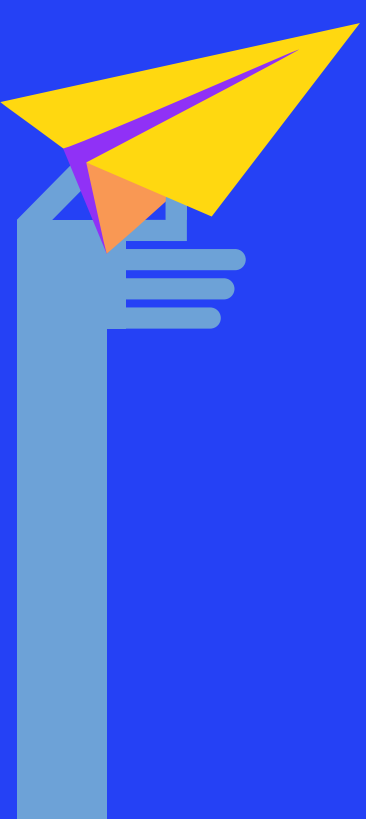


Titeelitragger*innen

2023/24



KULTUR-UND
KREATIV-
PILOT*INNEN

INHALT

Kultur- und Kreativpilot*innen
Titelträger*innen 2023/24

Vorwort _____ 3

Grussworte _____ 4-5

Titelträger*innen _____ 7-39

aMStart _____ 8

BLINC _____ 9

CityCaddy _____ 10

Crowd Impact _____ 11

Dr & Dr Middle Eastern Culture

and Food Lab _____ 12

Dreh-Strom _____ 13

Equality Film _____ 14

Finizio: Nach uns der Humus _____ 15

GoLexic _____ 16

kompreno _____ 17

Kynd Hair _____ 18

Maple Tales _____ 19

Missoir _____ 20

OMC°C _____ 21

plastikfabrik _____ 22

Polar Embassy _____ 23

Queermed Deutschland _____ 24

Qzeng Productions _____ 25

RasaTabula _____ 26

RECOU von PROSERVATION _____ 27

Repair Rebels _____ 28

SADAOUCHI DESIGN _____ 29

SafeSpace _____ 30

Scobees _____ 31

shades&contrast _____ 32

The Imposters _____ 33

UNDOYARN _____ 34

urnfold _____ 35

VOLTAIC Academy _____ 36

Wombly adaptive kidswear _____ 37

Xia Pleasure Objects _____ 38

YouCan! _____ 39

Jury _____ 41-51

Inotiv _____ 76-71

Magazin _____ 73-84





KREATIVE VISIONEN FÜR EINE WELT IM WANDEL

In einer Zeit, in der die Herausforderungen unserer Gesellschaft vielfältiger und komplexer werden, sind es die kreativen Köpfe, die mit ihren unternehmerischen und innovativen Ideen einen nachhaltigen Social Impact erzielen. Hierfür werden jedes Jahr 32 Unternehmer*innen als Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland ausgezeichnet.

Inmitten des Wandels im ökologischen und sozialen Kontext, geprägt von aufkommenden Diskursen und den Potenzialen sowie Herausforderungen moderner Technologien und medialer Sphären, zeigen die unternehmerischen Gestalter*innen der Kultur- und Kreativbranche eindrucksvoll, dass es sich lohnt, selbstbewusst und mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken.

Diese Auszeichnung der Kultur- und Kreativpilot*innen wird organisiert und durchgeführt vom u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V. Das Projekt wird im Rahmen der gemeinsam vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) sowie der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gesteuerten Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft mit Mitteln des BMWK gefördert.

Willkommen in der innovativen und kreativen Welt der Kultur- und Kreativpilot*innen!

»Die 32 ausgezeichneten Kultur- und Kreativpilot*innen des neuen Jahrgangs sind wahre Macher*innen. Ich bin davon überzeugt, dass sie mit ihren Unternehmer*innen-Persönlichkeiten gepaart mit ihren Projekten und ihrem Social Impact die Gesellschaft vorantreiben. Sie vereinen Kreativität und Wirtschaftlichkeit – und prägen so einen beständigen, zukunftsfähigen Wandel.«

Julian Römer, Projektleiter Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland

Dr. Robert Habeck



**Bundesminister für Wirtschaft
und Klimaschutz**

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Seismograph, denn sie richtet den Blickwinkel stets auf jene Fragen, die uns als Gesellschaft bewegen – und begegnet ihnen mit klugen Antworten. Mit kreativem Denken werden von cleveren Unternehmerinnen und Unternehmern Wege zum Lösen alter und neuer Probleme gefunden. So weisen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft nach, dass das Verbinden von Nachhaltigkeit, Innovation und gesellschaftlichem Impact nicht nur möglich, sondern für eine lebenswerte Zukunft unabdingbar ist!

Das kreative Potenzial, das in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihren vielfältigen Teilbranchen und Akteurinnen und Akteuren steckt, ist ein hohes Gut. Wir brauchen die aus diesem Potenzial erwachsenden positiven Geschichten, Beispiele und Vorbilder, denn sie zeigen auf bewundernswerte Weise, wie aktives Gestalten aussehen kann – und dass es sich lohnt! Gerade auch in schwierigen Zeiten ist dies eine wichtige Botschaft.

Die Menschen, die sich etwas trauen, die die Gefahr des Scheiterns auf sich nehmen und innovative unternehmerische Lösungen mit ge-

sellschaftlichem und wirtschaftlichem Mehrwert entwickeln, gilt es deswegen zu unterstützen: Sie sind ein unverzichtbarer Baustein unseres Wohlstands und unserer Wettbewerbsfähigkeit! Durch die Auszeichnung der Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland tun wir genau das, denn damit begleiten wir 32 außergewöhnliche Unternehmerinnen- bzw. Unternehmer-Persönlichkeiten ein Stück auf ihrem Weg. Wir wollen ihnen dabei helfen, die von ihnen entwickelten Lösungen voranzutreiben, zu skalieren und in die Wirtschaft und Gesellschaft zu tragen. So können sie sich entwickeln und auf diese Weise einen breiten Impact erzeugen!

Liebe Preisträgerinnen und Preisträger, ich danke Ihnen für Ihr leidenschaftliches Ja zu unternehmerischem Mut und Einfallsreichtum! Ihnen – und allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Wettbewerbs – wünsche ich für die Zukunft viel Erfolg. Ich freue mich sehr darauf, Ihre Unternehmungen wachsen zu sehen!

Dr. Robert Habeck

Claudia Roth



**Staatsministerin für Kultur
und Medien**

Liebe Leserin, lieber Leser,

Mut, Engagement und Einfallsreichtum, das ist es, was die 32 Unternehmerinnen und Unternehmer der Kultur- und Kreativwirtschaft ausmacht, die dieses Jahr mit dem Preis der Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland ausgezeichnet worden sind. Mit ihren Projekten gehen sie neue Wege und verbinden gesellschaftliche Wirkung mit nachhaltiger Wirtschaftlichkeit.

Die ausgezeichneten Geschäftsideen reichen von digitalen Lösungen in den Bereichen Gesundheit und Bildung über Ansätze für mehr Nachhaltigkeit bis zu neuen Aspekten in Hörspiel, Film und Journalismus. So unterschiedlich diese Vorhaben sind, sie alle eint der Wille, mit kreativer Innovationskraft eine positive Wirkung auf aktuelle gesellschaftliche Diskurse und wirtschaftliche Herausforderungen auszuüben.

Die Titelträgerinnen und Titelträger zeigen eindrucksvoll, welche große innovative Wirkung die kreative Vielfalt der Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Lösung drängender Fragen der Gegenwart und Zukunft entfalten kann. Für die Gestaltung einer lebenswerten Zukunft brauchen wir diese unterschiedlichen Perspektiven mehr denn

je. Es freut mich, dass wir mit der Auszeichnung der Kultur- und Kreativpilot*innen die kreativen Potenziale dieser außergewöhnlichen Persönlichkeiten und ihrer unternehmerischen Ideen sichtbar und erlebbar machen können. Durch das einjährige Mentoring- und Peer-Learning-Programm wollen wir sie miteinander vernetzen, individuell stärken und dabei unterstützen, ihre Projekte nachhaltig und resilient weiterzuentwickeln.

Liebe Preisträgerinnen und Preisträger, ich bin begeistert von Ihrem Engagement und Ihrer Tatkraft. Zu Ihrer Auszeichnung gratuliere ich von Herzen und bin gespannt, wie es mit Ihren Unternehmen weitergeht.

Liebe Leserinnen und Leser, Ihnen wünsche ich viel Freude und Inspiration dabei, die diesjährigen Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland und ihre beeindruckenden Vorhaben kennenzulernen.

Claudia Roth



1 TITELTRÄGER*INNEN

SPOTLIGHT AN: UNSERE KULTUR- UND KREATIVPILOT*INNEN 2023/24

Die 32 Titelträger*innen sind wahre Macher*innen: Erkennen sie ein Problem, ignorieren sie es nicht. Stattdessen setzen sie alles daran, diesen Herausforderungen mit kreativen Lösungen unternehmerisch zu begegnen. Dabei stellen sie sich den Themen unserer Zeit und bewirken auch branchenübergreifend Großes.

Was die ausgezeichneten Unternehmer*innen verbindet, geht über den unternehmerischen Erfolg hinaus. Es ist der gemeinsame Wunsch, Verantwortung zu übernehmen und mit kreativen Ideen sozialen Impact zu erzielen. Ihre Ansätze fördern Inklusion und Gleichberechtigung. Sie schaffen Sichtbarkeit auf Bühnen, Leinwänden und vor sowie hinter der Kamera. Und sie gestalten eine nachhaltigere Welt.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist vielfältig. Egal ob Ideen aus Musikwirtschaft, Kunst, Film, Darstellende Künste, Design, Architektur, Presse, dem Werbemarkt oder der Software- und Games-Industrie: Alle Projekte zeigen, wie wichtig Lösungsansätze aus diesen Bereichen für die Probleme unserer Zeit sind. Sie zeigen, wie Fortschritt funktioniert, und reden nicht nur über den Wandel – sie gestalten ihn mit.

»Die diesjährigen Kultur- und Kreativpilot*innen erkennen die großen Fragen und Herausforderungen unserer Zeit. Sie packen sie mit kreativen Lösungen an, teils auf lokaler, teils auf europäischer oder gar globaler Ebene. Die neuen Produkte, Apps, Dienstleistungen oder Installationen gehen dabei immer vom Konkreten und von den Menschen aus.«

Dr. Ellen Koban, Unitleiterin Kultur- und Kreativwirtschaft, MFG Baden-Württemberg, Jurymitglied 2023

aMStart

Mit der Diagnose Multiple Sklerose nicht alleine sein

»Ich möchte erreichen, dass niemand mehr in einer Lebenskrise alleine ist – Entstigmatisierung und Unterstützung der Community sind dafür zentral.«



Jasmin Mir: Deutsch-Iranerin, Expertin im Feld der sozialen Innovation, Gründerin eines Social Impact Start-ups – und chronisch krank. Als junge Frau erhielt sie die Diagnose Multiple Sklerose (MS). Noch heute erinnert sie sich daran, wie sehr sie sich gewünscht hätte, direkt nach der Diagnose auf passende Unterstützung zurückgreifen zu können. Genau aus diesem Grund gründete sie 2022 aMStart. Über die gleichnamige Website können junge, neudiagnostizierte Patient*innen in einen digitalen 1:1-Austausch mit geschulten jungen Erwachsenen treten, die schon länger mit der Diagnose MS leben. Auch Angehörige und Bekannte von Betroffenen können das Gesprächsangebot nutzen und Termine über die Kalenderfunktion der Website buchen. Dafür arbeiten fünf Hauptamtliche und rund 40 Ehrenamtliche für die digitale Plattform, die in Zukunft als Servicedienstleistung für soziale Träger*innen angeboten werden soll. Um für mehr Sichtbarkeit zu sorgen, hat Mir außerdem den Podcast aMOhr ins Leben gerufen, der jungen Erwachsenen mit chronischer Erkrankung und ihren Themen Gehör verschafft.

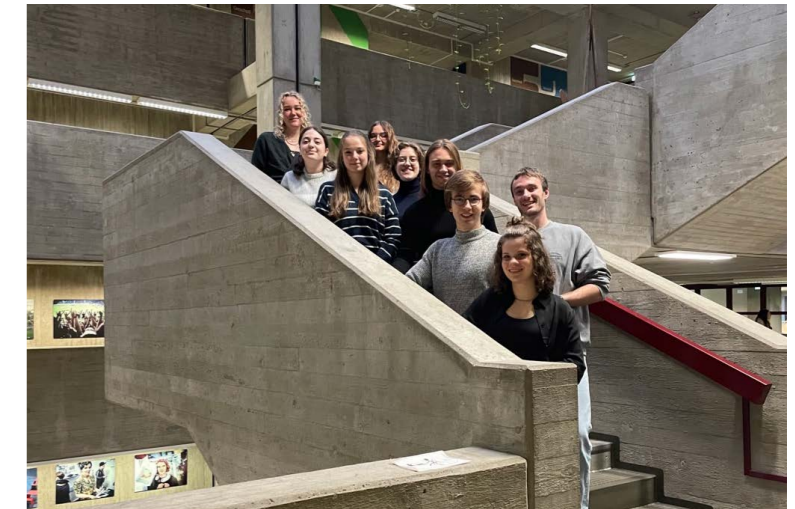
DIAGNOSE MS?
WIR SIND MIT DIR
AMSTART!

TEAM Jasmin Mir (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW amstart.net

BLINC

Arbeitsmarktzugänge für blinde oder sehbeeinträchtigte Menschen

»Alle Menschen sollen die gleichen Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben. Daher setzen wir uns für ein verstärktes Bewusstsein für die Situation blinder und sehbehinderter Menschen ein.«



Aufklären, Vorurteile abbauen, vernetzen: Mit ihrem Social Impact Start-up BLINC wollen Marit Schweflinghaus und Samuel Sommerhoff die Inklusion blinder und sehbeeinträchtigter Menschen in den deutschen Arbeitsmarkt vorantreiben – und das bereits seit 2018. Die Motivation ist eine persönliche, denn beide sind selbst gesetzlich blind. Das heißt: Ihr Sehrest liegt bei unter zwei Prozent. Schweflinghaus und Sommerhoff wissen, dass Menschen mit Low Vision¹-Hintergrund viel zu oft arbeitslos sind. Doch leider fehlt es bislang an Wissen über inklusive Arbeitsplatzgestaltung. Mit BLINC möchten die beiden genau hier Abhilfe schaffen und eine Jobplattform entwickeln, die Bewerber*innen und Unternehmen matcht. Um das Bewusstsein für Low Vision zu steigern, bieten sie bereits Workshops zu Inklusion und Barriereabbau am Arbeitsplatz an. Mithilfe von Virtual-Reality-Technologien, die Sehbehinderungen simulieren, wollen die Gründer*innen künftig das Bewusstsein der teilnehmenden Unternehmen für sehbeeinträchtigte Lebensrealitäten schärfen.

¹ Low Vision ist ein Oberbegriff für Blindheit und Sehbehinderung und umfasst alle Formen von Sehbeeinträchtigungen.



TEAM Meret Conrad (sie/ihr), Myra Divivier (sie/ihr), Lia Dolcinelli (sie/ihr), Dominic Döpfer (er/ihm), Evin Karakaya (sie/ihr), Marcel Kramer (er/ihm), Tim Felix Peters (er/ihm), Jan Paul Robel (er/ihm), Aylin Seibert (sie/ihr), Samuel Sommerhoff (er/ihm), Marit Schweflinghaus (sie/ihr), Dennis Zacharias (er/ihm)
ORT Bochum, Nordrhein-Westfalen
WWW blinc.vision

CityCaddy

Freude an Mobilität und Ästhetik
– egal in welchem Alter

»Ich bringe eine Menge Berufs- und Lebenserfahrung mit! Ein großes Netzwerk, Elan und Optimismus. Nicht zu vergessen: Der starke Wille zu beweisen, dass auch Ältere Fähigkeiten, Ausdauer, Zähigkeit, Mut und Kreativität besitzen und somit noch einen beachtlichen Beitrag zur Gesellschaft leisten.«



Freude an Bewegung kennt kein Alter. Doch viele Menschen entwickeln im Laufe der Jahre oder aufgrund von Krankheiten körperliche Schwächen. Oft benötigen sie eine Gehhilfe, um alltägliche Dinge selbstständig zu erledigen. Doch die Auswahl ist klein: Rollator oder Shopper? Gibt es kein Produkt, das sowohl funktional als auch optisch ansprechend ist? Genau diese Frage hat sich Elke Jensen, ehemalige Professorin für Design, gestellt und mit über 70 Jahren als Senior Entrepreneurin 2019 ihr Unternehmen gegründet. 2021 erfolgte der Markteintritt. Mit CityCaddy schafft sie eine neue Produktkategorie – einen Alltags- und Reisebegleiter für Menschen, die sich eine Stütze und mehr Stabilität beim Gehen wünschen und dabei Wert auf Design legen. Gefertigt in deutschen Manufakturen vereint der CityCaddy Praktikabilität und Ästhetik: Er lässt sich schieben und ziehen, setzt auf moderne Farben und Formen sowie hochwertige Materialien. Mit ihrem Produkt fördert die Gründerin Bewegung und soziale Teilhabe: Denn mit mehr Sicherheit können sich Menschen im Alltag mobiler bewegen.



