



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

Titelträger 2016 / Das Magazin



Impressum

Herausgeber

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

Stand

November 2016

Druck

LASERLINE Digitales Druckzentrum
Bucec & Co. Berlin KG

Gestaltung

Identitätsstiftung GmbH

Bildnachweise

Titel: Fabian Brennecke
S. 6: Bundesregierung/Bergmann
S. 7: Christof Rieken
S. 10: 13°
S. 11 Header: Valerie Diedenhof, links:
Valerie Diedenhof, rechts: Jana Hesse
S. 12: Inkubator K52 GmbH (Foto Header: Nils
Lentföhr, Produktfoto rechts: Johannes Wagner)
S. 13: Couchfestival
S. 14: Das Gute Ding UG
S. 15: Anna Logue Fotografie
S. 16: Header: Markus Utomo, Bild: Nadine Rodler
S. 17: Frankfurter Brett
S. 18: Header: Johanna Heyne, links: Iva Kirova, rechts:
voigt&kranz UG, Prerow
S. 19: Header: Mirjam Wlodawer, links: Christin Gan-
gelhof, rechts: Mirjam Wlodawer
S. 20: Header: ISTANBUL'DAN, links: Eda Temucin,
rechts: ISTANBUL'DAN
S. 21: Header: Kilian Kottmeier, links: Junge Tüftler,
rechts: Kilian Kottmeier
S. 22: Header: David Kaiser, links: David Kaiser,
Fotografin Lena Schotge
S. 23: Jana Erbes
S. 24: Header: Rudat und Wagner, links: Nicole
Bouillon, rechts: Rudat und Wagner
S. 25: Header: Mediasteak, links: Schall & Schnabel
S. 26: Claudia Grabowski und Steffi Neumann
S. 27: Header: Baltromejus, links: Baltromejus,
rechts: Stephan Scholz
S. 28: PSY+CO
S. 29: Marshland / Wendie Webfest, Fotografin
Silke Heinrich
S. 30: Header: Alexander Ring, links: rotes pferd,
rechts: Birte Zellentin

S. 31: Header: Schurkenstart, links: Schurkenstart,
rechts: Viva Körner
S. 32: Header: CC, Bild: Serienwerk
S. 33: Stadtholz GmbH
S. 34: Header: Straight, links: Schall & Schnabel,
rechts: Alexa Vachon
S. 35: Header: CC Jonathan Rashad, links: CC
S. 36: Christina Barleben
S. 37: Traumfabrik
S. 38: Tim Göbel
S. 39: Transceiving Reality X
S. 40: vomhörensehen
S. 41: Vragments GbR | Stephan Gensch
S. 54: Enrico Pallazzo Film- und Fernsehproduktion
S. 56: Perspective Daily
S. 57: D. Lamberty
S. 58: Perspective Daily
S. 59: Enrico Pallazzo Film- und Fernsehproduktion
S. 60: Stefan Kraul
S. 62: Green City Solutions
S. 63: Green City Solutions
S. 64: hektikproductions
S. 65: hektikproductions
S. 66: Nicole Siemers
S. 68: Grammofy
S. 69: Grammofy
S. 71: SofaConcerts
S. 72: SofaConcerts / Nicole Siemers
S. 73: SofaConcerts
S. 74: Birds and Trees
S. 76: Birds and Trees

Text und Redaktion

Identitätsstiftung GmbH
u-institut für unternehmerisches Denken
und Handeln e. V., www.u-institut.de



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

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

Inhalt

Grußworte	5
Mach einfach	8
Titelträger 2016	9
13° – Jackle & Heidi	10
Auf Augenhöhe	11
Buntewelt	12
Couchfestival	13
Das Gute Ding/ Sturmbrettchen	14
DELTA Soundworks	15
Fluxmo – Design Your Dream	16
FRANKFURTER BRETT	17
hannsjana	18
H-EAR	19
ISTANBUL'DAN	20
Junge Tüftler	21
David Kaiser – Angewandte Kunst und Design	22
LOCKSMITH	23
matoi	24
Mediasteak	25
Mustergültig – Atelier für Raum- & Ding-Design	26
Performance Dinner	27
PSY+CO	28

Reclaimed Marshland – Wendie Webfest	29
rotes pferd	30
Schurkenstart Film	31
Serienwerk	32
STADTHOLZ	33
STRAIGHT	34
The Buzzard	35
Thoughtfish	36
Traumfabrik	37
Trekkers Huus	38
trix	39
vomhoerensehen	40
Vragments	41
Die Jury	42
Mitglieder der Jury	43
Geschichten der Titelträger aus 2015	52
Kultur- und Kreativpiloten – das Magazin	53
#Anders erzählen	54
#Die Welt retten	60
#Neue Bühnen	66
#Lehrgeld sparen	74
Programm der Preisverleihung	78

Grußworte



Brigitte Zypries
Parlamentarische Staatssekretärin beim
Bundesminister für Wirtschaft und Energie

Der Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ geht in sein siebtes Jahr! Mit mehr als 600 Bewerbungen ist die Nachfrage zu diesem Wettbewerb kontinuierlich stark und zeigt erneut die Vielfalt von kreativen Geschäftsmodellen in Deutschland. Diese vielen Klein- und Kleinstunternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft bereichern uns mit ihren Ideen und ihrem Engagement. Ihre Innovationskraft ist beeindruckend. Ein wichtiges Ziel der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung ist es daher auch, die Innovationskraft der Branche auf andere Wirtschaftszweige zu übertragen. Wir werben für Kooperationen über Branchengrenzen hinweg.

Die Auszeichnung „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ würdigt einzigartige Unternehmerpersönlichkeiten und ihre besonderen Geschäftsideen. „Kultur- und Kreativpiloten“ sind Unternehmer und Unternehmerinnen, die unkonventionelle Ideen umsetzen. Sie kombinieren zum Beispiel natürliche Rohstoffe mit neuester Technologie. Die diesjährigen Titelträger bauen digitales Holzspielzeug, betreiben die erste politische Geoblogging-Plattform oder übertragen interaktives Storytelling auf Geschichtsschauplätze – in Form von Augmented Reality „für die Ohren“.

Die Kultur- und Kreativpiloten werden ein Jahr lang bei der Umsetzung und Weiterentwicklung ihrer Geschäftsideen begleitet. Mit der Auszeichnung erhalten sie Anerkennung und Öffentlichkeit und werden darin unterstützt, sich ihren individuellen Weg als erfolgreiche und wettbewerbsfähige Unternehmer und Unternehmerinnen zu ebnet. Sie erhalten zudem Zugang zu einem einzigartigen Netzwerk von früheren Kreativpiloten und anderen Kreativunternehmern. Die Erfolgsgeschichte endet daher nicht mit der Auszeichnung, sie beginnt gerade erst!

Mit diesem Magazin laden wir Sie ein, die Titelträger und ihre spannenden Ideen kennenzulernen.

Prof. Monika Grütters
Staatsministerin für Kultur und Medien

„Es gibt eine Möglichkeit, es besser zu machen – finde sie!“ Ganz nach dieser Devise Thomas Alva Edisons, des Erfinders der elektrischen Glühbirne, zeigen die Kultur- und Kreativpiloten, was möglich ist, wenn man sich mit Leidenschaft, Mut und Phantasie der Suche nach dem Besseren widmet.

Über 600 kleine Unternehmen und Einzelpersonen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft haben sich in diesem Jahr am Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung beteiligt. Er zeichnet Kulturmacher und kreative Unternehmer für ihre inspirierenden Innovationen und ihre originellen Geschäftsideen aus, eröffnet Freiräume für deren Umsetzung, unterstützt sie mit Angeboten zum Erfahrungsaustausch und fördert so auch die Entstehung kreativer Partnerschaften und Netzwerke.

In diesem Jahr können sich 32 Bewerberinnen und Bewerber über ihre Auszeichnung und Förderung freuen. Damit sind es mittlerweile – nach sieben Jahren – insgesamt 224 Kultur- und Kreativpiloten, die der wichtigen Zukunftsbranche Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland ein Gesicht geben. Ich bin sicher: Sie machen mit ihrem unkonventionellen Denken und ihrer Experimentierfreude auch anderen Mut, Thomas Alva Edisons Devise zu folgen und an die Kraft ihrer Ideen zu glauben.

In diesem Sinne wünsche ich den Preisträgern viel Erfolg und ihren Ideen die verdiente Aufmerksamkeit und Anerkennung!



Mach einfach

Es ist der Absprung vom 10-Meter Turm. Es ist heimlich durch den Hintereingang und Backstage feiern mit der Band. Ohne Gepäck in den Flieger und quer durch den Kontinent. Den Kühlschrank öffnen und kochen, was einem gerade einfällt. Es ist der 3-Punkte-Wurf vom Mittelkreis. Der große Coup ohne Drehbuch. Das Konzept als Gedicht. Probleme als Mutproben. Ins Taxi steigen und sagen: Egal wohin, wir werden überall gebraucht. Es ist ein weißes Blatt Papier greifen und aus einer Vision eine Wirklichkeit machen. Einfach machen. Mach einfach.

Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist eine bundesweite Auszeichnung für Menschen, die ungewohnte Wege gehen. Die Wagnisse eingehen und neue Perspektiven schaffen. Die nicht zögern – sondern machen. Das siebte Jahr in Folge zeichnet die Bundesregierung 32 Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Und die Titelträger geben mit ihren Ideen, ihrer Persönlichkeit und ihrem Handeln dieser besonderen Branche Gesicht und Gewicht.

Die Auszeichnung „Kultur- und Kreativpiloten“ steckt voller Tatendrang. Ein Jahr lang werden die Titelträger

in ihrem unternehmerischen Handeln begleitet. Sie treffen in Workshops aufeinander, inspirieren sich gegenseitig, lernen voneinander und stoßen gemeinsam Aktionen an. Dabei werden sie von erfahrenen Unternehmern, Experten und einem wachsenden Netzwerk begleitet. Durch die Auszeichnung erhalten sie bundesweit Aufmerksamkeit, Medienpartner wie FluxFM erzählen ihre Geschichten und es eröffnen sich ihnen neue Wege und Möglichkeiten.

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

Was machen die Titelträger aus ihrer Auszeichnung? Das wird sich erst in den kommenden Wochen und Monaten zeigen. Auf den folgenden Seiten aber zeigen wir Ihnen die diesjährigen Kultur- und Kreativpiloten, ihre Ideen und ihre Unternehmungen.

Titelträger 2016



13° – Jackle & Heidi

Liebesgeschichten zum Dahinschmelzen



Einzigartig lecker: Jackle & Heidi sind unterschiedlich und doch Eis - äh, eins! Denn die zum Dahinschmelzen schönsten Liebesgeschichten schreibt das Leben. Mit den Gründern und Erfindern Franziska Götsche und Martin Horst sowie dem Team der Crossmedia-Agentur 13° ist eine davon wahr geworden. Wer wie 13° Marken, Produkte und Dienstleistungen bis zur Marktreife inszeniert, bei dem laufen die kreativen Motoren oft auf Hochtouren und lechzen nach Erfrischung. Genau so ein Moment brachte die Kugel ins Rollen: „Wir müssen ein eigenes Eis machen!“ Angefangen mit den ersten Eis-Experimenten in der heimischen Garage ist 13° heute die weltweit einzige Crossmedia-Agentur mit angegliederter Eismanufaktur. Oder eben umgekehrt. Von der Ideenfindung, Planung und Rezeptur bis hin zur Produktion, Verpackung und

Distribution können 13° mit Jackle & Heidi alle Aufgaben unter einem Dach erledigen. Das ist einzigartiges vierdimensionales Marketing für alle Sinne: Sound für die Ohren, Produkt- und Motion Design zum Anfassen und Sehen – und leckeres Eis zum Schmecken.



„Wir wollen zur Strahlkraft der Kreativwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern und bundesweit beitragen und mit unserer Arbeit zeigen, dass es hier neben der wunderschönen Natur auch echte Innovation und Kreativität gibt.“

Franziska Götsche und Martin Horst

Neubrandenburg (Mecklenburg-Vorpommern)
www.13-grad.com
www.jackle-heidi.com



Auf Augenhöhe

Inklusive Mode

Mode für kleinwüchsige Menschen: Das ist es, womit das Modelabel „Auf Augenhöhe“ sich beschäftigt. Doch neben der Entwicklung von Kleidung für kleinwüchsige Menschen soll „Auf Augenhöhe“ auch ein Forum sein, in dem sie sich artikulieren können und Unterstützung bekommen, wo es nur geht. Sei es, um die vernachlässigte Frage nach der Bedeutung von Mode und Design für kleinwüchsige Menschen ein Stück weiter in die Öffentlichkeit zu tragen, sei es, um konkret Hand anzulegen und etwas zu ändern.

Denn Mode für Menschen mit Kleinwuchs ist nicht einfach: Bisher existieren noch nicht einmal gängige internationale Konfektionsgrößen. „Auf Augenhöhe“ entwickelt zurzeit eine solche Größentabelle, um sie in den Kollektionen einzusetzen. Doch es geht nicht nur darum, dass die Kleidung passt. Sie soll auch gut aussehen. Deshalb steht „Auf Augenhöhe“ für individuelle Mode mit perfektionierter Formensprache und passformgerechten Schnitten.



„Als Kultur- und Kreativunternehmer für die Zukunft möchte ich mit meinem Projekt für etwas mehr Vielfalt in der Modewelt sorgen. Die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilot unterstützt den Ausbau des Netzwerkes und die Motivation zur langfristigen Weiterentwicklung des Projekts 'Auf Augenhöhe.'“

Sema Gedik

Berlin



Buntewelt

Freiraum zum Spielen

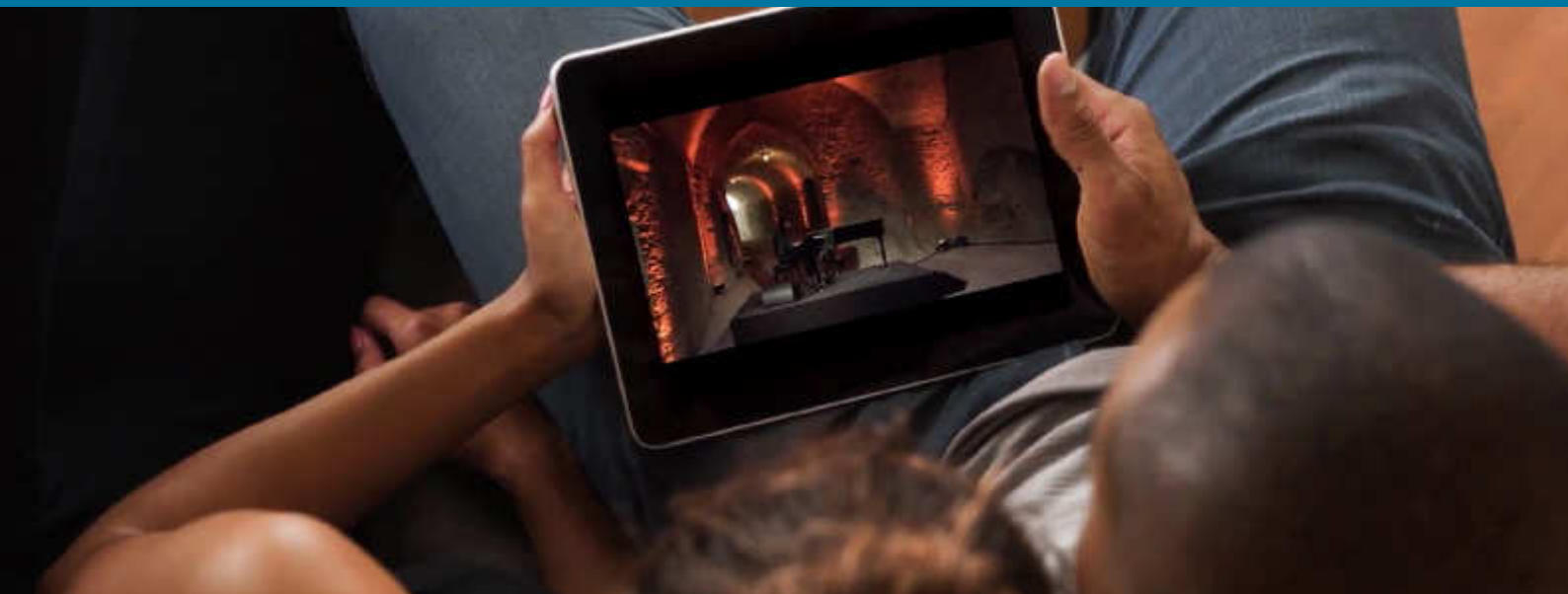
Das Spiel als Kulturgut: Das steht beim Buntewelt Kinderspielparadies im Zentrum. Denn die Gründer Daniel Conrad und Sebastian Harmel sind überzeugt: Das freie Spiel ist wichtig für die Entwicklung von Kindern – aber in unserer regulierten und optimierten Gesellschaft gibt es immer weniger Raum dafür. Denn wo können Kinder noch weitgehend frei von Interventionen der Erwachsenen spielen, ihre Fantasie entfalten und Fehler machen? Als Antwort hat das Team von Buntewelt eine Spielzeugausstellung geschaffen, die Kinder in jedem Alter unter Beaufsichtigung entdecken können. Das Spieleparadies ist eine Umgebung, in der Kreativität kaum Grenzen gesetzt sind. Jedes Spielzeug kann ausgiebig ausprobiert werden. Eine Kombination von Reizen wird gezielt für einen abwechslungsreichen Spielverlauf eingesetzt, bei dem Kinder lernen können. Auf Ablenkungen wie Musik, Fernsehen oder Werbung wird verzichtet. Kinder können ruhig und sicher in einem Innenraum mit den Spielzeugen interagieren und bleiben dabei unter Aufsicht der Eltern. Diese können arbeiten, lernen oder Freunde treffen, während die Kinder miteinander spielen oder von Erwachsenen aktiv begleitet werden.



