



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung



KULTUR- UND
KREATIVPILOTEN
DEUTSCHLAND



AUS GE ZEICH NET

Die Erfolgsgeschichte
10 Jahre Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

EDITORIAL

Wahre Innovation passiert nicht zwangsläufig da, wo wir sie erwarten. Nicht nur in Entwicklungsbüros und Laboren. Innovationen werden ebenso häufig von unzufriedenen Andersdenker*innen gemacht. Diese finden sich nicht nur in den schicken Hubs, sondern in den Kellern, Garagen, Kneipen und Hinterhöfen. Effektvolle Innovation geschieht in Deutschland oftmals noch, ohne dass der Impact gleich wahrnehmbar ist. Dabei geht von Deutschlands Hinterhöfen eine ganz wichtige Wirkungskraft aus. Dort sitzt nämlich unter anderem auch häufig die Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Querschnittsbranche, die sich durch ihre Ideen sowie ihre Motivation und Leidenschaft für das, was sie tun, auszeichnet. Der Titel Kultur- und Kreativpiloten Deutschland wendet sich seit mittlerweile zehn Jahren an diese Hinterhof-Visionär*innen und bietet damit deutschlandweit den vielseitigsten Einblick in eine der innovativsten Branchen, die wir haben.

Ob sie Alternativen für Plastikverpackungen (siehe Arekapak, S. 67) entwickeln oder Kitas als ganzheitliche Spiel- und Lernwelten bauen (siehe Baukind, S. 32). Ob sie Apps zur Unterstützung von Psychotherapien erfinden (siehe Psycurio, S. 20) oder mit einer eigenen Maßtabelle für kleinwüchsige Menschen den Modemarkt umdenken (siehe AUF AUGENHOEHE, S. 36) – Kreativpilot*innen gründen Unternehmen aus einem persönlichen Interesse heraus und aus dem Wunsch, ihre eigene Umwelt mitzugestalten. Damit sind sie auch wichtige Partner*innen bei der Lösung von aktuellen Herausforderungen und der Entwicklung einer lebenswerten Zukunft. Ob in Jena, Bielefeld, Mönchengladbach, Mannheim oder Augsburg – sie wollen in ihren Lebensräumen Dinge verändern, Alternativen bieten und Denken anstoßen. Damit schaffen sie neue Arbeitsmodelle für ländliche Räume, handeln aus einem persönlichen Verständnis heraus nachhaltig und verändern die Perspektiven auf humanitäre Notsituationen (siehe More Than Shelters, S. 21) oder gestalten den digitalen Wandel für Kinder sicherer (siehe Privalino, S. 51). Sie verfehlen ihre Wirkung nicht: viele der Kultur- und Kreativpiloten haben längst den internationalen Markt erobert (siehe Donkey Products, S. 71) und sind als Ideengeber*innen wegweisend (siehe Original Unverpackt, S. 17).

Stellvertretend für die Wirkungskraft der 288 bisherigen Titelträger*innen stellen wir in der vorliegenden Publikation 35 ausgezeichnete Unternehmen und Projekte vor. Was alle Kreativpilot*innen der letzten 10 Jahre ausgezeichnet ist, dass sie durch ihre Kreativität ...

Wandel gestalten
Perspektiven wechseln
Werte schaffen
Netzwerke leben
Experimente wagen
Inspiration geben
Unternehmen wollen

Diese Eigenschaften und die Dynamik sind es, die unsere Kultur- und Kreativpiloten Deutschland auszeichnen. Unser großer Dank geht an dieser Stelle an die Titelträger*innen 2010 bis 2018. Dafür, dass ihr Teil unseres gemeinsamen Netzwerkes seid, dass ihr weiterhin erfolgreich eurer Wege geht, und dass ihr Wertvolles schafft für die Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur. Der Wert und Impact der Kultur- und Kreativwirtschaft ist in den vergangenen zehn Jahren schon sichtbar geworden: An vielen Schnittstellen zu Mobilität, Digitalisierung, Gesundheit und Bildung werden sie immer stärker als essenzielle Partner*innen wahrgenommen.

Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier hat bei der Auszeichnung der Kultur- und Kreativpiloten 2018 betont, sie seien wichtige Impuls- und Ideengeber*innen für die deutsche Wirtschaft. Überzeugen Sie sich selbst davon, wenn Sie die vorliegende Publikation lesen und lassen sich von der Vielseitigkeit der Kreativpilot*innen inspirieren.

Wir wünschen Ihnen und Euch
eine aufregende Lektüre!

Ihre Sylvia Hustedt und
Christoph Backes



VON WEICHEN DATEN ZU HARTEN FAKTEN

UNTERNEHMER*INNENGESCHICHTEN
AUS ZEHN JAHREN
KULTUR- UND KREATIVPILOTEN

9 — 13



WANDEL GESTALTEN

MIT MEHRWEG,
IN FLÜCHTLINGSCAMPS
ODER BEI DER
VIRTUAL-REALITY-THERAPIE

15 — 21

PERSPEKTIVEN WECHSELN

PINKE HÄNDE,
URBANE TÄNZER UND
IDENTITÄTSSTARKE
SCHNEIDBRETTER

23 — 29



WERTE SCHAFFEN

KITA-RÄUME,
MODE FÜR KLEINWÜCHSIGE
UND HOCHZEITSGEWÄNDER
FÜR HOMOSEXUELLE

31 — 37

U-INSTITUT

EIN INTERVIEW
MIT SYLVIA HUSTEDT UND
CHRISTOPH BACKES

39 — 41



EXPERIMENTE WAGEN

EINE FRAGE DES MUTES
UND DAS TRAGEN
DER VERANTWORTUNG
FÜR SCHEITERN UND
GEWINNEN

53 — 59



NETZWERKE LEBEN

AUCH WENN
SIE UNTERSCHIEDLICHER
NICHT SEIN KÖNNEN

45 — 51



UNTERNEHMEN WOLLEN

WIRTSCHAFT SO INDIVIDUELL
WIE DIE AUSGEZEICHNETEN
KREATIVUNTERNEHMER*INNEN

61 — 67



INSPIRATION GEBEN

HOSENBÄNDER AUS
LKW-PLANEN,
INTERDISZIPLINÄRE
STIPENDIEN UND
PARKMELODIEN

69 — 75



„Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine wichtige Querschnittsbranche. Sie setzt nachhaltige und innovative Impulse für die Zukunft unseres Landes und trägt so dazu bei, unsere Wettbewerbsfähigkeit und unseren Wohlstand zu stärken. Die 32 Unternehmer*innen, die wir jährlich als Kultur- und Kreativpiloten auszeichnen, stehen stellvertretend für die Innovationsleistung und Wirkungskraft, die von der Kreativwirtschaft ausgeht. Ihre Ideen geben Antworten auf wichtige Fragen unserer Zeit und ihre Unternehmungen bieten Lösungsansätze für die Herausforderungen des digitalen Wandels, für eine zukunftsfeste Infrastruktur und eine nachhaltige Entwicklung. Deutschland braucht in Zukunft noch mehr solcher Innovationen und noch mehr Menschen, die sie vorantreiben. Die Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist deshalb ein wichtiger Bestandteil des Förderprogramms der Bundesregierung.“

Peter Altmaier
Bundesminister für Wirtschaft und Energie



„Die Zukunft gehört denen, die die Möglichkeit erkennen, bevor sie offensichtlich wird“, hat Oscar Wilde einmal gesagt. Seit 2010 würdigt der jährliche Wettbewerb Kultur- und Kreativpiloten Deutschland die mutigen und visionären Geschäftsideen von Künstler*innen und kreativen Unternehmen mit ihrem wachen Blick für zukunftsweisende Möglichkeiten. Ihre innovativen Produkte und Projekte tragen maßgeblich dazu bei, dass unsere Kulturlandschaft vielfältiger und die Wirtschaft zukunftsfähiger wird. Der immaterielle Mehrwert, den die Kultur- und Kreativpiloten darüber hinaus mit ihrer Arbeit in das gesellschaftliche Leben einbringen, kann gar nicht hoch genug bemessen werden. Zum zehnjährigen Wettbewerbsjubiläum gratuliere ich sehr herzlich und freue mich auf viele weitere Impulse!“

Prof. Monika Grütters
Staatsministerin für Kultur und Medien




VON WEICHEN DATEN

UNTERNEHMER*INNENGESCHICHTEN
AUS ZEHN JAHREN
KULTUR- UND KREATIVPILOTEN





ZU HARTEN FAKTEN



Sie entwickeln Alternativen zu Plastikverpackungen, sie denken weltweit die grüne Lunge von Großstädten neu und machen das Internet mit Apps und neuer Technologie sicherer für Kinder. Das sind die Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist die einzige der Bundesregierung, die sich an kreative Unternehmer*innen wendet.

Mittlerweile sind es 288 ausgezeichnete Unternehmen, die durch ihre Persönlichkeiten, die Vielfältigkeit ihrer Ideen sowie ihren Mut und ihre Vision ausgezeichnet wurden.

In einer großen Befragung Ende 2018 wurden umfangreiche Daten erhoben, um die Geschichten dieser Kreativ-Unternehmer*innen, -Gründer*innen und -Macher*innen neu zu erzählen. Es ist eine Erfolgsgeschichte geworden.

Die Andersdenker*innen

Das Besondere an den Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist ihre Unterschiedlichkeit. Kein Unternehmen gleicht dem anderen, jedes Projekt und jede Idee ist ein Unikat. Das liegt vor allem auch an den Unternehmer*innenpersönlichkeiten, die jährlich als Kultur- und Kreativpiloten ausgezeichnet werden. Ihr Impact auf Themen wie Infrastruktur, Stadtentwicklung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder Gesundheit ist relevant, denn er entspringt einer persönlichen Intention und verfolgt ein wertvolles Anliegen der Gründer*innen.

Wie lässt sich aber die Wertschöpfung dieser großen Individualität bemessen? Wie der Mehrwert in ein größeres System übersetzen? Mittels einer Onlinebefragung im Dezember 2018 wurden alle 288 ausgezeichneten Projektteams der letzten zehn Jahre zu ihrem weiteren Werdegang befragt. Der Kern der Fragen beschäftigte sich mit:

- *Wie erfolgreich haben sich die Ausgezeichneten entfaltet?*
- *Welche Wirkung haben die Auszeichnung und das Programm auf die Entwicklung der Kultur- und Kreativpiloten gehabt?*
- *Welchen Impact auf Kultur und Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft haben die Kultur- und Kreativpiloten bereits angestoßen?*

Das Ergebnis gibt einen erstmaligen Einblick in die Bedeutung der Auszeichnung und des Programms der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland für die Titelträger*innen, welchen Mehrwert die Auszeichnung für ihre persönliche Entwicklung als Unternehmer*in hatte und wo das Unternehmen unter anderem durch die Auszeichnung heute steht.

Der Landeplatz

Kreativität, also die Befähigung intuitiv, imaginativ und innovativ zu denken und zu handeln, wird als Wirtschaftsfaktor immer bedeutsamer. Die Schlagworte sind „Interdisziplinarität“, „rapid prototyping“ oder „creative impact“. Gerade Unternehmer*innen aus den Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten selbstverständlich nach diesen Regeln und können viele ihrer Herangehensweisen an Schnittstellen teilen. Unter anderem geht es darum, ergebnisoffen zu planen und entsprechend keine Angst vor dem Scheitern zu haben, schnell ins Handeln zu kommen, um Ideen ebenso schnell entwickeln wie verwerfen zu können. Und es geht darum, sich das Know-how dort zu suchen, wo man es am besten findet und Teams zu schaffen, die unterschiedlichste Qualifikationen bündeln.

DAS U-INSTITUT ALS INITIATOR UND AUSRICHTER

Das u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln, das 2007 von Sylvia Hustedt und Christoph Backes gegründet wurde, gehört zu den führenden Expertenbüros für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Viele der unterschiedlichen Projekte, wie das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, nehmen eine Vorreiterrolle in Europa ein. Die Aufgabe ist es, die Potenziale der Kreativwirtschaft sichtbar und nutzbar zu machen, an Schnittstellen von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft, New Work, Nachhaltigkeit, Digitalisierung oder Mobilität – als Andersdenker spielen Kultur- und Kreativschaffende eine Schlüsselrolle für Innovation und Impuls. Ausgehend von zunächst Aachen und später Bremen, wo Sylvia und Christoph die bundesweit ersten Programme für die lokalen Akteur*innen erfolgreich etablierten, initiierte das u-institut 2010 die Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten Deutschland. Bis heute ist der Titel die einzige Auszeichnung der Bundesregierung, die sich an die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft bundesweit richtet.

Wie erfolgreich das sein kann, zeigt unter anderem auch die vorliegende Onlineumfrage.

Positive Bilanz

Die in zehn Jahren ausgezeichneten Kultur- und Kreativpiloten können eine äußerst positive Bilanz vorlegen: Von den Befragten sind 90 Prozent, nach eigenem Ermessen, weiterhin unternehmerisch aktiv und mehrheitlich erfolgreich. So bezeichnet jede*r Dritte das eigene Unternehmen als „einen vollen Erfolg“. Mehr als ein weiteres Drittel ist „auf dem Wege zum Erfolg“. Ein Fünftel gibt einen moderaten Erfolgsverlauf an.

Die erfolgreichen Kreativpilot*innen sind sowohl hinsichtlich des Umsatzes als auch der Mitarbeiter*innenzahl gewachsen. Rund zwei Drittel verzeichnen einen „gestiegenen“ beziehungsweise „stark gestiegenen“ Umsatz. Bei 17 Prozent ist der Umsatz gleich geblieben, nur bei 3 Prozent ist er „leicht gesunken“ bis „stark gesunken“. Im Schnitt beschäftigen sie heute knapp 6 Mitarbeiter*innen – etwa eine Verdopplung der Anzahl seit Auszeichnung. Aus der Umfrage geht außerdem hervor, dass die erfolgreichen Kultur- und Kreativpiloten sich fest am Markt etablieren konnten, mit großen Unternehmen und Konzernen zusammenarbeiten, einige darunter sogar in internationalem Kontext.

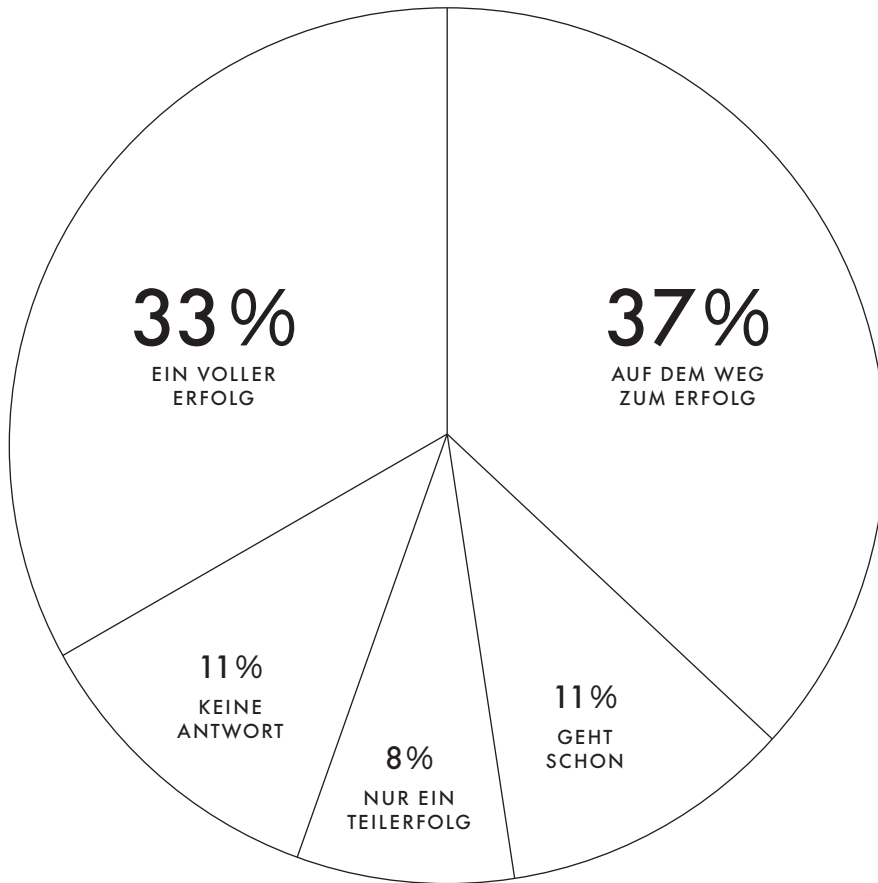
So berichtet Mareike Roth, die 2014 für die Designberatung hoch E ausgezeichnet wurde, dass sich „internationale Konzerne bei Design-Strategien für die nächsten 5 bis 15 Jahre auf ihre Analysen und Beratung verlassen.“ Zu den Erfolgsgeschichten gehört auch Donkey Products (siehe S. 71), ein Unternehmen, das sich auf humorvolle Geschenkartikel spezialisiert hat und für das Gründer Florian Berger 2010, also im ersten Jahr der Kultur- und Kreativpiloten, ausgezeichnet wurde. Nach zehn Jahren ist Berger mit seinen Queen-Elizabeth-Teebeuteln und quetschbunten Winkekatzen weiter stark auf Erfolgskurs, beschäftigt 21 Mitarbeiter*innen und hat zusätzlich mit „Pioneers of Lifestyle“ eine wirkungsvolle Fachkonferenz ins Leben gerufen. Auch Imascore gehört zu den Top-Performern: Die Macher Andreas und Sebastian Kübler sowie Xaver Willebrand, die 2012 ausgezeichnet wurden, können sich über Aufträge aus den Hollywood-Filmstudios freuen, für deren Trailer sie den perfekten Sound liefern.

Zu einem entscheidenden Teil konnten sich die Kreativpilot*innen durch die Auszeichnung und das damit verbundene Programm weiterentwickeln, so dass sie heute professioneller aufgestellt sind. Viele haben ein „klareres Profil“ entwickeln können. Damit einher geht entweder die „Fokussierung auf ein Thema“ und/oder die „Erweiterung des Portfolios“. Dies geht aus den Antworten der Umfrage deutlich hervor.