TEAM Elke Jensen (sie/ihr)
Freie Mitarbeiter*innen: Miriam Ertl (sie/ihr), Enver Hirsch (er/ihm), Ulrike Mann (sie/ihr), Christina Post (sie/ihr), Gunda Staacke (sie/ihr)
ORT Hamburg, Hamburg
WWW citycaddy.de

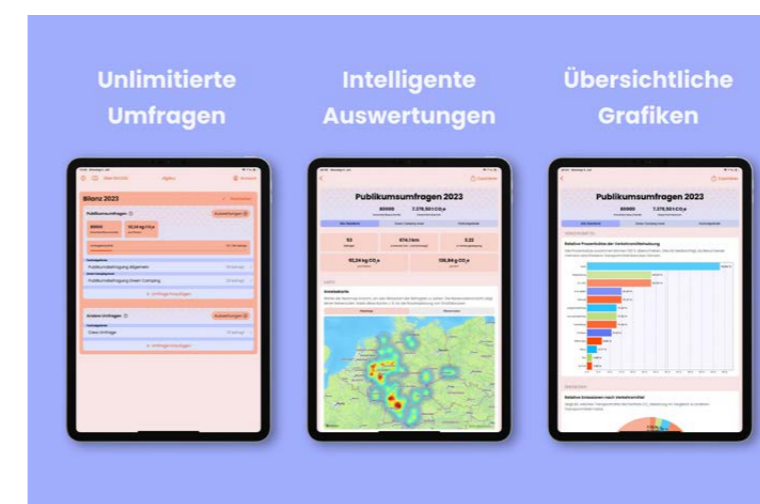
Crowd Impact

Gemeinsam die CO₂-Emissionen von Kulturveranstaltungen senken

»Kultur spielt eine große Rolle in der Klimakommunikation. Dafür muss sie in ihrer eigenen ökologischen Transformation Vorreiterin sein – wir helfen ihr mit unserem Tool dabei.«



Laura Kleber und Julian Vogels engagieren sich seit 2020 für eine ehrenamtliche Initiative, die sich für mehr Nachhaltigkeit in der Musikindustrie einsetzt. Dort lernten sie, dass bis zu 80 Prozent² der CO₂-Gesamtemissionen eines Festivals aufgrund des Publikumsverkehrs entstehen, also durch die An- und Abreise der Besucher*innen. Doch Veranstalter*innen fehlen geeignete Werkzeuge, um ihre individuellen Mobilitätsemissionen zu erfassen und zu senken. Genau hier sehen die beiden eine Marktlücke und die Möglichkeit für Crowd Impact. Mit ihrem gleichnamigen digitalen Umfragetool liefern sie Verantwortlichen Auswertungen der Reisedaten, damit diese geeignete Maßnahmen zur Emissionsreduktion ergreifen können: Genutzte Verkehrsmittel, Knotenpunkte oder der CO₂-Fußabdruck werden durch die Gäst*innen-Befragung beim Einlass sofort sichtbar. 2023 nutzen diese Dienstleistung bereits das SUPERBLOOM-Festival oder die re:publica. Und mit 52.000 Veranstaltungsbetrieben allein in Deutschland warten weitere potenzielle Kund*innen auf die Kommunikationsexpertin und den Nachhaltigkeitsberater.



² Vgl. <https://crowdimpactapp.com/co2-tracker-fuer-den-publikumsverkehr/>, aufgerufen am 30.10.2023

TEAM Laura Kleber (sie/ihr), Julian Vogels (er/ihm)
ORT Berlin, Berlin
WWW crowdimpactapp.com

Dr & Dr Middle Eastern Culture and Food Lab

Interkultureller Austausch
durch Kulinarik und Gemeinschaft

»Die Kultur des Nahen Ostens ist in Deutschland schlecht repräsentiert, versteckt hinter Nachrichten über Politik und Religion. Wenn wir als zwei Wissenschaftlerinnen nicht in der Lage sind, die faszinierenden Facetten der nahöstlichen Kultur zu vermitteln, wer macht es dann?«



TEAM Dr. Forough Sodoudi (sie/ihr),
Dr. Sahar Sodoudi (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW dranddr.de

Diese Geschichte führt uns in den Iran, nach Berlin, in den Nahen Osten, wieder zurück nach Deutschland und schließlich in eine Küche, in der es nach Safran und gerösteten Pinienkernen duftet. Es ist die Geschichte von Zwillingsschwestern, die ihre Wissenschaftskarrieren an den Nagel gehängt haben, um ihre Vermittlungsfähigkeiten für kulturelle Bildung einzusetzen. Die Rede ist von Sahar und Forough Sodoudi. Die promovierten Naturwissenschaftlerinnen haben im Jahr 2019 ihre akademische Laufbahn gegen ihre Leidenschaft eingetauscht. In Berlin eröffneten sie das **Dr & Dr Middle Eastern Culture and Food Lab**, ein Ort, der seine Besucher*innen die kulturelle Vielfalt des Nahen Ostens erleben lässt. Die Schwestern bieten dort Koch- und Kulturevents mit Musik und Kalligrafie oder Lesung an und leiten kulinarische Kulturreisen in den Nahen Osten. Hinter der Idee steckt die persönliche Motivation, das öffentliche, oft politisch-religiös geprägte Bild des Nahen Ostens zu verändern: Es geht um interkulturellen Austausch und Sichtbarkeit für die nahöstliche und persische Kultur.



Dreh-Strom

Elektroautos als grüne
Energiequelle für Filmsets

»Wir brauchen technische Produktinnovationen, um etwas gegen die Klimakrise zu unternehmen. Ich glaube, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft hier mit gutem Beispiel vorangehen kann.«



Felix Fahle kennt sich mit dem Thema Film aus. Als Diplom-Filmproduzent blickt er auf mehr als zehn Jahre Dreherfahrung zurück. Seit 2018 berät er zudem Medienanstalten zu nachhaltiger Filmproduktion, insbesondere zu Energielösungen. Und genau für diese Schnittstelle hat Fahle eine einzigartige Marktneuheit entwickelt: **Dreh-Strom** heißt seine Idee, mit der er Filmsets mobil mit grüner Energie versorgen will. Das gleichnamige Gerät wird an Elektroautos angeschlossen und kann so als Stromquelle für Beleuchtung, Kameras oder andere Filmtechnik dienen. »Vehicle-to-X« heißt das patentierte Verfahren, das Filmsets ohne den Einsatz von umweltschädlichen Diesel-Generatoren leise mit Energie versorgt. Ein wichtiger Schritt für die nachhaltige Transformation der Filmwirtschaft, denn durch wechselnde Drehorte kann nur selten auf das lokale Stromnetz zurückgegriffen werden. Der Bedarf an externen Stromquellen ist hoch, deshalb will Fahle bis 2024 Dreh-Strom zu einem serienreifen Produkt entwickeln und es an Filmproduktionen verkaufen oder vermieten.



TEAM Felix Fahle (er/ihm)
ORT Ludwigsburg,
Baden-Württemberg
WWW decharge.de

Equality Film

Repräsentation für
marginalisierte Menschen

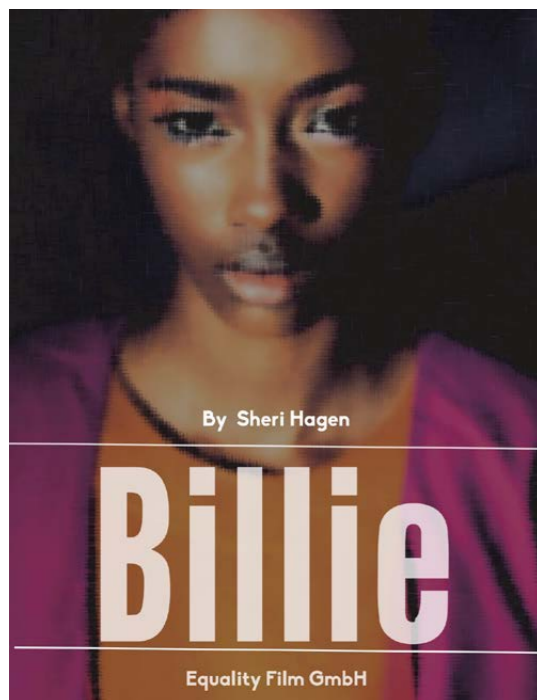
»Mit meinen Filmen möchte ich das respektvolle Miteinander stärken und unseren Blick und unser Ohr für die unterschiedlichen Kulturen und Menschen in unserer Gesellschaft öffnen und weiten.«



TEAM Sheri Hagen (keine Pronomen)
ORT Berlin, Berlin
WWW equalityfilm.com

Wer schreibt und erzählt unsere Geschichten? Welche Lebensrealitäten werden dargestellt? Sheri Hagen, Schauspieler*in und Filmemacher*in mit nigerianischen Wurzeln, hat über viele Jahre vor und hinter der Kamera gestanden und weiß, wer oft in den Hauptrollen zu sehen ist: Weiße³, privilegierte Menschen ohne Behinderung. Deshalb hat Hagen die Produktionsfirma Equality Film gegründet, die seit 2015 Geschichten entwickelt und umsetzt, in denen gesellschaftlich unterrepräsentierte Menschen im Mittelpunkt stehen. Es entstehen filmische Werke, die bewegen, schmerzen, zum Nachdenken anregen und die Zuschauer*innen zum Schmunzeln bringen. Hagens Debütfilm »Auf den zweiten Blick« handelt von drei sehbehinderten Paaren in Berlin auf der Suche nach Nähe und Liebe. Aktuell (2023) arbeitet die Produzent*in am Film »Motherhood«, der die Geschichte eines schwulen Mannes erzählt, der selbstbestimmt über seinen leiblichen Nachwuchs entscheiden möchte. Equality Film setzt so ein filmisches Zeichen gegen Rassismus und Diskriminierung.

³ Weiß beschreibt eine gesellschaftspolitische Norm und Machtposition. Zur besseren Abgrenzung von der Eigenschaft »weiß« wird der Begriff in Texten oft kursiv oder groß geschrieben.



Finizio: Nach uns der Humus

Wie aus Inhalten von Trockentoiletten
Humusdünger werden kann

»Wir bereiten seit Jahren den Weg für eine echte Kreislaufwirtschaft. Diese Auszeichnung kann uns kräftigen Wind in die Segel blasen, um unseren weitreichenden Zielen näherzukommen.«



Tag für Tag werden wertvolle Ressourcen im Klo heruntergespült. Ressourcen, die sich bei entsprechender Sammlung und Aufbereitung in CO₂-speichernden Humusdünger verwandeln lassen. Wie? Das zeigt Florian Augustin, Gründer der Finizio GmbH, mit der ersten Pilotanlage im brandenburgischen Eberswalde. Die Toiletteninhalte werden getrennt gesammelt und mittels Hitze hygienisch behandelt. Danach startet die Kompostierung und nach wenigen Wochen entsteht hochwertiger Humusdünger. Bereits seit 2019 ist Finizio auf nachhaltige, wassersparende Sanitärsysteme spezialisiert und mit Trockentoiletten auf Festivals und im öffentlichen Raum erfolgreich. Gemeinsam mit seinem 20-köpfigen Team setzt Augustin sich seitdem auch politisch für Veränderungen ein: Bisher sind menschliche Ausscheidungen noch nicht als Rohstoff zugelassen, um Düngemittel herzustellen. Genau das möchte er ändern und hofft mit der Auszeichnung der Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland auf weitere Gespräche mit der Politik, um das Thema zu enttabuisieren und so für Bewegung bei der Zulassung zu sorgen.



TEAM Florian Augustin (er/ihm)
ORT Eberswalde, Brandenburg
WWW finizio.de

GoLexic

Eine App für Kinder mit Legasthenie und Lese-Rechtschreib-Schwäche

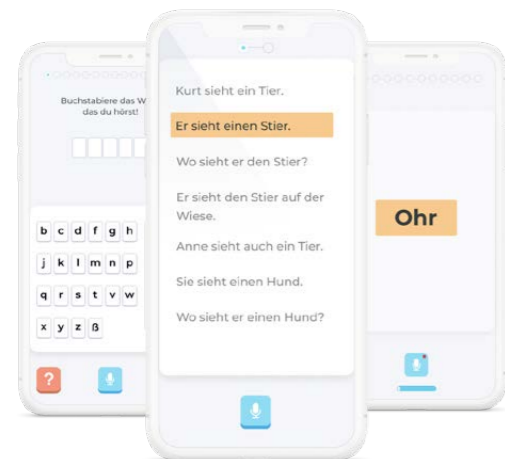
»Mich motiviert es, Kindern beim Lesen zu helfen, ihre Fähigkeiten zu verbessern und so dazu beizutragen, dass sie neues Selbstvertrauen finden.«



Lese-Rechtschreib-Schwierigkeiten betreffen jedes vierte Kind in Deutschland⁴ und wirken sich oft negativ auf die soziale Entwicklung aus. Häufigere Schulabbrüche, schlechtere Noten und ein geringeres Selbstwertgefühl können die Folge sein. Samantha Merlivat kennt diese Belastungen für Kinder und ihre Familien, denn ihr Bruder ist selbst Legasthener. Aus persönlicher Motivation gründete sie 2019 das Unternehmen GoLexic. Mit der gleichnamigen App unterstützt Merlivat Kinder mit Legasthenie oder Lese-Rechtschreib-Schwäche (LRS). Wie? Im digitalen Übungsraum können sie das Lesen und die Rechtschreibung trainieren – personalisiert mit Methoden der Leseförderung und unter Einsatz von Spracherkennung. Im Gegensatz zu den meisten Lösungen zur Leseförderung kann die GoLexic-App auch zu Hause verwendet werden, um jedem Kind zu helfen, das Probleme mit dem Lesen hat. Damit schafft das App-Abonnement eine niedrigschwellige Ergänzung zum bisher unzureichend ausgebauten Förderangebot. Denn schon 15 Minuten tägliches Training können Kindern beim Lesenlernen unterstützen.

⁴ Vgl. <https://www.dw.com/en/germany-reading-skills-below-european-average-and-dropping/a-65649180>, aufgerufen am 31.10.2023

TEAM Samantha Merlivat (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW golexic.com



kompreno

Qualitätsjournalismus aus ganz Europa – gebündelt auf einer Plattform

»Wir fertigen nicht nur Übersetzungen, wir transferieren Ideen. Ein grenzenloses Fenster zur Welt voller Inspiration aus anderen Kulturkreisen und der unabhängige Blick auf das Geschehen zu Hause.«



Die digitale Plattform kompreno liefert seit 2022 keine Breaking News, sondern Hintergründe für alle, die Kontext wollen und brauchen – und das europaweit. Über ein kostenpflichtiges Abonnement erhalten Nutzer*innen Zugang zu hochwertig recherchierten journalistischen Stücken von 30 verschiedenen Medienhäusern aus zwölf europäischen Ländern. Aus Deutschland sind brand eins und DIE ZEIT beteiligt. Leser*innen können selbst die Themen für ihr digitales Magazin zusammenstellen – von Geopolitik bis zu Klima, internationaler Wirtschaft oder sozialer Gerechtigkeit. Hinter der Idee steht ein interdisziplinäres und internationales Team rund um Jochen Adler und der Wunsch, Europa durch intelligente Technologien und qualitativ hochwertigen Journalismus näher zusammenzubringen. Lesen ohne Ländergrenzen: Die Plattform prüft und bündelt zahlreiche inspirierende Geschichten über lokale Lösungen für globale Herausforderungen aus Europa – werbefrei und ohne Fake News. Eine KI-basierte Sprachtechnologie übersetzt dabei in fünf Sprachen.

kompreno

Verständigung, Verständnis, Wissen, Sinn.

kompreno.eu



TEAM Jochen Adler (er/ihm),
Paul Maibach (er/ihm),
Guiseppe Menditto (er/ihm)
ORT Frankfurt am Main, Hessen
WWW kompreno.eu

Kynd Hair

Um Haarlängen voraus:
Nachhaltiges Kunsthaar

»Studien zeigen, dass Kosmetika und Beauty-Produkte für WOC⁵ signifikant höhere Konzentrationen an Schadstoffen enthalten. Mit Kynd Hair möchte ich endlich eine gesundheitlich unbedenkliche, nachhaltige Kunsthaaralternative anbieten.«



TEAM Cosima Richardson (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW kyndhair.com

Serena Williams, Beyoncé oder Michelle Obama – sie alle tragen es: Kunsthaar. Und sie sind damit nicht allein. Rund 53 Prozent⁶ aller Schwarzen Frauen⁷ verwenden regelmäßig künstliche Haarverlängerungen. Doch trotz großem Angebot gibt es kaum Produkte, die umweltbewusst und gesundheitsverträglich hergestellt werden. Kunsthaar besteht meistens aus Plastik, das aus giftigen Chemikalien gefertigt wird. Bei 30 Prozent der Verwender*innen führt das wiederum zu starkem Juckreiz und Hautirritationen. Eine Produktlücke, unter der vor allem Schwarze Frauen* leiden und die für Cosima Richardson 2023 ausschlaggebend für die Gründung von Kynd Hair war. Mit smartem und ökologischem Produktdesign bringt die Gründerin als erste Herstellerin in Europa pflanzliches Kunsthaar auf den Markt, das hypoallergen und biologisch abbaubar ist. Statt giftiger Schadstoffe setzt sie bei der Produktion ausschließlich pflanzenbasierte, nachwachsende Ressourcen ein. Die innovativen Haarfasern sollen ab 2024 über den Online-shop und später direkt über Afro-Friseur*innen-Studios erhältlich sein.

