



SACHSEN-ANHALT
Wir stehen früher auf.

KREATIVES SACHSEN-ANHALT

WERTSCHÖPFUNG UND POTENZIAL.





INHALT

/// 1: KREATIVE AUF DEM WEG ZUR WIRTSCHAFTSKRAFT. Ministerpräsident Reiner Haseloff über einen dynamischen Baustein der Zukunft Sachsen-Anhalts. **/// 3: WACHSTUMSMOTOR UND GESICHT EINES ATTRAKTIVEN EUROPAS.** Eine Vetreterin des Kompetenzzentrums des Bundes bezieht Position. **/// 6: MAGDEBURG SCHÖPFT KREATIVE KRAFT.** Erkenntnisse der Magdeburger Kreativstandortstudie und ihre Folgen. **/// 8: HALLE (SAALE). KREATIVITÄT AM UND IM FLUSS.** Der Beigeordnete für Wirtschaft und Wissenschaft über positive Effekte und eine aktuelle Studie. **/// 12: „WIR HABEN NOCH VIEL LUFT NACH OBEN.“** Wirtschaftsminister Hartmut Möllring zu kreativem Potenzial. **/// 13: ZUKUNFTSRÄUME.** Die Stärkung der Branche. **/// 14: ÜBER DEN TELLERRAND SCHAUEN UND WIRKEN.** Wie Kreative eine Erfolgsgeschichte weltweit gestalten. **/// 20: ÄSTHETIK ZUM SPIELEN VOLLER FREUDE FÜR DIE SINNE.** Zwei Spielmittel-Designerinnen aus Halle (Saale) zwischen Start und Ziel. **/// 24: AUF DER GANZ GROSSEN BÜHNE.** Doppelte Kreativität führt zu genialen Ideen. **/// 26: DIE MITTE DER WELT LIEGT IN MERZIEN.** Wiedersehen macht Freude, besonders als global agierende Filmemacherin. **/// 30: IM SOUND STECKT DIE BOTSCHAFT.** Ein Kreativer aus Magdeburg verschafft anderen Gehör. **/// 31: SCHUTZPATRON FÜR FAHR- RADFAHRENDE BABYS.** Kreation und Innovation – zusammengebracht von einer Burgabsolventin. **/// 32: BESTENS IN FORM.** Ein Wettbewerb verbindet Branchen. **/// 33: KREATIVE SIND IN SACHSEN-ANHALT NUR EINEN KLICK ENTFERNT.** Das Landesportal für alle Nutzer. **/// 33: PARTNER DER KREATIVWIRTSCHAFT.** Ansprechpartner. **/// 34: LAST BUT NOT LEAST.** Meldungen aus Sachsen-Anhalts Kultur- und Kreativwirtschaft.



KREATIVE AUF DEM WEG ZUR WIRTSCHAFTSKRAFT.

VON EINEM DYNAMISCHEN BAUSTEIN DER ZUKUNFT SACHSEN-ANHALTS.

Die Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt hat sich in den vergangenen Jahren zu einer wichtigen Branche entwickelt, die sich durchaus mit etablierten Wirtschaftsbereichen messen kann. Das Profil des Wirtschaftsstandorts Sachsen-Anhalt wird inzwischen von der Kreativwirtschaft in hohem Maße mitbestimmt. Einen guten Überblick darüber gibt die vorliegende Broschüre.

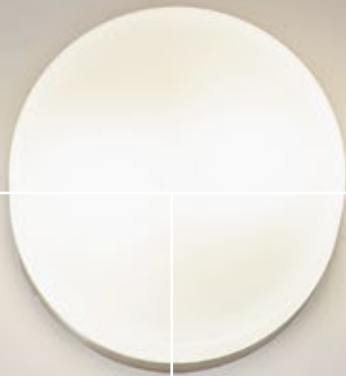
Zwar liegt unsere Kreativwirtschaft bei wichtigen Kennzahlen noch hinter dem Bundesdurchschnitt zurück, doch in den Zentren Magdeburg und Halle (Saale) entwickelt sich die Branche mit hoher Dynamik. So ist Magdeburg schon längst nicht mehr allein eine Stadt des Maschinenbaus. Auch als Kreativstandort macht sie sich einen Namen. Im eher als Kreativstandort wahrgenommenen Halle (Saale) hat die Branche in den vergangenen Jahren ebenfalls weitere große Fortschritte gemacht. Besonders in Halle (Saale) zeigt sich die in Sachsen-Anhalt für die Branche typische Kleinteiligkeit.

Um die Kreativwirtschaft weiter zu stärken und ihr den Zugang zu überregionalen Märkten zu erleichtern, ist eine bessere Vernetzung erforderlich. Von positiven Ansätzen abgesehen gibt es hier noch deutliche Defizite. Der Schwerpunkt der wirtschaftspolitischen Maßnahmen zur Unterstützung der Kreativbranche liegt deshalb auf der Hand: Mit verschiedenen Maßnahmen, beispielsweise mit dem Aufbau von Kreativ- und Gründerzentren, unterstützen wir die Zusammenarbeit der Firmen untereinander und mit anderen Branchen. Das ist der Königsweg, um die guten Entwicklungschancen unserer Kreativwirtschaft zu nutzen.

Dr. Reiner Haseloff,
Ministerpräsident des Landes
Sachsen-Anhalt

MUSIKWIRTSCHAFT
 BUCHMARKT
 KUNSTMARKT
 FILMWIRTSCHAFT
 RUNDFUNKWIRTSCHAFT

MARKT FÜR DARSTELLENDEN KÜNSTE
 DESIGNWIRTSCHAFT
 ARCHITEKTURMARKT
 PRESSEMARKT
 WERBEMARKT
 SOFTWARE-/GAMES-INDUSTRIE



Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die deutsche Wirtschaftsministerkonferenz 2009 hat die Kultur- und Kreativwirtschaft als verbindliche Orientierung wie folgt definiert: „Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche

überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen.“ Im Einzelnen gliedert sich das Wirtschaftsfeld dann in elf Kernbranchen oder sogenannte Teilmärkte.

WACHSTUMSMOTOR UND GESICHT EINES ATTRAKTIVEN EUROPAS.

MIT ZIELGERICHTETER UNTERSTÜTZUNG ETABLIERT SICH DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT SACHSEN-ANHALTS IM BUNDESVERGLEICH ZU EINEM ZUKUNFTSSTANDORT. UND DAS IST GUT SO, DENN AUCH AUF EUROPÄISCHER EBENE WERDEN DIE WIRTSCHAFTLICHEN UND GESELLSCHAFTLICHEN POTENZIALE DIESER BRANCHE FÜR DIE ERFOLGREICHE ENTWICKLUNG DER MITGLIEDSSTAATEN ERKANNT UND GEFÖRDERT.

So startete die Bundesregierung 2007 die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Zielen, die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu steigern und die Erwerbschancen kleiner Kulturbetriebe sowie freischaffender Künstler zu verbessern. Mit dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes wurde dazu eine bundesweite Plattform für Information, Beratung und Vernetzung geschaffen.

„Unser Team versteht sich als Partner der Kultur- und Kreativwirtschaft, um ihr Gesicht und Gewicht zu geben“, erläutert Katja Großer vom Regionalbüro Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen. Deutschlandweit führen die acht regionalen Ansprechpartner an über 80 Orten individuelle und kostenfreie Beratungen für Kreative durch. „In deren Mittelpunkt steht die Realisierung und Weiterentwicklung von Geschäftsideen und die Weitervermittlung an passende Unterstützungsangebote vor Ort“, so Katja Großer.

Einen weiteren Schwerpunkt der Arbeit bilden Maßnahmen zur Vernetzung und stärkeren Wahrnehmung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dazu finden auch in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen regelmäßig Workshops und Konferenzen zum Erfahrungsaustausch zwischen Branchenakteuren sowie Vertretern aus anderen Branchen statt. So startete im April 2013 in Halle (Saale) die Veranstaltungsreihe „Kommen wir ins Geschäft“, die Kreative aus der Region und ganz Deutschland zusammenbringt. „Dabei geht es auch darum, neue Trends der Szene aufzugreifen und in den Austausch mit Po-

litik, Verwaltung und Wirtschaft einfließen zu lassen“, erklärt Katja Großer. So prüft das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft bundesweite Förderprogramme auf ihre Eignung für die Kreativbranche. Um deren Potenziale bekannter zu machen und unternehmerische Kompetenzen zu fördern, wurde 2010 der bundesweite Wettbewerb „Kultur- und Kreativpilote Deutschland“ ins Leben gerufen. Seitdem werden jährlich 32 beispielhafte Kreativ-Unternehmen mit dem Titel ausgezeichnet und ein Jahr lang in ihrer unternehmerischen Entwicklung durch erfahrene Experten begleitet.

Auch auf europäischer Ebene wird die Kreativbranche zunehmend als neues Wachstumsfeld anerkannt. So erbringt sie nach aktuellen Schätzungen bereits rund 4,5 Prozent des europaweiten Bruttoinlandsprodukts und beschäftigt bis zu 8,5 Millionen Menschen. Folgerichtig spricht die Europäische Kommission im Rahmen ihrer Europa-2020-Strategie der Kultur- und Kreativbranche eine Schlüsselrolle für ein nachhaltiges Wachstum zu. Das neue Förderprogramm „Kreatives Europa“ soll ab 2014 die Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft an Globalisierung und Digitalisierung mit rund 1,8 Milliarden Euro unterstützen, etwa durch einen verbesserten Kapitalzugang für kleine und mittelständische Kreativ-Unternehmen. Darüber lässt auch die zukünftige Ausrichtung der EU-Strukturfonds einen starken kultur- und kreativwirtschaftlichen Bezug erkennen. Zu deren Schwerpunkten werden ab 2014 unter anderem die Stärkung



/// Kreative Dynamik von Mitteldeutschland bis zur EU: Katja Großer lenkt und leitet im Auftrag des Bundes.

von Innovationen und grenzüberschreitenden Clusterprozessen, die Nutzung neuer Kommunikationstechnologien, die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen und Investitionen in Ausbildung und Qualifikation gehören.

Bereits 2012 startete die Initiative „European Creative Industries Alliance“ als Plattform für politische Entscheidungsträger und Interessenvertreter zur Ausarbeitung von Förderinstrumenten für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Diese werden zuerst in vier Modellregionen in Österreich, Irland und Spanien erprobt und im Erfolgsfall auf ganz Europa übertragen. So werden im Rahmen der „European Creative Industries Alliance“ verschiedene Gutscheinsysteme erprobt, mit deren Hilfe kleine und mittelständische Unternehmen Innovationsprojekte mit Partnern aus der Kultur- und Kreativwirtschaft umsetzen können. „Auf lokaler und regionaler Ebene erbringen strategische Investitionen in diesem Bereich oft spektakuläre Ergebnisse“, ist Androulla Vassiliou, EU-Kommissarin für Bildung, Kultur, Mehrsprachigkeit und Jugend, überzeugt. Neben ihrem Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der EU-Mitgliedstaaten komme der Kultur- und Kreativwirtschaft noch eine weitere wichtige Rolle zu: „Sie zeichnet ein dynamisches Bild eines attraktiven, kreativen Europas, das offen ist für Kulturen und Talente aus der ganzen Welt“, so die EU-Kommissarin.

/// www.kultur-kreativ-wirtschaft.de /// ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_de.htm

UNTERNEHMEN

UMSATZ

DEUTSCHLAND

7,6 %

2,6 %

MAGDEBURG

7,9 %

4,9 %

SACHSEN-ANHALT

4,4 %

1,3 %

HALLE (SAALE)

7,3 %

1,3 %

Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft 2010. Magdeburg lag mit seinem Anteil von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtzahl der Unternehmen 2010 sogar leicht über dem Bundestrend. Der prozentuale Anteil des Umsatzes der Branche lag in

Magdeburg deutlich über dem des Bundes.

(Quellen: Kultur- und Kreativwirtschaft MD 2011/12, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln, Sonderauswertung Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt und Destatis; Sonderauswertung; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung)

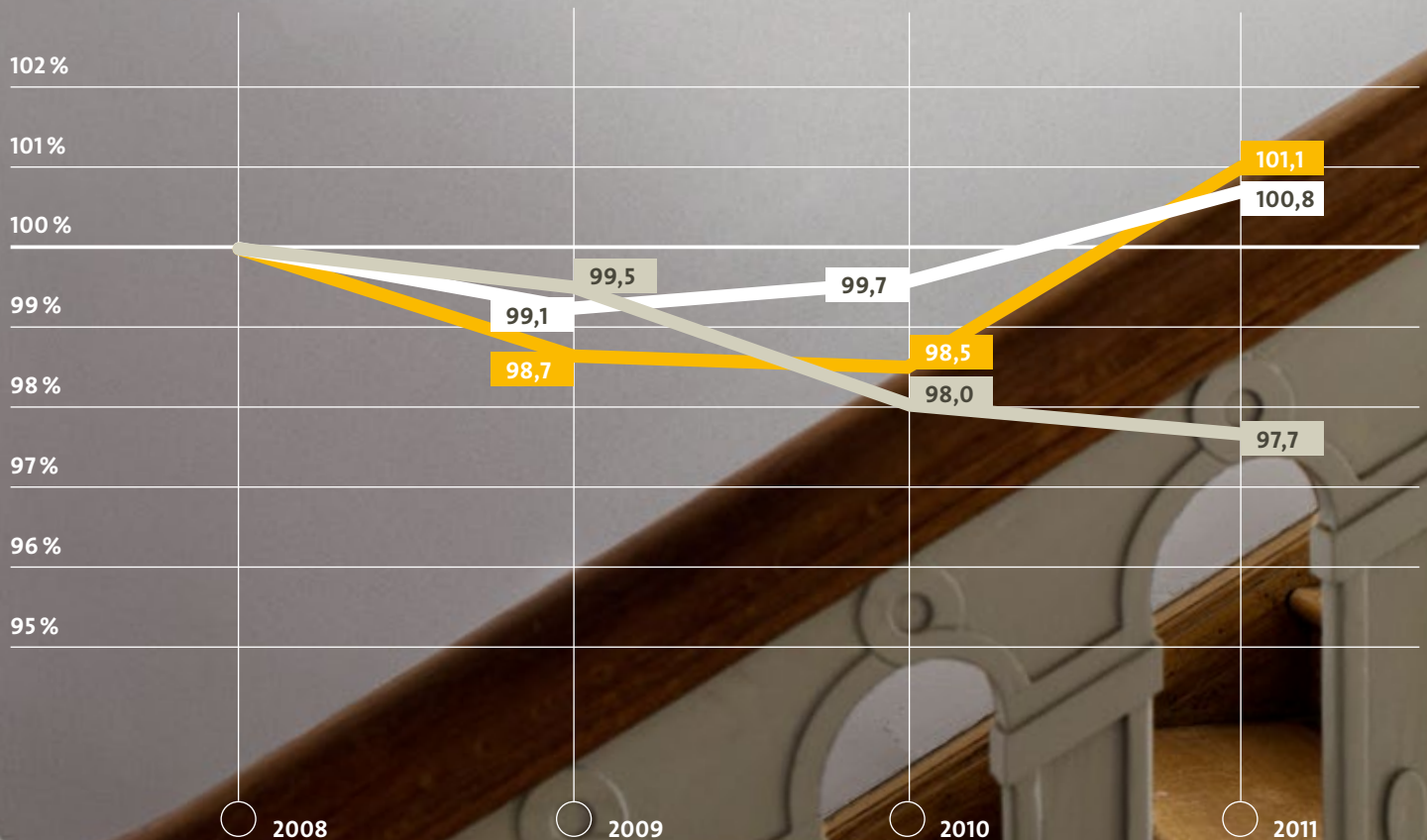
Aufgang A ▶



DEUTSCHLAND

SACHSEN-ANHALT ALLE BRANCHEN

SACHSEN-ANHALT



Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft von 2008 bis 2011 am Beispiel sozialversicherter Beschäftigter (Index 2008 = 100). Während der allgemeinen Wirtschaftskrise 2009 konnte sich die Kreativbranche in Sachsen-Anhalt konsolidieren. Im Gegensatz zum bundesweiten Trend

waren die Zahlen 2011 allerdings in Sachsen-Anhalt geringfügig rückläufig.