„Vieles war am Anfang noch ungewiss. Heute aber haben wir über 2.000 Kund*innen pro Tag und über 70 Meister*innenschreinereien im Netzwerk. Und natürlich unser Team, das seitdem auch mitgewachsen ist“, beschreibt Nikolas Feth, der zusammen mit Alessandro Quaranta 2015 für Okinlab ausgezeichnet wurde. Mithilfe eines



PERFORMANCE WACHSTUM UND FOKUS



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

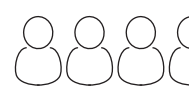
90

%

SIND MIT IHREM
PROJEKT/UNTERNEHMEN
WEITERHIN AM MARKT

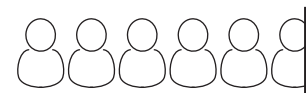
ANZAHL DER MITARBEITER*INNEN

Im Durchschnitt



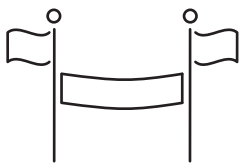
3,3

ZUR AUSZEICHNUNG



5,7

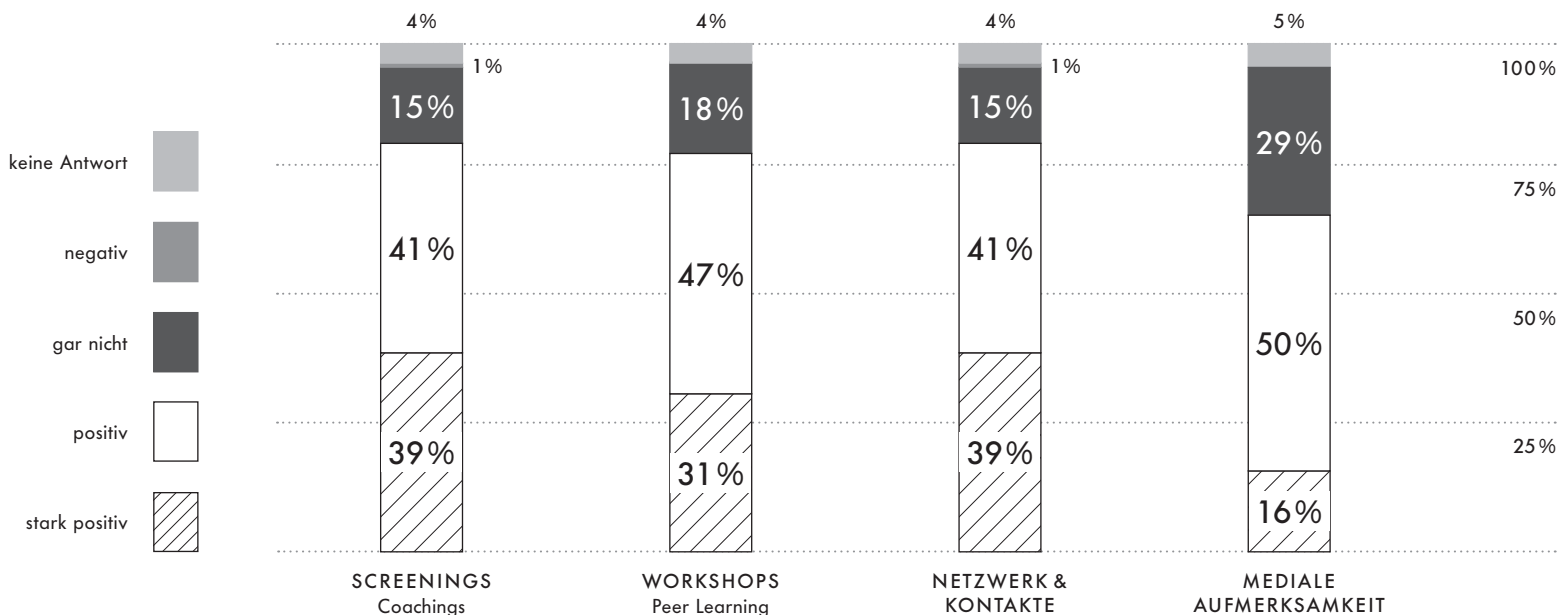
HEUTE



BEREITS UMGESETZTE ZIELE



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

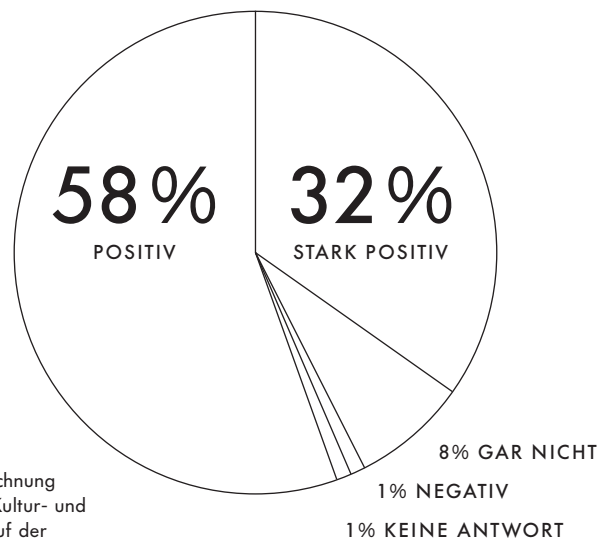


Wie stark haben sich folgende Bestandteile der Kultur- und Kreativpiloten auf den Verlauf deiner/eurer Unternehmung aber auch deiner persönlichen Entwicklung ausgewirkt?

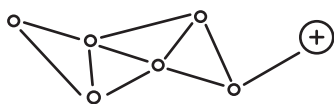
30
%

HABEN IHREM PROJEKT EINEN NEUEN NAMEN GEGEBEN

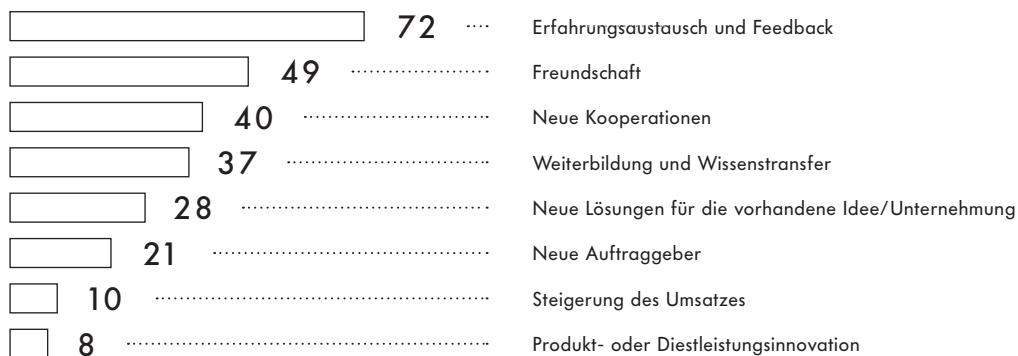
EFFEKT DER KULTUR- UND KREATIVPILOTEN



Inwieweit hat die Auszeichnung und das Programm der Kultur- und Kreativpiloten den Verlauf der Unternehmung beeinflusst?



VORTEILE DURCH DAS NETZWERK



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

Onlinekonfiguratoren und dank neuester CNC-Holzverarbeitungstechnologie bieten sie Kund*innen an, Regale, Tische oder Betten individuell so zu gestalten, dass auch organische Freiformen möglich sind.

Was macht Arbeit wertvoll?

Der Wertschöpfung von Kreativen liegt meist ein persönliches Bedürfnis, eine Erfahrung oder der Wunsch, etwas besser zu machen, zugrunde. Das unterscheidet sie oftmals von klassischen Unternehmer*innen, die eher rationale Marktbeobachtung betreiben und daraus Chancen für ein Angebot ableiten. Dementsprechend nennt eine Mehrzahl der Kreativpilot*innen die Wirkungskraft einer Idee für Zielgruppe und Öffentlichkeit noch vor dem „wirtschaftlichen Erfolg“ als priorisiertes Ziel.

Der gesellschaftliche Beitrag, der Impact, wird entsprechend nicht allein durch die wirtschaftliche Tragfähigkeit bestimmt. Unternehmungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben viele unterschiedliche Wertschöpfungsdimensionen. Viele der Kultur- und Kreativpiloten sind stolz und dankbar über ihren wirtschaftlichen Erfolg, legen jedoch ihren persönlichen Fokus auf die Erreichung gesellschaftlicher oder anderer übergeordneter Ziele. Betrachtet man diesen Aspekt näher, so ist den meisten „finanzielle Sicherheit“ im Kontext der eigenen und der Zukunft anderer wichtig. „Eine hohe wirtschaftliche Wertschöpfung“ oder „besonders viel Geld zu verdienen“ wird weitaus weniger angestrebt.

So freut sich Susann Barth von der Erinnerungsguerilla (2015 ausgezeichnet), dass „das Projekt die Hintergrundmelodie des Lebens und Handelns vieler Menschen geworden ist.“ Leonie Pichler, die zusammen mit ihren Mitstreiter*innen unter Bluespots Productions (2014 ausgezeichnet) ein multimediales Theater an ungewöhnlichen Plätzen in Augsburg ins Leben gerufen hat, sagt ganz schlicht: „Wir berühren Menschen.“

Umwege erhöhen die Ortskenntnis

Natürlich berichten auch ein paar der Ausgezeichneten von Misserfolgen. Jedoch auch, dass sie daran gewachsen sind. Jede*r zehnte Kreativpilot*in hat die eigene Idee verändert bzw. angepasst. Bis auf wenige Ausnahmen sind jedoch alle noch unternehmerisch tätig. Als größte Hürden wurden unüberwindbare wirtschaftliche Schwierigkeiten aber auch divergierende Interessen der Gründer*innen genannt. Die Hürden wurden jedoch nicht als Misserfolge oder Scheitern verstanden, sondern als effektive Lernchancen und als Angebot wahrgenommen. Zum Beispiel konnte Dan Bender aus seinen Erfahrungen aus der von ihm gegründeten digitalen Buchplattform MySkoob, für die er mit weiteren Mitstreiter*innen 2011 ausgezeichnet wurde, für sein darauffolgendes Start-up code & co. schöpfen, eine Beratungsfirma für digitale Produktgestaltung, Strategien und Transformation. MySkoob ist mittlerweile eingestellt, aber das Netzwerk bleibt – Dan arbeitet nach wie vor mit MySkoob-Mitgründer Stefan Krause-Palfner zusammen.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN IN ZAHLEN

Seit 2010 haben sich 6.070 Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Ausschreibung beworben – im Schnitt also 668 Bewerber*innen pro Jahrgang, davon rund 50 Prozent Gründerinnen. 288 Projekte und mehr als 593 Menschen wurden bis dato ausgezeichnet. Bewerben können sich Selbstständige, Freiberufler*innen, Gründer*innen und Unternehmen, die eine kreative Idee haben. Dabei spielt es keine Rolle, ob das Unternehmen nur auf dem Blatt existiert, noch ganz am Anfang steht oder bereits seit mehreren Jahren existiert: Die Persönlichkeiten stehen im Vordergrund!

PROGRAMM STATT PREISGELD

Seit zehn Jahren zeichnet die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung die Kultur- und Kreativpiloten Deutschland aus. Jährlich erweitert sich das Netzwerk der Kreativpilot*innen um 32 außergewöhnliche Unternehmen, Projekte und Ideen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mittlerweile sind es 288 Titelträger*innen. Neben dem Titel der Bundesregierung und der Medienpräsenz erhalten die Preisträger*innen ein auf Austausch und Vernetzung ausgerichtetes einjähriges Screening-Programm. Mit ihren Mentor*innen, in Workshops und auf Netzwerk-Veranstaltungen entwickeln sie ihr unternehmerisches Fundament weiter.

Die Auszeichnung wirkt nachhaltig

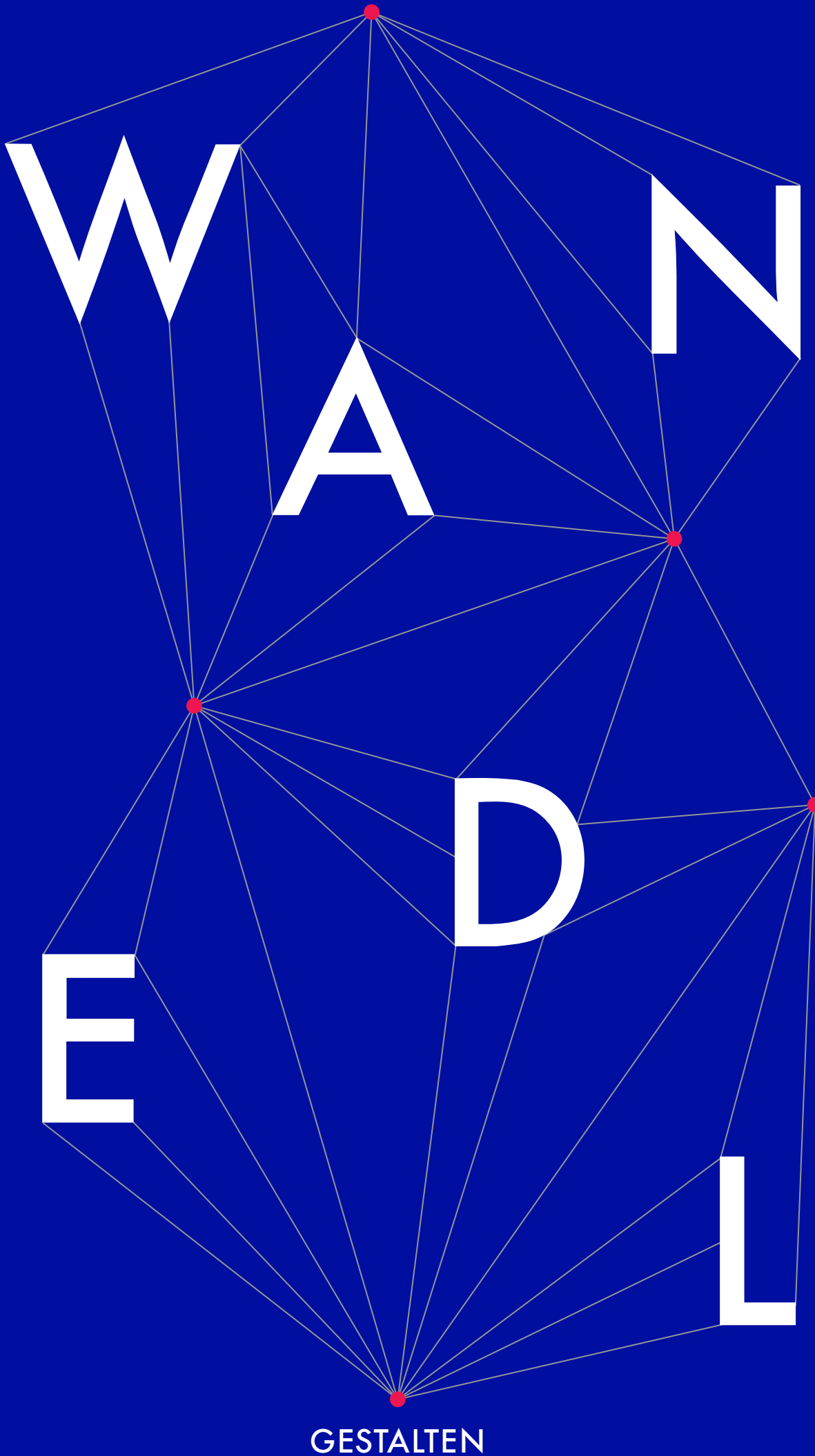
Die Besonderheit der Auszeichnung und des Programms der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland liegt darin, dass es im Vergleich zu anderen Existenzgründer*innen- und Start-up-Programmen um die unternehmerische Persönlichkeit und deren Entfaltung geht. Viele Ideen versprechen im Schnitt vielleicht weniger schnelle Rendite und lassen sich nicht typisch betriebswirtschaftlich fassen wie andere. Das Mentor*innenprogramm der Kultur- und Kreativpiloten ist auf die sehr heterogenen und spezifischen Persönlichkeiten der Preisträger*innen abgestimmt. Dadurch hat es die Mehrzahl der befragten Unternehmer*innen weitergebracht und ihnen bei der Entwicklung geholfen – das geht aus den unterschiedlichen Antworten der Umfrage hervor. So sagen 90 Prozent, dass der Effekt der Auszeichnung und des Programms „positiv“ war. Knapp jede*r Dritte gibt sogar an, dass der Einfluss „stark positiv“ war.

Betrachtet man die einzelnen Bestandteile des Programms, so geben die Preisträger*innen besonders häufig an, dass sich die Workshops auf ihre Entwicklung „positiv“ bis „stark positiv“ (84 Prozent) ausgewirkt haben, dicht gefolgt von den Screenings (80 Prozent) und der Tatsache, dass durch das Programm „Netzwerk und Kontakte“ entstanden sind (77 Prozent). Aber auch die durch die Auszeichnung entstandene „mediale Aufmerksamkeit“ werden von überdurchschnittlich vielen als „positiv“ und „stark positiv“ hervorgehoben.

Der Blick auf die konkreten Entwicklungen bestätigt dieses Bild. Matthias Burgbacher von Plan: Kooperativ, der mit seinem Kompagnon Steffen Becker 2013 für sein interaktives Stadtplanungsmodul ausgezeichnet wurde, sagt: „Die Auszeichnung hat uns einen wahnsinnigen Schub verliehen, da sie uns aus Sicht unserer Kund*innen Seriosität verliehen hat und die Screenings extrem hilfreich waren. Wir sind inzwischen ein etabliertes Unternehmen.“

Wie bei üblichen Herangehensweisen in der Kultur- und Kreativwirtschaft finden sich auch bei den Kultur- und Kreativpiloten Tools wie Storytelling, Gamification und Design Thinking wieder. Diese Methoden gehören heutzutage schon zum gängigen Know-how vieler großer und mittelständischer Unternehmen: Arbeitsweisen, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft etabliert wurden und die in der Anwendung in anderen Wirtschaftsbereichen großes Potenzial entfalten.