⁵ WOC steht für Women of Color und ist eine selbstgewählte Bezeichnung von Frauen*, die von Rassismus betroffen sind.

⁶ Vgl. www.kyndhair.com/warum-kynd, aufgerufen am 30.10.2023

⁷ Schwarz ist eine politische Selbstbezeichnung und wird deshalb großgeschrieben. Auch um zu verdeutlichen, dass keine Hautfarbe beschrieben wird, sondern eine gesellschaftliche Position.

Frauen* drückt die sprachliche Einbeziehung von FLINTA*, also Frauen, Lesben, inter, nichtbinären, trans und agender Menschen aus.



Maple Tales

Interaktive Lesewelten für eine
höhere Lesekompetenz

»Wir begeistern uns für Themen mit Social Impact und speziell für das Thema Lesekompetenz.«



TEAM Husnain Asghar (er/ihm), Ali Azmi (er/ihm), Müjde Bayran (sie/ihr), Marlene Damm (sie/ihr), Joshua Fett (er/ihm), Anna Rapper (sie/ihr), Timur Zorlu (er/ihm)
ORT Frankfurt am Main, Hessen
WWW maple-ales.com

Klick, Klick, Glück: Das gute alte Buch kann mit der Vielzahl interaktiver Spiele im App- oder Play-Store nicht mithalten. 86 Prozent⁸ der Kinder zwischen sechs und neun Jahren nutzen regelmäßig das Smartphone und/oder Tablet. Gleichzeitig verbringen nur 30 Prozent der Kinder in der gleichen Altersklasse ihre Zeit mit Lesen. Analoge gegen digitale Welt? Darum geht es dem Team von Maple Tales nicht. Statt Bücher zu ersetzen, wollen sie das Leseangebot digital erweitern, um die Quote der erfolgreichen Lesesozialisation zu steigern. Den Expert*innen aus Erziehungswissenschaft, Pädagogik, Wirtschaft und IT ist klar, dass es nicht um die Frage geht, ob Kinder überhaupt mobile Endgeräte nutzen, sondern vielmehr um das Wie und das Wofür. Für den richtigen Zweck haben sie eine interaktive, gamifizierte App entwickelt, in der Kinder ihre eignen Geschichten und persönlichen Avatare kreieren können. So verbindet das Maple-Tales-Team Spiel und Lernen miteinander und schafft eine sinnvolle Alternative, Smartphones und Tablets zu nutzen und neben Lese- auch Medienkompetenzen zu vermitteln.



⁸ Vgl. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Online-Zeit-Kinder-Jugendliche-111-Minuten>, aufgerufen am 25.11.2023

Missoir

Das längst überfällige
Pendant zum Pissoir

»Mit Missoir möchte ich Gleichberechtigung für ein Grundbedürfnis schaffen und Gutes für unsere Umwelt tun.«



TEAM Lena Olvedi (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW missoir.de

Missoir beschäftigt sich mit dem Thema Pinkeln – und macht gleichzeitig so viel mehr als nur das. Das clever designte Hockurinal ist das längst überfällige Pendant zum Pissoir und schafft mehr Gleichberechtigung beim Toilettengang. Dank Spritzschutz und Haltestangen aus Edelstahl gelingt berührungsloses Erleichtern in der Hocke ganz ohne Wasserverbrauch. Für die Gründerin Lena Olvedi ist ihr Produkt eine Innovation, die eigentlich keine sein sollte. Aus eigenem Ansporn, ohne Kapital und ohne Gründungserfahrung startete sie 2018 die Mission Missoir und konnte zwei Jahre später erfolgreich gründen. Zu ihren Kund*innen gehören die Betreiber*innen von Festivals, die ihre Toilettensysteme mieten, aber auch Clubs und Städte, die diese kaufen und in ihren Räumen fest installieren. In Berlin gibt es seit Juni 2023 beispielsweise zwölf öffentliche Stadt-Missoirs, die Bürger*innen kostenfrei zur Verfügung stehen. Denn der Toilettengang ist kein Tabu, sondern ein Grundbedürfnis. Genau gegen diese Alltagsdiskriminierung macht sich Olvedi auch politisch stark.



OMC°C

Vertikal gegen den Klimawandel:
Grünpflanzen im urbanen Raum

»Wir freuen uns als Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschlands, Teil eines Netzwerks zu sein, das sich durch den gemeinsamen Nenner Kreativität verbunden fühlt, ähnliche Erfahrungen teilt und sich gegenseitig unterstützt.«



TEAM Thea Griep (sie/ihr), Andreas Lang (er/ihm), Carlotta Ludig (sie/ihr), Sophie Oberle (sie/ihr), Nicola Stattmann (sie/ihr), Stefan Wunderlich (er/ihm)
ORT Frankfurt am Main, Hessen
WWW omc-c.com

Interdisziplinäre Zusammenarbeit? Die steht beim 2020 gegründeten Office for Micro Climate Cultivation (OMC°C) hoch im Kurs. Nicola Stattmann und Carlotta Ludig haben Know-how im Bereich Produktdesign. In gemeinsamer Entwicklung mit externen Expert*innen will das mittlerweile sechsköpfige Team das hochkomplexe Thema Klimawandel in der Stadt mit vereinten Kräften angehen. Ihr Motto: Maximales Grün auf minimalem Raum. So entstand die Idee zu VERD°. Dahinter steckt ein serielles Produktsystem zur vertikalen Begrünung urbaner Räume. Das Team setzt auf knapp 20 Arten schnell wachsender Kletterpflanzen, die an Befestigungen mit textilen Ranknetzen in die Höhe wachsen. Der Clou: Für VERD° werden einjährige saisonale Pflanzen verwendet, die im Frühjahr schnell wachsen, im Herbst als Biomasse geerntet und anschließend als Rohstoff recycelt werden. So wird eine bessere Luftqualität gefördert und für mehr Schatten und eine vielfältige Biodiversität im städtischen Raum gesorgt. Die ersten Rankmodule stehen bereits seit 2023 in Frankfurt am Main und im niedersächsischen Bersenbrück.



plastikfabrik

Designlösungen für kreislauffähiges Plastik

»Die Kultur- und Kreativpilot*innen sind die Bühne, die wir brauchen, um unser zentrales Ziel zu erreichen: das Steigern der Wahrnehmung und des Verständnisses von echtem kreislauffähigem Design als DER Schlüssel für die globale Müllwende.«



plastikfabrik macht »aus bösem Plastikmüll schöne Dinge«, wie die Mitglieder des Kreativ-Kollektivs selbst sagen. Und dabei bleibt es nicht: Darüber hinaus zeigen sie anderen Menschen, wie und warum sie das tun – damit sie es auch tun. Innerhalb des saarländischen Kollektivs arbeiten Designer*innen, Forscher*innen und Künstler*innen co-kreativ zusammen. Ihr wichtigstes Material? Plastikmüll. Ihr wichtigstes Werkzeug? Design. So entstehen Spritzguss-Produkte und Möbel aus 100 Prozent recyceltem Plastik, die später als Open Design⁹ freigegeben werden. Und nicht nur das: Regelmäßig führt das Kollektiv Workshops in Schulen, Unternehmen oder mit Designer*innen durch, die zeigen, wie Plastik recycelt und jede*r Einzelne aktiv werden kann. Plastikmüll sinnvoll zu nutzen, das ist die Mission. Dafür arbeitet das Team auch eng mit der Hochschule der Bildenden Künste Saar in Saarbrücken und Produzent*innen aus Frankreich und Deutschland zusammen. 2024 möchte das Kollektiv diese Verbindung ausbauen und einen Ort für deutsch-französischen Austausch über die Themen Plastik, Recycling und Design etablieren.



⁹ Open Design ist ähnlich wie Open Source ein Sammelbegriff für all jene Bestrebungen, die Entwürfe, aber auch Gestaltungsprozesse transparent, zugänglich und für die weitere Verwendung offen zu gestalten. Vgl. <https://netzpolitik.org/2019/was-ist-open-design/>, aufgerufen am 08.12.2023

TEAM Daniela Becher (sie/ihr),
Pascal Becher (er/ihm),
Thorsten Müller (er/ihm)
ORT Saarbrücken, Saarland
WWW @plastikfabrik

Polar Embassy

Ein Spieleverlag, der queere Themen feiert und fördert

»Als Kreativpilot arbeite ich daran, queere Freude zu teilen und die Verlagsbranche in Richtung Zero-Waste zu führen.«



Was als ein Weihnachtsgeschenk begann, hat Jon Derman Harris zu einem nebenberuflichen Verleger gemacht. 2020 illustrierte er ein Deck Tarotkarten für eine Freundin, die ihn später überzeugte, das Kartenset auch zu veröffentlichen. Gesagt, getan: Neben seinem Hauptberuf als freiberuflicher Industriedesigner gründete Derman Harris den Verlag **Polar Embassy** – ein Verlag, der queere Künstler*innen, Themen und Lebensweisen feiert. Mehr Unternehmer als Illustrator erweiterte er schnell sein Konzept und startete im Sommer 2023 die Zusammenarbeit mit anderen queeren Künstler*innen. Es folgten die Veröffentlichungen des zweiten und dritten Kartendecks: eine queere Version »Quartett« für Kinder, das Regenbogenfamilien feiert, und Spielkarten über Sex-Positivity. Über den Onlineshop der Polar Embassy und in 75 stationären Geschäften sind die umweltschonend gedruckten Spiele erhältlich. In Zukunft möchte der Verleger weitere queere Künstler*innen ermutigen, Kartenspiele, Bücher oder Zines¹⁰ zu nutzen, um mehr Sichtbarkeit für die LGBTQIA+-Community¹¹ zu schaffen.



¹⁰ Das Wort »Zine« leitet sich vom englischen »Magazine« ab und beschreibt kleine eigens gestaltete Zeitschriften.

¹¹ LGBTQIA+ ist eine Abkürzung der englischen Wörter Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexual/Transgender, Queer, Intersexual und Asexual und steht im Deutschen für lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle, Transgender-, queere, intersexuelle und asexuelle Menschen.

TEAM Jon Derman Harris (er/ihm)
ORT Berlin, Berlin
WWW polarembassy.com

Queermed Deutschland

Ein Verzeichnis gegen
Diskriminierung im Gesundheitswesen

»Im Vordergrund der ganzen Arbeit stehen die Menschen und ihre Bedürfnisse, die mit Queermed empowernt und unterstützt werden sollen.«



Jeder Mensch hat das Recht, sich bei medizinischen Untersuchungen sicher zu fühlen. Dennoch gibt es immer wieder Situationen, in denen Menschen aus der LGBTQIA+-Community¹², Menschen mit internationaler Geschichte oder Menschen aufgrund ihres Aussehens Diskriminierung, Ausgrenzung, und/oder unsensible Behandlung befürchten müssen. Queermed Deutschland setzt sich für Safer Spaces¹³ im Gesundheitswesen ein. Desigt als digitale Plattform bietet Queermed ein Verzeichnis mit queerfreundlichen und sensibilisierten Ärzt*innen oder Therapeut*innen an. Die Idee stammt von Sara Grzybek. Festangestellt im Bereich Onlinemarketing und SEO hat Grzybek die Plattform 2021 ehrenamtlich ins Leben gerufen. Und so funktioniert's: Personen aus betroffenen Gruppen können Praxen, Ärzt*innen und Therapeut*innen empfehlen, diese werden von Grzybek geprüft und bei erfolgreichem Ergebnis in das Verzeichnis aufgenommen. Mehr Sichtbarkeit für das Thema soll künftig über Workshops geschaffen werden, bei denen Behandler*innen einen sensibilisierteren Umgang mit Patient*innen erlernen können.



12 LGBTQIA+ ist eine Abkürzung der englischen Wörter Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexual/Transgender, Queer, Intersexual und Asexual und steht im Deutschen für lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle, Transgender-, queere, intersexuelle und asexuelle Menschen.

13 Safer Spaces bezeichnen Orte, die möglichst frei von Vorurteilen, Konflikten, Kritiken oder potenziellen bedrohlichen Handlungen sein sollen.

TEAM Sara Grzybek (deutsch keine Pronomen, engl. they/them)

ORT Köln, Nordrhein-Westfalen

WWW queermed-deutschland.de

Qzeng Productions

Podcasts, die in die Tiefe gehen

»Wir glauben, dass Geschichten von denen erzählt werden müssen, die sie am meisten betreffen.«



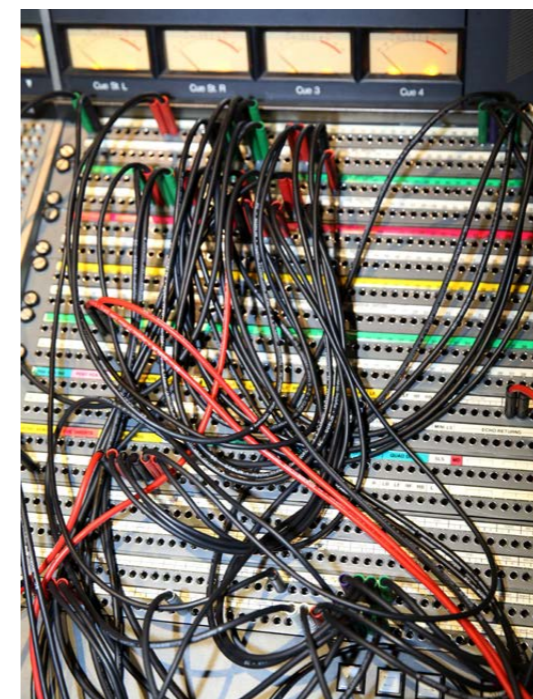
TEAM Azadê Peşmen (deutsch keine Pronomen, engl. they/them),

Neda Sanaî (deutsch keine Pronomen, engl. they/them)

ORT Berlin, Berlin

WWW qzengproductions.com

Azadê Peşmen war 2010 zum ersten Mal bei einem argentinischen Community-Radio live auf Sendung und hat seitdem das Mikrofon nicht mehr aus der Hand gelegt. Auch Neda Sanaî lebt für Audio- und Sounddesign und schafft als Musikproduzent*in ganz unterschiedliche Klangstile. Gemeinsam haben die beiden das Berliner Produktionsstudio Qzeng Productions gegründet. Dort entstehen Podcasts und künftig auch Dokumentationen, die einen Unterschied machen: Hier werden Geschichten erzählt von jenen, die sie betreffen. Ihr bisher erfolgreichstes Projekt ist der 2022 mit dem International Music Journalism Award ausgezeichnete Podcast »Deso, der Rapper der zum IS ging«, der mit ACB Stories für Funk produziert wurde. Das Format erzählt die Geschichte eines Rappers aus Berlin, der sich radikalisiert, Musik zur Sünde erklärt und für den IS in den Krieg zieht. Abseits der Produktionen halten die Gründer*innen regelmäßig Workshops über Podcasts oder Musikproduktion ab und arbeiten dabei auch mit Schüler*innen zusammen, die nicht die Zugänge und Ressourcen haben, um in der Medienbranche zu arbeiten.



RasaTabula

Ein plastikfreier Fußball für mehr Geschlechtergerechtigkeit im Sport

»Wir haben mit RasaTabula zwei große Visionen. Wir wollen nicht nur Sportprodukte neu und grüner denken, sondern vor allem die Sichtbarkeit von Frauen* und Mädchen*¹⁴ im Sport erhöhen.«



Der Fußball von RasaTabula soll zum Gamechanger in der Sportindustrie werden – nachhaltig und geschlechtergerecht. Das haben sich Nicole Garmon und Delisha Farley fest vorgenommen. 2024 wird aus der Idee eine UG. Gemeinsam mit der Hochschule Albstadt-Sigmaringen arbeiten sie an einer Materialinnovation für die Fußballproduktion, die auf Pilzleder basiert und ganz ohne Plastik auskommt. Produziert werden soll später in Deutschland, um lange Transport- und Lieferwege zu vermeiden. Die Begeisterung für Frauen*-Sport und das Interesse an Themen wie Diversität sowie gesellschaftliche Teilhabe und Bildung treiben die Gründerinnen an. All das kommt bei RasaTabula zusammen: ein von Frauen* entwickelter Ball für die männerdominierte Fußballwelt. Schon damit setzen sie ein Zeichen für Empowerment. Künftig soll ein Teil der Verkaufserlöse in geschlechtergerechte Sportprojekte fließen. Als ausgezeichnete Kultur- und Kreativpilot*innen 2023/2024 wollen die beiden jetzt den nächsten Schritt gehen und ihre Idee von einem Prototypen in ein Produkt überführen.



¹⁴ Frauen* drückt die sprachliche Einbeziehung von FLINTA*, also Frauen, Lesben, inter, nicht binären, trans und agender Menschen aus.

Mädchen* steht für vielfältige Identitäten. Dazu gehören Menschen, die sich als weiblich definieren und identifizieren, die als weiblich gelesen werden, die als Mädchen* sozialisiert werden. Ebenso steht der Begriff für die sprachliche Einbeziehung von nichtbinären, trans*, inter* und queeren Jugendlichen.

