es Pflaster, die ausschließlich in Beigetönen hergestellt werden oder Grußkarten, die ebenfalls nur weiße Gesichter berücksichtigen. Gründerin Garcia Suka Arthur beschloss, selbst unternehmerisch aktiv zu werden und diese Lücke ein für alle Mal zu schließen. Mit Made by Black Excellence produziert sie Schreibwaren und Geschenkartikel, die gezielt Schwarze Menschen und People of Color abbilden. Von Stickers über Postkarten, Tassen, Magneten, Pins und T-Shirts ist die Auswahl genauso groß wie der Impact der Produktpalette. Denn Made by Black Excellence vermittelt seinen Kund*innen Sichtbarkeit und trägt dazu bei, in der weißen Mehrheitsgesellschaft das Bewusstsein dafür zu vergrößern, dass Schwarze Menschen selbstverständlicher und aktiver Teil Deutschlands sind. Die Marke sorgt für das Gefühl von Zugehörigkeit und repräsentiert die vielfältige deutsche Gesellschaft auf spielerische und gleichzeitig empowernde Weise. ➔



mujō

Mit Algenpower gegen Müllberge

TEAM Annekathrin Grüneberg,
Juni Sun Neyenhuys
ORT Berlin
WWW mujolab.com

»Wir möchten die Postplastikära einläuten und Verpackungen entwickeln, die im Einklang mit der Natur nur so lange existieren, wie sie auch gebraucht werden.«

Zu wenig tut sich bei der Eliminierung von Einwegplastik in unserem Alltag. Noch immer verbrauchen die Deutschen durchschnittlich 1,25 kg Müll pro Person, pro Tag. (Quelle: Statistisches Bundesamt) Ein großer Anteil davon sind Single-Use-Verpackungen aus Plastik, die nur in geringen Mengen recycelt werden. Der Rest landet meist im Meer. Dass es auch klüger geht, zeigt das Start-up mujō: Die Produkt- und Textildesignerin Juni Sun Neyenhuys und Wirtschaftsingenieurin Annekathrin Grüneberg haben eine Verpackungsfolie entwickelt, die dieselben Zwecke wie ihr erdölbasiertes Äquivalent mitbringt und dabei vollständig biologisch abbaubar ist. Die mujō-Folie auf Basis von Braunalgen ist zu 100% biobasiert, vegan und funktioniert ohne den Einsatz giftiger Chemikalien. Sie ist transparent, bedruckbar und kann somit für die Verpackungen von Konsumgütern, Lebensmitteln oder Kosmetik verwendet werden. Bereits der Algenanbau bindet CO₂ und filtert das Meerwasser und macht diese Plastikalternative zu einem ökologischen Superprodukt. ➔





Netzwerk für Schwarze Kinderbuch-Autorinnen: FAFALAG

Migrantische Geschichten erzählen

TEAM Fatima Nascimento
Lieckfeld
ORT München
WWW fatimanascimento.de

»Mein Ziel: Mehr Diversität in deutschen Kinder- und Jugendbüchern.«

Nach der Belletristik erwirtschaften Kinder- und Jugendbücher den zweitgrößten Umsatz im deutschen Buchhandel (Quelle: Statista). Kein Wunder, denn gute Geschichten helfen schon in jungen Tagen dabei, sich in der Welt zu verorten. Doch bisher bildet der blühende Markt nur einen Bruchteil der Gesellschaft ab – die unterschiedlichen Geschichten deutscher Migrant*innen werden nur wenig erzählt. Die Autorin Fatima Nascimento wollte das nicht hinnehmen und hat sich entschieden, ihre persönlichen Erlebnisse in literarischer Form weiterzugeben. Im von ihr gegründeten FAFALAG publiziert sie Kinderbücher, in denen verschiedene kulturelle Identitäten zelebriert und Schwarze Charaktere zentriert werden. Ihre mittlerweile sechs Bücher verkauft Fatima Nascimento in 13 Ländern auf Portugiesisch und auf Deutsch. Über Veranstaltungen und netzwerkliches Engagement möchte sie andere Schwarze Frauen dazu motivieren, ihre persönlichen Geschichten ebenfalls zu Papier zu bringen. Das afrodiasporische Netzwerk an Autor*innen soll der gegenseitigen Unterstützung dienen und die Fülle an individuellen Geschichten für die Zukunft festhalten. ➤



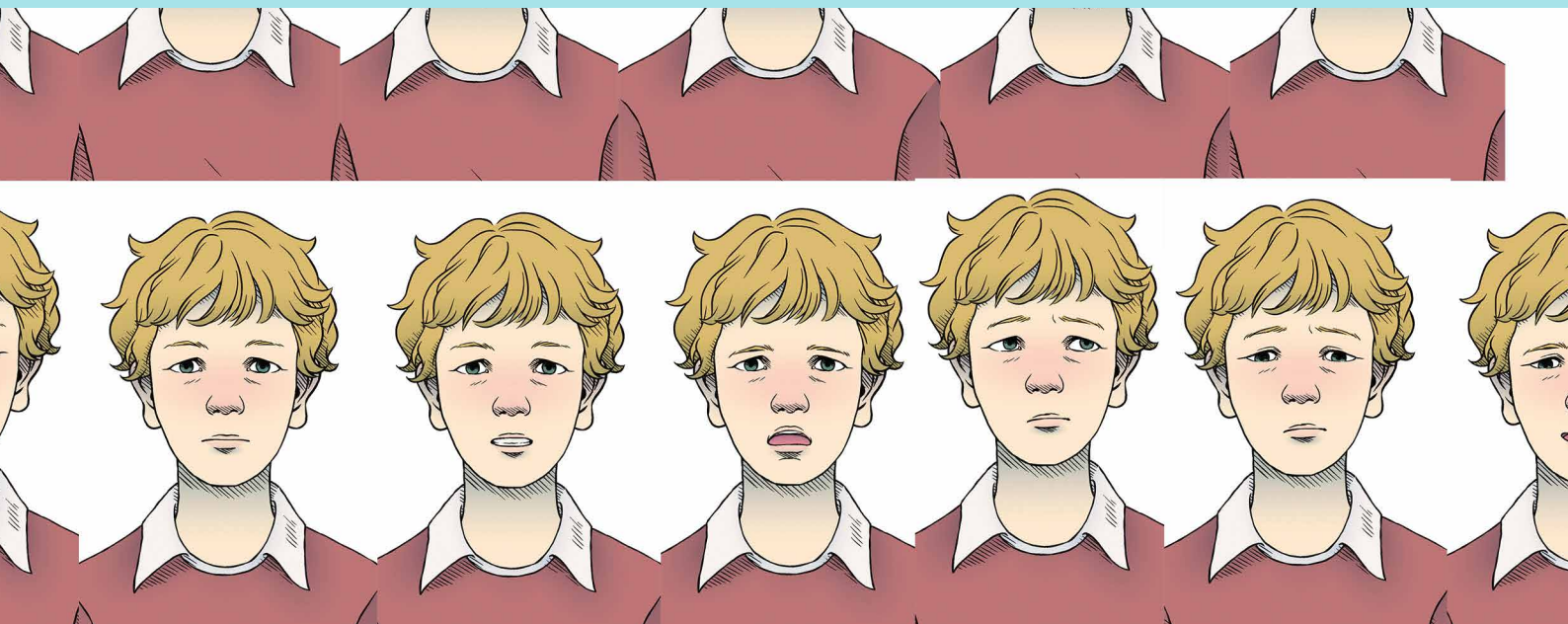
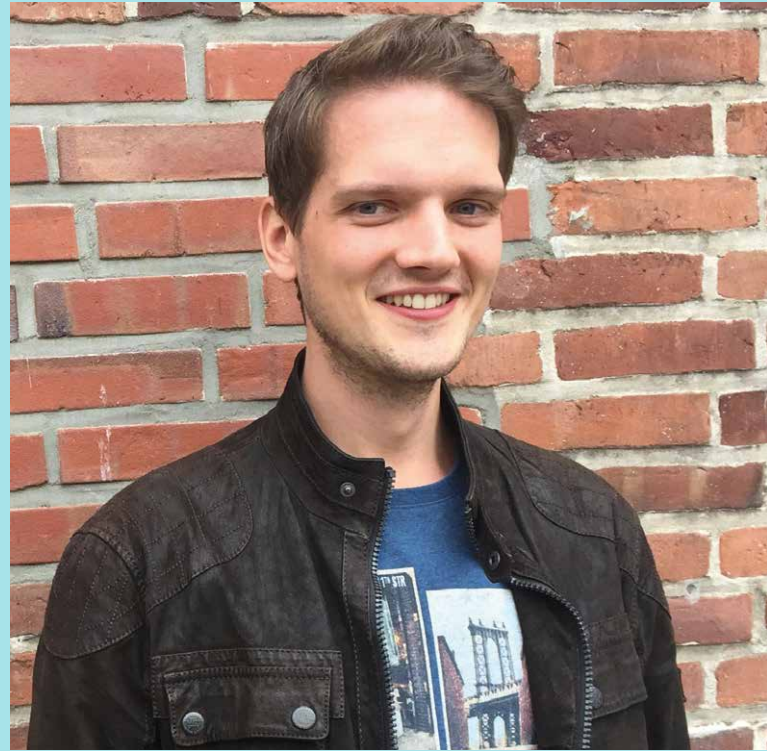
Off The Beaten Track

Spiele, die einen Unterschied machen

TEAM Jens Bahr
ORT Kiel
WWW beatentrack.games

»Games können so viel mehr als »nur« unterhalten — das Potenzial von diesem interaktiven Medium sollte von der Gesellschaft erkannt werden. Wir hoffen auf viele weitere Games-Projekte mit Impact!«

Auf dem Gamesmarkt scheint es schon so gut wie alles zu geben. Doch haben Sie schon mal von Spielen gehört, die Empathie fördern oder musikalisches Interesse anregen? Jetzt schon, denn das von Softwareentwickler Jens Bahr gegründete Unternehmen Off The Beaten Track produziert Videospiele mit positivem Impact. Das beliebte Medium dient oftmals allein der Unterhaltung – doch mit dem richtigen Ansatz können interaktive Lernsituationen für mehr Mitgefühl, Verständnis und gute Diskussionen entstehen. Wie zum Beispiel »The Cost of Recovery«, in dem ein 9-jähriger Sohn einen Schlaganfall erleidet und die Spielenden in die Rollen der Familienmitglieder schlüpfen. Mit dem musiculum SPIEL können Kinder und Jugendliche Musikinstrumente entdecken und ausprobieren, um auch das analoge Interesse an ihnen zu wecken. Off The Beaten Track nutzt somit die Popularität von Videospiele, um gesellschaftlich relevante Werte zu vermitteln. Eine riesige Chance, denn immerhin spielen rund 72% aller Kinder und junger Erwachsener regelmäßig Videospiele. Game on! ➔





Re-Shirt

Bedruckte T-Shirts zum Ausleihen

TEAM Anna Hadzelek,
Emmy Schumacher
ORT München
WWW re-shirt.com

»RE-SHIRT hilft, den Konsum von Menschen Stück für Stück zu ändern und Kreislaufprodukte zu normalisieren. Wir zeigen, wie groß der Komfort von Ausgeliehenem ist — und wie viel Spaß das Ganze macht!«

Ob Messe, Firmenlauf oder Demonstration – es gibt Gelegenheiten, da gehören bedruckte T-Shirts einfach zu. Doch wird sich die CO₂-Bilanz dieser einmal getragenen Ober- teile genauer angeschaut, beginnt der nächste Tag direkt mit schlechtem Gewissen. Was wäre, wenn Textilien nur temporär bedruckbar wären? Die beiden Unternehmerinnen Anna Hadzelek und Emmy Schumacher haben diese Idee in die Praxis umgesetzt und bieten bedruckte T-Shirts im B2B-Modell als Service an: Je nach Kundenwunsch werden T-Shirts temporär, das heißt mit der von RE-SHIRT selbst entwickelten reversiblen Farbe bedruckt, zum Tragen auf der Veranstaltung geliefert und nach Gebrauch wieder abgeholt, um nach Wäsche und Aufbereitung in den eigenen Kreislauf zurückgespielt zu werden. Für alle die, die ihr bedrucktes Shirt für immer tragen wollen, druckt RE-SHIRT auf Vintage-Shirts aus zweiter Hand. RE-SHIRT handelt im Dienst der ökologischen Nachhaltigkeit und zeigt, dass echte Nachhaltigkeit mit Selbstverständlichkeit passiert, nicht einschränkt und zu keinem Zeitpunkt Einbußen in Komfort oder Qualität bedeutet. ↗