Mut, Offenheit und Spaß sind keine Faktoren, die sich wirtschaftlich bemessen lassen. Dennoch sind sie wichtige Eigenschaften für ein erfolgreiches Unternehmertum. Zehn Jahre Kultur- und Kreativpiloten Deutschland beweisen das. Ein Impact, der sich aus dem innovativen Potenzial jeder einzelnen kreativen Idee speist. Oder wie die Kreativpilotin Susann Barth es formuliert: „Eines der wertvollsten Dinge an der Auszeichnung ist die Vielfältigkeit der Menschen, die dahinterstehen. Sie gibt dem eigenen Handeln Kraft.“



GESTALTEN

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



MEHR STATT EINWEG

Der Berliner Supermarkt Original Unverpackt macht
Einwegverpackungen überflüssig und pusht damit
die weltweite Zero-Waste-Bewegung.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2013

Marie C. Bilano, Milena Glimbovski,
Sara Wolf



**#NACHHALTIGKEIT
#DESIGN
#ZEROWASTE**

Seit 2012 in Berlin-Neukölln:
der Original-Unverpackt-Laden.
Für Selbstfüller und Treffpunkt
der Zero-Waste-Bewegung
(Bilder links und unten).
Verpackungsfrei und glücklich:
Kultur- und Kreativpilotin
Milena Glimbovski von
Original Unverpackt (S. 16).
Über das Konzept hat Milena
ein Buch geschrieben: „Ohne
Wenn und Abfall“ erschien
Ende 2017 im Verlag
Kiepenheuer & Witsch.



„Es gibt Dinge, die fühlen sich gleich richtig an.
Die Reste einer Pizza an einem verkaterten Samstagmorgen.
Das Lachen eines Kindes. Ein Supermarkt ohne Verpackungen.“
Milena Glimbovski

„Wir können auf den Mars fliegen, aber kriegen es nicht hin, uns um Banalitäten wie den Plastikmüll zu kümmern. Immer noch muss ich ihn runterbringen, damit er abgeholt wird, nur um ihn dann lediglich in kleinen Anteilen zu recyceln und ansonsten zu verbrennen oder ins Nirgendwo zu verschiffen. Aus den Augen, aus dem Sinn. Es muss doch anders gehen. Und es geht anders“, schreibt Milena Glimbovski in ihrem Buch „Ohne Wenn und Abfall“. 2012 gründete die gebürtige Russin zusammen mit Marie C. Bilano und Sara Wolf den Original-Unverpackt-Supermarkt in Berlin. Mittlerweile führt Milena den Laden, der ohne Einwegverpackungen auskommt, allein. Es sind über 100 Läden allein in Deutschland und die Zahl nimmt auch weltweit zu. Sie sind Dreh- und Angelpunkt der Zero-Waste-Bewegung, die ein Leben ohne Müll anstrebt und den Planeten Stück für Stück verbessern soll.

Wie lautet deine Mission?

Milena Glimbovski — Meine Mission ist es, Menschen zu helfen, nachhaltiger und bewusster zu leben. Das machen wir, indem wir in unserem Laden Lebensmittel und in unserem Onlineshop Non-Food-Produkte ohne Einwegverpackungen anbieten, die dir helfen, das Leben müllfreier zu gestalten. Gleichzeitig gehört Weiterbildung zu unserer Aufgabe.

Wie ging es los?

MG — 2012 studierte ich Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste in Berlin und hatte endlich mal Zeit, diese Idee des verpackungslosen Supermarktes umzusetzen, die schon lange in meinem Kopf war. Zusammen mit meinen damaligen Partnerinnen Marie und Sara begann ich, in einem Businessplan die Idee festzuhalten.

Was ist seitdem passiert?

MG — Als wir 2013 als Kultur- und Kreativpiloten ausgezeichnet wurden, entwickelten wir die Idee mithilfe der Coaches weiter. Danach ging es an die Umsetzung. Wir launchten das erfolgreichste Crowdfunding in diesem Bereich bis dato, was viele weitere Läden inspirierte. 2014 eröffneten wir in Berlin unseren Laden und der Rest ist Geschichte.

Was waren die dicksten Stolpersteine?

MG — Keinen BWL-Hintergrund und keine Ahnung zu haben, wie wichtig Controlling ist. Da machte ich ein

paar sehr teure Fehler. Auch Personalführung ist schwierig, wenn man vorher noch nie eine Führungsrolle hatte und doch eigentlich alles richtig machen und eine gute Chefin sein will.

Worauf bist du stolz?

MG — Alle Hindernisse überwunden zu haben. Trotz harter erster Jahre, auch als die Firma lange nicht rentabel war, durchgehalten zu haben. Eine Unverpackt-Bewegung gestartet zu haben.

Was kennzeichnet deinen Erfolg?

MG — Die Zahl an Unverpackt-Läden und wie groß die Zero-Waste-Bewegung ist. Das Umdenken in den Köpfen der Menschen.

Warum empfiehlst du die Kultur- und Kreativpiloten weiter?

MG — Weil das Feedback und die Erfahrung von Coaches Gold wert ist – auch wenn man denkt, man bräuchte keines. Dann erst recht.

Was ist dir von der Zeit als Kultur- und Kreativpilot geblieben?

MG — Das Netzwerk an tollen Gründer*innen immer an meiner Seite zu haben. Menschen kamen und gingen, aber wenn sie da waren, gaben sie so viel. Sie sorgten dafür, dass Original Unverpackt wachsen konnte, heute noch da ist und seinen kleinen Fußabdruck in der Weltgeschichte hinterlassen kann.

Wo siehst du dich in zehn Jahren?

MG — Original Unverpackt läuft selbstständig. Es gibt Filialen in ganz Europa. Meine kleine Familie und ich wohnen in einem kleinen Häuschen auf dem Land und von da aus planen wir weitere tolle Weiterbildungsprojekte überall auf der Welt.

Was würde dich glücklich machen?

MG — Dass wir den Klimawandel nicht weiter voranschreiten lassen. Ansonsten bin ich eigentlich ganz happy.

ORIGINAL UNVERPACKT
www.original-unverpackt.de



GRÜNDUNG

2014



STANDORT

Berlin



TEAM

Marie C. Bilano
(nicht mehr im Unternehmen),
Milena Glimbovski,
Sara Wolf
(nicht mehr im Unternehmen)



MITARBEITER*INNEN

3 / 15 (damals / heute)

Klangwelten erleben

#Musik #Film #Neue Technologien

Sound Designerin Ana Monte und Toningenieur Daniel Deboy haben sich 2016 zusammengetan, um dreidimensionale Klangerlebnisse für Film, Virtual Reality, Games oder Installationen zu entwickeln. So hat Delta Soundworks den Sound zum VR-Projekt Mindpalace der Filmakademie Baden-Württemberg geliefert, der bei den Filmfestspielen in Cannes 2018 lief: ein VR-Film mit abstrakt-künstlerischer Note über ein Beziehungsdrama, bei dem der Mann in den Kopf der Frau eingesperrt wird. Darüber hinaus bietet Delta Soundworks auch klassische Soundkulissen an.



DELTA SOUNDWORKS
www.deltasoundworks.com

JAHRGANG 2016 STANDORT Heidelberg
TEAM Daniel Deboy, Ana Monte

#Mental Health #Virtual Reality #Software

„Wir sind mit Wissenschaft und Praxis sehr stark im Austausch und haben bereits viele Psychotherapeuten von dem Potenzial von Virtual Reality überzeugen können. Mittlerweile arbeiten wir mit Forschungsinstitutionen, Krankenkassen und Berufsverbänden zusammen, um gesundheitspolitische Anstöße zu geben.“

Daniela Schumacher hat mit Michael Gröning und Janne Uhlich das VR-Behandlungsprogramm Psycurio für Psychotherapeut*innen entwickelt.



PSYCURIO
www.psycurio.de

JAHRGANG 2018 STANDORT Bielefeld
TEAM Michael Gröning, Daniela Schumacher,
Janne Uhlich (mittlerweile ausgeschieden)



Female Kick

#Presse #Diversität #Identität

„We are celebrating female queerness“, sagen die Macherinnen des „Straight“-Magazins. Die erste Ausgabe, die 2015 erschien, ist bereits eine Legende – und vergriffen. „Straight“ ist mehr als nur ein Magazin: eine Community und Bewegung für homosexuelle Frauen, um sich von Klischees zu befreien. Nach sechs Ausgaben drucken sie nicht mehr, erscheinen dafür online, machen Podcasts, Events und kooperieren mit Warsteiner und Flux FM. Unter Must F beraten sie Unternehmen zu Genderthemen und haben mit www.sports-idols.com eine neue Plattform für Frauen im Sport geschaffen.

STRAIGHT MAGAZIN
www.straight-universe.com

JAHRGANG 2016 STANDORT Berlin
 TEAM Jasmin Acar, Felicia Mutterer



Lebensräume

#Design #Architektur #Humanitäre Innovation

Mehr als nur Schutz möchte Daniel Kerber Geflüchteten bieten, wenn sie in Camps untergebracht werden: ein würdiges und selbstgestaltetes Leben trotz Krisensituation. Kerber organisiert und gestaltet Infrastrukturen von Flüchtlingslagern – ob im Jordan oder in Berlin. Sein Triple-Bottom-Konzept umfasst Produkt Design, Social Design und Ökosystem. Für das Projekt 1.000.000 Talents sollen lokale Strukturen geschaffen werden, um Innovation voranzutreiben. Unterstützt wird Daniel geschäftlich wie auch privat von seiner Partnerin Seira – sie haben sich durch die Auszeichnung kennengelernt.

MORE THAN SHELTERS
www.morethanshelters.org

JAHRGANG 2010 STANDORT Berlin
 TEAM Daniel Kerber





WECHSELN

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

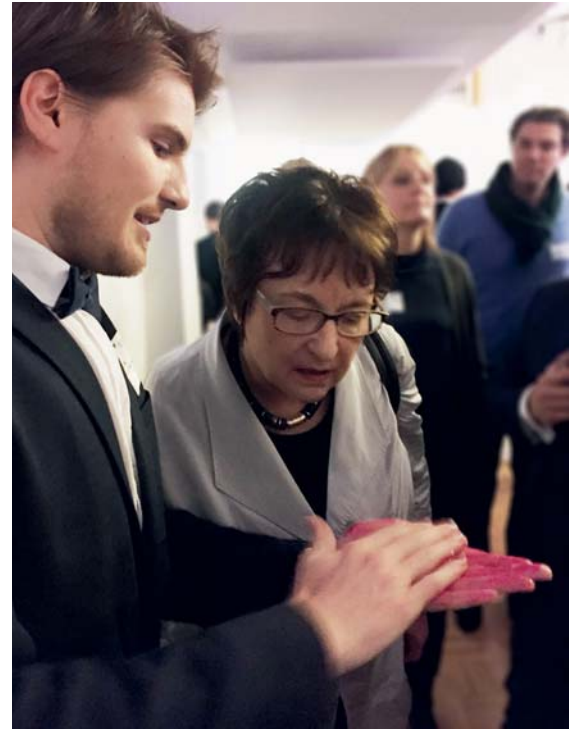
HYGIENE WIRD SICHTBAR

Pinke Hände sind ein sicheres Zeichen für perfekte Händedesinfektion – eine Erfindung von Heyfair, um die Hygiene in Krankenhäusern zu revolutionieren.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2017

Alexander Döpel, Robert Hellmundt,
Holger Wondraczek





Wer das Krankenhaus für den saubersten Ort schlechthin hält, irrt. Jedes Jahr bekommen 2,6 Millionen Menschen eine Infektion in europäischen Hospitals – in 90 Prozent der Fälle durch ungenügende Handhygiene. Denn die wird vergessen oder die Hände nur lückenhaft desinfiziert.

Eine einfache, sichtbare und somit sichere Desinfektion der Hände hatten sich Alexander Döpel und Robert Hellmundt deshalb zum Ziel gesetzt. 2014 entwickelten die beiden ein Händedesinfektionsmittel, das alle desinfizierten Bereiche drei Minuten lang pink einfärbt. Nach drei Minuten ist die Haut wieder vollständig entfärbt, der verwendete Naturfarbstoff dabei vollkommen hautverträglich.

Ursprünglich kommen Alexander und Robert gar nicht aus der klassischen Pharmachemie. Beide sind Absolventen des Studiengangs Visuelle Kommunikation der Bauhaus Universität Weimar. Das Duo startete ihr Projekt unter dem Arbeitstitel „Helping Hands“ in einer uniinternen Gründer*innenwerkstatt. Im Sommer 2016 kam der Chemiker Holger Wondraczek aus Jena dazu und die Entwicklungsarbeit wurde intensiviert. Alexander und Robert sind sich einig: „Die Konzeption und Entwicklung des Produktes wäre ohne die interdisziplinäre Verzahnung von geistes- und naturwissenschaftlichen Kompetenzen vermutlich nicht gelungen.“

Die beiden Kommunikationsdesigner und der Chemiker fragten sich, wie man das Problem der lückenhaften Händedesinfektion und der damit einhergehenden Verbreitung von multiresistenten Keimen auf andere Art lösen

könne. „Dabei wurde uns schnell klar, dass wir die Desinfektion sichtbar machen wollten – durch ein Desinfektionsgel, das die Hände kurzfristig einfärbt“, so Alexander und Robert, die zunächst Studienkollegen und Freunde waren und heute auch noch Geschäftspartner sind. Im Laufe der Produktentwicklung entdeckten die beiden dann einen Zusatzeffekt: Die Farbigekeit unterstützt die Anwender*innen darin, sich an die Desinfektion zu erinnern. Schließlich sehen sie durch das Produkt, ob ihre Hände gerade desinfiziert sind. Robert sagt: „Dadurch wird diese wichtige Hygienemaßnahme nicht nur gründlicher, sondern auch häufiger durchgeführt.“

Der anfängliche Ehrgeiz der Drei wurde gebremst, als die ersten Hürden auftauchten: Vor allem die Finanzierung und technische Schwierigkeiten wie Hautverträglichkeit und zuverlässige Entfärbung waren zu klären. Da gab das Programm der Kultur- und Kreativpiloten, das sie 2017 erhielten, professionelle Unterstützung. Außerdem sei durch die Auszeichnung ihre Medienpräsenz und die damit verbundene Bekanntheit von Heyfair in der Branche deutlich gestiegen, erklärt Robert. Seit Mitte 2018 haben die Gründer die entwickelte Technologie unter dem Namen Stericoach für Desinfektionsschulungen eingeführt. Der Markteintritt von Heyfair steht ebenfalls bevor. Jetzt bleibt nur noch die Frage: Weshalb ausgerechnet Pink?

Mit siegessicherem Lächeln gingen Alexander und Robert mit einer hellblauen Variante in den Test. Verwundert mussten sie feststellen, dass Pink besser ankam. Der Farbstoff ist natürlich – und bleibt ein Geheimrezept. 2015 haben sie ihn bereits als Patent angemeldet.

HEYFAIR
www.heyfair.de



GRÜNDUNG

•
2014



STANDORT

•
Jena



TEAM

•
Alexander Döpel
Robert Hellmundt
Holger Wondraczek



30
Sekunden

90
Sekunden

120
Sekunden

#DESIGN
#MEDIZIN
#SICHERHEIT

Heyfair ist ein kurzzeitig sichtbares Desinfektionsmittel. Innerhalb von drei Minuten wird die Haut stufenweise von Pink über Rosa wieder entfärbt. Hinter Heyfair steht das interdisziplinäre Team: Robert Hellmundt, Holger Wondraczek und Alexander Döpel. Bei der Verleihung der Kultur- und Kreativpiloten 2017 hatte Robert die Gelegenheit, der damaligen Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries den Prototypen zu zeigen (Bilder links oben).

„Die Konzeption und Entwicklung des Produktes wäre ohne die interdisziplinäre Verzahnung von geistes- und naturwissenschaftlichen Kompetenzen vermutlich nicht gelungen.“

Alexander Döpel und Robert Hellmundt



Format für die Welt

#Darstellende Künste #Architektur #Urbanität

Der öffentliche Raum ist ihr Revier: Die Asphalt Piloten sind eine lose formierte Tanzgruppe, die mit ihren Aufführungen den Begriff von urbanem Raum dehnen und verdichten. 2013 ausgezeichnet, sind sie heute zu einem professionellen Unternehmen herangereift, das auf der ganzen Welt auftritt. „Wir hatten vor der Auszeichnung stets das Feedback erhalten, ‚zu formatlos‘ zu sein. Danach kam der Wagen endlich ins Rollen“, sagt die Choreografin Anna Andereg.



ASPHALT PILOTEN

www.asphaltpiloten.net

JAHRGANG 2013 **STANDORT** Berlin

TEAM Anna Andereg, Christian Andereg, Marco Barotti, Nadine Becker, Antoniya Ivanova, Laura Keil, Jan Mühlethaler, Jonas Schreiber, Igor Stepniewski, Hervé Thiot, Géraldine Tronca, Moni Wespi

Erlebbar machen

#Design #Gesundheit #Bildung

Johanna Dreyer, Nele Groege und Luisa Weyrich wollen kulturelle Transformationsprozesse im Bereich Mental Health anstoßen. Wie das geht, zeigen die Absolventinnen der Universität der Künste Berlin (UDK) mit ihrer Unternehmung The Shitshow, für die sie Objekte kreiert haben, die psychische Störungen wie Angst und Depression auch für gesunde Menschen erlebbar machen. Die entwickelten Moodsuits werden bereits von Therapeut*innen und Beratungsstellen angewendet. Workshops und Vorträge sollen das Programm ergänzen.