„Als Kultur- und Kreativpiloten hoffen wir, dass das Spiel als Kulturgut noch stärker als bisher von den Menschen wahrgenommen wird. Die Buntewelt bietet dafür als Plattform unglaublich viel Potential. Wir wollen allen Menschen den Zugang zu Spielzeug ermöglichen und in jeder Stadt Kinderaugen vor Freude zum Strahlen bringen. Die Auszeichnung inspiriert Menschen dieses neue Spielerlebnis zu teilen.“

Daniel Conrad und Sebastian Harmel

Dresden (Sachsen)
www.buntewelt.xyz



Couchfestival

Livemusik – aber ganz anders

Konzerte, aber: neu, anders, digital. Nicht weniger als eine Revolution auf dem bestehenden Musikmarkt hat sich das Team des „Couchfestival“ auf die Fahne geschrieben. Sebastian Knoll, Stephan Schröder und Stipe Braun arbeiten bereits seit Jahren in der Medienbranche als Filmschaffende, Produzenten und Medienplaner.

Alle drei verbindet die gemeinsame Liebe zur Livemusik. Und eben diese große Liebe hat sie dazu gebracht, ihre Kompetenzen zu bündeln, ein Unternehmen zu gründen und ein gemeinsames Ziel zu verfolgen.

Die Idee ist es, Konzerte für jeden zugänglich zu machen und dabei Künstler und Fans so nah zusammenzubringen wie nie zuvor. Dafür werden Konzerte in intimer Atmosphäre veranstaltet, für einen kleinen Teilnehmerkreis, der gemütlich auf Couches vor der Bühne Platz nimmt. Gleichzeitig wird das Konzert per Kamera Live-stream inszeniert, so dass man zu Hause auf der eigenen Couch dabei sein kann, unabhängig von Zeit und der Größe des Geldbeutels. Dazu bietet das Couchfestival in HD und in Virtual Reality mit interaktiven Interviews und Backstage-Passport ausführliches



Bonusmaterial – und schafft so ein neues Festival-Erlebnis außerhalb der Outdoorfestival Saison.

„Die Auszeichnung bestätigt uns darin, auf das richtige Pferd gesetzt zu haben, und stellt für uns ein Netzwerk aus Verbündeten und konstruktiven Kritikern beziehungsweise Unterstützern dar.“

Stipe Braun, Sebastian Knoll
und Stephan Schröder

Berlin / Hessen
www.couchfestival.de





Das Gute Ding / Sturmbrettchen

Initiative Gestaltung

Die vier Gestalter von „Das Gute Ding“ erdenken, entwickeln und setzen Gestaltungsprojekte mit Haltung um. Sie stellen sich mit ihrer Arbeit aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und deren Fragestellungen und entwickeln daraus neue Ansätze für Produkte, Architektur und Kommunikation.

Das Kollektiv gründete sich 2014, als Sturm Ela in Düsseldorf rund 40.000 historische Bäume zerstörte. Entstanden sind daraus die „Sturmbrettchen“: Schneidebrettchen, in die jeweils Name, Alter und GPS-Standort des gefallen Baumes graviert ist. Damit erhält das Kollektiv die Erinnerung an die Bäume lebendig, wirkte dem Verschwinden des Holzes durch Schreddern entgegen – und aus dem Erlös wurden auch noch neue Bäume gepflanzt.

Das Projekt hat die Gestalter darin bestärkt, weiterhin Gestaltung und ihre gesellschaftlichen Bezüge in ihre Entwürfe zu integrieren. Mit dieser Haltung setzten sie in den letzten Jahren unterschiedlichste Ideen um.



Aktuell sind sie im Lebensmittelbereich aktiv und hinterfragen den alltäglichen Umgang mit Aromen, Zusatzstoffen und Gewürzen und tüfteln mit einer

traditionellen Destille aus dem Münsterland an Bio-Essenzen.



„Die Auszeichnung als Kreativpiloten ist eine gute Chance, um unsere gestalterische Haltung weiter entwickeln zu können: Wir leben vom kreativen Austausch und sehen ihn als unabdingbare Grundlage von guter Gestaltung. Die Dinge aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten geht am besten, wenn man sich mit Menschen aus verschiedenen Disziplinen verknüpft.“

Daniel Goll, Tobias Jochinke, Philip Behrend und Philipp Bilke

Düsseldorf (Nordrhein-Westfalen)
www.dasguteding.de
www.sturmbrettchen.de



DELTA Soundworks

Sound als immersives Erlebnis



Das Hören ist neben dem Sehen und Fühlen der wichtigste Sinn für immersives Erleben, also das Eintauchen in virtuelle Welten – das postulieren Ana Monte und Daniel Deboy, die Gründer von „DELTA Soundworks“. Sie erschaffen Klangwelten mit Musik und Sounddesign und setzen dabei auf ein universelles 3D-Audioformat, das insbesondere für 360°-Film, Virtual Reality, Games und Klanginstallationen interessant ist. Zum Portfolio gehören aber auch traditionelle audiovisuelle Medien. Anfang 2016 haben sie sich zusammengefunden, um ihr Know-how als Toningenieur und Sounddesignerin zusammenzuführen und eine komplette Produktionskette aufzubauen, die sich von der Tonaufnahme bis zur fertigen Abmischung erstreckt. Ein eigens für 3D-Mischungen eingerichteter Arbeitsplatz soll in Zukunft helfen, das Portfolio zu erweitern. Mit „Sonar“ haben sie gerade den ersten 360°-VR-Kurzfilm der Filmakademie Baden-Württemberg mit 3D-Sound versorgt. Ausgestattet mit Smartphone,

VR-Brille und Kopfhörern erkundet der Zuschauer einen Asteroiden und seine Geheimnisse. Bild und Ton folgen dabei der Kopfbewegung und sorgen so für ein immersives Erlebnis.

„Die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpiloten ist für uns eine große Motivation, um unsere Ideen mit der nötigen Energie weiterzuverfolgen. Wir freuen uns auch riesig auf wertvolle Unterstützung durch unsere Mentoren und den Erfahrungsaustausch mit anderen Piloten.“

Daniel Deboy und Ana Monte

Heidelberg (Baden-Württemberg)
www.deltasoundworks.com



Fluxmo – Design Your Dream

Individuelle Automodelle mit dem „Fluxmodifikator“



„Cooles Spielzeug, aber gibt es das auch in Grün und mit Katzen drauf?“ Nachdem er wochenlang an einem Spielzeugdesign gefeilt hat und das Produkt auf dem Markt war, wurde der Spielzeugdesigner Markus Utomo oft mit solchen Fragen konfrontiert. Eine nachträgliche Änderung am Produkt ist mit herkömmlichen Produktionsverfahren nahezu unmöglich. Man müsste also schon vorher das Spielzeug gestalten und verändern können. Markus Utomos Projekt „Fluxmo“ ermöglicht genau das. Mit dem „Fluxmodifikator“ kann jeder Nutzer ein vorgegebenes Design auf ganz einfache, intuitive Art und Weise innerhalb weniger Minuten verändern oder stellt sich ein komplett neues Modell zusammen. So entstehen einzigartige, hoch individualisierte Produkte in der Lieblingsfarbe und mit dem Lieblingsmotiv oder Namen. Eine persönliche Botschaft ist ebenfalls möglich. „Fluxmo“ bietet sogar eine Materialauswahl an, für die Premiumklasse zum Beispiel echtes Sterlingsilber. Die selbst gestalteten, einzigartigen,

unverwechselbaren Geschenke und Modelle werden auf Knopfdruck mittels 3D-Laserdruck gefertigt.



„Die Kultur- und Kreativpiloten sind der Raketenstart, den ich mir erhofft habe. Ich freue mich auf ein spannendes, lehr- und erfolgreiches Jahr mit den anderen Piloten, den Flugbegleitern und der Bodencrew.“

Markus Utomo

[Nürnberg \(Bayern\)
www.fluxmo.com](http://www.fluxmo.com)



FRANKFURTER BRETT

Erfindergeist trifft Schneidebrett



Die Zwillinge Johannes und Joseph Schreiter sind Querdenker, die mit ihrem Erfindergeist und Gestaltungswillen Altbekanntes auf den Kopf stellen, bis etwas Neues dabei herauskommt. Ihr Projekt „Frankfurter Brett“ illustriert ihre Herangehensweise. Über drei Jahre haben sie in Profiküchen eine neue Form des Schneidebretts entwickelt: Patentierte ausziehbare Stahlbügel ermöglichen es, Behälter verschiedener Größe an die Arbeitsfläche anzuhängen. Schnittgut und Abfall können direkt vom Brett abgeworfen werden, außerdem sind Kochwerkzeuge wie Probierröf­fel und Pfannenwender handlich am Brett untergebracht. Ein zusätzlicher Bügel am hinteren Ende bietet Platz für häufig genutzte Zutaten wie Salz, Zucker, Gewürze oder auch ein Kochbuch. Das „Frankfurter Brett“ ermöglicht intuitiv einen sauberen und effizienten Arbeitsstil – damit mehr Zeit bleibt, sich auf das Wichtige zu konzentrieren: den Geschmack, das Kochen und die Gespräche mit seinen Gästen.

Johannes und Joseph Schreiter haben so das Schneidebrett zur Werkbank für die Küche weiterentwickelt. Damit ist das „Frankfurter Brett“ der Anfang einer ganzen Reihe cleverer Designprodukte, die die beiden realisieren wollen.



„Wir sehen uns viel mehr als Erfinder denn als Schneidebrett-Verkäufer. Wir wollen also in Zukunft jede Menge weiterer Projekte auf den Markt bringen, herstellen und auch vertreiben. Hier versprechen wir uns vom Kreativpiloten-Netzwerk wichtige Impulse und Kontakte.“

Joseph und Johannes Schreiter

Offenbach (Hessen)
www.frankfurter-brett.de



hannsjana

Mit dem Kohlrabi durchs Kunstmuseum

Als interdisziplinäres Künstlerinnenkollektiv haben sich „hannsjana“ auf die Produktion von Audiotouren spezialisiert. Die Touren verbinden Musik, Hörspiel und interaktive Performance: Mal führt ein Kohlrabi durch ein Kunstmuseum und erklärt die Hängung der Bilder, mal tauchen Kröten in einem ehemaligen Kaufhaus auf und verhandeln die gesellschaftlichen Verschränkungen von Ökonomie und Feminismus. Oder das Publikum wird auf den Weg durch einen Plattenbau geschickt, um vom zehnten Stockwerk aus Kraniche zu fotografieren. „hannsjanas“ Arbeiten sind immer leicht zugänglich, humorvoll, poetisch, musikalisch und verfolgen gleichzeitig einen politischen Anspruch.

Mit ihren Audiotouren haben „hannsjana“ eine Form der künstlerischen Kunst- und Kulturvermittlung entwickelt, die sich je nach Plätzen, Situationen und Publikum anpassen und wandeln kann. Die Touren funktionieren für größere Gruppen über Lautsprecher oder für Kleingruppen über Audioguides und können



in Kombination mit Performances oder auch als individuell einsetzbares Hörspiel gestaltet werden.

„Als Kultur- und Kreativpilotinnen wollen wir unsere künstlerischen und unternehmerischen Potenziale voll ausschöpfen und möglichst zielgerichtet ein produktives Jahr erleben und gestalten.“

Laura Besch, Alice Escher, Jule Gorke,
Lotte Schüßler, Katharina Siemann und
Marie Weich

Berlin
www.hannsjana.de





H-EAR

Augmented Reality zum Hören



„Mit unseren Hörgames locken wir die Radiohörer von der Couch auf die Straße und lassen sie in ihrer Stadt Abenteuer erleben“, schwärmen die beiden Gründerinnen Mirjam Wlodawer und Carina Pesch. Am Medieninnovationszentrum Babelsberg entwickeln sie zusammen mit dem Programmierer Tobias Wehrum eine App für interaktive geobasierte Hörspiele und Features. Die technischen Möglichkeiten von Smartphones begreifen sie dabei als neue Chance für das Erzählen. Sie holen Hörspiel und Feature auf die Straße: Orte, Umgebungsgeräusche und alternative Handlungsstränge werden zu Gestaltungsmitteln.

„H-EAR“ ist dabei die erste Plattform für Hörgames, die dem Hörer ermöglichen, eine Geschichte aus verschiedenen Figurenperspektiven zu erleben. Hinweise und Anrufe locken ihn zu den Schauplätzen des Geschehens. Sein Blick auf die Stadt verändert sich durch das

Gehörte: „H-EAR“ ist Augmented Reality fürs Ohr. An Wendepunkten kann der Hörer Entscheidungen treffen, die den Verlauf der Geschichte beeinflussen. Das verstärkt die Spannung und erhöht die Motivation, die Geschichte in verschiedenen Facetten zu erkunden. In der Gamesbranche werden ähnliche Konzepte bereits umgesetzt. In der Radiobranche stellt dies ein echtes Experiment dar.



„82 Prozent der 10- bis 18-Jährigen spielen Smartphone-Games, aber nur etwa 10 Prozent hören regelmäßig Hörspiele. Das wollen wir mit unseren Hörgames ändern! Aber sie sollen so einfach zu bedienen sein, dass auch unsere Omas sie spielen können.“

Carina Pesch und Mirjam Wlodawer

Babelsberg / Potsdam (Brandenburg)
www.h-ear.de



ISTANBUL'DAN

Design als Hommage an Istanbul

In den historischen Handwerkervierteln von Istanbul wie Şişhane und Galata findet man eine Vielfalt an kleinen Werkstätten. Sie versammeln ein großes Potenzial an Wissen und Techniken. Die dortigen Handwerkstraditionen stehen jedoch vor dem Aus. Grund dafür sind billige Importwaren, steigende Mietpreise und eine fehlende Struktur, in der Wissen und Erfahrung der Handwerker weitergegeben werden können.



Um dem Trend entgegenzuwirken, haben sich die Designer von „ISTANBUL'DAN“ auf den Weg nach Istanbul gemacht, um in Kooperation mit den traditionellen Handwerkern neue Designobjekte herzustellen. Entstanden sind dabei zum Beispiel Leuchten oder Gefäße, die Herangehensweisen aus dem modernen Produktdesign mit den Materialien und Verfahren des traditionellen Handwerks verschränken. Gegenseitige Offenheit und Neugier sowie die unterschiedliche Sprache führten zu überraschenden Momenten und Improvisationen und die Arbeit in den lokalen Werkstätten war



ein essenzielles und gestaltendes Element für die entstandenen Objektserien. Im nächsten Schritt soll das selbstinitiierte und selbstfinanzierte Projekt eine kommerzielle Perspektive erhalten, ohne dabei die soziale Verantwortung des Designs aus den Augen zu verlieren.