TEAM Nicole Garmon (sie/ihr),
Delisha Farley Garmon (sie/ihr),
Ailén Macri (sie/ihr)
ORT Buckow, Brandenburg
WWW rasatabula.de

RECOU von PROSERVATION

Ökologisches Verpackungspolstermaterial aus Getreidespelzen

»Eine Veränderung des Wirtschaftens zugunsten einer lebenswerten Zukunft ist nur mit vereinten Kräften möglich.«



Warenversand und Onlinehandel boomen – doch herkömmliche Verpackungsmaterialien wie Styropor verursachen über ihren gesamten Lebenszyklus erhebliche Umweltbelastungen. Unternehmen und Verbraucher*innen suchen händeringend nach bioökonomischen Alternativen, die das Team von PROSERVATION mit RECOU nun liefert. RECOU verwertet die Hüllen von Getreidekörnern, sogenannte »Spelzen«, die als Reststoff bei der Verarbeitung anfallen, und macht sich die natürlichen Hohlräume des Rohstoffs zunutze. Das Verpackungspolstermaterial kann in wenigen und energiearmen Prozessschritten hergestellt, beliebig geformt und nach der Nutzung als Verpackungsmaterial über die Biotonne entsorgt werden. Überlegt haben sich das die vier Proservation-Gründer*innen Nils Bachmann, Lisa Antonie Scherer, Sophia Scherer und Henning Tschunt. Erste Hersteller*innen konnten sie bereits überzeugen. Nun gehen sie einen Schritt weiter: 2024 wollen sie den Herstellungsprozess auf industrielle Maßstäbe skalieren, um die Stückkosten zu senken und die Konkurrenzfähigkeit des Polstermaterials auszubauen.



TEAM Nils Bachmann (er/ihm),
Lisa Antonie Scherer (sie/ihr),
Sophia Scherer (sie/ihr),
Henning Tschunt (er/ihm)
ORT Stuttgart, Baden-Württemberg
WWW proservation.eu

Repair Rebels

Fast-Fashion ade: Lebensdauer von Lieblingskleidungsstücken verlängern

»Wir wollen Reparieren zu einer neuen Normalität machen und zu einem Kulturwandel beitragen, bei dem Menschen stolz sind, ihre reparierte Kleidung zu tragen.«



Die Idee zu Repair Rebels entstand aus der Liebe zur Mode und der Überzeugung, dass Kleidungsstücke mehr Wertschätzung verdienen. Die Gründerin Dr. Monika Hauck wurde in Litauen geboren und lernte bereits im Schulunterricht Kleidung zu reparieren. Ihre Überzeugung hat sie 2023 in eine digitale Plattform überführt. Repair Rebels bietet Reparaturservices für Bekleidung, Taschen und Schuhe online an. Nur wenige Klicks und die Rebels holen defekte Textilien ab und bringen sie zu lokalen Handwerksbetrieben, was nicht nur nachhaltig ist, sondern auch das Textilhandwerk stärkt. Es muss unkompliziert sein, denn: obwohl theoretisch viele Konsument*innen ihre Kleidung reparieren lassen würden, wagen in der Realität nur wenige den Schritt ins Fachgeschäft. Genau deshalb baut Hauck eine digitale Brücke: Durch Benutzer*innen-Freundlichkeit schafft sie Anreize, Kleidung länger zu tragen und Fast-Fashion-Käufe zu reduzieren. Den Tür-zu-Tür-Service bietet sie bisher in Düsseldorf und in Köln an. Außerhalb dieser Städte können Lieblingsteile per Post an Repair Rebels geschickt werden.



TEAM Dr. Monika Hauck (sie/ihr)
ORT Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen
WWW repair-rebels.com

SADAOUTCHI DESIGN

Afrikanische High Fashion im neuen Gewand

»Ich möchte in Togo ein Team aufbauen, das zusammen eine bessere Arbeitsweise entwickelt und der Welt zeigt, dass es möglich ist, sowohl ein Produkt als auch eine Unternehmenskultur zu schaffen, die Transparenz, Vertrauen und Integrität fördert – auch in der Modebranche.«



Faourouz Sadaoutchi-Adoyi ist die Gründerin eines nachhaltigen und fairen Modelabels, das die vielfältige afrikanische Kultur repräsentiert. Unter dem Namen SADAOUTCHI DESIGN designt sie mit ihrem Team hochwertige und exklusive Taschen sowie zwei Kollektionen pro Jahr aus umweltschonenden und recycelten Materialien. Dabei ist der Initiatorin eines besonders wichtig: Ihre Kollektionen werden ausschließlich in Afrika produziert, zu fairen und nachhaltigen Bedingungen für Mensch und Natur. Dass Sadaoutchi-Adoyi Visionen wie diese in die Tat umsetzen kann, hat sie schon mehrfach bewiesen. Sie ist Steuerfachangestellte, Flugbegleiterin, Modedesignerin und Mutter. Geboren in Togo, kam sie als junges Mädchen nach Deutschland, um erst eine Ausbildung zur Steuerfachangestellten zu machen und sich später ihren Traum vom Modedesignstudium zu verwirklichen. Nun möchte sie mit ihrem Modelabel fair bezahlte Arbeitsplätze insbesondere für afrikanische Frauen*¹⁵ schaffen und einen Teil dazu beitragen, das afrikanische Textilhandwerk zu bewahren.



¹⁵ Frauen* drückt die sprachliche Einbeziehung von FLINTA*, also Frauen, Lesben, inter, nichtbinären, trans und agender Menschen aus.

TEAM Faourouz Sadaoutchi-Adoyi (sie/ihr)
ORT Duisburg, Nordrhein-Westfalen
WWW @sadaoutchi.designn (Instagram)

SafeSpace

Digitale Begleitung für einen
sicheren Heimweg

»Uns motiviert vor allem unsere Community und der Zusammenhalt. Seit Tag eins haben uns sehr viele liebe Menschen geholfen. Einfach, weil sie den Wert und die Wichtigkeit unserer Idee erkennen.«



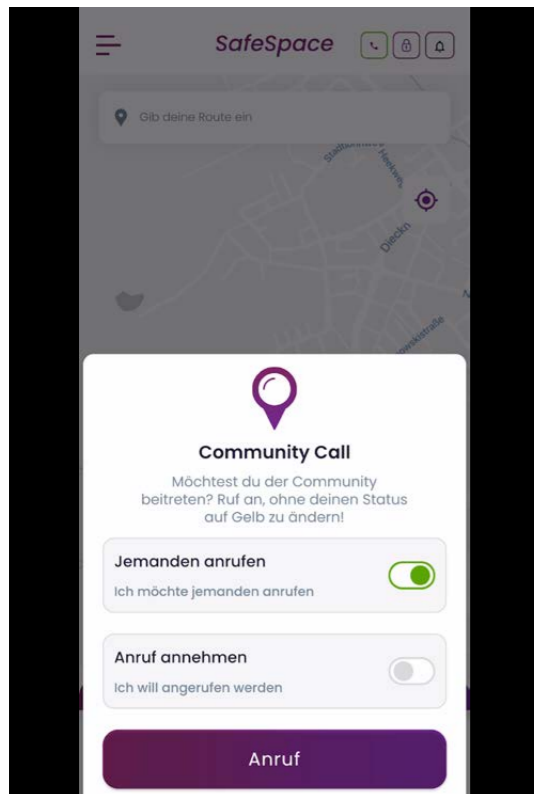
TEAM Nour Idelbi (sie/ihr),
Joline Reker (sie/ihr)

ORT Münster, Nordrhein-Westfalen

WWW mysafespace.com

»Schreibst du, wenn du gut zu Hause angekommen bist?« Diese Frage kennen viele junge Frauen*¹⁶ ebenso wie Menschen aus marginalisierten Gruppen gut. Gerade in den dunkleren Jahreszeiten kann sich auf dem Weg nach Hause ein mulmiges Gefühl breitmachen. Dagegen wollen die jüngsten Kultur- und Kreativpilot*innen des 14. Jahrgangs, Nour Idelbi (18 Jahre) und Joline Reker (20 Jahre), etwas tun. Gemeinsam starteten sie im Januar 2022 eine Online-Umfrage, bei der 500 Personen ihre Sorgen zum Thema Heimweg teilten. Daraus entwickelten die Gründer*innen die App SafeSpace, die digitale Begleitung auf dem Nachhauseweg. Mithilfe eines Ampelsystems können Nutzer*innen zwischen verschiedenen Unsicherheitsstufen wählen. Jede Stufe schaltet unterschiedliche Funktionen wie das Teilen des Standorts mit Notfallkontakten oder den Zugang zu Gesprächs- und Austauschangeboten frei. Bald möchten die Gründerinnen die App auf ein Abonnementmodell umstellen und im Austausch mit Psycholog*innen und der Polizei ein breiteres Produktangebot anbieten.

¹⁶ Frauen* drückt die sprachliche Einbeziehung von FLINTA*, also Frauen, Lesben, inter, nichtbinären, trans und agender Menschen aus.



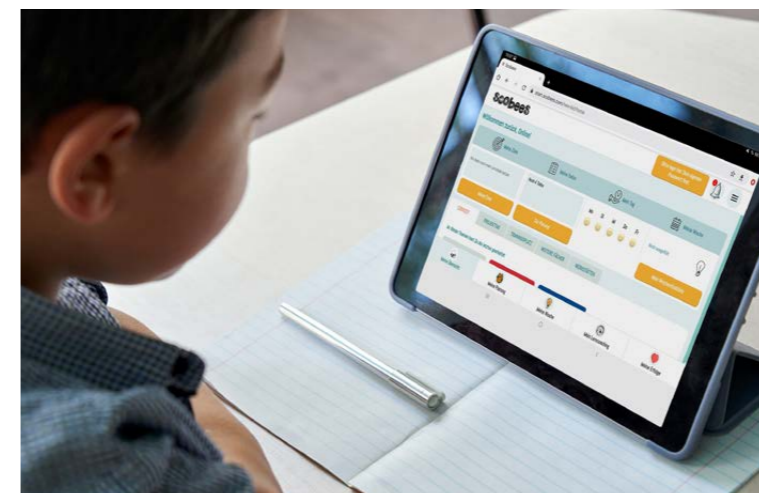
Scobees

Eine Software, die individuelle Lernprozesse an Schulen möglich macht

»Mit Scobees wollen wir, dass in jeder Schule in Deutschland chancengleiches und zeitgemäßes Lernen möglich ist, um die Schüler*innen bestmöglich auf die Welt nach der Schule vorzubereiten.«



Scobees ist ein digitales Lernsystem, das aus Schulen Zukunftsschulen macht. Diese setzen beim Lernen auf selbstorganisierte, offene Prozesse statt auf Frontalunterricht. Ein Schulkonzept, das Produktmanagerin Annie Dörfle und Medienrechtsjuristin Lena Spak sofort begeisterte, als sie davon hörten. Mit Know-how in Strategie und Vertrieb schrieben sie nach ihrer Elternzeit zusammen mit sechs Zukunftsschulen das erste Scobees-Konzept, das sie in den Jahren 2018 bis 2020 in eine marktreife EdTech-Software verwandelten. Mit Scobees lassen sich beispielsweise individuelle Lernpfade und Inhalte erstellen, damit Schüler*innen in ihrem Tempo lernen und nach Interesse aussuchen können. Da die Gründerinnen keinen pädagogischen Hintergrund haben, waren sie von Tag eins an auf die Expertise ihrer Nutzer*innen angewiesen. Das ist bis heute ein entscheidender Unterschied in der Softwareentwicklung – ein digitaler Service von Schulen für Schulen. Mittlerweile nutzen rund 100 Bildungseinrichtungen das digitale Lernsystem, an dem rund 14 Personen im Scobees-Team arbeiten.



TEAM Annie Dörfle (sie/ihr),
Lena Spak (sie/ihr)

ORT Köln, Nordrhein-Westfalen

WWW scobees.com

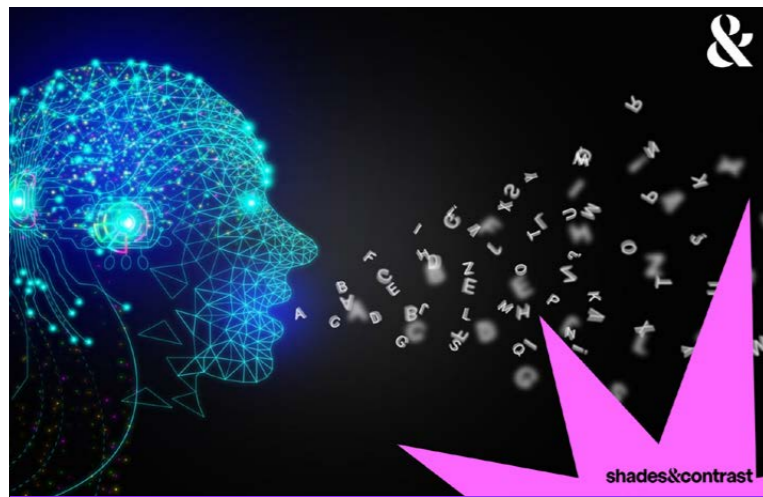
shades&contrast

Produkte für eine gleichberechtigte,
digitale Zukunft

»Mich treibt vor allem an, innovative Technologien wie Künstliche Intelligenz für gesellschaftliche Gerechtigkeit einzusetzen und dafür zu sorgen, dass sie nicht zu mehr Diskriminierung führen.«



Zamina Ahmad träumt von einer digitalen Zukunft, in der Künstliche Intelligenz (KI) Vorurteile abbaut und für alle Menschen einen Nutzen stiftet – unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe oder sozialer Herkunft. Um diesem Traum ein Stück näherzukommen, hat sie 2022 das Unternehmen shades&contrast GmbH gegründet. Als Produktmanagerin und Datenanalytikerin berät Ahmad ihre Kund*innen über die Potenziale der Nutzung von Daten und KI. Die Entwicklung diskriminierungssensibler digitaler Lösungen und ein barrierearmes Design stehen für sie dabei im Fokus. Denn: Was auf der einen Seite zu mehr Schnelligkeit und Effizienz führt, verstärkt auf der anderen Seite Diskriminierung. Denn KI wird mit vorhandenen Daten gefüttert. Diese enthalten die gleichen rassistischen, sexistischen und ableistischen Annahmen, die auch in unserer Gesellschaft zu finden sind. Um dagegen vorzugehen, braucht es mutige, kreative Visionär*innen in der Software- und Games-Industrie wie Ahmad, die Wissen weitergeben und neue KI-Produkte und Nutzungsmöglichkeiten schaffen.



TEAM Zamina Ahmad (sie/ihr)
ORT Hamburg, Hamburg
WWW shadesandcontrast.com

The Imposters

Intersektionale¹⁷ feministische
Perspektive in der Medienbranche

»Uns motiviert das Gefühl, dass wir mit unseren Inhalten Menschen unterhalten, sie zum Lachen bringen und gleichzeitig Impulse geben können.«



Produktionsfirma trifft Kreativagentur – das ist The Imposters. In der sogenannten Showrunning-Unit kümmern sich Jule Kleinschmidt und Sonni Winkler um alles, was vor und hinter der Kamera passiert: von der Stoff- und Drehbuchentwicklung über Casting und Regie bis hin zur Produktion und Postproduktion. Kennengelernt haben sich die Gründerinnen zunächst in einer Bar, später trafen sie sich beim Jobben für verschiedene Filmprojekte wieder. Jetzt möchten sie intersektionale Perspektiven in der Filmbranche fördern. Denn dort sehen sie Handlungsbedarf bei der drängenden Herausforderung, das Machtungleichgewicht und damit die ungerechte Verteilung von Gehältern, Budgets und Entscheidungspositionen anzugehen. FLINTA*-Personen¹⁸, Menschen mit internationaler Geschichte, mit Behinderung oder aus der queeren Community erhalten schlechter Zugang zu den Topposten in der Filmindustrie. Neben der aktiven Arbeit in der Produktion bieten sie deshalb auch Beratung zu inhaltlichen Handlungsfragen an und treten als Speakerinnen auf, um über Themen wie die Cancel Culture oder FLINTA*-Personen in der Comedy-Branche zu sprechen.



¹⁷ Intersektionalität bezeichnet die Berücksichtigung und Einbeziehung verschiedener Marginalisierungen (systemischer Benachteiligung) als auch Privilegien.

¹⁸ FLINTA* steht für Frauen, Lesben, intersexuelle, nichtbinäre, trans und agender Personen.

TEAM Jule Kleinschmidt (sie/ihr),
Sonni Winkler (sie/ihr),
Jochen Voß (er/ihm)
ORT Berlin, Berlin
WWW theimposters.de

UNDOYARN

Aus altem Strick wird neues Garn

»Wir wollen einen Beitrag zur globalen Ressourcenschonung leisten und eine neue Selbstverständlichkeit im Umgang mit textilen Materialien entwickeln.«



»Das ressourcenschonendste Garn ist das Garn, das schon existiert«, wissen die freie Dozentin für textile Themen Ina Goetz und Modedesignerin Babette Sperling. Seit Oktober 2022 setzen sich die beiden kritisch mit den Herausforderungen der textilen Kette auseinander und haben eine Möglichkeit für die Wiedergewinnung von Garnen aus Strickwaren geschaffen. Dafür beleben sie ein altes Verfahren wieder, das bereits ihre Großmütter angewandt haben: Gebrauchte und ausrangierte Strickwaren werden aufgetrennt und das Material nach Reinigung und Trocknung wieder nutzbar gemacht. UNDOYARN nennen sie das Garn, das aktuell in einer Manufaktur und mit handbetriebenen Maschinen in Chemnitz hergestellt wird. Das wiedergewonnene Garn stößt bereits jetzt auf großes Interesse in der Textilwirtschaft. Um die Produktionsmenge von UNDOYARN zu steigern, wollen Goetz und Sperling deshalb eine Produktionsstätte aufbauen und die Fertigung schrittweise automatisieren. Dafür arbeitet das Duo eng mit Textilsortierer*innen und Textilinstituten zusammen.