Revoltec

Leder aus Pflanzenhaut

TEAM Lucas Fuhrmann,
Julian Mushövel,
Montgomery Wagner
ORT Darmstadt
WWW madewithlovr.com

»Unser Ziel ist es, Weltmarktführer unter den Lederalternativen zu werden. Je mehr unser Produkt LOVR als Flächentextil zum Einsatz kommt, desto umweltfreundlicher wird die Textilindustrie.«

»Veganes Leder« werden die altbekannten Materialien Polyurethan, PVC und Polyester gerne genannt, die zwar ohne direktes Tierleid, aber dennoch höchst umweltschädlich hergestellt und nicht recycelbar sind. Eine wirklich sinnvolle Alternative sind diese Stoffe also nicht. Das Textil LOVR hingegen schon, denn die Gründer Lucas Fuhrmann, Montgomery Wagner und Julian Mushövel stellen in ihrem Unternehmen Revoltec eine vollkommen vegane, kunststofffreie und biologisch abbaubare Lederalternative her. Aus landwirtschaftlichen Hanf-Resten und pflanzlichen Zusatzstoffen fertigt das Team ein Textil, das klassischem Leder sehr ähnlich, verformbar und abriebfest ist. Das außergewöhnliche Textil, das auf den Namen LOVR getauft wurde, sieht außerdem schön aus, produziert aber lediglich 0,3% der CO₂-Emissionen seines tierischen Counterparts. Trotz der Langlebigkeit des Produkts gilt: Sollte die Handtasche oder das Portemonnaie irgendwann ausgedient haben, darf beides bedenkenlos im Biomüll landen. ➔





rrreefs

Korallenriffe aus dem 3D-Drucker

TEAM Hanna Kuhfuss,
Marie Griesmar,
Dr. Ulrike Pfreundt,
Josephine Greif
ORT Freiburg
WWW rrreefs.com

»Unsere Vision ist eine Zukunft, in der Korallenriffe prosperieren und eine reiche biologische Vielfalt in unseren Ozeanen gewährleistet ist.«

Klimawandel, Verschmutzung und Überfischung: Die Biodiversität in den Ozeanen sinkt bedrohlich schnell. Besonders Korallenriffe, die Super-Organismen der Weltmeere, sterben mehr und mehr ab. Um zu retten, was der Mensch zerstört, setzt sich die Organisation rrreefs für den Wiederaufbau zerstörter Korallenriffe ein. Das Team, bestehend aus Dr. Ulrike Pfreundt, Marie Griesmar, Hanna Kuhfuß und Josephine Graf, entwickelt 3D-gedruckte Systeme aus Ton, die im Meer platziert werden, um die Wiederansiedlung von Korallen und maritimen Leben anzuregen. Nach dem Motto »Rethinking, Rebuilding, Regenerating« hat es das interdisziplinäre Team aus Meeresbiologinnen, einer Künstlerin und Politikwissenschaftlerin geschafft, das erste Riff in San Andrés, Kolumbien zu installieren. Riffe wie dieses erhöhen nachweislich die Korallenvermehrung und Fischpopulation, fördern CO₂-absorbierende Mangroven und Seegräser und benötigen dabei keine Wartung. Implementiert werden die Riffsysteme in Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen und Unterstützer*innen. Plastik- und zusatzstofffrei sind sie selbstverständlich auch. ➔



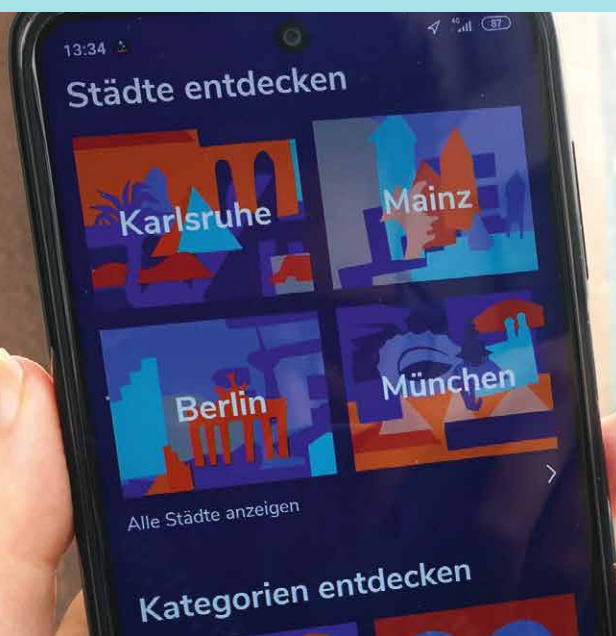
Storydive

Stadtgeschichte für die Ohren

TEAM Fabian Eck,
Sophie Burger
ORT Hamburg
WWW storydive.de

»Audiowalks verwandeln jeden noch so alltäglichen Ort in den Schauplatz eines Abenteuers. Mit Storydive sorgen wir dafür, dass jede*r in Geschichten eintauchen und die eigene Stadt neu entdecken kann.«

Dank Smartphone und Kopfhörern wird heute so gut wie jede Bewegung mit Musik oder dem Lieblingspodcast unterlegt. Doch richtig interessant wird die Lieblingsroute durch den Park, den Wald oder über den Marktplatz erst, wenn ein professioneller Audiowalk auf den Ohren ist. Storydive, das sind Theater-, Film- und Medienwissenschaftlerin Sophie Burger und Softwareentwickler Fabian Eck, bringt innovative Erzählformate auf die Straße, mit denen der Alltag zum Abenteuer wird. Egal ob ein Krimi in Kassel, eine Einladung zur Verirrung im Wald oder ein imaginärer Tauchgang in der Oder – Storydive holt das Maximum aus dem zweiten Sinn und bietet mittlerweile 40 Audiowalks in 20 Städten, die nicht nur immersiv, sondern auch interaktiv funktionieren. Auf diese Weise können die Storydive-Kund*innen aus Kultur-, und Bildungseinrichtungen, Tourismus und Einzelhandel ihre Zielgruppe vor Ort mit unerwarteten Hörerlebnissen begeistern. Klingt gut, oder? ➔





The Changency

Musikbranche nachhaltiger machen

TEAM Katrin Wipper,
Sarah Längen
ORT Berlin
WWW the-changency.de

» Unsere Vision ist es, Teil der besten Party der Stadt zu sein. Eine Party, die es schafft, die Leidenschaft und Strahlkraft der Musik mit einer besseren, gerechteren Lebensweise für alle zu verbinden.«

Vom Papierticket über Plastikbecher bis zum Band-T-Shirt – auf Konzerten und Festivals fallen jede Menge Emissionen an, die clever reduziert werden könnten. Gesagt, getan: Durch ihre jahrelange Arbeit in der Musikbranche haben Katrin Wipper und Sarah Längen das nötige Knowhow, die richtigen Hebel zu bedienen, um diese nachhaltiger zu gestalten. The Changency schreiben konkrete Konzepte zur Umweltschonung von Konzerten und Festivals. Individuelle Beratung und Kommunikationskampagnen gehören neben CO2-Bilanzen ebenfalls zu ihrer Expertise. Erfolgreich umgesetzt wurde der Changency-Ansatz bereits in Zusammenarbeit mit Bands wie Seeed, Die Ärzte oder Die Toten Hosen. Indem die CO2-Abdrücke derartiger Großevents mit der Agentur The Changency unter anderem wissenschaftlich erfasst werden, lassen sich außerdem politische Handlungsempfehlungen fundiert ausformulieren. Ein weiterer Ansatz für den systemischen Wandel in Richtung nachhaltige Musikindustrie – und ein Ticket für die garantiert beste Party der Stadt! ➔



Vorkoster

Lebensmittel länger genießen

TEAM Kimia Amir-Moazami,
Sany Chea
ORT Berlin
WWW kimiam.cargo.site/vorkoster

»Wir wollen Lebensmittelverschwendung unabhängig von sozialem Status oder Einkaufsbudget entgegenwirken.«

Die prüfbare Frische von Lebensmitteln ist für Gastronomie wie auch für den Privathaushalt essentiell. Aufgrund überschrittener Mindesthaltbarkeiten landen deshalb viele Lebensmittel routinemäßig im Müll, obwohl sie noch verzehrbar wären. Um dieser Essensverschwendung vorzubeugen, haben Kimia Amir-Moazami und Sany Chea Vorkoster entwickelt: eine biobasierte, pH-sensitive Folie, die den Verderb von proteinhaltigen Lebensmitteln farblich anzeigt. Die Folie ist in einem Deckel integriert und hat keinen direkten Kontakt zu den Lebensmitteln. Sollte das Produkt unter dem Deckel schlecht werden, verändert sich die Farbe der Folie und es wird Zeit, den Mülleimer aufzuklappen. Die Produkt- und Prozessgestalterin von der Universität der Künste Berlin und die Doktorandin der Chemie bei der Fraunhofer Gesellschaft möchten mit ihrer Innovation das Einschätzen des Kühlschranksinhaltes erleichtern und somit Nahrungsverschwendung vorbeugen. Übrigens: Hat die Vorkoster-Folie ihren Dienst getan, ist auch sie im Biomüll vollständig abbaubar. ➔





WHAT A VIEW



Visuelles Podcast-Studio

What a View Studios

Podcasts zum Angucken

TEAM Celina Krüger,
Rabea Heimberg,
Tamara Bresler
ORT Laatzen
WWW whataviewstudios.de

»Hören, sehen, (mit-)reden: Viewcaster*innen sind Menschen und Firmen, die etwas zu sagen haben. Wir bieten ihnen die Möglichkeit, ihren Content zu produzieren. Damit sie gehört — und gesehen werden.«

Kaum ein anderes Medium entwickelt sich so rasant wie der Podcast. Was als Audio-Format für True Crime oder lockere Gesprächsrunden begann, ist zu einem Social-Media-Phänomen geworden, das zunehmend auf Bewegtbild setzt. Da die visuelle Mitproduktion von Podcasts besonders aufwendig ist, haben Celina Krüger, Tamara Bresler und Rabea Heimberg Viewcasts gegründet. Mit ihrem Unternehmen What a View Studios bieten die Content-Managerin, Social-Media-Managerin und IT-Projektmanagerin alles, was das Podcast- und Video-Herz begehrt: Aufnahmeräume, die passende Technik sowie fachliche Unterstützung bei Konzeption und Postproduktion. Die verfügbaren Räume sind je nach Bedarf auffällig und farbenfroh, schlicht und edel oder mit Greenscreen ausgestattet. Für Creator*innen, Unternehmen und Kreative macht WaV-Studios die Content-Produktion somit praktischer denn je. Termin buchen, vorbeikommen und los geht's. Virale TikTok-Videos sind fast schon vorprogrammiert. ➡






»Die Gesellschaft, in der wir hier leben dürfen, ist unglaublich reich: Reich an Vielfalt, Mut, Ideen, Sensibilität, Respekt und Wertschätzung. Sowohl die Kandidat*innen als auch die anderen Jury-Mitglieder habe ich als echte Bereicherung empfunden.« **Inga Wellmann** —
Behörde für Kultur und Medien (Hamburg)

JURY

Kein Pitch nötig! In dem Auswahlverfahren der Kultur- und Kreativpilot*innen geht es nicht um Performance und Verkaufstalent. Viel mehr stehen die Menschen hinter den Projekten, ihre persönlichen Geschichten und ihre Beweggründe im Mittelpunkt. In den Auswahlgesprächen begegnen sich Bewerber*innen und Expert*innen auf Augenhöhe. Ihre Gespräche sollen stärken, inspirieren und Impulse setzen – auf beiden Seiten.

Damit das möglich ist, versuchen wir ein sicheres Umfeld zu schaffen, in dem sich jede*r wohl und frei fühlen kann. Dazu gehört auch, dass die Jury genauso divers ist wie die Projekte und Bewerber*innen. Unsere diesjährigen Jurymitglieder sind Persönlichkeiten aus Politik, Wissenschaft, (Kreativ-)Wirtschaft und der Kulturbranche.

Sie stehen selbst für vielfältige Hintergründe und Erfolgsgeschichten und sind deswegen so wertvoll für den finalen Bewertungsprozess. Auf den nächsten Seiten stellen wir die beeindruckenden Menschen aus unserer Jury vor. 



Christian Awe

Atelier Christian Awe



Christoph Backes

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



Florian Berger

Donkey Products



Anne Bleimeister

Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung



ShaNon Bobinger

ShaNon Sipping RealiTeas



Samuel Bongartz

Novaheal GmbH



Ise Bosch

Dreilinden gGmbH



Carolyn Braun

CHAPTER One

Die Auswahlgespräche sind sowohl für die Jury als auch für die Nominierten meist ein ganz besonderes und bereicherndes Erlebnis. Im Vordergrund stehen der Austausch und das gegenseitige Kennenlernen. Doch lassen wir sie selbst erzählen: Hier geben einige der diesjährigen Jurymitglieder exemplarisch einen kleinen Einblick in die vielfältigen Eindrücke bei den Auswahlgesprächen.