„In Istanbul gibt es keinen Raum für standardisierte Lösungsansätze. Aus einer guten Mischung von handwerklichem Können, Erfahrung und Improvisation entsteht Unkonventionelles und Neues.“

Laura Jungmann, Pierre Kracht,
Dorothee Mainka, Jonathan Radetz,
Florian Saul und Michael Konstantin Wolke

Frankfurt (Hessen)
www.istanbul-dan.de



Junge Tüftler

Kinder als aktive Gestalter der digitalen Welt



„Junge Tüftler“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, Kindern die Fähigkeiten zu vermitteln, dass sie zu Gestaltern der digitalen Welt werden. Die Gruppe beschäftigt sich dafür zum Beispiel mit Hardware-Hacking. Dabei werden Geräte modifiziert – und plötzlich lässt sich die Kaffeemaschine übers Internet steuern. Oder mit Creative Coding. Hierbei wird das Ziel verfolgt, keine funktionalen, sondern künstlerisch motivierte Computerprogramme zu schreiben. „Junge Tüftler“ bieten Kindern die Möglichkeit, mit neuen Technologien zu experimentieren. Sie machen die digitale Welt mit kreativen und künstlerisch geprägten Lernmethoden und Hintergrundwissen spielerisch begreifbar und bereiten die junge Generation auf eine Lebenswirklichkeit vor, die zunehmend vom Digitalen geprägt ist. „Junge Tüftler“ richtet Events und Kurse mit und für Kinder aus, gleichzeitig führen sie Coachings und Schulungen für MultiplikatorInnen durch, die online und als Präsenzveranstaltung stattfinden. Allen Kindern soll dabei ein Zugang zu dem „Junge Tüftler“-Ansatz

und den Lehrinhalten ermöglicht werden, so dass sie zu aktiven Gestaltern der Zukunft werden und die digitalen Möglichkeiten als Werkzeuge für kreativen Ausdruck verstehen.



„Durch Begeisterung und Spaß möchten wir Kinder für Technologie und Programmierung schon im Grundschulalter gewinnen. Wir wollen sie dabei unterstützen, selbstbewusste, aktive Gestalter ihrer digitalen Welt zu werden. Dafür nutzen wir Kreativität, um die Kultur der Bildungslandschaft in Deutschland Stück für Stück zu verändern.“

Marlen Gaus, Dr. Julia Kleeberger
und Franziska Schmid

Berlin
www.junge-tueftler.de



David Kaiser – Angewandte Kunst und Design

Altes Handwerk – neu gedacht

Die von David Kaiser gestalteten und handgefertigten Damaszenerstahlmesser vereinen die kulturhistorisch bedeutsame Technik des Damast- und Messerschmiedens mit moderner Kunststofftechnologie. Mit dem von ihm entwickelten Herstellungsverfahren ist es möglich, die Pflege von Damastklingen aus Carbonstählen erheblich zu erleichtern, Schneideigenschaften zu verbessern und ein völlig neues Feld in der farbigen Gestaltung von Damaszenerstahl und Messern zu betreten. Diese Verschmelzung von alter Handwerkskunst mit modernen Materialien trägt nicht nur zum Erhalt und zur Weiterentwicklung eines alten Kulturguts bei, sondern schafft ein absolutes Novum. Damit katalysiert er eine alte Schmiedetechnik in die Jetztzeit. Zentrale Aspekte von David Kaisers Arbeit sind es, durch die farbige Gestaltung von Damastklingen neue Gestaltungsmöglichkeiten zu erforschen, markante Designs zu entwickeln und somit neue Möglichkeiten im Umgang mit altem Kulturgut zu entdecken. David Kaisers Ziel ist es, Unikate zu schaffen, die trotz der technischen Komplexität ihrer Herstellungsweise vollständig selbst geschmiedet und handgefertigt sind.



„Diese Auszeichnung ist ein wichtiger Grund für mich, mit gutem Gefühl zu sagen: Jetzt erst recht! Sie ist wahrscheinlich eine der besten Möglichkeiten, meinen unternehmerischen Horizont zu erweitern.“

David Kaiser

Hannover (Niedersachsen)

www.coloureddamascussteel.com

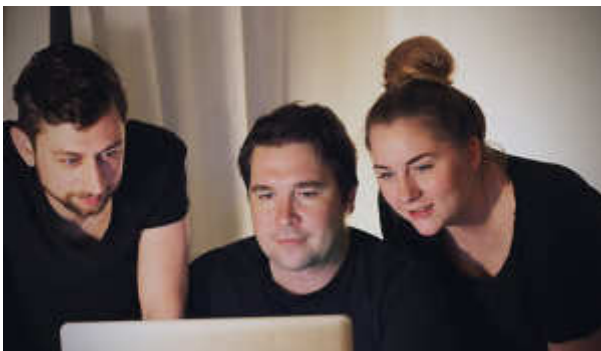




LOCKSMITH

Mehr Effekt beim Schlösserknacken

Live Escape Games erfreuen sich zunehmend großer Beliebtheit. Der Spielreiz besteht darin, dass man sich als Gruppe für eine Stunde in einen Raum einsperren lässt, um dann durch das Lösen von Rätseln gemeinsam einen Weg nach draußen zu finden. Die Anzahl der Räume und Anbieter steigt stetig und somit auch die Anforderungen, die Räume so spannend wie möglich zu gestalten. Ging es anfangs noch darum, den Code für ein Zahlenschloss zu finden, so setzen die Entwickler heute immer mehr auf technische, visuelle und akustische Effekte: sich bewegende Möbel, Geheimtüren, Videoeblendungen und Soundeffekte.



Locksmith möchte genau an diesem Punkt den Anbietern unter die Arme greifen. Das Team stammt ursprünglich aus den Bereichen Film, Ton und Musik und weiß daher, wie man Geschichten inszeniert und effektvolle Erlebnisse kreiert. Um die Möglichkeiten bei der Gestaltung der Räume zu erweitern, hat das Team eine eigene Software entwickelt. Mit dem Programm werden

technische Geräte und Applikationen miteinander verknüpft und gesteuert, was deutlich komplexere Effekte möglich und gleichzeitig die Betreuung einfacher macht. Damit liefert Locksmith die Ideen, die Software und die Erfahrung, um das Live-Escape-Erlebnis auf eine neue Ebene zu heben.



„Wir sind begeistert, uns Kultur- und Kreativpiloten nennen zu dürfen, da die Auszeichnung unserer Idee die Bestätigung und Unterstützung gibt, die wir brauchen, um unser Ziel zu erreichen.“

Jana Erbes, Robert Erbes und Fabian Scharpf

Bochum (Nordrhein-Westfalen)
www.locksmith-media.de



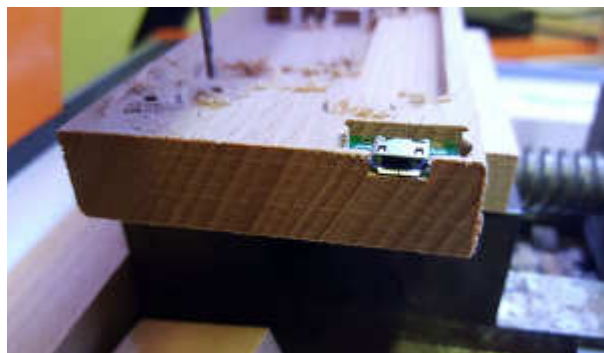
matoi

Hightech-Holzklötzchen



Auch für kleine Kinder sind virtuelle Realitäten nichts Ungewöhnliches mehr: Sie tippen und wischen manchmal schon auf Tablets und Smartphones, bevor sie laufen können. Doch gerade als junge Mütter wissen die Gründerinnen von „matoi“, dass Spielzeug zum Anfassen für die Gehirnentwicklung wichtig ist. Dennoch wollen sie auf die neuen Möglichkeiten digitaler Techniken nicht verzichten. Deshalb haben sie das bewährte, pädagogisch wertvolle Holzspielzeug mit den Möglichkeiten von Hightech verbunden: „Digital Slow Toys“. Ihr erstes Projekt ist „imagno“, ein interaktives Holzbausystem für Kleinkinder. Auf den ersten Blick zeitlose Klötzchen – aber mit einem Hightech-Innenleben aus Magneten und Sensoren. Per App können damit zum Beispiel Tierfiguren programmiert werden, beim Zusammensetzen der Klötze gibt es akustische Feedbacks wie Geräusche, Songs oder Geschichten. Darüber hinaus beinhaltet die App Diagramme über Spielzeit oder -ablauf, was sie auch für den professionellen oder

therapeutischen Einsatz interessant macht. Unterstützt werden die in Marketing und Medien erfahrenen Gründerinnen von einem Team passionierter Experten mit dem entsprechenden Technik-Know-how.



„Die Grundidee, Bullerbü-Gefühl & Silicon-Valley-Technik zusammenzubringen, hat uns Schritt für Schritt weitergetragen. Die Auszeichnung bestätigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Kerstin Rudat und Anissa Wagner

Dillendorf (Rheinland-Pfalz)
www.matoi.de



Mediasteak

Kuratierte Mediatheken



Fernsehen verlagert sich zunehmend ins Internet. Die meisten Sender haben hierauf reagiert und bieten ihr Programm in Mediatheken an. Doch die Vielzahl an Mediatheken und ihren Angeboten machen es dem Zuschauer immer schwerer, den Überblick zu behalten. „Mediasteak“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Zuschauern hierbei zu helfen: Seit April 2013 bietet Mediasteak eine qualitative Auswahl der Mediatheken-Inhalte. Ursprünglich entstand die Webseite als Teil der Uni-Abschlussarbeit von Anne Krüger, mittlerweile hat sich Mediasteak als wichtigstes Blog im Segment Video-on-Demand-Tipps etabliert.

Um die „Filestücke der Mediatheken“ herauszufiltern, durchforsten Anne Krüger und Laura Pohl die Sender-Mediatheken sowie andere legale Videoplattformen. Durch eine persönliche Kritik, in Verbindung mit dem Direktlink zum Video, entstand eine neue Art des Online-TVs. Täglich werden Beiträge gepostet, die sich in Auswahl und Tonfall auch trauen, eine subjektive Empfehlung zu sein.

Zusätzlich veranstalten die Gründerinnen regelmäßig Kurzfilmabende mit anschließenden Fragerunden. Auf den „Steak Night Shows“ können nach den Filmvorführungen Zuschauer und Filmemacher miteinander ins Gespräch kommen.

„Als Kultur- und Kreativpiloten hoffen wir, noch mehr Medienkonsumenten in Deutschland den Mehrwert und die Vielfalt des öffentlich-rechtlichen Rundfunks schmackhaft machen können.“

Anne Krüger und Laura Pohl

Berlin

www.mediasteak.com



Mustergültig – Atelier für Raum- & Ding-Design

Upcycling aus Leidenschaft



Upcycling steht bei Steffi Neumann – der Gründerin von Mustergültig – immer im Vordergrund. Aus gealterten Fundobjekten und Sammelsurien entstehen brauchbare, funktionale Möbelteile und Wohnaccessoires. Die gelernte Bildhauerin hatte schon immer einen starken Bezug zu handwerklichen Arbeiten. Sie versucht mit Mustergültig, Grafikdesign, Produktdesign und räumlich-plastisches Gestalten miteinander zu verbinden. In dem „Atelier für Raum- und Ding-Design“ entwirft sie seit 2013 Konzepte für Raumgestaltungen und individuelle Wohnaccessoires. Ihr Anliegen ist es dabei, alte Dinge in ihre Entwürfe einzuarbeiten und ihnen durch kleine gestalterische Eingriffe zu einem neuen Look und einem verlängerten Leben zu verhelfen. Steffi Neumann gelingt es in ihren Projekten, Liebgewonnenes zu erhalten und Vorhandenes zu integrieren. Für Unternehmen gestaltet die Designerin ergänzend das passende Corporate Design wie Logos, Visitenkarte, Flyer, Briefbögen, Broschüren, Schilder und Beschrif-

tungen. So entstehen vollständige Gestaltungskonzepte für Raum und Print aus einem Guss.



„Alte Dinge erzählen Geschichten und vieles über den Menschen, der sich mit ihnen umgibt. Gekonnt aufgemöbelte Schätze stiften Persönlichkeit und Individualität – und zeigen zugleich Stilbewusstsein, Zeitgeist und Modernität.“

Steffi Neumann

Bremen

www.mustergueltig-design.de



Performance Dinner

Kochen als künstlerische Performance

Wie schmeckt ein Picasso? Welches Gewürz passt zu Gerhard Richter? Was für ein Gericht unterstreicht die Wirkung eines Bildes von Magritte? Rolf Baltromejus inszeniert Dinner in Museen oder Galerien. Seine „Performance Dinner“ sind die Kombination von Kunst, kunstvollen Gerichten, küchenfernen Ess-Orten und einer Gruppe interessierter Gäste. Alles zusammen macht die „Performance Dinner“ zu einem auf vielen Ebenen spannenden Projekt.



Rolf Baltromejus hat sich in den vergangenen Jahren ausführlich mit der „Eat Art“ und zahlreichen Food-trends beschäftigt und sich hierbei immer wieder Teile neuer Kochrichtungen angeeignet. Zur selben Zeit sind europaweit Guerilla-Restaurants immer beliebter geworden. Beide Entwicklungen kommen bei ihm zusammen, denn für Baltromejus steht nicht nur die Idee im Vordergrund, an normalerweise essfremden Ort

zu speisen. Ihm geht es – genau wie Daniel Spoerri, dem Erfinder der „Eat Art“ – um das Zusammentreffen der Dinnerteilnehmer. Kombiniert durch die künstlerische Ebene des Kochens, abgestimmt auf die Kunst an den besuchten Orten, inszeniert er eine einzigartige, geschmacksintensive Mischung.



„Ich freue mich sehr über die Auszeichnung sowie auf die Zusammenarbeit mit den Mentoren und den anderen Kreativpiloten. Ich wünsche mir spannende Gedankenstöße und Ideen für neue Betrachtungsweisen und Methoden zur Umsetzung meiner Ziele.“

Rolf Baltromejus

Gießen (Hessen)
www.rolfcooks.com



DER SANITÄTS-SHOP FÜR DIE PSYCHE

PSY+CO

Mit Humor gegen das Unheimliche



Gudula Kanzmeier hat ihr Themenfeld klar identifiziert: Beim Thema „Psyche“ scheint in Deutschland eine kollektive Verdrängung vorzuliegen. Egal, ob in Gesellschaft, Wirtschaft oder Politik, der Umgang mit psychischen Erkrankungen, der Rehabilitation, der Prävention fällt schwer. Alles, was damit zu tun hat, ist irgendwie „unheimlich“ und das Thema wird eher verdrängt als angepackt. Verdrängung ist zwar ein gesunder Schutzmechanismus, eine langanhaltende Überdosierung führt allerdings zu explodierenden Arbeitsunfähigkeits- und Frühverrentungszahlen.

Um diesen Kreislauf zu durchbrechen, entwickelt Gudula Kanzmeier zusammen mit Bernd Donner derzeit „PSY+CO Der Sanitätsshop für die Psyche“. Ihr Ziel ist ein Sortiment ernster wie humorvoller Hilfsmittel für die Gesunderhaltung der Psyche und ihre verschiedenen Störungs- und Krankheitsbilder. Dazu will sie mit PSY+CO beraten und aufklären: zu psychischen Erkrankungen, dem Umgang, der Prävention oder dem Hilfsmiteinsatz. Und so durch Angebot, Aufma-

chung und Vernetzung einen unverkrampften Umgang mit dem Thema fördern. Gudula Kanzmeier setzt damit auch ein Zeichen dafür, dass psychisch Behinderte Unternehmen gründen, Arbeitsplätze schaffen und damit an der Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen mitwirken können.