TEAM Ina Goetz (sie/ihr),
Babette Sperling (sie/ihr)
ORT Chemnitz, Sachsen
WWW @undo.yarn (Instagram)

urnfold

Handgefertigte Papierurnen für einen persönlichen Abschied

»Wir möchten den Tod nachhaltiger und persönlicher gestalten und Menschen dazu inspirieren, genauer hinzuschauen. Denn wir glauben, dass kein anderes Thema mehr über das Leben lehren kann als sein Ende.«



Bei urnfold in Regensburg entstehen in Handarbeit Urnen aus Papier. Die Idee dafür stammt von Katharina Scheidig und Kristina Steinhauf, die mit zeitgemäßem Design die Themen Sterben, Tod und Trauer aus der Tabuzone holen wollen. Steinhauf verlor 2014 ihren Vater und fertigte für ihren Abschiedsprozess selbst eine Urne aus Holz. Ein nachwachsender Rohstoff, aber begrenzt in Form, Gestaltung und Farbe. Über diesen Gedanken tauschte sie sich mit ihrer Freundin und späteren Co-Gründerin Katharina Scheidig aus. Gemeinsam fassten sie den Entschluss, eigene individuell gestaltbare Urnen herzustellen. Doch welches Material? Schnell landeten die beiden bei Papier. Denn das bietet nahezu unendliche Möglichkeiten der Verarbeitung, kann ressourcenschonend hergestellt werden und ist entgegen der Meinung vieler Menschen ein sehr stabiles und hochwertiges Material. Bereits 300 Papierurnen wurden seit der Gründung 2022 auf Trauerfeiern verwendet. Die beiden Gründerinnen sind überzeugt: Jeder Mensch hinterlässt eine Geschichte, die mit ihren Urnen gewürdigt und nacherzählt werden kann.



TEAM Katharina Scheidig (sie/ihr),
Kristina Steinhauf (sie/ihr)
ORT Regensburg, Bayern
WWW urnfold.de

VOLTA!C Academy

Die erste Akademie mit Festivalcharakter für das Solarhandwerk

»Klimaneutralität 2045 – Wir MÜSSEN das schaffen! Wir kommen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft und sind überzeugt von den Potenzialen, die ihre Denk- und Handlungsweisen auch für andere Branchen bergen.«



Die Energiewende mithilfe der Kultur- und Kreativwirtschaft möglich zu machen, dafür setzen sich Jasmine Klewinghaus und Mona Rieken mit ihrem Vorhaben der VOLTA!C Academy ein. Beide bringen Erfahrungen aus der Veranstaltungsbranche sowie nachhaltigen Transformationsprozessen im Kultur- und Medienbereich mit, die sie nutzen wollen, um eine neue Generation an Fachkräften für das Solarhandwerk zu gewinnen. Mit der VOLTA!C Academy wollen sie ein mehrtägiges Festival auf die Beine stellen, bei dem sich Interessierte im Solarhandwerk weiterbilden und in einer sich anschließenden Veranstaltung an geeignete Betriebe vermitteln lassen können. Für die fachliche Qualifizierung und Zertifizierung arbeitet das Team eng mit den deutschen Handwerkskammern und Solarbetrieben zusammen. Jobmesse ganz anders: Statt auf graue Messehallen setzt das VOLTA!C-Team auf Freiluft-Bühnen, Praxishnähe und Gemeinschaft. Ein branchenübergreifender Lösungsansatz, der gleich zwei wirtschaftspolitische Herausforderungen adressiert: Fachkräfte gewinnen und den Ausbau der erneuerbaren Energien vorantreiben.



TEAM Jasmine Klewinghaus (sie/ihr),
Mona Rieken (sie/ihr)
ORT Wennigsen, Niedersachsen
WWW -

Wombly adaptive kidsweat

Inklusive und bedürfnisgerechte
Kleidung für Babys und Kleinkinder

»Die größte Motivation sind die dankbaren, teils richtig emotionalen Kommentare der Eltern. Außerdem die viele Unterstützung von Menschen, die in der Pflege arbeiten.«



Lina Falkner, Lena Förster und Jana Walther wurden durch eine Frühgeburt in ihrem persönlichen Umfeld auf das Thema adaptive Kinderbekleidung aufmerksam. Denn: Für das junge Leben gab es keine praktische und schöne Kleidung, welche die notwendige Versorgung mit Schläuchen und Infusionen ermöglichte. »Das muss doch besser gehen«, dachten sich die drei und beschlossen, diese Marktlücke selbst zu schließen und adaptive Kleidung herzustellen. Also Kleidung, die auf die Bedürfnisse von Frühgeborenen oder Kindern mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen zugeschnitten ist. 2022 gründeten sie Wombly adaptive kidsweat und seit 2023 bieten sie die ersten Kollektionen im Online-shop an. Mit ihrem Wissen in den Bereichen Design, Bekleidungstechnik und Schnitt entwickeln die Gründerinnen Kleidung, die nicht nur kompromisslos praktisch, sondern auch kindgerecht und schön ist. Außer auf Funktionalität setzen sie auch auf hochwertige ökologische Materialien und arbeiten bei der Produktentwicklung eng mit medizinischem Fachpersonal und betroffenen Eltern zusammen.



TEAM Abdelmounaim Aloullal (er/ihm),
Lina Phyllis Falkner (sie/ihr),
Lena Förster (sie/ihr), Julia Graner
(sie/ihr), Andreas Pieroth (er/ihm),
Christina Schirra (sie/ihr), Emira
Thomsen (sie/ihr), Jana Walther
(sie/ihr), Leonie Wilsdorf (sie/ihr),
Dennis Wingerter (er/ihm)
ORT Berlin, Berlin
WWW wombly.com

Xia Pleasure Objects

Geschlechtsspezifischen Vorurteilen mit cleveren Designlösungen begegnen

»In einer Industrie, die immer noch stark stigmatisiert wird und in der es zu wenig Regulierungen für Produktsicherheit gibt, setze ich mich mit Xia für einen neuen Standard ein und schaffe etwas, das sich nicht nur sexuell gut anfühlt.«



Vivien D. LaFleur arbeitete als Schauspielerin, Sprecherin und Masseurin. In all diesen Berufen beschäftigte sie sich mit dem menschlichen Körper, seiner Anatomie und seinen Bedürfnissen – so auch mit dem Bedürfnis der Sexualität. Seit 2019 hat sie ihre Interessen zum Beruf gemacht und bringt mit eigens designten und gefertigten Produkten Bewegung in den Sexspielzeugmarkt. LaFleur kennt die Mängel des bestehenden Angebots aus eigener Erfahrung, aber auch aufgrund einer umfassenden Marktrecherche: fehlende Sicherheitsbestimmungen, keine Regulierung bei der Verwendung von giftigen Weichmachern und Designs, die durch Form und Farbe geschlechtsspezifische Vorurteile reproduzieren. Auch Transparenz und Nachhaltigkeit suchen die Verwender*innen oftmals vergebens. LaFleur hingegen geht mit ihren Xia Pleasure Objects einen Schritt weiter. Ihre Sexspielzeuge sind hochwertig, ergonomisch, nachhaltig und sicher. Derzeit arbeitet sie an einer Produktneuheit, die 2024 auf den Markt kommen soll und neue Anwendungsmöglichkeiten, andere erogene Zonen und eine neue Ästhetik erforscht.



TEAM Vivien D. LaFleur (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW xia-pleasureobjects.com

YouCan!

Nicht mehr allein mit dem Krebs

»Mithilfe des Kultur- und Kreativpilot*innen-Programms möchten wir dem Thema Krebs bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen mehr Aufmerksamkeit verschaffen. Wir hoffen auf Unterstützung bei der Verwirklichung unserer Vision, dass keine jungen Menschen mit ihrer Krebserkrankung allein bleiben müssen.«



YouCan! ist zugleich eine Plattform, eine App und eine Gemeinschaft für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene mit einer Krebserkrankung. Die jungen Betroffenen können sich bei Veranstaltungen, aber auch über die Social-Media-Kanäle von YouCan! austauschen. Als digitale Therapiebegleitung steht die YouCan!-App den jungen Betroffenen ab der Diagnosestellung an zur Seite. Nutzer*innen können hier wichtige Meilensteine des Behandlungsverlaufs dokumentieren, Tagebuch über ihre Symptome führen und sich via Chat mit anderen Betroffenen austauschen. Die Idee dazu hatte 2019 die Kinderkrankenschwester und Psychologin Janina Krassa. Sie hat selbst mehrere Jahre auf einer Kinderkrebstation gearbeitet und kennt die Herausforderungen und Bedürfnisse der jungen Menschen. Die technische Expertise bringt Mitgründer David Koschnick ein. Hinter YouCan! steht mittlerweile ein 16-köpfiges interdisziplinäres und ehrenamtliches Team, in dem alle Personen Erfahrungen mit Krebs als Angehörige gesammelt haben und YouCan! daher mit großem Engagement unterstützen.



TEAM David Koschnick (er/ihm),
Janina Krassa (sie/ihr)
ORT Berlin, Berlin
WWW youcan-app.de



② JURY

(K)EINE JURY

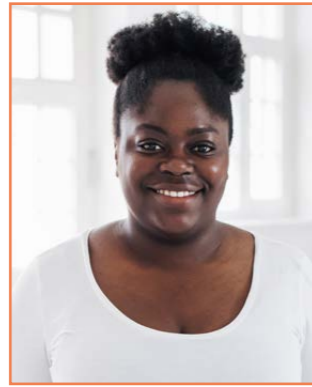
Während der Auswahlgespräche begegnen die nominierten Unternehmer*innen der Jury. Dabei geht es nicht um den perfekten Pitch, sondern um die Menschen hinter den Projekten, um ihre persönlichen Geschichten und Motivation. Die Gespräche sind so gestaltet, dass sie in inklusiven und diversen Räumen stattfinden, um Begegnungen auf Augenhöhe zu ermöglichen.

Die Jury spiegelt dabei die Diversität und Vielfalt der Bewerber*innen und der Kultur- und Kreativwirtschaft wider. Sie setzt sich aus Expert*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft, des Journalismus, der Politik, der Verwaltung und anderen Branchen zusammen. Dadurch bietet sich ein vielseitigerer Blick auf die unterschiedlichen Menschen und Projekte, der eine vielfältigere und fundiertere Bewertungsgrundlage bietet. Alle Jurymitglieder sind selbst Wegbereiter*innen für Innovation und Kreativität. Diese individuellen Erfahrungen und Perspektiven bereichern den Auswahlprozess und tragen dazu bei, die Einzigartigkeit und Originalität jedes Projekts zu verstehen.

Ohne weitere Umschweife stellen wir euch nun die diesjährige Jury vor!

»Mein Feedback zu den Auswahlgesprächen? Spannende Impulse und Ansätze zu wichtigen Fragen unserer Zeit, die vor allem zeigen, welche innovative und gesellschaftlich relevante Kraft aus der Kultur- und Kreativwirtschaft kommen kann. Die Motivation und Leidenschaft der Teilnehmer*innen sind inspirierend und bereichernd.«

Nadine Vicentini, Geschäftsführerin *bayern design*, Jurymitglied 2023



Johannes Altmeyer
Der Tagesspiegel

Irene Aniteye
AiDiA Pitch

Christoph Backes
u-institut GmbH & Co.KG

Johanna Bauhus
Ladies&Ladys Label



Raphael Brandmiller
Augsburger Lehmbaugruppe
GmbH/Stadtrat Stadt
Augsburg für Generation AUX

Joana Breidenbach
Betterplace

Claudia Budana
KölnBusiness Wirtschafts-
förderungs GmbH

Matthias Burgbacher
PLAN:KOOPERATIV

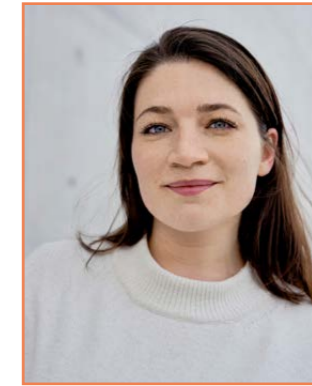


Luisa Bergander
Creative Strategist

**PD Dr.
Stephanie Bethmann**
Forstliche Versuchs- und
Forschungsanstalt Baden-
Württemberg

Annemarie Bloch
Place Beyond Bytes |
Universität Duisburg-Essen

Samuel Bongartz
Novaheal GmbH



Nabila Bushra
Lost Film gUG

Manik Chander
My Migrant Mama

Luca Christmann
ReDo

Marion Davenas
Deutsch-Französisches
Zukunftswerk



Christoph Brosius
Circumradius GmbH

CHRISTOPH BROSIUS Coach und Jurymitglied 2023

Was macht für dich eine*n Titelträger*in aus?

► Oft eher noch am Anfang der eigenen unternehmerischen Reise, haben Kreativpilot*innen vielleicht noch nicht alle Antworten gefunden, aber große Lust, die richtigen Fragen zu stellen.

Was nimmst du aus den Auswahlgesprächen mit?

► Wenn die Menschen hinter den 32 Unternehmen am Stück vortragen, warum sie existieren und was sie antreibt, dann schwappt einem eine enorme Welle an Hoffnung und Zuversicht entgegen, dass wir am Ende doch noch eine Chance haben, die Herausforderungen unserer Zeit zu meistern.

Was möchtest du den diesjährigen Titelträger*innen mitgeben?

► Ihr habt Strahlkraft für eine Welt, die dringend neue Vorbilder braucht. Licht an!



Nico Degenkolb
Goethe-Institut



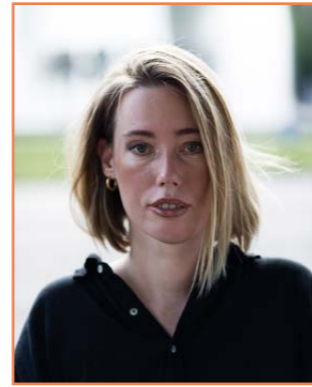
Katja Diehl
SheDrivesMobility



Katrin Dröse
Industrie- und Handelskammer
zu Berlin



Olaolu Fajembola
Tebalou

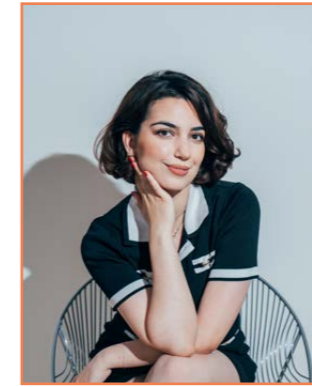


Janine Falke
Fettfresshair

Michael Faschingbauer
Effectuation Intelligence

Sidonie Fernau
Paritätisches Kompetenzzentrum Nord GmbH

Laura Gehlhaar
Autorin, Beraterin



Pia Ihedioha
Magazin of Color gUG

Aya Jaff
Autorin, Gründerin, Trader

Jessy James LaFleur
Angeprangert! Spoken Word

Theano Katsidou
DIVE

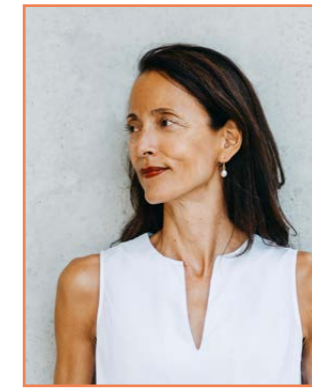
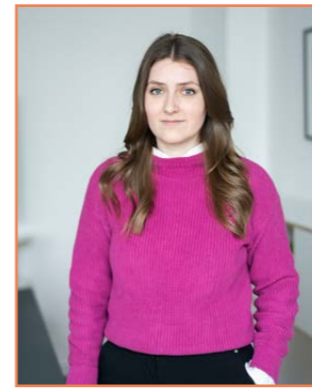


Alexandra Groß
Bundesministerium für Bildung und Forschung, Fachreferat 112 für Soziale Innovationen

Anna Hadzelek
RE-SHIRT

Maycaa Hannon
SWANS Initiative gGmbH

Kai-Michael Hartig
Körper-Stiftung



Alina Kemper
Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO)

Alexandra Klatt
State of DESIGN GmbH

Yukiko Elisabeth Kobayashi
Prototyping the future of business and society

Tino Kreßner
Startnext GmbH



Veit Haug
Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH

Felix Hiller
Vetiqo

Julian Hölgert
TimeLeapVR / videoreality GmbH

Sylvia Hustedt
u-institut GmbH & Co KG



Dr. Ellen Koban
MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg

DR. ELLEN KOBAN Jurymitglied 2023

Warum hast du dich dazu entschieden, Teil der Jury zu werden?

► Das Kennenlernen neuer, starker Ideen aus dem gesamten Bundesgebiet ist für meine tägliche Arbeit als Kontaktstelle und Intermediärin in Baden-Württemberg wichtig und bereichernd. Außerdem lerne ich in der Jury immer wieder neue Gesichter und Perspektiven kennen. Diesen inhaltlichen und menschlichen Austausch liebe ich!

Dein Fazit der Auswahlgespräche dieses Jahr in drei Schlagworten?

► #euphorisierend #global #klug

Was möchtest du den diesjährigen Titelträger*innen mitgeben?

► Bleibt mutig, euphorisch und emphatisch! Das sind Future Skills, die euch Kreative auszeichnen und abheben lassen.