THE SHITSHOW

www.shitshowberlin.jimdofree.com

JAHRGANG 2018 **STANDORT** Berlin

TEAM Johanna Dreyer, Nele Groeger, Luisa Weyrich





Schnitt für Erinnerung

#Kunst #Design #Identität

Das Gute Ding hat den Düsseldorfer Bürger*innen nach einem herben Verlust etwas zurückgegeben: Die Sturmbretchen stammen aus den Bäumen, die im Sturm Ela 2014 in Düsseldorf umgestürzt sind. Erinnerungskultur und nützliches Objekt in einem. 10.000 Schneidbrettchen hat das vierköpfige Team verkauft. Mittlerweile haben sie ein altes Postverladezentrum in einen Kulturort verwandelt. Tobias Jochinke: „Wir konnten zeigen, dass die Kombination aus Kreativität und Unternehmertum in der Lage ist, neue Lösungen und Ressourcen zu schaffen.“



DAS GUTE DING
www.dasguteding.de

JAHRGANG 2016 **STANDORT** Düsseldorf
TEAM Philip Behrend, Philipp Bilke, Daniel Goll, Tobias Jochinke

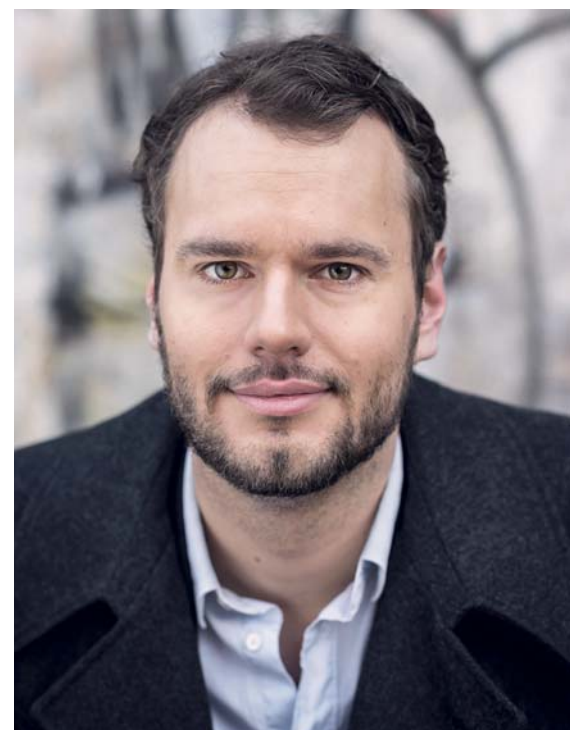
#Rundfunk #Presse #Bildung

„Es macht mich stolz, wenn die digitalen Beiträge einen positiven Effekt bei den Zuschauern haben. Etwa, wenn ehemals rechtsextrem orientierte Leute mir schreiben, dass sie durch meine Beiträge ‚entradikalisiert‘ wurden.“

Rayk Anders bereitete unter dem Namen Armes Deutschland relevante Themen als Onlinevideo-News für eine jüngere Zielgruppe unterhaltsam auf und kooperiert mittlerweile mit Funk, dem Content-Netzwerk von ARD und ZDF, für das Format Headlinez.

ARMES DEUTSCHLAND/HEADLINEZ
www.youtube.com/user/RaykAnders

JAHRGANG 2014 **STANDORT** Berlin
TEAM Rayk Anders





SCHAFFEN

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

DRACHEN & LUFTSC

Wie Räume für Kinder zu richtigen
Abenteuerspielplätzen werden können,
zeigt Baukind aus Berlin.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2011

Nathalie Dziobek-Bepler,
Lilia Kleemann

WÄHLEN HÖSSER





„Kreative zweifeln eine Menge. Und probieren daher mehr aus. Das hilft bei der Suche nach neuen Lösungen.“
Nathalie Dziobek-Bepler

Als die Kita von Nathalie Dziobek-Beplers und Lilia Kleemanns Söhnen die beiden Gestalterinnen für den Bau einer neuen Zweigstelle engagierte, begann eine Reise, die bis heute andauert: Kindertagesstätten ganzheitlich zu denken und zu gestalten. Herausgekommen ist Architektur speziell für die Bedürfnisse von Kindern: fröhlich, bunt und stimulierend. Die Räume und Möbel entstehen aus einem intensiven Dialog mit den Kund*innen und Nutzer*innen. Nach rund zehn Jahren ist Baukind erwachsen geworden – mit zehn Mitarbeiter*innen und überregionalem Renommee. Produktdesignerin Lilia hat das Unternehmen 2017 verlassen, um den Kindermöbel-Spezialisten Papoq zu gründen und damit ihren Fokus zu verschieben. So navigiert Architektin Nathalie Baukind alleine weiter. Das „wir“ steht allerdings nach wie vor im Vordergrund, genau wie die Zusammenarbeit der beiden.

Was bedeutet ganzheitliche Architektur für Kitas?

Nathalie Dziobek-Bepler — Wir bieten nicht nur die typischen Architekturleistungen an, sondern entwerfen auch Möbel und Außenräume. Wir planen bis ins kleinste Detail, bis zum Haken für die Jacken der Kinder etwa. Wir sind der festen Überzeugung, dass eine gut durchdachte Gestaltung viel mehr bieten kann, als nur schön auszuschauen, sondern die Entwicklung der Kinder fördern kann. Räume, die zur Kommunikation einladen, die soziale Interaktionen auslösen, die Selbstbewusstsein ausbilden. Das hilft nicht nur den Kindern, sondern auch den Erzieher*innen.

Was ist in euren Kitas anders?

NDB — Wenn ein*e Architekt*in eine Kita baut, wird diese meist leer übergeben. Wir denken an Wandgestaltung, die einen Mehrwert bietet, an Heizungsverkleidungen, die zu Kletterwänden werden oder an das Badezimmer, das zur Wasserspieloase wird. Wir hängen zum Beispiel Instrumente in den Fluren auf und denken viel in Farbe. Die Räume erhalten dadurch eine hohe Aufenthaltsqualität.

Was kennzeichnet euren Erfolg?

NDB — Unseren Erfolg kennzeichnet unser ganzheitliches Denken. Wir glauben, dass Gestaltung die Entwick-

lung von Menschen – in unserem Fall der Kinder, Erzieher*innen und Eltern – fördert und sie damit glücklicher machen kann. Unser Weg dahin ist gute Kommunikation: Wir entwickeln einen intensiven Dialog mit unseren Kund*innen und Nutzer*innen.

Wie geht ihr an ein Projekt heran?

NDB — Im ersten Gespräch mit Interessent*innen wollen wir immer erfahren, wie das pädagogische Konzept aussieht, um es dann in einen Raum zu übersetzen.

Warum habt ihr euch bei den Kultur- und Kreativpiloten beworben?

NDB — Wenn man sich für den Preis bewirbt, muss man sich mit der eigenen Idee beschäftigen. Man wird ernst genommen und dadurch nimmt man sich auch selbst ernster. Das ist ein unheimlicher Motivationsschub für jede Idee.

Was ist dir heute von der Zeit geblieben?

NDB — Gute Kontakte und ein großes Netzwerk. Was toll ist, da man sich im Netzwerk gegenseitig inspiriert und gegenseitig motiviert.

Was schätzt du besonders an eurer unternehmerischen Entwicklung?

NDB — Ich bin dankbar für das tolle Feedback, das uns dazu angespornt hat, immer weiter zu machen und alle Hürden zu nehmen. Ich bin dankbar für das tolle Baukind-Team – ohne das würde gar nichts funktionieren. Wir haben wirklich Leute, die für unsere Mission brennen. Wir leben eine unheimlich tolle Unternehmenskultur, arbeiten superflexibel, jede*r kann und soll sich einbringen.

Würdest du gerne etwas anderes machen?

NDB — Nein!! Ich bin super happy, wie alles läuft! Ich hätte aber gerne ein bisschen mehr Zeit für den kreativen Entwurf.



BAUKIND
 www.baukind.de



GRÜNDUNG

2010



STANDORT

Berlin



TEAM

Nathalie Dziobek-Bepler
 Lilia Kleemann (seit 2017 nicht mehr im Unternehmen)



MITARBEITER*INNEN

2/10 (damals / heute)



**#ARCHITEKTUR
#BILDUNG
#NEUE ARBEITSWEISEN**

Wieso nicht in der Dusche malen? In der Kita der Firmenzentrale von Zalando in Berlin, gestaltet von Baukind, werden die Räume zum Abenteuerspielplatz (Bilder S. 32–35).
Führt Baukind mittlerweile alleine: Architektin und Unternehmerin Nathalie Dziobek-Beppler (Bild links oben).

Maß- geschneidert

#Design #Textil und Mode #Gesundheit

Als Sema Gedik 2015 ihre Abschlussarbeit auf der Mercedes Benz Fashion Week in Berlin präsentierte, ahnte sie nicht, was sie damit in Bewegung setzen würde. Heute entwirft sie mit einem Team in Berlin unter ihrem Label AUF AUGENHOEHE Mode für Kleinwüchsige. Mittlerweile hat sie auch eine einheitliche Größentabelle für Maße von Kleinwüchsigen entwickelt und jede Menge begeisterter Kunden*innen. Eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne gab ihr die notwendige Finanzspritze dazu.

•
AUF AUGENHOEHE
www.aufaugenhoehe.design
•
JAHRGANG 2016 **STANDORT** Berlin
TEAM Sema Gedik



#Games #Wissenskultur #Bildung

„Die Coaches der Kultur- und Kreativpiloten haben sich für die Entwicklung unserer Idee, Kinder auf positive Weise an neue Medien heranzuführen, wirklich Zeit genommen und uns tolle Tipps gegeben. In den Workshops haben wir gelernt, uns zu fokussieren.“

Franka Futterlieb die zusammen mit Jørn Alraun als Urbn Pockets digitale Lern-Apps für Kinder entwickelt. In der Schule und zu Hause verbinden sie die digitale mit der realen Welt und vermitteln so Lerninhalte auf spielerische Art und Weise.



•
URBN POCKETS
www.urbnpockets.com
•
JAHRGANG 2014 **STANDORT** Berlin
TEAM Jørn Alraun, Franka Futterlieb

Ausgezeichnete Fusion

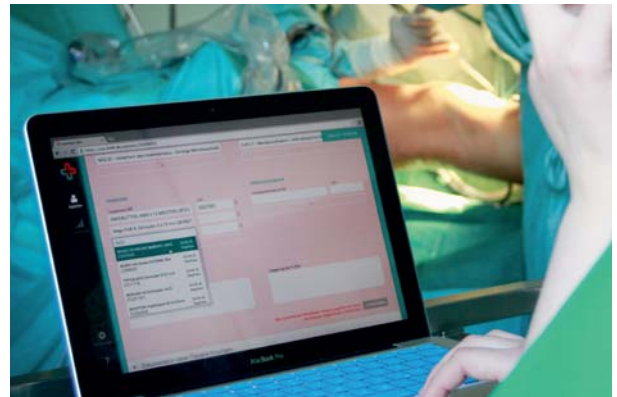
#Software #Design #Medizin



„Willst du nicht mal etwas Vernünftiges machen?“, fragte Yannik Schreckenberger Marc Tiedemann 2011 bei einem Workshop der Kultur- und Kreativpiloten. Marc verabschiedete sich daraufhin aus der Musikszene (er wurde 2011 für Konkreet Labs ausgezeichnet) und gründete mit Yannik (er erhielt die Auszeichnung 2011 für Kabelbrand) Heartbeat Medical – ein Unternehmen, das IT-Lösungen für Patientbefragungen anbietet. Eine der erfolgreichen Kultur- und Kreativpiloten-Fusionen in den Reihen der Ehemaligen.

HEARTBEAT MEDICAL
www.heartbeat-med.de

JAHRGANG 2011 STANDORT Berlin
TEAM Yannik Schreckenberger (vormals Kabelbrand),
Marc Tiedemann (vormals Konkreet Labs)



Historische Momente

#Film #Mode #Tourismus

Ob das Bühnenkostüm für die Metal Band Enemy Inside oder ein Gewand im Stile von Lucas von Cranach: Nicole Friedersdorf hat sich seit 2010 mit DarkDirndl auf Kostümbildneri spezialisiert. Unter dem Label Mothers-(b)pride schneidert sie auch Hochzeitsgewänder für Homosexuelle aus der Brautkleidung der Mutter. Die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilotin hat sie in Deutschland bekannt gemacht: „Ich bin sehr, sehr dankbar – der größte Erfolg und Push meines Unternehmens.“

DARKDIRNDL
www.darkdirndl.com

JAHRGANG 2017 STANDORT Büdingen
TEAM Nicole Friedersdorf



DER HINTERHOF WIRD ZUR GROSSEN BÜHNE

Kultur- und Kreativpiloten Deutschland –
ein persönliches Gespräch mit den Initiatoren
Sylvia Hustedt und Christoph Backes



„Jede*r Kreativpilot*in hat eine andere Vorstellung von Innovation. Und jede*r hat eine andere Vorstellung von Unternehmensgestaltung. Durch den Verzicht auf vordefinierte Ergebnisse werden wir immer wieder überrascht, was für unternehmerische Talente und Persönlichkeiten der Wettbewerb Kultur- und Kreativpiloten hervorbringt.“

Christoph Backes

Katja Armbruckner — Wie kamt ihr auf die Idee, die Kultur- und Kreativpiloten ins Leben zu rufen?

Sylvia Hustedt — Ein bedeutender Faktor war, dass wir gemerkt haben, dass das verbreitete Verständnis war: Kultur und Wirtschaft – das geht doch gar nicht zusammen. Was die Kultur- und Kreativwirtschaft ist und das wirtschaftliche und innovative Potenzial, das in ihr liegt, kannte außerhalb der Branche eigentlich niemand. Also haben wir uns überlegt, dass wir Beispiele zeigen müssen, wer die Menschen sind, die die Kultur- und Kreativwirtschaft repräsentieren.

Dann gab es noch Aussagen wie, „das sind ja nur einzelne“ oder „es gibt keine Beispiele aus Deutschland“. Und da haben wir gesagt, eigentlich müssen wir mal einen Mechanismus finden und zeigen, dass es genau so etwas in Deutschland gibt und zwar nicht als Eintagsfliege, sondern in einer wahrnehmbaren Anzahl. Und was liegt da näher, als eine Auszeichnung zu machen, wo wir Menschen in Deutschland suchen, von denen wir sagen können: Das sind Unternehmer*innen, die die Kultur- und Kreativwirtschaft repräsentieren.

Christoph Backes — Ich selbst hätte mir das als Unternehmer gewünscht, als ich mit zwanzig ein Theater gegründet habe. Vielen in meinem Umfeld ging es ähnlich: Sie waren unternehmerisch tätig, hatten aber keine*n Ansprechpartner*innen oder sahen sich mit Instrumenten klassischer Wirtschaftsförderung konfrontiert, die nicht zu den spezifischen Planungsmethoden und Techniken der Kultur- und Kreativwirtschaft passten, z.B. einen Businessplan zu schreiben oder einen Antrag auf klassische Kulturförderung zu stellen. Als wir 2007 mit unserer Arbeit angefangen haben, wollten wir nicht die Künstler*innen zu besseren BWLer*innen machen. Wir wollten die Methoden der kreativwirtschaftlichen Planung für ökonomische Innovation und Erneuerungsprozesse aufschließen.

Im ersten Jahr der Auszeichnung hieß es: „Ach, wenn sich 40 finden, dann könnt ihr happy sein.“ Es haben sich 600 Leute beworben. Das hat einfach gezeigt, welcher Mangel da letztlich war. An den Kreativpilot*innen konnte man am besten wahrnehmen, welches Potenzial eigentlich dieses Wirtschaftsthema hat. Und in der Fläche waren die Kultur- und Kreativpiloten ein Katalysator für die Einrichtung vieler landesweiter Strukturen.

KA — Wie überraschend war für euch die Individualität der Bewerber*innen?

CB — Wir haben einen offenen Call gemacht: Bewerbt euch, mit euren Ideen, egal, was es ist, und überzeugt uns davon, was ihr Tolles macht! Darauf meldeten sich dann zum Beispiel Dark Horse, die mit 32 Leuten ein Unternehmen gründen wollten. Oder jemand wie Daniel Kerber (More Than Shelters, S. 21), der nur eine Skizze für ein alternatives Flüchtlingscamp mitbrachte. Oder Sebastian Fleiter mit dem Electric Hotel, der die Idee eines alternativen Stromerneuerungsfestivals hatte. Und, und, und. Das hat nicht nur uns in der Qualität und der Masse überrascht, sondern auch alle Mitstreiter*innen: das BMWi und das BKM. Was, glaube ich, unser Alleinstellungsmerkmal bis heute ist, ist, dass wir unternehmerische Persönlichkeiten suchen. Jede*r Kreativpilot*in hat eine andere Vorstellung von Innovation. Und jede*r hat eine andere Vorstellung von Unternehmensgestaltung. Durch den Verzicht auf vordefinierte Ergebnisse werden wir immer wieder überrascht, was für unternehmerische Talente und Persönlichkeiten der Wettbewerb Kultur- und Kreativpiloten hervorbringt.

KA — Was hat die Auszeichnung in den letzten zehn Jahren bewirkt?

SH — Das kann man sich eigentlich heute gar nicht mehr vorstellen: Wir hatten tatsächlich vor zehn Jahren echt Schwierigkeiten, Leute zu finden, die wir zum Beispiel auch auf ein Podium setzen konnten. Das heißt nicht, dass wir keine guten Kontakte zu Unternehmer*innen hatten. Aber nicht jede*r eignet sich auch als Sprachrohr für die Kultur- und Kreativwirtschaft und war in der Lage, das Thema auf einer anderen Ebene zu betrachten. Mittlerweile haben wir einen großen Pool an Leuten, mit denen wir auch jenseits der Kultur- und Kreativpiloten arbeiten.

Außerdem darf man nicht unterschätzen, welches Potenzial das Netzwerk mittlerweile für die Kreativpilot*innen hat. Das ist extrem wichtig. Die fangen an, querbeet auch über die Jahrgänge hinweg Projekte miteinander zu machen und Unternehmen zu gründen (Heartbeat Medical, S. 37). Nicht zuletzt hören wir auch immer wieder, dass der Hinweis, man sei ein von der Bundesregierung ausgezeichnete Kultur- und Kreativpilot Deutschland, ein wichtiger Türöffner ist.

„(...) an diesen Stellen zeigt sich, dass immer etwas passiert, wenn man gewohntes Terrain verlässt, die Perspektive wechselt. Und, wenn man ein Problem in der Gesellschaft erkennt und es löst. Das findet man in der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr oft.“
Sylvia Hustedt

CB — Wir setzen uns hier sozusagen für eine nächste Generation von Unternehmer*innen ein. Menschen, die abseits der Kultur- und Kreativwirtschaft agieren und die bei uns dann coachen oder in der Jury sitzen, adoptieren ein Stück weit den Kreativpilot*innen-Nachwuchs und haben Interesse daran, dass daraus starke Leute werden, die erfolgreich sind. Dass bei uns Unternehmer*innen aus anderen Branchen Kreativ-Unternehmer*innen begleiten wollen, führt dazu, dass wir mittlerweile eine hohe Akzeptanz auch jenseits der Kultur- und Kreativwirtschaft haben.

KA — Warum ist es wichtig, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft branchenübergreifend besser wahrgenommen wird?

