

2025



2023



Hamburg Kreativ Gesellschaft

NACHHALTIGE MODE

Award, Coaching, Messepräsenz: In Hamburg wächst ein Ökosystem für Green Fashion. Ein Besuch im Showroom von Designerin Katrin Rieber.

KI AM ARBEITSPLATZ

Wie setzen Kreativunternehmen KI schon heute ein – und was ist die Perspektive? Antworten von sechs Expert*innen aus der Branche.

DIE EUROPÄISCHE PERSPEKTIVE

Wie die Kreativwirtschaft zur Schlüsselindustrie für gesellschaftliche Transformation wird: der Europaabgeordnete Dr. Christian Ehler im Gespräch.

CROSS INNOVATION HUB

Kulturwandel in der Verwaltung: Im Bezirksamt Hamburg-Nord entfalten kleine Anstöße große Wirkungen. Ein Innovationsformat im Praxistest.

KI macht die Routine – Innovation machen wir



EGBERT RÜHL
Geschäftsführer der
Hamburg Kreativ Gesellschaft

Wer erschafft eigentlich all die Bücher und Kinofilme, Gebäudeentwürfe und Websites, die Musik auf den Streamingdiensten und die Inhalte unserer Zeitungen? Es sind Menschen mit Ideen. Menschen, die etwas anders machen. In jedem dieser Produkte steckt Innovation – und manchmal wird daraus ein Leuchtfeuer.

In der klassischen Unternehmenswelt haben es diese Menschen – wir nennen sie Kreative – nicht immer leicht: Weil sie anders denken, ecken sie an. Ich denke, das ist einer der Gründe für eine seltsame Gleichzeitigkeit: Die Kreativwirtschaft ist eine der relevantesten Branchen unseres Landes. Aber in der Außenwahrnehmung ist das Bild der „Kreativen“ oft das der wilden Künstlerin, des „Aufhübschers“ oder schlimmstenfalls: des Störfaktors.

Was an ihnen stört? Dass sie Veränderungen in Gang bringen. Doch genau dafür brauchen wir Kreative: für dringend notwendige gesellschaftliche Transformationen. Wir brauchen sie etwa für den Umbau unserer Innenstädte. In Hamburg haben viele Immobilienkaufleute mittlerweile verstanden, welchen Wert kreative Zwischennutzung für eine lebendige Stadt hat – und ermöglichen Projekte wie Frei_Fläche und unseren Kreativplaneten Jupiter (S. 44).

Wir brauchen Kreative für den sozialen und ökologischen Umbau unserer Wirtschaft – für nachhaltiges Produkt- und Modedesign (S. 14), klimafreundliche Architektur und digitale Plattformen, die unserer Demokratie nützen, statt sie zu untergraben. Wir brauchen sie, weil sie permanent Innovationen schaffen. Eine Fähigkeit, die der deutschen Gesamtwirtschaft gerade oft abgesprochen wird. Jetzt ist die Zeit, sich noch stärker für Kollaboration und Austausch zu öffnen: die Zusammenarbeit zu wagen, ganz konkret in Cross-Innovation-Teams aus Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftszweigen.

Unsere Förderprogramme und Inkubatoren stützen seit Langem ein Ökosystem für Innovation. Mit dem Innovationsraum SPACE (S. 32) haben wir im vergangenen Jahr einen neuen Ort geschaffen, der Ausgangspunkt für solche Aufgaben sein kann. Der erste German Creative Economy Summit (S. 11), den wir in Hamburg ausrichten, bringt die Kreativbranche zusammen, um zu zeigen, welche Kraft in ihr steckt. Denn wir brauchen Kreative mehr denn je.

KI macht die Routine. Innovation machen wir. Dass Veränderung manchmal stört, müssen wir aushalten. Bleiben Sie uns gewogen. ●

EXECUTIVE
•
Summary

Das sind die Themen des Jahres 2023: Highlights und Herausforderungen aus der Programmarbeit, Erfolgsgeschichten und Stimmen aus der Branche. **Ein Überblick.**

Innenstadt-entwickler

In|nen|stadt|ent|wick|ler, die

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft entwickelt mit ihrem Programm Frei_Fläche das Stadtzentrum aktiv mit und bildet die Brücke zu Kreativschaffenden, die mit ihren Ideen frischen Wind in Hamburgs Mitte bringen.



„Perspektivisch werden wir wahrscheinlich erleben, dass die Branche weniger Risiken eingeht und sich an bewährte Konzepte hält.“

— Michelle Zou,
Chief Executive Officer bei Bigpoint

2023 war ein schwieriges Jahr für die Spieleindustrie. Viele Studios werden deshalb vorerst auf sichere Konzepte setzen, meint Michelle Zou, CEO von Bigpoint in Hamburg. Ihr Appell an die Investoren: Traut euch etwas!

ZUM INTERVIEW: S. 42

Kreative arbeiten an einer bereichernden, nachhaltigen, inklusiven Zukunft – gemeinsam mit Wissenschaft und Technik. Europaparlamentarier Christian Ehler erläutert, wie die EU diese Vision fördert und warum die Kreativwirtschaft dabei eine Schlüsselrolle einnimmt.

ZUM INTERVIEW: S. 12

„2,3 Milliarden Euro eigenständige Haushaltsmittel für Kreativwirtschaft und Innovation sprechen für sich.“

— Christian Ehler, Abgeordneter im Europaparlament

20. APRIL 2023

Happy Birthday, Gamecity Hamburg!

MEHR ZUR INITIATIVE: S. 47

MEHR ZUM GAMECITY TREFF: S. 55



Unterstützen, vernetzen, sichtbar machen: Gamecity Hamburg feiert 20 Jahre Einsatz für den Games-Hotspot Hamburg. So auch das Netzwerk-Event Gamecity Treff, dessen Jubiläumsausgabe das Team mit Freund*innen und Partner*innen im Jupiter feierte. Beim Empfang im Rathaus würdigte der Senat die Branche – mit Gamecity als Ansprechpartner für Studios, Publishers, Entwickler*innen und Unternehmen.

27. NOVEMBER 2023

Mit dem Bus durch die City of Content

MEHR ZUM PROGRAMM: S. 56

MEHR UNTER: CITY-OF-CONTENT.DE

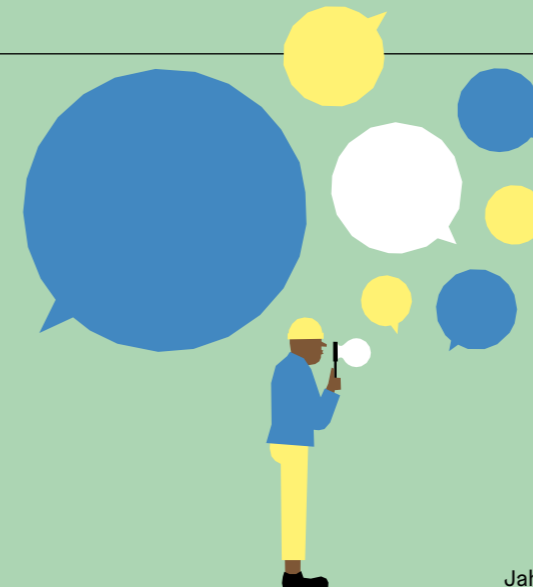


Hamburg ist und bleibt eine Medienstadt, in der es viel zu entdecken gibt. Mit der City of Content Tour von nextMedia.Hamburg können Neugierige durch die sonst verschlossenen Türen von Ströer, brand eins, Jung von Matt und #UseTheNews by dpa treten, um ihre Arbeitsweisen kennenzulernen. Wer bei der Tour mitfährt? Potenzieller Branchennachwuchs – spannend also für beide Seiten.

Mehr als

300 Events

fanden 2023 im kreativen Hotspot Jupiter statt, der größten kreativwirtschaftlichen Zwischennutzung Deutschlands in einem ehemaligen Kaufhaus. Neben Workshops und Vernissagen lockten Partys, Yoga und Konzerte.



„Das Training der Creative Business Academy hat geholfen, mit Partnern*innen der Festivalbranche auf Augenhöhe zu verhandeln und den Wert meiner Aktionen deutlich zu machen.“

— Katrin Rieber,
Gründerin bei tentation



Regencape, Mütze oder Bauchtasche: Katrin Rieber verwandelt für ihr Label tentation kaputte Zelte in lafstegtaugliche Mode. Ihre Arbeiten sind in der Frei_Fläche Unique Mash in Eimsbüttel zu sehen – dank der Messeförderung des Design Zentrum Hamburg reiste sie zur Nordstil. Ein Besuch im Showroom.

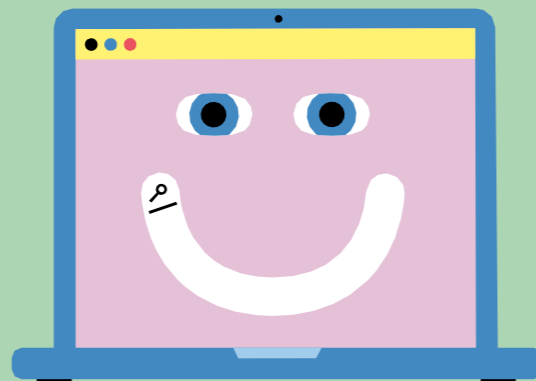
MEHR ZU DEN PROGRAMMEN: S. 49 + S. 53

ZUM PORTRAIT VON TENTATION: S. 14

Aller Anfang ist leichter – mit der Online Academy

MEHR ZUM PROGRAMM: S. 53

Steuern, Künstlersozialkasse, Businessplan: Gerade am Anfang stehen Selbstständige vor vielen Aufgaben und Herausforderungen. Antworten bietet die Online Academy. Zu 15 Themen klären Mitarbeitende der Hamburg Kreativ Gesellschaft im kompakten Videoformat die wichtigsten Fragen rund um den Einstieg in das eigene Business – kostenlos und jederzeit abrufbar.



Ein Safer Space für die Branche

FLINTA* GAMES MEET-UP

MEHR ZUM PROGRAMM: S. 55

Gamecity Hamburg bietet einen sicheren Raum für FLINTA* der Gamesbranche. Beim FLINTA* Games Meet-up können sich Frauen, Lesben, intersexuelle, non-binäre, trans und agender Personen austauschen und in geschützter Atmosphäre vernetzen.

9. MAI 2023 FLINTA*, Let's Walk And Talk



Warum sind FLINTA* in der Designwelt weniger sichtbar? Wie können wir das ändern? Zusammen mit dem Museum für Kunst und Gewerbe geht das Design Zentrum Hamburg ganz wörtlich diesen Fragen nach. Beim Walk'n'Talk führte Kuratorin Dr. Julia Meer durch die Ausstellung „The F*word – Guerrilla Girls und feministisches Grafikdesign“. Nach einem Spaziergang ins Design Zentrum loteten dort Impulsvorträge zum Thema „A seat at which table?“ das feministische Potenzial gestalterischer Selbstständigkeit aus.

„KI kann Mitarbeitende von zeitraubenden Aufgaben entlasten, sodass sie mehr freie Ressourcen für Tätigkeiten haben, die für das Team unverzichtbar sind.“

— Abdelkader Barjiji,
Senior Vice President bei Ströer

Neue Tools, veränderte Arbeitsprozesse, ungeahnte Ergebnisse – künstliche Intelligenz (KI) ist von der Zukunftserzählung zur Arbeitsrealität geworden. Sechs Hamburger Kreativunternehmen von klein bis groß geben Einblicke in ihren Arbeitsalltag mit KI.

ZUR UMFRAGE: S. 22

Kreative Impulsgeber

Impulsgeber, die

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft setzt Impulse, statt nur zu antworten: mit brandaktuellen KI-Veranstaltungen, wegweisenden Design Talks und einer aktiven Gestaltung von Cross Innovation zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Branchen.



„Als kreative Person möchte ich mich nicht mit Bürokratie herumschlagen, sondern nützliche Werkzeuge an die Hand bekommen. Werkzeuge, die ich später auch allein nutzen kann.“

– David Amoateng, Gründer von Little Ashé



Mit einer Puppe für seine Nichte fing alles an – heute ist David Amoateng Geschäftsführer von Little Ashé. Das Unternehmen stellt faire Diversity-Puppen her, die mit verschmitztem Seitenblick in die Zukunft gucken. Creative Business Academy und Storytelling Förderung brachten den kreativen Sozialökonom seinem Ziel etwas näher: das Steiff für Puppen zu werden.