Christina Kühnreich
ZAV-Künstlervermittlung Köln



Jeff Kwarteng Jacobsen
AiDiA Pitch



Iris Lanz
Krisenchat gGmbH



Sabine Lewandowski
MARI & ANNE



Sydney Nwakanma
EMEKA Suits



Arinze Odenigbo
Legalside



Beatrace Angut Lorika Oola
Fashion Africa Now



Prasanna Oommen-Hirschberg
Prasanna Oommen || moderating change



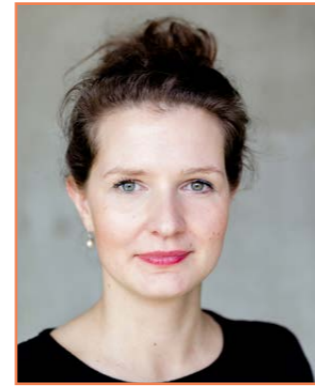
Marco Limm
Cre[ai]tion GmbH



Julia Löffler
Referentin für Kulturpolitik
Bundestagsfraktion Bündnis
90/die Grünen



Sarah Lünzen
The Changency



Teelke Meyer
betahaus Hamburg



Rashid Owoyele
Transect.Agency



Ester Petri
Carus-Verlag



Dr. Christian Rauch
STATE Studio



Dr. Matthias Rauch
NEXT Mannheim



Dr. Claudia Nicolai
HPI School of Design Thinking



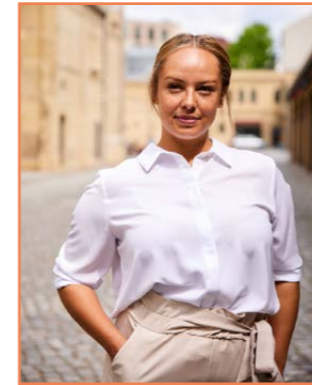
Tebogó Nimindé-Dundadengar
Tebalou



Corinna Northe
JUPP GmbH



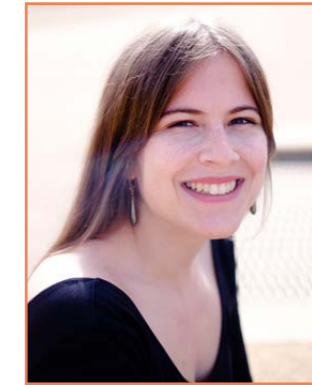
Linda Nübling
GURLZ WITH CURLZ Studio
UG haftungsbeschränkt



Michelle Reed
Send me pack GmbH



Fabian Renken
DIGITALBERATUNG GmbH



Stephanie Renz
OH WOMAN® GmbH



Tina Riede
Führungsakademie
Baden-Württemberg



Marco Rieso
IHK Ostwestfalen zu Bielefeld



Franziska Ritter
1:1 CONCERTS e.V.



Dr. Claudia Ritter
VDI/VDE Innovation +
Technik GmbH



Sebastian Roloff
Mitglied des Deutschen
Bundestages für die SPD



Dr. Susanne Schmitt
Naturkundemuseum Bayern
und RIFS Potsdam



Daniel Schneider
Mitglied des Deutschen
Bundestages für die SPD



Julia Scholz-Köberlein
Kontextlab/KontextMaps



Norman Schulz
Thüringer Agentur für die
Kreativwirtschaft



Julian Römer
u-institut GmbH & Co.KG



Kaddie Rothe
Goalgirls



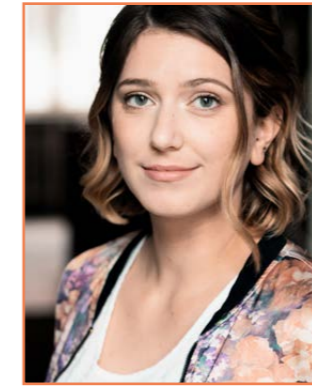
Jörg Sabrowski
Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr, Landwirtschaft und
Weinbau



Michael Sacher
Mitglied des Deutschen
Bundestages für Bündnis 90/
Die Grünen



Nicole Srock.Stanley
dan pearlman Group



Jennifer Stahl
Produzentenallianz Initiative
für Qualifikation



Isabella Steiner
nüchtern.berlin



Susanne Stephani
Studienstiftung des deutschen
Volkes e.V.



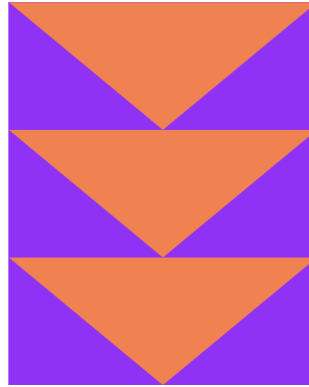
Prof. Abiola Sarnecki
Wiesbaden Business School



Susanne Schäfer
Brand eins



Marcel Scharner
hundertgut



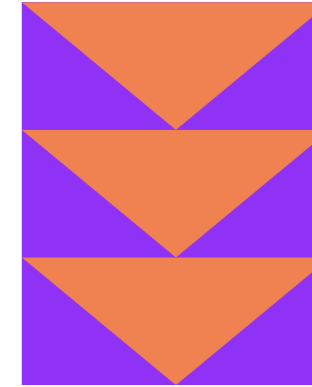
Jan Scheper
Global Eco Transition gGmbH



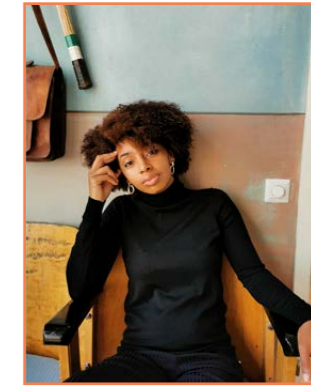
Susanne Stöck
HA Hessen Agentur GmbH



Jan Strecker
PHINEO gAG



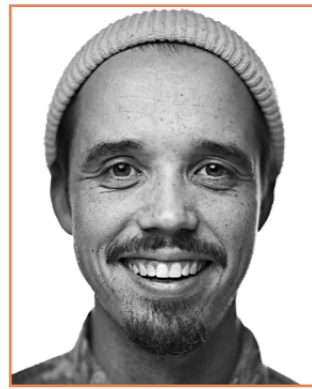
Philipp Thomsen
Beauftragte der Bundesregie-
rung für Kultur und Medien



**Luanny Tiago
da Conceição**
Berlin Music Commission



Johannes Tödte
ProjectTogether gGmbH



Otmar Trenk
BEEsharing



Richy Ugwu
Unea



Rolf Unzola
Unzola Consulting GmbH



Dr. Gabriel Yoran
Steady Media



Çağdaş Eren Yüksel
cocktailfilms GmbH



Anastasia Zagorni
Weißensee Kunsthochschule
Berlin



Anemone Zeim
Vergiss Mein Nie



Katja Vedder
MakerCube



Nadine Vicentini
bayern design



Yolanda von Zitzewitz
ReDo



Antonia Wach
Wavelab



Marcel Weber
SchwuZ / Clubcommission



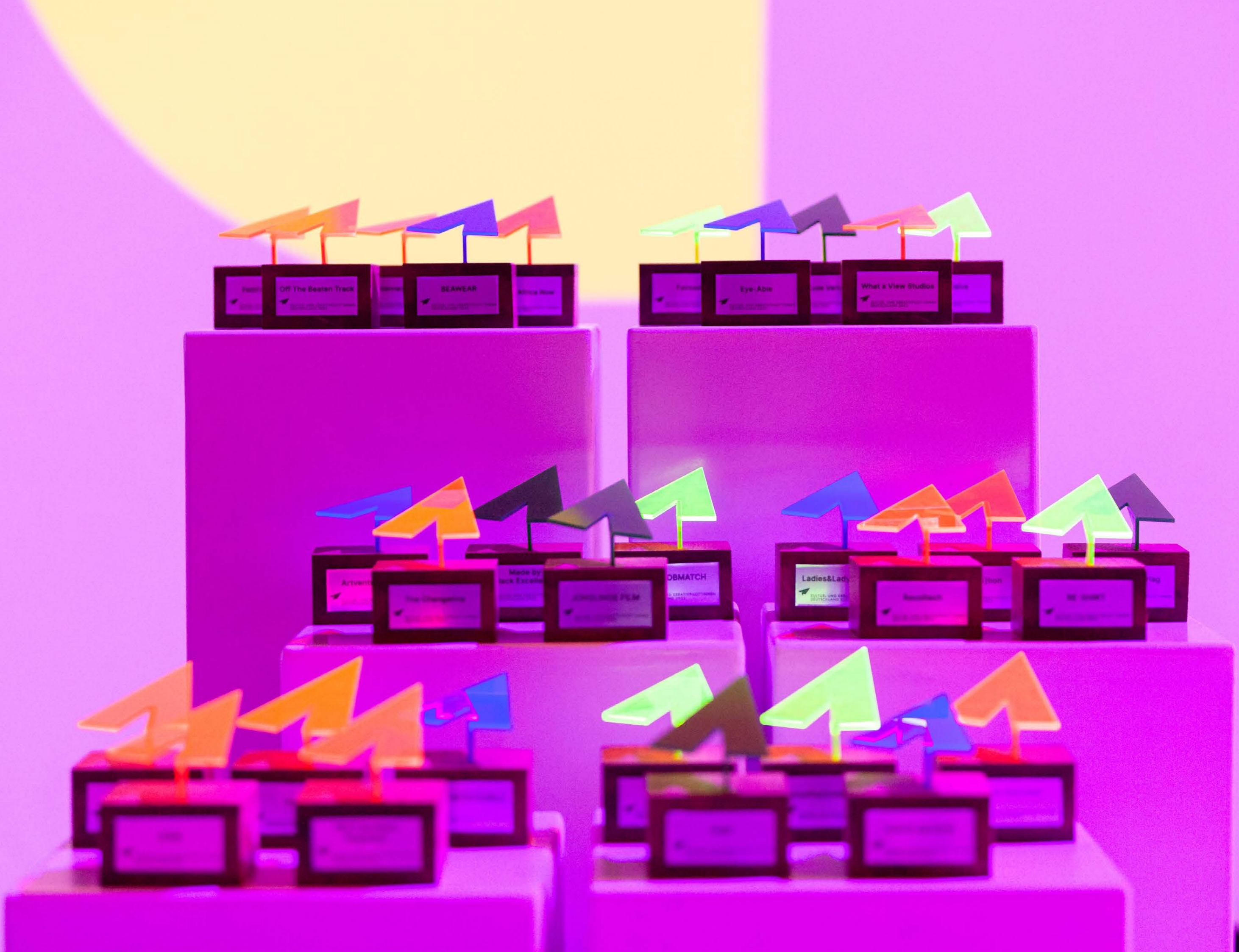
**Vanessa
Weber-Mischke**
K&G Event UG | SAARKIND



Klaudia Werth
UNICEF Deutschland



Sascha Wolff
Wie geht morgen.



OFF The Beaten Track
BEAWEAR

Eye-Abie
What a View Studios

The Changing
Made by Jack Farrell
ZIMMERS F&M
JOBMATCH

Ladies&Ladies
Newback
BE BUILT

Labels on the bottom row of trophies.

Labels on the bottom row of trophies.

nd viel sp
Ver
tzen!



Gratitude Verlag





LERNEN →
↓ PEER-TO-PEER
GESAMTHEITSKOMPETENZ









③ INOTIV

NETZWERKSTÄRKE TRIFFT INDIVIDUELLES POTENZIAL

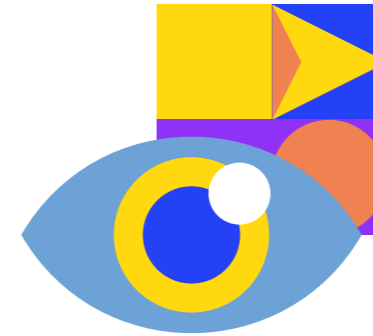
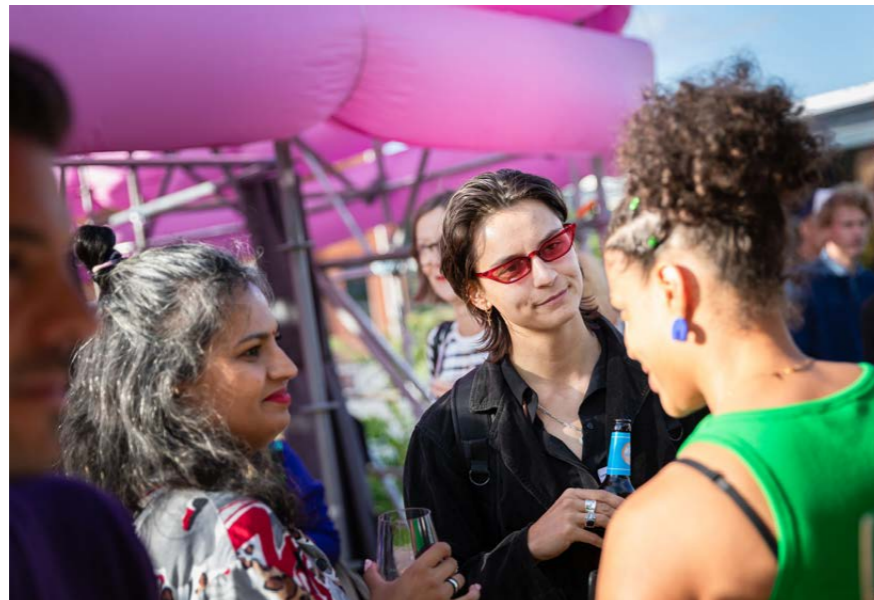
Wer mutig aus einer Idee ein Unternehmen gründen will, hat oft viele Fragen: Welche Fördermöglichkeiten gibt es? Wie können sich Gründer*innen sinnvoll vernetzen? Und was sind die eigenen, individuellen Stärken, die sie für ihr Vorhaben nutzen können? Auf diese Fragen gibt es Antworten – dank unseres einzigartigen Netzwerks inotiv. Es besteht aus insgesamt mehr als 400 Alumni, darunter erfahrene Unternehmer*innen, ehemalige Titelträger*innen und langjährige Wegbegleiter*innen.

Innerhalb des Netzwerks spielt das Thema Feedback eine große Rolle, denn: In jedem Auswahlgespräch, das die jährlich rund 100 Nominierten eines Jahrgangs durchlaufen, sitzt eine Person aus unserem inotiv-Netzwerk als Feedbacker*in. Die Feedbacker*innen hören als Expert*innen zu, schreiben mit – und verfassen im Anschluss an die Gespräche einen ›Liebesbrief mit Substanz‹. In dem gehen sie konstruktiv auf die Nominierten und ihre Bedürfnisse ein und geben ganz persönliche Gründungs- sowie Businessstipps. Das Besondere: Das schriftliche Feedback mit Kontakten, Tipps und Tricks erhalten alle Nominierten – unabhängig davon, ob sie am Ende ausgezeichnet werden oder nicht.

Ein Prinzip, von dem alle profitieren. Was es für die Feedbacker*innen sowie die gefeedbackten Personen selbst bedeutet? Die folgenden Seiten geben einen Einblick.

»Talent gewinnt Spiele, aber Teamwork und Intelligenz gewinnen Meisterschaften«, sagte Michael Jordan. Inotiver kann man den Mehrwert vom Netzwerk nicht ausdrücken.«

Christoph Brosius, Coach und Feedbacker



JANINE FALKE

zusammen mit Nadine Schindler Gründerin von FettFressHair und Kreativpilotin 2022

Welchen Mehrwert seht ihr in den Feedbacks?

► Den Mehrwert sehen wir darin, dass wir eine Außenansicht auf unsere Arbeit und unsere Idee bekommen haben. Und dass es von Menschen kommt, die selbst schon die Erfahrung gemacht haben, wie es ist, andere von einer Geschäftsidee überzeugen zu wollen – und dies auch geschafft haben.

Welche Bedeutung haben die Feedbacks für euch?

► Die Feedbacks haben uns Mut gemacht, dass auch andere Menschen an unsere Idee glauben. Der unvoreingenommene Blick auf uns und die Motivation zur Umsetzung und Machbarkeit haben uns zum richtigen Zeitpunkt Rückenwind gegeben.

Was gefällt euch besonders am Feedback*innen-Prinzip?

► Uns gefällt besonders an dem Feedback*innen-Prinzip der Kultur- und Kreativpilot*innen, dass es uns auch nach längerer Zeit noch mal eine Rückschau auf den damaligen Moment ermöglicht und wir mit den Tipps und Hinweisen auch heute noch weiterarbeiten können.

Wie würdet ihr eure Erfahrung in einem Satz beschreiben?

► Der Blick und die Motivation von außen haben im Inneren für Bewegung gesorgt.

SOPHIE BURGER

Gründerin von Storydive und Kreativpilotin 2022

Welchen Mehrwert seht ihr in den Feedbacks?

► Die Einblicke in die Stärken des Unternehmens aus einer externen Perspektive haben uns gezeigt, worauf wir gut aufbauen können. Im Feedbackbrief stand zum Beispiel »Ihr steht sowohl für große Visionen als auch eine realistische Umsetzung« – wir haben gemerkt, dass das beides Dinge sind, die für unsere Kund*innen extrem wichtig, aber eben nicht selbstverständlich sind, und dass wir sie in unserer Öffentlichkeitsarbeit und in der Akquise stärker in den Fokus rücken können.

Welche Bedeutung haben die Feedbacks für euch?

► Das Feedback war für uns Bestätigung und Motivation zugleich. Es war wertschätzend und durchdacht. Wir haben uns darin wiedererkannt und uns auf unserem Weg bestätigt gefühlt.

