

Aufbruch der Boheme

Kunst, Kultur, Kreativität – die K-Wirtschaft entwickelt sich zu einem wichtigen Baustein für die Zukunft des Landes Bremen

Wirtschaftsförderung muss übersetzen

Das Ziel, kreative und klassische Wirtschaft noch enger zusammen zu bringen, ist nicht leicht umzusetzen. Zwar wissen die meisten Unternehmer, dass der Einsatz von Dienstleistern aus der Branche sinnvoll und notwendig ist. Jedoch beschränkt sich das Bewusstsein oft auf die gewohnte Zusammenarbeit mit klassischen Werbeagenturen.

Seite 2

Die Stadt als Leinwand

Eine Fassade kann viel mehr sein als eine Wand. Sie kann eine Staffelei sein, ein Schaltplan, eine virtuelle Kletterwand oder eine interaktive Pinball-Maschine. Vor allem kann sie eine Bühne sein für spektakuläre Inszenierungen, bei denen das Gebäude selbst zum Leben erwacht.

Seite 7

Eier für den Frieden

Von Bremen in die Welt – das ist gute hanseatische Tradition und soll nach den Vorstellungen der Kulturwirtschaftsförderer auch für die Kreativszene gelten. Der Bremer Künstler Armin Kölbl hat bereits einen Exportschlager in seinem Programm: Das Ovum.

Seite 8

Datensicherung für die nächsten 20 000 Jahre

Der Weg zu innovativen Produkten führt häufig über die Veränderung von Materialoberflächen: Selbstreinigende Fensterscheiben und Antifouling-Anstriche zählen zu den bekannten Beispielen. Wichtig ist es aber nicht nur, die Technologien zu entwickeln – man muss sie auch mit einem vertretbaren Aufwand herstellen können.

Seite 10

Produktideen
Impressum

Seite 11

Seite 12



Die Logistikwirtschaft aus dem Blickwinkel von Künstlern: Im Auftrag von Unternehmen und Kultureinrichtungen inszeniert die Firma Urban Screen Projektionen für Fassaden – hier unter dem Motto „World in a box“ für die BLG Logistics Group. Foto: Urban Screen

Ein schönes Schlagwort fehlt noch. Während in Berlin die „Digitale Boheme“ kreiert wurde, ist in Bremen noch recht nüchtern vom „Cluster Kreativwirtschaft“ die Rede. Aber wie auch immer diese lose Ansammlung kreativer Geister genannt wird – klar ist: sie erschließt sich neue Betätigungsfelder und gedeiht dabei zu einem beachtlichen Pflänzchen heran, das auch von der Politik nicht mehr übersehen wird. Und: Die Kreativen erfüllen nicht nur einen Selbstzweck, sondern sind auch wichtig, um dem Rest der Wirtschaft zu mehr Wachstum zu verhelfen. Der Bremer „Ideenlotse“ Christoph Backes (s. Seite 5) spricht in diesem Zusammenhang von „kreativem Humus“.

Je nach Definition gehören der Kreativwirtschaft neben den klassischen Kulturschaffenden auch Bereiche wie Medien, Werbung, Design, Architektur und Softwareentwicklung an. Diese Kombination hat inzwischen eine größere volkswirtschaftliche Bedeutung als die chemische Industrie und liegt auf Augenhöhe mit der Automobilindustrie. Nach Angaben der Enquete-

Kommission „Kultur in Deutschland“, die vom Bundestag berufen wurde und nach vierjähriger Arbeit im Dezember ihren Abschlussbericht vorgelegt hat, erreichten Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2004 eine Bruttowertschöpfung von rund 58 Milliarden Euro. Mehr als 20 000 Unternehmen und knapp 1 Million Beschäftigte sind in diesem Wirtschaftszweig tätig. Die Quote der Selbstständigen ist mit 25 Prozent außergewöhnlich hoch.

Für Bremen liegen keine konkreten Zahlen vor, aber auch hier gilt: Die meisten Unternehmen sind sehr klein und bedürfen daher anderer wirtschaftspolitischer Zuwendung als sonstige Branchen. In dieser Ausgabe des i2b express lesen Sie, an welchen Hebeln Bremen ansetzt. Darüber hinaus stellen wir Ihnen einige besonders innovative Mitglieder der Bremer Kreativwirtschaft vor.

nuterra verschafft Internetauftritten eine neue Dimension

Das Bremer Start-Up nuterra gibt seinen Kunden seit dem Frühjahr die Möglichkeit, dem eigenen Internetauftritt eine neue Dimension zu verleihen – und das im wahrsten Sinne des Wortes. „Aufbauend auf bestehende Geobrowser wie Google Earth schaffen wir zusammen mit unserem Partner visuamundo innovative 3D-Umfelder und reichern diese mit zusätzlichen Inhalten und Informationen der Auftraggeber an“, erläutert Diplom-Ökonomin und Mitgründerin Jasmin Grigutsch die grundsätzliche Geschäftsidee von nuterra.