Christoph Brosius, Circumradius

Wie hast du die Auswahlgespräche 2022 erlebt?

Die Auswahlgespräche in diesem Jahr waren wieder lustig, voller Leben und vor allem mit ganz viel Liebe beseelt. Es wurde aber auch mal wieder hart diskutiert, denn so viele Meinungen unter einen Hut zu bekommen, ist immer schwer. In diesem Jahr vielleicht sogar noch etwas schwerer als zuvor.

Was nimmst du aus den Auswahlgesprächen mit?

Ich habe bei einem Bewerber den Maler Jochen Mühlenbrink kennenlernen dürfen. Von dem habe ich mir anschließend einen Siebdruck gekauft, der jetzt in der Küche hängt. An die Auswahlgespräche von diesem Jahrgang werde ich daher noch lange täglich denken!

Was möchtest du den Titelträger*innen mit auf den Weg geben?

Kommt unbedingt auf die Workshops. Es könnten einige der wenigen Termine sein, wo wir uns alle in echt sehen in diesem Jahr. Dabei sind es genau die menschlichen Begegnungen, bei denen sich an der Tischtennisplatte das Netzwerk der Pilot*innen erst richtig formt. Nutzt das wachsende inotiv-Netzwerk. Ich zehre bis heute davon!



Christoph Brosius
Circumradius GmbH



Nabila Bushra
Lost Film gUG



Prof. Pelin Celik
HTW Berlin



Manik Chander
My Migrant Mama



Christine Clench
CHLENCH Fashion



Mikolaj Ciechanowicz
Deutschlandstiftung
Integration



Niklas Creemers
VDI/VDE-IT



Nico Degenkolb
Goethe-Institut



Moritz Demmig
FAiBLE Music



Katrin Dröse
IHK Berlin



Dr. Michaela Dudley
Diva in Diversity /
Race Relations



Martha Dudzinski
SWANS Initiative



Nathalie Dziobek-Bepler
Baukind



Peter Eckert
Quartiermeister –
korrekter Konsum GmbH



Susannah Ellis
Netzwerk Chancen



Gregor Ernst
Stiftung
Verantwortungseigentum



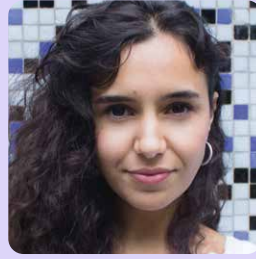
Melanie Erzuah

Machtkritisches Coaching
und Kunstvermittlung



Sidonie Fernau

Paritätisches Kompetenzzentrum Nord (PariKom) GmbH



Sema Gedik

AUF AUGENHOEHE UG



Daniel Goll

Das Gute Ding



Dr. Angela Göllnitz

Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien



Lunia Hara

diconium



Anna Harnes

United We Stream e.V.



Roxana Hennig

RemmyVR



Tania Hernandez

OH WOMAN GmbH



Alissa Hitzemann

B wie Berlin



Ciani-Sophia Hoeder

RosaMag



Alexander Hoffmann

Cook and Code



Julian Hölger

TimeLeapVR / videoreality GmbH



Esther Holsten-Stühmer

Stühmer|Scholz Design_büro



Jürgen Horbach

Atheasia Verlagsgruppe



Dr. Pit Hosak

Abteilungsleiter Kunst, Kreativwirtschaft, Musik und Kulturprojekte bei Kulturbehörde Hamburg



Tina Hüttl
Journalistin, Podcasterin –
Food Bereich



Pia Ihedioha
of Color MagazinGmbH



Felix Jung
Autor, Kreativdirektor



Anne Kammerzelt
u-institut / Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes



Dr. Irène Kilubi
JOINT GENERATIONS



Dr. Anne Kleinschrodt
Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz



Johannes Kleske
Third Wave GmbH



Yukiko Elisabeth Kobayashi
prototyping the future of business and society

Prof. Pelin Celik HTW Berlin, nion design

Wie hast du die Auswahlgespräche 2022 erlebt?

Ich habe mich sehr gefreut, wieder persönlich in den Räumen des u-institutes gemeinsam mit meinen beiden Jurypartnerinnen die Auswahlgespräche führen zu können. Diese 1:1-Projektvorstellungen machen es uns als Juror*innen einfacher, die Kandidat*innen und ihre Ideen besser zu verstehen. Insgesamt war die Stimmung wieder sehr gut und wir durften hoch motivierten Persönlichkeiten begegnen und Präsentationen mit viel Herzblut erleben.

Was nimmst du aus den Auswahlgesprächen mit?

Die Auswahlgespräche sind für mich keine einseitige Sache. Ganz im Gegenteil: Aus den Gesprächen nehme ich immer sehr viele Gedanken und Diskussionsansätze mit sowie Überlegungen, ob wir nicht auch manche Pro-

dukte als Gestalter*innen verhindern müssten. Hierzu hatte ich mit meinen Jury-Partnerinnen sehr inspirierende Gespräche, inwiefern wir uns mehr zu systemischem Design und Denken weiterentwickeln müssten, wenn wir von Innovationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sprechen.

Was möchtest du den Titelträger*innen mit auf den Weg geben?

Orientiert euch immer wieder an eurem North-Star und verliert auf dem Weg nicht euren Fokus und den Spaß an der Gründung!



Julia Köberlein
Kontextlab



Bruno Kramm
KI Bundesverband



Dr. Olaf Kranz
Kompetenzteam Kultur- und
Kreativwirtschaft



Raul Krauthausen
SOZIALHELDEN e.V.



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



Jeff Kwarteng Jacobsen
FoG-Germany – Future of Ghana
Germany e.V.



**Prof. Dr.
Thorsten Langer**
Universitätsklinikum Freiburg,
Klinik für Neuropädiatrie



Iris Lanz
krisenchat gGmbH

Jeff Kwarteng Jacobsen FoG-Germany – Future of Ghana Germany e.V.

Wie hast du die Auswahlgespräche 2022 erlebt?

Ich hatte die Möglichkeit, zum ersten Mal bei den Auswahlgesprächen dabei zu sein und war demnach aufgeregt. Als ich den Raum mit allen Teilnehmer*innen und Juror*innen betrat, verfiel direkt die Aufregung, weil von Anfang an eine sehr willkommene und entspannte Atmosphäre geschaffen wurde. Ich hatte nicht den Eindruck, dass es sich um ein Auswahlverfahren handelte, sondern eher um einen inspirierenden Austausch zwischen Menschen mit vielfältigen Hintergründen.

Was nimmst du aus den Auswahlgesprächen mit?

Ich hatte das Privileg, die unterschiedlichen Gründungsgeschichten der Teilnehmenden zu hören und dabei besondere Einblicke zur

Inspiration, Motivation und Vision zu erhalten. Es war für mich faszinierend, verschiedene Branchen kennenzulernen, die Perspektiven der Teilnehmer*innen auf die Problemfelder zu verstehen, aber vor allem ein besseres Verständnis für die kreativen Lösungen zu erlangen. Oft habe ich mir gedacht: Genau das brauche ich jetzt.

Was möchtest du den Titelträger*innen mit auf den Weg geben?

Herzlichen Glückwunsch! Es ist eine ganz besondere Auszeichnung, auf die ihr stolz sein könnt. Mit der Auszeichnung wurde eine Tür geöffnet. Nun liegt es an euch, durch die Tür zu gehen und die Ressourcen sowie das Netzwerk der Kultur- und Kreativpilot*innen für die Weiterentwicklung oder Skalierung eurer Lösung zu nutzen. Seid dabei proaktiv, offen und zielstrebig. Der Titel alleine ist schön, aber eure Aktivität im Netzwerk danach kann für euch den Unterschied machen.



Meriem Lebdiri
MERIEM LEBDIRI



Matthias Leitner
Strategiedesign



Sabine Lewandowski
MARI&ANNE



Jonas Lindemann
Hafven



Jasmin Mahmood
Vulvani



Loubna Messaoudi
BIWOC* Rising



Teelke Meyer
betahaus Hamburg



Dr. Esther Mikuszies
Goethe-Institut Nancy



Susanne Mitterer
Kompetenzteam Kultur-
und Kreativwirtschaft



Ana Monte
DELTA Soundworks



Tanja Mühlhans
Senatsverwaltung für
Wirtschaft, Energie und
Betriebe, Berlin



Robert Müller-Grünow
Scentcommunication



Carola Niemann
Curvy Magazin



**Tebogo Nimindé-
Dundadengar**
Tebalou



Sydney Nwakanma
Emeka Suits



Prasanna Oommen
Prasanna Oommen ||
moderating change



Rashid Owoyele
Weizenbaum Institute



Christian Poelmann
GoBanyo gGmbH



Dr. Jan Ole Püschel
Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Maren Raabe
game – Verband der
deutschen Games-Branche



Dr. Matthias Rauch
NEXT Mannheim



Stephanie Renz
OH WOMAN



Marco Rieso
IHK Ostwestfalen zu
Bielefeld



Dr. Claudia Ritter
VDI/VDE Innovation +
Technik GmbH

Christian Poelmann GoBanyo gGmbH

Wie hast du die Auswahlgespräche 2022 erlebt?

Mit wie viel Kreativität und Ideenreichtum die Bewerber*innen zu den Auswahlgesprächen erschienen sind, hat mich nachhaltig beeindruckt. Durch neue Blickwinkel, nachhaltige Ansätze und solidarische Prinzipien – die ich in so gut wie allen Projekten erkennen konnte – fiel eine Auswahl sehr schwer. Am Ende des Tages hätten alle eine Auszeichnung verdient. Das wiederum zeigt mir, welch enormes Potenzial in der Kultur- und Kreativbranche vorhanden ist.

Was nimmst du aus den Auswahlgesprächen mit?

Die Gewissheit, dass junge Unternehmer*innen und Starter*innen von Projekten den Blick weiterhin enorm auf Nachhaltigkeit, Diversität und Solidarität setzen. Das lässt mich –

gerade in den aktuellen Zeiten – in eine etwas schönere Zukunft blicken. Denn nur so kann diese auch funktionieren. Danke dafür.

Was möchtest du den Titelträger*innen mit auf den Weg geben?

Bleibt euch und euren Ideen treu und lasst euch nicht entmutigen. Tauscht euch aus, geht in Kommunikation und lernt mit- und voneinander. Und vor allem: Danke für eure Energie und die Ansätze. Auf dass euch allen der Erfolg begegnet, den ihr verdient!



Julian Römer

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



Mareike Roth

hoch E - Designing Emotional Identity



Jörg Sabrowski

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz



Prof. Dr. Abiola Sarnecki

Hochschule RheinMain



Susanne Schäfer

brand eins



Marcel Scharner

Architekt . hundertgut



Lena Schmidt

JUPP GmbH



Katharina Schumacher

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



Melis Sekmen

MdB Bündnis 90 / Die Grünen



Prof. Grit Seymour

Hochschule für Technik und Wirtschaft, Studiengang Modedesign



Isabella Steiner

nüchtern.berlin



Hanna Steinmüller

MdB Bündnis 90 / Die Grünen



Susanne Stephani

Studienstiftung/ Förderung Bildende und Darstellende Kunst



Leon Stiehl

MooEntertainment



Joanna Szlauderbach

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



Adrian Tadić

studio 12

**Lars Terlinden**

Wirtschaftsförderung
Düsseldorf / Kompetenzzentrum Kultur- & Kreativwirtschaft (KomKuK)

**Prof. Dr. Anabel Ternès von Hattburg**

GetYourWings & SRH Institut für Nachhaltiges Management

**Dr. Carolin Thiem**

VDI/VDE-IT/BMBF

**Hoang Huy Tran**

Design- und Kreativagentur
TRANSMEDIAL

**Richy Ugwu**

unea

**Jonas Urvat**

SoundWERK

**Katja Vedder**

MakerCube

**Yolanda von Zitzewitz**

ReDo

Dr. Carolin Thiem VDI/VDE-IT/ Bundesministerium für Bildung und Forschung

Wie hast du die Auswahlgespräche 2022 erlebt?

Die Auswahlgespräche waren sehr respektvoll und es wurde sich Zeit genommen sowohl die Idee als auch die Persönlichkeiten dahinter kennenzulernen. Es waren unheimlich spannende Projekte dabei, umso schwerer fällt die Auswahl der Titelträger*innen. Doch auch die, die es in diesem Jahr leider nicht geworden sind, konnten wichtige Kontakte knüpfen und wertvolles Feedback erhalten – das ist schon ein Gewinn an sich.