(Quellen: Kultur- und Kreativwirtschaft MD 2011/12, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln, Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, vorläufige Ergebnisse ab 2010)

MAGDEBURG SCHÖPFT KREATIVE KRAFT.

ÜBER DIE LANDESGRENZEN HINAUS GILT MAGDEBURG BIS HEUTE ALS EIN WICHTIGES ZENTRUM DES MASCHINENBAUS. ALS KREATIVSTANDORT IST DIE „OTTOSTADT“ DAGEGEN BISLANG NUR KENNERN DER SZENE BEKANNT. DABEI ENTWICKELT SICH DIE LANDESHAUPTSTADT SACHSEN-ANHALTS SEIT JAHREN ZU EINEM ATTRAKTIVEN STANDORT FÜR KREATIVE UND PROFITIERT DABEI AUCH VON IHREN TRADITIONELLEN STÄRKEN. WIE GROSS DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN MAGDEBURG MITTLERWEILE IST, ZEIGEN DIE ERGEBNISSE EINER POTENZIALSTUDIE, DEREN HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN NUN ZÜGIG UMGESETZT WERDEN SOLLEN.

Laut der im November 2012 veröffentlichten Untersuchung des Büros für Kulturwirtschaftsforschung Köln beschäftigen die 533 Kreativunternehmen der Landeshauptstadt rund 5000 Mitarbeiter, das ist ein Anteil von 7,9 Prozent an der Gesamtzahl der Beschäftigten. Zum Vergleich: Im Maschinenbau, der über Jahrzehnte die wirtschaftliche Struktur Magdeburgs prägte, sind aktuell rund 7000 Menschen tätig. Jährlich erwirtschaftet die Kreativbranche einen Umsatz von rund 300 Millionen Euro. Das sind knapp 40 Prozent des landesweiten Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft und 4,9 Prozent der gesamten Wirtschaftsleistung Magdeburgs. Der größte Teil entfällt dabei mit rund 140 Millionen Euro auf den Pressemarkt, der maßgeblich durch das Verlagshaus der regionalen Tageszeitung „Volksstimme“ bestimmt wird. „Über das größte Potenzial der elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in unserer Stadt verfügt aber – neben den Bereichen Werbemarkt und Software/Games – die Designwirtschaft“, erklärt Rainer Nitsche, Beigeordneter für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit der Landeshauptstadt Magdeburg. Besonders der Bereich Industriedesign sei wegen seiner starken Ausprägung in der Magdeburger

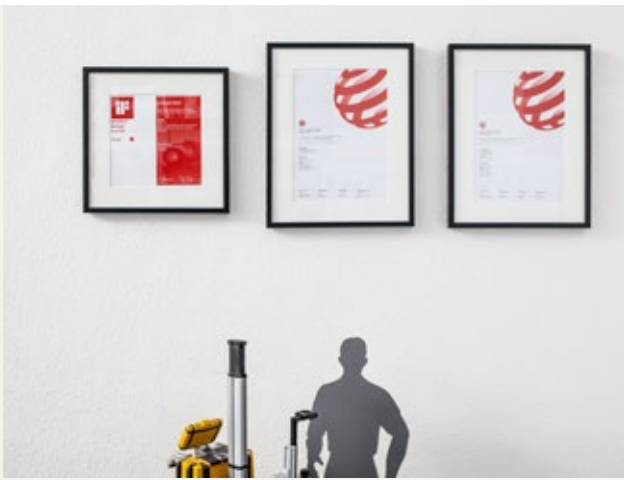
Hochschullandschaft und daraus entstandener Unternehmen profilgebend für den Kreativstandort Magdeburg. „Aufgrund des vorhandenen Know-hows und der nationalen Ausstrahlung der angesiedelten Institute und Unternehmen besteht hier die Chance, ein Ankerthema für die gesamte Metropolregion Mitteldeutschland und darüber hinaus zu entwickeln“, so Rainer Nitsche.

Für den Beigeordneten geht die Bedeutung der Kreativbranche noch weit über die in der Potenzialstudie beschriebenen direkten Beschäftigten- und Umsatzeffekte hinaus: „Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eng mit allen anderen Wirtschaftsbranchen verflochten und trägt damit wesentlich zur Innovation, Qualität und dem Vermarktungserfolg einer Vielzahl von Produkten bei. Darüber hinaus ziehen erfolgreiche Kreativunternehmen auch eine ‚kreative Klasse‘ von Designern, Architekten, Ingenieuren, Wissenschaftlern und IT-Spezialisten an, was zu einer nachhaltigen Standortaufwertung führt.“

Neben den erheblichen Entwicklungspotenzialen Magdeburgs als Kreativstandort beschreibt die Studie auch eine

Reihe von strukturellen Problemen, vor denen die lokale Kultur- und Kreativwirtschaft steht. Aufgrund der ausgeprägten Kleinteiligkeit der Branche sei diese von außen oft kaum wahrnehmbar und habe es schwer, sich einen Zugang zu überregionalen Märkten zu erschließen. „Auch die Vernetzung und Zusammenarbeit der Kreativen in Initiativen und Netzwerken ist – von einigen positiven Ansätzen abgesehen – noch nicht ausreichend ausgeprägt“, so Beigeordneter Rainer Nitsche.

Um diese Defizite abzubauen, empfiehlt die Potenzialstudie eine Reihe von Maßnahmen, deren Umsetzung bereits kurz nach der Veröffentlichung der Untersuchung begann. So wurde schon im November 2012 die Kreativwirtschaft als gleichberechtigte Branche in den Kanon der Wirtschaftsförderung der Stadt Magdeburg aufgenommen. Seitdem fungiert ein neu ins Leben gerufener „Kreativlotse“ außerdem als Ansprechpartner für die Kreativszene, bildet die Schnittstelle zu Politik und Verwaltung und unterstützt den Vernetzungsprozess der Branche. „In dieser Position werde ich die Interessen der Kreativbranche gegenüber der Stadt und gegenüber anderen gesellschaftlichen Akteuren vertreten und



/// Preisträgerdichte: In Magdeburgs Leibnizstraße wächst der Erfolg mit den Aufgaben. Hier konzentriert und etabliert sich die junge Kreativszene (oben, unten rechts). Das Forum Gestaltung bietet dafür ebenfalls Raum (oben links).

Kontakte zu potenziellen Partnern und Kunden aus anderen Wirtschaftszweigen herstellen“, erklärt Heike Worel, Projektmanagerin bei der GWM Gesellschaft für Wirtschaftsservice Magdeburg mbH, die auch Mitglied im Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e. V. ist.

Bis zum Frühjahr dieses Jahres wird darüber hinaus eine dezernatsübergreifende „Lenkungsgruppe Kultur- und Kreativwirtschaft“ der Stadtverwaltung unter Leitung von Rainer Nitsche weitere Vorschläge für konkrete Maßnahmen zur Stärkung der Branche in Magdeburg erarbeiten. „Mithilfe dieses Masterplans wollen wir einen langfristigen strategischen Prozess initiieren, um die Entwicklung eines eigenen Standortprofils sowie die stärkere Vernetzung der Kreativbranche mit den öffentlichen Kultureinrichtungen, mit anderen Wirtschaftszweigen und den Hochschulen der Landeshauptstadt zu unterstützen“, so der Beigeordnete für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit. So gelte es, die Übergänge aus den Hochschulen in den sich entwickelnden Markt zu erleichtern, indem eine stärkere Gründungs- und Markteintrittsunterstützung für junge Kreative gewährleistet wird. Darüber

hinaus suche die Stadt das Gespräch mit den Hochschulen, um deren wissenschaftliches Profil und Ausbildungsangebote im Bereich „Industrial Design“ noch stärker an den Praxisanforderungen der Kreativbranche auszurichten. Dabei wolle die Landeshauptstadt ihre besonderen Stärken in die Strategie der Landesregierung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt einfließen lassen.

Die Potenzialstudie untersuchte auch die Möglichkeiten der gezielten Weiterentwicklung bereits bestehender Quartiere der Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb des Stadtgebiets. „Vorrang hat dabei für uns das Quartier ‚Brandenburger Straße‘ rund um die ehemalige Kunstgewerbeschule. Für diesen Bereich wird unsere Lenkungsgruppe in enger Zusammenarbeit mit dem ansässigen Forum Gestaltung e. V. ein Nutzungskonzept für den Standort erarbeiten“, erläutert Rainer Nitsche. Außerdem werde derzeit ein neues Veranstaltungsformat entwickelt, das der Intensivierung der Kontakte zwischen den Kreativen und den traditionellen Wirtschaftszweigen der Stadt in „kulturell und kommunikativ anregender Atmosphäre“ dienen werde. „Damit all diese Maßnahmen erfolgreich sein

können, müssen wir eine von Offenheit geprägte Kultur in unserer Stadt entwickeln, in der sich Kreativität, Kultur und Wirtschaft miteinander verbinden. Wenn uns das gelingt, sehe ich große Chancen für die zukünftige Entwicklung Magdeburgs“, so die Überzeugung von Rainer Nitsche.

ZUSAMMENFASSUNG

- /// Die aktuelle Studie bescheinigt Magdeburg ein erhebliches Entwicklungspotenzial als Kreativstandort.
- /// Eine verwaltungsinterne Lenkungsgruppe erarbeitet aktuell einen Masterplan „Kultur- und Kreativwirtschaft“ zur Umsetzung der Handlungsempfehlungen.
- /// Die Landeshauptstadt will gezielt bestehende Kreativquartiere fördern.
- /// „Industriedesign“ besitzt das Potenzial zum Ankerthema für die gesamte Region Mitteldeutschland.
- /// Die lokalen Maßnahmen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft sollen in die Strategie der Landesregierung einfließen

HALLE (SAALE) – KREATIVITÄT AM UND IM FLUSS.

WOLFRAM NEUMANN, BEIGEORDNETER FÜR WIRTSCHAFT UND WISSENSCHAFT DER STADT HALLE (SAALE), IM INTERVIEW ZU DEN ERGEBNISSEN EINER AKTUELLEN STUDIE ZUR KREATIVBRANCHE IN DER SAALESTADT, ÜBER DIE POSITIVEN EFFEKTE FÜR DEN STANDORT UND DIE WEITERENTWICKLUNG DES WACHSENDEN KREATIVQUARTIERS ZWISCHEN MITTELDEUTSHEM MULTIMEDIAZENTRUM (MMZ) UND MITTELDEUTSHEM RUNDFUNK (MDR).

Die neue Kreativwirtschaftstudie für die Stadt und Region Halle liegt Ihnen seit Kurzem als Entwurf vor. Wie fällt die erste Bewertung der Ergebnisse aus Ihrer Sicht aus?

Absolut positiv. Gegenüber der ersten Studie zur lokalen Kreativwirtschaft aus dem Jahr 2005 hat sich die Branche erfreulich stabil entwickelt. So ist die Zahl der Unternehmen um mehr als 10 Prozent auf jetzt fast 1000 gewachsen. Das entspricht mit 7,3 Prozent der Gesamtzahl der Unternehmen der Region Halle und liegt sehr deutlich über dem landesweiten Durchschnitt von 4,4 Prozent. Auch die Umsatzentwicklung ist im gleichen Zeitraum um 5,8 Prozent auf 243 Millionen Euro im Jahr 2010 angewachsen. Die größten Anteile entfallen dabei auf den Teilmarkt Software/Games/IT mit knapp 100 Millionen Euro und den Werbe- und Pressemarkt mit rund 65 Millionen Euro Umsatz.

Das sind 1,3 Prozent der wirtschaftlichen Gesamtleistung der Region Halle, der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 2,7 Prozent ...

Das Potenzial unserer Kreativunternehmen ist sicherlich ausbaufähig. Allerdings relativiert sich dieser Wert, wenn man sieht, dass wirtschaftliche Schwergewichte wie DOW oder MITGAS mit einem jährlichen Umsatz von rund 1,5 Milliarden beziehungsweise 750 Millionen Euro in die Gesamtbilanz mit einfließen. Solche Größenordnungen sind für die Kreativbranche noch absolute Zukunftsmusik.

Aber bei den Beschäftigungseffekten kann die Kultur- und Kreativwirtschaft durchaus bereits mit anderen Branchen mithalten. Sie bindet in erheblichem Maße qualifizierte Arbeitskräfte an den Standort und trägt so zur stabilen Entwicklung der Stadt und der Region bei.

Was sagt die Studie dazu aus?

Die Kreativbranche in der Stadt und der Region Halle beschäftigt rund 4500 Arbeitnehmer. Mit einem Anteil von rund vier Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigtenverhältnisse liegt sie über den entsprechenden Werten in Sachsen-Anhalt und dem

Bundesdurchschnitt. Dazu kommen noch Tausende Freiberufler, die in der Studie nicht erfasst werden.

Mit welchen Vorteilen kann der Kreativstandort Halle (Saale) bei Unternehmen und Selbstständigen punkten?

Laut den Ergebnissen der Studie überzeugt Halle (Saale) vor allem in den Punkten „Gute Infrastruktur“, „Niedrige Grundstückspreise & Mietkosten“, „Nähe zu Forschungs- und Universitätseinrichtungen“ sowie „Einfacher Zugang zu Fördermitteln“. Erfreulich ist dabei, dass im Vergleich zum Jahr 2005 die Zahl der Unternehmen, die mit dem Standort sehr zufrieden oder zufrieden sind, nochmals gestiegen ist – und zwar auf 87 Prozent. Im Ergebnis planen 95 Prozent der Unternehmen, auf absehbare Zeit dem Standort Halle (Saale) treu zu bleiben.

Wo sehen Sie die zukünftigen Schwerpunkte bei der Entwicklung der lokalen Kreativbranche?

Die Studie weist eine große Vielzahl von Gebieten nach, auf denen sich Stadt, Land



/// Im Zeichen der Burg: Halle (Saale) präsentiert sich neben der renommierten Ausbildungsstätte für Kreative, der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle (rechts unten), mit dem Designhaus (links oben) und dem MMZ (rechts oben, links unten) als potenter Kreativstandort.

und Wirtschaft gemeinsam zugunsten der Branche und des Standorts betätigen können.