MEHR ZU DEN PROGRAMMEN:
S. 49 + S. 53

ZUM PORTRAIT VON LITTLE ASHÉ:
S. 26

Weltraumforscher

Welt|raum|for|scher, die

The sky is the limit: Die Hamburg Kreativ Gesellschaft macht den Jupiter zugänglich, verwandelt KI von der Rocket Science zur anwendbaren Unterstützung für Kreative und hat einen eigenen SPACE erschaffen – mitten in der Speicherstadt.



Mehr als
95.000
Abonnements



verzeichnen die Social-Media-Kanäle und Newsletterformate der Hamburg Kreativ Gesellschaft und ihrer Initiativen.

POOL DER KREATIVEN

Kopfsprung für Wirtschaft und Gesellschaft



Eine Expert*innengruppe von 50 erfahrenen Kreativen aller Teilmärkte, die innovative und individuelle Lösungen entwickeln: Das ist der Pool der Kreativen, der in verschiedenen Formaten des Cross Innovation Hub zum Einsatz kommt. Das neue Netzwerk schöpft aus dem vollen Becken der visionären Denkmuster und nonkonformen Arbeitsweisen der Kreativwirtschaft und setzt sie für konkrete Herausforderungen der lokalen und überregionalen Wirtschaft und öffentlicher Institutionen ein.

Cross Innovation Hub berät national und international

MEHR ÜBER DEN CROSS INNOVATION HUB: S. 47

Gefragter Gesprächspartner: Der Cross Innovation Hub ist Vorreiter beim Thema Cross Innovation mit der Kreativwirtschaft. In dieser Rolle reiste das Team für Beratungen, Workshops und Impulsvorträge unter anderem nach Baden-Württemberg, Niedersachsen, Hessen, Thüringen und Sachsen, aber auch nach Lettland und Schweden.

MUSIC WORX PITCH

Zwei Awards für Soundvest

Privatanleger*innen investieren in die stabile Anlage klassischer Musikinstrumente, Musiker*innen erhalten über eine Leasing-Plattform Zugang zu diesen Instrumenten. Mit dieser demokratischen Idee überzeugte das Start-up Soundvest um Philipp Klotz, Diego Maldonado Rosas und Ignacio Rojas nicht nur die neunköpfige Jury des Music WorX Pitch, sondern erhielt auch den Publikumspreis.



Im Bezirksamt Hamburg-Nord arbeiten 1.100 Menschen aus 65 Berufen, verteilt auf 40 Standorte. Wie kann Co-Creation ihre Zusammenarbeit verbessern? Transformationsbegleiterin Susanne Rengel steckt mittendrin – mit Unterstützung des Cross Innovation Hub entwickelt sie Ideen und konkrete Maßnahmen für einen Kulturwandel in der Behörde.

MEHR ZUM PROGRAMM: S. 47

ZUM PORTRAIT DES BEZIRKSAMTS: S. 36

„Ein wichtiger Impuls aus dem Pop-up Office war: Jede*r kann kreativ sein! Trau dich, deine Ideen vorzubringen, und steh für sie ein.“

– Susanne Rengel, Transformationsbegleiterin im Bezirksamt Hamburg-Nord

VR-GAME CRUMBLING

Virtual-Reality-Idee wird Wirklichkeit

MEHR ZU DEN PROGRAMMEN: S. 49 + S. 50

Einst im Games Lift Inkubator weiterentwickelt und durch die Prototypenförderung unterstützt, feierte Crumbling im Sommer sein Release. Bei dem bunten VR-Spiel werden kleine Crumblings im Kampf gegen das Böse durch einen Comicluden gesteuert. Der Clou: Crumbling ist ein Third-Person-Game, bei dem Spielende ihre Action-Figuren mithilfe eines Motion Controllers steuern, statt mit dem gesamten Körper zu interagieren. Eine Entwicklung mit riesigem Potenzial, findet Creative Director Ole Jürgensen.

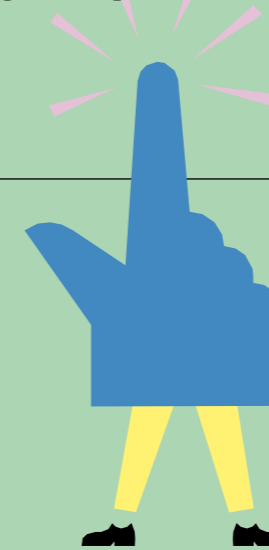
KI-ASSISTENZ VON KAI

Eine Kollegin der besonderen Art



Im Mai bekam nextMedia.Hamburg eine neue Mitarbeiterin: KAI. Der Neuzugang braucht jedoch weder einen eigenen Schreibtisch noch eine Mittagspause, denn KAI ist virtuell. Die ChatGPT-basierte Influencerin erklärt und diskutiert wöchentlich KI-Themen, die nextMedia.Hamburg nur noch redigiert. Sieht so die Zukunft aus?

Ausblick



Was steht als nächstes an? Diese Themen sind bereits angestoßen und werden im Jahr 2024 die Agenda der Hamburg Kreativ Gesellschaft bestimmen.

German Creative Economy Summit

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft veranstaltet den ersten Bundeskongress für die gesamte Kreativwirtschaft mit über 100 Speaker*innen. Auf Kampnagel sprechen Impulsgeber*innen verschiedener Unternehmen wie Bertelsmann, Google und Vitra und die wichtigsten Branchenverbände zu aktuellen Trends und Herausforderungen: KI, Stadtentwicklung, soziale Absicherung und mehr. Ein Summit für alle Kreativschaffenden – von Solo-Entrepreneur bis CEO –, die die Zukunft der Branche mitgestalten möchten.

Sustainable Fashion Lab

Mode „Made in Hamburg“ im Sustainable Fashion Lab: Auf der neuen Fläche werden Design, Produktion und Handel von Mode innovativ – und vor allem lokal – gedacht. Im Rahmen des Bundesprogramms „Verborgene Potenziale“ entsteht so der erste ganzheitliche Raum für Mode in Hamburg.

Themenfestivals im SPACE

Im SPACE widmet sich nextMedia.Hamburg gleich drei Mal aktuellen Themen – für jeweils eine Woche. Die fünftägigen Themenfestivals bieten kostenlose Workshops, Impulsvorträge und Panels, aber auch Sparring Sessions für Teilnehmende aus der Medien- und Digitalwirtschaft. In der ersten Ausgabe blickt das Format auf das Thema künstliche Intelligenz.

Textile Week

Im Design Zentrum Hamburg findet im Juni die Textile Week unter dem Thema „Zukunftsstoffe“ statt. In Workshops, Vorträgen und einer Ausstellung blicken Akteur*innen der Textilwirtschaft auf aktuelle Innovationen im Textildesign. Anwendungsbeispiele kommen dabei nicht nur aus der Modebranche, sondern auch aus Medizin und Architektur.

Future Markets

Mit dem neuen Programm Future Markets bringt der Cross Innovation Hub verschiedene Branchen-Stakeholder*innen zusammen, um co-kreativ und interdisziplinär an Zukunftsszenarien, kollektiven Herausforderungen und konkreten Lösungen ganzer Märkte zu arbeiten. Den Auftakt macht die Mobilitätsbranche ab Herbst 2024 – für kurze Wege in einer Branche, die auch künftig lange Strecken zurücklegen wird.

Gamecity on Tour

Vielversprechende Talente aus der Hamburger Games-Landschaft nimmt Gamecity 2024 nicht nur innerhalb der Republik, sondern auch über die Grenzen hinaus mit auf die relevanten Messen der Branche. Die Reise soll nach Paris, Brighton, Malmö und Utrecht gehen.

Time-to-Market Boost

Ideen sind genauso wichtig wie ihre Umsetzung: Das Format Time-to-Market Boost des Cross Innovation Hub unterstützt Unternehmen künftig dabei, Lösungen in die Tat umzusetzen. Prototypen werden mit passenden Zielgruppen getestet, mit Kreativen optimiert und so schwingvoll auf die Zielgerade in Richtung Markteinführung gebracht.

Ideen für Europas Zukunft

Europa steckt in einer der größten Veränderungen seiner Geschichte. Europa-parlamentarier Dr. Christian Ehler sieht die Kreativwirtschaft in einer Schlüsselrolle für den nachhaltigen Umbau von Wirtschaft und Gesellschaft – und betont den Bedarf, den Austausch mit Wissenschaft und Technik noch stärker zu fördern.



DR. CHRISTIAN EHLER
Abgeordneter der EVP im Europaparlament
und Co-Vorsitzender der Arbeitsgruppe
für Kultur und Kreativwirtschaft

Herr Dr. Ehler, Europa befindet sich im Dauerkrisenmodus. Warum überfordert uns gesellschaftlicher Wandel – etwa mit Blick auf Klimaschutz oder die digitale Transformation?

Wir haben Gesellschaften noch nie durch Regulierung oder rein durch Technologie verändert. Gesellschaften verändern sich nur durch ein sich veränderndes Narrativ. In Brüssel lernen wir gerade über Parteigrenzen hinweg: Ohne eine künstlerische, kreative und ästhetische Einordnung wird dieser Transformationsprozess nicht gelingen. Ursula von der Leyen hat mit dem New European Bauhaus eine beispiellose Initiative gestartet, die die Kreativwirtschaft zum

Schlüsselmoment des European Green Deal macht. Indem Kreative gemeinsam mit Wissenschaft und Technik an einer bereichernden, nachhaltigen, inklusiven Zukunft arbeiten.

Was Sie hier ansprechen, verhandeln wir unter dem Begriff Cross Innovation – dass Kreativschaffende ihre Innovationskraft in andere Branchen einbringen. Was braucht es aus Ihrer Sicht, um diesen Austausch weiter zu fördern?

Europa versucht Kultur in Forschungsprogramme zu integrieren und Förderpolitiken zu verknüpfen – um Kreativwirtschaft und Technologie wieder miteinander ins Gespräch zu bringen. Ich finde es problematisch, dass das Thema Kreativwirtschaftsförderung im Silo der Kulturpolitik verwahrt ist – und damit oft notorisch unterausgestattet ist. Und ich glaube, dass diese Crossover zwar inzwischen gewollt und auch gefördert sind, aber die ganz großen Angebote, die gibt es noch nicht. Das Interessante ist, dass in Deutschland so langsam ein Umdenken stattfindet. Also sich zum Beispiel gefragt wird: Inwiefern muss Technologie gesellschaftsdienlich sein? Kann Technologie-Entwicklung altruistisch sein? Diese Fragen in das Design von öffentlicher Förderung hineinzuschreiben und das zu diskutieren, das passiert mir viel zu wenig.

Was tut Europa denn dafür, die Potenziale der Kreativwirtschaft zu fördern?

Ich denke, 2,3 Milliarden Euro eigenständige Haushaltsmittel für Kreativwirtschaft und Innovation sprechen für sich. Das ist ein klares Zeichen, dass technologische Innovation und Kreativität Hand in Hand gehen müssen – und der größte Haushaltsaufwuchs im Forschungshaushalt der Europäischen Union. Außerdem baut Europa mit bis zu 300 Millionen Euro Förderung über die nächsten fünf Jahre das EIT Culture & Creativity auf. Das ist ein Expert*innen-Netzwerk, in dem Start-ups, Kreative und Hochschulen zusammenarbeiten. Das sind Dinge, die für Europa eher ungewöhnlich sind, weil wir normalerweise Initiativen von Mitgliedsstaaten unterstützen. Aber jetzt sagt Europa: Wir brauchen selbst Instrumente, die über die reine Förderung hinausgehen. Wir wollen damit ganz klar einen Schritt weitergehen als Amerika oder Asien, wo man in Silos zwischen Kultur, Politik und Wirtschaft denkt und es nur wenige Brücken gibt.

In vielen Branchen der Kreativwirtschaft zeichnet sich ein großer Impact von KI ab. Die EU geht gerade weltweit voran, was die Regulierung der Technologie angeht. Was treibt diese Entwicklung aus Ihrer Sicht?