„Die Auszeichnung ist wie eine wunderbare Mischung aus Trojanischem Pferd und Überraschungsei, denn sie verspricht: „Unterstütztes Gründen“ – Begleitung durch Experten, PR für das unbeliebte Thema „Psyche – Gesundheit, Krankheit, Prävention und Hilfsmittel“ und noch viel, viel mehr!“

Bernd Donner und Gudula Kanzmeier

Köln / Düsseldorf (Nordrhein-Westfalen)



Reclaimed Marshland und das Wendie Webfest Hamburg

Fruchtbarer digitaler Boden



Immer mehr junge Filmemacher produzieren unabhängige Serien und zeigen sie ausschließlich im Internet. Amateur-Tools und Freeware-Programme, mit denen eindrucksvolle Ergebnisse machbar sind, sind mittlerweile jedem zugänglich und treiben den Trend voran. Doch gerade in Deutschland steckt die Webserienszene noch in den Kinderschuhen. In dieser Hinsicht ist die Gruppe Reclaimed Marshland Vorreiter. 2013 erschien ihre Webserie „Kumbaya!“, in der zwei schräge Charaktere zufällig eine Internetkirche gründen. Nach ersten Anlaufschwierigkeiten ist den Machern mit „Kumbaya!“ eine erstaunliche Produktion gelungen. Aus dem kleinen Projekt ist inzwischen eine größere Bewegung gewachsen. Die Gruppe gründete das „Wendie Webfest Hamburg“ im Stadtteil Wilhelmsburg. Ein Festival für Webserien, das internationale Bekanntheit erlangte und den Ruf als Nest der deutschen Webserienszene hat. Damit stellt Reclaimed Marshland seine These unter Beweis, dass das Sender-Empfänger-

Modell klassischer Medien ausgedient hat. Mit den neuen Tools ist jeder Sender und Empfänger zur gleichen Zeit, der auch ohne professionelle Ausstattung unabhängige Serien produzieren kann.



„Mit Reclaimed Marshland und unserem Festival Wendie möchten wir Pionierarbeit im Bereich des digitalen Storytellings leisten und den Zweig der unabhängigen Serienproduktion für das Netz mit Events, Workshops und Projekten bekannter machen.“

Nick Buckenauer, Sebastian Droschinski und Nina Heinrich

Hamburg
www.wendiewebfesthamburg.de



rotes pferd

Das poetische Potenzial der Kugelbahn



„rotes pferd“ ist das Einhorn unter den Agenturen, denn die Kreativagentur verfügt über die Seltenheit einer angeschlossenen Produktion. Felix Nolze und Christian Eckelmann arbeiten an der Entwicklung und Gestaltung von Ausstellungen, Themenräumen, Spielgeräten und interaktiven Exponaten. Aber nicht nur als Konzeptentwickler. In ihren Büro- und Werkstattäumen können alle gängigen Materialien verarbeitet und somit Probeaufbauten für Projekte erforscht, entwickelt und umgesetzt werden. So entstehen direkt vor Ort Museumsexponate, Empfangstresen oder eine meterlange Kugelbahn.

Überhaupt ist das „rote Pferd“ neben der Arbeit als Kreativ-Dienstleister vom Prinzip Kugelbahn begeistert. Seit 2015 arbeiten sie an der Weiterentwicklung der herkömmlichen Kugelbahn: Sie verfeinern das Zusammenspiel von physikalischen Gesetzmäßigkeiten, überraschenden Laufwegen und der Lust am spielerischen Experimentieren mit Alltagsgegenständen und mecha-

nisch-technischen Sonderbauteilen. Und erschaffen so beispielbare Kunstwerke, die mehr können als „nur“ Spaß machen. Sie glauben an das große technische, narrative und poetische Potenzial dieser Interaktivinstallationen für die unterschiedlichsten Bereiche der kommerziellen Freizeitgestaltung, der Spendenakquise oder der didaktischen Vermittlungsarbeit.



„Außerhalb unseres Projektgeschäftes als Kreativ-Dienstleister möchten wir uns als Firma im kommenden Jahr mit der Entwicklung eigener Produktserien im Produktgeschäft platzieren und langfristig einen festen Platz in diesem Marktsegment einnehmen.“

Christian Eckelmann und Felix Nolze

Berlin
www.rotes-pferd.de



Schurkenstart Film

Die Katze retten. Oder die ganze Welt

Wer in Deutschland Comedy sagt, denkt zuerst an grinsende Männer vor Mikrofonen und Kalauer in Dauerschleife. Thomas Mielmann, Daniel Scheier und Nicolas Rösener gründeten 2012 „Schurkenstart Film“, weil sie beim Lachen nicht mehr das Gehirn ausschalten wollten. Ihre Formate sollen vor allem eins: unterhalten. Ob nachdenklich oder verspielt, mit Ironie oder mit Herz: Im Vordergrund steht immer smartes Entertainment.



Dazu entwickelt „Schurkenstart“ interaktive Filmformate, bei denen das Publikum nicht nur lachen, sondern selbst entscheiden kann, was passiert. Seit 100 Jahren sitzen wir beim Anschauen von Filmen passiv im Sessel. „Schurkenstart“ will das ändern. Die Zuschauer werden mit in die Geschichte eingebunden, können selber entscheiden, ob die Katze gerettet wird oder gleich die ganze Welt. So kreiert sich jeder Zuschauer seine ganz eigene Story. Ein Format, um neuartige Geschichten zu erzählen, und nebenbei auch ein wirksames Tool für Unternehmen, um Inhalte zielgerichtet an ihre Kunden zu bringen.



„Wir freuen uns über die frisch erhaltene Pilotenlizenz. Jetzt können wir unsere Vision von smartem Entertainment per Jet in die ganze Nation exportieren. Wenn ihr Bock habt, steigt ein.“

Thomas Mielmann, Nicolas Rösener
und Daniel Scheier

Hildesheim (Niedersachsen)
www.schurkenstart.de



Serienwerk

Geschichten regieren die Welt



Seit Jahren wird diskutiert, warum wir uns in Deutschland mit der Produktion relevanter und tiefgründiger Serien so schwertun. Denn egal auf welcher Plattform, auf welchem Kanal, auf welcher Website: Nie war die Nachfrage nach seriellen Geschichten so stark wie heute. Die Gründer von „Serienwerk“ glauben, dass es in Deutschland nicht an Stoffen oder Talenten fehlt, sondern an Entwicklungsstrukturen und Kreativräumen, die den komplexen Erzählmodellen von Serien Rechnung tragen. Diese Rahmenbedingungen versucht „Serienwerk“ durch unkonventionelle Finanzierungskonzepte und neue Kreativräume und Strukturen zu schaffen.

Das „Serienwerk“ ist eine Entwicklungs- und Produktionschmiede für serielle Formate jeder Art: horizontal, vertikal, dokumentarisch, auditiv, interaktiv und viral, für Sender, Marken und Plattformen. „Serienwerk“ kann auf ein breites Netzwerk sowohl renommierter als auch vielversprechender junger Storyteller aus ver-

schiedensten Disziplinen zurückgreifen. Aus diesem Netzwerk arbeitet an jedem Projekt ein speziell auf das jeweilige Erzählbedürfnis zugeschnittenes Kreativteam zusammen. So entwickelt Serienwerk episodengreifende Dramen, Sitcoms, Webserien oder Branded-Entertainment-Formate.

„Von der Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten versprechen wir uns fruchtbare Workshops, bereichernde Coachings und freuen uns schon sehr darauf, die vielfältigen ExpertInnen und anderen Kultur- und KreativpilotInnen kennenzulernen.“

Armin Bieser, Rajko Jazbec, Johannes Jungehülsing, Laszlo Kish und Kerstin Polte

Berlin

www.serienwerk.de

STADTHOLZ

Der Kontrast von Holz und Stadt



Am Anfang stand bei Christian Puzik der Wunsch, etwas Besonderes aus Holz herzustellen. Etwas Schönes, Praktisches, Tragbares, abseits des Mainstreams. So fertigte er in der heimischen Werkstatt eine Sonnenbrille aus Holz. Das Ergebnis gefiel und noch während des Studiums gründete er zusammen mit Tobias Martin STADTHOLZ und gemeinsam entwickelten sie die Produkte stetig weiter. STADT steht im Namen für die urbane Umgebung, den Fortschritt, die Evolution, die Hektik und das Kunterbunte. HOLZ steht für die Verwurzelung in der Natur. STADTHOLZ ist das Spielen mit Gegensätzen. Ein natürlicher, fair gehandelter Rohstoff wie Holz im Kontrast zur Urbanität. Seit der ersten Sonnenbrille hat STADTHOLZ die Produktpalette erweitert und fertigt neben den unterschiedlichsten Brillen mittlerweile auch Uhren aus Holz. Jede Holzuhr ist eine Eigenentwicklung, gezeichnet und

designt von Christian Puzik, hergestellt in kleinen Serien, ausgestattet mit einem Schweizer Uhrwerk und Saphirglas aus Deutschland. Die Holzuhren von STADTHOLZ bieten damit eine gelungene Symbiose zwischen Natürlichkeit und Individualität, die für Jung und Alt gleichermaßen attraktiv ist.



„Der Weg ist das Ziel. Die Auszeichnung steht für uns für eine Menge gegenseitigen Respekt. Hat eine Idee den Weg in die Realität gefunden, sollte es immer auch den sanften Gegenpol der Kreativität – die Vernunft und Koordination – geben, um diesen Co-Working-Weg erfolgreich zu meistern.“

Christian Puzik

Bad Zwischenahn (Niedersachsen)
www.stadtholz.com

straight

STRAIGHT – A different perspective on female homosexuality

Weibliche Homosexualität im Fokus



„STRAIGHT – a different perspective on female homosexuality“ ist eine lifestyleorientierte Plattform, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die weibliche Homosexualität in den Fokus zu rücken. Nichtheterosexuelle Frauen waren und sind den drei Gründerinnen von STRAIGHT zu unsichtbar oder ungenügend repräsentiert. Und anstatt darauf zu warten, dass irgendjemand das Thema anpackt, haben sie selbst losgelegt. 2015 startete das Projekt als Printmagazin. Neben diesem journalistischen Produkt bietet die Marke STRAIGHT ihrer Zielgruppe Inhalte, die dem Ziel der Identifikation dienen. STRAIGHT versteht sich dabei nicht nur als Content- und Inspirationsgeber, sondern auch als zeitgemäßer Influencer einer pluralen Gesellschaft. Ziel ist es, die weibliche Homosexualität von Klischees zu befreien und facettenreich zu zeigen. Dazu gehört, Vorbilder durch Sichtbarkeit und Partizipation zu schaffen. Zum Start des Magazins im Sommer 2015 sorgte STRAIGHT mit einem Spot weltweit für Furore. Darin

sieht man die vermeintliche Bundeskanzlerin Angela Merkel in den Armen einer Frau. So erreichte der Spot allein auf Twitter 15 Millionen Menschen.



„Unser Projekt lebt von Impulsen. Wir möchten und müssen uns weiterentwickeln. Deswegen sind wir sehr glücklich, bei den Kreativpiloten dabei zu sein, und sind gespannt auf den Austausch mit smarten und kreativen Leuten.“

Jasmin Acar und Felicia Mutterer

Berlin

www.straight-universe.com



The Buzzard

Die Bloggerwelt im Überblick



Während des Arabischen Frühlings waren Blogger, Vlogger, Aktivisten und unabhängige Denker für Millionen von Menschen wichtige Informationsquelle und treibende Kraft. Und auch heute filmen, fotografieren und schreiben Blogger tagtäglich über Menschenrechtsverletzungen und die großen Herausforderungen unserer Zeit. Leider, so die Gründer von TheBuzzard.org, würden Blogger dennoch von den Massenmedien nur selten zitiert und Lesern fehle es oft an Zeit und Expertise sich mit der stark fragmentierten Blogosphäre auseinanderzusetzen.

Die Onlineplattform „TheBuzzard.org“ soll das ändern. Auf ihr finden Leser einen schnellen Einstieg in die Bloggerwelt und können auf interaktiven Onlinekarten vergleichen, was Blogger aus verschiedenen Regionen zu aktuellen Themen sagen. Zusätzlich bietet die Plattform transparente Rankings zu Glaubwürdigkeit und Authentizität der jeweiligen Blogger. Das hilft insbesondere Journalisten, vertrauenswürdige lokale

Perspektiven zu finden und einzubinden. Mit TheBuzzard.org soll es in Zukunft einfacher werden, politische Diskurse aus unterschiedlichen lokalen Perspektiven nachzuvollziehen und die ganze Bandbreite politischer Debatten zu erfassen.



„Wir wollen, dass die Menschen über ihren eigenen politischen Tellerrand hinausschauen und nicht nur bis zur Tischkante. Damit die Leute offener werden für andere Lebenswirklichkeiten von Menschen in anderen Ländern und ihre eigenen politischen Positionen immer wieder neu überdenken.“

Alexander Diets, Felix Friedrich und Dario Nassal

Leipzig (Sachsen)
www.thebuzzard.org



Thoughtfish

Kontextbasierte Spiele und Apps



„Thoughtfish“ entwickelt Spiele und gamifizierte Apps. Das reicht von eigenen Produktionen bis zu Auftragsarbeiten. Ihre Stärke besteht darin, die Anwendungen mit kontextbezogenen Daten zu verknüpfen. Das heißt, dass die verwendete Technologie weiß, ob der User zum Beispiel bei Regen auf einem Spielplatz sitzt oder bei Schnee durch die Fußgängerzone läuft – und vielleicht einen Kaffee trinken möchte. Die von „Thoughtfish“ entwickelte Technologie nutzt verschiedenste Datenquellen, um die Reaktion der App an den Kontext des Nutzers anzupassen. Die Eigenentwicklung „Fightlings“ beispielsweise ist ein mobiles Spiel, dessen Rahmenbedingungen sich je nach Zeit, Ort und Wetter ändern.

Das bedeutet beispielsweise, dass sich die Kreaturen in der Spielwelt verwandeln, sobald es anfängt zu regnen. Aber auch Kunden in Tourismus, Gastronomie oder Jobvermittlung nutzen die Technologie für verschiedenste Anwendungsgebiete. „Thoughtfish“ übernimmt dabei mit der grafischen Gestaltung, der User Experience, Interface Design und Vertonung die komplette Erstellung von Apps. Sie beraten vom Konzept über Gamification-Mechanismen bis hin zu Monetarisierungsansätzen. Und die nächste Weiterentwicklung ist schon geplant, dann soll die Technologie auch in Innenräumen einsetzbar sein.

„Wir suchen nach Machern, deren Ideen uns inspirieren & denen wir neue Denkanstöße geben dürfen. Wir sind gespannt und hoffen auf spannende und wertschöpfende Kooperationen.“

Christina Barleben, Anna Bloser, Robert Businski, Daniel Frank, Christopher Hecht, Christin Heinemann, Viktor Hirsch, Christopher Jann, Christian Krebs, John Peck, Floris Pfeifer und Burak Uyanik

Berlin
www.thoughtfish.de



Traumfabrik

Die Show bringt Menschen in Bewegung



Die Traumfabrik ist ein Showtheater, das Kunst, Kultur, Sport, Musik und Theater miteinander vermischt. Es existiert bereits seit 1980 und wurde ursprünglich als Idee des Sportdozenten Rainer Pawelke geboren, der das Konzept des erlebnisorientierten und zweckbefreiten Sports entwickelte und auf ein pädagogisches Showtheater anwandte. Mittlerweile tourt die Traumfabrik jedes Jahr mit über 30 Künstlern durch neun Städte und spielt 37 Shows vor über 35.000 Zuschauern. Mit ihren Auftritten haben sie auch schon Deutschland bei der EXPO vertreten oder die Eröffnungsfeier der Turn-WM gestaltet. Dabei versteht sich das Team der Traumfabrik nicht als klassische Eventagentur, sondern setzt den Fokus auf die künstlerische Gestaltung für nationale und internationale Produktionen im Kultur- und Sportbereich. Und sie machen mehr als nur eine unterhaltsame Show. Sie bringen Menschen in Bewegung. Alles, was die Zuschauer auf der Bühne sehen, können sie selbst ausprobieren. Im Rahmen der

jährlichen Erlebnistage lernen über 1.000 Teilnehmer in 80 Workshops selbst Neues – von Acro-Yoga bis Punjabi Dance.



„Wir wollen die Showproduktion sein, die in jeder Tour-Stadt die meisten Zuschauer von allen Shows hat – und Zuschauer, die jedes Jahr wiederkommen wollen, weil wir anders sind, die Menschen inspirieren und zusammenbringen von Jung bis Alt.“

Ingo Pawelke und Nicole Pawelke

Regensburg (Bayern)
www.traumfabrik.de



Trekker's Huus

Nachhaltige Reiseunterkunft



Das „Trekker's Huus“ ist ein zum Minihotel ausgebauter Seecontainer für Kurzaufenthalte. Es ist für Menschen gedacht, die umweltbewusst und nachhaltig reisen möchten und keinen Wert auf Überfluss und Luxus legen. Ob für Städte-, Wander- oder Fahrradtouren, das „Trekker's Huus“ bietet alles, was der Reisende bei einem Kurzaufenthalt benötigt.