Dabei wird es zukünftig weniger um die Entwicklung großer Infrastrukturprojekte gehen, wie dies in der Vergangenheit beim Bau des MMZ oder der Ansiedlung der MDR-Hörfunkzentrale der Fall war. Vielmehr wollen wir zukünftig trotz der angespannten Haushaltslage das Umfeld dieser Einrichtungen gezielt entwickeln und aufwerten. Denn von dem Kreativquartier an der „Spitze“, wie das Areal genannt wird, gehen auch positive Effekte für andere Teile unserer Stadt aus.

Welche sind das?

Der Kreativstandort zwischen MMZ und MDR wirkt wie ein Inkubator. Er zieht nicht nur kreative Köpfe an, sondern generiert durch sein Wachstum auch Ansiedlungen außerhalb des Quartiers. Ein Beispiel ist das Designkaufhaus in der Großen Ulrichstraße. Dort befindet sich seit 2012 im mittelalterlichen Stadtkern von Halle (Saale) in einem wunder-

baren Gebäude auch der Sitz von Motion Works – einem der bundesweit renommiertesten Unternehmen der Animationsfilmbranche. Oder denken Sie an die ehemalige Dom-Drogerie in der Mansfelder Straße! Das historische Gebäude an prominenter Stelle direkt an der Brücke über die Gerbersaale wurde kürzlich von der Kreativ-Agentur moving elements erworben, die bislang im MMZ saß. Nach Beendigung des Innenausbaus wird der neue KreativTurm Halle als Standort für mehrere Unternehmen der Branche und als attraktives Entrée unseres Kreativquartiers fungieren.

Die Beispiele zeigen, dass der Kreativstandort letzten Endes nicht durch Statistik, sondern durch innovative Unternehmen, kreative Köpfe und deren Arbeit sowie die daraus hervorgehenden Ideen, Projekte und Produkte lebt.

ZUSAMMENFASSUNG

- /// Die Kreativwirtschaft in der Stadt und Region Halle verzeichnet seit 2005 ein stabiles Wachstum beim Umsatz und den Beschäftigten.
- /// Die Kreativ-Unternehmen binden in erheblichem Maße qualifizierte Arbeitskräfte an den Standort und tragen so zur wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt und der Region bei.
- /// 87 Prozent der befragten Unternehmen sind mit dem Standort sehr zufrieden oder zufrieden. 95 Prozent planen auf absehbare Zeit keinen Standortwechsel.
- /// Die Stadt Halle (Saale) will das Kreativquartier an der „Spitze“ mit den Leuchttürmen Mitteldeutsches Multimedia Zentrum und MDR-Hörfunkzentrale als Inkubator für die gesamte Branche weiter gezielt aufwerten.

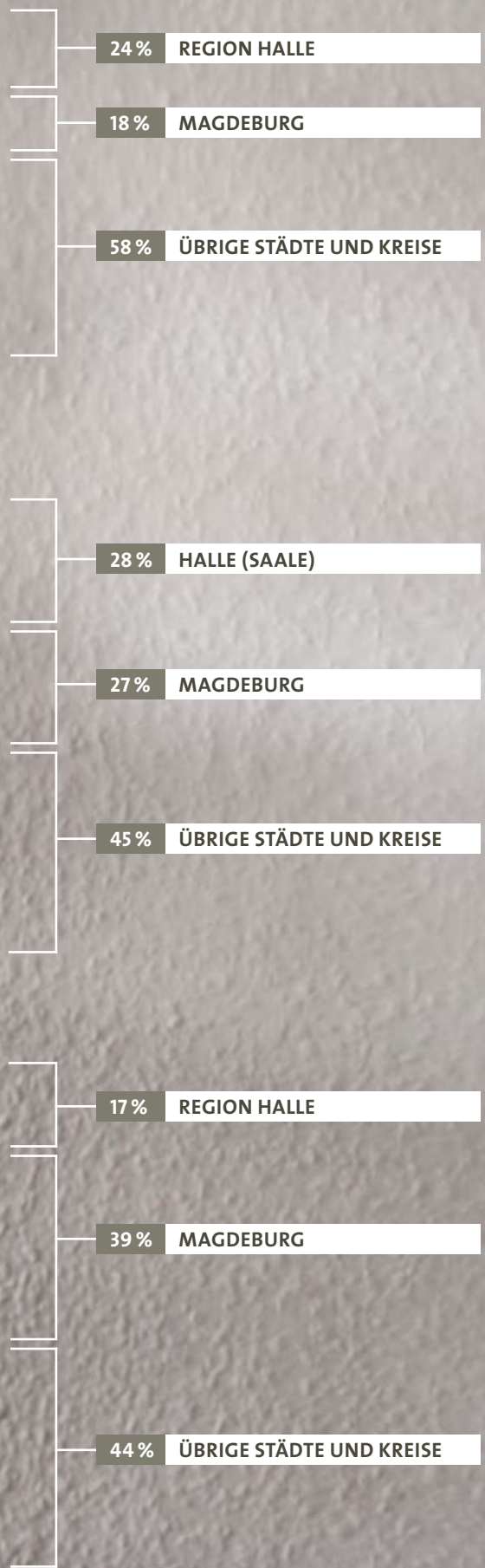


UNTERNEHMEN

ABHÄNGIG BESCHÄFTIGTE

nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

UMSATZ



Die Verteilung der Kultur- und Kreativwirtschaft innerhalb Sachsen-Anhalts. Halle (Saale) und Magdeburg bilden innerhalb der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft des Landes die Schwerpunkte. Ihre Anteile innerhalb des gesamten Wirtschaftszweigs unterscheiden sich bis auf die Umsätze wenig voneinander.

(Quellen: Kultur- und Kreativwirtschaft MD 2011/12, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln, Sonderauswertung Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Medienstudie Halle / Saalekreis 2012, Univations GmbH, Wirtschaftsförderung Halle / Saale)

296 MIO.

EURO UMSATZ GENE-
RIERTE DIE KKW* 2010
ALLEIN IN MAGDEBURG.
DAS ENTSPRICHT EINEM
GESAMTWIRTSCHAFTS-
ANTEIL VON 4,9%.

533

UNTERNEHMEN IN MAG-
DEBURG ZÄHLTEN 2010
MIT IHREM KERNGE-
SCHÄFT ZUR KKW*, WAS
7,9% ALLER UNTERNEH-
MEN IN MAGDEBURG
AUSMACHTE.

5000

UND MEHR ERWERBSTÄ-
TIGE ARBEITETEN 2010
IN DER KKW* MAGDE-
BURGS. ZUM VERGLEICH:
IM MAGDEBURGER MA-
SCHINENBAU WÄREN ES
2012 7100 BESCHÄFTIGTE.

117

UNTERNEHMEN IN MAG-
DEBURG BESCHÄFTIGTEN
SICH 2010 IM KERNGE-
SCHÄFT MIT DER DESIGN-
WIRTSCHAFT.

140 MIO.

EURO UMSATZ ERZEUGTE
DER PRESSEMARKT ALS
STÄRKSTER TEILMARKT
DER KKW* IN MAGDE-
BURG 2010. ES FOLGT DIE
SOFTWARE- UND GAME-
INDUSTRIE MIT 37 MIO.

97,5 MIO.

EURO UMSATZ VERBUCH-
TE DIE SOFTWARE- UND
GAMEINDUSTRIE 2010 ALS
STÄRKSTER TEILMARKT
DER KKW* IN HALLE
(SAALE), GEFOLGT VOM
WERBEMARKT MIT 30 MIO.

1921

STUDENTEN DER MAG-
DEBURGER UNI UND FH
BELEGTEN IM WINTER-
SEMESTER 2010/11 STU-
DIENGÄNGE MIT KKW*-
BEZUG.

10 %

MACHTE DIE STEIGE-
RUNG DER ANZAHL VON
KKW*-UNTERNEHMEN IN
DER REGION HALLE VON
2005 BIS 2010 AUS.

23 %

DER KKW*-UNTERNEH-
MEN IN HALLE (SAALE)
PLANEN 2013 DIE ANZAHL
IHRER MITARBEITER ZU
ERHÖHEN.

106

UNTERNEHMEN AGIER-
TEN 2010 IN DER REGION
HALLE AUF DEM ARCHI-
TEKTURMARKT. DAS
SIND 27,2% ALLER UNTER-
NEHMEN IN SACHSEN-
ANHALT.

33 %

DER UNTERNEHMEN
IN SACHSEN-ANHALT,
DEREN KERNGESCHÄFT
DIE FILMWIRTSCHAFT
IST, KOMMEN AUS DER
REGION HALLE.

*** Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Sachsen-Anhalt weist beeindruckende Zahlen auf.** Hier sind einige ausgewählte Beispiele dafür.

(Quellen: Kultur- und Kreativwirtschaft MD 2011/12, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln, Sonderauswertung Umsatzsteuerstatistik, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt und Destatis; Sonderauswertung Beschäftigtenstatistik, Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung; Landeshauptstadt Magdeburg, Statistisches Jahrbuch 2011; Wirtschaftsdezernat Magdeburg; Medienstudie Halle/Saalkreis 2012, Univations GmbH, Wirtschaftsförderung Halle (Saale), Saalkreis)

„WIR HABEN NOCH VIEL LUFT NACH OBEN.“

HARTMUT MÖLLRING, MINISTER FÜR WISSENSCHAFT UND WIRTSCHAFT DES LANDES SACHSEN-ANHALT, ERKLÄRT, WARUM DIE KREATIVWIRTSCHAFT EINE SCHLÜSSELROLLE FÜR DIE WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DES STANDORTES SPIELT UND WIE ER DIE STÄRKERE WAHRNEHMUNG UND VERNETZUNG DER BRANCHE FÖRDERN WILL.

Bereits 2008 bescheinigte die Clusterpotenzialanalyse des Landes der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt „erhebliche Entwicklungspotenziale“. Wo steht die Branche aus Ihrer Sicht heute?

Die Kreativwirtschaft ist in den vergangenen Jahren deutschlandweit zu einem ähnlich wichtigen Wirtschaftsfeld wie der Automobilbau, der Maschinenbau oder die Informations- und Kommunikationswirtschaft geworden. Auch in Sachsen-Anhalt hat sich die Branche mit den Schwerpunkten Design und Medien zu einem dynamisch wachsenden Faktor für den gesamten Standort entwickelt. Die großen Umsatz- und Beschäftigungspotenziale der Kreativwirtschaft belegen auch die aktuellen Studien aus Magdeburg und Halle (Saale). Für Sachsen-Anhalt insgesamt lässt sich feststellen, dass die Kreativwirtschaft annähernd so viele Menschen beschäftigt wie die Chemieindustrie oder der Maschinenbau.

Die Kreativwirtschaft ist noch aus anderen Gründen für Sie eine Schlüsselbranche für Sachsen-Anhalt ...

Richtig. Durch ihre Innovationsleistung gibt die Kreativwirtschaft auch wichtige Impulse für Wachstum und Beschäftigung in anderen Wirtschaftszweigen. Wie die Informationstechnik wirkt sie als klassische Querschnittsbranche auf die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfungskette. Sie ist nicht nur selbst kreativ, sondern sie macht auch andere Branchen kreativer und damit wertschöpfungsstärker. Mit einem schönen oder gar einem Designertisch erzielt eine Tischlerei einfach eine höhere Marge als mit irgendeinem Tisch. Außerdem übernimmt die Kreativbranche oft eine Vorreiterrolle beim Einsatz neuartiger Methoden und Formen der Arbeitsgestaltung. Dazu

gehören etwa die interdisziplinäre Zusammenarbeit und innovative Arbeitsformen wie Innovation Communities oder Coworking Spaces. Kurz gesagt: Kreative Köpfe sind im Zeitalter der Wissensgesellschaft mindestens ebenso wichtige Standortfaktoren wie Infrastruktur, Bodenschätze oder Lohnstückkosten.

In welchen Branchen sehen Sie besonders große Potenziale für die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Kreativen?

Das gilt grundsätzlich für alle Wirtschaftszweige, wobei es sicherlich in bestimmten Bereichen größere Schnittmengen gibt als in anderen. Derzeit arbeiten unsere Fachleute im Dialog mit vielen Akteuren an der Weiterentwicklung der Regionalen Innovationsstrategie (RIS3) des Landes Sachsen-Anhalt. Deren Ziel ist es, mögliche Zukunftsmärkte zu identifizieren, auf die wir uns bei der Ausgestaltung der neuen EU-Strukturfondsperiode ab 2014 konzentrieren werden. In diesem Rahmen erwarte ich auch wichtige Schlussfolgerungen für gemeinsame Handlungsfelder zwischen Kreativen und Unternehmen in unserem Land.

Werden die Potenziale in der Zusammenarbeit zwischen Kreativwirtschaft und anderen Unternehmen in Sachsen-Anhalt bereits ausreichend genutzt?

Nein, hier ist aus meiner Sicht eindeutig noch Luft nach oben. Blickt man im Gegensatz dazu auf die zahlreichen nationalen und internationalen Auszeichnungen, die Kreative aus Sachsen-Anhalt regelmäßig erhalten, scheint hier – zumindest teilweise – noch das Sprichwort von der Geltung des Propheten im eigenen Land zuzutreffen. Das müssen wir ändern. Zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt auch der Abschlussbericht des Kulturkonvents

Sachsen-Anhalt wichtige Hinweise. Dazu gehören unter anderem die stärkere Einbindung der Potenziale der Branche in das Marketing und die Kommunikation auf Landesebene sowie die gezieltere Unterstützung der Kreativen in der Etablierungsphase, wie dies etwa im Designhaus Halle bereits geschieht.

Worin sehen Sie die Ursachen dafür?

Die Kreativwirtschaft ist mit elf Teilmärkten eine sehr heterogene Branche, die in vielen Fällen noch zu schwach vernetzt ist und deren Leistungsfähigkeit oft noch nicht ausreichend wahrgenommen wird. Darüber hinaus führen die vorwiegend kleinteiligen Strukturen der Kreativunternehmen zu Problemen bei der Wachstumsfinanzierung und beim überregionalen Marktzugang. Zu beiden Punkten sind wir als Landesregierung im intensiven Gespräch mit anderen Akteuren wie der Investitionsbank Sachsen-Anhalt, den Industrie- und Handels- sowie den Handwerkskammern, um darauf zu reagieren.

Welche Schwerpunkte setzt die Landesregierung bei der Förderung der Kreativbranche?

In einem ersten Schritt ging es in den vergangenen Monaten darum, deren Leistungen stärker in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung zu rücken, etwa durch die Einbindung des Themas in die Dachmarkenkampagne des Landes Sachsen-Anhalt und durch verschiedene Publikationen. Darüber hinaus bieten wir auf der zentralen Informationsplattform zur Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt unter www.kreativ-sachsen-anhalt.de die Möglichkeit, sich potenziellen Auftraggebern zu präsentieren. Ein Angebot, das bereits mehr als 160 Unternehmen und Freiberufler nutzen.

/// Verfechter des Potenzials der Kreativbranche Sachsen-Anhalts: Wirtschaftsminister Hartmut Möllring



In der jetzigen Phase ist der Schwerpunkt unserer Maßnahmen, die Vernetzung der Kreativwirtschaft untereinander und mit anderen Branchen zu unterstützen.

Wie wollen Sie das erreichen?