Bei der Regulierung von KI sollten vor allem große Konzerne im Fokus stehen, die über nationale Grenzen hinweg agieren – und bei denen immer auch die Gefahr der Manipulation besteht. Hier muss man genau hinschauen, wofür KI eingesetzt werden soll. Außerdem ist Bias ein Thema. Da KI auf den Daten basiert, mit denen sie gefüttert wird – bisher vor allem Daten aus einer weißen, westlichen, kapitalistischen Welt –, ist sie nie neutral. Weil KI in Zukunft Entscheidungsprozesse beeinflussen wird und Verwaltungsprozesse steuert, ist das ein wichtiges Thema.

In nicht-demokratischen Gesellschaften wie China könnte KI auch als Instrument sozialer Kontrolle eingesetzt werden, was internationale Aufmerksamkeit erfordert. Überregulierung birgt jedoch die Gefahr, kreative Prozesse zu ersticken, insbesondere bei kleinen Unternehmen und Start-ups mit künstlerischer Ausrichtung. Daher ist eine ausgewogene Regulierung notwendig, die Missbrauch verhindert, ohne kreative Entwicklungen zu behindern.

Die Kreativwirtschaft schafft Musik, Filme, Bücher, Architektur, Theater, Design und vieles mehr. Welches Erzeugnis der Branche hat Sie 2023 am meisten beeindruckt?

Ein Projekt auf der Ars Electronica hat mich sehr beeindruckt – gerade vor dem Hintergrund des Cross-Innovation-Gedankens. Das Projekt heißt Pollinator Pathmaker. Dabei geht es darum, mithilfe von KI Landschaften und Biotope für Pollinators, also Bienen, zu schaffen. Was ich daran so bemerkenswert finde, ist, dass künstliche Intelligenz nach Möglichkeiten sucht, Pflanzen so zu säen oder Biotope so zu entwickeln, dass sie für Bienen attraktiv sind. Und gleichzeitig entstehen sehr künstlerische und ästhetische Skulpturen, die für sich stehen. Es ist viel mehr als eine aufgehübschte Anwendung. Es ist ein Projekt, das einen altruistischen Ansatz verfolgt, einen Beitrag zur Biodiversität leistet und potenziell jedem einen Zugang zu diesem Thema bietet – und darüber hinaus Kunstwerke entstehen lässt. ●

Vom Festivalzelt



zum Fashion-Unikat

Katrin Rieber schenkt kaputten Zelten ein zweites Leben. Ihre laufstegtaugliche tentation-Kollektion gewann einen Silberstreifen Award – jetzt verkauft die Modedesignerin erfolgreich im Pop-up-Store Unique Mash.

LINKS Unique Hat: eine Kopfbedeckung aus der Kollektion von Katrin Rieber

TEXT Nicoline Haas

Wenn der Zirkus vorbei ist, bleibt eine Geisterstadt zurück: Bei der Fusion 2016 hatte Katrin Rieber als Helferin eine Aufräumschicht übernommen – am Montag danach, als die meisten der rund 70.000 Festivalgäste längst abgereist waren. „Das Campinggelände sah aus wie eine Kulisse aus einem Endzeitfilm. Überall verwaiste Zelte inmitten von Müll. Ich war geschockt“, erzählt sie. Ihr fiel auf, dass an vielen Zelten und Pavillons nur Kleinigkeiten kaputt waren: mal ein fehlender Reißverschluss, mal eine gebrochene Stange. Trotzdem sollte das meiste am Ende im Müllcontainer landen. „Was für eine Verschwendung kostbarer Ressourcen“, habe sie gedacht – und packte kurzerhand ihren Kofferraum voll.

Die zweite Chance

Zurück in ihrem Atelier in Hamburg-Altona begann sie, mit den Materialien zu experimentieren und Entwürfe zu skizzieren. Zelte bestehen normalerweise aus Nylon und Polyester mit einer PU- oder Silikonbeschichtung. Damit zu arbeiten, war zuerst befremdlich für die umweltbewusste Modedesignerin, die erd-

ölbasierte Textilien sonst aus Prinzip meidet. Für ihr 2015 gegründetes Label ein garten (inspiriert von Rilkes „Ich will ein Garten sein“) entwirft sie zum Beispiel Mäntel aus wetterfestem EtaProof, einem innovativen Gewebe aus Bio-Baumwolle. Dem problematischen Synthetikmaterial ein zweites Leben zu schenken, ergab für Katrin Rieber aber Sinn. Ihre Idee: Regenbekleidung und Taschen für die Stadt und – hier schließt sich der Kreis – für Festivals. Ab dem darauffolgenden Jahr besuchte sie große Events gezielt, um kaputte Zelte einzusammeln. 2021 launchte sie ihre erste Kollektion namens tentation.

Das Schaufenster

Treffen im Pop-up-Store Unique Mash in der Osterstraße, der nachhaltig gefertigte Kleidung, Accessoires, Kunst und Keramik versammelt, kuratiert auch von Katrin Rieber. Mithilfe des Programms Frei_Fläche wird der einstige Bio-Supermarkt seit Oktober 2023 von einem Dutzend Designer*innen bespielt, die hier ihre Produkte verkaufen und auch Workshops geben. Während wir Katrins Mäntel anprobieren, wird nebenan gestrickt. Es ist die erste Frei_Fläche für kreative Zwischennutzung in Eimsbüttel, „und die Lage direkt an der Kreuzung und U-Bahn ist eins a“, lobt Katrin. „Wir haben viel Laufkundschaft. Außerdem das tollste Schaufenster im Viertel, mehr als zehn Meter breit, unbedingt fotografieren!“ Das Publikum sei designaffin und offen für grüne Themen. „Einige Teile, die ich euch zeigen wollte, sind schon wieder weggekauft“, entschuldigt sich Katrin mit ironisch verzweifelter Geste. Was die Kund*innen übrig ließen, reicht aber, um ihre Handschrift zu erkennen.

„Wir haben viel Laufkundschaft. Außerdem das tollste Schaufenster im Viertel, mehr als zehn Meter breit, unbedingt fotografieren!“

Das Design

Beispiel Regenmantel: Ihm verpasste sie einen dynamischen „Volahiku“-Schnitt. Hinten reicht der Stoff knapp über die Kniekehle, praktisch zum Radeln, seitlich schwingt sich der Saum abwärts und läuft zur Front hin spitz zu. „Für die Luftzirkulation ist der Mantel zudem oversize geschnitten“, erläutert Katrin. Da Zeltplanen relativ dünn sind, kleidet sie einige ihrer Taschen mit robustem Zeltbodengewebe aus. Für den „Fluffy Puffy Shopper“ ersann sie eine doppelte Stofflage mit eingenähtem Vlies. Das bauschige Polster schützt den Inhalt und fühlt sich an, als trage man ein Daunenkissen unterm Arm.

„Upcycling-Produkte brauchen zwingend ein gutes Design“, meint Katrin und argumentiert: „Wenn wir etablieren wollen, dass gebrauchtes Material wiederverwendet wird, müssen die Dinge daraus mindestens so attraktiv sein wie ihre jungfräuliche Konkurrenz.“ Vorbildlich findet sie die Freitag-Taschen aus LKW-Planen; von Kronkorken-Ohringen oder Kulturbeutel aus Jeans, an denen Hosentaschen, Nähte und Nieten noch dran sind, hält sie wenig. Ihren Kreationen sieht man ihr Vorleben bewusst nicht an. Nur einzelne tragen zelttypische Details, die Fäustlinge etwa seitliche Schlaufen und Knebel – ursprünglich dazu da, einen aufgerollten Zelteingang zu befestigen. Um eine SMS zu texten, schlüpfen die Tippfinger durch eine „Tür“ im Handschuh schnell raus und wieder rein.

Der Anschub

Die meisten Zelte sind grün, grau oder blau, schickeres Creme oder Silber sind rar. Umso mehr muss die Mode von tentation in puncto Form und Funktion glänzen. Die Jury des Silberstreifen Awards überzeugte, neben dem ökologischen Impact, genau das. Der Preis mit Ausstellung im Design Zentrum Hamburg brachte Katrin Rieber wie erhofft mehr Reichweite und Kontakte. Und sie sei im Rückblick dankbar, dass die Kreativ Gesellschaft sie damals ermuntert habe,

● ZUR PERSON

Nach ihrem Studium „Integriertes Design“ an der Hochschule für Künste Bremen und Stationen bei Modelabels machte sich Katrin Rieber selbstständig. In Hamburg fand sie einen schlecht geheizten, doch inspirierenden Schaffensort im „Frappant“, in der Großen Bergstraße. Als 2009 der Abriss und IKEA-Pläne drohten, besetzte sie mit ihren Mitkreativen das Gebäude und protestierte – bis die Stadt eine gute Alternative anbot: die ehemalige Viktoria-Kaserne im Zeiseweg. Wie alle im Haus ist Katrin Genossin der fux eG. Ihre Nachbarschaft, von der Polsterwerkstatt bis zur Kurzfilm Agentur, könnte vielfältiger nicht sein, noch so ein „unique mash“.

Vor Kurzem ist Katrin Rieber mit ihrer neuesten Kollektion aus Frankfurt zurückgekehrt: An ihrem Stand bei der Nordstil 2023 in Hamburg war sie von einem Trendscout angesprochen und zur Ambiente eingeladen worden – der größten Konsumgütermesse der Welt.





OBEN Mode, Kunst, Keramik: Die erste Frei_Fläche in Eimsbüttel war früher ein Bio-Supermarkt.



UNTEN Alter Stoff, neues Label: tentation macht Mode aus alten Zelten. Das sieht man den exklusiven Stücken aber nicht an.



● ÜBER DIE PROGRAMME

CREATIVE BUSINESS ACADEMY
Die Creative Business Academy bot insgesamt 120 Kreativen die Chance, konkrete Projekte weiterzuentwickeln. Unterstützung erhielten sie in bis zu 30 Support-Stunden durch Expert*innen, ein großes Netzwerk und diverse Workshops.

FREI_FLÄCHE
Das Programm bringt Immobilienbesitzer*innen mit Kreativschaffenden zusammen. Der Deal: Letztere zahlen 1,50 Euro pro Quadratmeter für die kreative Zwischennutzung und schenken den ungenutzten Flächen temporär neues Leben – mit Unique Mash erstmals in der Osterstraße in Eimsbüttel.

MESSEFÖRDERUNG
Das Design Zentrum Hamburg nahm 2023 ausgewählte Labels mit auf die Nordstil-Messe in Hamburg. Ohne Standgebühren und mit direktem Kontakt gewannen insgesamt 10 junge Unternehmen die wertvolle Aufmerksamkeit der B2B-Kundschaft.

SILBERSTREIFEN AWARD
Der Silberstreifen Award zeichnet Designer*innen und Teams aus, die sich ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Fragestellungen durch Design nähern – 2023 unter dem Motto „Zero Waste“. Neben einem dotierten Award bekommen die Gewinner*innen die Möglichkeit, ihre Konzepte im Design Zentrum Hamburg auszustellen.

sich für weitere Förderprogramme zu bewerben. Es klappte: Sie stellte mit drei weiteren Designer*innen auf der Nordstil-Messe aus und bildete sich in verschiedenen Coachings fort: „Die Creative Business Academy ist ein super Programm“, sagt sie: „Dabei konnte ich mich in Bereichen festigen, in denen ich noch keine Profession hatte, wie zum Beispiel Marke-

„Ich konnte mich in Bereichen festigen, in denen ich noch keine Profession hatte, zum Beispiel Marketing und PR.“

ting und PR.“ Und: „Das Training hat mir geholfen, mit den Partnern der Festivalbranche auf Augenhöhe zu verhandeln und ihnen den Wert meiner Aktionen deutlich zu machen.“

Der Kreislauf

Auf XXL-Events wie Rock am Ring oder dem Wacken Open Air sammelt Katrin Rieber mit ihren Teams im Schnitt 20 Kubikmeter Material ein. Noch intakte Ausrüstung übergeben sie gemeinnützigen Organisationen, die vor Ort für Bedürftige sammeln. An den aufgestellten „Rettungsboxen“ kommt die tentation-Aktivistin mit vielen Leuten ins Gespräch und erklärt ihr Konzept – ohne zu missionieren. „Danke, dass ihr das macht“, hört sie häufig.