Was nimmst du aus den Auswahlgesprächen mit?

Ich konnte durch den erfahrenen Zweitjuror das Projekt Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland besser kennenlernen. Am wert-

vollsten war für mich die Erfahrung, dass es da draußen viele engagierte Menschen gibt, die die Herausforderungen unserer Zeit aktiv angehen und kreative Lösungen entwickeln. Geld ist dabei nur selten ein großes Anliegen. Türen aufzumachen kann manchmal entscheidend sein.

Was möchtest du den Titelträger*innen mit auf den Weg geben?

Nehmt den »Drive« aus den Gesprächen mit und macht weiter so! Wer es bei diesen zahlreichen guten Ideen geschafft hat, hat viel Potenzial, unsere Gesellschaft nachhaltig zu verändern.



Dr. Ferdinand Walther
Innovation Coach



Inga Wellmann
Behörde für Kultur und
Medien (Hamburg)



Klaudia Werth
Deutsches Komitee für
UNICEF e.V.



Britta Wiebe
Vulvani



Daniela Woytewicz
1LIVE & COSMO (WDR)



Anemone Zeim
Vergiss Mein Nie |
Fantasiehund

Inga Wellmann Behörde für Kultur und Me- dien (Hamburg)

Wie hast du die Auswahlgespräche 2022 erlebt?

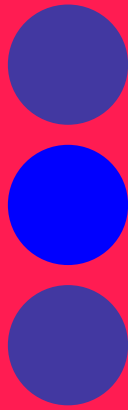
Ich hatte Gänsehautmomente – im positiven Sinne! Es war beeindruckend, was für Persönlichkeiten sich vorgestellt haben und mit welcher Ernsthaftigkeit, Ausdauer und zugleich Freude und Experimentiergeist die Kandidat*innen ihre Unternehmungen und Projekte angehen.

Was nimmst du aus den Auswahlge- sprächen mit?

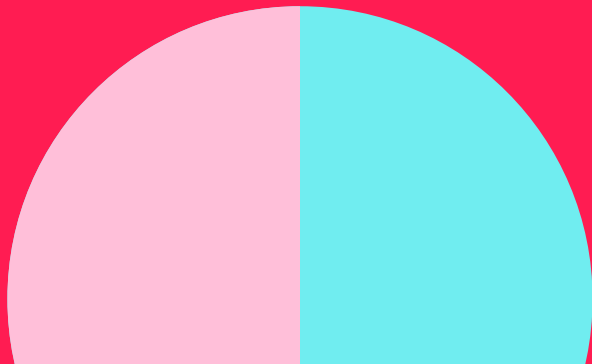
Dass die Gesellschaft, in der wir hier leben dürfen, unglaublich reich ist: Reich an Vielfalt, Mut, Ideen, Sensibilität, Respekt und Wertschätzung. Sowohl die Kandidat*innen als auch die anderen Jury-Mitglieder habe ich als echte Bereicherung empfunden.

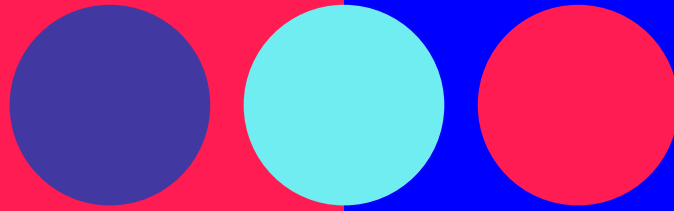
Was möchtest du den Titelträger*in- nen mit auf den Weg geben?

Die Welt braucht euch, um zukunftsfähig zu bleiben, beziehungsweise in Teilen noch zu werden. Bleibt euch selbst und euren Ideen und Ansprüchen treu. Und werdet gemeinsam – im Netzwerk – noch stärker, als ihr es ohnehin schon seid!



INOTIV





INOTIV – DAS NETZWERK DER KULTUR- UND KREATIVPILOT*INNEN DEUTSCHLAND

Was ist inotiv? Dort, wo innovative Köpfe und kluge Expert*innen zusammentreffen, wo Intuition auf Initiative trifft, entstehen die besten Ideen und werden vielversprechende Projekte in die Tat umgesetzt. Inotive Geschäftsmodelle und Netzwerke bestimmen die Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft. Inotive Unternehmer*innen setzen neue Maßstäbe – und das weit über ihre Branche hinaus.

Die Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland stehen für dieses inotive Unternehmer*innentum. Seit nunmehr 13 Jahren zeichnet die Bundesregierung Ausnahmeprojekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft des gesamten Bundesgebiets aus. Mit mittlerweile über 400 Alumni-Unternehmen, die das Mentoring-Programm für sich nutzen konnten, und einer fachkundigen Jury aus Expert*innen ist so ein Netzwerk gewachsen, das ein außergewöhnliches inotives Potenzial für die Zukunft birgt.

KULTUR UND KREATIVPILOT* DEUTSCHLAND

Regeln / Stichworte

Methode	Moderator*in	Regeln / Stichworte
Rollenverteilung	Unterstützt die Rollenverteilung	Wer bringt den Fall ein? Wer berät? Wer moderiert?
Falldarstellung, Spontanzählung, Schlüsselfrage	Beschreibt die Rollenverteilung und formuliert die Falldarstellung	Gruppe fragt nur auf Einladung der Moderators / der Moderatorenin
Befragung	Interview	Nur Verständnis- und Interpretationsfragen, keine Interpretation
Hypothesenbildung	Hypothese	Noch keine Lösungen entwickeln
		Keine Diskussion

Stichworte

- Hört zu
- macht Not
- Intervall
- Ratsuchende
- Berät sich
- Einbringt
- bildet H

Stichworte

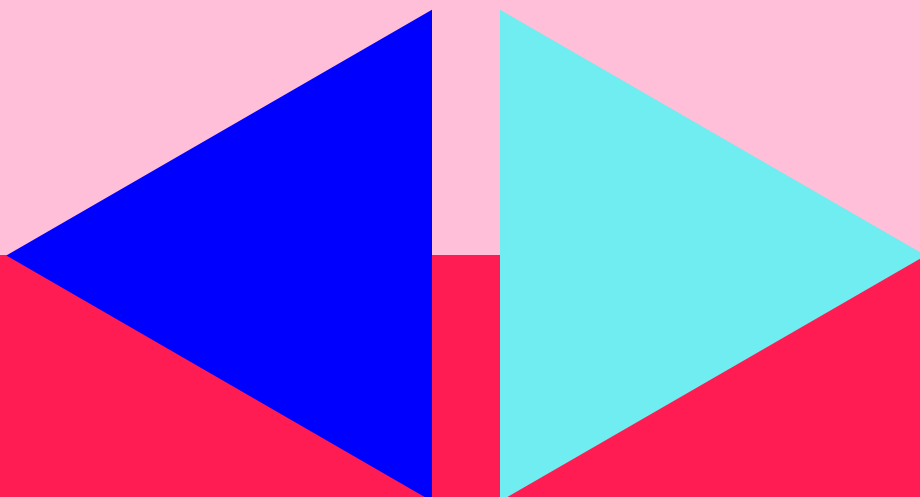
- Wer bringt den Fall ein?
- Wer berät?
- Wer moderiert?
- Gruppe fragt nur auf Einladung der Moderators / der Moderatorenin
- Nur Verständnis- und Interpretationsfragen, keine Interpretation
- Noch keine Lösungen entwickeln
- Keine Diskussion



PEER LEARNING

Bereits bei den Auswahlgesprächen profitieren die Nominierten von der Expertise aus dem inotiv-Netzwerk. Neben dem direkten Austausch mit den Juror*innen bekommt jedes Team, falls gewünscht, ein individuelles schriftliches Feedback. So findet von Beginn der inotiven Pilot*innenreise ein wertvoller Austausch auf Augenhöhe statt.

Und was im Mentoring-Programm während des Auszeichnungsjahres beginnt, soll danach kein Ende finden: Mit netzwerkinternen Coaching- und Peer-Learning-Formaten möchten wir diesen Austausch weiter ermöglichen, um die inotiven Potenziale zu fördern.





PUBLIKATIONEN

Wir nutzen die Schwarmintelligenz des Netzwerkes und führen gemeinsam mit Expert*innen und Gestalter*innen Umfragen und Auswertungen durch, die die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft veranschaulichen.

Es entstanden so bereits zwei aussagekräftige Reporte zu den aktuellen Trends der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland und eine interaktive Online-Map mit Impulsen und Informationen zum Thema »Resilientes Unternehmer*innentum«. Aktuell wird eine Publikation erarbeitet, die sich mit transformativen und wirkungsorientierten Impulsen im Unternehmer*innentum auseinandersetzt. Erscheinungsdatum: Frühjahr 2023.

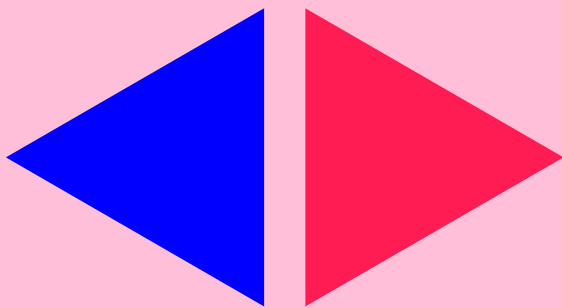
TRENDREPORT

Trends beschreiben, wie Entwicklungen in der Gegenwart zu Veränderung in der Zukunft führen können. Erstmals wurden 2021 die Einreichungen für die Auszeichnung in Zusammenarbeit mit den Zukunftsforscher*innen der Agentur Third Wave ausgewertet und zu einer umfangreichen Trendanalyse zusammengefasst. Diese zeichnet ein Bild von Kreativen und Kulturschaffenden, die im zweiten Jahr der Pandemie ein feines Gespür für die besondere Situation entwickelt haben und ins Machen kommen. Und auch die Bewerbungen des aktuellen Jahrgangs 2022 wurden ausgewertet. Hier zeigte sich – unter anderem – deutlich, der sinnstiftende Antrieb der Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

PUBLIKATION: RESILIENZ FÜR KRISENFESTES UNTERNEHMER*INNENTUM

Getreu dem Motto: »Ich mache es anders. Ich schlage meinen eigenen Weg ein« haben wir gemeinsam mit den Expert*innen Michael Faschingbauer, Eva Kiltz, Matthias Leitner, Dagmar Wunderlich und der Agentur Kontextlab eine interaktive Inspirationskarte entwickelt, die in Zeiten von Unsicherheit und Krise hilfreich sein kann. Denn: Grundlage für ein erfolgreiches Unternehmer*innentum – auch in Krisenzeiten – ist die Resilienz. Die Alumni der Kultur- und Kreativpilot*innen teilen in der stetig wachsenden interaktiven Online-Map ihre Erfahrungen und Erkenntnisse aus der Krise.





AUSTAUSCH

Hier werden visionäre Pläne geschmiedet: inotiv Gründer*innen sehen und gestalten Zukünfte, die unsere Gesellschaft nachhaltig positiv prägen. In dem vielfältigen und über die Jahre gewachsenen Netzwerk findet immer wieder ein branchenübergreifender Austausch statt, um sich gemeinsam weiterzuentwickeln und Expertisen zu teilen. Wir veranstalten kleinere und größere Treffen und Events, auf denen Vernetzung und Austausch im Fokus stehen. Außerdem bieten wir eine netzwerkinterne digitale Plattform für den unkomplizierten alltäglichen Kontakt von Office zu Office.