Die Idee stammt von Gründer Tim Göbel, der dem wachsenden Bewusstsein für soziale und ökologische Aspekte im Reiseverhalten ein Zuhause geben will. Design und ausgebaut werden die Container mit hochwertigen Werk- und Baustoffen, die auf Ressourcenverbrauch, Wohngesundheit sowie Klima- und Umweltschutz getestet und zertifiziert sind. Die Innenausstattung beschränkt sich auf das Wesentliche, wodurch das „Trekker's Huus“ komplett autark arbeitet. Es werden weder Strom- noch Wasseranschluss benötigt. Die Energie wird mit Solartechnik gewonnen,

für die Bedürfnisse der Grundhygiene sorgt Regenwassernutzung. Die Vision ist, ein weitläufiges Netzwerk an Unterkünften zu schaffen, entlang der schönsten Wanderwege, errichtet an beeindruckenden Plätzen. Umweltbewusst und nachhaltig erbaut, bezahlbar für jedermann.



„Die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilot Deutschlands sehe ich als Grundlage dafür, aus meiner Projektidee ein Unternehmen zu gründen und dieses, durch professionelle Unterstützung am Markt zu etablieren.“

Tim Göbel

[Hannover \(Niedersachsen\)
www.trekker'shuus.de](http://www.trekker'shuus.de)



trix

Storyliving – die persönliche Heldenreise

Seit Jahrtausenden erzählen sich Menschen Geschichten. Doch das interdisziplinäre Team von trix erarbeitet mit innovativen Technologien transmediale Konzepte, bei denen die Nutzer eine Geschichte selbst durchleben. Mit ihrem Projekt „Empfänger Verzogen“ vereinen sie immersives Theater und Virtual Reality. In diesem Roleplaying Game wird die Geschichte eines sozio-phoben Jungen erzählt, der die digitale Isolation dem echten Leben vorzieht. Der Spieler erlebt eine Mischung aus Inszenierung im realen Raum und einem 360-Grad-Erlebnis in der virtuellen Realität.

Der Grundsatz der Gründerinnen Winnie Christiansen und Maren Demant lautet: Storytelling wird zu Storyliving. Mit ihrem Ansatz liegt das Team voll im Trend, Virtual und Augmented Reality sind ein Wachstumsmarkt und werden immer beliebter. Ob location-based oder ausschließlich digital, trix arbeitet mit multisensorischen Spielmechaniken und Erfahrungsräumen, um ein intensives und interaktives Erlebnis zu kreieren.



Frei nach dem Motto: „Erzähle es mir und ich werde es vergessen. Zeige es mir und ich werde mich erinnern. Lass es mich tun und ich werde es verstehen.“



„Unsere Vision als Kreativunternehmerinnen ist es, fesselnde und partizipative Geschichten zu erzählen. Im Zeitalter der immersiven Medien setzen wir diese pfiffig ein und orientieren uns weiterhin am Motto der Kultur- und Kreativpiloten: Mach einfach!“

Winnie Christiansen und Maren Deman

Berlin
www.trx.media



vomhöresehen

Mit dem Gespür für soziale Themen



vomhöresehen ist eine kreative Medien- und Projekt-schmiede für soziale und kulturelle Projekte. Aus dem langjährigen Wunsch der Gründer Eiko Theermann und Lars Kaempf, ihre Fähigkeiten in verschiedensten Bereichen vom Projektmanagement über Film und Medienproduktion bis hin zu pädagogischen Konzepten in Projekten umzusetzen, ist ihre Firma vomhöresehen entstanden. Ihr großes Netzwerk ermöglicht es ihnen, über ihren Schwerpunkt Film hinaus crossmediale Projekte aus einer Hand zu konzipieren und durchzuführen.

Wichtig ist ihnen, dass die Projekte sie kreativ fordern und ihren sozialen Ansprüchen genügen. Ein Beispiel ist der Filmwettbewerb „Ausweg[ge]Sucht!“. Gemeinsam mit der Abteilung Suchtprävention des Landesinstituts Schule haben sie einen Filmwettbewerb für Jugendliche im Alter von 15–25 Jahren konzipiert und umgesetzt, der überregional für Aufmerksamkeit sorgte. Ihre Arbeit umfasst aber auch ein Informationsportal für Geflüch-

tete in Bremen oder Filmprojekte für Sozialbehörden, Kultureinrichtungen oder Bands. Immer zeigt sich dabei, dass sie ein besonderes Gespür für schwer zu erreichende Zielgruppen haben. Für dieses Engagement konnten sie bereits im Gründungsjahr mehrere Auszeichnungen und hochkarätige Preise entgegennehmen.



„Soziale und nachhaltige Medienprojekte zusammen mit den Menschen, für die diese gedacht sind, zu gestalten und umzusetzen ist unsere Leidenschaft und diese soll immer im Mittelpunkt unserer Arbeit stehen.“

Lars Kaempf und Eiko Theermann

Bremen
www.vomhoerensehen.de



Vragments

Jagd auf die Monotonie



Die Wirklichkeit, die uns umgibt, die Bäume, Straßen, Häuser, Menschen, sie sind nur noch Teil einer von vielen Realitäten. Sie sind das, was man die „reale Realität“ nennt. Neue Technologien erlauben es, die Wirklichkeit um virtuelle Realitäten zu erweitern. Das Team von Vragments baut solche virtuelle Welten. Sie ermöglichen es uns, ins Innere des Körpers zu fliegen, durch die Zeit zu reisen oder den neuen Berliner Flughafen anzuschauen, obwohl es ihn noch gar nicht gibt. Vragments sind ein Team aus Journalisten, Entwicklern, Grafikern und Wissenschaftlern, das interaktive 3D-Produkte konzipiert und umsetzt. Sie arbeiten für Kunden wie die Bosch-Stiftung, die Berliner Verkehrsbetriebe oder für öffentlich-rechtliche Medienanbieter und werden zudem von der Google-News-Initiative gefördert.

Dazu entwickelt Vragments gerade ein einfaches Tool, das jedem mit Internetzugang ermöglicht, seine eigene Geschichte ganz virtuell zu erzählen – mit Text, Ton, Bild, Video und natürlich in 360 Grad. Damit sich die Nutzer umschaun und wirklich mitkommen können – an einen anderen Ort oder in eine andere Zeit.



„Wir möchten uns vernetzen, austauschen, lernen, ausprobieren und machen. Und ganz nebenbei natürlich auch unsere Produkte vorstellen, anpassen, verbessern und promoten.“

Marcus Bösch, Tino Breddin, Ronny Esterluss, Stephan Gensch und Linda Rath-Wiggins

Berlin
www.vragments.com

Die Jury

Das Auswahlverfahren des Kultur- und Kreativpiloten-Programms unterscheidet sich von klassischen Unternehmerwettbewerben. Denn die Kriterien für die Auszeichnung liegen in den Bewerbern selbst. Aus gutem Grund, denn jedes kreative Geschäftskonzept und jede dahinterstehende Unternehmerpersönlichkeit ist so einzigartig und nicht vergleichbar mit anderen, dass einheitliche Kriterien hier nicht greifen. Kein Businessplan kann das abbilden. Aus den schriftlichen Bewerbungen werden in einem ersten Schritt 96 Unternehmen ausgewählt, die im Besonderen überzeugen können. Diese Personen werden dann zu einem persönlichen Auswahlgespräch eingeladen, bei dem sie insgesamt über zwei Stunden mit zwölf verschiedenen Juroren sprechen. Die Jury ist dabei jedes Jahr mit Menschen aus ganz verschiedenen Bereichen besetzt.

Eine Vertreterin der Kulturattachée der Französischen Botschaft, Titelträger der letzten Jahrgänge oder der Vorstandssprecher des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware gehören beispielsweise genauso dazu wie der Referatsleiter im Bundeswirtschaftsministerium, ein Referent der KfW-Bankengruppe, Transfermanager des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft oder der Vorstand des u-instituts. Sie alle bringen gemeinsam unterschiedlichste Perspektiven in die Auswahl mit ein und treffen am Ende des Tages im Konsens die Entscheidung, wer zu den neuen Kultur- und Kreativpiloten gehören soll. Die insgesamt 82 Jurymitglieder werden auf den folgenden Seiten in alphabetischer Reihenfolge vorgestellt.

Mitglieder der Jury

Jennifer Aksu

Künstlerische Urbanistin, Invisible Playground

„Ich wünsche allen ausgefuchsten Piloten 2016 Möglichkeiten weiter als der Horizont & Erfolg auf ganzer Linie, denn 'ein Fuchs muss tun, was ein Fuchs tun muss: Luxus und Ruhm und rulen bis zum Schluss.' Das ist euer Ziel, was ich noch nie so klar sah. „Sky is the limit?“ – Pah! Ihr seid die neue NASA!“

Christoph Backes

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

Denis Bartelt

CEO und Mitgründer, Startnext Lab

„Mutige Kreative braucht das Land, davon kann die Gesellschaft als Ganzes profitieren. Viele Präsentationen haben mir gezeigt, dass es an Mut nicht fehlt. Ich wünsche allen Bewerbern viel Erfolg beim Professionalisieren und Umsetzen ihrer Idee.“

Susan Barth

Gründerin Die Erinnerungguerilla

„So viele wunderbare Menschen voller leuchtender Visionen und kreativer Kraft! Als Kreativ- und Kulturpilot Deutschlands ausgezeichnet zu sein bedeutet, einen Raum geschenkt zu bekommen, um das Leuchten dieser Visionen auf nachhaltige Füße zu stellen. Dabei ist das Miteinander innerhalb der Pilotencrew eine ganz wichtige, zusätzliche Bereicherung. Ich wünsche allen PreisträgerInnen, dass sie diese einzigartigen Momente voll mitnehmen können und die Früchte ihres Engagements bald mit vollen Händen ernten dürfen!“

Antje Bartmann

Referentin, Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Saskia Behrens

Gründerin und Geschäftsführerin Kalle Co-Werkstatt

Dr. Marjorie Berthomier

Kulturattachée Französische Botschaft

Marina Besl

Oberregierungsrätin, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

Michael Bleks

Strategie- und Politikberater, Vorsitzender des Aufsichtsrates der Helmut-Bleks-Foundation, Subtropenlandwirt und Bankkaufmann

Volker Breust

Geschäftsführer Schaum GmbH

Heidi Bruns

Geschäftsführerin und Produzentin, Bremedia Produktion GmbH

„Die Zusammenarbeit in der Jury habe ich als sehr inspirierend erlebt. Dank der vielfältigen Projekte und der kreativen und für ihre Idee brennenden Menschen, die ich getroffen habe, weitet sich mein Blick auf die Welt. Danke dafür!“

Oliver Brzoska

Mitglied des Vorstands, brabbl eG

„Die Auswahlgespräche waren dermaßen gefüllt mit Unternehmergeist, Kompetenz und genialen Ideen – wenn die Preisträger nur 10% ihrer Pläne umsetzen, wird alles gut. Richtig gut!“

Florian Bürkle

Geschäftsführer, FLOID Produktdesign

Inci Ceylan

Branchenexpertin und Referentin für Unternehmensentwicklung, Bayrisches Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft

„Der Treibstoff von Innovationen sind Kreativität, Leidenschaft und Mut – all dies bringen die Kultur- und Kreativpiloten 2016 mit!“

Denis Dilba

Gründer und Geschäftsführer,
Fail Better Media GmbH

„Tolle Bewerber, abgefahrenere Ideen. Da geht richtig was! Es war eine Freude, euch in den Auswahlgesprächen kennenlernen zu dürfen. Und egal ob ihr die Auszeichnung bekommt oder nicht: Macht weiter so!“

Nina Dreier

Stv. Referatsleiterin Kunst und Kreativwirtschaft,
Kulturbehörde der Freien Hansestadt Hamburg

Ozan Durukan

Founder & CEO, Seed Evolution UG

Nathalie Dziobek-Bepler

Gründerin und Geschäftsführerin,
baukind Architekten

„Es ist unglaublich, wie viele interessante Persönlichkeiten und spannende Ideen wir in den Jury-sitzungen kennenlernen durften. Stürzt euch voller Enthusiasmus in euer Kreativpilotenjahr und macht das meiste daraus!“

Stefan Eckstein

CEO von Eckstein Design
PRÄSIDENT DES VDID - Verband Deutschen
Industrie Designer e. V. München / Berlin

„Ein tragender Baustein für die Zukunft der Kultur- und Kreativpiloten wird sein, den Unternehmern zu vermitteln, dass die Idee und das Design mehr kann und mehr ist, als nur gut erscheinen oder aus-zusehen; und in Zukunft wird die Herausforderung in der Vermeidung von unnötigen Produkten sein. Also liegt die Kunst in Zukunft in Wahrnehmung und Realisierung von „nicht“-Produkten. Dies zu kommunizieren wird der Anspruch für die Kreativpiloten werden ... aus diesen Situationen wünsche ich den Kreativpiloten weiterhin inspirierende Ideen, Durchhaltevermögen, Haltung und immer ein Lachen im Gesicht.“

Dr. Philipp Eigen

Geschäftsführer / CEO, Burberg-Eicker,
CGR B-E GmbH

Johannes Everke

Stellvertretender Bereichsleiter Übergreifendes
Hamburg-Marketing, Hamburg Marketing GmbH

„Dieser Jahrgang hatte alles: großartige Geschäftsmodelle, inspirierende Menschen und tolle neue Kontakte – danke euch!“

Robert Eysoldt

Creative Consultant,
ZEROOVERHEAD CONSULTING

MinR Frank Fischer

Leiter des Referates Kultur- und Kreativwirtschaft im
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

„Ich wünsche den Kreativpiloten 2016 ein Jahr voller Chancen, Möglichkeiten und Perspektiven. Nutzen und bereichern Sie das Netzwerk!“

Martin Fischbock

Geschäftsführender Gesellschafter,
li – Light Instruments GmbH

„Unternehmerische Motivation mit Leidenschaft für das Produkt sind Kernvoraussetzung, um als Pilot abheben zu können. Um nicht abzustürzen, dafür sorgt das Netzwerk der Kultur- und Kreativpiloten. Und das ist auch wunderbar so.“

Renate Fries

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit

Franka Futterlieb

Gründerin und Geschäftsführerin, urbn Pockets

Peter Gabriel

Seniorberater IT-Systeme und Multimedia,
VDI/VDE Innovation & Technik GmbH

„Ein herzlicher Glückwunsch an die Kultur- und Kreativpiloten 2016! Die Auswahlgespräche waren auch für mich als Juror eine echte Bereicherung. Bei allen Kandidaten waren die Begeisterung und der Einsatz für die eigene Idee absolut überzeugend.“

Andera Gadeib

CEO, Dialago AG

Thomas Gardeia

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

„Die Auswahlgespräche haben wieder eines gezeigt: wie wunderbar heterogen und bunt die Kreativwirtschaft in Deutschland ist. Tolle Ideen und Unternehmen verdienen es, bekanntzuwerden. Daran können wir alle zusammen arbeiten.“

Oke Göttlich

Prokurist, Gründer Finetunes GmbH

Peter Grabowski

der kulturpolitische reporter

„Allen Kultur- und Kreativpiloten einen guten Flug! Mögen sie ungeahnte Höhen erreichen, stets sicher landen und sich jederzeit von Fluglehrern und -lotsen sicher geleitet fühlen. Wir glauben, dass Sie das können – jetzt entscheidet das Wollen.“

Marc Grandmontagne

Geschäftsführer, Kulturpolitische Gesellschaft e. V.