Ein Großteil des geretteten Materials lagert in einer Scheune auf dem Land. Nach der Reinigung werden Kleinteile wie Verschlüsse abgetrennt, die Planen sinnvoll zerteilt und sortiert. In ihrem Atelier tüftelt Katrin an den aufwendigen Mustern für Unikate und Kleinserien, zur Fertigung beauftragt sie lokale Werkstätten.

Mit ihrem Projekt will die Designerin auch eine Botschaft an die Industrie senden, an geschlossenen Stoffkreisläufen zu arbeiten. Stichwort Cradle to Cradle. Vorsorglich achtet sie bei allen tentation-Produkten auf möglichst sortenreine Materialien: „Das heißt, dass ich zum Beispiel keine Garne oder Futterstoffe aus Baumwolle verwende.“ Damit die Produkte an ihrem Lebensende eine Chance haben, recycelt zu werden. Wer weiß, was als Nächstes aus ihnen wird. ●

Hamburgs Kreativbranche



99.590 Menschen
arbeiten in der Hamburger Kreativwirtschaft

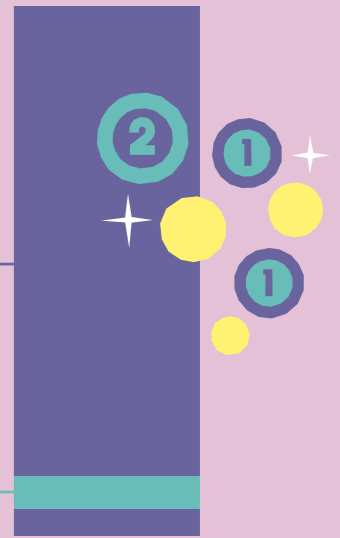
Davon sind **28.302** selbstständig tätig

rund 55 % davon mit einem Jahresumsatz von weniger als 22.000 Euro

12.280.400.000 Euro

Umsatz wurden 2021 erwirtschaftet

davon **80,4 Mio. Euro** durch Kleinunternehmer*innen.



Die umsatzstärksten Branchen

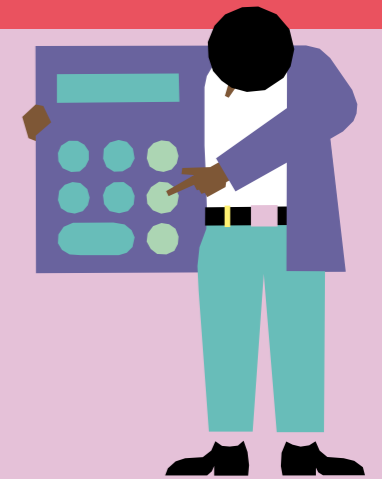
Diese Teilmärkte erwirtschafteten 2021 mehr als 1 Milliarde Euro Umsatz:

Software/Games
4.409.600.000 Euro

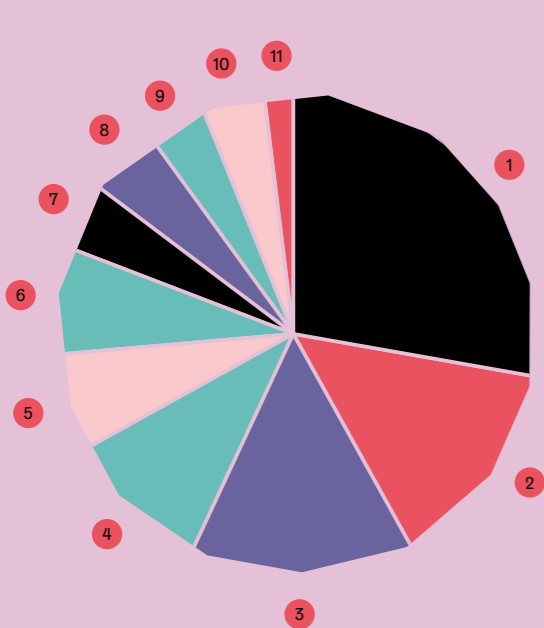
Werbung
2.704.300.000 Euro

Presse
2.410.600.000 Euro

Design
1.623.100.000 Euro



Hier arbeiten Hamburgs Kreative



- 1 31.690 Software/Games
- 2 16.046 Werbung
- 3 17.186 Design
- 4 11.307 Presse
- 5 7.700 Architektur
- 6 8.001 Film
- 7 5.132 Musik
- 8 5.507 Darstellende Kunst
- 9 4.253 Buch
- 10 4.905 Rundfunk
- 11 1.910 Kunst

Alle Daten entstammen dem Goldmedia Standortmonitor, nach der Methodik des BMWK Kultur- und Kreativwirtschaft (Stand: Februar 2024).

Jede **14te** erwerbstätige Person in Hamburg arbeitet in der Kreativwirtschaft

Wie nutzt ihr KI?

Künstliche Intelligenz leitet einen Umbruch in der Kreativwirtschaft ein – den die Hamburg Kreativ Gesellschaft im vergangenen Jahr intensiv begleitet hat. Diese sechs Expert*innen waren mit dabei. Hier geben sie einen aktuellen Einblick in ihre tägliche Arbeit mit KI-gestützten Technologien – und wagen eine Prognose.

„KI ist das Herzstück unserer Lösung zur Hatespeech-Erkennung. Mit unseren Algorithmen klassifizieren und filtern wir Nachrichten auf Hass und Hetze hin und finden potenziell justiziable Inhalte.“

– Sara Egetemeyr,
Gründerin bei Penemue

Wie integriert ihr KI schon jetzt konkret in eure Arbeit?

Markus Dömer: Aktuell setzen wir generative KI in Bereichen ein, die nicht unser Verlagskernprodukt betreffen, wie zum Beispiel im Marketing für diverse wiederkehrende Kommunikationsanforderungen, natürlich unter Wahrung des für Carlsen typischen Kommunikationsstils. Einige Mitarbeiter*innen nutzen generative KI zur Effizienzsteigerung in ihrem Arbeitsalltag, etwa beim Verfassen ihrer Korrespondenz (inkl. Übersetzung), aber auch als Inspirationsquelle für andere Texte.

Thomas Lehr: Wir haben KI bereits in viele unserer Arbeitsabläufe und Produktionsschritte integriert. Unsere Game Designer nutzen generative KI für ihre kreativen Prozesse, unsere Artists für die Erstellung von Konzepten und Illustrationen und den Engineers ist sie eine wertvolle Helferin beim Schreiben von Code. Aktuell experimentieren wir zunehmend mit der Verknüpfung der KI mit eigenen Daten, um sie für unsere Anwendungsfälle weiter zu spezialisieren. Nicht nur unsere Produktivität, sondern auch die Qualität unserer Ergebnisse nimmt dabei spürbar zu.

Eduardo Garcia: Wir setzen unsere Voice-KI täglich ein. Dafür synthetisieren wir Originalstimmen, die – ganz wichtig – vor der Synthese ihr Einverständnis für eine ganz explizite Verwendung geben. Natürlich werden die Stimmen dafür auch bezahlt. Die Chefredakteurin eines tagesaktuellen Nachrichtenformats freut sich, dass sie nicht mehr jeden Tag ins Studio kommen muss. Bei der Produktion von Cornelia Funkes „Tintenherz 4“ haben wir an einigen Stellen mit der synthetisierten Stimme des Originalsprechers gearbeitet, weil das Skript kurzfristig geändert wurde und der Sprecher im Urlaub war.

Sara Egetemeyr: KI ist das Herzstück unserer Lösung zur Hatespeech-Erkennung. Mit unseren Algorithmen klassifizieren und filtern wir Nachrichten auf Hass und Hetze hin und finden potenziell justiziable Inhalte. Da wir es dabei mit großen Datenmengen zu tun haben, ist das ein perfekt geeigneter Use Case für KI.



MARKUS DÖMER,
HEAD OF BUSINESS
DEVELOPMENT BEI CARLSEN

Wenn es bei der Kreativ Gesellschaft um Innovationen geht, ist Markus Dömer mit von der Partie. Der Carlsen Verlag ist unter anderem Partner im neuen Innovationsraum SPACE und hat sich im letzten Prototyping Lab intensiv mit den Potenzialen von KI für Verlagshäuser beschäftigt.



THOMAS LEHR,
HEAD OF SOFTWARE
DEVELOPMENT BEI INNO GAMES

Die Gamesbranche ist Vorreiter in Sachen KI. Thomas Lehr diskutierte 2023 beim Games Compass Event von Gamecity zu aktuellen Cases für Spieleentwickler*innen.

„Ich verwende täglich ChatGPT für vielfältige Textaufgaben von Coding über Brainstorming bis hin zur Ideenentwicklung, Texterstellung und Korrektur.“

– Benjamin Bertram,
Gründer bei cogniwerk



EDUARDO GARCIA,
GESCHÄFTSFÜHRER BEI
GERMAN WAHNSINN

Eduardo Garcia leitet die Hamburger Audioagentur German Wahnsinn. Bei der Eventreihe KI & Kreativwirtschaft sprach er im SPACE über Tools, die vor allem Audioentwickler*innen kennen müssen.



SARA EGETE MEYR,
GRÜNDERIN BEI PENEMUE

Mit KI gegen Hass im Netz: Sara Egetemeyr entwickelte 2023 im Inkubator Media Lift ihr Start-up weiter. Dabei wurde sie umfassend mit finanzieller Förderung, Mentorings, Workshops und professionellen Trainings unterstützt.

Benjamin Bertram: Generative KI ist in meiner Arbeit zentral. Ich verwende täglich ChatGPT für vielfältige Textaufgaben von Coding über Brainstorming bis hin zur Ideenentwicklung, Texterstellung und Korrektur. GPTs dienen zur Prozessautomatisierung und als externes Gedächtnis für kontextbezogene Antworten. Bei der Analyse von YouTube-Videos und Texten hilft mir ChatGPT, wichtige Inhalte schnell zu erfassen. In der Bildgestaltung setze ich auf Dall-E, Midjourney und Stable Diffusion – von der Ideenfindung bis zur Nachbearbeitung. Diese Tools steigern meine Effizienz und ermöglichen eine Spezialisierung auf kundenorientierte Lösungen.

Abdelkader Barjiji: Wir setzen uns auf operativer Ebene intensiv mit KI-Technologien auseinander und beurteilen für unsere Geschäftsfelder die Anwendungsmöglichkeiten. Wir nutzen sie beispielsweise bereits für Kundenanfragen in der digitalen Außenwerbung, zur Überprüfung von Kampagnenmotiven und bei unserer Produktentwicklung. Wir bieten Kund*innen echte, treffsichere und 100 Prozent datenschutzkonforme AI-Targetingprodukte für Performance- und Brandingkampagnen an und nutzen KI und Machine Learning aktiv in unserem AdStack für Yield-Maximierung und Kampagnenoptimierung.

Welche Rolle spielt KI für eure Branche in der nahen Zukunft?

Markus Dömer: KI wird mittelfristig alle Stufen unserer Wertschöpfung prägen. Im Moment sehen wir besonders große Vorteile darin, Abläufe effizienter zu gestalten. Zum Beispiel indem wir Informationen aus verschiedenen Quellen schnell analysieren oder Daten für unsere Produktdatenbanken automatisch generieren und erfassen. KI-basierte Data-Discovery-Technologie könnte perspektivisch ein wichtiger Baustein für Umsatzsteigerungen werden.

Thomas Lehr: Die Investitionen in KI sind bereits enorm und steigen laufend weiter, die Modelle verbessern sich zunehmend und die Berechnungen werden immer schneller. Es ist aus unserer Sicht wahrscheinlich, dass wir schon bald eine Verdopplung der KI-Fähigkeiten sehen werden. Diese Verdopplung kann über die nächsten Jahre sogar mehrfach erfolgen. Voraussichtlich wird es zunächst viele neue Spiele geben, die andere Spiele nachahmen, da dies immer einfacher wird. Im nächsten Schritt werden wir aber auch zahlreiche neue Spieleideen und auch eine höhere Qualität sehen.