So werden etwa Tourismusunternehmen in die Lage versetzt, Interessierten neben der reinen Luftbildbetrachtung künftiger Urlaubsziele nun interaktiv und anschaulich eine Reihe zusätzlicher Auskünfte zu geben. „Egal, ob ein visueller Rundgang durch ein Appartement oder ein Kurzfilm zu den lokalen Attraktionen, die Anwendungsmöglichkeiten sind groß“, beschreibt Wiebke Wybrands, die über langjährige Erfahrungen im Bereich der Architektur-Visualisierungen

verfügt, das Leistungsspektrum. Den Nutzern eröffnen sich durch die Kombination von so genannten Placemarks, Bildern

und 3D-Visualisierungen neue Erlebniswelten und den Unternehmen innovative Marketingwege.

Ein weiteres Anwendungsbeispiel für die Technik wäre die Inszenierung von Sport- und Freizeitanlagen zur interaktiven Sitzplatzreservierung in 3D. Für Besucher von Theatern,

Konzerten oder Fußballspielen könnte so bereits im Vorfeld die Perspektive am Veranstaltungsort räumlich erfahrbar werden. Mit Verknüpfungen von Veranstaltungsort, Inhalt, Sitz- und Parkmöglichkeiten könnten Zuschauer durch den Veranstalter darüber hinaus für den Besuch eines Events motiviert werden.

„Vergleichbar mit den Möglichkeiten, die ein modernes Content-Management-System bietet, ist es zudem unser Ziel, eine Art Inszenierungs-

„Den Nutzern eröffnen sich durch die Kombination von so genannten Placemarks, Bildern und 3D-Visualisierungen neue Erlebniswelten und den Unternehmen innovative Marketingwege.“

Management-System zu entwickeln“, ergänzt Nicolas Pauluhn, der neben Jasmin Grigutsch und Wiebke Wybrands das Gründer-Team vervollständigt. „Damit könnten unsere Kunden einen Teil des von uns gestalteten Inhalts in Eigenregie pflegen“, erläutert der Medieninformatiker. Bei der Erstellung des Inszenie-

rungs-Management-Systems wird nuterra vom Oldenburger Unternehmen visuamundo unterstützt, das sich auf den Bereich „Geotainment“ spezialisiert hat.

Unterstützt wird nuterra durch ein EXIST-Gründerstipendium vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Diese Förderung wird nur an ausgewählte innovative Gründungsvorhaben aus dem Universitätsumfeld vergeben und sichert Vorhaben finanziell in der Anfangsphase ab. „Ein solches Stipendium bedeutet für uns nicht nur, dass wir uns jetzt hundertprozentig auf die Umsetzung der Idee konzentrieren können, sondern zeigt uns auch, dass bereits andere an die Idee glauben“, so Jasmin Grigutsch. Den erfolgreichen Start verdankt das Team unter anderem der guten Betreuung durch die verantwortliche Mitarbeiterin der Hochschulinitiative BRIDGE, Susanne Fleischmann, die nicht ohne Schmunzeln sagt: „Ich wünschte, ich hätte für meine Betreuung eine Umsatzbeteiligung heraushandeln können.“ (hr)

Weitere Informationen: www.nuterra-bremen.de

Eier für den Frieden

Der Bremer Künstler Armin Köbli installiert Skulpturen an den Brennpunkten der Welt – und in Bremervörde.

Von Bremen in die Welt – das ist gute hanseatische Tradition und soll nach den Vorstellungen der Kulturwirtschaftsförderer auch für die Kreativszene gelten (lesen Sie dazu auch das Interview auf Seite 5). Der Bremer Künstler Armin Köbli hat bereits einen Exportschlag in seinem Programm: Das Ovum. Beim i2b meet up im Schuppen 2 warb er für sein aktuelles Projekt, das „Ovum 4 Jerusalem“. Die ersten drei Objekte stehen in Bremervörde, Tschernobyl und bei Pristina im Kosovo.

Das vierte Beton-Ovum wird 4,5 Meter hoch und 12 Tonnen schwer sein und am 15. September auf dem Tempelberg in Jerusalem installiert – die Stadtverwaltung hat kürzlich die Genehmigung erteilt. Allen OVEN ist gemein,

dass in ihnen zahlreiche Briefe konserviert werden. Das Projekt soll Menschen dazu bewegen, ihre Gedanken, Hoffnungen und Wünsche an die Zukunft zu formulieren. Ihre Botschaften werden mit allen anderen Botschaften in einem „Symbol des Lebens“ vereint. Das Ei wurde gewählt, weil es in allen Religionen, Kulturen und Mythologien ein Symbol der Fruchtbarkeit und des Lebens ist. Im Bremervörder Ovum, das bereits 1991 versiegelt wurde, schlummern rund 550 Briefe und Botschaften. In 1000 Jahren soll das Ei wieder geöffnet werden.

Für Ovum 4 werden weiterhin Spender und Sponsoren gesucht. Vor dem Guss des Eis wird Köbli mit der Stahlkonstruktion zunächst durch Israel und Palästina reisen, um für die Idee zu



Beim i2b meet up warb Armin Köbli mit beschrifteten Eiern für seine Idee. Foto: KMS

werben und Briefe zu sammeln. Wer ihn dabei unterstützen möchte, erreicht ihn unter der E-Mail-Adresse armin@koelbli.de.

Weitere Informationen gibt es auch unter www.ovum4jerusalem.com.