Mehr Infos, die Publikationen zum kostenlosen Download und Aktuelles aus dem Netzwerk unter

→ www.kultur-kreativpiloten.de/inotiv



»Es ist an der Zeit, Labels zu sprengen und tollen Ideen gerechte Chancen zu geben. Als Kultur- und Kreativpilot*innen sehen wir das Potenzial, kreativen Ideen eine wertschätzende Bühne zu geben.« **Diana Huth, Jan Philip Wildschütz, Jan Klobucnik, Theresa Frank — ACTitude**

MAGAZIN

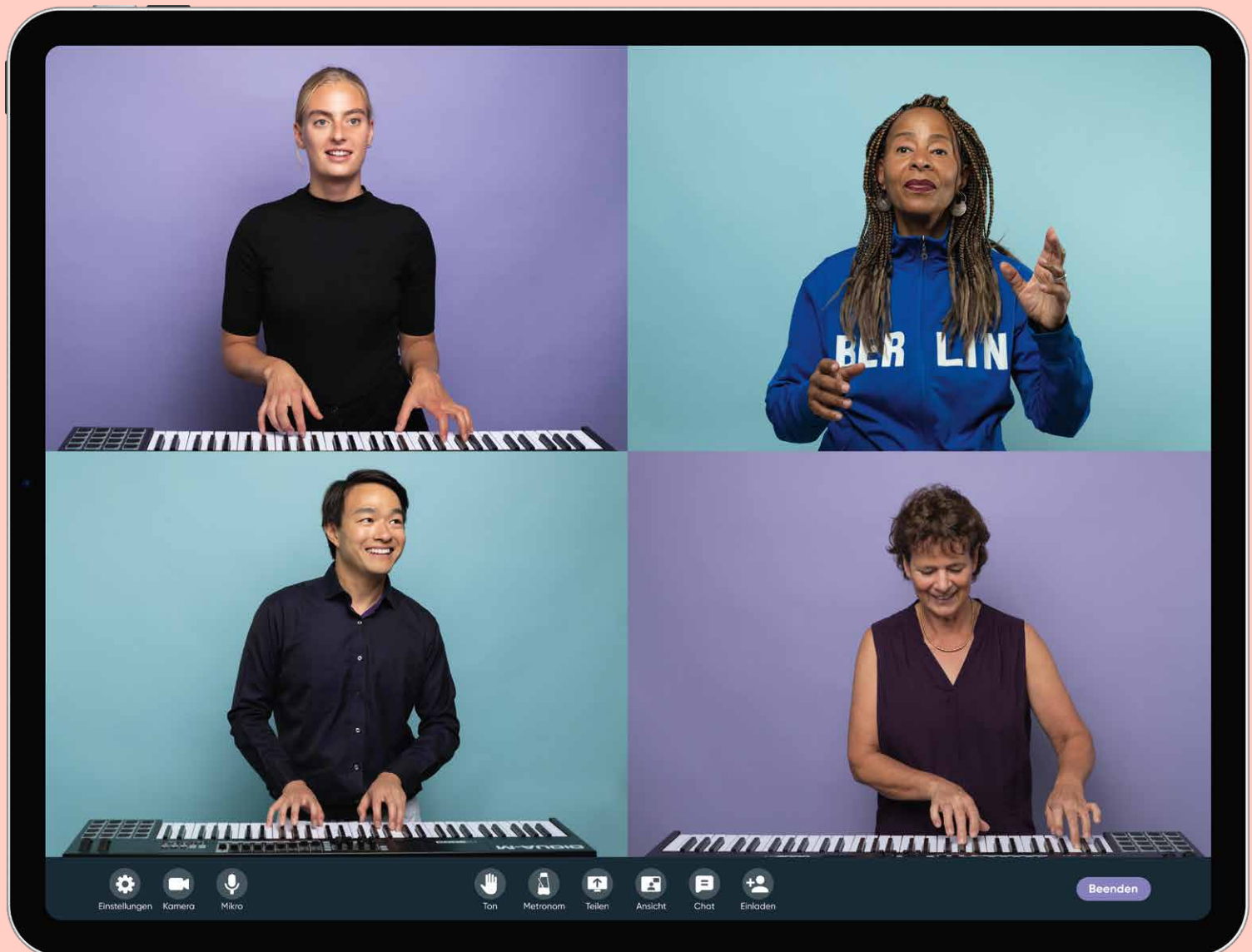
Kreative Unternehmer*innen verstehen Probleme als Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Mit ihrer Beobachtungsgabe identifizieren sie soziale und gesellschaftliche Bedürfnisse, die erfüllt und (Markt-)Lücken, die gefüllt werden müssen.

Die Lösungswege sind vielfältig: von digitalen Plattformen für Vernetzung bis hin zu neuen Geschäftsmodellen. Unsere Titelträger*innen aus dem letzten Jahr sind dafür Paradebeispiele. Wir haben uns mit ihnen über die Chancen von Digitalisierung für die Eventbranche unterhalten, über das Aufbrechen gesundheitlicher Tabus und warum Perspektivwechsel im Journalismus dringend notwendig ist. 📌

Vorhang auf für die Bühnen der Zukunft

TEXT Felix Jung

Die Kultur- und Kreativpilot*innen von SIRIUS und The Showmasters rücken Musikunterricht und Showformate ins digitale Rampenlicht.





Von Meetings über Konzerte hin zu Galeriebesuchen - zwei Jahre Covid haben eine Reihe von digitalen Errungenschaften mit sich gebracht, dank derer die notwendigen wie auch schönen Dinge des Lebens aus dem eigenen Bett mit WLAN-Verbindung umsetzbar wurden. Nun, da das Größte überstanden scheint, werden die Anwendungen jedoch keinesfalls zur Seite gelegt. Unsere Erlebniskultur hat sich verändert und mit ihr auch die Ansprüche an Online-Formate und deren Qualität. Kunst und Kultur, Bildung und Unterhaltung wollen mehr: digitale Bühnen mit dem Esprit des Realen. Analoge Erlebnisse mit technologischen Elementen. Die Titelträger*innen The Showmasters und SIRIUS arbeiten an genau dieser Schnittstelle, indem sie Audio, Bild und Emotionen von morgen entwickeln.

Als wären wir im selben Raum

Wochen und Monate permanenter Videokommunikation machen erfinderisch. Warum nicht Musikunterricht übers Internet stattfinden lassen? Leider gab es einen Haken: Konventionelle Videomeetings filtern einen Teil des Tonspektrums, weshalb eine qualitative Übertragung für Musiker*innen bisher nicht möglich war. Als Antwort ist Sebastian Riegelbauers Unternehmen SIRIUS entstanden:

»Mein Vater ist Kontrabassist – die tiefen und lauten Töne seines Basses wurden bei Zoom & Co. überhaupt

nicht übertragen, weil die eingesetzten Audiofilter den Klang als Störgeräusch eingestuft haben. Mit SIRIUS haben wir ein digitales Musikzimmer entwickelt, das den vollen Klang von Musikinstrumenten und Gesang überträgt. Musiker*innen können sich nun weltweit auf hohem Niveau online austauschen.«

Auch bei Konzerten haben sich solche Audio-Innovationen mittlerweile etabliert, sagt Sebastian Riegelbauer. Die Berliner Philharmoniker streamen beispielsweise über die Digital Concert Hall, welche sämtliche ihrer Auftritte live überträgt. Welche Dimensionen solche Ansätze für Online-Konzerte erreichen können, sei zudem in den USA zu sehen:

»Mit SIRIUS haben wir ein digitales Musikzimmer entwickelt, das den vollen Klang von Musikinstrumenten und Gesang überträgt.«

SEBASTIAN RIEGELBAUER, SIRIUS

»Der Auftritt des Rappers Travis Scott im Videospiel Fortnite hat über 12 Millionen Zuschauer*innen erreicht und zeigt damit, welch ein großes Potenzial digitale Formate für Künstler*innen mit sich bringen können.«

Neue Formate brauchen neue Stars

Wenngleich die Pandemie Experimente an vielen Stellen gnadenlos einforderte, so herrschte an anderen der Corona-Konservatismus. Was gerade nicht über den Haufen geworfen werden musste, blieb so, wie es eben war. Bekannte Namen wie Travis Scott untermauern die Vermarktbarkeit neuer Bühnen nun nachvollziehbar - Sollte es deshalb nicht an der Zeit sein, auch mit den dazugehörigen Shows etwas Neues zu wagen? Dies ist die Mission des Kollektivs The Showmasters, das hybride Showformate kreiert und produziert.

»Anspruchsvolle Unterhaltung mit Haltung fehlt uns in der deutschen Medienwirtschaft und genau diese Lücke wollen wir füllen. Mit Mut, sich von etablierten Gesichtern abzuwenden, neue Menschen aufzubauen und damit

die Landschaft von innen heraus zu verändern«, erklärt Showmasters-Mitgründerin Zoé Philine Leduey.

Das eigene Programm »Let's Play Showmasters« enthält Elemente der klassischen Talkshow, Youtube-Reaktion-Formaten, Publikumsbeteiligung sowie der Streaming-Plattform Twitch. Denn ein digitales Format sei dann gelungen, wenn es mediale Alltagsriten durchbreche, sagt sie:

»Es muss mit unseren Handlungsgewohnheiten im Digitalen spielen, damit brechen, mich irgendwie irritieren, seltsam sein und sich vom alltäglichen, passiven Browsen, Surfen und Swipen abheben. Etwas, das uns aktiviert, in uns räsontiert, an uns kleben bleibt und das wir unbedingt mit anderen teilen wollen.«

»Anspruchsvolle Unterhaltung mit Haltung fehlt uns in der deutschen Medienwirtschaft und genau diese Lücke wollen wir füllen.«

ZOÉ PHILINE LEDUEY, THE SHOWMASTERS









»Nachhaltige Aufmerksamkeit zu generieren und Interesse für das Unbekannte zu wecken, ist schwieriger geworden.«

TIM ROSENTRERER, THE SHOWMASTERS

Das Beste beider Welten

Doch so positiv das neue digitale Erleben auch ankommt, hat es gleichzeitig die Erwartungen des Publikums verändert, kommentiert Showmasters-Mitgründer Tim Rosentreter:

»Nach einer großen Streaming-Welle ist vielen bewusst geworden, dass manche Formate für das Zuhause schauen gedacht und manche für eine reale Aufführungssituation konzipiert wurden. Nachhaltige Aufmerksamkeit zu generieren und Interesse für das Unbekannte zu wecken, ist schwieriger geworden. Und nun fortlaufend die unterschwellige Erwartungshaltung zu erfüllen, dass immer alles von überall, geschaut, gemacht, konsumiert werden kann.«

Der ursprünglichen Anpassungsphase an den Medienkonsum ausschließlich von zuhause folgt mittlerweile eine Rückwärtsbewegung. Live-Veranstaltungen werden von jenen als anstrengend wahrgenommen, die zu Quarantänezeiten die eigene Introvertiertheit kennen und lieben gelernt haben. Der Aspekt gesellschaftlicher Teilhabe hinsichtlich finanzieller Mittel des Publikums, Barrierefreiheit und Diskrepanz zwischen ländlichen und

städtischen Wohnorten beeinflussen die Dynamik außerdem, sagt Sebastian Riegelbauer von SIRIUS:

»Kulturveranstaltungen sind traditionell auf Live-Begrenzungen ausgelegt. Durch Corona mussten sowohl Künstler*innen als auch das Publikum von dem einem zum anderen Tag auf digitale Formate umsteigen. Viele Zuhörer*innen profitieren von dieser Entwicklung, da die Barriere der Teilhabe deutlich sinkt.«

Die Entscheidung zwischen analogem oder digitalem Austausch von Musik, Kultur und Bildung wird in den kommenden Jahren individuell treffbar sein. Die unterschiedlichen Vorlieben und Bedarfe werden die Branche erneut verändern, glaubt Siegelbauer:

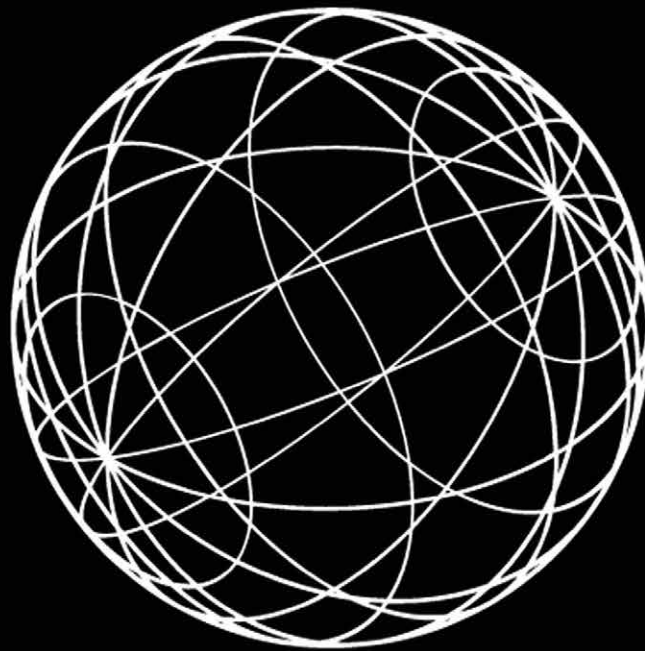
»Die Shows der Zukunft werden meiner Meinung nach hybrid. Indem die physische und die digitale Erfahrung nahtloser miteinander verbunden werden, bieten sich den Künstler*innen als auch dem Publikum neue Optionen, ohne dass diese Nachteile mit sich bringen.«

Das Einzige, was noch fehlt, ist der digitale Applaus.