„KI kann branchenübergreifend Arbeitsprozesse effizienter gestalten. Sie kann Mitarbeitende von zeitraubenden Aufgaben entlasten, sodass sie mehr freie Ressourcen für Tätigkeiten haben, die für das Team unverzichtbar sind.“

– Abdelkader Barjiji,
Senior Vice President bei Ströer



BENJAMIN BERTRAM,
GRÜNDER BEI COGNIWERK

Vom Illustrator zum KI-Kurator: Benjamin Bertram hat mit cogniwerk eine Plattform geschaffen, die KI-Tools zugänglicher machen will. Bei der Eventreihe KI & Kreativwirtschaft sprach er – klar – über Tools, im Design Zentrum gab er 2023 einen Workshop für Gestalter*innen.



ABDELKADER BARJJI,
SENIOR VICE PRESIDENT
BEI STRÖER

Am Media-Konzern Ströer kommt man im Stadtbild nicht vorbei – Außenwerbung ist Kernkompetenz. Im Innovationsraum SPACE ist Ströer seit 2023 Partner, für den Medien-Nachwuchs ließ das Unternehmen bei der City of Content Tour hinter die Kulissen blicken.

Eduardo Garcia: Der Einsatz von KI in der Bearbeitung und Verarbeitung von hochwertigen und umfangreichen Audioinhalten erleichtert und beschleunigt schon jetzt die Produktion und ermöglicht eine immer kosteneffizientere, konsistentere Kommunikation über verschiedene Plattformen hinweg. Ich kann mir vorstellen, dass sich der Workflow in Synchronstudios oder bei auditiven Nachrichtenformaten, aber auch in der Musikproduktion grundlegend ändern wird. Der zunehmende Einsatz von KI-generierten Inhalten bringt aber auch eine gewisse Konformität mit sich. Vor allem spielt bei der Rezeption nicht nur die Musik oder Sprache selbst eine Rolle, sondern auch die Persönlichkeit der jeweiligen Künstler*innen. Daher bin ich zuversichtlich, dass die menschliche Komponente und die Qualität der Musik auch in Zukunft relevant bleiben werden. Hoffentlich ...

Sara Egetemeyr: KI wird viele repetitive Tasks automatisieren und dabei helfen, mit einer anderen Perspektive Muster zu finden. KI gleicht dabei einem Mitarbeitenden mit einem anderen Wahrnehmungsfiler. Das machen wir uns zunutze, um die sich rasant verändernden Ausdrucksformen von Hatespeech aufzuspüren. Man sollte KI aber nicht überschätzen – und vor allem die Gefahr von Voreingenommenheit (Bias) ernst nehmen.

Benjamin Bertram: Die Branche wird bereits heute umgekrepelt, wenn KI-generierte Illustrationen zur Konkurrenz werden. Das spiegelt sich auch in den derzeitigen Copyright-Klagen wider. Illustrator*innen brauchen mehr Erfahrung mit KI-Tools und Aufklärung, um sich anzupassen. KI birgt große Chancen, erfordert jedoch auch bewusste Auseinandersetzung mit den Herausforderungen.

Abdelkader Barjiji: KI kann branchenübergreifend Arbeitsprozesse effizienter gestalten, um nachhaltiger zu wirtschaften und Emissionen zu reduzieren. Sie kann Mitarbeitende von zeitraubenden Aufgaben entlasten, sodass sie mehr freie Ressourcen für Tätigkeiten haben, die für das Team unverzichtbar sind. Klar ist: Die Frage, wo und wie KI am sinnvollsten eingesetzt werden kann, wird ein wichtiger Teil unserer Arbeit sein.

Vielfalt ist ein Kinderspiel



David Amoateng wollte seiner Nichte keine weiße Puppe schenken. Aber Alternativen fand er in Deutschland keine. Die Marktlücke schließt der Hamburger Gründer jetzt selbst – und bringt mit Unterstützung der Hamburg Kreativ Gesellschaft mehr Vielfalt ins Kinderzimmer.

LINKS Puppen mit Identifikationspotenzial: David hält seine Idee in den Armen.

TEXT Svea Abraham

Auf dem Rücksitz des alten Renaults sitzen Henry, Mira und Kwame. Vorne schiebt David Amoateng ein Tape in den Kassettenrekorder seines Kleinwagens und schlägt zum Beat einen großen Bogen. Wie aus einem Einkaufsbummel eine Geschäftsidee wurde. Und wie die drei Puppen auf dem Rücksitz alles zusammenbringen: Seinen Gründergeist, den Familienbezug nach Ghana und den Wunsch, das Aufwachsen von Kindern auf der ganzen Welt zu verbessern.

● ZUR PERSON

Dass David Amoateng einmal selbstständig arbeiten wollte, wusste er schon immer. Er bringt alle Attribute mit, die es dafür braucht: ideenreich, findig, umtriebig. Dem gelernten Sozialökonom kommen immer wieder Geistesblitze für neue Produkte. So wollte er nach seinem Studienjahr in China – und lange vor der Corona-Pandemie – bereits medizinische Masken bearbeiten und den sterilen Stoffen ein neues Design geben. Durch die vielen Auflagen der Medizinbranche verwirft er die Idee wieder und gründet kurz darauf Little Ashé. Hier räumt der Geschäftsmann aus Neumünster sich die Möglichkeit ein, mit ausgewählten Menschen zusammenzuarbeiten und auch mal „Nein“ sagen zu können, wenn er sich mit etwas nicht wohlfühlt. Dabei bleibt er am Boden: Die regelmäßige Strecke zwischen Hamburg und Meldorf bestreitet er mit seiner 20 Jahre alten Emmy, einem Renault. Was ihm an seinem Job am besten gefällt: sein eigener Chef zu sein und sich so abwechslungsreichen Aufgaben widmen zu können.

Also ganz von Anfang an: Als gelernter Sozialökonom und ohne Kinder hatte David Amoateng eigentlich wenig mit dem deutschen Spielzeugmarkt zu tun. Das ändert sich mit der Geburt seiner ersten Nichte. „Ich wollte ihr einfach eine Puppe schenken“, sagt er auf dem Weg aus dem Hamburger Innenstadtverkehr. Eine, mit der sie sich identifizieren kann, die aus Biostoffen besteht und fair hergestellt ist. Eine, die sie nicht nur ein paar Jahre, sondern am besten ihr ganzes Leben lang begleiten soll. Doch schon nach kurzer Recherche stellt David fest: Das ist schwieriger als erwartet. Denn Puppen in Deutschland sind fast alle weiß. Und in die wenigen Puppen mit anderer Hautfarbe sind jede Menge Stereotype vernäht. Fündig wurde David Amoateng erst in Amsterdam – und mit dem Kauf trat an die Stelle leiser Empörung das Gefühl, dass in dem Ärgernis doch eine Chance steckt. „Das war der Startpunkt für Little Ashé.“

„Innerhalb der Programme konnten wir unsere Website überarbeiten, Foto-shootings organisieren und an spannenden Workshops teilnehmen.“

Puppen, die den Ozean überqueren

Wenn eine Charge fertig ist, wird sie verpackt und erreicht nach einer Ozeanüberquerung die norddeutsche Kleinstadt Meldorf. Alle paar Wochen schaut David Amoateng dort vorbei, so wie heute. Die Puppen lagern in einem großen Regal in einer geräumigen Halle, sortiert nach Produktnamen. Wir entleeren einen der Plastiksäcke auf dem Tisch. Henry, Mira und ihre Zeitgenoss*innen blicken uns etwas verschmitzt von der Seite an – eine bewusste Designentscheidung, wie David Amoateng erklärt. „Ich habe mich mit vielen Familien unterhalten, die Puppen eher gruselig fanden. Ihre Augen starren immer geradeaus, mitten in die Seele. Das wollten wir anders machen.“ Außerdem werden im Herstellungsprozess auch Hände und Füße der Puppen abgesteckt, so können Kinder spielerisch lernen, Finger und Zehen zu zählen.

Auf unserer Fahrt Richtung Nordsee bricht die Januarsonne durch die Wolkendecke. „Als Erstes habe ich einen Puppenworkshop bei einer Designerin gemacht, um ein Gefühl für die Komplexität zu bekommen“, sagt David Amoateng. Mehr als hundert Arbeitsschritte stecken in der Herstellung einer Puppe. „Gemeinsam mit unserer Produktdesignerin Sue Göldner, die seit Tag eins mit dabei ist, habe ich dann unsere Designs und Schnittmuster ausgearbeitet.“ Mit dem ersten Exemplar machte er sich auf die Suche nach einem Herstellungspartner – unter anderem in Ghana, dem Geburtsland seines Vaters. Die Näherei, die er sich wünschte, sollte Manufakturcharakter haben, Qualität und Handarbeit in den Puppen schlussendlich erkennbar sein. Zudem müssen Kinderprodukte, die auf dem europäischen Markt verkauft werden, hohe Standards und Richtlinien erfüllen. Da er keinen geeigneten Betrieb fand, gründete er mit seinem Studienfreund und heutigen Geschäftspartner Gideon Frimpong Baah, den er in China kennengelernt hatte, kurzerhand in Ghana selbst zwei Schneiderei-Standorte. Gut zwanzig Mitarbeiterinnen sind heute an der Umsetzung von Little-Ashé-Produkten beteiligt, unter fairen Arbeitsbedingungen und Gehältern, wie David Amoateng sagt.

Heute sitzen seine Puppen nicht nur auf dem Autorücksitz, sondern zum Beispiel auch bei La Tribune Noire, einem Shop in Hamburgs Kreativplaneten Jupiter. Am wichtigsten ist für Amoateng aber der Direktvertrieb. Die meisten Kund*innen kaufen über den Onlineshop. „Um unseren Onlineauftritt zu stärken, haben wir 2022 an der Creative Business Academy und der Storytelling-Förderung teilgenommen“, sagt David Amoateng. Die Kommunikationsexpertinnen Djenna Wehenpool und Eva Dietrich erarbeiteten mit dem Team eine Markenstory, die einfach und klar die Idee hinter Little Ashé vermittelt. „Innerhalb der Programme konnten wir unsere Website überarbeiten, Fotoshootings organisieren, an spannenden Workshops teilnehmen und haben zusätzlich eine hilfreiche Guideline an die Hand bekommen. Die Teilnahme an allen Programmen war angenehm barrierefrei. Als kreative Person möchte ich mich nicht mit Bürokratie herumschlagen, sondern nützliche Werkzeuge an die Hand bekommen. Werkzeuge, die ich dann später auch allein nutzen kann.“



OBEN Mit den Puppen lernen Kinder, Finger und Zehen zu zählen.

UNTEN Der verschmitzte Seitenblick ist Teil von David Amoatengs Konzept.



Der Begriff „Ashé“ stammt aus der Sprache Yoruba, die 30 Millionen Menschen in Westafrika sprechen. Der Ausdruck bedeutet, Dinge möglich zu machen und so für eine Veränderung zu sorgen.

So gehts weiter: Little Ashé weltweit

Die Puppengeschwister von Henry, Mira und Kwame werden in Meldorf von Mitarbeitenden der Stiftung Mensch im Eescher Weg geprüft, einzeln verpackt und für den Weiterversand vorbereitet. Anders als am Anfang, wie sich David Amoateng erinnert: Die ersten Pakete verschnürte er noch im eigenen Wohnzimmer. Bei den nächsten Schritten unterstützt ihn nun ein breites Netzwerk: die vielen Verbindungen aus der Creative Business Academy. „Bis heute profitieren wir von einem riesigen Netzwerk, durch das nicht nur tolle Verbindungen, sondern auch Freundschaften entstanden sind.“

Der Begriff „Ashé“ stammt aus der Sprache Yoruba, die 30 Millionen Menschen in Westafrika sprechen. Der Ausdruck bedeutet, Dinge möglich zu machen und so für eine Veränderung zu sorgen. Ein Name, der sinnbildlich für den Weg des Unternehmens steht – denn das soll sich immer weiterentwickeln. Neben dem Ausbau des Teams in Deutschland sollen auch die Betriebe in Ghana weiterwachsen. In Zukunft plant das Team, auch eine Schneiderschule aufzubauen, die es Frauen ermöglicht, eigenverantwortlicher leben und arbeiten zu können.