Reinhart Gumlich

Referent, KfW Bankengruppe

Tobias Haar

Gameforge, Vorstandssprecher und
Vorstandsmitglied des BIU – Bundesverband
Interaktive Unterhaltungssoftware

Oliver Heinz

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Urheber-
und Medienrecht, Partner der Sozietät Heinz &
von Rothkirch

Monika Heinzelmann

Referatsleiterin Grundsatz und Wissensmanagement,
Künstlersozialkasse

„In diesem Jahr erstmalig als Jurymitglied am Auswahlverfahren beteiligt, war es für mich ein spannender und arbeitsintensiver Tag in Hamburg. Die kreative Vielfalt war beeindruckend. Ich wünsche allen diesjährigen Preisträgerinnen und Preisträgern Mut und dass sie ihr Ziel nie aus dem Auge verlieren.“

Kai Hennes

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

Sylvia Hustedt

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

Marc Kamps

CEO | Geschäftsführer, Birds and Trees UG

Tatjana Kaube

Referentin Musicboard, Der Regierende
Bürgermeister von Berlin – Senatskanzlei

„Die Kultur- und Kreativpiloten bringen immer wieder Schätze hervor, Menschen und Unternehmen, die Herausforderungen kreativ angehen oder wunderbare Impulse geben.“

Björn Kayser

Partner, Leo-Impact Consulting GmbH

„Die Auswahlgespräche waren eine echte Bereicherung. An die Kreativpiloten: weiter so! Glauben Sie an den Mehrwert Ihrer kreativen Leistung und setzen Sie sich darüber hinaus auf angemessene Weise mit den Erwartungen und Bedürfnissen Ihrer potenziellen Kunden auseinander. Dann stimmt auch die Bezahlung.“

Dr. Michael Kilpper

Referent im Referat Kultur- und Kreativwirtschaft,
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Eva Kiltz

Transfermanagerin, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Lilia Kleemann

Gründerin und Geschäftsführerin, baukind Architekten

„Die Auswahlgespräche sind in der Art ihrer Durchführung einzigartig und vermögen auf geniale Weise dem Menschen hinter jeder einzelnen Idee authentisch zu begegnen. Ich bin gespannt auf die Erfolgsgeschichten, die der Kreativpiloten-Kosmos dieses Jahr wieder hervorbringen wird!“

Andreas Kolbe

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

„Die diesjährigen Auswahlgespräche waren, wie bereits im vergangenen Jahr, nicht nur für mich, sondern vor allem für die Bewerber eine große Bereicherung. Vor allem haben sie erneut gezeigt, wie wichtig die Kultur- und Kreativpiloten für junge Unternehmen sind. Die Entscheidungen waren auch in diesem Jahr keineswegs leicht, aber dennoch mussten sie getroffen werden. Ich wünsche allen Kultur- und Kreativpiloten 2016 viel Erfolg, Ausdauer und anhaltende Begeisterung und vor allem wirtschaftlichen Erfolg.“

Julia Köhn

Transfermanagerin, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Klaus Kranewitter

Geschäftsführer, Enrico Pallazzo – Gesellschaft für gute Unterhaltung

„Die Auszeichnung und das Programm der Kultur- und Kreativpiloten haben unserer Firma sehr viel Aufmerksamkeit und Know-How gebracht. Danke für die tolle Unterstützung. Und viel Erfolg den neuen Piloten!“

Norbert Krause

krauses Projektdesign

Dr. Kai H. Krieger

Künstler im Street-Art-Kollektiv 3Steps

„Liebe Piloten des Jahrgangs 2016, Gratulation zur Auszeichnung und ein herzliches Willkommen im Kreis der Kreativpiloten! Wir freuen uns auf Eure kreativen Unternehmungen und Euren Steilflug in den kommenden Monaten. Go ahead!“

Vera Krupinski

Referat Kreativwirtschaft, Handel, Digitale Wirtschaft, Standortmarketing
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau

„Die Kreativpiloten bringen mit ihren Projektideen und Geschäftsinnovationen wichtige Impulse für Industrie und produzierendes Gewerbe. Innovative Entwicklungen sowie neue Geschäfts- und Arbeitsmodelle inspirieren auch andere Branchen und Wirtschaftsbereiche althergebrachte Strukturen, Prozesse und Verfahrensmuster auf den Prüfstein zu stellen und zu überdenken. Die Kreativpiloten stehen einzigartig und mutig für ihre Projektidee ein und setzen diese mit vollem Einsatz um. Diese Begeisterung kann sich auch auf andere übertragen.“

Wolf Lang

Co-CEO, Design Director und Gründer,
THREAKS GmbH

„Die Juryarbeit war sehr interessant und hat viel Spaß gemacht. Ich wünsche Ihnen eine tolle Award-Show mit vielen glücklichen Kreativpiloten.“

Dr. Anne-Kristin Langner

Lehrbeauftragte für Games und Gamification in der sozialen Praxis an der Fachhochschule Dortmund,
Product Manager bei YAS.life - MAGNUM EST
Digital Health GmbH, Berlin

Robert Mertens

Galerist, Galerie Freitag 18.30

„Das Erleben dieser Vielfalt spannender Ideen ist inspirierend und bereichernd. Herzliche Glückwünsche an die Piloten 2016!“

Matthias Mörtl

Yeah – Bild, Code & Herzklopfen GbR

Martina Muckli

Stellv. Referatsleiterin Kreativwirtschaft,
Existenzgründung, Handel
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und
Technologie des Landes Schleswig-Holstein

Tanja Mühlhans

Stellv. Leiterin Referat IKT, Medien, Kreativwirtschaft
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie
und Forschung

Monika Mundkowski-Vogt

Ministerialrätin, Leiterin des Referates IKT
und Kreativwirtschaft
Ministerium für Finanzen und Wirtschaft
Baden-Württemberg

Roshanak Behest Nedjad

LudInc GmbH / Professor S.

Angelika Neubauer

Referentin, Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft
und Digitalisierung Sachsen-Anhalt

„Es war mir eine große Freude, im Rahmen der Juryarbeit so facettenreicher Kreativität zu begegnen. Wie viel spannender wird es schließlich dann, wenn sich die Piloten später kennenlernen und deutschlandweit vernetzen können!“

Dr. Claudia Nicolai

Academic Director, Hasso-Plattner-Institut
für Softwaresystemtechnik GmbH

Johannes Nünning

Leiter UQBATE Programm, Deutsche Telekom AG

Arne Paul Oltmann

Gründer und Geschäftsführer, seedfeed GmbH

Torsten Oppermann

Managing Director, DELASOCIAL GmbH

Gert Pfafferodt

Regisseur, Cherbuliez-Productions

Juliane Radike

Radike I Kittelmann

Marco Rieso

Referatsleiter Handel, Dienstleistung, ServiceCenter
IHK Ostwestfalen zu Bielefeld

Mareike Roth

Gründerin und Geschäftsführerin,
hoch E – Designing Emotional Identity

Jörg Sabrowski

Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz,
Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz

Stefan Scheer

Werbeagentur Stefan Scheer

Jürgen Schepers

Branchenkoordinator Kreativwirtschaft, IHK Berlin

Christian Schneider

Geschäftsführer, Deutsches Komitee für UNICEF

Dr. Christina Schulz

Leitung Bundeswettbewerbe der Berliner Festspiele

Susanne Stephani

Referentin / Bildende und Darstellende Künste,
Studienstiftung des deutschen Volkes e. V.

Benjamin Techen

Transfermanager, Kompetenzzentrum Kultur-
und Kreativwirtschaft des Bundes

Andre Thum

Geschäftsführer, Socialbit GmbH

*„Die Auswahlgespräche waren für mich sehr
inspirierend und eine einzigartige Möglichkeit,
neue Unternehmergeister kennenzulernen.“*

Björn Vofrei

Geschäftsführer, Kommunikationsdesigner und
Identitätsstifter, Identitätsstiftung GmbH

Susanne von Essen

Kuratorin, Sternkultur UG

„Schön, wenn man Leidenschaften spüren kann.“

Stefanie Weidner

Geschäftsführerin, Solution Space Innovation GmbH

Klaudia Werth

Bereichsleitung Bürgerschaftliches Engagement,
Mitglied der Geschäftsleitung, Deutsches Komitee
für UNICEF

Xaver Willebrand

Managing Director IMAscore – audio eXperience

Ulf Zimmermann

Corporate Development / Internationale
Unternehmensentwicklung & Gesellschafter,
Helbako GmbH

*„Herzlichen Glückwunsch an die Preisträger!
Tolle Ideen mit Leidenschaft präsentiert und die
Jury überzeugt. Weiter so!“*

Frank Zumbruch

Leiter C-HUB Kreativwirtschaftszentrum Mannheim

Geschichten der Titelträger aus 2015

„Und wie wollt ihr davon leben?“ Diese Fragen haben die Kultur- und Kreativpiloten des letzten Jahrgangs nicht nur sich selbst gestellt, sondern auch überzeugend der Jury beantwortet. Die Antwort würde nach einem Jahr vielleicht anders lauten, denn das Zusammentreffen mit 32 Gründern auf Workshops oder die Screenings mit den Mentoren haben ihr unternehmerisches Selbstverständnis gedreht, gewendet, auf den Kopf gestellt und neu geordnet.

Was die Kultur- und Kreativpiloten eigentlich machen? Wohnzimmer in Konzertbühnen verwandeln, Verschnitt in Couture und Laptops in Zeitmaschinen. Sie entlocken der Heimat ihre Geschichten, lassen Städte

aufatmen und bauen Welten aus Klang. Sie helfen Kindern beim Leben mit ihrer Krankheit, nehmen Pferden den Stress und stellen die Frage nach dem Sinn. Auf jeden Fall wollen sie von der Idee leben, deren Realisierung sie mit Leidenschaft verfolgen.

Ihre Geschichten werden auf den folgenden Seiten erzählt. Alle Artikel, zusätzliche Videos und Interviews sind online unter <http://magazin.kultur-kreativpiloten.de/> veröffentlicht. Das Magazin stammt übrigens aus der Feder des Journalisten-Teams vom Wissenschaftsmagazin Substanz, das 2014 als Kultur- und Kreativpilot ausgezeichnet wurde.



KULTUR- UND
KREATIVPILOTEN
DEUTSCHLAND

DAS MAGAZIN

magazin.kultur-kreativpiloten.de

LESEN



#ANDERS ERZÄHLEN

Hat noch keiner so gemacht? Prima, dann machen wir das so. Mit der Lust am Experiment erfinden zwei Medien-Start-ups neu, wie man in der digitalen Welt erzählen, aufrütteln und unterrichten kann.

„Wir wollten Verantwortung übernehmen und etwas dazu beitragen, dass die Menschen aus ihrer Frustspirale herauskommen“

Maren Urner, Perspective Daily





Manchmal passt ein ganzes Unternehmerleben in ein einziges Jahr. So kommt es jedenfalls Maren Urner vor: „Wir haben im Schnelldurchlauf alle Phasen durchgemacht, wir sind im Kreativpiloten-Jahr von der Idee bis zur Durchführung gegangen, das war sehr, sehr intensiv.“

Am 21. Juni 2016 ist ihr Online-Medium Perspective Daily an den Start gegangen. Jeden Tag erscheint dort jetzt ein Beitrag, der das Weltgeschehen anders beleuchten soll, als es die meisten konventionellen Medien tun: mit mehr Lust an der Lösung als am Skandal. Nicht nur fragen: „Was läuft schief?“ Sondern auch: „Wie könnte es besser laufen?“ Und die Leser nicht mit dem Gefühl der Hilflosigkeit in ihren Alltag entlassen, sondern mit Ideen und konkreten Ansätzen, selber aktiv zu werden.

„Konstruktiver Journalismus“ nennt sich dieser Ansatz, der im englischen Sprachraum schon länger eine Größe ist, hierzulande aber noch keine wesentliche Rolle spielt. Und deswegen dem Publikum auch anfangs schwer zu vermitteln war: Monatelang tourte das vierköpfige Gründerteam durch die Republik, um auf Podiumsveranstaltungen klarzumachen, was das neue Medium denn nun genau anders machen würde. In dieser Phase war der erste Workshop mit den anderen Kreativpiloten sehr hilfreich, sagt Maren: „Wir haben aus dem Feedback der anderen gelernt, wie wir die Botschaft noch mal deutlich schärfen müssen.“

Die Unterstützung des Publikums war wichtig, denn für den Start von Perspective Daily brauchten die Gründer Abonnenten – 12.000, um genau zu sein. 12.000 Leser, die über eine Crowdfunding-Kampagne eingeworben

werden sollten, eines der ehrgeizigsten Projekte dieser Art im deutschen Journalismus.

Es war schwieriger als erwartet. Obwohl Perspective Daily von Anfang an breite Unterstützung in der Medienbranche fand, seit Maren das Konzept auf der Ideenkonferenz TedX vorgestellt hatte. Und obwohl mit der Schauspielerin Nora Tschirner eine prominente Fürsprecherin an Bord war, die mit der Idee quer durch die TV- und Radiolandschaft tourte, von „Circus HalliGalli“ über die Talkshow „3 nach 9“ bis zum damals noch „Sanft & Sorgfältig“ genannten Erfolgs-Podcast von Olli Schulz und Jan Böhmermann.

Im ersten Anlauf verfehlten die Gründer ihr Ziel und mussten die Kampagne um fünf anstrengende Wochen verlängern. Es hat dann doch geklappt, für ein Jahr ist Perspective Daily nun finanziert, konnte ein Redaktionsteam aufbauen und neue Räume in einem Münsteraner Gewerbegebiet beziehen. Aber viel Zeit zum Durchatmen ist immer noch nicht. Jetzt muss das Team beweisen, dass es jeden Tag einen Beitrag liefern kann, der die Crowdfunder überzeugt – und neue Leser anzieht, denn die Kundenbasis muss wachsen.

Von den Mitgliedern komme viel positives Feedback, sagt Maren: „Wir bekommen jeden Tag Mails von zufriedenen Lesern, die teils auch mithelfen wollen und Ideen einbringen.“ Das erste Branchenfeedback war dagegen eher durchwachsen: Anerkennung für die Idee und einzelne Beiträge, aber handwerklich noch nicht ausgereift und noch zu wenig klar, wohin die Reise geht, so die Kritik. Alles andere wäre aber auch überraschend gewesen. Nicht nur aufgrund der kritischen Grundhaltung der Branche. Sondern auch, weil Perspective



Daily etwas völlig Neues versucht: fünfmal die Woche ein Stück zu produzieren, das inhaltsstark ist und konstruktiv, ohne nach Sonnenschein-Journalismus zu klingen oder sich mit den Ideen und Aktionen gemeinzu machen, um die es in den Beiträgen geht – das ist Learning by Doing und derzeit eines der spannendsten Experimente in der deutschen Medienlandschaft.

Learning by Doing prägt dieser Tage auch die Arbeit im Studio von Enrico Pallazzo. Eine weitere Parallele zu Perspective Daily: Auch für die Münchner TV-Produktionsfirma wurde im Kreativpiloten-Jahr alles anders. Zwar besteht Enrico Pallazzo schon seit 2012 und wurde für die Mediensatire-Serie „Walulis sieht fern“ bereits mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet. Aber im letzten Jahr stellte die „Gesellschaft für gute Unterhaltung“ alles auf den Kopf, sagt Mitgründer Klaus Kranewitter. „Wir gehen weg von den klassischen linearen TV-Kanälen, hin zu neuen Formaten, von denen noch keiner eine Ahnung hat.“

Der Grund ist ein neues Großprojekt: Enrico Pallazzo entwickelt eine Videoserie, die komplett für die Auspielung über soziale Medien optimiert ist. Klingt einfach, erfordert aber ein komplettes Umdenken, sagt Klaus: „Alles, was wir uns für TV angeeignet haben, mussten wir auf den Prüfstand stellen. Was wir vor fünf Jahren noch geil fanden, finden wir jetzt nur noch laaaaangsam.“

Was für Enrico Pallazzo ein laufendes Experiment ist. Neue Konzepte wollen ausprobiert, neue Arbeitsabläufe entwickelt, getestet, verworfen und immer wieder verfeinert werden. Auch die Technik kommt auf den Prüfstand, unter anderem setzen die Macher beim Dreh kompakteres Equipment ein, das weniger Distanz zum Gegenüber aufbaut. „Und wir haben alleine 100

Leute gecastet auf der Suche nach Köpfen, die unsere Ideen gut umsetzen können.“ Leute, die nicht aus der klassischen TV-Ecke kommen und um die Ecke denken können bei Konzepten, Texten, Bildern und dem Spiel vor der Kamera.

Es sei ein großes Glück gewesen, dass die Kreativpiloten-Zeit genau in diese intensive Phase fiel, sagt Klaus.