Mit einer Reihe an Projekten, welche im Rahmen einer interministeriellen Arbeitsgruppe der Landesregierung zwischen Wirtschaftsministerium, Kultusministerium, Staatskanzlei sowie der Investitions- und Marketinggesellschaft gemeinsam koordiniert werden. Dazu gehören Veranstaltungen, wie wir sie im Herbst 2012 zum „Kreativen Handwerk“ durchgeführt haben,

um die Akteure miteinander ins Gespräch zu bringen. Aktuell haben wir unter dem Titel „Impulsgeber Kreativwirtschaft“ einen Leitfaden herausgegeben, mit dem wir Unternehmen ermutigen wollen, bei der Entwicklung innovativer Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen mit der Kreativbranche Sachsen-Anhalts zusammenzuarbeiten. Im Herbst dieses Jahres wird es die erste Auflage des Wettbewerbs „Bestform“ geben, an dem Unternehmen und Kreative mit gemeinsamen Projekten teilnehmen können. Nicht zuletzt muss aber auch die Kreativwirtschaft selbst den stärkeren Austausch untereinander suchen.

Mit dem Verein Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e. V. existiert dazu bereits eine gute Plattform für die Zusammenarbeit.

Eingangs erwähnten Sie bereits die aktuellen Kreativwirtschaftsberichte von Magdeburg und Halle (Saale). Die entsprechende Untersuchung für ganz Sachsen-Anhalt stammt aus dem Jahr 2006. Sehen Sie hier auch Handlungsbedarf?

Mit den jetzt erschienenen Studien aus Magdeburg und Halle (Saale) verfügen wir über aktuelle Zahlen, Analysen und Handlungsempfehlungen zu den beiden wichtigsten Zentren der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Diese werden durch die im vergangenen Jahr erschienene Studie zum Kreativen Handwerk im Land ergänzt.

ZUKUNFTSRÄUME.

MÖGLICHKEITEN ZUR STÄRKUNG DER KREATIVWIRTSCHAFT.

/// Ein „Kreativzentrum Sachsen-Anhalt“ koordiniert die Maßnahmen und Akteure zur Förderung der Branche und garantiert den effizienten Einsatz von Ressourcen. Fördermaßnahmen für die Branche werden in die Wirtschaftsförderung des Landes integriert und mit Initiativen auf Bundesebene abgestimmt.

/// Durch den Aufbau von Kreativ- und Gründerzentren werden Konzentration und Vernetzung der Branche hergestellt. Die Fokussierung auf „Leuchtturm“-Themen stärkt die Identität und Wahrnehmung der gesamten Branche.

/// Die Einbindung der Industrie- und Handwerkskammern sorgt für eine höhere Bekanntheit und Akzeptanz kreativer

Potenziale in anderen Branchen. Neue Stabsstellen fördern die Zusammenarbeit in Forschung und Entwicklung.

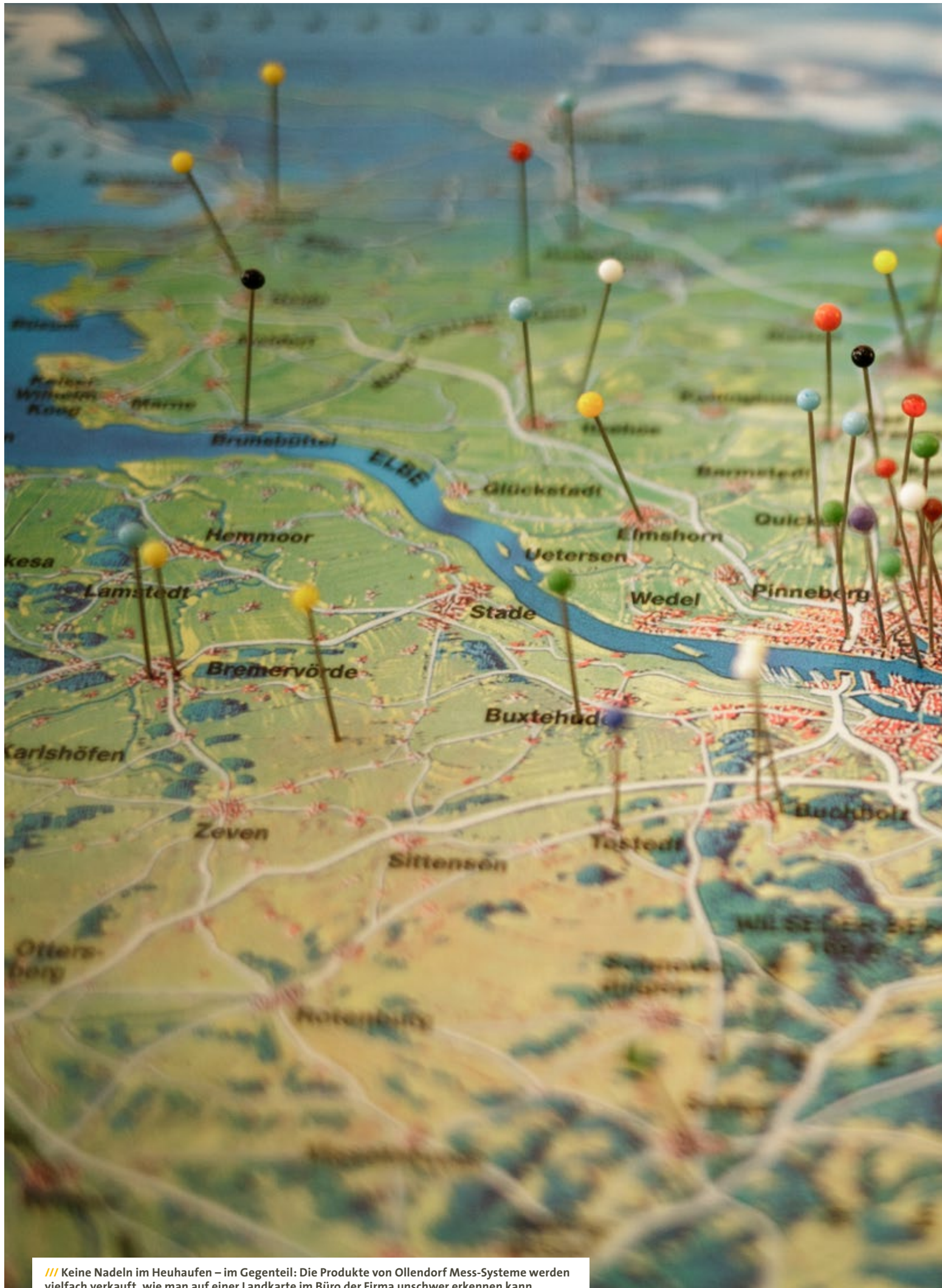
/// Ausstellungen zur Kreativwirtschaft wirken identitätsstiftend und stellen Potenziale der Branche der Öffentlichkeit vor. Ein Almanach informiert über herausragende Kreativeleistungen in der Geschichte und Gegenwart Sachsen-Anhalts. Die kulturhistorische Bedeutung Sachsen-Anhalts als „Land der Moderne“ wird bekannt gemacht.

/// An Hochschulen werden leistungsstarke Studenten durch Stipendien früh gefördert und zum Bleiben in Sachsen-Anhalt motiviert. Neue Anreize für die berufsbegleitende Weiterbildung und

Qualifizierung verbessern die Innovationsfähigkeit der Kreativwirtschaft.

/// Die regionale und überregionale Bekanntheit der Kreativdienstleister wird gesteigert. Das Marketing der Kreativwirtschaft bündelt die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG). Das Internetportal www.sachsen-anhalt.de wird weiterentwickelt.

/// Die stärkere Vernetzung zwischen Kreativen und Industriebranchen / Handwerk / Verwaltung fördert Innovationen. Mit dem Wettbewerb BESTFORM schaffen Wirtschaftsministerium und IMG eine Plattform dafür.



/// Keine Nadeln im Heuhaufen – im Gegenteil: Die Produkte von Ollendorf Mess-Systeme werden vielfach verkauft, wie man auf einer Landkarte im Büro der Firma unschwer erkennen kann.



ÜBER DEN TELLERRAND SCHAUEN UND WIRKEN.

ZUSAMMEN MIT KREATIVEN AUS SACHSEN-ANHALT GEHT DAS, FAND HANS-JOACHIM OLLENDORF UND LIESS ES GLEICH MHRFACH DARAUF ANKOMMEN.

Eine Produktentwicklung aus Sachsen-Anhalt, die national ihre Kreise zieht, ist erstrebenswertes Gut und vorzeigbarer Erfolg zugleich. Wenn sie aber international eine Revolution auslöst, muss sie etwas sehr Besonderes sein. Mitten in

der Altmark wurde so ein Produkt entwickelt. Wieder einmal. Hier fanden unternehmerischer Innovationsgeist, Mut und kreative Schöpferkraft so zusammen, dass etwas entstehen konnte, das wirklich zukunftsweisend ist. Selbst bei

der Erschließung der neuen Märkte für das Produkt half kreatives Wirken. Hans-Joachim Ollendorf, der Geschäftsführer von Ollendorf Mess-Systeme, freut sich jedenfalls auf die weitere Zusammenarbeit mit „seinen“ Kreativen.

DIE ZUKUNFT IM BLICK.

MIT DEM WELTWEIT ERSTEN MOBILEN VIDEOZENTRIER-SYSTEM HAT DIE FIRMA OLLENDORF MESS-SYSTEME DEN INTERNATIONALEN MARKT FÜR DIESE GERÄTE ZUR VERMESSUNG DER AUGEN VON BRILLENTRÄGERN REVOLUTIONIERT. UNTERSTÜTZUNG BEI DER REALISIERUNG UND MARKTEINFÜHRUNG DER BAHNBRECHENDEN INNOVATION BEKAM DAS MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN AUS DER ALTMARK VON ZWEI KREATIVDIENSTLEISTERN AUS DER LANDESHAUPTSTADT SACHSEN-ANHALTS.

Moderne Gleitsichtgläser von Brillen vereinen mehrere Zonen zur Korrektur von Fehlsichtigkeit auf nahe, mittlere und weite Entfernungen und ermöglichen es dem Brillenträger, stufen- und übergangslos auf alle Distanzen scharf zu sehen. Damit dies optimal funktioniert, müssen sie entsprechend der individuellen Anforderungen des Brillenträgers eingeschliffen werden.

Dazu werden bei der sogenannten Videozentrierung die Augen in der vorgegebenen Blickrichtung mittels einer Videokamera exakt vermessen. Zu den dabei erfassten Parametern gehören unter anderem die Pupillendistanz, umgangssprachlich auch Augenabstand genannt, der Hornhautscheitelabstand, also der Abstand zwischen der vordersten Fläche der Hornhaut und der Innenseite der Gläser sowie die Einschleifhöhe. Letztere beschreibt die Distanz vom unteren Fassungsrand zum Fernzentrierpunkt auf dem Brillenglas. „Bislang war diese Untersuchung nur mit stationären Geräten im Ladengeschäft des Optikers möglich“, erklärt Hans-Joachim Ollendorf, Gründer und Inhaber von Ollendorf Mess-Systeme. Das mittelständische Unternehmen aus dem nahe Tangerhütte gelegenen 100-Einwohner-Dorf Brunkau

in der Altmark brachte im Jahr 2000 sein erstes Videozentrier-System auf den Markt. Heute gehört es zu den weltweit führenden Entwicklern in diesem Bereich. Die unter der Marke visuReal® vertriebenen Geräte werden in den meisten europäischen Ländern, in den USA, Asien und Australien bereits von Tausenden Optikern eingesetzt. Im Frühjahr 2012 stellte Ollendorf Mess-Systeme dann das weltweit erste mobile Videozentrier-System der Öffentlichkeit vor. „Mit dieser bahnbrechenden Entwicklung haben wir den Markt revolutioniert“, erklärt der Firmeninhaber nicht ohne Stolz.

Denn alles, was ein Optiker für die komplexe Analyse seitdem noch braucht, ist ein iPad und visuReal® portable. Die Lösung besteht aus einer speziell entwickelten Vorsatz-Optik, welche die Eigenschaften der originalen iPad-Kamera optimiert, einem Zentrierbügel, den der Kunde zur exakten Positionierung bei der Messung aufsetzt, sowie einer App zur Bedienung des Videozentrier-Systems. Die Berechnung der Messdaten und deren Verwaltung erfolgt nicht mehr auf einem lokalen Gerät, sondern mittels Cloud Computing auf einem zentralen Server. „Damit können

Optiker erstmals die Videozentrierung für die Brillengläser und die Stilberatung zu infrage kommenden Fassungen komplett außerhalb ihrer Geschäftsräume beim Kunden durchführen, etwa bei Kundenbesuchen zu Hause oder in Seniorenheimen, und überall auf einheitliche und stets aktuelle Daten zugreifen. Das erschließt neue geschäftliche Potenziale und senkt den Aufwand bei der Datenverwaltung erheblich“, verdeutlicht Hans-Joachim Ollendorf die mit dem System verbundenen Vorteile.

Die Idee für das mobile System entstand in der eigenen Forschungsabteilung von Ollendorf Mess-Systeme. Dank EFRE-Fördermitteln der EU konnte die Entwicklung des Produkts visuReal® portable in Zusammenarbeit mit dem Magdeburger Fraunhofer-Institut für Fabrikbetrieb und -automatisierung realisiert werden. „Innerhalb von zwei Jahren haben wir die Optik sowie Engine für die Bildauswertung und Berechnung der Messdaten entwickelt“, erinnert sich Hans-Joachim Ollendorf. Nachdem diese Etappe abgeschlossen war, wandte sich der Ingenieur mit faktor m – Büro für Gestaltung und Konstruktion und UCDplus an zwei Unternehmen der Magde-

/// Im Einsatz bewährt: Optiker in 35 Ländern weltweit schätzen die Vorteile von visuReal® portable.



burger Rothehorn-Gruppe. Der Agenturverbund von sechs Kreativdienstleistern aus der Landeshauptstadt unterstützt seine bundesweiten Kunden mit innovativen Konzepten bei der Entwicklung, Präsentation und Vermarktung ihrer Produkte. „Für die finale Entwicklung des Geräts bis zur Marktreife haben wir jeweils einen Entwicklungsauftrag zur Formgestaltung des Aufsatzes für unsere Vorsatz-Optik sowie die Entwicklung der App inklusive der dazugehörigen Cloud-Infrastruktur an die beiden Unternehmen gegeben“, so der Chef von Ollendorf Mess-Systeme. Zufällig war die Wahl von Hans-Joachim Ollendorf dabei nicht. Bereits zuvor hatte er mit den Kreativen erfolgreich zusammengearbeitet. Das gemeinsam entwickelte Videozentriersystem visuReal® SMART wurde 2010 mit dem renommierten „iF product design award“ in der Kategorie Medizin/Health care ausgezeichnet.