Das große Ziel: „Mit Little Ashé das Steiff für Puppen werden.“ Den Puppenmarkt revolutionieren. Und das nicht nur in Europa, sondern auch auf anderen Kontinenten. Damit noch viele weitere Kinder, ganz gleich welcher Hautfarbe, in ihrem Spielzeug echte Wegbegleiter finden. ●

● ZU DEN PROGRAMMEN

Die Creative Business Academy unterstützte Kreativschaffende bis 2023 in der Weiterentwicklung ihres Produkts. Das vollständig geförderte Programm bot den Teilnehmenden die Möglichkeit, Projektideen von ausgewählten Expert*innen in 30 Support-Stunden umsetzen zu lassen. Ein vielfältiges Workshopprogramm ergänzte das Angebot – genauso wie das rege Netzwerk, das die Kreativen der Academy selbst spannen. Bei der Storytelling Förderung entwickelten Teams gemeinsam mit professionellen Storyteller*innen aufmerksamkeitswirksame Geschichten für ihre Impact-Projekte. Das Ziel: mehr Sichtbarkeit.



OBEN Die Puppen werden in Ghana – unter fairen Bedingungen – produziert und nach Meldorf versandt.

RECHTS Erst aus dem heimischen Wohnzimmer, heute aus der eigenen Produktionsstätte: Versand der Little-Ashé-Puppen



Content trifft auf Technologie: Willkommen im SPACE

Dezente Pastelltöne, ein kreatives Arbeitsumfeld und inspirierende Projekte am Nebentisch: Mit dem SPACE hat nextMedia.Hamburg einen neuen Innovationsraum an der Schnittstelle von Content und Technologie geschaffen. Gestaltet vom Hamburger Studio Besau-Marguerre und mit starken Partnerunternehmen wie Google, Jung von Matt und Meta im Rücken lädt der SPACE ein, Wissen zu teilen, bei Events und Workshops zusammenzukommen und mit Blick auf die Speicherstadt gemeinsam über die digitale Zukunft nachzudenken. Neben den Büros, Workshop- und Meetingräumen für Partnerunternehmen und geförderte Start-ups gibt es auch 13 Arbeitsplätze, die Kreative aus der Medien- und Digitalbranche tageweise kostenlos buchen können.

RECHTS Feierliche SPACE-Eröffnung mit dem Senator für Kultur und Medien und Vertreter*innen der Partnerunternehmen. V.l.n.r.: Inga Leister (Bauer Media Group), Andreas Kiesel (Jung von Matt), Markus Dömer (Carlsen Verlag), Dr. Nina Kläß (Leiterin nextMedia.Hamburg und SPACE), Egbert Rühl (Geschäftsführer Hamburg Kreativ Gesellschaft), Dr. Carsten Brosda (Senator für Kultur und Medien), Kay Oberbeck (Google) und Goetz Trillhaas (Snap)





Design Thirstday: Neues Netzwerkformat für Hamburgs Designszene

Design, Dialog, Drinks: Mit dem Design Thirstday lädt das Design Zentrum Hamburg zum zwanglosen Netzwerken ein. Inputs von Branchenkolleg*innen sorgen für Gesprächsaufhänger: So sprach Dr. Julia Meer, Kuratorin und Sammlungsleiterin im Museum für Kunst und Gewerbe, über female Grafikdesign. Lukas Cottrell, Managing Partner bei der Peter Schmidt Group, explorierte die Wirkung guten Designs. Das Format hat sich zum Treffpunkt für Designer*innen verschiedenster Disziplinen entwickelt – und wird 2024 fortgeführt.



New Work mit Pater- noster

Hinter der gelben Rasterfassade des Bezirksamts Hamburg-Nord arbeitet Susanne Rengel mit dem Cross Innovation Hub an einem Kulturwandel. Wie kann Co-Creation die Zusammenarbeit in der Behörde verbessern? Zum Beispiel mit einem Care-Paket – und einer „Kultur der guten Besprechung“.



OBEN Es geht aufwärts im Bezirksamt – aber nicht mehr lange im Paternoster. Der steht ab mittags still.

● ZUR PERSON

Susanne Rengel hat in Hamburg, Indonesien und Italien BWL studiert und landete nach eigener Aussage zunächst eher zufällig im Personalwesen. Erste Station war eine Reederei, es folgten mehrere Energiekonzerne und vor dem Schritt in die Verwaltung ein Off-Site als Zuseherin auf einer Schweizer Käsealp. Sie ist nebenberuflich Gründungsmitglied des Bundesverbands New Work und als Facilitatorin und Dozentin tätig.

TEXT Nicoline Haas

Vor dem Paternoster im Bezirksamt Hamburg-Nord hängen Absperrkordeln. Der Herr am Empfang: „Ab Mittag wird der immer abgestellt, um Energie zu sparen.“ Also zu Fuß weiter, vom Treppenhaus zweigen stille Flure ab, hinter geschlossenen Türen: Zweierbüros. An Räume für Begegnungen oder den spontanen Austausch hatte Architekt Paul Seitz 1954 noch nicht gedacht. Voraussichtlich 2027 wird das Bezirksamt in einen Neubau ziehen – sichtbares Zeichen eines Wandels von innen, der langsam Gestalt annimmt. Denn schon kleine Schritte und neue Praktiken können viel bewirken, weiß Susanne Rengel. Sie ist „Transformationsbegleiterin“ im Bezirksamt – und ihre Bürotür steht meistens offen.

Ein Fixstern für bessere Zusammenarbeit

Die „Kultur der offenen Tür“ ist auch eine von vielen Ideen aus dem Entwicklungsprojekt, das Susanne Rengel mit dem verwaltungssoziologischen Lehrstuhl der Universität Potsdam und dem Cross Innovation

„Wir wollen unseren Bürger*innen als Verwaltung ein verlässlicher und professioneller Ansprechpartner sein, für ein gutes Miteinander und Leben im Bezirk. Das gelingt nur, wenn wir auch im Inneren gut zusammenarbeiten.“

Wo hakt es und wo wollen wir hin?

Hub der Hamburg Kreativ Gesellschaft gestaltet und geleitet hat. Sie sagt: „Mit offener Tür ist auch die im Kopf gemeint. Es geht um eine Haltung: sich mehr füreinander zu öffnen, Perspektiven zu wechseln und sich auszutauschen.“ Wenn sie erzählt, hat sie ein Funkeln in den Augen, der Projektname „Nordstern“ passt gut zu ihr. Das erklärte Ziel: Die Zusammenarbeit im Bezirksamt verbessern und auf die digitale Zukunft ausrichten. „Wir wollen unseren Bürger*innen als Verwaltung ein verlässlicher und professioneller Ansprechpartner sein, für ein gutes Miteinander und Leben im Bezirk. Das gelingt nur, wenn wir auch im Inneren gut zusammenarbeiten.“

Eigentlich wechselte Susanne Rengel als Expertin für digitale Transformation ans Bezirksamt, zuvor co-leitete sie unter anderem das „digitale Innovationslabor“ bei einem Hamburger Öl- und Gasversorger. Sie sieht ihre Rolle als Transformationsbegleiterin in der ganzheitlichen Betrachtung der Organisation und öffnet dafür kollektive Austausch- und Beteiligungsräume. Um die Herausforderung zu verstehen, muss man wissen, dass das Bezirksamt ein riesiger Gemischtwarenladen ist: rund 1.100 Menschen, 65 Berufsbilder, 40 Standorte. Zum Kollegium zählen die Sozialarbeiterin wie die Standesbeamtin und der Gärtner im Stadtpark. „Diese Themenvielfalt und Sinngebung hat mich gereizt“, sagt Susanne Rengel.

Von außen betrachtet sieht es ja immer ganz einfach aus: Tschüs, Aktenordner und Warteschlange, künftig sollen Bürger*innen den neuen Pass vom Wohnzimmer aus beantragen, Hunderte Services online nutzen können. Corona hat einen zusätzlichen Digitalisierungsschub ausgelöst – auch in der Verwaltung sind virtuelle Meetings und ortsunabhängige Zusammenarbeit jetzt Alltag. Dabei zeigt sich aber, dass gewisse Denkweisen und Strukturen noch nicht auf diese sich verändernde Arbeitswelt eingestellt sind. Ein klassisches Beispiel sind „Wissensilos“ in und zwischen einzelnen Abteilungen: „Wer macht eigentlich genau was im Haus? Es ist wichtig, den Überblick zu behalten – und hierfür die interne Kommunikation anzukurbeln, vor allem wenn nicht alle ständig vor Ort sind“, sagt Susanne Rengel.

Am Transformationsprozess beteiligten sich im Sinne der Co-Creation Mitarbeitende und Führungskräfte in mehreren Phasen; parallel hat sich eine Kulturwandel-AG aus den beteiligten Akteur*innen nachhaltig etabliert und bindet so weitere Mitarbeiter*innen in der Umsetzung ein. Am Anfang stand eine Organisationsanalyse unter fachlicher Begleitung der Universität Potsdam, die in der Sondierung von wesentlichen Herausforderungen mündete. Diese wurden vom Cross Innovation Hub aufgegriffen und in einem mehrstufigen, eigens für das Bezirksamt entwickelten, Prozess in eine Vision für ideale Zusammenarbeit und visionsgeleitete praktische Lösungen überführt.



OBEN Schnell weg: Vom Treppenhaus führen lange Flure durch das Amt – mit wenigen Möglichkeiten, sich zu begegnen.

UNTEN Ein Raum für Austausch: Den Co-Creation-Prozess begleitet eine Kulturwandel-AG.



● ZUM PROGRAMM

Mit dem Pop-up Office hat der Cross Innovation Hub ein experimentelles Weiterbildungsformat in seiner Angebotspalette, das sich dem Thema „Innovationskultur“ widmet. Für mehrere Tage bringt der Hub verschiedene Unternehmensvertreter*innen mit ausgewählten Kreativen zusammen. Angeregt von New-Work-Expert*innen und angeleitet von Facilitator*innen durchlaufen die gemischten Teams sogenannte „Culture Sprints“ – von der Problemdefinition bis zur Entwicklung von Lösungsansätzen. Ziel ist es, die neuen Praktiken und Impulse des Formats anschließend im eigenen beruflichen Alltag anzuwenden.



OBEN Im ehemaligen Speisesaal des Bezirksamts treffen sich Kolleg*innen bald zur offenen Mittagspause.

UNTEN Ideen sofort greifbar machen: Prototypen aus dem Pop-up Office.

„Es geht darum, Einblicke in das Tun der anderen zu bekommen, sich besser zu vernetzen und die vielfältigen Kompetenzen im Haus besser zu nutzen.“

Co-kreativ mit Kopf und Händen

Hinter dem Begriff Cross Innovation verbirgt sich die Idee, das Innovationspotenzial der Kreativwirtschaft für andere Branchen nutzbar zu machen – indem Akteur*innen beider Seiten zusammenarbeiten. So wie in diesem Fall mit dem Weiterbildungsformat „Pop-up Office“, das ein wichtiger Teil des Prozesses war. Darin widmen sich gemischte Teams aus Kreativschaffenden und Organisationsvertreter*innen dem Thema Innovationskultur und New Work. So bildete sich im Mai 2023 in einem Loft in der HafenCity für dreieinhalb Tage eine ungewöhnliche Bürogemeinschaft. Mittendrin: Mitarbeitende des Bezirksamts.

Der Ansatz: Alle denken mit, egal wie und wo man arbeitet – und lernen so von Erfahrungen und Perspektiven der anderen Beteiligten. Nach einem Impulsvortrag zu Themen rund um New Work machten sich interdisziplinäre Kleingruppen an die Arbeit. Die Herausforderungen des Bezirksamts kamen dabei ebenso auf den Tisch wie die von kreativen Freelancer*innen. Die Vorstellungen einer idealen Arbeitskultur und Zusammenarbeit wurde dabei direkt in eine greifbare Form gebracht: Es entstanden unterschiedliche Visionsprototypen, die im weiteren Prozess noch einmal gezielt für das Bezirksamt finalisiert wurden. Ein Mitarbeiter des Bezirksamts beklebte seinen Prototypen zum Beispiel mit Augen und Herzen, für Wünsche wie „Mehr ausprobieren“ oder „Kontakte knüpfen“. „Ein wichtiger Impuls aus dem Pop-up Office war: Jede*r kann kreativ sein! Trau dich, deine Ideen vorzubringen, und steh für sie ein“, resümiert Susanne Rengel. Auf Basis der Visionen entstanden in einem nächsten Schritt konkrete Ideen und Maßnahmen für eine zukünftige Zusammenarbeit.