„Tatsächlich haben wir von keiner anderen Auszeichnung so sehr profitiert wie von dieser.“ Extrem hilfreich seien die Screenings gewesen: intensive Sitzungen mit erfahrenen Mentoren, die mit den Piloten ihre Geschäftsidee und Visionen durchsprechen und zusammen mit ihnen neue Perspektiven entwickeln: „Wie organisiere ich einen kompletten Umbau meiner Abläufe? Wie finde ich die richtigen Leute? Und wie erkenne ich, ob mir jemand Bullshit erzählt?“

Auch von den Workshops profitierte das Team – durch das Ideensparring mit den anderen Piloten und durch fachlichen Input: „Wir haben da zum Beispiel gelernt, dass unser wildes Rumwurschteln doch nicht kompletter Mist ist, sondern ein anerkanntes Prinzip in der modernen Unternehmensforschung. Man nennt es Effectuation.“

Anders ausgedrückt: anstatt alles auf Jahre hinaus zu planen, einfach machen – und neu machen, wenn es nicht klappt. Macht einen auch resistenter gegen unerwartete Krisen, wenn beispielsweise ein Großprojekt beim Kunden zwischenzeitlich mal in den Winterschlaf versetzt wird. Für die Entwicklung zusätzlicher Geschäftsmodelle ist es jedenfalls ganz praktisch, dass Enrico Pallazzo gerade keinen Stein auf dem anderen lässt.

Text: Georg Dahm



*„Wir gehen hin zu neuen
Formaten, von denen
noch keiner eine Ahnung hat“*

Klaus Kranewitter, Enrico Pallazzo



#DIE WELT RETTEN

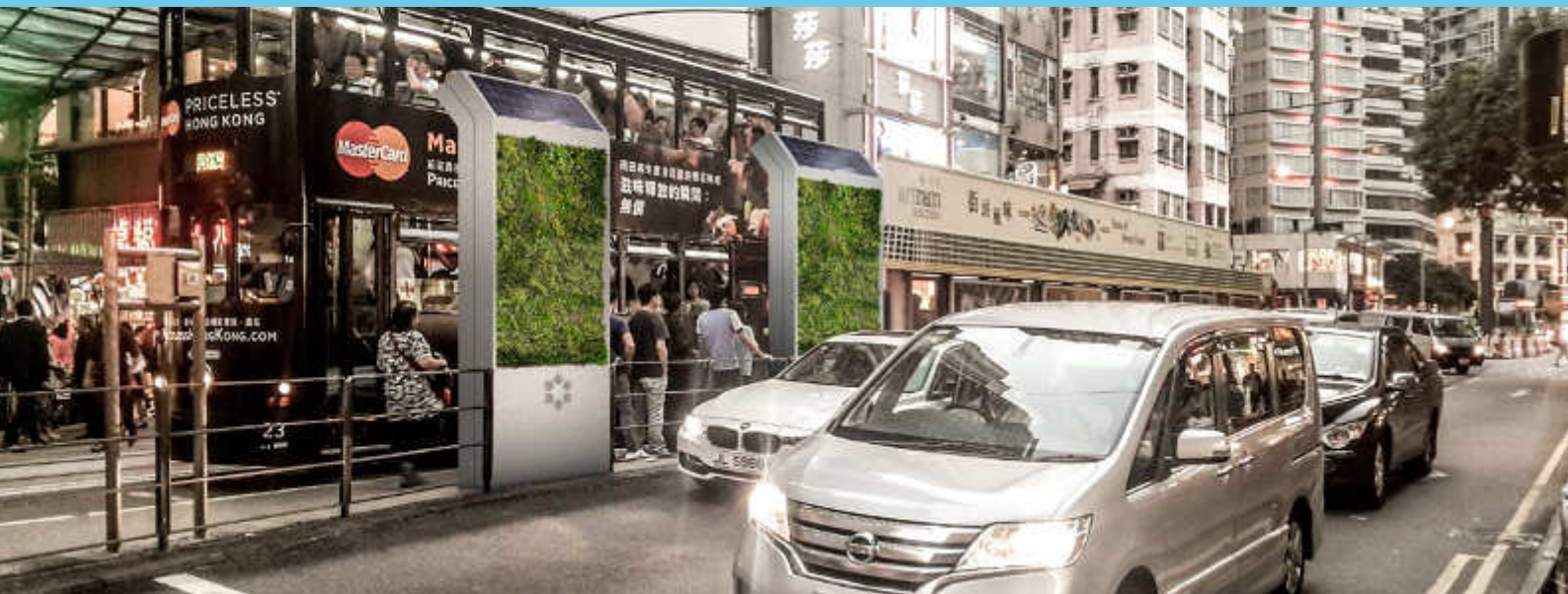
Nachhaltigkeit, dieses überstrapazierte Wort. Sagt sich so leicht, ist so schnell in eine Präsentation geschrieben, in eine Firmenphilosophie reingeschwurbelt.

Aber ein wirklich nachhaltiges Unternehmen aufbauen – das ist harte Arbeit. An die sich diese zwei Start-ups herangewagt haben.



*„Wir sind auch noch mit
anderen Städten weltweit für
Pilotprojekte im Gespräch“*

Liang Wu



Es gibt Unternehmen, bei denen der Begriff „nachhaltig“ nicht mehr als Marketing ist, dann gibt es Unternehmen, die mehr oder weniger nachhaltige Produkte oder Dienstleistungen anbieten, selbst aber alles andere als nachhaltig sind – und dann gibt es solche, die es wirklich ernst meinen mit der Nachhaltigkeit. Wie das Dresdner Startup Green City Solutions. Ganz im Sinne von nachhaltigem Unternehmenswachstum haben die vier Gründer Liang Wu, Peter Sänger, Victor Splittgerber und Denes Honus bereits vor 13 Jahren angefangen. Für Startups eine nahezu biblisch lange Zeit.

Ihr Produkt ist aber auch etwas anderes. Der CityTree ist eine knapp drei Meter breite und vier Meter hohe mit Moos bepflanzte Wand – eine Mischung aus Designobjekt, Hightech, Garten und Sitzbank. Rund 1600 Einzelpflanzen finden in der Vertikalen Platz und verbessern vor allem die Luft. „Ein CityTree filtert so viel Feinstaub aus der Luft wie 275 Bäume“, sagt Liang.

Die Vision: In Metropolen wie Hongkong kühlen und reinigen City Trees die Luft. Die Moose haben unzählige kleinste Verzweigungen und nehmen die Feinstaubpartikel in ihren Stoffwechsel auf. „Die sind dann in den Pflanzen“, sagt Liang. Grüne Lunge halt. Einmal aufgestellt, ist der CityTree autark, dank Solaranlage und automatischer Bewässerung, die sich aus Regenwasser speist. Falls das doch mal knapp werden sollte, schlägt ein Sensor Alarm, dann wird der Regenwassertank nachgefüllt, der auch Dünger enthält.

So ein Produkt entwickelt niemand über Nacht. „Besonders wichtig war die erste Seed-Förderung des Projekts“, sagt Liang. „Geld um die Idee zu entwickeln,

da war uns klar: Das funktioniert.“ Auch die Kultur- und Kreativpiloten-Auszeichnung war ein wichtiger Baustein auf ihrem Weg. „Wir haben zur Verleihung des Preises potenzielle Kunden eingeladen – das war schon für alle ein großes Ding“, sagt Liang. „Die mediale Wirkung und der Marketingeffekt des Preises waren für uns sehr wertvoll.“

Genauso wertvoll sei auch das Kreativpiloten-Netzwerk gewesen, sagt Mitgründer Denes Honus. „Da sind neue Ansätze entstanden, wie man unsere CityTrees vertreiben und präsentieren kann.“ Wertvoller Input für die Phase, in der die Jungs von Green City Solutions jetzt stecken: „Wir sind gerade nach Berlin gezogen, haben uns teammaig noch mal vergrößert und sitzen aktuell im Accelerator-Programm Mindbox der Deutschen Bahn“, sagt Liang. Eine große Chance: CityTrees an jedem Bahnhof in Deutschland wäre ein Topgeschaft für die Gründer.

Nach Projekten in Dresden, Oslo und Paris konnten die Neuberliner gerade den ersten CityTree in Hongkong aufstellen. „Wir sind für dieses Jahr auch noch mit anderen Städten weltweit für Pilotprojekte im Gespräch – das ist aber noch nicht spruchreif“, sagt Liang. Dazu komme noch eine weitere Investitionsrunde. Es sieht alles danach aus, als würde der CityTree künftig fest zum Stadtbild gehören. Und sehr wahrscheinlich stand das auch im Plan der vier Gründer.



Auch das Start-up ehrensache D/V GmbH betreibt mit seinem Label Bag To Life ein auf Nachhaltigkeit ausgelegtes Geschäftsmodell – sie machen Upcycling mit unbenutzten Hightech-Materialien. Die Designerin Kerstin Rank war schon immer beseelt von der Idee, eine eigene Produktlinie zu entwerfen. Auf einem Flug nach London, gerade als das Flugpersonal das traditionelle Sicherheitsballett vorführte, stach ihr die gelbe Weste ins Auge. „Ich habe mich sofort gefragt, was die Fluggesellschaften mit den Rettungswesten machen, die alle paar Jahre ausgetauscht werden müssen“, sagt Kerstin. Und dann hat sie auch die Fluglinien gefragt. Und zwar so lange und so hartnäckig, bis sie einige der gelben Retter zu einer Taschenkollektion verarbeiten konnte. Fünf Jahre ist das nun her.


Heute ist Bag To Life Flaggschiff der vor einem Jahr gegründeten ehrensache D/V GmbH und gibt rund 5.000 Rettungswesten pro Jahr eine neue Bestimmung. Etwa als Laptop Tasche, Smartphone-Schutzhülle, Sporttasche oder Fahrradtasche. Dazu kommen Accessoires wie Schlüssel- und Kofferanhänger oder Portemonnaies und Ansteckbuttons. Mit an Bord bei der Gründung war Thomas Gardeia. Seit 2012 kennen sich Kerstin und Thomas, der vorher im Vertrieb von größeren Verlagen gearbeitet hatte. „Thomas kam wie gerufen“, sagt Kerstin. „Wegen der Designarbeiten blieb mir wenig Zeit für den Vertrieb.“ Nach einer eingehenden Analyse beschlossen die beiden dann 2015, die ehrensache D/V GmbH zu gründen.

„Wir sahen ganz klar noch mehr Potenzial“, sagt Thomas. Zwar sei der Upcycling-Markt fast schon übersättigt, aber niemand verwende vollkommen ungebrauchte Materialien. „Dazu kommt eine klar adressierbare Zielgruppe: Die Flugbranche.“ Mit der Gründung der

GmbH wollten die beiden auch nach außen ein Signal geben: Wir meinen das ernst und haben noch viel vor. Worin sie die Screenings mit den Kreativpiloten-Mentoren bestärkt hätten: „Nach dem Jahr bei den Kreativpiloten sind wir uns unserer Stärken bewusster als vorher. Wir erlauben uns heute, größer zu denken und den Erfolg, den wir bisher eingefahren haben, auch als solchen zu sehen“, sagt Thomas. Im Gegenzug konnten sie den Pilotenkollegen etwas von ihrer Expertise abgeben.

„Alle Piloten haben mit ganz tollen Ideen überzeugt, aber wenn es ums vermeintlich langweilige Vertriebscontrolling geht, hört es bei vielen schnell auf“, sagt Thomas. „Unsere Message war: Ihr seid tolle kreative Unternehmen, aber steckt die Kreativität auch da rein, sonst bringen euch die Ideen leider nichts.“ Daran müssten sich die beiden Gründer aus Bayreuth auch immer wieder selbst messen. „Ab kommendem Frühjahr wollen wir eine neue Kollektion auf den Markt bringen, die mit einem neuen Upcycling-Material daherkommt“, sagt der 37-Jährige. Ein Wachstumsschritt, der nur aus dem eigenen Cashflow finanziert werden soll: „Nachhaltig eben.“

Text: Denis Dilba



„Alle Piloten haben mit ganz tollen Ideen überzeugt, aber wenn es ums vermeintlich langweilige Vertriebscontrolling geht, hört es bei vielen schnell auf“

Thomas Gardeia



#NEUE BÜHNEN

Wer sich den Kulturbetrieb als staubig, sperrig und leicht abgehoben vorstellt, liegt leider manchmal richtig. Einfach zugänglich und für jedermann geht jedenfalls oft anders. Die Start-ups Grammfy und SofaConcerts zeigen, wie man das besser macht – und krepeln so die Branche um.



„Bitte, was? Ein Online-Streamingdienst für klassische Musik?“ Lukas Krohn-Grimberghe kann sich noch gut an die ersten Kommentare zu seiner Start-up-Idee Grammofy erinnern. Zugegeben: Für den Laien klingt die Idee erst mal so, als hätte sie jemand im Suff entwickelt. Klassik? Wer hört das denn? Ist das nicht ein kleiner Nischenmarkt? Sind Klassikfans nicht alle sehr alt? Können die überhaupt Internet? Und woher Personal und Geld zum Aufbau einer Streamingplattform nehmen – was im Übrigen auch nicht unbedingt als leichteste technische Fingerübung gilt? Und wen das noch nicht verschreckt hat, der erinnert sich kurz mal an die Konkurrenz: Spotify, Apple Music, Google Play und Deezer. Mehr Marktdominanz geht nicht.

Lukas, Absolvent des zur University of London gehörenden renommierten Goldsmiths-College, drückt das etwas vornehmer aus: „Wenn man die Idee zum ersten Mal hört und zu Klassik keinen Zugang hat, muss man wahrscheinlich zu dem Schluss kommen, dass es wohl kaum eine größere Herausforderung gibt.“

Heute ist Grammofy knapp ein halbes Jahr am Markt und in zehn Ländern online. Weitere stehen auf der Roadmap des Start-ups. „Wir sind happy“, sagt Natascha Klotschkoff, Head of Marketing & Content Management beim jungen Unternehmen. „Es läuft gut an, wir haben viele Seitenbesuche und viele Leute, die einen Account angelegt haben. Jetzt beginnen sich die anfangs noch kostenlosen Zugänge langsam in bezahlpflichtige umzuwandeln.“

Wie haben die das denn geschafft? Wissen, Überzeugung und Hartnäckigkeit, ist die Kurzantwort. Lukas hatte

den Streamingmarkt für Klassik bereits in seiner Bachelor- und auch der Masterarbeit intensiv untersucht und wusste es einfach besser. „Umfragen und größere Studien zeigen: Das Interesse an Klassik von jungen Menschen ist sehr hoch. Allerdings ist der Konsum von klassischer Musik verschwindend gering.“ Sein Schluss: Der Bedarf am Zugang zu Klassik ist offenbar da, nur scheint das Angebot nicht richtig zu sein. Tatsächlich haben auch Spotify und Co klassische Musik im Angebot. Wer aber mal versucht hat, da fündig zu werden, weiß, was Verzweiflung heißt.

„Die großen Plattformen sind einfach nicht für Klassik gemacht“, sagt Natascha. Wer etwa „Beethoven“ und „Symphonie“ sucht, findet auch Symphonien von Joseph Haydn, interpretiert vom Beethoven Orchester Bonn. Oder Listen mit 50 verschiedenen Aufnahmen eines Werks. „Da verliert man schnell die Geduld oder ist überfordert“, sagt die Marketingchefin. Grammofy bietet daher eine niedrige Eintrittsbarriere in die Welt der Klassik: 30 Tage kann man unverbindlich umsonst testen, dann kostet der Zugang 6,99 Euro, ein Einsteiger-Abo für 2,99 Euro ist in Planung.

„Wir stehen für Klasse statt Masse. Wir stellen daher jede Woche fünf Werke in unseren ‚Collections‘ vor. Die hört man sich an. Oder geht zum nächsten Werk, wenn einem das nicht gefällt“, sagt Lukas. Wer will, kann einfach nur Musik hören. Wer möchte, kann aber in die vielfältige Welt der klassischen Musik abtauchen. Grammofy bietet Audio-Einführungen, in denen nicht nur erklärt wird, wann und von wem das Stück aufgenommen wurde, sondern auch die Geschichte und der Hintergrund rund um den Komponisten oder das Stück erzählt werden.