„Bei der Entwicklung des Aufsatzes für das iPad mussten wir gleich mehrere konstruktionstechnische und gestalterische Herausforderungen erfüllen“, so Martin Liedecke, einer der beiden Gesellschafter von faktor m. So sitzt die Kameralinse beim

iPad seitlich auf dessen Rückseite. „Das ist für eine Zentrierung der Blickrichtung des Kunden aber ungünstig. Deshalb musste die zusätzliche von Ollendorf Mess-Systeme selbst entwickelte Optik mittig auf der Gehäuserückseite des Tablets angebracht werden“, erläutert der Designer eine der Problemstellungen. Dafür wurde die optische Führung der originalen Kamera zweimal um jeweils 90 Grad mithilfe kleiner Spiegel abgewinkelt. Weitere Anforderungen bestanden unter anderem in einer geringen Bauhöhe des Aufsatzes, der sich außerdem einfach und bündig auf das Gehäuse des iPads klicken und wieder lösen lassen sollte. Darüber hinaus galt es für die Designer, bereits bei der Formgebung und Materialauswahl auf Aspekte der kosteneffizienten Fertigung zu achten. „Angesichts der relativ geringen Stückzahl von einigen Tausend Exemplaren haben wir uns für den Spritzguss mittels Aluminiumwerkzeugen entschieden, da hier die Fixkosten für die Werkzeugherstellung am günstigsten sind“, erläutert Martin Liedecke.

Neben diesen funktionalen Aspekten musste der Aufsatz auch durch seine Gestaltung überzeugen. „Wie bei allen Apple-

Produkten ist auch beim iPad das hochwertige und minimalistische Design ein wichtiges Kaufargument für die Anwender. Die seiner Formgebung zugrunde liegende Philosophie musste sich auch in der Gestaltung des Optik-Covers widerspiegeln“, erklärt der Formgestalter. Dazu entwarfen er und sein Partner Mathias Bertram innerhalb weniger Wochen rund ein Dutzend 3D-Modelle, die dann zusammen mit den Konstrukteuren und der Marketingabteilung von Ollendorf Mess-Systeme auf ihre Praxistauglichkeit und optische Wirkung hin geprüft wurden. Auf dieser Grundlage wurden anschließend mittels „Rapid Prototyping“ die ersten Messemodelle des favorisierten Entwurfs gefertigt. Mit dem Ergebnis ist Martin Liedecke sehr zufrieden: „Die große Stärke unseres Büros liegt genau in der Schnittmenge zwischen konstruktiven Anforderungen und sinnvollem Design, wie sie bei diesem Auftrag gefragt war. Darüber hinaus konnten wir von Seiten des Kunden mit ausgewiesenen Experten zusammenarbeiten, die in beiden Bereichen genau unsere Sprache sprechen. Das hat das Projekt für uns sehr vereinfacht.“



Das zweite große Teilprojekt bestand in der Entwicklung der Bediensoftware für visuReal® portable. Für René Kann, Entwicklungsleiter bei UCDplus, standen dabei vor allem ein intuitives Interface Design und eine hohe Usability, also Nutzerfreundlichkeit im Vordergrund. „Das betrifft beispielsweise ergonomische Aspekte: Wie muss ich das Gerät halten, um aus der Software heraus die Kamera des iPads zu bedienen?“, fragt der IT-Experte. Um diese Funktion sowohl für Links- als auch für Rechtshänder möglichst bequem zu gestalten, wurde links und rechts am Rand der Benutzeroberfläche der App jeweils ein entsprechender Auslöse-Button positioniert.

Solches Denken aus der Anwenderperspektive und Anspruch zur radikalen Vereinfachung bei der Bedienung von IT-Lösungen gehören zur Philosophie des Magdeburger Unternehmens, das sich auf die Konzeption und Gestaltung von Software- und Internet-Lösungen im B2B-Bereich spezialisiert hat. „Es war für uns wichtig, dass die Software für den Nutzer wie eine normale App auf seinem Tablet zu bedienen ist. Dabei verbirgt sich hinter der Benutzeroberfläche weit mehr: eine komplexe und integrierte Cloud-Server-Lösung“, so René Kann. Die Funktionsweise ist dabei folgende:

Nachdem der Optiker mit seinem Tablet ein Foto vom Gesicht des Kunden mit dem aufgesetzten Zentrierbügel geschossen hat, wird dieses über das Internet an sein Konto auf dem visuReal®-Server gesendet. Dabei sorgt eine SSL-Verschlüsselung für den höchstmöglichen Sicherheitsstandard bei der Datenübertragung. In der Cloud findet dann anhand der Bildinformationen die Berechnung der Messdaten statt. Diese werden anschließend zurück an das iPad geschickt und von der App zusammen mit dem Foto angezeigt. Nun kann der Optiker manuelle Korrekturen am Ergebnis vornehmen oder die Daten an seine E-Mailadresse versenden beziehungsweise unter der jeweiligen Kundenakte auf dem Server abspeichern. „Bei allen diesen Arbeitsschritten bewegt sich der Anwender in einer einheitlichen Softwareumgebung und braucht keine zusätzlichen Logins oder Ähnliches vornehmen“, erläutert René Kann die Vorzüge der Software.

Dass die Wahl der Hardware-Plattform auf das iPad fiel, hatte gleich mehrere Gründe. „Dieses Gerät war zum Zeitpunkt der Softwareentwicklung einfach die beste Lösung, sowohl was die Rechenleistung, die Benutzerfreundlichkeit als auch den Imagefaktor betrifft“, erläutert der Chefentwickler von

UCDplus. Mittlerweile seien aufgrund des zunehmend ausdifferenzierten Markts für Tablet-Computer auch Versionen für Geräte mit den Betriebssystemen Android und Windows 8 in Planung. Die iOS-Variante der App wurde bereits für die aktuelle iPad-Generation angepasst und für den Einsatz in 35 Ländern in 27 verschiedene Sprachen übersetzt.

Knapp ein Jahr arbeiteten jeweils zwei Mitarbeiter der Ollendorf Mess-Systeme und von UCDplus an dem Projekt. Für die enge Zusammenarbeit zwischen dem Kunden und der Agentur wurden wöchentliche Telefonkonferenzen und das gemeinsame Arbeiten an Dokumenten über das Internet genutzt. Dank der geringen Entfernung zwischen dem Altmark-Dorf Brunkau und der Landeshauptstadt Magdeburg fanden darüber hinaus auch regelmäßige Treffen zwischen den Projektpartnern statt – etwas, worauf Hans-Joachim Ollendorf trotz aller technischen Möglichkeiten moderner Kommunikation nicht verzichten möchte: „An den entscheidenden Punkten eines komplexen Projekts ist es doch von Vorteil für das gegenseitige Verständnis, wenn man persönlich an einem Tisch zusammensitzt.“ Der Erfolg gibt ihm Recht. Seit der Markteinführung im Frühjahr 2012 wurde



/// Präzision, die in der Natur der Sache liegt: In Brunkau werden bei Ollendorf Mess-Systeme die Produkte exakt zusammengefügt und gewissenhaft geprüft (linke Seite), die in Magdeburg von faktor m – hier Industriedesigner Martin Liedecke – entworfen wurden (rechte Seite, links) /// Ideen formen: Unternehmer Hans-Joachim Ollendorf (Mitte) und René Kann (rechts), Entwicklungsleiter von UCDplus, beim produktiven Miteinander in einer Arbeitsrunde zu visuReal® (rechte Seite, rechts).

visuReal®portable bereits mehrfach prämiert. So erhielt das Videozentrier-System auf der internationalen Fachmesse für Augenoptik Silmo 2012 mit dem „Silmo d’Or 2012“, sogar den „Oscar“ der internationalen Augenoptiker-Branche. Wenige Monate später wurde die Lösung aus Sachsen-Anhalt auch auf der „OPTYKA 2012“ im polnischen Posen mit der „MTP Gold Medal“ für das beste Produkt ausgezeichnet. Auch wirtschaftlich ist das System ein voller Erfolg. „Wir haben bereits Tausende Geräte in Europa, im Nahen Osten und Südafrika verkauft“, freut sich Hans-Joachim Ollendorf. Neben der technischen Innovation hat auch das moderne Geschäftsmodell für die rasche Verbreitung der Geräte gesorgt. Dabei bezahlt der Kunde einmalig für die Hardware in Form des Optik-Aufsatzes für sein Tablet und den Zentrierbügel. Für die Nutzung des vollen Funktionsumfangs der kostenlos downloadbaren App sowie ein eigenes Serverkonto wird eine Lizenzgebühr erhoben. „Das bedeutet für den Optiker einen zweifachen Vorteil: Zum einen sinken die Anfangsinvestitionen für den Einsatz eines Videozentrier-Systems gegenüber den bisherigen, stationären Geräten um rund die Hälfte. Zum anderen sind je nach Geschäftsmodell alle weiteren Kosten beispielsweise durch die nutzungsabhängige

Gebühr direkt an seinen Umsatz gekoppelt“, so Hans-Joachim Ollendorf. Absatzfördernd hat sich die seit einigen Jahren bestehende exklusive Kooperation mit dem Brillenglaserhersteller HOYA erwiesen. Dessen Vertragsoptiker in 15 europäischen Ländern bekommen das visuReal®portable-System zum Vorzugspreis.

„Mit der Idee eines mobilen Systems auf Basis eines Tablet-PCs und des Cloud-Computings waren wir sehr weit vorn. Das belegt auch die Tatsache, dass unsere Wettbewerber erst jetzt die ersten mobilen Geräte auf den Markt bringen“, beschreibt Hans-Joachim Ollendorf den technologischen Vorsprung seines Unternehmens. Doch nichts liegt dem Diplom-Ingenieur ferner, als sich im Chefsessel zurückzulehnen und auf dem Erreichten auszuruhen: „Jetzt, da unser neues Erfolgsprodukt im zweiten Jahr am Markt ist, haben wir bereits neue Produktideen in der Entwicklungs-Pipeline und investieren schon kräftig in deren Umsetzung.“ Für den Chef der Ollendorf Mess-Systeme ist die permanente Weiterentwicklung der Produkte der wichtigste Faktor für den Erfolg seines 1987 gegründeten Unternehmens, von dessen rund 30 Mitarbeitern ein Drittel in der eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung tätig ist.

Parallel zur technologischen Weiterentwicklung seiner Produkte plant der Unternehmer derzeit auch eine Weiterentwicklung seines Geschäftsmodells. „Außerhalb Europas sind wir dabei, einen eigenen weltweiten Vertrieb aufzubauen. Starten werden wir damit in den USA“, beschreibt er die weiteren Wachstumspläne von Ollendorf Mess-Systeme. Das Rückgrat des eigenen Vertriebsnetzes soll – neben eigenen Servicepartnern in den wichtigsten Zielmärkten – der Direktvertrieb über das Internet bilden.

Unterstützung erhält das Unternehmen dabei erneut von den Kreativen der Magdeburger Rothehorn-Gruppe. „Wir sind derzeit dabei, eine komplette E-Commerce-Lösung zu entwickeln“, so René Kann von UCDplus. Diese umfasst neben dem Online-Shop auch ein Portal für den Kundensupport sowie ein ERP-System für die kaufmännische Verwaltung. Für Hans-Joachim Ollendorf ist dies ein weiterer logischer Schritt in die Zukunft seines Unternehmens: „Wer nicht konsequent in Innovationen und neue Märkte investiert, ist schon dabei, die Entwicklung zu verschlafen“, so seine Überzeugung. /// www.faktor-m.de /// www.ucdplus.de



/// Praktischer Spaßmacher: Leo aus der Serie „zookids“ ist Hocker und Spielmöbel in einem.

ÄSTHETIK ZUM SPIELEN VOLLER FREUDE FÜR DIE SINNE.

DIE NÜRNBERGER SPIELZEUGMESSE 2013 BEREITET UNTER DEM MOTTO „TOYS 3.0“ DIE NÄCHSTE GENERATION DURCH DIE INTEGRATION VON COMPUTERN UND HANDYS IN SPIELWAREN AUF EINE DIGITALISIERTE WELT VOR. DOCH ZEIGT DIE MESSE AUCH, DASS TRADITIONELLE SPIELZEUGWELTEN, DIE KREATIVITÄT FÖRDERN UND NACHHALTIGEN SPIELSPASS BIETEN, NICHT AUS DEN KINDERZIMMERN VERSCHWINDEN WERDEN. IM GEGENTEIL, DER HANDEL ERWARTET FÜR 2013 SOGAR EINE RENAISSANCE DER KLASSISCHEN SPIELWAREN. AUCH JULIA KAUPIWA UND CAROLIN MALUR, SPIELZEUGDESIGNERINNEN AUS HALLE (SAALE) PRÄSENTIEREN DIE SPIELOBJEKTE UND SPIELMÖBEL IHRES LABELS „JULICADESIGN“ IN NÜRNBERG BEI VERSCHIEDENEN HERSTELLERN. DABEI SETZEN SIE AUF KONZEPTE, DIE SPIELERISCHE UNTERHALTUNG, PÄDAGOGISCHEN NUTZEN UND ÄSTHETIK MITEINANDER VERBINDEN.

Kinder erkunden spielerisch die Welt. Sie riechen, schmecken, tasten, hören und fühlen in jedem Alter, zu jeder Gelegenheit. Jeder Gegenstand vom Löffel bis zum Wecker, jede Mülltüte, jede Schachtel wird in das Spiel einbezogen. So verstehen Kinder die Welt der Großen, so entwickelt sich ihr Gehirn. „Die Verbindung von Spiel mit alltäglichem Nutzen animiert Kinder, regt ihre Phantasie an und weckt langfristiges Interesse für ein Spielzeug“, ist die Erfahrung von Julia Kauptiwa, die mit Carolin Malur im Oktober 2011 in Halle (Saale) ihr eigenes Spielzeug-Label JulicaDesign gründete.

Sie haben gemeinsam an der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle „Spiel- und Lerndesign“ studiert. Der Studiengang ist in Deutschland einzigartig und gilt in der internationalen Branche als Schmiede der Kreativität. Durch die gesamte Studienzeit hindurch arbeiteten die beiden an gemeinsamen Projekten, lernten von der anderen, ergänzten sich. Kreativ sind sie beide, sprudeln vor Ideen, die sie dann gemeinsam weiterentwickeln. Da lag auch die Idee nahe, sich gemeinsam selbstständig zu machen.

„Wir wollen in unseren Produkten Spiel mit Funktion und Ästhetik verbinden, Kinder zum Spielen animieren und gleichzeitig die Eltern durch Form und Material ansprechen. Unser Spielzeug soll multifunktional sein und einen Mehrwert besitzen für den alltäglichen Gebrauch“, sind sich Julia Kauptiwa und Carolin Malur einig. Die beiden Designerinnen bevorzugen Alltagsgegenstände und geben diesen einen spielerischen Bezug. So entstehen fröhliche, farbenfrohe und überaus lebendige Spielobjekte, Spielmöbel, ganze Spielräume. Spielsachen, die Kinder nicht mehr aus der Hand legen und die sich auch Eltern gern in die Wohnung stellen. Möbel werden zu Spielsachen, Taschentücher zu Kuschelfreunden. Da gibt es zum Beispiel die Familie Schnuffler, in der Jim, Tom und Erwin als immer spielbereite Stofftaschentücher das Naseputzen zum Erlebnis machen, jede noch so große Träne im Nu trocknen und heimliches Popeln legitimieren. Oder die Brottüte Knüller – die leer als Ball zu sportlicher Betätigung in der Pause animiert. Und die Tierhocker Ele, Hippo und Leo, mit denen man im Kinderzimmer schnell mal den Dschungel erkundet oder auf Safari geht.