Neue Perspektiven gehen in den Druck

TEXT Felix Jung

what happened last week & OF COLOR stärken den Pressemarkt durch BI_PoC-Perspektiven und -Repräsentation.



WHAT HAPPENED LAST WEEK



Immer wieder entstehen Skandale in der deutschen Medienlandschaft, immer wieder erhalten diskriminierendes Verhalten und problematische Äußerungen wertvolle Sendezeit und Printflächen. Es sind rassistische Redebeiträge im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, antisemitische Zeitungskolumnen oder vorurteilsbehaftete Berichterstattungen über marginalisierte Gruppen, die leider keine Ausnahme, sondern die unreflektierte Regel bilden: In Talkshows diskutieren die ausschließlich weißen Gäste über Rassismus, in Zeitungskolumnen werden Schimpfwörter abgedruckt und auch unter Medienschaffenden fehlt es zu oft an Sensibilität für die Diskriminierung des Alltags.

Neu ist hingegen das hohe Maß an öffentlicher Kritik, das solche Vorfälle nach sich ziehen. Neben Protest auf Social Media und verstärkter Sensibilität für Antidiskriminierung in vielen Organisationen werden auch Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft zunehmend aktiv. Die Kultur- und Kreativpilotinnen Sham Jaff (what happened last week) sowie Pia Ihedioha (OF COLOR) des Jahrgangs 2021 haben es sich zur Aufgabe gemacht, den deutschen und internationalen Pressemarkt durch diskriminierungskritische Arbeit und Beleuchtung des Weltgeschehens außerhalb traditioneller westlicher Sichtweisen nachhaltig zu verändern.

Denn hier gibt es großen Aufholbedarf, erklärt Sham Jaff, Gründerin des Nachrichten-Newsletters what happened last week:

»In Deutschland haben rund 40 Prozent der Jugendlichen einen Migrationshintergrund. In den Medien jedoch arbeiten schätzungsweise 5 bis 10 Prozent Journalist*innen mit Migrationsgeschichte, so die Neuen Deutschen Medienmacher*innen 2022. Das ist wirklich ein Armutszeugnis.«

»In Deutschland haben rund 40 Prozent der Jugendlichen einen Migrationshintergrund. In den Medien jedoch arbeiten schätzungsweise 5 bis 10 Prozent Journalist*innen mit Migrationsgeschichte, so die Neuen Deutschen Medienmacher*innen 2022. Das ist wirklich ein Armutszeugnis.«

SHAM JAFF, WHAT HAPPENED LAST WEEK

OF COLOR-Mitgründerin Pia Ihedioha ergänzt:

»Die medialen Narrative über BI_PoC werden nach wie vor überwiegend von weißen Menschen geprägt und das Bild von BI_PoC ist stark von Stereotypen und Vorurteilen belastet.«

Aktivismus auf Unternehmerisch

Plattformen, Redaktionen und Formate, die sich kritisch mit gegenwärtigen Formen von Diskriminierung sowie den dazugehörigen Diskursen auseinandersetzen, werden also dringend gebraucht.

Seit 2014 schreibt die Journalistin Sham Jaff aus diesem Grund den englischsprachigen Newsletter *what happened last week*.

»what happened last week ist ein wöchentlicher Newsletter, der Nachrichten aus Afrika, Asien und Lateinamerika kuratiert, erklärt und in einen historischen, sowie globalen Kontext setzt. Der Newsletter hat zum Ziel, Leser*innen für wichtige Themen wie Postkolonialismus, Antirassismus, Heteronormativität, Ableismus, Klassismus und Klimawandel zu sensibilisieren.«

»Die medialen Narrative über BI_PoC werden nach wie vor überwiegend von weißen Menschen geprägt und das Bild von BI_PoC ist stark von Stereotypen und Vorurteilen belastet.«

PIA IHEDIOHA, OF COLOR

Denn das beschriebene Problem deutschsprachiger Medien wirkt weitaus umfassender als lediglich durch das Reproduzieren von Diskriminierung in den Medien. Auch werden relevante Nachrichten aus vielen Ländern und ganzen Kontinenten in der deutschen Medienlandschaft ohne notwendigen Kontext präsentiert oder schlichtweg ausgeblendet.

Sham Jaffs Arbeit füllt also nicht nur die Lücken der weiß geprägten westlichen Berichterstattung, sie trägt aktiv zu einer ganzheitlichen und reflektierteren Weltansicht bei.

Doch ebenso hinter den Kulissen der meisten Medien-Outlets, in den Redaktionen und Büros, fehlen BI_PoC-Personen und ihre Sichtweisen. Das rassismuskritische Magazin OF COLOR möchte das mittels eigener Publikationen ändern.

»Mein Team und ich schaffen gemeinsam mit anderen BI_PoC einen (medialen) Raum, in dem BI_PoC aktiv partizipieren und bestimmen. So werden vielfältige Lebensrealitäten of Color sichtbar – sei es in Print, Social Media, Online-Blogs oder Diskussionsrunden«, sagt Pia Ihedioha.

Beide Titelträgerinnen der Kultur- und Kreativpilot*innen setzen ihre aktivistischen Ansätze erfolgreich unternehmerisch um. Jedoch stellt sie dies in einem solchen Spannungsfeld vor verschiedene Herausforderungen.





»Unsere erste Printausgabe enthielt die Illustration eines Klassenbildes von Joanne Heller, in dem eine einzige Schwarze Person in einer Klasse lauter weißer Kinder zu sehen war. Viele Bi_PoC haben sich dort laut Rückmeldungen gesehen und verstanden gefühlt – und genauso ging es mir auch.«

PIA IHEDIOHA, OF COLOR

Steine im Weg, das Ziel vor Augen

Denn Qualitätsjournalismus mit einer wirtschaftlichen unternehmerischen Basis zu untermauern, ist ein Kunststück. Erst recht, wenn es darum geht, Inhalte zu platzieren, die nicht dem medialen Mainstream entsprechen. Sham Jaff berichtet:

»Medien-Start-ups, die sich auf allgemeine gesellschaftliche oder politische Themen konzentrieren, haben es schwer – wie auch what happened last week. Es gibt nicht genug Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten, Anzeigenkund*innen platzieren ihre Werbung nur noch zurückhaltend in journalistischen Umfeldern. Ein Geschäftsmodell basierend auf der Zahlungsbereitschaft

von Leser*innen ist langfristig gesehen keine stabile Einnahmequelle.«

Für ein gesellschaftlich-demokratisches Gut wie objektiven und vielschichtigen Journalismus gäbe es derzeit nicht genug systemische Wertschätzung, sagt auch Pia Ihedioha von OF COLOR.

»Es ist herausfordernd, als aktuell noch ehrenamtliches Projekt die Mittel und Kapazitäten aufzutreiben, um Beiträge per Printmagazin und Co veröffentlichen zu können.«

Die Problematik liegt also in der Struktur des Presse-



markts als solchem sowie unserer kulturellen Einstellung dazu, wie viel monetärer Wert handfestem Journalismus zugewiesen wird. Nachfrage und Interesse sind jedoch umfangreich vorhanden, erklären beide Titelträgerinnen.

Sham Jaff: »Ich erhalte seit Jahren gutes Feedback, was sich auch in der Zahl der Subscriber*innen widerspiegelt, die konstant wächst. Die Inhalte und die Perspektiven sind aufgrund der fehlenden Alternativen sehr nachgefragt.«

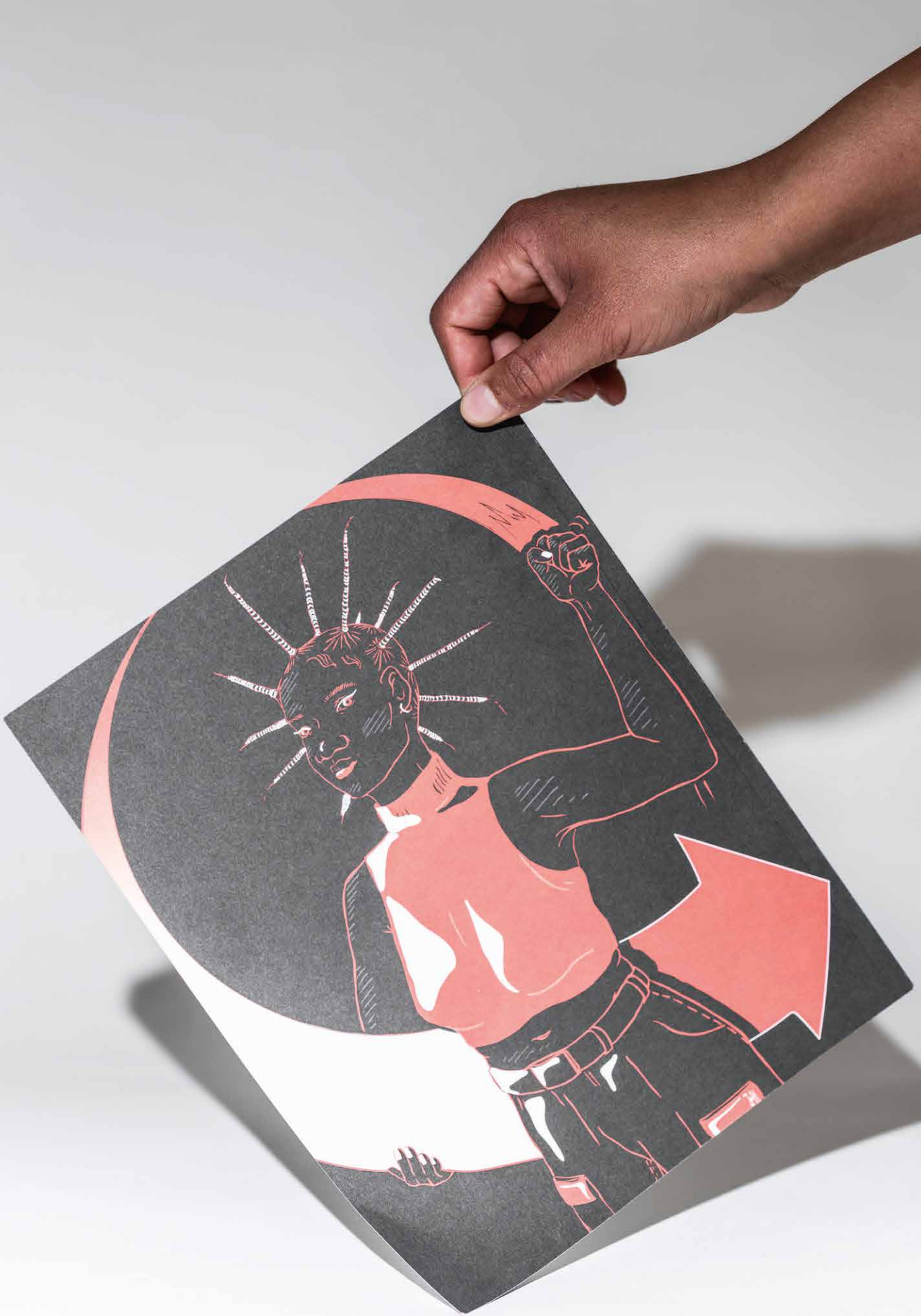
»Ich erhalte seit Jahren gutes Feedback, was sich auch in der Zahl der Subscriber*innen widerspiegelt, die konstant wächst. Die Inhalte und die Perspektiven sind aufgrund der fehlenden Alternativen sehr nachgefragt.«

SHAM JAFF, WHAT HAPPENED LAST WEEK

Aufgrund des langjährigen Erfolgs ihres Unternehmens wage sie sich nun ans Expandieren, berichtet Sham Jaff. Zusammen mit Expert*innen für Business Development sollen neue Projekte entstehen und Zielgruppen erschlossen werden: »Ich glaube an das Potential von what happened last week und bin mir sicher, dass es dort noch mehr zu holen gibt.«

Neben dem wirtschaftlichen Aspekt, von der eigenen Arbeit leben zu können, seien es auch zwischenmenschliche Momente, die die harte Arbeit immer wieder lohnenswert machen, erzählt Pia Ihedioha von OF COLOR:

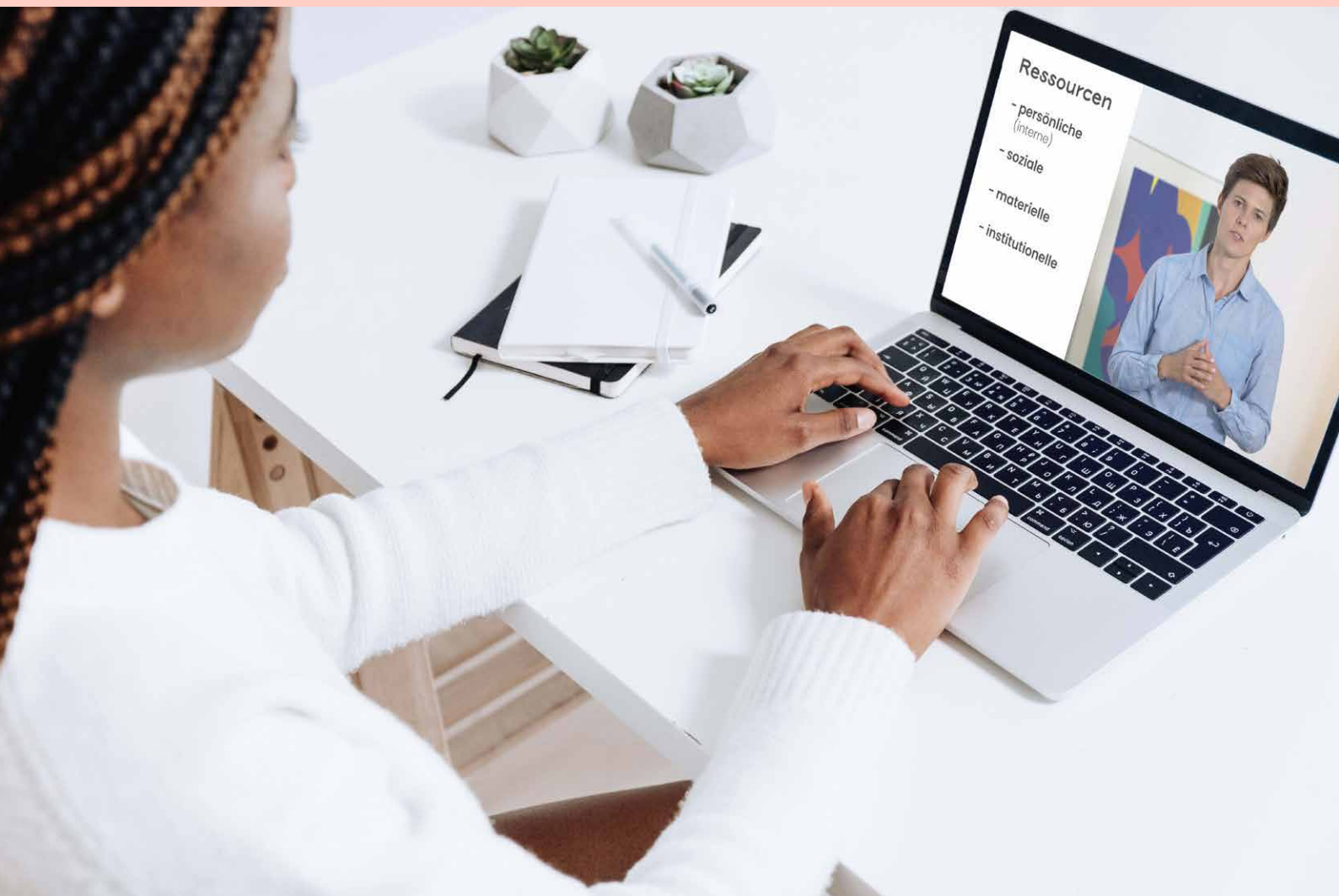
»Unsere erste Printausgabe enthielt die Illustration eines Klassenbildes von Joanne Heller, in dem eine einzige Schwarze Person in einer Klasse lauter weißer Kinder zu sehen war. Viele Bi_PoC haben sich dort laut Rückmeldungen gesehen und verstanden gefühlt - und genauso ging es mir auch. Das war wirklich ein tolles Gefühl, denn hier hat sich gezeigt: Unsere Arbeit schafft das, was wir damit erreichen wollten.«



Gesundheitliche Versorgung ohne Tabus

TEXT Felix Jung

Demenz, Periode und psychische Erkrankungen – große Felder der gesundheitlichen Versorgung in Deutschland sind gesellschaftliche Tabuzonen. Die Titelträger*innen von JUPP, Vulvani und ACTitude haben digitale Lösungen entwickelt, um Wissen und Hilfe zu vermitteln und damit Betroffene von ihrem Stigma zu befreien.





Es ist das Ziel der Wissenschaft, Mensch, Natur und Gesellschaft besser zu verstehen und daraus eine höhere Lebensqualität zu kreieren. Während Jahr für Jahr große Durchbrüche in der Medizin erzielt werden, so erreichen deren Erkenntnisse nicht unbedingt die breite Gesellschaft. Zusätzlich existieren neben fehlender Erforschung der weiblichen Physis (Stichwort Gender Data Gap) viele Tabus, wenn es um Themen wie die Periode, aber auch mentale Gesundheit und Demenz geht. Doch die Gesundheitswirtschaft und ihr Einfluss auf unseren kulturellen Umgang mit Körper und Psyche befinden sich im Wandel: Das Zeitalter von Social Media und digitalen Anwendungen versprechen, die Wunden und Leerstellen der bisherigen medizinischen Versorgung zu heilen.

Gesundheit ist nicht gleich Gesundheit

Aus diesem Grund hat das Start-up Vulvani eine Online-Plattform geschaffen, die wissenswerte Informationen sowie Angebote rund um Menstruation, Zyklusgesundheit und Sexualität bündelt. Bedarf gab es für Mitgründerin Britta Wiebe mehr als genug:

»60% der menstruierenden Jugendlichen haben eine negative Einstellung zu ihrer eigenen Periode. Im Schnitt hat ärztliches Fachpersonal nur rund sieben Minuten Behandlungszeit pro Patient*in. Das Ausmaß, in dem

die Menschen darunter leiden, reicht von Scham über vermeidbare gesundheitliche Probleme bis hin zum Ausschluss aus dem öffentlichen Leben.«

»60% der menstruierenden Jugendlichen haben eine negative Einstellung zu ihrer eigenen Periode.«

BRITTA WIEBE, VULVANI

Auch das Kölner Unternehmen JUPP kennt sich damit aus, jenen Dingen Gehör zu verschaffen, über die nicht gesprochen wird. Die Gründerinnen Lena Schmidt und Corinna Northe bieten Produkte und digitale Informationen rund um ein würdevolles Leben mit Demenz an. Die Krankheit wird oft totgeschwiegen, obwohl sie ein gesamtgesellschaftliches Problem darstellt, so Schmidt:

»Wir haben 1,6 Millionen Menschen mit Demenz in Deutschland, Tendenz steigend. Viele Familien schämen sich für ihre Situation und versuchen, sie alleine zu bewältigen. Dies führt dazu, dass sich Menschen aus der Mitte der Gesellschaft zurückziehen.«

Musik, Spielideen für Demenzkranke sowie Artikel und Neuigkeiten für Angehörige sind Teile des digitalen Angebots von JUPP, mit dem sie versuchen eine Antwort auf die Tabuisierung zu finden.



Enttabuisierung und Aufklärung bewegten auch Diana Huth und Theresa Frank zur Gründung von ACTitude, einer digitalen Plattform zur präventiven Stärkung der psychischen Gesundheit.

»Wir haben 1,6 Millionen Menschen mit Demenz in Deutschland, Tendenz steigend. Viele Familien schämen sich für ihre Situation und versuchen, sie alleine zu bewältigen. Dies führt dazu, dass sich Menschen aus der Mitte der Gesellschaft zurückziehen.«

LENA SCHMIDT, JUPP

»Für die Lücken in der psychischen Gesundheitsversorgung gibt es unserer Meinung nach zwei Gründe: Zum einen ist das deutsche Gesundheitssystem primär kurativ ausgelegt. Hilfe wird also meist erst gewährt, wenn sich Probleme bereits manifestiert haben. Zum anderen sind psychische Erkrankungen immer noch sehr stark stigmatisiert.«

Was digitale Lösungen so attraktiv macht

Vieles, was soziale Stigmata ausmacht, hat auch mit der früheren Angewiesenheit auf analoge Hilfen und Mittel zu tun: Sei es der Gang zur Praxis oder das persönliche Gespräch mit Bekannten über tabuisierte Themen. Digitale Anwendungen hingegen bieten schnelle, unkomplizierte und auch anonyme Informationen und Hilfsangebote für jene, die danach suchen. Es ist einer der vielen Gründe, weshalb auch Vulvani auf Online-Lösungen setzt, sagt Co-Founder Jamin Mahmood:

»Die Innovation von Vulvani ist die Nutzung von moderner Technik zur Aufklärung von Themen rund um den menstruierenden Körper, welche traditionellerweise analog stattfindet. Wir verstehen Vulvani als eine soziale und gesellschaftliche Innovation, um Tabus zu brechen. Wir sammeln die vielen guten, aber verstreuten Lösungen und Ansätze auf einer zentralen, global zugänglichen Plattform. Denn bisher gibt es keinen globalen E-Learning-Marktplatz rund um das Thema Zyklusgesundheit.«

Bei psychischen Problemen stehen Menschen vor ähnlichen Hürden, da es kaum Hilfestellungen für Alltagsbelastungen gibt und Angst herrscht, offen über mentale

Gesundheit zu sprechen. Auch, wenn sie persönliche Angebote nicht ersetzen können und wollen: Digitalisierte Angebote von ACTitude sind daher der logische Schritt, erklärt Gründerin Diana Huth:

»Was es in unseren Augen braucht, sind niedrigschwellige Angebote und dafür eignen sich digitale Formate optimal. Wir beantworten in Podcast, Magazin und auf YouTube die Fragen, auf die Menschen online nach Antworten suchen. Anders als analoge bzw. persönliche Formate sind unsere Inhalte jederzeit verfügbar und anonym nutzbar. Damit erleichtern wir den Zugang zu einem stigmatisierten Thema. Unsere Kurse lassen sich zudem

durch ihre kurzen Lektionen in jeden (noch so stressigen) Alltag integrieren.«

Langfristiger Impact durch kluge Innovationen

Der Balanceakt von Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens und dem Anspruch, so vielen Menschen wie möglich helfen zu können, sei hierbei durchaus schwierig, berichtet Diana Huth. Doch wer das Vorhaben systematisch angeht, würde auch das meiste bewirken:

»Wir versuchen neben Gesprächen mit Krankenkassen auch, unser Angebot im betrieblichen Gesundheitsmanagement zu platzieren. Dadurch können Arbeitgeber*innen einen Beitrag zur psychischen Gesundheit

»Wir verstehen Vulvani als eine soziale und gesellschaftliche Innovation, um Tabus zu brechen. Wir sammeln die vielen guten, aber verstreuten Lösungen und Ansätze auf einer zentralen, global zugänglichen Plattform. Denn bisher gibt es keinen globalen E-Learning-Marktplatz rund um das Thema Zyklusgesundheit.«

JAMIN MAHMOOD, VULVANI



»Wir versuchen neben Gesprächen mit Krankenkassen auch, unser Angebot im betrieblichen Gesundheitsmanagement zu platzieren. Dadurch können Arbeitgeber*innen einen Beitrag zur psychischen Gesundheit ihrer Mitarbeiter*innen leisten und für diese fallen keine Kosten an.«

DIANA HUTH, ACTITUDE

ihrer Mitarbeiter*innen leisten und für diese fallen keine Kosten an. Das zahlt sich für Unternehmen schnell aus, denn allein in Deutschland entstehen jährlich Kosten in Höhe von rund 103 Milliarden Euro aufgrund psychischer Erkrankungen, die so reduziert werden können.«