„Gerade wenn man selbst extrem viel Arbeit um den Kopf hat, ist es auf den Workshops beruhigend zu sehen, dass alle die gleichen Probleme haben“

Lukas Krohn-Grimberghe



Ihr Gründungsvorhaben wurde nicht nur vom Exist-Förderprogramm des Wirtschaftsministeriums für Gründungen aus der Wissenschaft unterstützt, sondern fand auch einen finanzstarken Investor. Lukas, der mit Musiklabels über die Lizenzen an den Werken verhandelt, hatte vor der Grammfy-Gründung bereits Start-up-Erfahrung. Dass so ein Team ein würdiger Träger der Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist, kann man nachvollziehen. Aber konnte Grammfy überhaupt noch etwas dazulernen bei den Piloten?

„Gerade wenn man selbst extrem viel Arbeit um den Kopf hat, ist es auf den Workshops beruhigend zu sehen, dass alle die gleichen Probleme haben. Das Mentoring und die Termine mit den Kreativpiloten haben durch den intensiven Erfahrungsaustausch den Blick in solchen Stressphasen wieder geöffnet“, sagt Lukas. Dieser Blick von außen auf ein Unternehmen sei unheimlich wertvoll, sagt der Gründer. „Das wollen wir auch möglichst über das Pilotenjahr hinaus bei uns etablieren.“

Auch Natascha schwärmt noch von der „Familie der Kreativpiloten“: „Wir haben durch das Kreativpiloten-Programm ein größeres Selbstbewusstsein entwickelt“, sagt sie. Darüber hinaus sei ein Preis der Bundesregierung natürlich auch ein Türöffner und ein klar verständliches Gütesiegel.

Das kann Grammfy jetzt gut gebrauchen: In den kommenden Monaten will das Team verstärkt die Werbetrommel rühren und mehr Kunden gewinnen. Das Ziel von Grammfy ist jedenfalls klar: „In fünf Jahren haben wir allen gezeigt, wie vielfältig und aufregend Klassik ist und dass da jeder etwas für sich findet“, sagt Natascha.

Rund 550 Kilometer Luftlinie entfernt von Stuttgart ist ein verwandtes Konzept entstanden: Auch SofaConcerts bietet aufstrebenden Künstlern neue und unkonventionelle Bühnen, auf denen sie sich präsentieren können. Die Geschichte von SofaConcerts beginnt Anfang 2013. Miriam Schütt und Marie-Lene Armingeon hatten sich auf einem Wohnzimmerkonzert in einer Studenten-WG getroffen und sprachen über die intensive Atmosphäre. Plötzlich stand ein Gedanke im Raum. „Wir haben uns gefragt, warum es so etwas Cooles nicht viel häufiger

gibt“, sagt Marie-Lene. Es gab bereits Plattformen wie Airbnb, Mitfahrgelegenheit oder CouchSurfing. Die funktionierten. Musiker und Musikfans gibt es weltweit. „Lass uns doch eine Plattform für solche Konzerte gründen“, platzte es aus ihnen heraus.

Die beiden waren von der Idee begeistert und wussten intuitiv: Das könnte wirklich etwas sein. Also trafen sie sich fortan jede zweite Woche zu einem Jour fixe. „Da haben wir uns dann Ziele gesetzt, geplant und recherchiert“, sagt Miriam. Es waren viele Fragen zu klären: Gibt es so was schon, was läuft da gut, was läuft da schlecht? Wie lässt sich so eine Plattform umsetzen?

„Wir haben mit Musikern geredet und gefragt, was sie davon halten, und mit anderen Musikfans geredet. Wärt ihr daran interessiert, wenn es so was gäbe?“ Darüber wurde auch mit Freunden und der Familie eifrig diskutiert. „Das war für uns das ideale erste Testfeld“, sagt Marie-Lene. „Zum einen, weil wir die Plattform auch für uns selbst geschaffen haben und unsere Freunde ähnliche Interessen haben, zum anderen, da wir im direkten Umfeld auch Gründer von Onlineplattformen hatten, die uns wertvolle Tipps geben konnten.“ So erstellten die beiden ein Konzept, was zur Umsetzung der Idee nötig wäre.

„Wir haben uns von Anfang an Gedanken darüber gemacht, wie man damit Geld verdienen kann“, sagt Miriam. Es gab nämlich schon einige solcher Initiativen, die aber alle eher hobbymäßig wirkten und dann auch schnell wieder eingeschlafen waren. „Wenn man nur aus eigenen Ressourcen schöpft, wird es natürlich irgendwann schwierig, weiterzumachen und durchzuhalten.“ Ihr Konzept sollte daher nachhaltig sein: eine Vermittlungsplattform, die sich durch eine Vermittlungsprovision möglichst von selbst finanziert.

„So haben wir die Grundlagen unseres Businessmodells und wo es hingehen soll festgelegt“, sagt Miriam, die in Deutschland und Frankreich Betriebswirtschaftslehre studiert hat. Den Prototyp haben Marie-Lene und Miriam komplett aus eigenen Mitteln finanziert. „Da konnten sich Künstler und Gastgeber vorstellen, sich kontaktieren und Termine für ein Konzert ausmachen. Fertig. So sind wir auch gestartet“, sagt Marie-Lene.





„Wir haben uns von Anfang an Gedanken darüber gemacht, wie man damit Geld verdienen kann“

Miriam Schütt



Nachdem sie die Plattform Anfang 2014 gelauncht hatten, sei natürlich noch viel angepasst worden. „Damit haben wir nach dem Prinzip des Minimum Viable Product gehandelt, obwohl wir den Begriff noch gar nicht kannten“, sagt Marie-Lene, die eigentlich Gymnasiallehramt für Englisch und Spanisch studiert hat und sich auf das Community-Management und die Produktentwicklung fokussiert.

Über den Music WorX Accelerator der Stadt Hamburg, den SofaConcerts 2014 durchlaufen hat, kam dann der Kontakt zu einem Start-up, das bereits am Kultur- und Kreativpiloten-Programm teilnehmen konnte und den beiden Gründerinnen zu einer Bewerbung geraten hat. „Allein die Auswahlgespräche waren schon sehr cool. Wir können das Programm und die Bewerbung nur empfehlen“, sagt Miriam. „Der Gewinn hat uns den Zugang zu einem extrem inspirierenden Netzwerk geschaffen. Wir haben zu unseren Co-Piloten auch immer wieder Kontakt, geben uns Tipps und helfen uns gegenseitig mit Kontakten.“

Vor allem die Workshops empfanden Marie-Lene und Miriam als sehr bereichernd. „Am meisten gebracht hat uns das Format der kollegialen Beratung mit den anderen Teams. Auf die Anregungen und Lösungsansätze zu eigenen aktuellen Problemen von anderen Kreativunternehmern wäre man von allein oft nicht gekommen“, sagt Marie-Lene. Das seien aber nur Kleinigkeiten gewesen, sagen die beiden, glücklicherweise laufe es im Großen und Ganzen sehr gut.

Das ist untertrieben: Seit der Gründung konnten über die SofaConcerts-Plattform bereits mehr als 2.000 Konzerte organisiert werden. Das Unternehmen kann

sich heute aus den eigenen Umsätzen finanzieren. Fast zu jeder deutschen Stadt sind Gastgeber und Künstler gelistet. Viele Künstler kommen aus England, den Vereinigten Staaten oder Kanada. Sie nutzen die Plattform, um Europa-Touren zu ergänzen. Seit kurzem haben die beiden Gründerinnen sogar zwei neue Mitarbeiterinnen, die sich um den österreichischen und den französischen Markt kümmern und dort das Netzwerk ausbauen.

„Wir wollen international weiter wachsen und zu einer großen Talentscouting-Plattform werden“, sagt Miriam. Die großen Musikunternehmen haben bereits ein Auge auf SofaConcerts. „Das merken wir schon“, sagt Marie-Lene. Damit sind die beiden Unternehmerinnen voll im Plan: In fünf Jahren, hatten sie Anfang 2014 als Fernziel niedergeschrieben, ist SofaConcerts die größte europaweite Livemusik-Plattform, die Musiker und Musikfans direkt miteinander vernetzt. Dann bekommt die Musikbranche von ihnen fundierte Empfehlungen auf Basis der Fan-Community.

Damals haben Marie-Lene und Miriam gedacht, dass dieses Ziel wohl nie zu erreichen ist. Heute ist aus dem fernen Traum eine Vision geworden, die in greifbare Nähe gerückt ist. Einfach mal machen scheint nicht die schlechteste Strategie zu sein.

Text: Denis Dilba



#LEHRGELD SPAREN

Das Start-up Birds and Trees entwickelt Reha- und Therapie-Apps. Marc Kamps ist damit als Kultur- und Kreativpilot 2015 ausgezeichnet worden. Er weiß, dass Gründerjahre schwer sein können – und teilt mit uns seine Erfahrungen und die Learnings aus den Piloten-Workshops.



Gründergedanke: Ich habe eine tolle Idee, bin wild entschlossen, habe aber wenig bis keine Kohle. Und jetzt?

Marc Kamps dazu: Wenn ich noch mal gründen wollte, würde ich meine Idee auf bestehende Fördermöglichkeiten abstimmen. Wir sind mit unserem Projekt bei einigen Programmen durchgefallen, weil wir ein oder zwei Kriterien nicht erfüllt haben. Da haben wir unnötig Lehrgeld gezahlt. Wenn man die Förderkriterien vorher kennt, kann man seine Idee darauf abstimmen, auch ohne Gefahr zu laufen, sie zu entstellen. Wichtig ist, sich schon vor der Gründung hinzusetzen und das zu prüfen, denn an einige Fördertöpfe kommt man nur, wenn man formal noch nicht gegründet hat.

Geil, die Idee hat sonst keiner – auch „blauäugig Neuland betreten“ genannt.

Unsere App ist eine Mischung aus Game und Medizintechnikprodukt. Wir dachten damals: „Toll, wir lassen das als Medizintechnikprodukt zertifizieren. Das haben andere nicht.“ Puh. Hätten wir vorher gewusst, was da für ein Aufwand auf uns zukommt, hätten wir wahrscheinlich nicht mal gegründet. Heute würde ich versuchen, frühzeitig Kooperationen zu schließen, um den Aufwand zu teilen. Auf unsere Gründung bezogen also nach dem Motto: Ihr gebt uns die Expertise im Medizintechnikbereich und wir euch die Expertise bei den Games. Holt euch zumindest Rat, sonst dauert alles länger und kostet mehr.

Los geht's! Aber warum will niemand in meinem coolen Start-up arbeiten?

Eine Patentlösung dafür, wie man gute Mitarbeiter findet,

suche ich auch noch. Was aber in der Regel nicht funktioniert, ist, klassisch auf einer Jobsuchmaschine zu inserieren. Planlos in sozialen Netzen zu posten, ist meiner Erfahrung nach auch nicht sehr ergiebig. Vielversprechender ist, andere Start-ups anzusprechen. Oft sind Programmierer oder Layouter bei einem Unternehmen nicht vollkommen ausgelastet, dann kann man sich die Fachleute teilen. Oder gemeinsam anstellen. Eine andere Idee: Menschen suchen, die etwas mit der Start-up-Idee zu tun haben. Die bringen oft eine hohe Motivation mit und stecken zumindest zeitweise bei der Bezahlung zurück, um ein Projekt überhaupt zum Rollen zu bringen. Und immer wieder drüber zu sprechen, dass man sucht, ist auch wichtig. In dem Sinne: Wir suchen noch Leute, die sich mit 3D-Modelling und Animation auskennen.

Meine Idee leuchtet jedem sofort ein, die muss ich niemandem mehr erklären.

Doch. Und zwar so oft, bis man das selbst nicht mehr hören kann. Ich habe unsere Geschichte so oft vorgetragen: Du kannst mich nachts um drei wecken und dann erzähle ich dir die Story runter. Wir haben den Aufwand zu Anfang aber auch unterschätzt. Wir zielen mit unserer Mukoviszidose-App unter anderem auf die Zielgruppe Selbsthilfe ab. Da sitzen auch ältere Leute, die vergleichsweise wenige Berührungspunkte mit dem Internet haben. Da mussten wir immer wieder erklären. Das gehört eben dazu: Du kannst nicht davon ausgehen, dass jeder dein Konzept sofort versteht. Insgesamt gilt: Identifiziere die Interessengruppen an deinem Produkt und lerne sie, ihre Bedürfnisse und ihre Meinung über deine Idee kennen. Persönlich. Ja, das dauert. Aber das lohnt sich. Am besten, du fängst damit heute noch an.

So soll mein Produkt aussehen und nicht anders. Ist schließlich meine tolle Idee – auch „produktbezogener Gründerstarrsinn“ genannt.

Zu Anfang sollte unsere App eine Hilfe für Eltern sein, um ihnen zu erklären, was Mukoviszidose überhaupt ist. In den ersten Gesprächen mit den Stakeholdern hat sich aber gezeigt, dass das überhaupt nicht gebraucht wird. Die Eltern wissen alle Bescheid. Was sich aber alle wünschen: Eine App für Kinder, die ihnen zeigt, warum die Mukoviszidose-Therapie wichtig ist. Was angehende Gründer daraus lernen können: Sei bereit zu Veränderungen, auch dazu, deine Idee komplett wieder über den Haufen zu schmeißen. Und suche den Kontakt zu möglichen Kundengruppen schnell. Auch hier haben wir Lehrgeld gezahlt: Unser erster Prototyp war viel zu detailliert. Davon war nach den Gesprächen nicht mehr viel übrig. Design Thinking hat uns da geholfen. Grob gesagt versetzt man sich dabei in die Perspektive des Kunden oder Nutzers und entwickelt im Team Ideen, die die eigene Geschäftsidee verbessern. Man arbeitet dazu viel mit Visualisierungen dieser Ideen. Das geht schneller und spart unnötigen Aufwand.

Och, das reicht mir doch – auch „zu klein denken“ genannt.

Als wir angefangen haben, waren unsere Worte immer: „Hallo, wir entwickeln eine Mukoviszidose-App.“ Mehr wollten wir gar nicht. Der Haken: Damit ist relativ wenig Geld zu verdienen. Dein Produkt muss möglichst skalierbar sein. Wir haben vollkommen ignoriert, dass man mit so einer App auch andere Krankheiten bedienen kann. Seitdem stellen wir uns so vor: „Hallo! Wir machen die Therapie-App für alles.“ Und das wird uns geglaubt. Zu klein denken ist typisch – aber leider Bullshit.

Markenbildung brauche ich nicht. Ich bin auf einem heißen Markt unterwegs, das läuft auch so.

Wir machen Serious Gaming. Cool, oder? Und ein heißes Thema. Aber das machen 1.000 andere Start-ups auch. In anderen Bereichen ist das genauso. Frage dich also: Was macht dein Start-up unverwechselbar? Was ist das Besondere? Worin seid ihr super? Hat bei uns auch länger gedauert. Aber irgendwann wussten wir: Wir machen nicht nur Serious Gaming und eine Mukoviszidose-App – wir

sind Experten für Transitionsmedizin. Das ist der Bereich, der den Übergang von Jugendlichen zu Erwachsenen bei der Behandlung beschreibt. Mit 17 Jahren liegt man noch auf der Kinderstation, mit 18 auf der Erwachsenenstation. Der Übergang vollzieht sich aber viel früher. Und damit ändern sich auch die Bedürfnisse in der Behandlung. Dazu musste ich lernen, über meine Betroffenheit zu sprechen. Mein Sohn hat Mukoviszidose. Das war nicht einfach für mich. Heute gehört das aber zur Marke Birds and Trees dazu und verleiht uns Glaubwürdigkeit.

Text: Denis Dilba

Programm der Preisverleihung der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2016

**23. November 2016, Postbahnhof am Ostbahnhof
Straße der Pariser Kommune 8, 10243 Berlin**

Moderation	Katty Salié
17.30 Uhr	Einlass und Ausstellung der Kultur- und Kreativpiloten 2016
19.00 Uhr	Eröffnung
19.05 Uhr	Begrüßung Brigitte Zypries MdB, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie
19.15 Uhr	Grußwort Dr. Günter Winands, Ministerialdirektor bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien
19.25 Uhr	Titelverleihung der 32 Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2016 Show Act: The Trouble Notes
20.30 Uhr	Date a Pilot und Get-together
22.30 Uhr	Ende der Veranstaltung