Ihre Arbeit ist nicht nur inspiriert durch die eigenen Kinder, sondern durch den Blick in fremde Kulturen. So haben die Ideen für den Hocker, die Fußballtüten oder die Multi-Kulti-Schachteln ihren eigentlichen Ursprung in Afrika. „Andere Kulturen nutzen Gebrauchsgegenstände vielfältiger, meist sind sie Spielzeug und darüber hinaus verbunden mit Mythen oder Ritualen. Oder sie sind einfach aus Mangel multifunktional. Wir haben uns lange mit verschiedenen Völkern und deren Spielgebräuchen beschäftigt und sind auf interessante Ansätze gestoßen“, berichtet Carolin Malur. Deshalb hat das Spielzeug von JulicaDesign immer auch einen poetischen Ansatz, ist voller Geschichten.

Derzeit arbeiten Julia Kauptiwa und Carolin Malur an neuen Ideen zur Vergrößerung ihres bereits vorhandenen Sortiments an Spielzeug, zwei bis drei Produkte sind bereits in der konkreten Entwicklung. „Thematisch haben wir uns zum Beispiel mit der Verbindung von Essen und Spiel beschäftigt. Ein weiteres Projekt nehmen wir in Angriff, weil wir immer wieder gebeten werden, zu unserem Hocker auch noch ein Tischkonzept



/// Freches Stück und schöne Idee: Jim Schnuffler und seine Familie sind Stofftaschentücher, die spielend Krokodilstränen trocknen, mitniesen und ... popeln können (links). /// Produktives Miteinander: Die Spielzeugdesignerinnen Julia Kauptiwa und Carolin Malur in der Entwurfsphase (rechts oben) /// Absoluter Knüller: die Brottüte mit Mehrfachnutzen.

zu gestalten“, sagt Julia Kauptiwa, will aber noch nicht mehr verraten.

Bisher produzieren die Hallenser Unternehmerinnen mit deutschen Herstellern. Was nicht heißt, dass die Produktion auch in Deutschland erfolgt. So lässt zum Beispiel der Produzent der „zookids“ die Hocker in Lettland herstellen. „Darum legen wir bei unseren Partnern viel Wert auf einen hohen Standard des verwendeten Materials und der Herstellungsweise. Wir kooperieren nur mit Partnern, die über entsprechende Zertifikate verfügen.“ Für die neuen Produkte, die bis Ende des Jahres an den Markt sollen, suchen die beiden Frauen Hersteller aus der näheren Region. Die ersten Kontakte sind geknüpft. „Das hätte viele Vorteile, wie zum Beispiel kurze Wege und einfache Abstimmungsprozesse. Aber letztendlich bestimmt auch hier maßgeblich der Preis“, räumen Julia Kauptiwa und Carolin Malur ein. „Made in Germany“ sei im Spielzeuginnenbereich meist nur schwer zu realisieren, was entweder zu Zugeständnissen in der Produktion oder zur Reduzierung von Produktdetails führt. „Von der Ursprungsidee muss man meistens Abstriche machen. Das ist ein normaler Prozess auf dem Weg zur Marktreife. Unser Hocker zum Beispiel sollte ursprünglich einen Filzbezug haben und als Spielteppich ausklappbar sein. Aber die Kosten waren zu hoch. Da hätte das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht mehr gestimmt.“ Denn der Markt für hochprei-

sige Artikel ist begrenzt und auch nicht im Fokus der Designerinnen: „Wir wollen ästhetisch schöne, aber bezahlbare Waren machen.“

Wie viele Start-ups sucht JulicaDesign über persönliche Kontakte auf Internetplattformen und vor allem Messen den Einstieg in den Markt. Dabei sollen die Spielobjekte und ganzheitlichen Spielräume über Vertriebspartner und an pädagogische Einrichtungen verkauft werden. „Wir haben keine Verkaufsfläche, das ist nicht unser Konzept“, erklärt Carolin Malur. Stattdessen verfügen die beiden Spielzeugdesignerinnen seit Kurzem über einen eigenen Online-Shop. Ihre Entscheidung, auch nach dem Studium in Halle(Saale) zu bleiben, sei sowohl eine Frage von harten Standortfaktoren als auch eine „Herzensangelegenheit“ gewesen. „Durch die Hochschule und die Anbindung an das Designhaus Halle hatten wir von Anfang an ein gut funktionierendes Netzwerk, viele soziale Kontakte. Hier finden wir bei den Kollegen Austausch, Anregungen, Unterstützung bis hin zur Möglichkeit einer Arbeitsteilung. Wir arbeiten hier eng mit Illustratoren, Textil-, Produkt- oder Kommunikationsdesignern zusammen. Außerdem bietet Halle viele Fördermöglichkeiten.“ Das Designhaus Halle, gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Sachsen-Anhalt, unterstützt als Existenzgründerzentrum seit Jahren viele Burg-Absolventen bei ihrem Eintritt ins

Berufsleben. Als Anlauf- und Arbeitsstätte verbinden sich hier Design und Wirtschaft, Kunst und Markt, Lehre und Praxis.

Neben aller Kreativität stecken Julia Kauptiwa und Carolin Malur zurzeit viel Energie in das Erlernen tieferer wirtschaftlicher Kenntnisse. Um die richtigen strategischen und betriebswirtschaftlichen Entscheidungen treffen zu können, passende Vertriebs- und Marketingkonzepte zu entwickeln und diese auch auf Erfolg zu prüfen, bewarben sie sich für ein EU-gefördertes Mentoring-Programm. In Kürze steht ihnen ein praxiserprobter Mentor aus der regionalen Wirtschaft für die nächsten fünfzehn Monate zur Seite, um ihren weiteren Markteintritt zu begleiten und zu fördern.

Denn die beiden verfolgen ein ambitioniertes Ziel, wollen in fünf Jahren ein bekanntes und anerkanntes Label aufbauen. „JulicaDesign soll europaweit für Qualität, Funktionalität, hohen spielerischen Wert für die Kinder und hohen Genuss für die Eltern stehen. Wir wären dann auch eines der ersten Unternehmen am Designhaus, das es schafft, unter einem Label zu produzieren und zu vertreiben. Und diese Erfahrung könnten wir dann anderen wieder weitergeben.“ /// www.julica-design.de



AUF DER GANZ GROSSEN BÜHNE.

MANCHMAL BRAUCHT ES UNGEWÖHNLICHE KOMBINATIONEN, UM NEUE DINGE ZU SCHAFFEN. EINE SOLCH ERFOLGREICHE VERBINDUNG HAT DER LEBENSWEG VON PROF. DR. ALEXANDER CARÔT HERVORGEBRACHT. DER PROFESSOR FÜR MEDIENINFORMATIK AN DER HOCHSCHULE ANHALT IN KÖTHEN ENTWICKELTE EINE SOFTWARE, DIE ERSTMALS EINE NAHEZU VERZÖGERUNGSFREIE MUSIKALISCHE INTERAKTION ÜBER DAS INTERNET MÖGLICH MACHT.



/// Worldwide Hausmusik: Der Session im heimischen Wohnzimmer mit Freunden in New York steht nichts mehr im Weg.

Alexander Carôt interessierte sich bereits früh für Fragen der Informatik und Elektrotechnik. Gleichzeitig liebt er die Musik, spielt seit seinen Jugendzeiten in diversen Rock-, Pop- und Jazzensembles. Während er in Hamburg, Kopenhagen, Barcelona und San Francisco lebte und arbeitete, stand er als Musiker immer wieder vor dem gleichen Problem: Mit jedem Umzug endeten seine Bandprojekte, da man sich zum gemeinsamen Proben an einem Ort befinden musste. So entstanden vor über zehn Jahren die ersten Ideen zu „Soundjack“, einer Software für die verzögerungsfreie Online-Interaktion per Musik und Sprache.

Das klingt für den Laien in Zeiten von Chat und Videotelefonie einfacher als es in Wirklichkeit ist. „Damit Musiker taktgenau online zusammenspielen können, muss jedes einzelne Datenpaket innerhalb von maximal 25 Millisekunden vom Sender zum Empfänger gelangen“, erklärt der Wissenschaftler die Herausforderung. Diesen Zielwert für die sogenannte Latenz erreicht bislang keine am Markt befindliche Software. Genau hier setzt „Soundjack“ an. Durch die Optimierung aller Komponenten der digitalen Signalverarbeitung reduziert die Software die systemeigene Latenz auf fünf Millisekunden. So sorgt eine kleine Paketgröße der

Audiodaten dafür, dass die Soundkarte sie schneller einlesen kann. Auch der Datenversand über das Internet wurde im Hinblick auf eine minimale Verzögerung optimiert. Zusätzlich trägt die exakte sender- und empfangsseitige Synchronisation der Soundkarten zur Verringerung der Latenz bei. Dabei erlaubt ein neuer Algorithmus auch die Übertragung eines verzögerungsoptimierten Videosignals.

Seit 2006 ist die Software als kostenlose Beta-Version für jeden nutzbar und wurde bereits mehrfach für Online-Konzerte und Proben von Musikern eingesetzt. Doch nicht nur für Livemusik über das Internet eröffnet „Soundjack“ ganz neue Möglichkeiten. So ermöglicht die Software im Geschäftsalltag eine natürlich wirkende Kommunikation mittels Video-Konferenzen. Spieler von Online-Games können sich nahezu verzögerungsfrei mit ihrem Team verständigen.

2012 wurde Medieninformatikprofessor Carôt für „Soundjack“ mit dem IQ Innovationspreis Mitteldeutschland ausgezeichnet. Der Gewinn des Wettbewerbs brachte jede Menge Aufmerksamkeit für seine Innovation: „Seitdem erhalte ich fast jede Woche Anfragen aus aller Welt, etwa von Internetradio-Anbietern oder Tonstudios.“

Einer der Interessenten ist Helmut Herglotz, Gründer des Onlineportals „sofasession.com“ aus Wien. „Wenn Musiker sich heute finden wollen, müssen sie immer noch auf Aushänge und Kleinanzeigen zurückgreifen. Diesen anachronistischen Zustand wollen wir mit unserem Angebot, das es Musikern ermöglicht, sich zu vernetzen und online miteinander zu spielen, endlich beenden.“ Für das verzögerungsfreie und qualitativ hochwertige Streaming der Audiodaten setzen die Existenzgründer aus Österreich auf „Soundjack“.

Derzeit laufen intensive Gespräche mit dem „Soundjack“-Erfinder aus Köthen über die Nutzung seiner kreativen Innovation. Für Prof. Carôt könnte die Zusammenarbeit wegweisend für weitere Kooperationen werden. „Wir sind dabei, ein detailliertes Lizenzmodell für die weltweite Vermarktung von Soundjack zu entwickeln“, so der Wissenschaftler. Parallel wird an einer Schnittstelle für die Einbindung von „Soundjack“ auf verschiedenen Plattformen gearbeitet. „Damit wird zukünftig die Verantwortung für die Entwicklung benutzerfreundlicher Oberflächen beim jeweiligen Lizenznehmer liegen und wir können uns auf die Arbeit an der eigentlichen Software konzentrieren“, so Prof. Dr. Alexander Carôt. /// www.hs-anhalt.de /// www.carot.de





/// Hat mehr als einen flüchtigen Blick für Köthen und Merzien: Die Filmemacherin Stephanie Brauer ist hier zu Hause.

DIE MITTE DER WELT LIEGT IN MERZIEN.

STEPHANIE BRAUER IST LANGJÄHRIGE KURZFILMERIN MIT INTERNATIONALEN ERFAHRUNGEN. DIE 27-JÄHRIGE LIEBT JEDE ART VON FILM: IMAGE- UND WERBEFILM, MUSIKVIDEO, DOKUMENTARFILM ODER SPIELFILM. IHRE GRÖSSTE LIEBE JEDOCH GILT DEM REISEN UND DESSEN FILMISCHER BEGLEITUNG. NACH VIELEN WELTWEITEN STATIONEN KEHRT DER KREATIVE KOPF MIT EINEM TEAM EBENSO INTERNATIONAL ERFOLGREICHER PROFIS 2011 NACH MERZIEN BEI KÖTHEN ZURÜCK UND GRÜNDET EIN EIGENES UNTERNEHMEN. WEIL SIE VON HIER STAMMT, WEIL SIE DIE REGION UNTERSTÜTZEN WILL, UND WEIL SIE HIER IHRE MITTE DER WELT GEFUNDEN HAT.



/// Globales Netzwerk: Kreative finden sich an jedem Ort zusammen. Filmemacherin Brauer hat es – wie man sieht – verstanden, diese Kontakte aufrechtzuerhalten.

München, Stuttgart, Rügen. Schon während ihres Bachelorstudiums in Medienproduktion in Mittweida ist die junge Studentin viel unterwegs, arbeitet parallel zu ihrem Studium, in den ersten Jahren vor allem im Bereich Fernsehen. Sie begleitet Produktionen wie „Mein neues Leben“, „Galileo“ oder „Abenteuer Leben“ für Janus TV, Spiegel TV, arbeitet bei großen Sendern wie Pro 7, Kabel 1 und für das Lokalfernsehen auf Rügen. 2009 schließt sie einen Masterstudiengang in Elektronischen Medien an der Hochschule der Medien in Stuttgart ab. Dabei entdeckt sie ihre Liebe zum Film. Sie lernt das Handwerk von der Pike auf als Cutterin, Kamerafrau, Szenebildnerin, Produktionsassistentin und Aufnahmeleitung. „Wichtig war mir ein grundlegendes Verständnis für die einzelnen Gewerke einer Filmproduktion.“

Nach dem Abschluss zieht Stephanie Brauer los ins Abenteuer – erst nach Malta, dann nach Island – ausgestattet mit ihrem Equipment, um überall ihrer Berufung nachzugehen. „Ich wollte einfach nur reisen. Die Aufträge kamen von allein. Ich habe einfach mit viel Glück immer Leute kennengelernt, die mit spannenden Projekten zu tun hatten

und jemanden brauchten, der kreativ und handwerklich gut Filme machen konnte.“ Von einem Kontinent zum anderen sammelt sie als Producerin und Kamerafrau in zweieinhalb Jahren wichtige Erfahrungen. Mit jeder Station ihrer Reisen wächst ihre inzwischen beeindruckende Filmografie. In Neuseeland übernimmt sie die Produktionsassistentin für einen Kinofilm und arbeitet an einer Dokumentation über die Verschmutzung der Strände. In Australien leitet sie die Produktion eines Imagefilms für die Undara National Reserve, filmt verschiedenste Bootfilme und die Dokumentation „Seawind Sailing Regatta“. „Davon konnte ich gut leben und habe mir die wichtigste Basis für meine heutige Existenz aufgebaut: internationale Kontakte zu zahlreichen Kreativen meiner Branche“. Denn schnell wird klar, dass sie im Filmemachen ihre berufliche Mitte gefunden hatte.