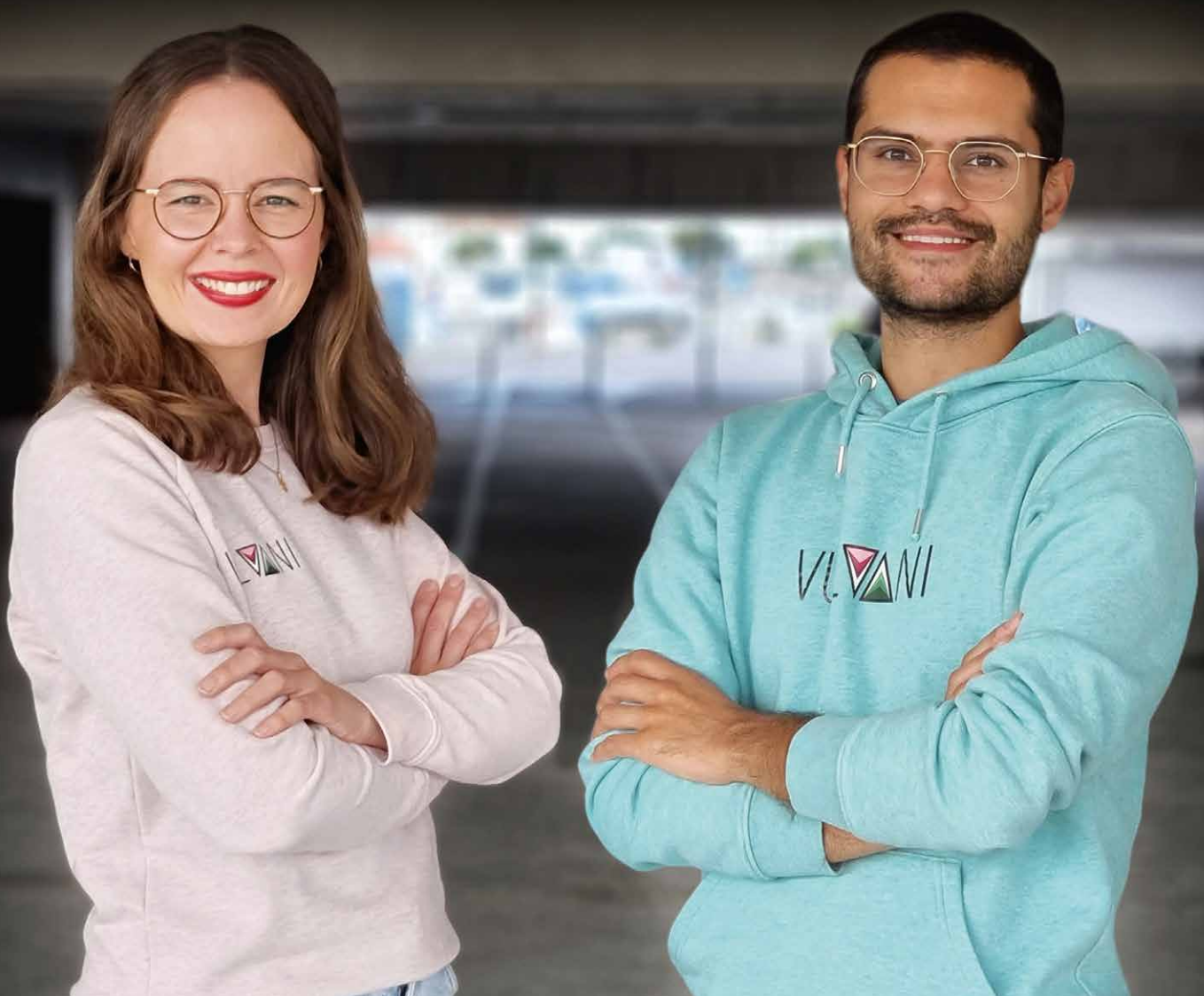
Corinna Northe von JUPP sieht das Verbinden von ökonomischen und sozialen Zielsetzungen sogar als Vorteil:

»In unseren Augen bietet es mehr Gestaltungsspielraum und Flexibilität, wenn es klappt, die gesellschaftliche Vision wirtschaftlich auf eigene Beine zu stellen.«

Doch weitaus mehr wäre zukünftig möglich, wenn kreativwirtschaftliche Ansätze stärker gefördert würden, sagt Northe:

»Bei öffentlichen Förderungen ist das Potential jedoch erst ausgeschöpft, wenn auch Ideen, die kein klassisches Geschäftsmodell haben, loslaufen können.«

Vielleicht kann bald auch hierfür ein digitales Angebot geschaffen werden. Gesund wäre es allemal.





IMPRESSUM

HERAUSGEBER

u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e.V.
Jägerstraße 65, 10117 Berlin

REDAKTION

u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e.V.
Lara Eikenbusch, Börje Johnsen, Lisa Ratering

TEXT

S. 3, 53–59 Lisa Ratering
S. 7, 41, 61 Lara Eikenbusch
S. 8–39, 62–79 Felix Jung

ANTIDISKRIMINIERUNGSBERATUNG

S. 8–39 Demba Sanoh, SAME BUT DIFFERENT

GESTALTUNG & PRODUKTION

Marius Rehmet

ILLUSTRATION COVER

I LIKE VISUALS GmbH

STAND

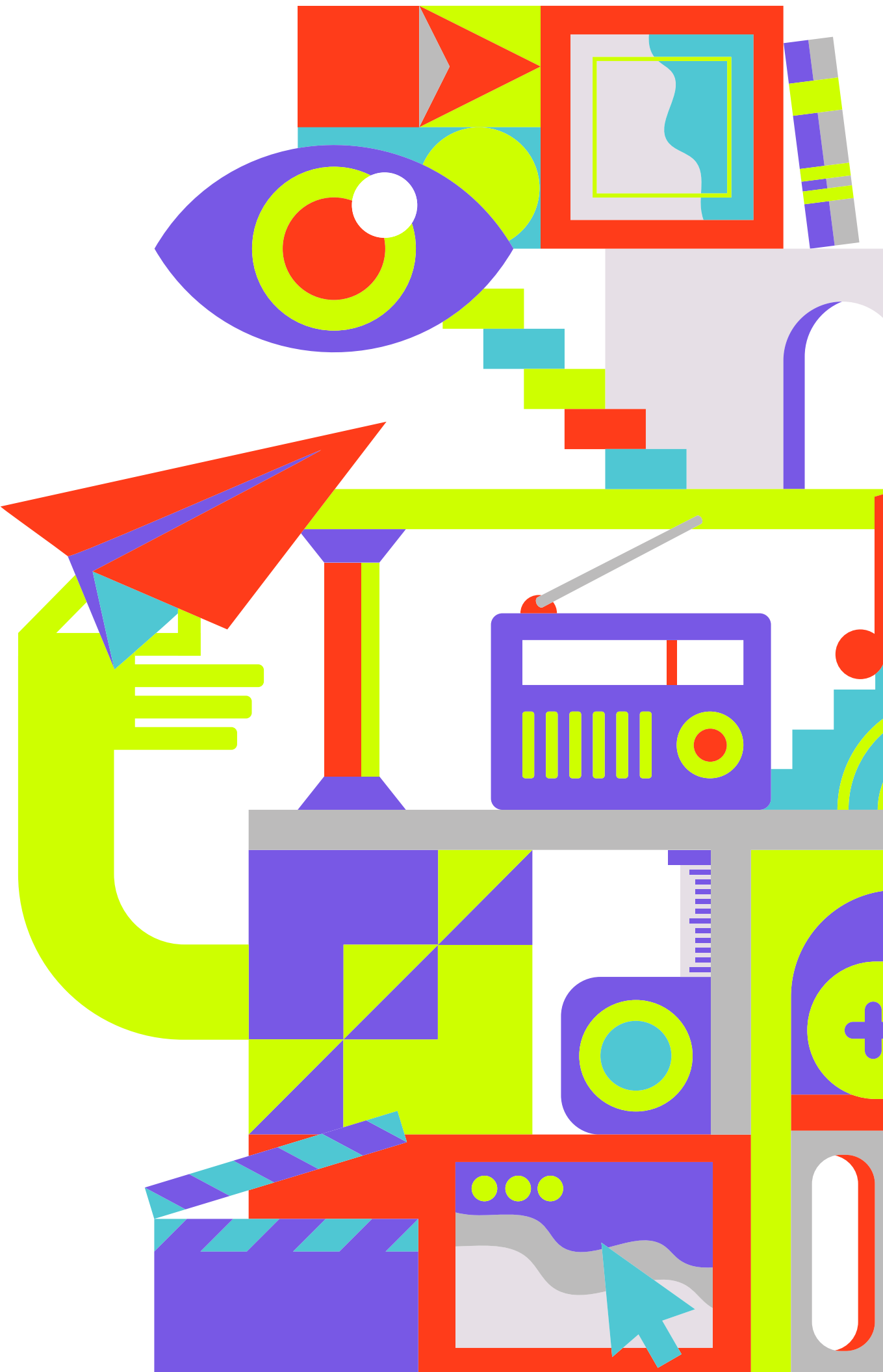
Dezember 2022

BILDNACHWEISE

S. 2 William Veder, S. 4 BMWK: Dominik Butzmann, S. 5 Kristian Schuller, S. 6 Jana Margarete Schuler, S. 8 Studio Seidel, &Töchter, S. 9 Artventure App S. 10 Chris Blank, S. 11 OpenDress GmbH, Claudia Wild, S. 12 Johann Angermann&Andi Dobner, connectz, S. 13 Livia Eichenberger, Marco Limm, S. 14 DIVE Jobmatch, S. 15 privat, S. 16 Mario Heller, Faircado, S. 17 aldidiasse, privat, S. 18 FEATBoddies, Kaichen Lee, S. 19 Anne Juka, S. 20 FindUs App, S. 21 Paul Zimmer, Gratitude Verlag, S. 22 GURLZ WITH CURLZ, Nicole Benewaah Gehle, S. 23 Simon Vu, Frangipani Beatt, S. 24 Andreas Schweizer Photography, Bobbele Ideas GmbH, S. 25 Ibrahim Shehab, Julius Matuschik, S. 26 Mina Richman, Flavia Rehm, S. 27 LOKK, S. 28 Marcus Wend, Patricia Escriche, Timur Celikel, S. 29 madebyblackexcellence, shotsnclicks, S. 30 mujö, S. 31 Nathalie Lieckfeld, S. 32 privat, Off The Beaten Track, S. 33 Alexander Fthenakis, re-shirt, S. 34 Jan Schölzel, S. 35 Angela Alegria, Michael Berge, Impact Hub Berlin, S. 36 Larissa Mantel, SBAE GmbH, S. 37 Nadine Kunath, S. 38 Vorkoster, S.39 What A View Studios, S.40 William Veder, S. 42 Stefan Haehnel, Thomas_Leidig, Ralf Kornmann, Sandra König, Alexander Wendler, Dona&Blitz, Jeanette Sears, Privat, S. 43 Privat, Milena Zara, Daniel George, My Migrant Mama, Chlench

Fashion, Marcel Dykiert, Lendita Mula, Krischan Dietmaier, Moritz Demmig, Katrin Dröse, Carolin Windel, Mina Esfandiari, Heller, Quartiermeister, Privat, SVE, Privat, S. 44 Sidonie Fernau, Auf Augenhöhe, Das Gute Ding, Nils Droste, JC_Blaum, Benjamin Pritzkeleit, Luise Blumstengel, Lisa Hantke, B wie Berlin, Rosa Mag, Esperanza Almagro Bonmati, videoreality GmbH, Lucia-Bart, privat, Arne Declair, S.45 Berliner Zeitung, François Weinert, Janine Sametzky, Thomas Leidig, Anette Hempfling, Anne Kleinschrodt, Jelka von Langen, privat, S. 46 Kontextlab, Jenni Marttila, Maximilian Sydow, Anna Spindelndreier, Lovis Trummer, Irene Opoku, Privat, Krisenchat, S. 47 Dajana Krüger, Matthias Leitner, Sabine Lewandowski, Studio Tusch, Jamin Mahmood, privat, Janine Meyer, Mansouri, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft, LH München, Jakob Morschewsky, SenWEB Projekt Zukunft, Peter Böttcher, Peter Prix, Christina Salgar, S.47 Privat, Maj Rutten, S. 48 Privat, Julia Schwendner, BKM, Privat, Daniel Lukac, Diana-Weidmann, IHK Ostwestfalen, VDIVDE-IT, S. 49 Felix Haas, Georg Hettych, Sabrowski, S. Privat, Michael Kohls, Scharner, SchallundSchnabel, u-institut, Hyp Yerlikaya, Sven Görlich, Jaclyn Locke, Sascha Hilgers, Vanessa Nicette, Elena Peters Arnolds, Stephan Phin Spielhoff, Vita Sadovnikova, S. 50 Franz Schuier, Bettina Volke, privat, TRANSMEDIAL, privat, Jonas Ubat, Privat, Luca Christmann, S. 51 Privat, Privat, UNICEF: Bänsch, S. 51 Vulvani, Vanessa Beule, Ilona Habben, S. 52 William Veder S. 54 Jana Margarete Schuler, Jana Margarete Schuler S. 56 William Veder, S. 58 William Veder, S. 59 William Veder, S.60 Jana Margarete Schuler S. 62 Dorota Jezierski, S. 63 Thomas Mandl, S. 64 Kathinka Schroeder, S. 65 Dorota Jezierski, Dorota Jezierski, S. 66 Kathinka Schroeder, S. 67 ein.portrait, S. 68 what happened last week S. 69 Yasmine Asha, S. 70 of Color, Francois Weinert S.71 Francois Weinert, S. 72 Francois Weinert S. 73 Francois Weinert, S. 74 attitude, S. 75 Sebastian Fuchs S. 76 Schall&Schnabel, S. 77 JUPP, S.78 Vulvani





WWW.KULTUR-KREATIVPILOTEN.DE