CB — Dabei geht es immer um Erneuerungen und Innovationen. Und die Frage, wo sie herkommen: Staatlicherseits gibt es einen technologiefokussierten Fortschrittsglauben. Das ist auch nicht falsch. Aber die Leute kaufen zum Beispiel ein iPhone nicht, weil es technisch so ausgereift ist, der Erfolg von Apple basiert vielmehr auf dem iPod. Da ging es um Content, ums Musik hören. Die gesamte Technikentwicklung ist eine, die man gar nicht losgelöst von Content sehen kann. Und da kommt an vielen Stellen die Kultur- und Kreativwirtschaft ins Spiel. Die Innovationstreiber*innen der Games- oder Automobil-Industrie sind vielfach kreativwirtschaftlichen Hintergründen zuzuordnen – auch wenn das bisher nicht ausreichend wahrgenommen wird. Denn je mehr Märkte sich verschieben, hin zu Consumer-Märkten, desto wichtiger ist es, eine emotionale Bindung zu Produkten zu kreieren.

SH — Bei der Auszeichnung wird es für uns spannend, wenn Menschen ihren eigentlichen Kontext verlassen und interdisziplinär denken. Unternehmer*innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft tun das aufgrund ihrer Denkweise und Fähigkeit zu Perspektivwechseln besonders gut und häufig. Entwickelt ein Gamer ein Spiel für die Neuro- und Physiotherapie, dann gehört er streng definitorisch nicht mehr zur Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern zur Gesundheitsbranche (Sisyfox, S. 62). Das hervorzuheben macht deutlich, wie sinnvoll es für andere Strukturen ist, mit der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammenzuarbeiten und dabei auch mal das ökonomische Verständnis zu ändern. Akteure*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft handeln in besonderem Maße intrinsisch motiviert. Sie sehen erst einmal ein weißes Blatt und sind dann in

der Lage, auf diesem weißen Blatt etwas zu entwickeln. Das ist schon etwas, das für andere in der Wirtschaft, in traditionellen Branchen, eher fremd ist.

CB — Am Anfang waren Teilmarktdefinitionen wichtig, um zu erklären, was die Kultur- und Kreativwirtschaft ist. Inzwischen geht es darum, sich klar zu machen, wie verwoben Kultur- und Kreativwirtschaft als Querschnittsbranche in der gesamten Wirtschaft ist. Du findest fast keine Branche, wo Kultur- und Kreativwirtschaft – ebenso wie die IT – nicht drinsteckt. Kultur steckt als Wirtschafts-, aber auch als Gesellschaftsthema überall drin: das nicht sichtbar ist, überall mitläuft, in Gewohnheiten, diese Form von Subkultur, Hochkultur, Interkultur, die unser Miteinander im hohen Maße prägen. Dafür können Kreativunternehmen sowas wie intermediäre Produzent*innen von Sinn und Wahrnehmung sein. Vor allem dort, wo Sinn infrage gestellt wird. Die Akteure*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind absolute Expert*innen im Reframing und Erneuern. Und da beginnt dann eigentlich das, was man Soft Innovation nennt.

KA — Inwieweit wurde das Bild der Branche durch die Kultur- und Kreativpiloten geprägt?

CB — Wenn wir das wüssten (lacht).

SH — Natürlich wissen wir nicht, ob die ganzen Strukturen auf Länderebenen, die es jetzt gibt, davon beeinflusst worden sind. Wir haben durch unsere Arbeit und viele Gespräche in den letzten Jahren aber den Eindruck gewonnen, dass diese Strukturen sehr viel erleichtert haben. Für uns ist diese Auszeichnung nach wie vor ein ganz wichtiger Baustein, um Leute ins Thema zu holen. Bei den Auswahlgesprächen bekommen wir beispielsweise ganz oft die Rückmeldung: „Jetzt verstehe ich endlich, um was es geht. Jetzt kann ich viel besser darauf reagieren.“ Für die Leute, die in den Länderstrukturen verantwortlich für Kultur- und Kreativwirtschaft sind, ist unser Juryverfahren außerdem eine Möglichkeit, Akteure*innen kennenzulernen und mit ihnen auf Augenhöhe zu agieren. Auch auf dieser Ebene ist die Auszeichnung ein Türöffner: für neue Strukturen und Maßnahmen.

CB — Wo wir es gut überschauen können, ist, wenn wir in Kontakt mit den Bundestagsabgeordneten sind. Wenn wir mit ihnen über Kultur- und Kreativwirtschaft sprechen, wofür sie ein offenes Ohr haben und wofür

„Weil es bei uns eben
um Menschen, um Wirtschaft,
Entwicklung, Zukunft und
Gesellschaftsgestaltung geht.“
Sylvia Hustedt

wir sehr dankbar sind. Das ist irgendwo auch unsere Pflicht, schließlich gibt es uns aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Was für ein Wert da auch die Auswahlgespräche der Kultur- und Kreativpiloten haben, merken wir allein daran, dass Bundestagsabgeordnete in die Jury mit rein wollen. Und zwar parteiübergreifend. Weil es bei uns eben um Menschen, um Wirtschaft, Entwicklung, Zukunft und Gesellschaftsgestaltung geht. Die Frage ist, wie wir uns selbst einordnen. Es gibt Leute, die sagen: „Euch ist einer der innovativsten Wettbewerbe dieses Landes geglückt. Eine der wirkungsmächtigsten, effektivsten und effizientesten Initiativen, die es in Deutschland gibt.“ Uns selbst ist es noch zu nischig, wir wollen weiter raus aus der Blase. Insofern haben wir noch einiges vor uns.

KA — Wo geht es hin mit den Kultur- und Kreativpiloten?

SH — Die Kreativpilot*innen sind für uns ein wichtiges Sounding Board, um im Dialog herauszufinden, welche Themen gerade virulent sind und wo die Entwicklung in der Kultur- und Kreativwirtschaft hingeht, gerade auf der Ebene der Akteure*innen. Und was man als Nächstes tun sollte. Zum Beispiel, den Wettbewerb selbst auf den Prüfstand zu stellen und entsprechend weiterzuentwickeln. Denn die Kultur- und Kreativwirtschaft ist erwachsen geworden. Früher standen bei unserer Arbeit Themen wie unternehmerische Professionalisierung und Qualifizierung im Vordergrund. Heute geht es mehr darum, dass die Branche als eine Art Zukunftslabor agiert. Dabei wird Innovation nicht nur technisch betrachtet. Ein weiteres großes Thema ist, Innovationsförderung in die Richtung von Experiment und Risky Projects zu denken. Oder die Branche in den Themenfeldern neue Arbeit und neue Arbeitsformen als Treiberin zu sehen. Das sind Sachen, die wir wahrnehmen und aufnehmen.

CB — Genau darum geht es: Cross-Innovation und Wagnisprojekte zu machen. Das bedeutet, jahrgangsübergreifend die Dynamik im Netzwerk und darüber hinaus zu fördern. Sich zu öffnen, den Kultur- und Kreativwirtschaftsbezug woanders zu suchen, die Andersartigkeit zu akzeptieren und anzuerkennen. Jenseits der Kultur- und Kreativwirtschaft spannende Unternehmer*innen zu finden, die sich ähnlichen Herausforderungen stellen müssen. Alle Seiten würden davon profitieren. Stärker über Zuständigkeitsdimensionen hinweg zu entwickeln, halte ich für zeitgemäß.

„(...) die Kultur- und
Kreativwirtschaft
ist erwachsen geworden.“
Christoph Backes

ANGEBOTE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT AUF LÄNDEREBENE

In den vergangenen zehn Jahren haben sich, unter anderem auch angestoßen durch die Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten Deutschland und das Kompetenzzentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, auf Ebene der Bundesländer zahlreiche Einrichtungen, Initiativen und Aktivitäten etabliert, die Gründer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Weiterentwicklung ihrer Ideen unterstützen sowie generelle Anlaufstelle sind für Information und Vernetzung sowohl innerhalb der Branche als auch zu anderen Wirtschaftsbereichen.

Ähnlich der Auszeichnung der Bundesregierung gibt es auch auf Länderebene vergleichbare Angebote: Dazu zählen zum Beispiel der Titel „Ideenstark“, mit dem die Medien und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MfG) jährlich zehn Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft auszeichnet, und „Das Kreativsonar“, das im Saarland und in Rheinland-Pfalz durchgeführt wird, zeichnet Akteur*innen der saarländischen und rheinland-pfälzischen Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Eine umfängliche Übersicht über alle deutschlandweiten Angebote bietet die Webseite der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung (KUK): www.kultur-kreativ-wirtschaft.de (Stichwort: Praxistipps).

KREATIV

WELCHEN IMPACT HABEN DIE AUSZEICHNUNG
UND DAS PROGRAMM?
WIR HABEN BEI DEN KULTUR- UND KREATIVPILOTEN NACHGEFRAGT.

WENN MAN ALLE
KREATIVPILOTEN
IN EINER GROSSEN
HALLE AUSSTELLT,
BILDET DAS DIE
KREATIVWIRTSCHAFT
DEUTSCHLANDS AB.

MARTIN HORST, 13° – JACKLE & HEIDI, 2016

MAN WUSSTE
DAMALS SCHON,
DAS WIRD EINE
WICHTIGE INITIATIVE.
CHAPEAU, KULTUR-
UND KREATIV-
PILOTEN, MEGA.

FLORIAN BERGER, DONKEY PRODUCTS, 2010

DIE MÖGLICHKEIT,
IN DEN BEREICH DER
BUNDESREGIERUNG
VORZUSTOSSEN
UND AUF DIESER
EBENE VERNETZT
ZU WERDEN
WAR WAHNSINNICHTIG
BEFRUCHTEND.

ALEXANDER DOPEL, HEYFAIR, 2017

ETWAS UNTERNEHMEN
IST DAS GEGENTEIL
VON ETWAS UNTER-
LASSEN – KREATIV-
WIRTSCHAFT IST
DAS SCHLÜSSEL-
WIRTSCHAFTS-
SEGMENT FÜRS
ÜBERLEBEN AUF
DIESEM PLANETEN.

DANIEL KERBER, MORE THAN SHELTERS, 2010

→ EFFEKTIV

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

TOBIAS JOCHINKE, DAS GUTE DING, 2016

UNS WURDE SEHR
CHARMANT
BEIGEBRACHT,
DASS WIR
UNTERNEHMERINNEN
UND THEATER-
SCHAFFENDE
ZUGLEICH
SEIN KÖNNEN.

LEONIE PICHLER, BLUESPOTS PRODUCTIONS, 2014

DER NETZWERK-
EFFEKT IST
UNGLAUBLICH UND
OHNE DIE
AUSZEICHNUNG
WÄRE DIE KARRIERE
JEDES EINZELNEN
BEI AFFE IM KOPF
GARANTIERT
ANDERS, WENIGER
BUNT, WENIGER
VIELSEITIG,
WENIGER SPANNEND
VERLAUFEN.

MATTHIAS LEITNER, AFFE IM KOPF, 2012



LEBEN

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

IM WOHN ZIMMER ROCKEN

Auf der Onlineplattform Sofaconcerts kommen Newcomer-Musiker*innen mit Musikfans in 19 Ländern zusammen, um Konzerte im privaten Rahmen zu organisieren.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2015

Marie-Lene Armingeon,
Miriam Schütt





**#MUSIK
#COMMUNITY
#CROWDSOURCING**

Konzerte im eigenen Wohnzimmer oder an besonderen Orten, das ermöglicht die Plattform Sofaconcerts, gegründet von Miriam Schütt und Marie-Lene Armingeon (Bild oben rechts), ehemals Schulfreundinnen und heute Geschäftspartnerinnen. Matteo Capreoli bei einem von Sofaconcerts vermittelten Gig im Wohnzimmer von Marie-Lene Armingeon (Bild S. 47 und oben). Gartenkonzert mit Lerch (Bild rechts).





„Die Kultur- und Kreativpiloten bieten ein besonderes Umfeld, wo der persönliche Austausch im Vordergrund steht.“
Marie-Lene Armingeon und Miriam Schütt

Nachdem die Schulfreundinnen Marie-Lene Armingeon und Miriam Schütt 2013 ihr erstes Wohnzimmerkonzert erlebten, waren sie vom Konzept so begeistert, dass sie gemeinsam die Onlineplattform Sofaconcerts an den Start brachten. Seit 2014 vernetzen sie dort talentierte Newcomer-Musiker*innen mit Fans und geben ihnen die Möglichkeit, selbst Konzerte zu organisieren: im eigenen Wohnzimmer oder an anderen besonderen Orten. Ihr Motto: kein Schlangestehen, keine überbeuerten Getränke, kein Gedrängel. Nur Freund*innen und Livemusik. Das Konzept geht auf: Mittlerweile haben sie 3.500 Musiker*innen auf ihrer Plattform, 5.600 private Konzerte innerhalb der letzten fünf Jahre realisiert und fast 1 Million Euro an die Künstler*innen als Gage ausgeschüttet. 2015 wurden Marie-Lene und Miriam als Kultur- und Kreativpiloten ausgezeichnet.

und Kreativpiloten waren wir eher die betriebswirtschaftlich Orientierteren.

Was kennzeichnet euer Erfolgsmodell?

MLA — Es gibt verschiedene Erfolgsfaktoren. Wir sind von Anfang an mit einem gesunden Realismus rangegangen. Wir wollten ein Wirtschaftsunternehmen gründen, obwohl das Projekt aus einer sehr großen persönlichen Leidenschaft entstanden ist. Wir sind Fans von kalkuliertem Risiko. Und wir haben immer den Kern unseres Geschäftsmodells im Blick: Für wen schaffen wir den größten Mehrwert? Wir verdienen nur, wenn unsere Künstler*innen etwas verdienen. Wir sind nur erfolgreich, wenn unsere Künstler*innen erfolgreich sind.

Was waren die größten Stolpersteine?

MLA — Mangel an Geld und Zeit. Beides zusammen ist ein Dauerzustand. Mangel an Expertise – man muss sich alles aneignen und anlesen. Man muss viele, wichtige Entscheidungen treffen.

Wofür seid ihr dankbar?

MLA — Ohne die Unterstützung von Freund*innen und Familie, die uns teils auch kritisch hinterfragt haben, aber dennoch immer hinter uns standen, wären wir heute nicht da, wo wir sind.

Welche Werte tragt ihr mit eurer Idee in die Gesellschaft hinein?

MLA — Wir haben ein Blick für Potenzial. Konkret: Wir sehen Künstler*innen, die sehr talentiert und ambitioniert sind und schaffen Auftrittsmöglichkeiten für sie, so dass ihre Leistung und Arbeit honoriert wird. Künstler*innen können nur weiter Musik machen, wenn sie davon leben können.

Was wollt ihr noch erreichen?

MLA — Wir wollen die Anlaufstelle Nummer 1 für Livemusik werden. Nicht nur in Deutschland, sondern auch international. Dass man als Künstler*in aus Schweden seine Tournee in Australien über Sofaconcerts planen und dort die eigene Fanbase aufbauen kann.

Was ist seit eurer Auszeichnung passiert?

Marie-Lene Armingeon — Wir haben die Auszeichnung 2015, ein gutes Jahr nach Gründung, erhalten – da haben wir gerade erst angefangen, die Plattform zu monetarisieren. Es war superheikel, weil wir nicht wussten, wie das Projekt ankommt. Wir wussten aber von Anfang an, dass wir das nicht als Liebhaber*innen-Projekt machen wollten. Uns war es wichtig, eine langfristige Perspektive zu haben und eine Vision, wie sich die Plattform selbst tragen kann.

Wie hat euch das Programm weitergebracht?

MLA — Es war spannend, zu den Workshops der Kultur- und Kreativpiloten zu gehen, sich mit den anderen Kreativpilot*innen auszutauschen. Bei einigen konnte man sich Tipps holen, mit anderen konnte man über persönliche Themen sprechen. Das haben wir immer als sehr erfrischend und sehr positiv empfunden.

Warum empfiehlt ihr die Kultur- und Kreativpiloten weiter?