Wie habt ihr das Feedback für euch umgesetzt?

► Viele Tipps aus dem Feedback standen sowieso schon auf unserer Liste: Netzwerken und der Austausch mit anderen, die Arbeit an der Skalierung unseres Produkts oder die Erweiterung der Kund*innen-Zielgruppe. Daran haben wir entsprechend weitergearbeitet und im Herbst beispielsweise ein Barcamp für Audiowalk-Künstler*innen veranstaltet.





FRANZISKA RITTER

Gründerin von 1:1 CONCERTS, Kreativpilotin 2022 und Feedbackerin

Was macht dieses Auswahlverfahren aus deiner Sicht so außergewöhnlich?

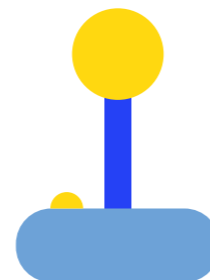
► Ich finde es immer wieder beeindruckend, wie viele kreative Menschen sich im Auswahlverfahren für die Kultur- und Kreativpilot*innen engagieren, um die besten Gründungsideen und Persönlichkeiten Deutschlands auszuzeichnen. Eine verantwortungsvolle Aufgabe! Mit dem zusätzlichen Feedbackformat wird über die Jurysitzung hinaus auf ganz persönlicher Ebene ein positiver Resonanzraum eröffnet, der alle Beteiligten weiterbringt – und das auf Augenhöhe. Das habe ich in der Art noch bei keinem anderen Auswahlverfahren erlebt.

Worauf legst du persönlich bei den Feedbacks besonders viel Wert?

► Es ist jedes Mal eine große Freude, den Kandidat*innen mit den Feedbackbriefen ein positives und wertschätzendes Signal zu geben. So ein Auswahlverfahren kann ganz schön aufregend sein, und Gründungsphasen sind eh oft genug mit Unsicherheiten verbunden. Da kann so ein motivierender ›Liebesbrief‹ einen kleinen, aber feinen Beitrag leisten, noch ungesehene Potenziale aufzudecken, Blickrichtungen zu ändern oder einfach Mut zu machen. Mir ist wichtig, die Feedbacks aus meiner ganz persönlichen Sicht zu schreiben und dabei möglichst konstruktiv und konkret zu sein.

Was möchtest du den Bewerber*innen und Titelträger*innen mitgeben?

► Feiert eure Erfolge, auch in kleinen Schritten, jeden Tag! Bleibt auf der Suche! Nutzt euer kreatives Potenzial! Tut euch zusammen! Und schreibt selbst auch mehr Liebesbriefe!



ISABELLA STEINER

Gründerin von nüchtern.Berlin, Kreativpilotin 2021 und Feedbackerin

Welchen Mehrwert seht ihr in den Feedbacks?

► Wir werden heutzutage viel zu selten von anderen Menschen gespiegelt und mit Feedback versehen. Dafür engagierst du normalerweise eine*n Coach*in, hast eine*n Mentor*in oder sehr kompetente Freund*innen und/oder Kolleg*innen in deinem Umfeld.

Welche Bedeutung haben die Feedbacks für euch?

► Feedbacks sind wie eine Momentaufnahme. Ein Foto verschriftlicht von einer Person.

Worauf legst du persönlich bei den Feedbacks besonders viel Wert?

► Es gibt ein gewisses Gefühl, das ich bekomme, wenn ich weiß, dass ich inhaltlich auf dem richtigen Weg bin. Vielleicht ist es das Gefühl, Mehrwert für jemanden zu schaffen in einem ganz kleinen, intimen Rahmen mit großem Impact. Mein Feedback-Brief, den ich 2021 erhalten habe, begleitet mich bis heute.

Was möchtest du den Bewerber*innen und Titelträger*innen mitgeben?

► Ich würde ihnen raten, einmal im Jahr auf den Feedbackbrief zu schauen. Der 31. Dezember eignet sich hervorragend dafür. Lies ihn durch und merke dabei, wie weit du gekommen bist und wer du heute und nach dieser Zeit geworden bist.



④ MAGAZIN

ZUKUNFT AKTIV MITGESTALTEN

Wenn Tanzen neben dem Takt bedeutet, eine ganze Branche zu bewegen. Wenn die Welten zwischen Kunst und Wissenschaft verschwimmen und das Smartphone zum Kulturexperten wird. Dann bewegen wir uns in der einzigartigen Ideenwelt der Kultur- und Kreativpilot*innen.

Im Magazinteil der Broschüre geht es um kreative Unternehmer*innen des 13. Jahrgangs, die zeigen, wie schnell kreative, interdisziplinäre und unternehmerische Lösungen ihre Wirkung entfalten. Damit beweisen sie, wie mit viel kreativem Impact auch sozialer Impact geschaffen werden kann, um gesellschaftliche Probleme gemeinsam anzugehen.

Begleitet uns auf einer Reise durch die Welt der Ideen, Entwicklungen und kreativen Lösungen, die unsere Titelträger*innen 2022 zu Vorreiter*innen in ihren Branchen stellvertretend für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft werden lassen.

➤ **»Die Kultur- und Kreativpilot*innen zeigen Überzeugung, Durchhaltevermögen und natürlich kluge, kreative Ideen. Im Gesamtpaket überzeugen sie – mit innovativen Ansätzen und Lösungen für relevante gesellschaftliche Herausforderungen.«**

Dr. Ellen Koban, Unitleiterin Kultur- und Kreativwirtschaft, MFG Baden-Württemberg,
Jurymitglied 2023

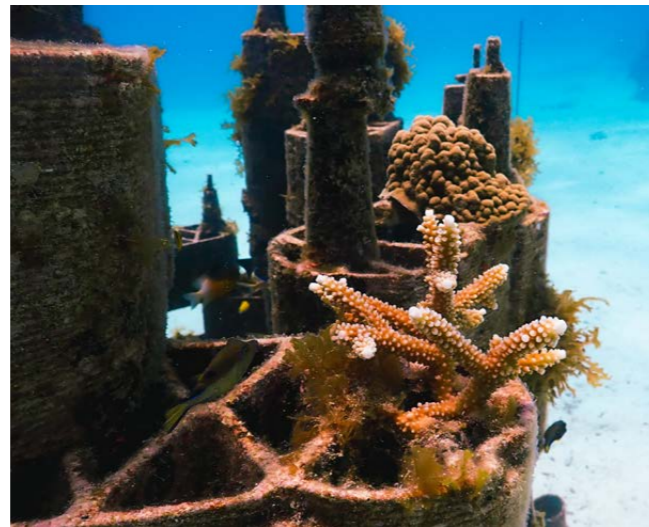
Ist das Kunst oder kann das Wissenschaft?

➤ **Kunst plus Wissenschaft, geht das zusammen? Mit ihren Geschäftsideen zeigen die Kultur- und Kreativpilot*innen Vorkoster und rreefs, wie nachhaltig sich diese vermeintlichen Gegensätze ergänzen.**

»Die Kunst erfindet, die Wissenschaft entdeckt.« Mit diesen Worten differenzierte der Künstler Marcel Duchamp einst die Felder menschlichen Ausdrucks und unerschöpflicher Neugier. Dass die vermeintlichen Gegenpole jedoch harmonieren können, zeigte er Anfang des 20. Jahrhunderts, als er mit wissenschaftlichen Methodiken in seiner künstlerischen Praxis für Aufsehen sorgte und die Konzeptkunst als Genre entstand. Die Relevanz von interdisziplinärer Kollaboration zeigt sich heute mehr denn je in den Geschäftsmodellen der Unternehmer*innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Wie einst Duchamp brechen sie bestehende Disziplinengrenzen kontinuierlich auf und kreieren dabei positiven Wandel für Gesellschaft und Umwelt.

GUTES DESIGN BELEBT KORALLENRIFFE WIEDER

Der Klimawandel, Umweltverschmutzung und Überfischung sorgen seit Langem für das Absterben der Korallenriffe weltweit. Die Auswirkungen des Verschwindens dieser marinen Superorganismen ist verheerend für Ozean, Planet



und Mensch. Es muss also etwas getan, besser noch, designed werden. Die Gründerinnen Dr. Ulrike Pfreundt, Marie Griesmar, Hanna Kuhfuß und Josephine Graf haben mit rreefs 3D-gedruckte Systeme aus Ton entwickelt, die im Meer platziert werden und so die Wiederansiedlung von Korallen anregen.



»Wir bauen geschädigte Korallenriffe wieder auf – nachhaltig, wissenschaftlich und mit hohem Nutzen für die biologische Vielfalt der Meere«, sagt Josephine Graf. Der einzigartige Ansatz, Wissen aus der meeresbiologischen Forschung mit ansprechendem Design zu koppeln, sorgt hierbei für das Maximum an Funktionalität und Impact, erklärt Mitgründerin Dr. Ulrike Pfreundt:

»Bei uns spielen sowohl die Kunst als auch die Wissenschaft eine wichtige Rolle. Wir benutzen Kunstausstellungen und Initiativen, um eine breite Öffentlichkeit in das Thema einzubeziehen. Die Wissenschaft wiederum stellt sicher, dass wir die größtmögliche Wirkung für Korallen und Meeresbiodiversität erzielen.«



Die Multidisziplinarität des Projektes spiegelt sich auch innerhalb des Teams von rreefs wider, berichtet sie:

»Wir sind fünf Frauen mit unterschiedlichen beruflichen und akademischen Hintergründen: zwei Meeresbiologinnen, eine Künstlerin, eine Grafikdesignerin und eine Politikwissenschaftlerin.« Das Unternehmen bietet somit den Kreativwirtschaft gewordenen Beweis dafür, wie sich künstlerische Perspektiven und wissenschaftliche Präzision nicht ausschließen, sondern innovativ ergänzen können.



EINE LEBENSMITTELFOLIE, DIE MITDENKT

Damit unsere Ozeane künftig aufatmen können, braucht es auch an Land sowohl weniger Plastikverschmutzung als auch eine Reduktion von Lebensmittelabfällen. Die Gründerinnen von Vorkoster ermöglichen mit ihrer Produktinnovation gleich beides: Kimia Amir-Moazami und Dr. Sany Chea haben eine biobasierte, pH-sensitive Folie entwickelt, die den Verderb von proteinhaltigen Lebensmitteln farblich anzeigt.

»Als Unternehmerinnen setzen wir uns aktiv mit dem Problem der Lebensmittelverschwendung auseinander und möchten dazu beitragen, dass diese in privaten Haushalten vermieden wird«, sagt Dr. Chea. »Wir sind uns bewusst, dass Lebensmittelverschwendung nicht nur eine ethische, sondern auch eine ökonomische und ökologische Herausforderung darstellt.«



Die Vorkoster-Folie verändert ihre Farbe, sobald die Lebensmittel unter ihr schlecht werden, und bietet so eine kluge Alternative zum routinierten Wegwerfen von Nahrungsmitteln anhand ihres Haltbarkeitsdatums. Die Expertise der Produkt- und Prozessgestalterin vereinen sich mit dem Wissen der promovierten Chemikerin und machen das gemeinsame Produkt so innovativ, erklärt Amir-Moazami:

»Die Kombination aus Naturwissenschaft und Design spielt bei der Entwicklung unserer Produkte eine entscheidende Rolle. Die Wissenschaft stellt sicher, dass die Technologie funktionsfähig und zuverlässig ist, während das Design Konzepte kreiert und die Produkte ansprechend und nutzer*innenfreundlich gestaltet.«



INTERDISZIPLINARITÄT BRINGT DIVERSE MEHRWERTE

Das Denken in festgefahrenen Kategorien ist nicht zielführend, wenn es um die Produktion wegweisender Innovationen geht, zeigen die Kultur- und Kreativpilotinnen. In Zukunft bedarf es einer flexibleren sowie ganzheitlicheren Denk- und Sichtweise für konkrete Problemlösungen. Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit gehören hier ebenso zusammen wie Wissenschaft und Kunst, meint Dr. Chea von Vorkoster:

»Für uns war es motivierend zu sehen, wie viele Menschen sich für unsere Arbeit und unser Produkt auf Messen interessiert haben. Es gibt eine große Nachfrage nach innovativen Lösungen, die Design und Wissenschaft verbinden.«

Auch die Gründerinnen von rreefs spüren die Relevanz ihres Produktes anhand vieler anstehender Kooperationen sowie dem Eintreten der ultimativen Motivation des Unternehmens – der Wiederkehr der Korallen:

»Den größten Erfolg sehen wir in unseren Pilot-Riffs »El Castillo« auf der kolumbianischen Insel San Andrés. Nach nur drei Monaten konnten wir eine ähnliche Diversität an Fischen wie bei den natürlichen umliegenden Riffen feststellen«, berichtet Dr. Ulrike Pfreundt. Gutes Design, gepaart mit fundierter Wissenschaft, entfalte dort nicht nur seine volle Kraft. Es halte sogar noch Überraschungen bereit, sagt sie.

»Wir sehen einerseits, dass unsere Lösung funktioniert, und zusätzlich, dass Korallen die erstaunliche Fähigkeit haben, sich trotz der anhaltenden Auswirkungen des Klimawandels zu regenerieren.«

Die Erfolge der Titelträgerinnen rreefs und Vorkoster zeigen, wie schnell disziplinübergreifende unternehmerische Lösungen ihre Wirkung entfalten – vom Kühlschrank bis auf den Meeresgrund, mithilfe guten Designs und fundierter Wissenschaft.

Diese Unternehmen ändern den Takt der deutschen Musikwirtschaft

➤ Nachhaltige Festivals, diverse Line-ups und digitale Managing-Software – die Titelträger*innen der Kultur- und Kreativpilot*innen Deutschland, The Changency, Ladies & Ladys und connactz gestalten die Musikbranche unternehmerisch neu.



Musik, das ist Leidenschaft, Emotion und Freiheit. Nicht nur für jubelnde Besucher*innen auf Festivals und Konzerten, ebenso für die Künstler*innen auf der Bühne. Doch während Musik uns alle erfreut und verbindet, funktioniert die Musikbranche nicht zwangsläufig gerecht oder nachhaltig: Ohne großes Label im Rücken ist eine Karriere im Musikgeschäft deutlich erschwert, viele Bühnen schließen marginalisierte Personen von Bookings aus. Und wer denkt eigentlich über Umweltschutz in der Branche nach? Drei Kultur- und Kreativpilot*innen des Jahrgangs 2022 überdenken gängige Strukturen der Musikwirtschaft und entwickeln unternehmerische Lösungen mit gesellschaftlicher Relevanz.

EIN FESTIVALKONZEPT GEHT VIRAL

Wo viel Medienhype entsteht, wurde meistens der Zahn der Zeit getroffen. So erging es zumindest den Ladies & Ladys-Gründerinnen Johanna Bauhus, Johanna Knoblauch und Paula Schumm, als sie 2022 das Festival »Cock am Ring« ins Leben riefen und damit bundesweit für Aufruhr sorgten. Denn statt einprozentigem Frauenanteil setzt das »Cock am Ring«-Festival vollständig auf FLINTA*¹-Künstler*innen und fordert so gängige Gender-Stereotypen in der Musikindustrie heraus.

»Es gibt viele strukturelle Probleme und wenig Strukturförderung in unserer Branche. Es wird generell zu wenig Verantwortung übernommen«, erklärt Bauhus.

¹ Frauen, Lesben, intersexuelle, nichtbinäre, trans und agender Personen – also all jene, die aufgrund ihrer Geschlechtsidentität patriarchal diskriminiert werden. (Quelle: Queer-Lexikon des Tagesspiegels)



»Wir wollen die Leute ansprechen, die in der Musikindustrie die Zügel in der Hand halten, und sie als Katalysatoren für den Change-Prozess gewinnen.«

»Cock am Ring« dreht aus diesem Grund die Geschlechterverteilung des namensgebendem Mainstream-Festivals ebenso bewusst um wie das eigene Label von Ladies & Ladys. Gefeaturet werden auch hier ausschließlich FLINTA*-Personen sowie queere Künstler*innen. Denn in einer Industrie, die stark von persönlicher Motivation geprägt ist, sei das Risiko der Ausbeutung hoch, sagt sie:

»In der Musikwirtschaft führt Leidenschaft schnell zur (Selbst-)Ausbeutung. Als unternehmerische Gegenmaßnahme bieten wir unseren Artists Musiklabel- und Verlagsdeals an, die so fair sind, dass wir sie sogar selbst unterschrieben haben.«



KLEINE KÜNSTLER*INNEN UND BANDS BEKOMMEN EIGENES DIGITALES MANAGEMENT

Die Herausforderung, mit der eigenen Kunst ein substanzielles Einkommen zu generieren, beschäftigt auch das Gründer-Team von connectz:

»Die Streamingdienste machen die Situation für viele Musiker*innen nicht einfach, da sie kaum Geld an kleine Künstler*innen weitergeben«, erklärt Gründer Maximilian Blaschke. »Um stattdessen mit Live-Auftritten Geld zu machen, müssen Künstler*innen einen erheblichen organisatorischen Aufwand auf sich nehmen.« Die Unternehmer designten aus diesem Grund ein Tool, das die Buchung von Auftritten sowie die daranhängende Abwicklung übernimmt.