Mit dem festen Vorsatz, ein eigenes Unternehmen aufzubauen, kehrt Stephanie Brauer 2011 zurück nach Deutschland und gründet, die ersten Aufträge in der Tasche, die Salamander Productions mit Sitz in Merzien bei Köthen. „Die Nähe zu meiner Familie ist mir schon immer sehr wichtig

gewesen, zum 85. Geburtstag meiner Großmutter wollte ich unbedingt wieder zu Hause sein.“ Doch aller Anfang ist schwer, so auch der Neustart in der Heimat. „Ich verfügte über keine Netzwerke in der Region. Und Köthen ist nicht wirklich das Zentrum multimedialer Kompetenz“, schmunzelt die junge Frau. Hilfe findet Stephanie Brauer unter anderem am Mitteldeutschen Multimediazentrum (MMZ) in Halle (Saale). Hier kann sie Räume temporär nutzen, erhält Tipps zu allen Themen der Existenzgründung und Unterstützung für die Vorbereitung ihrer Projekte. „Das Existenzgründerzentrum für die Medien- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt ist ideal, um zu arbeiten und das vorhandene Netzwerk zu nutzen. Mit wachsender Größe und Auftragslage soll Salamander Productions deshalb vollständig in Halle am MMZ angesiedelt werden.“

Stephanie Brauer fokussiert ihr kleines Unternehmen in Merzien auf die Produktion von Imagefilmen für den Tourismusbereich. Mittig ist der Standort, denn die Mitte der Welt ist für sie überall. Weltweit will sie tätig bleiben, ihre Erfahrungen aber nun



/// Und Action:
Stephanie Brauer
auf einem ihrer
Filmsets.

auch in der Region zur Verfügung stellen. „Deutschland, speziell die Region Mitteldeutschland besitzt einen unglaublichen landschaftlichen und kulturellen Reiz. Es ist einfach schön hier.“ Ein Umstand, der anderenorts noch bekannter werden müsse: „Gerade Themen wie zum Beispiel das Luther-Jubiläum oder die Straße der Romanik bieten eine gute Gelegenheit, mit dem Medium Film das Marketing der Region zu unterstützen. Die Aufgabe, hier mitzuwirken, ist überaus spannend.“

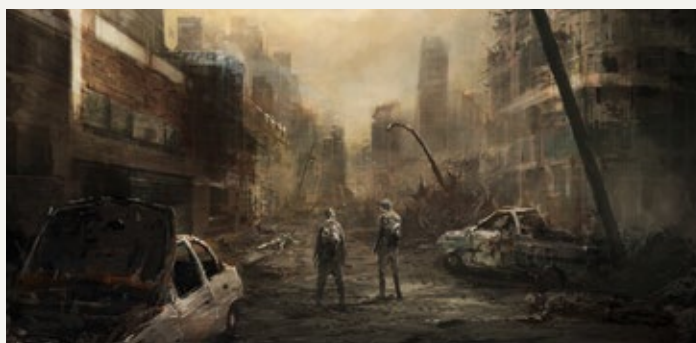
Ideen und Themen für neue Filme hat sie viele, nun sucht Stephanie Brauer potenzielle Auftraggeber. Bei allem Enthusiasmus für Land, Landschaft und Leute weiß Stephanie Brauer, dass der Wettbewerb hart ist. Laut den Branchendaten zur Filmwirtschaft aus 2012 sind in Deutschland 1700 Unternehmen im Bereich audiovisuelle Produktion aktiv. Bei rund 800 Firmen liegt der Umsatzschwerpunkt auf Image-, Werbe-, Industriefilm- und Dienstleisterprodukten. Deshalb setzt sie nicht nur auf ihre Leidenschaft, sondern verbreitert ihr Angebot mit Dienstleistungen in den Bereichen Foto, Video, Fernsehen und Medienproduktion. Technisch ist das Unternehmen gut ausgerüstet. Mithilfe eines inzwischen gefundenen Geschäftspartners will Stephanie Brauer gezielt neue Märkte erobern: „Wir

werden unsere Dienstleistungen zukünftig über die Tourismusbranche hinaus auch für Wirtschaftsunternehmen, die Lifestyle- und Modebranche anbieten“, erklärt die Filmemacherin.

Doch für gute Filme braucht es ein gutes Team. Als Produzentin ist Stephanie Brauer vor allem Organisationstalent. Für die einzelnen Etappen ihrer Produktionen greift sie auf Spezialisten zurück, mit denen sie alle Anforderungen eines jeden Kundenauftrages erfüllen kann: von der Konzeption bis zum fertigen Produkt. Aus den alten Kontakten hat sich Stephanie Brauer ein kreatives Team an die Seite gestellt. Mit beeindruckenden und ungewöhnlichen Referenzen. Dazu gehören zum Beispiel zwei Kameramänner und Cinematografen, die mit der allerneuesten Technik für weltweite Kunden arbeiten. Ein Allrounder – Dramaturg, Regisseur und Cutter, der in Los Angeles, Kairo und Melbourne in den großen Studios der Werbe- und Musikvideobranche zu Hause ist. Ein Tonmeister, Filmmusiker, Komponisten und Sounddesigner. Und eine Stylistin, die für die großen Namen der Modebranche arbeitet. „Ich habe in meinen Projekten viele gute Kollegen kennengelernt. Und nun das große Glück, dass viele zukünftig weiter mit mir arbeiten werden.“ Hollywood in Klein Merzien.

Ergänzen möchte Stephanie Brauer das alles mit neuen, lokal ansässigen Partnern. Speziell für die Postproduktion eines Films sei es wirtschaftlich sinnvoll, mit Freischaffenden oder Unternehmen in der näheren Umgebung arbeiten zu können. „Ich bin immer auf der Suche nach spannenden Leuten, die es auch hier in Köthen, Halle oder Leipzig gibt. Man muss sich nur finden.“ Es geht ihr dabei um die bestmögliche Vernetzung von Fachwissen und Fachkompetenz. Ob global oder lokal: Wichtig ist allein die Qualität des Ergebnisses. „Mit der uns zur Verfügung stehenden Technologie ist es einfach möglich, von überall gemeinsam an den Projekten zu arbeiten. Dafür benötigt es jedoch eine Mitte. Eine zentrale Stelle, wo Kunden gewonnen, die Rahmenbedingungen vom Auftrag bis zur Finanzierung geschaffen, der Ablauf der Produktion organisiert und letztendlich alle Teile zu einem Gesamtergebnis zusammengesetzt werden“, weiß die Filmemacherin.

Dass diese Form der Zusammenarbeit erfolgreich funktionieren kann, zeigt ihr derzeitiges Filmprojekt. Transkontinental entsteht gemeinsam mit dem amerikanischen Autor Peer Gopfrich, dem ägyptischen Regisseur Amir Reichart und dem englischen Kameramann David Penfold der apokalyptische Kurzfilm „Phoenix 9“. Am



Plot für „Phoenix 9“ arbeiten sie seit 2009, als man sich in Los Angeles über den Weg lief. Viel Zeit und Engagement, viel Liebe und Leidenschaft wurden bisher in das Projekt investiert. „Für das Team war eine gute und überzeugende Geschichte unglaublich wichtig, sodass die ursprüngliche Story unzählige Veränderungen erfahren hat. Immer wieder haben wir nachgedacht, Details hinterfragt, in unzähligen Skype-Telefonaten, Webkonferenzen und E-Mails überarbeitet. Nun ist sie fertig und überzeugt.“

„Phoenix 9“ ist die Geschichte zweier Brüder, die sich nach einer globalen Nuklearkatastrophe durch eine zerstörte Welt kämpfen. In einer verlassenen Villa finden sie eine Hightech-Tür mit einem mysteriösen Phönix-Symbol, hinter der sich die Chance auf einen kompletten Neuanfang verbirgt. Das Setting klingt nicht neu. „In unserem Film stehen zwei Brüder im Mittelpunkt, die eine tiefe Bindung zueinander haben und zusammen um das Überleben kämpfen. Durch die Möglichkeit für einen wirklichen Neuanfang, müssen sie sich inneren Konflikten stellen, die sie auseinanderzureißen drohen. Das eigentliche Thema unseres Films ist Loyalität, die Grenze zwischen Egoismus und Altruismus. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie viel Menschlichkeit in Entscheidungssituationen besteht oder

übrigbleibt, in denen es um mehr geht als um Leben und Tod.“

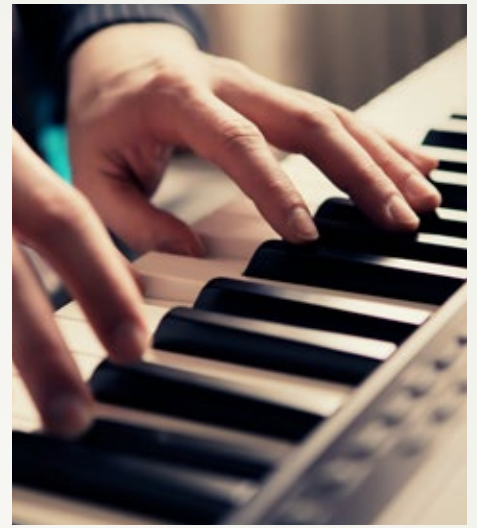
Statt sich auf visuelle Aspekte zu konzentrieren, liegt der Schwerpunkt des Films auf dem psychologischen Aspekt, auf dem Thema Loyalität. „Phoenix 9“ stellt die verbleibende Menschlichkeit in Entscheidungssituationen in den Mittelpunkt. „Einen postapokalyptischen Film, der das so thematisiert, gab es bislang noch nicht“, erklärt Stephanie Brauer.

Mit dem Kurzfilm will das Team bei Festivals Sponsoren, Investoren und Filmförderer auf sich und sein Können aufmerksam machen. Doch auch für einen 25-Minuten-Streifen braucht es Schauspieler, Spezialisten für Trick und Animation, Equipment – und vor allem Geld. „Wir haben zuerst einen Trailer produziert, diesen auf der Internetseite dont-be-afraid.com zugänglich gemacht und eine Facebook-Fanpage gegründet, um für unser Projekt zu werben“, erklärt Brauer. „Als Nächstes entwickelten wir eine Crowdfunding-Kampagne, um die benötigten 50 000 Dollar zu sammeln.“ Crowdfunding ist eine moderne Art der Finanzierung, mit der innovative Ideen für Technologien, Spiele oder eben auch Filme mit der Unterstützung von vielen Menschen realisiert werden. Über eine Internetplattform wer-

den Projekte beworben, ausgezahlt wird das Geld erst, wenn das Fundingziel erreicht ist, andernfalls geht das Geld an die Investoren zurück. Bei Erfolg profitieren die Investoren. Das Team orientiert sich auch in Deutschland, sucht weitere Sponsoren, investiert eigene Kraft und eigenes Geld. Neue Verbündete und Mitstreiter, die für Ruhm und Anerkennung arbeiten, werden gewonnen. Eine neue Crowdfunding-Kampagne auf Startnext, eine der größten Crowdfunding-Plattformen im deutschsprachigen Raum mit Sitz in Leipzig, ist geplant.

Der Kurzfilm soll in Halle (Saale) gedreht werden, auch die visuellen Effekte und die deutschen Untertitel werden in der Saale-Stadt produziert. Aus der Vorlage soll dann ein Spielfilm für die große Kinoleinwand entstehen.

In drei Jahren soll das Unternehmen am Markt etabliert sein, sich in und über die Region hinaus einen Namen gemacht haben. Aus ihrer Mitte wird Stephanie Brauer sichtbare Kreise ziehen, neue Kunden gewinnen, neue Filmprojekte entwickeln und wieder reisen, um neue Regionen zu entdecken. /// www.salamanderproduction.com



/// Kreativer Ton von der „Insel“: Soundtüftler Nico Flohr sendet aus Magdeburg die richtigen Signale.

IM SOUND STECKT DIE BOTSCHAFT.

NICO FLOHR FINDET DEN RICHTIGEN SOUND: DER INFORMATIKER, KOMPONIST UND FREIBERUFLER BRINGT MIT SEINER TONINSEL. SOUND-AGENTUR AUS MAGDEBURG DIE WELT DER MARKENKOMMUNIKATION ERFOLGREICH ZUM KLINGEN.

Vom Programmierer und Songschreiber zum Unternehmensgründer – mit seiner Magdeburger Toninsel. Sound-Agentur kreiert und produziert Nico Flohr seit 2005 musikalische Auftragswerke und Sound Branding für Firmen aus ganz Deutschland. „Der strategische Einsatz von Klängen bei der Unternehmenskommunikation kann ebenso wirkungsvoll sein wie das Corporate Design“, erklärt Toninsel-Inhaber Flohr. „Wenn ich etwa von der markanten Tonfolge der Deutschen Telekom spreche, weiß jeder sofort, welches Soundlogo gemeint ist“, führt er an. „Einer unserer ersten Kunden war die Volkswagen AG, für die wir bis heute interne Vorführungen neuer Prototypen und Messeauftritte klanglich gestalten“, erzählt Flohr, zu dessen Auftraggebern neben großen Unternehmen wie Siemens, Commerzbank und dem Mitteldeutschen Rundfunk auch zahlreiche Mittelständler zählen.

„Ich verstehe mich als kreativer Dienstleister und nicht als Künstler“, beschreibt der Sound-Produzent die Herangehensweise an seine Kompositionen. Wie auch in visuellen Design-Agenturen wird bei

der Toninsel genau analysiert, welche Aufgaben die Musik übernehmen soll und welche Markenattribute hervorgehoben werden müssen. Bei der Konzeption arbeitet Flohr mit Assoziationsketten und berücksichtigt ebenfalls soziale Prägungen sowie Erwartungen der Hörer. Dabei gehe es weder um den persönlichen Geschmack noch um aktuelle Charts: „Der Sound muss sich allein nach der Marke richten – nicht umgekehrt“, betont er. „Bei VW beispielsweise haben wir durch klare, präzise elektronische Sounds die technische Innovation der Fahrzeuge unterstrichen. Das Ziel war ein Soundeffekt, der edel und ästhetisch wirkt“, beschreibt der Musiker die Psychologie hinter seiner Komposition. „Wenn man dagegen eine preiswerte Marke bewerben wollte“, erklärt Flohr, „könnte man beispielsweise luftige Melodien mit höheren Tönen wählen, um Leichtigkeit zu signalisieren.“ Je nachdem, was anschließend bei der Produktion gewünscht ist, spielt Nico Flohr die Instrumente selbst ein, lässt mit computergestützter Hilfe ganze Orchester und Klangphären ertönen oder lädt Gastmusiker für das Spielen einzelner Partituren ein.

„Die Zusammenarbeit mit Tonsinsel war sehr professionell, die Ergebnisse sind fabelhaft“, berichtet Thomas Böhm von der Agentur DIE Kommunikationsgenossen eG aus Hannover, mit dem Nico Flohr im vergangenen Jahr ein Soundlogo für den mittelständischen Versorgungstechnikdienstleister HVT Berlin erarbeitet hat. „Nico Flohr weiß genau, wie gute Musik funktioniert“, so Böhm.

Flohr beschreibt es so: „Ein gutes Soundlogo ist effizient. Es differenziert eine Marke nicht nur von ihrer Konkurrenz und trägt zur Wiedererkennung bei, sondern speichert eine emotionalisierte Botschaft ins Unterbewusste. Erst allmählich erkennen Entscheidungsträger diese enormen Potenziale.“ Dabei sei sowohl musikalisches als auch kommunikatives Know-how gefragt, wenn es darum gehe, Sounds zu finden, die exakt der Corporate Identity eines Unternehmens und dessen Markenbotschaft entsprechen, so Nico Flohr. „Musik von der Stange kann das nicht leisten“, betont der Komponist. /// www.toninsel.de



/// Innovativ und preisgekrönt aus Halle (Saale): der IGI Babyprotector in Funktion (links) und seine Entwicklerin Constance Hosp (rechts).

SCHUTZPATRON FÜR FAHRRADFAHRENDE BABYS.