MLA — Sichtbarkeit und Anerkennung: Dass man sich die Auszeichnung auf die Website packen kann, in Investor*innenpitches, in Pressemitteilungen. Das gibt eine gewisse Credibility. Außerdem Ressourcen und Expertise. Man trifft dort Leute, bekommt Coachings. In der klassischen Start-up-Szene waren wir die Exotinnen, weil wir aus der Kreativszene kommen. Im Kontext der Kultur-

SOFACONCERTS
www.sofaconcerts.org



GRÜNDUNG
2013



STANDORT
Hamburg



TEAM
Marie-Lene Armingeon
Miriam Schütt



KÜNSTLER*INNEN
1.300/3.500
(damals/heute)



Easy listening

#Presse #Wissenskultur #Neue Technologien

Knapp 190.000 Abonnenten und mehr als 800.000 Kontakte im Monat: Seit 2009 dreht Detektor.fm an den Podcast-Turntables und gehört mittlerweile zu den führenden privaten Anbietern in diesem Bereich. Medien wie Brand Eins, T-Online, die Süddeutsche Zeitung, Monopol oder die TAZ schätzen den eher lockeren Stil und kooperieren mit dem Podcast-Sender. Mittlerweile sind die Macher*innen neben dem Kerngeschäft auch als Experten*innen und Organisator*innen von Branchenevents gefragt. Christian Bollert: „Seit den Screenings mit Sylvia und Christoph sehe ich mich als Unternehmer. Danke.“

DETEKTOR.FM
www.detektor.fm

JAHRGANG 2013 STANDORT Leipzig
TEAM Christian Bollert

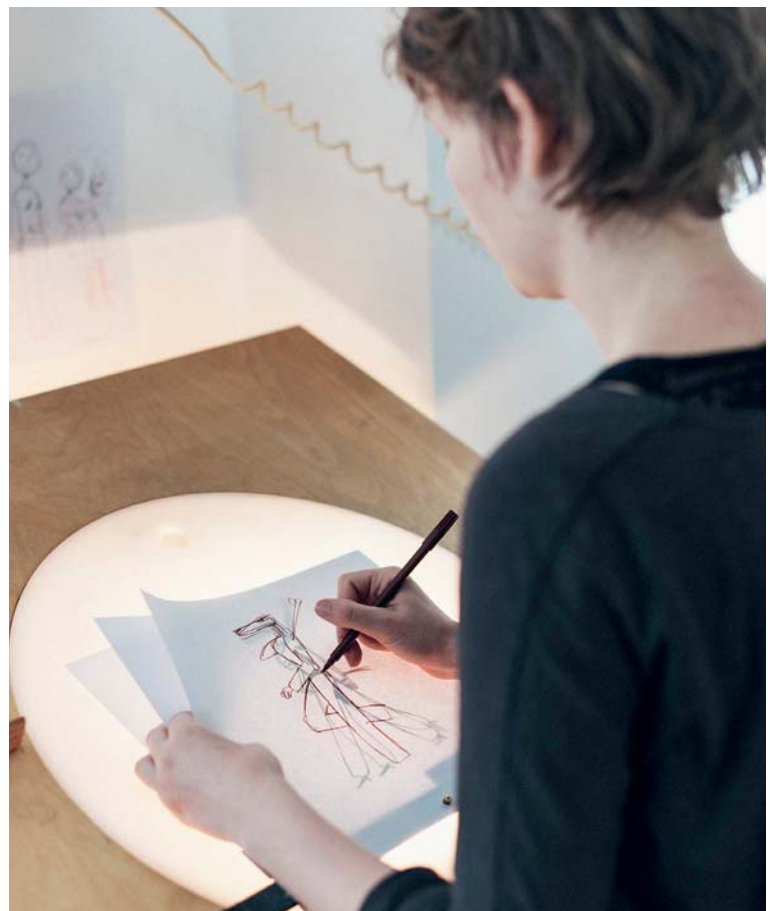
#Wissenskultur #Kunst #Film

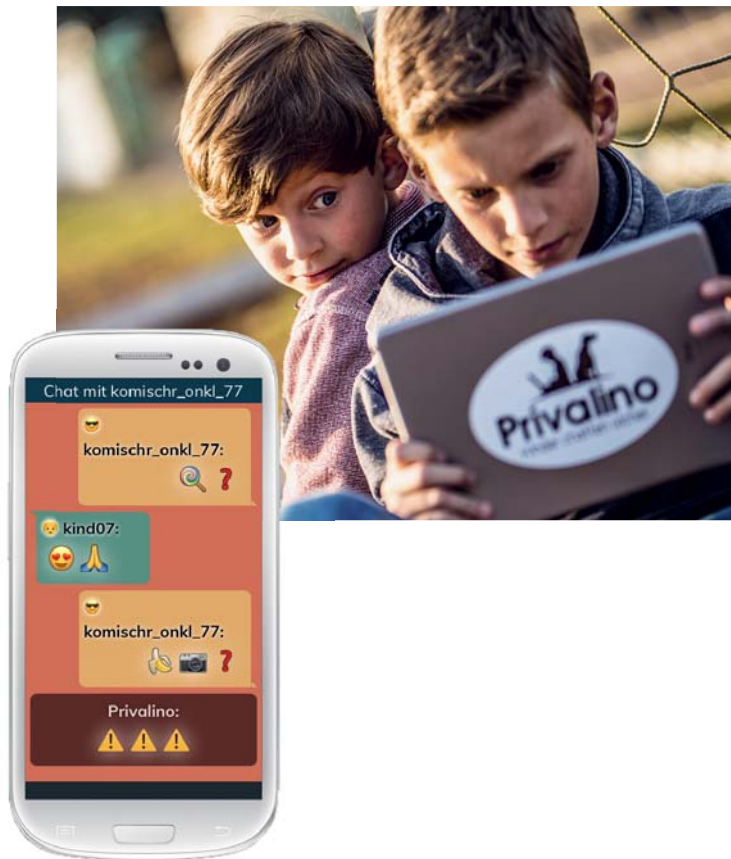
„Durch den Preis bekommen wir eine Sichtbarkeit. Auf einmal werden Leute auf uns aufmerksam, die sich sonst nie für 2D-Animationen interessiert hätten.“

Henrike Rothe, die mit ihren Mitstreiterinnen von Monströös Animationsfilme für Erwachsene realisiert, Aufklärungskampagnen für große Unternehmen unterstützt und von ihrer Kunst gut leben kann.

MONSTRÖÖS
www.monstroos.com

JAHRGANG 2018 STANDORT Berlin
TEAM Ana Maria Angel, Mareike Graf, Anna Levinson, Henrike Rothe, Sophia Schönborn, Xenia Smirnov, Matija Strnisa





KI für Kinderschutz

#Sicherheit #Medienkompetenz #Neue Technologien

Mithilfe einer Künstlichen Intelligenz analysiert Privalino für Kinder den Sprachstil der Chat-Partner*innen und kann so gefährliche Muster erkennen – etwa, wenn ein Cyber-Groomer versucht, mit dem Kind Kontakt aufzunehmen. Daraufhin werden das Kind und die Eltern alarmiert. Die Basis legte einer der Gründer, Nicolai Erbs, mit seiner Forschung zu maschinellen Lernverfahren und Sprachanalyse. Mittlerweile gibt es Privalino als Instant Messenger für Android-basierte Smartphones und als Plug-in für WhatsApp. Die Macher wollen so sexuellen Missbrauch vorbeugen.

PRIVALINO
www.privalino.de

JAHRGANG 2013 **STANDORT** Duisburg (heute: Frankfurt am Main)
TEAM Nikolai Erbs, Kolja Lubitz, Patrick Schneider

Ordnung fürs Klima

#Nachhaltigkeit #Sicherheit #Mobilität

Um ausreichend Fahrradparkplätze bei Großveranstaltungen wie dem Dockville Musikfestival zur Verfügung zu stellen, sorgen Michael Kellenbenz und Helen Schepers wie bei einer Jackengarderobe für Ordnung und Sicherheit. Das Team will dadurch das Radfahren als nachhaltiges Verkehrsmittel fördern. Vor allem im Norden Deutschlands mit großem Erfolg: So darf man sich etwa bei allen Heimspielen des FC St. Pauli über einen gesicherten Radparkplatz freuen.



KONZERTKULTOUR
www.fahrradgarderobe.de

JAHRGANG 2013 **STANDORT** Hamburg
TEAM Michael Kellenbenz, Helen Schepers



WAGEN

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

DAS WAS NEU ER

Einfach mit einem Wasserrad und damit stromlos betrieben, bereitet die mobile Anlage Waver Trinkwasser aus Flüssen auf – eine Technologie, die auch in Krisengebieten zum Einsatz kommen kann.

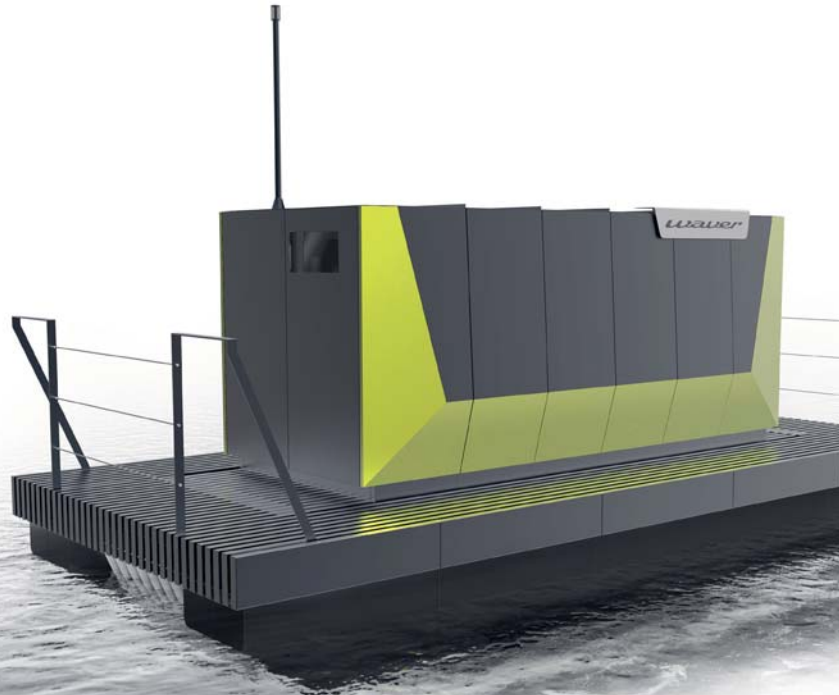
KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2018

Martin Deutscher, Martin Drewes,
Martina Findling

SSERRAD FINDEN



„Unsere Vision ist es,
dass jeder Mensch auf der
Erde einen Zugang zu
sauberem Wasser haben sollte.“
Martina Findling



Noch immer haben zehn Prozent der Weltbevölkerung keinen ausreichenden Zugang zu sauberem Trinkwasser. In Anbetracht der wachsenden Bevölkerungszahlen und dem exzessiven Verbrauch von Süßwasser für industrielle und landwirtschaftliche Zwecke kommt es zunehmend zu Wasserknappheit. Hier setzt Waver an: die mobile und stromunabhängige Trinkwasseraufbereitungsanlage von Martin Drewes, Martina Findling und Martin Deutscher, einem interdisziplinären Team aus Maschinenbau, Betriebswirtschaft und Industriedesign.

Die Idee für Waver kam Martin Drewes bei der „Sendung mit der Maus“: Dort wurde gezeigt, wie im Weltraum Trinkwasser aus Urin mittels Umkehrosmose erzeugt wird. Bei diesem Vorgang wird der natürliche Prozess der Osmose einfach umgekehrt und Flüssigkeiten so von Verunreinigungen befreit. Wieso also nicht dieses Verfahren für die mobile Wasseraufbereitung nutzbar machen?

Gedacht, getan: Zusammen mit der Hochschule Magdeburg-Stendal entwickelte der Maschinenbauingenieur ab 2013 erste Prototypen. Dafür adaptierte Martin Drewes den Prozess aus der Natur und kombinierte ihn mit weiteren Merkmalen, die für einen Einsatz in Krisenregionen essenziell wichtig sind. So sollte es beispielsweise ohne Stromversorgung auskommen, da eine solche vielerorts nicht garantiert werden kann. Außerdem sollte sie in Aufbau und Bedienung leicht zu handhaben sein, um ohne aufwendige Transporte und ständige personelle Betreuung durch Spezialist*innen flexibel einsetzbar zu sein. Für ausgereifere Prototypen brachte Industriedesigner Martin Deutscher seit 2016 seine Expertise ein. Er entwickelte nicht nur die Hülle, sondern setzte sich auch mit dem modularen Zusammenbau der einzelnen Komponenten und der einfacheren Bedienung auseinander. Um den Waver möglichst leicht zu konstruieren, wählte Deutscher für die Einhausung Aluminium-Verbundplatten, die man ohne aufwendige Montage zusammenbringen kann.

Während anfangs zwei Personen nötig waren, benötigt man nach Martin Deutschers Weiterentwicklung nur noch eine Person. Als Ergebnis der Verschmelzung von Technologie und Design entstand eine maßgeschneiderte Lösung für ein globales Versorgungsproblem: Der Waver – eine mobile schwimmende Leichtbauanlage, die ohne Strom, nur mit einem Wasserrad angetrieben wird und auf Flüssen eingesetzt werden kann.

Inzwischen gibt es den Waver in zwei verschiedenen Größen: Die kleine Variante mit 2,5 Metern Länge sorgt für 2.000 Liter und das große Modell mit 6 Metern Länge für 4.000 Liter Wasser – jeweils binnen 24 Stunden. Die Anlage ist so flexibel einsetzbar, dass neben der Energie des Wassers auch die Energie von Solar und Windkraft genutzt werden können, so die Vision der Entwickler. Der modular aufgebaute Waver eignet sich besonders für entlegene Regionen, kleine Siedlungen oder die Feldbewässerung und kann in Katastrophenfällen sofort zum Einsatz kommen.

Solche Off-Grid-Systeme für eine infrastrukturell unabhängige Trinkwasseraufbereitung zu entwickeln, bedarf große Investitionen. So kam zur Vermarktung die Betriebswirtin Martina Findling ins Boot. Zusammen hat das Dreier-Team 2018 die Kultur- und Kreativpiloten mit dem Konzept überzeugen können. Das Programm habe sie weitergebracht, wie Martina erzählt: „Man trifft dort Menschen, die vor den gleichen Herausforderungen stehen. Die Coachings sind wie Therapiesprache – man muss sich nackten Tatsachen stellen. Auch, wenn es weh tut.“

Getestet wird die Anlage derzeit in Kakamega, Kenia: Gefördert vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) in Zusammenarbeit mit der TH Brandenburg und der HS Magdeburg-Stendal sowie der Hochschule vor Ort wird die stromlose Strömungspumpe dort zur Feldbewässerung eingesetzt.

INFOTEC
www.inflotec.com



GRÜNDUNG

In Gründung



STANDORT

Magdeburg



TEAM

Martin Deutscher
Martin Drewes
Martina Findling



#MASCHINENBAU
#DESIGN
#UMWELTWIRTSCHAFT

Als interdisziplinäres Team entwickeln der Ingenieur Martin Drewes, die Vertriebsstrategin Martina Findling und der Designer Martin Deutscher die mobile Trinkwasseraufbereitungsanlage (Bild oben). Der Waver macht aus Fluss-Trinkwasser (Bild S. 54-57). Aluminium-Verbundplatten machen die große Anlage besonders leicht (Bild S. 56).



Schlaue Stoffe

#Design #Textil und Mode #Neue Arbeitsweisen

Intelligente Textilien, also Stoffe, die mit technologischen Gadgets ausgestattet sind und auf Umwelteinflüsse reagieren können, werden nicht nur für Menschen, sondern zunehmend auch für Design und Architektur eingesetzt. Esther Stühmer und Barbro Scholz bieten Unternehmen an, in ihrem Texlab solche intelligenten Textilien anfertigen zu lassen. So haben sie Beta-light entwickelt, ein Gelenkband mit Leuchte, das etwa beim Lesen in der Dunkelheit hilft. Mittlerweile bildet das Team in ihrem Texlab auch Mitarbeiter*innen weiter. Esther Stühmer sagt: „Ich weiß, was ich kann, und arbeite jetzt in einem Umfeld, das zu mir passt.“

•
TEXLAB
 www.stuhmerscholz.de
 •
JAHRGANG 2017
TEAM Esther Stühmer



Strategische Gefühle

#Design #Neue Arbeitsweisen #Bildung

Internationale Konzerne verlassen sich mittlerweile auf die Analysen und die Beratung von hoch E – das Designbüro und Emotion Lab, das Mareike Roth und Oliver Saiz betreiben. Durch eigenentwickelte Methoden der angewandten Designforschung erhöhen sie nachweisbar die Wirkung von Designlösungen. Für das Duo ist klar: Emotionen kann man strategisch gestalten. Unternehmen wie Bosch, Grohe oder Kärcher verlassen sich mittlerweile auf ihren psychologischen Designansatz. Ihr Buch „Emotion gestalten“ ist ein Bestseller – und wird bereits in der 2. Auflage publiziert.

•
HOCH E
 www.hoch-e.com
 •
JAHRGANG 2014 **STANDORT** Nürnberg
TEAM Mareike Roth, Oliver Saiz

Schule spielen

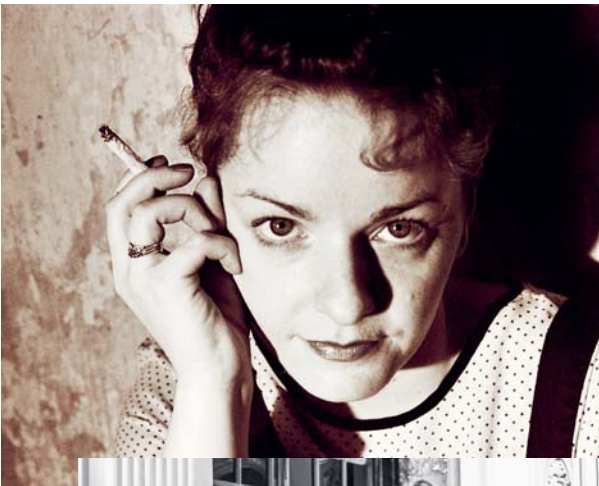
#Architektur #Bildung #Einrichten

Um die Nutzer in die Planung von Schulen miteinzubeziehen, haben die Berliner Baupiloten ein Planspiel entwickelt, das in nur 100 Minuten und 17 Schritten die unterschiedlichen Bedürfnisse aller Beteiligten in den Dialog miteinander bringt. Das Schul-Visionenspiel ist aus der Praxis der Baupiloten und der Lehre von Susanne Hofmann an der TU Berlin entstanden, die in ihren Projekten stets partizipative Prozesse integrieren. Es wurde bereits mehrfach erfolgreich in Projekten wie in der Heinrich-Nordhoff-Gesamtschule in Wolfsburg oder der Kita im Krähenwinkel in Langenhagen angewendet.

DIE BAUPILOTEN
www.baupiloten.com

JAHRGANG 2018 **STANDORT** Berlin

TEAM Susanne Hoffmann, Katinka Lotz, Milena Monssen



#Darstellende Künste #Bildung #Identität

„Die komplette Anfangszeit ist magisch. Das erste Tief kam nach drei Jahren. Dann wurden wir ausgezeichnet: Das Coaching hat uns wahnsinnig dabei geholfen, Geld zu verdienen, eine Wertigkeit zu empfinden und diesen Weg weiterzugehen.“

Leonie Pichler, die das Ensemble Bluespots Productions gründete, das Theater an ungewöhnlichen Plätzen inszeniert.

BLUESPOTS PRODUCTIONS
www.bluespotsproductions.de

JAHRGANG 2014 **STANDORT** Augsburg

TEAM Lisa Bühler, Martin de Crignis, Eva Haas, Leonie Pichler (ausgeschieden)



UNTER

NEHM

M

E

N

WOLLEN



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

DIE WELT WEITER DREHEN

Urban Invention bewegt Branchen und Menschen mit außergewöhnlichen Games. Für das interaktive Spiel Sisyfox verschmilzt der Think Tank die Tierwelt und Mythologie im digitalen und analogen Raum.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2014

Sandro Engel, Amelie Künzler





**#DESIGN
#GAMES
#MEDIZIN**

Amelie Künzler und Sandro Engel wollen mit Urban Invention Menschen gamifizieren (Bild S. 65).

Mit Streetpong, einem digitalen Pingpong-Spiel für die Fußgängerampel, fing alles an (Bilder rechts).

Sisyfox ist ein interaktives Spiel, um Kognition und Motorik zu schulen (Bild oben rechts).

Ein Studienprojekt von Urban Invention: Bloon ein begehrter Ballon, in dem Bilder von Nutzer*innen hineinprojiziert werden (Bild oben links).