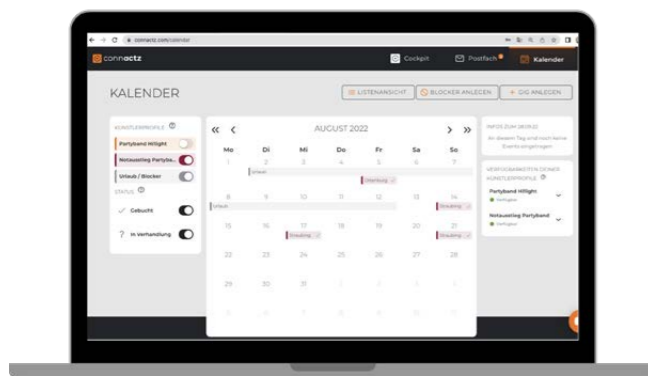
»Wir hoffen, dass wir mit connectz einen Beitrag leisten können, dass der Alltag abseits der Bühne sich mehr um die Kunst und das künstlerische Schaffen dreht«, sagt Mitgründer Jeremias Bürger. »Wir möchten, dass Künstler*innen sich auf ihre Musik konzentrieren können, anstatt sich mit Kalenderterminen, Rechnungen und Verträgen auseinandersetzen zu müssen.«

NACHHALTIG PLANEN STATT LANGFRISTIG AUFRÄUMEN

Abseits von Bühne, Studio und Management bringen bisher nur wenige Musik und Umweltschutz zusammen. Doch auch hier gibt es Handlungsbedarf, wissen die Gründerinnen Katrin Wipper und Sarah Lünggen. Denn welche Auswirkungen die An- und Abreise von Fans, die Ernährungsgewohnheiten des Publikums oder die eingesetzte Energie für die Umwelt bedeutet, wird in der Regel nicht reflektiert. Bei der Lösung dieser Probleme setzt ihr Unternehmen The Changency an, berichtet Wipper:

»Wir beraten Bands, Managements, Festivals, Konzertveranstalter*innen, Produktionsfirmen und Co dabei, nachhaltige Praktiken in ihrem täglichen Geschäft umzusetzen.«

Der umweltbewusste Ansatz wurde bereits mit einer umfangreichen wissenschaftlichen Studie mit der Berliner Hochschule für Technik und der Band SEED in die Praxis überführt. So konnten unter anderem mehrere Tausend Plastikflaschen eingespart und mehr als drei Millionen Liter Wasser vor der potenziellen Verschmutzung bewahrt



werden. Auch mit anderen Branchengrößen wie Die Ärzte und Die Toten Hosen (Labor Tempelhof) hat The Changency schon zusammengearbeitet. Zur idealen Live-Erfahrung gehört mehr als nur gute Musik, sagt Lünggen:

»Das perfekte Konzert oder Festival begeistert und schafft neben dem musikalischen Erlebnis einen konkreten Mehrwert. Es sollte neben betriebsökologischen Themen wie der Erfassung von Energie-, Wasser- und Müllaufkommen auch soziale Themen wie Awareness, Barrierefreiheit, ein ausgeglichenes Line-up und mehr beinhalten.«

VON DER NISCHE IN DEN MAINSTREAM

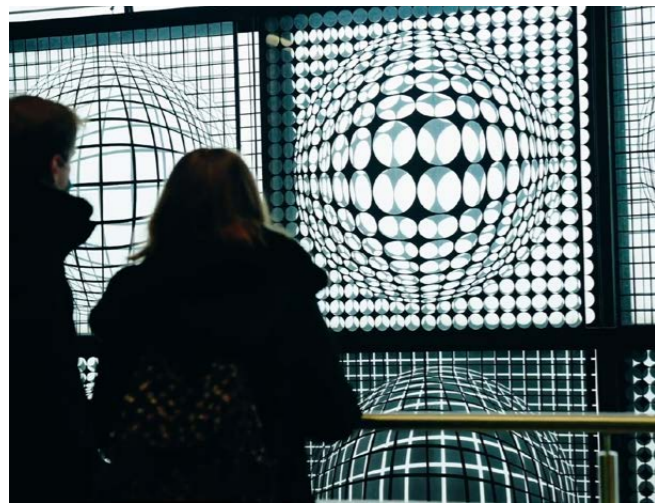
Die Geschäftsmodelle von Ladies & Ladys, The Changency und connectz sind aus konkreten Marktlücken entstanden, denen der Branchen-Mainstream keine Beachtung schenkte. Ultimatives Ziel sei es jedoch nicht, den Mainstream aus der Ferne zu kritisieren, meint Johanna Bauhus von Ladies & Ladys. Stattdessen möchte sie ihn durch unternehmerische Impulse in die richtige Richtung bewegen:

»Wenn du FAZ, Süddeutsche und Zeit erreichst und sogar El Hotzo über dich tweetet, kann man sagen: endlich Mainstream. So blöd das klingt: Der Einzug in den Mainstream ist wichtig für unser Thema. Und wenn wir einen guten Job machen, könnte das, was wir heute als Mainstream kennen, morgen richtig cool werden.«



Digital die Stadt erobern

➤ Die Kultur- und Kreativpilot*innen Artventure und Storydive haben digitale Expeditionen für den urbanen öffentlichen Raum entwickelt. Unscheinbaren Orten oder anonymen Kunstobjekten wird so die gebührende Aufmerksamkeit und Wertschätzung geschenkt.



Den Großteil unserer Umgebung nehmen wir viel zu selten bewusst wahr. Die große Statue im Stadtpark, die Seitenstraße in der Nachbarschaft oder den Parkplatz vor dem Supermarkt. Der Tunnelblick des anonymen, schnellen Großstadtlebens sorgt im Alltag dafür, dass sich so manche urbanen Schätze unserer Kenntnis und Wertschätzung entziehen. Schade eigentlich, denn nicht nur geben deutsche Kommunen beachtliche Summen für künstle-

rische Exponate im öffentlichen Raum aus, ebenso täte uns eine Sinneserweiterung, etwas Abenteuer, beim städtischen Erleben gut.

Unternehmerin Sophie Burger und Unternehmer Fabian Eck haben aus diesem Grund Storydive, eine App für interaktive Audiowalks, entwickelt.

»Wir produzieren schon seit 2009 Audiowalks und haben lange eine gute technologische Lösung für ortsbasiertes Audio vermisst. Also haben wir mit Storydive selbst eine App entwickelt, die speziell auf die Bedürfnisse des Formats eingeht«, erklärt Burger.

Egal, ob das Genre dabei Krimi, Sci-Fi, Romance oder Rätselabenteuer für Kinder heißt – die Superpower des Audiowalks liege in seiner Fähigkeit, alltägliche Standorte und Routen in etwas Außergewöhnliches zu verwandeln, berichtet sie:

»Viele unserer Audiowalk-Hörer*innen kennen ihr Viertel eigentlich gut und gehen seit Jahren immer wieder an denselben Orten vorbei, sodass sie diese kaum noch wahrnehmen. Sie hören unsere Audiowalks, weil sie dabei eine neue Perspektive einnehmen und diese Orte mit einem frischen Blick erleben können.«

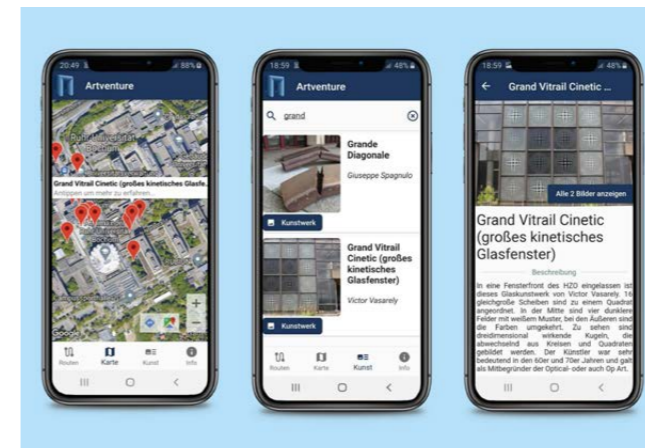
Es ist dieselbe Motivation, die auch Elisabeth und Julius Jacobsohn zusammen mit Kristina Hermann von Artventure antreibt. Ihre App macht auf Kunst im öffentlichen Raum mittels einer Karte aufmerksam und versorgt die Nutzer*innen mit entsprechendem Bildmaterial und Informationen.

»Mir ist aufgefallen, dass es sehr viele Kunstwerke gibt, die gar nicht beschriftet sind und zu denen nicht einmal Informationen wie der Titel des Werks oder der Name des*der Künstlerin oder des Künstlers zu finden sind«, erzählt Gründerin Elisabeth Jacobsohn. Das bekannte Problem brachte die Gründung von Artventure hervor. Sie überlegen sich Spaziergänge zu verschiedenen Kunstwerken, damit die Kunst vor Ort auch tatsächlich betrachtet wird. Jacobsohn sagt:

»Wir wollen Kunst attraktiver machen und Kunstinteressierten mit unseren Informationstexten mehr über die Werke beibringen.«

ALTEN ORTEN NEUES LEBEN EINHAUCHEN

Gemeinsam ist den Menschen hinter den beiden Software-Unternehmen ihre Mission, unscheinbare Orte und Objekte ins aktive Bewusstsein zu rücken und ihnen neuen Esprit zu verleihen. Doch ihre gesellschaftsorientierte Absicht geht noch weiter.



»Die Stadt sollte kein Durchgangsraum sein, um von zu Hause zur Arbeit, zum Sport oder zum Treffen mit Freund*innen zu kommen. Urbanes Erleben sollte den Menschen die Möglichkeit geben, sich den öffentlichen Raum anzueignen und eigene Geschichten darin einzuschreiben«, sagt Sophie Burger von Storydive.

»Mit Audiowalks können wir Räume umdeuten und mit neuen Bedeutungen überschreiben. Wir möchten erinnerungswürdige Erfahrungen schaffen, die den Blick auf die eigene Stadt langfristig erweitern und bereichern«, erklärt sie.

Für das Team von Artventure beginnt der Schaffensprozess an einer ähnlichen Stelle, beschreibt Gründerin Elisabeth Jacobsohn. Wie so oft liegt Kunst im Auge der Betrachter*innen:

»Die unbekanntesten Kunstwerke sind solche, die gar nicht als Kunst wahrgenommen werden. Das sind meistens abstrakte Skulpturen oder solche, die eine weitere Funktion haben, wie zum Beispiel eine künstlerisch gestaltete Bank.«

KREATIVE GESCHÄFTSMODELLE TREFFEN AUF STÄDTISCHE VERWALTUNG

Für die meisten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft erschließt sich der gesellschaftliche Nutzen schnell. Doch der wertorientierte Impact entfaltet sich besonders effektiv, wenn er an ein sinnvolles Geschäftsmodell gekoppelt ist. Sophie Bürger von Storydive erklärt ihr duales Einkommenssystem:

»Wer bei uns veröffentlicht, zahlt eine jährliche Lizenzgebühr. Darüber hinaus sind wir weiterhin als Produzent*innen tätig und begleiten zum Beispiel Städte, Kultur- und Bildungsinstitutionen und auch Medienunternehmen von der Konzeption bis zur Veröffentlichung ihres eigenen Audiowalks. Der Download unserer App ist kostenlos.«

Artventure und Storydive richten sich mit ihren Angeboten an städtische Institutionen, um kreativwirtschaftliche Impulse in die Nutzung öffentlicher Gelder einfließen zu lassen.



»Wir wollen mit Städten, Museen und anderen Institutionen zusammenarbeiten, die Kunstwerke im öffentlichen Raum besitzen«, sagt Elisabeth Jacobsohn von Artventure. »Wir helfen ihnen bei der Digitalisierung der Kunstwerke, schreiben Infotexte und fertigen professionelle Fotografien der Werke an, damit sie in unserer App bestmöglich überkommen.«

EIN BLICK IN DIE URBANE ZUKUNFT

Angesichts fortschreitender Digitalisierung, Urbanisierung sowie des gesellschaftlichen Wandels werden Produkte und Dienstleistungen mit Impact in den kommenden Jahren eine zentrale gestalterische Rolle spielen. Was planen also die Unternehmer*innen von Artventure und Storydive für die Zukunft, was wünschen sie sich von Städteplanung und Verwaltung?

»Wir wünschen uns, dass Datenbanken von den Städten aktuell gehalten werden«, sagt Elisabeth Jacobsohn. »So etwas sollte mit digitalisiert werden, damit es keine Probleme gibt, Kunstwerke zu finden und zu erleben.«

Fabian Eck von Storydive wünscht sich Wachstum und langfristige Wirkung: »Unsere Plattform soll größer werden, sodass wir überall in Deutschland und darüber hinaus Audiowalks im Angebot haben.« Denn die Anonymität und Routine urbanen Lebens könne durch die richtigen digitalen Lösungen umgekehrt werden. Fabian Eck:

»Audiowalks können Besucher*innen auf Orte jenseits der ausgetretenen Pfade führen, lokale Gemeinschaften stärken sowie Innenstädte wiederbeleben. Und sie bringen ein bisschen Magie in unseren Alltag.«



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.
Kristin Groene, Carina Winter,
Lilian Ulyssa Zoe Geyer, Johanna Knotte.

Besonderer Dank geht an Sandra Halter.

Texte

S. 7, 41, 67, 73 Kristin Groene und Carina Winter
S. 8–39 Franziska Lindner
S. 74–84 Felix Jung

Fotos

S. 52–55 William Veder
S. 56–65 Emily Piwowar/Nói Crew
S. 68, 71 William Veder

Antidiskriminierungsberatung

S. 8–39 Yolanda Rother und Shawn Williams,
The Impact Company

Layout und Gestaltung

Káschem Büro

Illustrationen

I LIKE VISUALS GmbH

Stand

Januar 2024

Bildnachweise

S. 4 BMWK/Dominik Butzmann, S. 5 J. Konrad Schmidt,
S. 8 Claudio Rathlef, Jasmin Mir, S. 9 BLINC, Privat, S. 10
CityCaddy_Enver Hirsch, S. 11 Guillaume Prugniel, klimaklit-
sche, S. 12 Houtan Ghazi, S. 13 privat, Felix Fahle, S. 14 David
Reisler, S. 15 Flavin Brass, Privat, S. 16 Samantha Merlivat,
Privat, S. 17 Privat, kompreno, S. 18 Carolin Pitzke, S. 19
Foundersfoundation, S. 20 Privat, S. 21 Privat, S. 22 Julian
Naderer, Jon Derman Harris, S. 23 Fadi Elias, In-Haus eV, S.
24 Dorothea Tuch, S. 25 Privat, S. 26 Privat, S. 27 Andreas
Endermann, Repair Rebels, S. 28 privat, Evangelos Rodou-
lis, S. 29 Privat, S. 30 Privat, S. 31 Sapna Richter, shades&
contrast, S. 32 Fynn Freund, S. 33 Tino Thoß, Babette Sper-
ling, S. 34 Thomas Bieniek, Katharina Scheidig, S. 35 Privat
OMC°C, OMC°C_Ingmar Kurth, S. 36 Rieken Klewinghaus,
Malte Metag, S. 37 Julia Vogel, Jens Neumann, S. 38 Vi-
vien D. LaFleur, Xia Pleasure Objects, S. 39 Janina Krassa,
David Koschnick, YouCan!, S. 42 Privat, Irene Opoku, Tho-
mas Leidig, Victoria Jung, Florian Reimann, Wiebke Heber-
mehl, Björn Krahl & Geraldine Graf, Donna&Blitz, Privat,
S. 43 Stadt Augsburg, Privat, Privat, Benjamin Schnepf,
Aaron Schmidt, Jana Nita Raker, Nino Gehrig, Lotte Oster-
mann, Michael Lyra, Amac Garbe, Privat, Christina S. Sal-
gar, S. 44 Anne Juka, Johannes Gellner, Mamalies gGmbH,

Marco Ruhlig, Privat, Theresa Amberger, Privat, Claudia
Höhne, Privat, Tobias Winkel, Julian Hölger, Thomas
Leidig, S. 45 Florian Ertl, Leonard Rubin, Benjamin Eich-
ler, Privat, Dominik Butzmann, Franz Gruenwald, Sarah
Both, Privat, Privat, S. 46 Privat, Layonia Media, Privat,
Marian Lenhard, Livia Eichenberger, Mare Pokroppa, Mar-
cus Werner, Janine Meyer, Jana Legler, Christina Salgar,
Privat, Maischa Souaga, S. 47 Rok Tržan, Privat, Privat,
Maj Rutten, Privat, Carus Czichowicz, Veronika Hubert
Natter, Daniel Lukac, Timotheus Theissen, Privat, Diana
Weidmann, Privat, S. 48 Privat, Privat, Astis Krause, Susie
Knoll, Felix Haas, Privat, Sabrowski, Kaminski, Privat, Ste-
fan Ostermeier, Privat, S. 49 Ulrich Hartmann, Privat, Pri-
vat, Christopher Schmid, Birte Filmer, Florian Liedel, Katja
Ruge, Vanessa Nicette, Christof Mattes, Privat, Vlatka Alec,
S. 50 Samuel Groesch, Oliver Gueth, Privat, Privat, Privat,
Privat, Luca Christmann, Privat, Alexander Winter, Privat,
Bänsch, Carsten Thesing, S. 51 Jamil Yassine, Luis Engels,
Privat, Ilona Habben, S. 74–77 Angela Alegria, Corales de
Paz, Leila Tazi, Vorkoster, Michael Berge, S. 78–81 Nadi-
ne Kunath, Julia Meya, Flavia Rehm, Johann Angermann
& Andi Dobner, S. 82–84 Larissa Mantel, Andreas Jetter,
Artventure, Storydive, Oliver Reetz