EIN BABY KÖRPERNAH UND SICHER AUF DEM FAHRRAD MITNEHMEN – GEHT DAS ÜBERHAUPT? DIE JUNGE BURG-ABSOLVENTIN CONSTANZE HOSP HAT MIT IHREM „IGI BABYPROTECTOR“ EINE INNOVATIVE UND PREISGEKRÖNTE ANTWORT AUF DIESE FRAGE GEFUNDEN.

Constance Hosp stand nach der Geburt ihres Sohnes Frederik im Dezember 2010 vor einer Herausforderung: „Ich bin mein Leben lang Rad gefahren und musste nun feststellen, dass es keine sichere Möglichkeit gab, mein Kind auch auf dem Fahrrad bei mir zu tragen. Im Anhänger kann ich es weder sehen noch hören und die gängigen Fahrradkindersitze sind erst benutzbar, wenn das Baby selbstständig sicher sitzen kann, also nicht vor dem neunten Lebensmonat.“ Die junge Studentin der Fachrichtung Industrial Design an der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle beschloss, ihre anstehende Abschlussarbeit zu nutzen, um das Thema aus Sicht einer Designerin anzugehen.

Am Beginn des Projekts standen viele Gespräche mit jungen Eltern aus ihrem Bekanntenkreis, die ähnliche Erfahrungen gemacht hatten, sowie mit Kinderärzten und Physiotherapeuten. Nach drei Monaten Recherche und zahlreichen Entwürfen war dann der Prototyp des „IGI Babyprotector“, für den Sohn Frederik Modell stand, fertig. Der „IGI“ – benannt nach „Virgilius“, dem Schutzpatron der Kinder – besteht aus einer größenverstellbaren, gepolster-

ten Schale, die das Kind auf der Rückseite vom Gesäß bis über den Kopf schützend umschließt. Über den Schultern sind in der Schale stabile Abstandhalter angebracht, die den Körper im Fall eines Sturzes abfedern. Auch dass das Körpergewicht des Erwachsenen bei einem Unfall zur Gefahr für das Kind werden könnte, berücksichtigt der Prototyp des „Babyprotectors“: „Das lässt sich konstruktionstechnisch durch den Einsatz von leichtem und belastungsfähigem Material wie Carbon lösen“, erklärt die Produktdesignerin.

Für ihren innovativen Entwurf wurde Constance Hosp mit dem Culturtraeger Designpreis 2011 und dem Hugo-Junkers-Innovationspreis Sachsen-Anhalt 2012 ausgezeichnet. „Dieser Erfolg hat mich überrascht. Als eigentlicher Ideengeber war Frederik bei der Preisverleihung selbstverständlich mit von der Partie“, erzählt die junge Mutter stolz. Das Preisgeld in Höhe von 10 000 Euro will die Designerin in die Ausstattung ihres Ateliers im Designhaus Halle investieren, in dem sie zusammen mit ihrem Partner seit gut einem Jahr selbstständig als Produktdesignerin arbeitet.

Derzeit arbeitet Constance Hosp daran, den „IGI Babyprotector“ zur endgültigen Marktreife zu bringen, und stößt dabei auf neue Herausforderungen. So existieren aufgrund der Neuartigkeit des Konzepts bislang keine entsprechenden TÜV-Normen für eine Zulassung. „Man hat mir aber bereits versichert, dass dies relativ schnell zu realisieren sei.“ Um die entsprechenden Genehmigungsverfahren und die Weiterentwicklung ihres Prototyps in Angriff nehmen zu können, sucht die junge Designerin nach Unternehmen, die sie dabei unterstützen und den „IGI Babyprotector“ später vermarkten wollen.

„Die Nachfrage ist definitiv vorhanden“, ist sich Constance Hosp sicher. So erhält sie regelmäßig Anfragen zu ihrem Entwurf aus aller Welt. Erst vor Kurzem erkundigte sich ein Interessent aus der thailändischen Hauptstadt Bangkok, wann und wo er den „IGI Babyprotector“ bestellen könne. „Alles was es jetzt noch braucht, ist ein wirtschaftlich starker Partner, der mit mir den nächsten Schritt geht“, so die Produktdesignerin aus Halle (Saale). /// www.constanzehosp.com

BESTENS IN FORM.

DER „MEHR /// WERT /// AWARD FÜR KREATIVE IDEEN“-WETTBEWERB PRÄMIERT GEMEINSAME PROJEKTE ZWISCHEN KREATIVEN UND UNTERNEHMEN AUS SACHSEN-ANHALT.

Wie kann das Potenzial der Kreativwirtschaft für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in Sachsen-Anhalt noch bekannter gemacht werden? Eine neue Antwort auf diese Frage gibt der 2013 erstmals ausgelobte Wettbewerb BESTFORM. Mit dem Preis wollen das Wirtschaftsministerium und die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) eine Plattform für die stärkere Vernetzung zwischen Kreativen und anderen Branchen etablieren und so Innovationen fördern.

Gleichzeitig soll die regionale und überregionale Bekanntheit der Kreativdienstleister aus Sachsen-Anhalt gesteigert werden. Der Wettbewerb unter Schirmherrschaft von Hartmut Möllring, Minister für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt, und Manfred Maas, Geschäftsführer der Investitionsbank Sachsen-Anhalt, wird in den Kategorien „Produkte“ und „Kommunikation“ ausgelobt. Zur Teilnahme berechtigt sind gemeinsame Projekte von mindestens einem Unternehmen der Kreativwirtschaft mit Hauptsitz in Sachsen-Anhalt und mindestens einem Unternehmen aus einem anderen Wirtschaftsbereich, die

eine innovative und bislang noch nicht realisierte Idee umfassen.

Die offizielle Auftaktveranstaltung fand beim Sachsen-Anhalt-Tag auf der diesjährigen Hannover Messe statt. Bis zum 14. Oktober 2013 können die Bewerbungen eingereicht werden. Anschließend wählt eine Jury die Sieger des BESTFORM-Wettbewerbs.

Zur Jury gehören unter anderem Prof. Philipp Oswald, Direktor der Stiftung Bauhaus Dessau, Dr. Jürgen Ude, Vorsitzender des Sachsen-Anhalt Automotive e. V. (MAHREG Automotive), Dipl.-Ing. Reiner Storch, Vorstandsvorsitzender Zweckverband zur Förderung des Maschinen- und Anlagenbaus Sachsen-Anhalt e. V. (FASA), Dr. habil. Gunthard Bratzke, Geschäftsführer Central European Chemical Network (CeChemNet), und Siegfried Zander, Geschäftsführer IHK Magdeburg, sowie Vertreter der Hochschulen in Halle (Saale) und Magdeburg und der Investitionsbank Sachsen-Anhalt.

Um die Einreichung von Ideen und Konzepten wirkungsvoll zu motivieren und so die Vernetzung der Kreativwirtschaft mit

anderen Wirtschaftszweigen zu fördern, werden Wettbewerbspreise in Höhe von insgesamt 35 000 Euro ausgelobt. Die Preise bekommen jeweils die von der Jury ausgewählten Einreicher-Duos. Der 1. Preis in jeder ausgelobten Kategorie ist mit einem Preisgeld in Höhe von 10 000 Euro verbunden. Die Zweitplatzierten und Drittplatzierten erhalten 5000 Euro beziehungsweise 2500 Euro.

Die Sieger des Wettbewerbs werden im November 2013 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung ausgezeichnet.

BEWERBUNGSUNTERLAGEN UNTER

www.bestform2013.de

oder
Büro BESTFORM 2013
Investitions- und Marketing-
gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg
Tel. +49 391 5689914
bestform@kreativ-sachsen-anhalt.de

KREATIVE SIND IN SACHSEN-ANHALT NUR EINEN KLICK ENTFERNT.

**DAS INTERNETPORTAL WWW.KREATIV-SACHSEN-ANHALT.DE
BRINGT KREATIVE UND KUNDEN SCHNELL UND GEZIELT ZUSAMMEN.**

Sachsen-Anhalts Kreative entwickeln nahezu täglich Ideen für die Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen. Dieses wirtschaftliche Potenzial wird bislang von Unternehmen im Land wenig abgerufen. Damit Kreativdienstleister und Unternehmen besser zueinander finden, wurde ein Internetportal als zentrale Informationsplattform zur Krea-

tivwirtschaft in Sachsen-Anhalt entwickelt. Auf der Website präsentieren sich bereits 186 kreative Unternehmen und Freiberufler aus dem ganzen Land in professioneller Form gegenüber potenziellen Kunden.

Profilsseiten liefern detaillierte Informationen zum Portfolio der Kreativen. Dank Volltext-Suche und Auflistung nach Kategorien

finden Unternehmen für ihr Projekt schnell den passenden Dienstleister. Aktuelle Nachrichten aus der Branche und Informationen zu Förderung, Events und Weiterbildung vervollständigen das Angebot der Website. Dieses ist auch von unterwegs aus abrufbar: in Form einer App für das iPhone. /// www.kreativ-sachsen-anhalt.de

PARTNER DER KREATIVWIRTSCHAFT SACHSEN-ANHALT

/// Staatskanzlei des Landes Sachsen-Anhalt

Hegelstr. 40 – 42, 39104 Magdeburg
Tel. +49 391 5676642
Claus-Peter.Bossmann@stk.sachsen-anhalt.de

/// Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

Hasselbachstr. 4, 39104 Magdeburg
Referat 56
Tel. +49 391 5674717
karin.freistedt@mw.sachsen-anhalt.de

/// Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt

Turmschanzenstr. 32, 39114 Magdeburg
Tel. +49 391 56701
poststelle@mk.sachsen-anhalt.de

/// IMG Investitions- und Marketing- gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg
Tel. +49 391 5689999
bettina.quaeschnig@img-sachsen-anhalt.de
www.investieren-in-sachsen-anhalt.de

/// Investitionsbank Sachsen-Anhalt

Breiter Weg 7, 39104 Magdeburg
Kostenfreie Hotline 0800 5600757
info@ib-lsa.de
www.ib-sachsen-anhalt.de

/// Kreativmotor

Weinbergweg 23, 06120 Halle (Saale)
Tel. +49 345 13142703
info@kreativmotor.de
www.kreativmotor.de

/// IHK Halle-Dessau

Franckestr. 5, 06110 Halle (Saale)
Tel. +49 345 21260
info@halle.ihk.de
www.halle.ihk.de

/// IHK Magdeburg

Alter Markt 8, 39104 Magdeburg
Tel. +49 391 5693421
falk@magdeburg.ihk.de
www.magdeburg.ihk.de

/// Handwerkskammer Halle (Saale)

Gräfestr. 24, 06110 Halle (Saale)
Tel. +49 345 2999228
ssommer@hwkhalle.de
www.hwkhalle.de

/// Kompetenzzentrum „Gestalter im Handwerk“

c/o Künstlerhaus 188 e. V.
Böllberger Weg 188
06110 Halle (Saale)
Tel. +49 345 2311713
kontakt@kgh-halle.de
www.kgh-halle.de

/// Handwerkskammer Magdeburg

Gareisstr. 10, 39106 Magdeburg
Tel. +49 391 6268276
dbehrens@hwk-magdeburg.de
www.hwk-magdeburg.de

/// Stadt Halle (Saale)

Wirtschaftsförderung
Marktplatz 1, 06108 Halle (Saale)
Tel. +49 345 2214760
wirtschaftsfoerderung@halle.de
www.wirtschaft-halle.de

/// GWM Gesellschaft für Wirtschafts- service Magdeburg mbH

Ölweide 12, 39114 Magdeburg
Tel. +49 391 5329419
worel@gwm-magdeburg.de
www.gwm-magdeburg.de

/// Mitteldeutsche

Medienförderung GmbH

Hainstr. 17 – 19, 04109 Leipzig
Tel. +49 341 269870
info@mdm-online.de
www.mdm-online.de

/// Kunststiftung des Landes Sachsen-Anhalt

Neuwerk 11, 06108 Halle (Saale)
Tel. +49 345 29897294
info@kunststiftung-sachsen-anhalt.de
www.kunststiftung-sachsen-anhalt.de

/// Mitteldeutsches

Multimediazentrum Halle GmbH

Mansfelder Str. 56, 06108 Halle (Saale)
Tel. +49 345 4780600
info@mmz-halle.de
www.mmz-halle.de

/// Designhaus Halle

Ernst-König-Str. 1, 06108 Halle (Saale)
Tel. +49 345 7751523
sossenheimer@burg-halle.de
www.designhaushalle.de

/// Kreativwirtschaft

Sachsen-Anhalt e. V.

Breiter Weg 232 a, 39104 Magdeburg
Tel. +49 391 5598468
verein@kwsa.de
www.kreativwirtschaft-sachsen-anhalt.de

/// Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes

Klostergasse 5, 04109 Leipzig
grosser@rkw-kreativ.de
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

LAST BUT NOT LEAST.

KREATIVE MELDUNGEN AUS SACHSEN-ANHALT.

Die Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle hat unter dem Titel „Burg 2012“ erstmals ein Jahrbuch herausgegeben. Auf 190 Seiten gibt die Publikation einen Überblick über die Aktivitäten der jungen Künstler, Nachwuchsdesigner und Professoren, über Projekte, Wettbewerbe, Kolloquien und Veranstaltungen. Das Jahrbuch ist erhältlich in der Hochschulbibliothek (frauendo@burg-halle.de) und in der Poststelle am Campus Design, Villa, Neuwerk 7. +++ Der von der Halleschen

Produktionsfirma Pallas Film produzierte Film „Alois Nebel“ von Tomáš Luňák ist bei der Verleihung des Europäischen Filmpreises in Malta als bester Animationsfilm ausgezeichnet worden. Der auf der gleichnamigen Graphic Novel von Jaroslav Rudis und Jaromir Svejčík basierende Animationsfilm ist eine tschechisch-deutsch-slowakische Koproduktion und wurde unter anderem von der Mitteldeutschen Filmförderung unterstützt. +++ Auf der weltgrößten Messe für Teppiche und

Bodenbeläge, die im Januar 2013 in Hannover stattfand, präsentierte das Leunaer Unternehmen Xentrys die Ergebnisse der Zusammenarbeit mit Studierenden der Studienrichtung Textildesign an der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle. Dabei standen auf dem Messestand des Herstellers von Teppichgarn verschiedene Materialeexperimente, Recyclingkonzepte und Ideen für das „Leben auf dem Boden“ im Mittelpunkt.

ANSPRECHPARTNER

Investitions- und Marketing- gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg
Tel. +49 391 568990

Bettina Quäschning

Senior Manager

bettina.quaeschning@img-sachsen-anhalt.de



www.kreativ-sachsen-anhalt.de

IMPRESSUM Herausgeber: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH /// Redaktion: Kai Bieler /// Konzept und Gestaltung: rothehorn gruppe/genese werbeagentur, Magdeburg /// Bildnachweis: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Harald Krieg, Bastian Ehl, JulicaDesign, Stephanie Brauer, Toninsel.Sound-Agentur, Constanze Hosp, Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt /// Redaktionsschluss: 01.12.2012 /// 1. Auflage; Änderungen vorbehalten /// Die Benutzung des Materials zum Zwecke der gewerbsmäßigen Adressveräußerung an Dritte oder des Nachdrucks – auch auszugsweise – ist nicht gestattet.