„Ich bin keine Produktdesignerin mehr, keine Studentin und keine Gestalterin – ich bin Unternehmerin, weil das die größte Freiheit ist, gestalten zu können.“
Amelie Künzler



Sandro Engel und Amelie Künzler wollen mit Games die Welt verändern: „Weil wir überzeugt davon sind, dass auch nicht-games-affine Menschen von digitalen Spielen profitieren können.“ 2012 haben die beiden, als sie noch an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) in Hildesheim Produktdesign studierten, Street-Pong auf Youtube veröffentlicht. Schnell bekam das interaktive Spiel, bei dem man virtuelles Pingpong mit dem Gegenüber an der Ampel spielt, Millionen von Klicks aus der ganzen Welt. Aus der Idee wollten Sandro und Amelie ein marktreifes Produkt entwickeln – trotz großem Interesse scheiterte das Projekt. Doch die Mission und die Motivation für Gamification im öffentlichen Raum blieb.

Heute ist Urban Invention ein Think Tank und eine Plattform für neue Ideen rund um die virtuelle Interaktion von Menschen in diversen Kontexten. Eines der Erfolgsprojekte ist Sisyfox, ein Spiel, das die analoge mit der virtuellen Welt verbindet. Die Spieler*innen müssen einen großen Gymnastikball einen virtuellen Berg hinaufrollen und dabei Hindernissen ausweichen. Angelehnt ist der Name an Sisyphos aus der griechischen Mythologie, der als Strafe einen Stein den Berg hinaufrollen muss, jedoch nie den Gipfel erreicht. Mit Sisyfox können nun kognitive wie motorische Fähigkeiten trainiert werden, genau wie das Aufstellen eines neuen Highscores, denn anders als im Vorbild können die Spieler*innen durchaus den Gipfel erreichen.

Sisyfox kam zum ersten Mal auf dem Platine Festival 2016 zum Einsatz, direkt mit einer langen Warteschlange. Das Spiel wurde seitdem weiterentwickelt, wird oft bei Events eingesetzt und kommt mehr und mehr in der Physiotherapie und Rehabilitation von Patient*innen zum Einsatz. Denn an der Schnittstelle zu anderen Branchen können Games neue ungeahnte Potenziale entfalten, sind sich die Gründerin und der Gründer einig. „Gerade in der Neuro-Reha konnten wir sehen, wie glücklich die Patient*innen und auch Therapeut*innen darüber waren, so ein Spiel

zu haben“, erzählt Amelie. „Das Feedback hat geholfen. Da sieht man ein Glitzern in den Augen.“ Noch wartet das Team auf die Zertifizierung von Sisyfox als Medizinprodukt – eine der schwierigsten Hürden, wie Sandro beschreibt: „Es ist ein langer Weg, mit einem Game in den medizinischen Bereich vorzudringen – wir gehen ihn trotzdem.“

Amelie und Sandro hatten viel Unterstützung von Anfang an. Von ihrer Hochschule HAWK in Hildesheim und dann im zweiten Schritt durch die Kultur- und Kreativpiloten. „Unser Coach Johannes Tomm hat verstanden, wer wir sind, was wir machen und wohin wir gehen können. Mit ihm haben wir über die Jahre Kontakt gehalten“, hebt Amelie hervor. Während des Programms bekamen sie auch den Hinweis, dass sie höchstwahrscheinlich nicht mit StreetPong, sondern mit einem anderen Projekt weitermachen sollten. „Dadurch wurden wir aus der eigenen Perspektive rausgerissen und haben eine neue bekommen, die sich am Ende auch erfüllt hat“, sagt Sandro heute.

Beide sind den Kultur- und Kreativpiloten bis heute dankbar und verbunden. Erst nach der Auszeichnung und dem damit verbundenen Programm haben sich beide als Unternehmerin und Unternehmer gefühlt. „Diese Auszeichnung ist aus vielen Gründen das Beste, was uns passieren konnte. Das Team und die Menschen, mit denen man dort umgeben ist, sind Seelenverwandte“, unterstreicht Sandro. Und Amelie ergänzt: „Wir haben eine hohe Wertschätzung erfahren, dass wir nichts Verrücktes anbieten, sondern dass genau das unser Alleinstellungsmerkmal ist.“

Amelie und Sandro wollen ihre Firma, die mittlerweile auf zehn Mitarbeiter*innen herangewachsen ist, noch weiter pushen. Und zu dem Diskurs beitragen, wie Games das Leben positiv bereichern können. „Games werden in Zukunft super wichtig sein“, ist Amelie überzeugt. Zu ihren Zukunftsplänen sagt die Designerin: „Wir wollen so viel Impact wie möglich auf dieser Welt hinterlassen.“

URBAN INVENTION
www.urban-invention.com
www.sisyfox.com



GRÜNDUNG
 2014



STANDORT
 Hildesheim



TEAM
 Sandro Engel
 Amelie Künzler



MITARBEITER*INNEN
 2/10 (damals/ heute)



Schuhe aus Pilzen, Milch und Holz

#Design #Nachhaltigkeit #Textil und Mode

„Home of sustainable luxury footwear“ lautet der Slogan von der Schuhmarke Nat-2™, die Sebastian Thies 2007 ins Leben gerufen hat. Der Schuhfabrikant in sechster Generation hat einen modularen Baukasten-Schuh erfunden: Ein Modell, das mal Halbschuh, Sandale, Stiefellette oder Turnschuh sein kann. Außerdem experimentiert Thies mit ungewöhnlichen Materialien wie Baupilzen, Kork oder Holz, unter anderem für einen veganen Schuh. Seine Modelle findet man mittlerweile in den besten Läden rund um den Globus und im eigenen Flagshipstore in München.



NAT-2™

www.nat-2.eu

JAHRGANG 2014 STANDORT München
TEAM Sebastian Thies

Hello Robot

#Design #Games #Bildung

Aus dem kleinen Start-up, das ein Bausatz für kleinkindgeeignete Roboter anbietet, ist ein solides Unternehmen herangewachsen, das 20 Mitarbeiter*innen beschäftigt. Die Gründer haben seit der Auszeichnung den Markt launch geschafft und über mehrere Finanzierungsrunden einige Millionen Euro Venture-Capital einsammeln können. Den Tinkerbot, ein bewegungs- und lernfähiger Roboter, der auch über Tablets oder Smartphones gesteuert werden kann, gibt es mittlerweile in 18 Ländern zu kaufen. Kein Wunder, dass sich einer der Gründer mittlerweile wünscht: „Ein Jahr Auszeit bitte!“



KINEMATIC

www.tinkerbots.de

JAHRGANG 2013 STANDORT Berlin
TEAM Matthias Bürger, Christian Guder, Leonhard Oschütz



Kampf dem Plastik

#Design #Nachhaltigkeit #Umweltwirtschaft

„Nachhaltigkeit bedeutet für mich, die Dinge zu Ende zu denken“, sagt Alexandra Matthies. Zusammen mit ihrer damaligen Kommilitonin Nicole Plock hat sie die Idee zu Arekapak auf einer Reise durch Indien entwickelt: nachhaltige Produktverpackungen aus Palmblättern, die dort als Agrarnebenprodukte anfallen. Komplette natürlich und kompostierbar. Alexandra: „Wir haben durch die Auszeichnung eine tolle Medienpräsenz erhalten. Dadurch haben wir potenzielle Kund*innen gewonnen. Außerdem haben das Programm und Netzwerk uns extrem bestärkt. Danke!“

•
AREKAPAK

www.arekapak.de

•
JAHRGANG 2017 **STANDORT** Berlin

TEAM Alexandra Matthies, Nicole Plock

#Design #Neue Arbeitsweisen #Werkstoffe



„Für die urbanen Nomaden bauen wir Möbel aus Pappe, die faltbar, leicht und nachhaltig sind. Sie lassen sich einfach ohne Werkzeuge aufbauen. Es sind Produkte für eine Nische, in der wir in den vergangenen Jahren immer weiter, auch mithilfe von Crowdfunding, gewachsen sind.“

Gerald Dissen hat mit seinen Geschäftspartnern von Room in a box aus einem nachhaltigen Produkt wie Pappe coole und bezahlbare Designmöbel erstellt.

•
ROOM IN A BOX

www.roominabox.de

•
JAHRGANG 2014 **STANDORT** Berlin

TEAM Gerald Dissen, Christian Hilse, Lionel Palm

IN

SP

RA

T

O

N

GEBEN



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

100 Jahre Kreativpilot*innen: Imagine!

**TEA-
TIME**



A teal-colored donkey figurine is positioned on the left side of the page, partially cut off by the edge. It has a raised right front leg and a visible tail.

MIT DER QUEEN

Seit mittlerweile 10 Jahren ist Donkey Products die beste Adresse für kuriose Geschenkideen und Überraschungen. Wie aus dem Esel ein buntes Erfolgstier wird – ein Interview.

KULTUR- UND KREATIVPILOTEN 2010

Florian Berger

„Angenommen, man würde 5.000 Euro Preisgeld kriegen – das wäre lächerlich im Vergleich zu dem, was die Coaches der Kultur- und Kreativpiloten leisten.“
Florian Berger

Tausend tolle Sachen voller Witz, Charme und Funktion. Das ist das Geschäftsmodell von Florian Berger alias Flobo alias Director of Possibilities. Als Sohn einer Geschenk-artikelfamilie und studierter Betriebswirt waren sein kreativ-unternehmerisches Schicksal und die Gründung von Donkey Products 2008 eigentlich vorherbestimmt. Florians Marke mit dem roten Esel im Logo zeichnet sich durch ihre Verbindung von Pop-Art-Elementen, kuriose Produktdesign und Funktionalität aus. Mittlerweile hat sich eine echte Erfolgsstory daraus entwickelt. Die Queen als Teebeutelhalter oder Essiggurken als Weihnachtsschmuck gehören zu den Bestsellern auf seiner Website. Jedes Jahr bringt Donkey Products um die 40 neuen Artikel auf den Markt, alle davon werden in Deutschland gefertigt. Florian zählt zu den Durchstartern unter den Kultur- und Kreativpiloten und hat dabei den Kontakt zur Bodenstation nie verloren.

Was ist dein Lieblingsprodukt aus eurem Sortiment?

Florian Berger — Das ist der Kinderlöffel Knatter. Als meine Tochter geboren wurde, haben wir uns dran gemacht, einen Löffel als Flugzeug zu gestalten, da viele ihre Kinder ja mit so einem Flugzeuggeräusch füttern. Wir wollten das möglichst coolste Produkt zu einem annehmbaren Preis machen.

Wie fing denn alles an?

FB — Ich habe mir 2008 als erstes einen Messestand gebucht. Der Anspruch war immer, eine Marke zu entwickeln. Der Messestand sollte so sein, dass die Leute sagen: „Von Woher kommt dieses Ufo?“ Der Auftritt auf der Tendence zeigte, dass wir ins Schwarze getroffen haben. Dann habe ich sukzessive mein Team aufgebaut. Jetzt sind wir circa 20 Leute in Hamburg.

Woher nimmst du die Inspiration?

FB — Ich bin ja bereits damit aufgewachsen. Meine Familie hat in 70 Jahren sicherlich mehr als 8.000 Produkte entwickelt. Ein zweiter Teil der Inspiration ist der Alltag. Bestimmte Alltagsmomente, die wir in ein Produkt umsetzen. Und die dritte Inspirationsquelle ist die Kunst. Der Austausch mit anderen Künstler*innen und Kreativen.

Was kennzeichnet deinen ganz persönlichen Erfolg?

FB — Mein Erfolg besteht darin, möglichst viel Zeit zu haben, um kreativ zu denken. Christoph Backes hat einmal gesagt: „Kreativität muss man sich erarbeiten.“ Das habe ich erst später verstanden. Man kann erst wirklich das machen, was man will, wenn man die wirtschaftliche Substanz dafür hat.

Welches waren die dicksten Stolpersteine im Laufe der Zeit?

FB — Wo lässt du die Produkte produzieren? Wie viel willst du kaufen? Wo kriegst du die Kohle für Wachstum her? Dann muss man die Logistik aufbauen: Wie groß müssen die Kartons für unsere Produkte sein? Dann haben wir erst einmal einen Morgen lang gepackt und 12 Größen definiert. Es war immer alles unheimlich hemdsärmelig.

Welche war deine beste Entscheidung?

FB — Die Kreativität als Dienstleistung zu verkaufen. Dadurch ist mit unserem Label & Mylk ein zweites Standbein entstanden.

Wenn du auf deine Auszeichnung und das Jahr bei den Kultur- und Kreativpiloten zurückblickst: Was war das Besondere daran?

FB — Die Ehrlichkeit. Nichts schönreden. Dinge hart hinterfragen. Wo willst du hin mit der Firma und mit deiner Persönlichkeit? Stimmen die beiden Dinge überein? Ich glaube ganz fest daran, dass aus anderen Bereichen der Impuls und die Kraft für die Zukunft herkommt. Auch im Netzwerk zu bleiben, hilft weiter.

Was ist dir von den Kultur- und Kreativpilot geblieben?

FB — Die Freude, in so einem Netzwerk zu sein. Leute zu treffen, die kreativ und quer denken, einen Knall haben. Denen der kreative Gedanke immer vor dem monetären geht. Die das immer mit einer großen Leidenschaft machen und sagen, der Erfolg kommt, wenn ich es tue. Da ist ein unheimlich großer und reicher Schatz bei den Kultur- und Kreativpiloten. Und wenn man nur ansatzweise Bock auf sowas hat, dann muss man sich bewerben.



DONKEY PRODUCTS
www.donkey-products.com
www.andmylk.com



GRÜNDUNG
 •
 2008



STANDORT
 •
 Hamburg



TEAM
 •
 Florian Berger



PRODUKTE
 •
 200 / 800 (damals / heute)



**#DESIGN
#HUMOR
#ACCESSOIRES**

Vom Alltag, der Kunst und anderen Branchen inspiriert: Florian Berger und sein Team von Donkey Products (Bild oben). Humor und Hintersinn paaren sich in den Geschenkartikeln wie bei Lucky Cat aus Kunststoff (S. 70-71) oder Royaltea aus der Erfolgsserie Tea Party. Auf Messen wie der Tendence in Frankfurt am Main stellt Donkey Products regelmäßig aus (Bild S. 73).

Karma- kurier

#Design #Nachhaltigkeit #Mobilität

2008 fing Joachim Leffler mit Hosenbändern aus LKW-Planen und Fahrradzubehör aus alten Werbebannern und Bootsabdeckungen an. Weitere Nischenaccessoires wie Lastenradtaschen oder Smartphonehalter folgten. Seitdem ist Fahrer ständig gewachsen – und dabei seiner nachhaltigen und sozialen Linie treu geblieben. So werden die Produkte zum Beispiel von Menschen mit Behinderung hergestellt. Mittlerweile gibt es sogar eine Fahrer Café Bar in Berlin Kreuzberg. Besonders stolz ist Leffler auf die E-Bike-Accessoires, die er 2013 und damit genau im Jahr nach der Auszeichnung gelauncht hat.

•
FAHRER

www.fahrer-berlin.de

•
JAHRGANG 2012 **STANDORT** Berlin
TEAM Joachim Leffler



#Architektur #Design #Tourismus

„Dass es die Idee nun in Wirklichkeit gibt, ist der Unterstützung durch die Kultur- und Kreativpiloten zu verdanken. Nach drei erfolgreich umgesetzten Projekten haben wir 2019 gute Karten, unser Produkt mit einem aktuellen Kunden auf eine neue Stufe zu heben.“



Felix Nolze (rechts im Bild) baut zusammen mit Christian Eckelmann Streetfoodwagen, Bühnenbilder, Interieurs und vor allem außergewöhnliche Kugelbahnen als interaktive Exponate.

•
ROTES PFERD

www.rotes-pferd.de

•
JAHRGANG 2016 **STANDORT** Berlin
TEAM Christian Eckelmann, Felix Nolze

Kunst trifft Technik

#Diversität #Neue Arbeitsweisen #Vernetzung

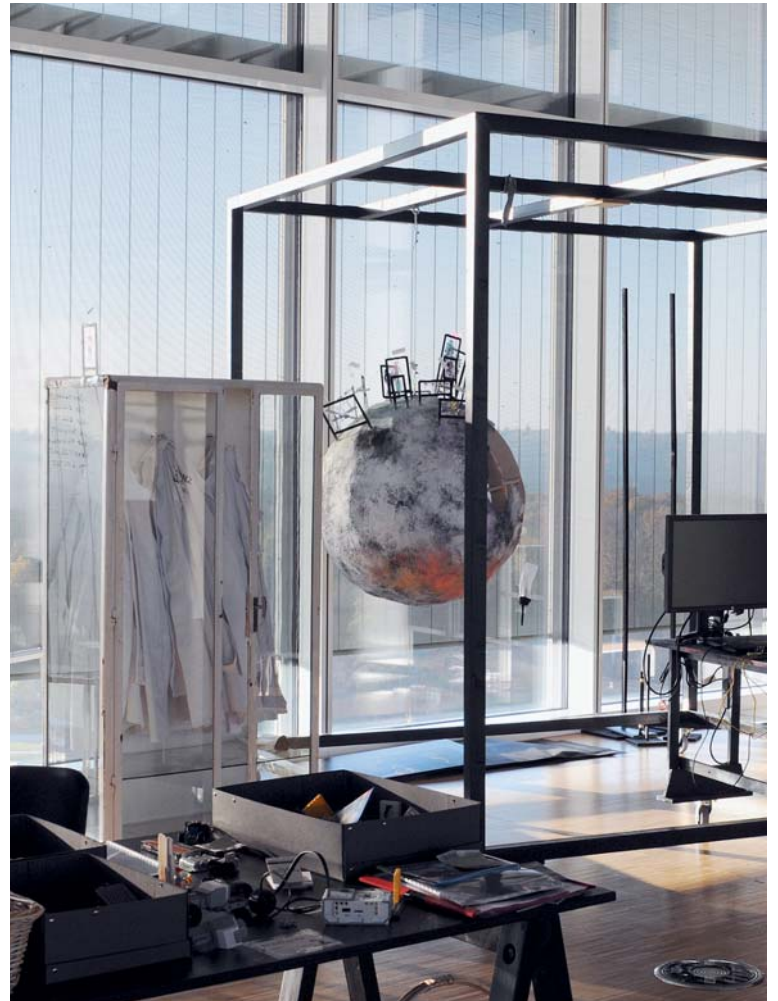
Interdisziplinäre Prozesse anzuregen, ist das Ziel von Maren Geers und Thomas Drescher, die 2013 für Wimmelforschung ausgezeichnet wurden (mittlerweile Break and Border). Seit nunmehr drei Jahren vergeben sie in Kooperation mit der Robert Bosch GmbH und der Akademie Schloss Solitude das Wimmelforschungs-Stipendium im Rahmen von Platform 12, das Künstler*innen ermöglicht, zusammen mit den Forscher*innen der Robert Bosch GmbH Innovation voranzutreiben, Perspektivwechsel anzuregen und Entwicklungspotenziale zu entfalten.

WIMMELFORSCHUNG/ BREAK AND BORDER

www.breakandborder.com

JAHRGANG 2013 STANDORT Berlin

TEAM Thomas Drescher, Maren Geers



Park-melodien

#Musik #Film #Freizeit

Wenn man im Heide-Park in die Achterbahn Krake einsteigt, bekommt man Imascore auf die Ohren: Die Soundschmiede der Brüder Andreas und Sebastian Kübler sowie Xaver Willebrand ist mittlerweile zum Marktführer für Audioproduktionen für Freizeitparks geworden. Außerdem komponiert das Team Trailer für Hollywood-Filmproduktionen wie „Der König der Löwen“, „Avengers“, „Die Unglaublichen 2“ und „Star Wars“. Für das Jahr bei den Kultur- und Kreativpiloten sind sie heute noch dankbar, weil sie „sowohl menschlich, als auch unternehmerisch immens profitieren durften.“

IMAScore

www.imascore.com

JAHRGANG 2012 STANDORT Paderborn

TEAM Andreas Kübler, Sebastian Kübler,
Dominik Schlipper (ausgeschieden), Xaver Willebrand

WEITER

UND WAS BRINGT DIE ZUKUNFT?
DIE KULTUR- UND KREATIVPILOTEN BIETEN EINBLICK IN IHREN
GANZ PERSÖNLICHEN AUSBLICK.

ICH VERSUCHE
MICH SO VIEL
WIE MÖGLICH MIT
ANDEREN BEREICHEN
AUSZUTAUSCHEN,
WEIL ICH GANZ FEST
DARAN GLAUBE,
DASS DORT
DER IMPULS UND
DIE KRAFT
FÜR DIE ZUKUNFT
HERKOMMT.

FLORIAN BERGER, DONKEY PRODUCTS, 2010

REDUKTION
DER
KOMPLEXITÄT,
DAMIT ES NOCH
MEHR
SPASS MACHT.

CHRISTOPH BROSIUS, GAMIFICATION EXPERTE UND
GESCHÄFTSFÜHRER CIRCUMRADIUS, 2012

WIR WERDEN
VERSUCHEN, UNS
WEITERZUENT-
WICKELN, SACHEN
ZU LERNEN UND
MEHR PRODUKTE
ZU BAUEN.

ALEXANDRA SEIDEL, LIGNUM, 2018



VORAN

STABILITÄT,
ZUFRIEDENE
MENSCHEN
UND WENIGER
VERPACKUNGSMÜLL
IN DER WELT.

ALEXANDRA MATTHIES, AREKAPAK, 2017

NACHDENKEN,
VORDENKEN,
TESTEN,
MACHEN,
UMDENKEN,
NEUDENKEN,
WEITERMACHEN.

CHRISTIANE HÜTTER, INVISIBLE PLAYGROUND, 2015

WIR MÜSSEN
DIE
DIGITALISIERUNG
IN ALLEN
BEREICHEN
ZULASSEN,
INSBESONDERE
FÜR DIE KINDER,
DENN ES WIRD
IHRE ZUKUNFT
SEIN, DIE WIR
POSITIV
BEREICHERN.

JØRN ALRAUN, URBN POCKETS, 2014

JURY

Ohne unsere Jury gäbe es auch keine Kultur- und Kreativpiloten Deutschland. Seit dem Start der Auszeichnung im Jahr 2010 haben jährlich rund 90 Expert*innen, Unternehmer*innen, Politiker*innen und Freund*innen der Kultur- und Kreativpiloten an den Auswahlgesprächen teilgenommen.

Jedes Jahr waren sie dabei, wenn es galt, die Persönlichkeiten zu finden, welche als Kultur- und Kreativpiloten Deutschland beispielhaft die gesamte Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihrem kreativen Unternehmergeist widerspiegeln.

In individuellen Gesprächen, mit ihrer Expertise und großen Engagement haben sie weitaus mehr als den 288 bisherigen Kultur- und Kreativpiloten Deutschland geholfen, ihre Projekte, Unternehmungen und Ideen ein großes Stück voran zu bringen. Dafür haben sie sich Zeit genommen, sind von nah und fern angereist und haben Wissensdurst, Begeisterungsfähigkeit und Offenheit mitgebracht.

Uns bleibt dabei nur zu sagen: VIELEN DANK unserer JURY der Kultur- und Kreativpiloten Deutschland. Ihr seid AUSGEZEICHNET!

Alexander Langer • Alexander Stamminger • Alexandra Klatt • Alexandra Prümke • Almut Benkert • Amelie Künzler • Andera Gadeib • André Störr • Andre Thum • Andrea Rothaug • Andreas Dautermann • Andreas Jüttner • Andreas Kolbe • Andreas Krüger • Andreas Szankay • Angelika Neubauer • Anna Anderegg • Anne Bleimeister • Annemarie Struß-von Pöllnitz • Antje Bartmann • Arne Paul Oltmann • Arthur Nägele • Bärbel Peters • Bärbel Stolz • Bart Reijnen • Benedict Rehbein • Benjamin Techen • Berit Johannsen • Bernd Hartmann • Bernd Heinrich Dinter • Bernd-Wolfgang Weismann • Bernhard Eller • Bianca Poppke • Björn Kayser • Björn Szostak • Björn Vofrei • Brigitte Brück • Carolyn Braun • Carsten Martin • Celina Ponz • Charlott Tornow • Chris Peters • Christa Eichbaum • Christian Eckelmann • Christian Rost • Christian Schneider • Christian Stichternath • Christiane Frey • Christina Barleben • Christof Flötotto • Christof Schreckenberger • Christoph Backes • Christoph Brosius • Christoph Kober • Claudia Jäckel • Claudia Jericho • Claudia Nussbauer • Clemens Pflanz • Conrad Breyer • Cornelia M. Müller • Daniel Deboy • Daniel Goll • Daniel Kerber • Daniel Pflieger • Daniela Berglehn • Daniela Werthes • Dario Arndt • Denis Bartelt • Denis Dilba • Denise Demnitz • Dennis Kellenter • Dieter Reinken • Kristina Sassenscheidt • Dirk Beckmann • Dirk Erchinger • Dirk Kiefer • Dirk Metzger • Dirk Rittberger • Doreen Krätschmann • Doris Hantscho • Doris Volk • Angela Böck • Anne-Kristin Langner • Aslak Petersen • Babette Peters • Burkhard Touché • Christina Schulz • Christoph Stoeckle • Claudia Nicolai • Daniel Wigbers • Dieter Rossmessl • Dirk Wintzer • Harald Wenker • Inge Schröder • Jens Pippig • Kai H. Krieger • Marjorie Berthomier • Markus Vogtmann • Michael Kilpper • Michaela Voß • Nicolai Erbs • Nikolas Hill • Philip Eigen • Pit Hosak • René Mauer • Stefan Offenhäuser • Thomas Hertel • Thomas Welter • Ulrich S. Soénius • Ute Hillmer • Chiara Manfretti • Dirk Kühling • Mike Meinhardt • Eberhard Schade • Eiko Theermann • Elena Herrmann • Ellen Backes • Ester Petri • Eva Emenlauer-Blömers • Eva Kiltz • Felicia Mutterer • Felix Friedrich • Felix Nolze • Florian Berger • Florian Bürkle • Florian Lange • Frank Fischer • Frank Lemloh • Frank Zumbruch • Franka Futterlieb • Franziska Holz • Freo Majer • Friederike Busch • Georg Dahm • Georg Graf von Matuschka • Gerald Dissen • Gernod Kraft • Gert Pfafferoth • Gordon Bonnet • Gunnar Mai • Hanke Homburg • Hannes Engelmann • Hans-Georg Tschupke • Harm Brandt • Harm Würthmann • Heidi Bruns • Heike-Melba Fendel • Heike Fliess • Heiko Böttcher • Helen Schepers • Helge Aszmonait • Henrike Lindemann • Holger Bramsiepe • Inci Ceylan • Inci Strauss • Inga Wellmann • Iris Wandrei • Irit Tirtey • Isabel Liebmann • Isabel Pfeiffer-Poensgen • Jan Strecker • Jan Stuve • Jana Erbes • Jasmin Srouji • Jennifer Aksu • Jennifer Duggen • Joachim Leffler • Jochen Laun • Johan Christiaan Peters • Johannes Everke • Johannes Kahrs • Johannes Nünning • Johannes Sevket Gözalan • Johannes Tomm • Jonas Lindemann • Jörg Sabrowski • Jörg-Dieter Kogel • Jörn Alraun • Josef Pointner • Judith Schmitt • Julia Kleeburger • Julia Köhn • Julia Riedel • Julian Adenauer • Julian Hölger • Julian Schneider • Juliane Radike • Julie Halten • Julius Bachmann • Jürgen Enninger • Jürgen Mehner • Jürgen Schepers • Jutta Heim-Wenzler • Jutta Rieping • Kai Hennes • Kai Metzner • Kai Stührenberg • Karin Freistedt • Karsten Schölermann • Karsten Wenzlaff • Kathrin Ahrens • Katja Armbruckner • Katja Dietrich-Kröck • Katja Großer • Katja Luckner • Katrin Budde • Kerstin Titz • Klaudia Werth • Klaus Hinnenberg • Klaus Kranewitter • Klaus Stetter • Lars Fassmann • Lars Kaempf • Lea Hampel • Lena Knecht • Leonie Pichler • Lidia Schawich • Lilia Kleemann • Lisa-Katharina Guggenmos • Loimi Brautmann • Loy Ullmann • Ludger Pfanz • Lutz Gärtner • Lutz Woellert • Anna Magdalena Bössen • Maike Schiller • Maja Hafner • Manuel Engels • Manuela Epting • Manuela Schiffner • Marc Gegenfurtner • Marc Grandmontagne • Marc Holtbecker • Marc Kamps • Marco Rieso • Marcus Paul • Mareike Roth • Maren Vokuhl • Marina Besl • Marius Münstermann • Marjorie Berthomier • Markus Wegerhoff • Marten Brosch • Martin Buck • Martin Douglas • Martin Fischbock • Martin Horst • Martina Muckli • Mathias Beier • Matthias Burgbacher • Mathias Kestel • Matthias Leitner • Matthias Mörtl • Max Beckmann • Melanie Seifart • Michael Bleks • Michael Grotenhoff • Michael Kilpper • Michael Schels • Michael Seifert • Jan Ole Püschel • Frank Fischer • Mona Guichard • Mona Rübsamen • Monika Heinzelmann • Monika Mundkowski-Vogt • Moritz Döbler • Nadine Gehm • Nadine Weise • Nadja Kothe • Nathalie Dziobek-Bepeler • Nicolas Markwald • Nik Back • Nina Dreier • Nora Antonia Wallrabe • Norbert Krause • Norman Schulz • Oke Göttlich • Olaf Zimmermann • Oliver Brzoska • Oliver Francke • Oliver Heinz • Oliver Saiz • Oliver Syring • Oliver Wittmann • Oliver Brzoska • Ozan Durukan • Peter Gabriel • Peter Grabowski • Peter Grafe • Peter Landmann • Peter Rothemund • Peter Zobel • Philip Eigen • Philipp Liekefett • Philipp Pander • Philomena Höltkemeier • Bernd Ankenbrand • Christoph Kolbeck • Gesa Birnkraut • Julia Lehner • Ulrich Wünsch • Egbert van Wyngaarden • Gunnar Spellmeyer • Pelin Celik • Reinhard Strömer • Rainer Nitsche • Rainer Schulz • Ralf C. Schreier • Reinhard Karger • Reinhard Strömer • Reinhard Gumlich • Renate Fries • René Leibold • René S. Klein • Renzo Vitale • Robert Eysoldt • Robert Gehring • Robert Mertens • Robert Rebele • Robert Thomalla • Rolf Krämer • Roshanak Behest Nedjad • Rouven Beeck • Rüdiger Kruse • Sabine Matthiesen • Sabrina Isaac-Fütterer • Sabrina Tetzeli von Rosador • Sandra Wemmel • Sarah Linse • Sascha Gutzeit • Saskia Behrens • Sebastian Dresel • Sebastian Fleiter • Sebastian Thies • Sebastian Weiß • Siegmund Ehrmann • Silke Philipps-Deters • Simone Barrientos • Sonja Sulzmaier • Sönke Busch • Stefan Büssenschütt • Stefan Eckstein • Stefan Laurin • Stefan Scheer • Stefanie Weidner • Steffen Rowold • Stephan Heym • Stephan A. Jansen • Stephan Kirchner • Stephanie Hock • Susan Barth • Susann Dreßler • Susanne Hening • Susanne Dengel • Susanne Jehle • Susanne Stephani • Susanne Stöck • Susanne von Essen • Sven Raderschatt • Sylvia Hustedt • Tabea Rößner • Tamay Zieske • Tania Breyer • Tanja Mühlhans • Tatjana Kaube • Terry Krug • Thomas Frey • Thomas Friebe • Thomas Gardeia • Thomas Mielmann • Thorsten Unger • Tidi von Tiedemann • Till Hafner • Tim Merforth • Tobias Haar • Torsten Meyer-Bogya • Torsten Oppermann • Torsten Rommel • Tycho Pfäfflin • Uke Bosse • Ulf Zimmermann • Ulrich Winchenbach • Ulrike Coqui • Ulrike Hiller • Uwe Carow • Uwe Lehmann • Veit Haug • Vera Krupinski • Victor Naumann • Volker Backes • Volker Breust • Walter Winter • Werner Agsten • Wolf Lang • Xaver Willebrand • Yana Ratthey • Yannik Schreckenberger • Yvonne Hild

HERAUSGEBER

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

STAND

Juni 2019

DESIGN

Markwald Neusitzer Identity
Frankfurt/Düsseldorf
www.mnidentity.de

TEXT UND REDAKTION

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

Martina Metzner
about editorial office for
design and architecture
www.abaut.net

DRUCK

Druckerei Preuß
www.preussdruck.de

AUFLAGE

2.000 Stück

BILDNACHWEISE

Grußworte: Peter Altmaier, BMWi/
Eriksson (S. 6); Prof. Monika Grütters,
Elke Jung-Wolff (S. 7).

Die Erfolgsgeschichte 10 Jahre Kultur-
und Kreativpiloten Deutschland: Portraits,
Uli Sailor (S. 8–9).

Wandel gestalten: Original Unverpackt,
Christian Kielmann (S. 16); Katja Vogt
(S. 18); More than Shelters (S. 21);
Delta Soundworks (S. 20); Straight (S. 21);
Daniela Schumacher (S. 20).

Perspektiven wechseln: Heyfair (S. 25–27);
Asphalt Piloten (S. 28); The Shitshow,
Marie Jacob (S. 28); Das Gute Ding
(S. 29); Jens Oellermann (S. 29).

Werte schaffen: Baukind (S. 32–35);
AUF AUGENHOEHE, Jana Hesse (S. 36);
urbn pockets (S. 36); Heartbeat Medical
(S. 37); Darkdirndl (S. 37).

Der Hinterhof wird zur großen Bühne:
Portraits, William Veder, Kompetenzzentrum
Kultur- und Kreativwirtschaft
des Bundes (S. 38); Berlin-Motiv,
Anastasia Dulgier/Unsplash (S. 38).

Netzwerk leben: Sofaconcerts,
Frau Siemens (S. 46–49); Detektor.fm
(S. 50); Monströös (S. 50); Kitext (S. 51);
Fahrradgarderobe (S. 51)

Experimente wagen: Inflatoc (S. 54–57);
Martin Deutscher Industriedesign (S. 56);
Designbüro Stühmer Scholz (S. 58);
hoch E (S. 58); Die Baupiloten (S. 59);
Leonie Pichler (S. 59).

Unternehmen wollen: Sisyfox (S. 62–65);
Kinematic (S. 66); Arekapak (S. 67);
Nat-2™ (S. 66); Room in a box (S. 67).

Inspiration geben: Donkey Products
(S. 70–73); Fahrer Berlin (S. 74);
Rotes Pferd, Birte Zellentin (S. 74);
Wimmelforschung/Break and Border
(S. 75); Imascore (S. 75).

DIESE UND WEITERE BROSCHÜREN

ERHALTEN SIE BEI

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

ZENTRALER BESTELLSERVICE

Telefon 030 182722721
Bestellfax 030 18102722721

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

WANDEL
GESTALTEN
PERSPEKTIVEN
WECHSELN
WERTE
SCHAFFEN
NETZWERKE
LEBEN
EXPERIMENTE
WAGEN
UNTERNEHMEN
WOLLEN
INSPIRATIONEN
GEBEN

Sie entwickeln Alternativen zu Plastikverpackungen, sie denken weltweit die grüne Lunge von Großstädten neu und machen das Internet mit Apps und neuer Technologie sicherer für Kinder. Das sind die Unternehmer*innen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Auszeichnung Kultur- und Kreativpiloten Deutschland ist die einzige der Bundesregierung, die sich an kreative Unternehmer*innen wendet. Mittlerweile sind es 288 Kreativpilot*innen, die aufgrund ihrer Persönlichkeiten, der Vielfältigkeit ihrer Ideen sowie ihres Muts und ihrer Vision ausgezeichnet wurden.



KULTUR- UND
KREATIVPILOTEN
DEUTSCHLAND

WANDEL
GESTALTEN

**AUS
GE
ZEICH
NET**

**INSPIRA
TION**
GEBEN

Die Erfolgsgeschichte
10 Jahre Kultur- und Kreativpiloten Deutschland

**PERSPEK
TIVEN**
WECHSELN

**NETZ
WERKE**
LEBEN

**EXPERI
MENTE**
WAGEN

**UNTER
NEHMEN**
WOLLEN

WERTE
SCHAFFEN