Alltagstaugliche Ideen

Inzwischen sind viele der Maßnahmen schon getestet, werden iterativ weiterentwickelt oder wieder verworfen. So schnürt die Kulturwandel-AG gerade „Care-Pakete“ für gute Besprechungen: Hilfsmittel wie Motivationskarten sollen Meetings auflockern und konstruktiver machen – ebenso wie effiziente Meetingbausteine wie „Redezeit begrenzen“ oder „Die Moderationsrolle wechseln“. Ein weiteres Beispiel ist das „Flur-Café“: Bei einem Kaffee in den langen Gängen lernen sich Mitarbeitende abteilungsübergreifend besser oder überhaupt kennen. Oder man trifft sich in der Mittagspause online zum Format „Hirnfutter“. Von Kolleg*innen lernen ist hier das Ziel. „Es geht darum, Einblicke in das Tun der anderen zu bekommen, sich besser zu vernetzen und die vielfältigen Kompetenzen im Haus besser zu nutzen“, sagt Susanne Rengel.

Als neuer Treffpunkt wurde der seit Corona verwaiste Speisesaal als „Kreativkantine“ wiederbelebt: Nachdem hier bis vor Kurzem die Projektergebnisse ausgestellt wurden, wird nun mit dem Prototyp einer offenen Mittagspause experimentiert: Jeder bringt sich sein Essen selbst mit und alle kommen niedrigschwellig zusammen. Zumindest bis zum Umzug in das neue Gebäude. Dann muss sich das Team auch endgültig vom Paternoster verabschieden. ●

Games in Hamburg: Wer spielt langfristig mit?

Hamburg ist ein Hotspot für die Spieleindustrie. Um als Studio relevant zu bleiben, muss man sich von Zeit zu Zeit neu erfinden, sagt Michelle Zou, Chief Executive Officer bei Bigpoint. Das Gamestudio ist ein wichtiger Partner für Gamecity Hamburg – unter anderem als Berater für die Hamburg Games Conference.

Frau Zou, Sie sind 2017 zu Bigpoint gekommen, kurz nachdem das chinesische Softwareunternehmen Youzu Interactive das Geschäft übernommen hat. Wie haben Sie die Entwicklung der Branche seither erlebt?

Das Wachstum der gesamten Branche hat alle vor große Herausforderungen gestellt. Die Konkurrenz ist enorm und nur ein kleiner Prozentsatz der neuen Spiele kann sich auf dem Markt durchsetzen. Die Spielebranche steht oft an der Spitze der technologischen Entwicklung – das bringt einen gewissen Druck mit sich, Trends zu folgen. Es kann dabei schwierig sein abzuschätzen, welche dieser Trends wirklich zum Industriestandard werden.

Wie geht Bigpoint mit diesem Druck um?

Wir haben uns in den vergangenen Jahren neu gefunden: Wir haben unsere Prozesse gestrafft, sind in ein neues, modernes Büro gezogen und haben eine Politik der Remote-

Arbeit eingeführt, um unseren Mitarbeiter*innen so viel Freiheit wie möglich zu bieten. Während wir unsere bestehenden Spiele weiterhin unterstützen und aktiv weiterentwickeln, haben wir die Notwendigkeit erkannt, unseren Horizont zu erweitern, weshalb alle unsere Kernspiele auf neuen Plattformen erscheinen werden.

Die Gamesbranche reagiert extrem schnell auf Veränderungen. Wie schafft sie das?

Indem sie neue Technologien sehr schnell aufgreift – die Gamesbranche ist auf Innovation und Kreativität aufgebaut. Als Bigpoint gegründet wurde, waren wir einer der Ersten, die an Browser-Spiele und das Free-to-Play-Modell glaubten, und die Branche folgte diesem Beispiel, indem sie das Free-to-Play-Modell als Industriestandard annahm. Erfolgreiche Spieleentwickler*innen stehen außerdem in engem Kontakt mit ihren Spieler*innen, was rasche Anpassungen auf der Grundlage von Feedback und Trends ermöglicht.

Trotzdem war 2023 ein schwieriges Jahr für die Spieleindustrie. Sie haben auf Ihrer LinkedIn-Seite eine traurige Statistik veröffentlicht, in der Sie Spielestudios auflisten, die Mitarbeiter*innen entlassen mussten. Wie verändert das die Branche?

Perspektivisch werden wir wahrscheinlich erleben, dass die Branche weniger Risiken eingeht und sich an bewährte Konzepte hält. Langfristig gesehen ist die wichtigere Frage aber die der globalen Wirtschaft im Allgemeinen: Wir haben die Talente, die Ideen, die Leidenschaft – also wird es immer Spiele geben. Jetzt brauchen wir die Wirtschaft, um wieder in Spiele zu investieren, um große AAA-Projekte, also die mit dem größten Entwicklungsbudget, zu schaffen und um mehr Risiken eingehen zu können. Wir beobachten die Situation in der Branche und es tut uns sehr leid zu sehen, wie viele talentierte Menschen im letzten Jahr ihren Job verloren haben. Wir können jedoch sagen, dass Bigpoint in einer ziemlich guten Verfassung ist, weshalb wir auf der Suche nach neuen Talenten sind.

Wie bleibt Hamburg ein attraktiver Standort für die Branche? Welche Rolle können Ihrer Meinung nach Netzwerke und Initiativen wie Gamecity Hamburg spielen?

Hamburg war schon immer eine sehr multikulturelle, offene und aufregende Stadt, was dabei hilft, Talente anzuziehen. Ein großes Plus ist natürlich auch, dass hier bereits viele Gamestudios und -dienstleistungen angesiedelt sind, sodass die Stadt von Anfang an die perfekte Infrastruktur bietet. Gamecity Hamburg hat sich außerdem sehr für unsere Branche eingesetzt und dazu beigetragen, sie zu einem festen Bestandteil der Hamburger Branchenlandschaft zu machen. Die Vernetzung und Angebote sind unbezahlbar. Initiativen wie Gamecity fördern gemeinsames Wachstum, ermöglichen eine gemeinsame Stimme gegenüber der (lokalen) Politik und dienen als Tore für die Zusammenarbeit mit Unternehmen außerhalb der Branche.

Wir haben über die letzten 20 Jahre gesprochen, lassen Sie uns einen Blick in die Zukunft werfen: Wie wird sich die Branche in den nächsten 20 Jahren entwickeln?

Wir werden sicherlich eine Weiterentwicklung von aktuellen Trends sehen, wie zum Beispiel KI, Virtual und Augmented Reality. Da immer mehr Headsets von verschiedenen Herstellern erhältlich sind und die Anwenderbasis wächst, werden wir sicher mehr Spiele sehen, die speziell auf diese Geräte zugeschnitten sind. Ein weiterer wichtiger Punkt: Die Grenzen der Unterhaltung werden weiter ver-



● ZUR PERSON

Michelle Zou ist seit 2021 Chief Executive Officer des Hamburger Gamestudios Bigpoint, das 2016 von dem chinesischen Spiele-giganten Youzu Interactive übernommen wurde. Sie ist vor allem im operativen Geschäft tätig, hat mehrere Spiele-Hits auf den Markt gebracht – und versteht sich als Kommunikationsbrücke zwischen den Kulturen. Fun Fact: Gamecity Hamburg und Bigpoint feierten fast zeitgleich ihren 20. Geburtstag – und damit zwei Jahrzehnte Verbundenheit im Hamburger Gamesnetzwerk.

wischen. Meiner Ansicht nach stellen Spiele eine Verschmelzung verschiedener Kunstformen dar und verfügen über eine starke verbindende Kraft, die über Musik, Drehbücher oder visuelle Erfahrungen hinausgeht. In den vergangenen Jahren haben wir erlebt, wie herausragende filmische und literarische Werke in fesselnde Spiele umgewandelt und wie, andersherum, Spiele zu Filmen adaptiert wurden. Wer weiß, vielleicht schlüpfen wir sogar selbst in die Rolle von Protagonist*innen und beteiligen uns aktiv an der Schaffung von Spielerlebnissen.

Welchen Wunsch haben Sie für die nächsten 20 Jahre?

Ich wünsche mir eine inklusivere und vielfältigere Gaming-Welt. Ich wünsche mir, dass künftige Spiele weltweite Vielfalt besser widerspiegeln, nicht nur in den Geschichten der Spiele, sondern auch in der Zusammensetzung der Entwickler*innen-Teams. Dazu gehört auch die gleichberechtigte Beteiligung von Menschen verschiedener Länder, Geschlechter, sozialer Herkunft und unterschiedlichen Alters an der Spieleentwicklung. Ein solcher Wandel wird Spiele zu einem mächtigen globalen Instrument zur Förderung des kulturellen Austauschs und Verständnisses machen. ●

Für Klein und Groß, von früh bis spät: die Jupiter Days

Er thront am Anfang der Mönckebergstraße und lädt ein, Kunst und Kultur, Mode und Musik, Drinks und Design zu entdecken: der Kreativplanet Jupiter. In dem ehemaligen Kaufhaus ermöglicht das Programm Frei_Fläche es seit März wieder diversen Kreativen, ihre Ideen mitten in der Innenstadt zu realisieren – und das auch außerhalb der gelernten Öffnungszeiten. Ein besonderes Highlight: die Jupiter Days im September und Dezember, bei denen Konzerte, Ausstellungen und alternatives Shopping den ganzen Tag über Interessierte einladen, den Jupiter zu entdecken.



Über uns

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Hamburgs Wirtschaftsförderung für Kreative: Die Vision der Hamburg Kreativ Gesellschaft ist es, die Hansestadt zum attraktivsten Kreativstandort Deutschlands zu machen. Damit die Branche stark und Hamburg zukunftsfähig bleibt, fördert sie Kreativschaffende vom Start-up über Selbstständige bis zum etablierten Kreativunternehmen mit Immobilienangeboten, Innovationsprogrammen, Weiterbildungsformaten, Vernetzungsevents und finanzieller Unterstützung.

Facts & Figures

Etat

12,2 Mio. EUR*

* Prognose November 2023

Ausgaben

6.222 TEUR Aktivitäten

2.754 TEUR Personal

2.781 TEUR Immobilien

461 TEUR Administration

Einnahmen

7.646 TEUR Mittel der FHH

2.107 TEUR Eigeneinnahmen

2.648 TEUR Europäische Mittel

Kollegium**

57 Mitarbeitende

** Stichtag 31. Dezember 2023

3,1 Mio. EUR Fördergelder hat die Kreativ Gesellschaft im Jahr 2023 direkt und indirekt an Kreativschaffende vergeben.

Mehr als **11.000 Menschen** hat die Kreativ Gesellschaft in Seminaren, Workshops, Vernetzungsveranstaltungen oder Konferenzen direkt erreicht.

Mehr als **530 Medienberichte** wurden über die Arbeit der Kreativ Gesellschaft veröffentlicht.

Mitgliedschaften

EFCE – European Federation for the Creative Economy
Europäische Interessenvertretung der Kreativwirtschaft und ihrer Förderer, ehemals European Creative Business Network (ECBN).

EIT Culture & Creativity – Initiative des Europäischen Instituts für Innovation und Technologie (EIT)
Wissens- und Innovationsgemeinschaft zur Stärkung und Umgestaltung der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaft.

ICE – Innovation by Creative Economy
Gemeinnütziger Verein für Forschung und Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschlands.

PCI – Promoting Creative Industries
Netzwerk öffentlicher Fördereinrichtungen für die Kreativwirtschaft in Deutschland.

Games Germany
Kooperation von sechs Förder- und sieben Netzwerkinstitutionen der Gamesbranche aus verschiedenen Teilen Deutschlands.

Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH

Alleinige Gesellschafterin:
Freie und Hansestadt Hamburg

Zuständige Fachbehörde:
Behörde für Kultur und Medien

Aufsichtsrat: Matthias Berg (Geschäftsführender Vorstand bei Hamburg School of Ideas e. V.), Claudia Fischer-Appelt (Geschäftsführerin bei karlanders GmbH), Tobias Govert (Abteilungsleiter Stadtentwicklung bei der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen Hamburg), Dr. Pit Hosak (Abteilungsleiter Kunst, Kreativwirtschaft, Erinnerungskultur und Kulturprojekte bei der Behörde für Kultur und Medien Hamburg), Steffi Keller (Abteilungsleiterin Bestandsmanagement bei der Finanzbehörde Hamburg), Jana Schiedek (Staatsrätin bei der Behörde für Kultur und Medien Hamburg), Jens Unrau (Amtsleiter bei der Behörde für Kultur und Medien Hamburg)

Teams

Beratung & Weiterbildung



Die sieben Kolleg*innen im Team Beratung & Weiterbildung begleiten Kreative aller Branchen bei ihrer professionellen Entwicklung. Dazu gehören gezielte Coachings, individuelle Beratungen, Events zu Trendthemen und digitale Formate.

Ansprechpartnerin:
Isabel Jansen, Isabel.Jansen@kreativgesellschaft.org

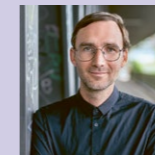
Immobilien & Stadtentwicklung



Das neunköpfige Team ist für alle Fragen rund um die kreativwirtschaftliche Nutzung von Räumen zuständig. Es erschließt neue Flächen, ist Ansprechpartner für Raumsuchende und kooperiert mit Partner*innen aus dem öffentlichen und privaten Immobiliensektor.

Ansprechpartnerin:
Dr. Katja Wolframm, Katja.Wolframm@kreativgesellschaft.org

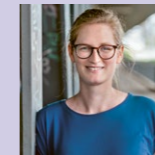
Kommunikation



Zwölf Teammitglieder machen das Angebot der Kreativ Gesellschaft digital und analog erlebbar – und verschaffen der Kreativwirtschaft mit maßgeschneiderten Kampagnen Sichtbarkeit.

Ansprechpartner:
Jean Rehders, Jean.Rehders@kreativgesellschaft.org

Organisation & Verwaltung



Sechs Kolleg*innen sorgen für einen reibungslosen Ablauf hinter den Kulissen. Sie verantworten die Bereiche Rechnungs- und Finanzwesen, Personal, Organisation, Administration und IT-Management.

Ansprechpartnerin:
Svenja Siemsen, Svenja.Siemsen@kreativgesellschaft.org

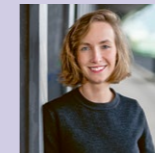
Cross Innovation Hub



Der Cross Innovation Hub setzt neue Impulse im Innovationsmanagement. Das elfköpfige Team bringt Wirtschaft und Kreativwirtschaft zusammen, um in Innovationsprozessen neue Produkte, Services oder Geschäftsmodelle entstehen zu lassen.

Ansprechpartnerinnen:
Louisa Steinwärdner, Louisa.Steinwaerder@kreativgesellschaft.org
Raffaella Seitz, Raffaella.Seitz@kreativgesellschaft.org

nextMedia Hamburg



nextMedia.Hamburg ist Anlaufstelle und Innovationsförderung für die Medien- und Digitalwirtschaft. Mit neuartigen Angeboten unterstützen die acht Kolleg*innen zukunftsfähige Geschäftsmodelle an der Schnittstelle von Content und Technologie.

Ansprechpartnerin:
Dr. Nina Klaß, Nina.Klass@nextmedia-hamburg.de

Design Zentrum Hamburg



Das vierköpfige Team des Design Zentrum Hamburg unterstützt über 14.000 Hamburger Designer*innen mit diversen Angeboten wie Nachwuchsförderungen, Ausstellungsmöglichkeiten, Vernetzungstreffen und Beratung.

Ansprechpartnerin:
Laura Rohloff, Laura.Rohloff@design-zentrum-hamburg.de

Gamecity Hamburg



Die sechs Kolleg*innen hinter Gamecity Hamburg sind Ansprechpartner*innen für die Hamburger Gamesbranche und setzen passgenaue Angebote für sie um. Dazu gehören Förderprogramme, Networking-Veranstaltungen und Nachwuchsprogramme.

Ansprechpartner:
Dennis Schoubye, Dennis.Schoubye@gamecity-hamburg.de

Zum Stichtag 31. Dezember 2023. Gezählt wurden Personen, die in den Abteilungen arbeiteten bzw. Aufgaben übernahmen. Es handelt sich nicht um Vollzeitäquivalente. Doppelzählungen sind möglich, wenn Personen in verschiedenen Abteilungen arbeiten.

Immobilien & Stadtentwicklung

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft vermittelt Flächen für temporäre Zwischennutzungen oder langfristige Zwecke und begleitet Hamburger Stadtentwicklungsprozesse als Expertin für urbane Räume.

Frei_Fläche



Seit Juli 2021 verwandelt die Kreativ Gesellschaft Leerstände von Altona bis Bergedorf in temporäre Ateliers, Läden, Ausstellungsorte und vieles mehr. Davon profitieren Kreative, Immobilieneigentümer*innen – und die Stadt. Die größte Zwischennutzung, der Kreativplanet Jupiter, hat sich zu einem angesagten Hot-spot mitten in der City entwickelt. Das Konzept geht auf: Der Erfolg von Frei_Fläche kann 2024 fortgeführt werden.

Raumvermietungen langfristig & temporär

Ob Ateliers, Büroräume, Theaterproberäume, Werkstätten, Verkaufs- oder Lagerräume – die Kreativ Gesellschaft vermittelt und vermietet Arbeitsräume an Kreative zur temporären wie langfristigen Nutzung.

Stadtentwicklung & Arealentwicklung

Um Gewerbeflächen für die Kreativwirtschaft langfristig zu sichern und anbieten zu können, ist die Kreativ Gesellschaft in Stadt- und Quartiersentwicklungen involviert. In urbanen Räumen wie dem Oberhafen, dem Hochwasserbassin oder der Speicherstadt hat sie Flächen langfristig erschlossen und vermietet. Beim Brief- und Paketverteilzentrum am Diebsteich steht die Arealentwicklung an. In einem ersten Schritt hat die Kreativ Gesellschaft die Nutzungsgenehmigung für eines der Gebäude beantragt.

Förderung & Finanzierung

Die Förderprogramme der Hamburg Kreativ Gesellschaft geben vielversprechenden Projekten aus der Kreativwirtschaft finanziellen Anschub.

Prototypenförderung

Die Hamburger Prototypenförderung unterstützt Entwickler*innen und Spielstudios bei der Erstellung von Prototypen für digitale Spiele. 2023 wurden Fördergelder in Höhe von 330.000 Euro an fünf vielversprechende Projekte ausbezahlt. Seit 2020 hat Gamecity Hamburg so 26 Projekte mit 1.450.000 Euro unterstützt.

Silberstreifen Award

Ökologische, soziale und gesellschaftliche Krisen: Der Silberstreifen Award zeichnet Designer*innen und Teams aus, die sich den großen Fragen unserer Zeit stellen – 2023 unter dem Motto „Zero Waste“. Einzelpersonen erhielten 2.000 Euro, Teams wurden mit 3.000 Euro unterstützt.

Hamburger Labelförderung

Hamburg ist Musikstadt. Damit das so bleibt, unterstützt die Labelförderung in Zusammenarbeit mit der Behörde für Kultur und Medien jedes Jahr die Arbeit kleiner Musiklabels. Sie begleitet den Aufbau der Künstler*innen und fördert Produktionsprozesse und Marketing mit 3.000 bis 10.000 Euro.

Neu Workspace Förderung

Die Workspace Förderung bietet kostenlose Arbeitsplätze für Start-ups und Gründer*innen im neuen Innovationsraum SPACE. Die Geförderten können für sechs Monate Arbeits-, Workshop- und Meetingräume nutzen, eigene Events veranstalten und in unmittelbarer Nähe zu anderen Start-ups und im Austausch mit Partnerunternehmen wie dem Carlsen Verlag, Rocket Beans, Ströer, Google, Meta, Snap oder Jung von Matt arbeiten.

Storytelling Förderung



Die Storytelling Förderung vernetzt Hamburgs Storytelling-Szene mit Impact-Projekten und lässt sie gemeinsam an einer aufmerksamkeitsstarken Content-Strategie arbeiten. 2023 haben acht Storyteller*innen und Agenturen konkrete Kommunikationsprojekte für sechs Unternehmen umgesetzt.

Finanzierungsfinder

Der Finanzierungsfinder ist das Onlinetool für die einfache Suche nach aktuellen Fördermöglichkeiten für die lokale Kreativwirtschaft. Hier finden Suchende Förderungen von Stadt und Staat, privaten und öffentlichen Stiftungen und Vereinen sowie Kredite, Darlehen und Beteiligungen.

Neu Messenförderung

Für junge Labels und Freiberufliche ist eine Messebeteiligung oft mit sehr hohen Kosten verbunden. Aus diesem Grund hat das Design Zentrum im Januar und Juli 2023 einen Gemeinschaftsstand auf die Konsumgütermesse Nordstil gebracht – und so zehn lokale Studios und Labels kostenfrei mit in die Hamburger Messehallen genommen.

Innovation & Inkubatoren

In den Innovationsformaten und Inkubatoren der Kreativ Gesellschaft stehen neue Ideen im Mittelpunkt: Die Programme führen durch Innovationsprozesse, geben Impulse und blicken in die Zukunft.

DIE INKUBATOREN

Media Lift

Media Lift ist der Inkubator für Geschäftsideen an der Schnittstelle von Content und Technologie. Mit einem starken KI-Fokus absolvierte 2023 der fünfte Batch das Programm, bei dem die Teams bis zu 15.000 Euro Förderung sowie Netzwerk- und Mentoringangebote erhielten. Individuell abgestimmte Workshops und professionelle Trainings komplettieren das Angebot.

Games Lift

Games Lift ist das Inkubator-Angebot für Spieleentwickler*innen, die ihre Konzepte aufs nächste Level bringen möchten. Hierbei helfen neben 15.000 Euro Anschubfinanzierung auch Workshops mit internationalen Expert*innen, Arbeitsplätze im SPACE und der Zugang zu einem Mentoring- und Coaching-Netzwerk.

Music WorX Inkubator

Music WorX ist der Inkubator für Start-ups an der Schnittstelle von Musik und Technologie. Das dreimonatige Programm bietet agile Starthilfe und nachhaltige Vernetzung. Auch 2023 haben vier vielversprechende Teams Music WorX absolviert – und die hochkarätige Jury im Pitch von ihren Ideen überzeugt.

Cross Innovation Lab

Trends und Kund*innenbedürfnisse verändern sich beinahe täglich. Komplexe Lösungen sind gefragt, damit Unternehmen im globalen Wettbewerb konkurrenzfähig bleiben. Im Cross Innovation Lab werden über mehrere Wochen neue Prozesse, Services oder Produktinnovationen in Unternehmen in der Frühphase angeschoben.

Cross Innovation Class



Die Cross Innovation Class erkennt: Studierende brauchen Praxis und Unternehmen brauchen Nachwuchskräfte. Studierende aus verschiedenen Fachbereichen bekommen die Möglichkeit, ein Semester lang innovative Prototypen für Unternehmen zu entwerfen.

Neu Cross Innovation Insights

Welchen Einfluss hat Cross Innovation? Unternehmer*innen und Kreative, die bereits erfolgreich mit dem Cross Innovation Hub zusammengearbeitet haben, zeigen, wie Innovationsprozesse effektiv in Gang gesetzt werden können.

Neu Cross Innovation Starter Workshops

Wirtschaftsunternehmen verschiedener Branchen und Größen diskutieren in rotierenden Tischgesprächen mit Expert*innen aus dem Pool der Kreativen. Im Mittelpunkt stehen ihre Herausforderungen zu Trendthemen und erste Lösungsansätze für ihr Business.

Pop-up Office

Wie können wir heute die Arbeitswelt von morgen gestalten? Das Pop-up Office bietet ein Weiterbildungsformat, das sich dem Thema New Work widmet und Organisationen dabei unterstützt, ihr Arbeitsumfeld neu zu gestalten.

Attack Your Business



Attack Your Business ist das Format für die schnelle Entwicklung neuer Geschäftsmodelle. Es richtet sich an Unternehmen, die innerhalb von drei Tagen ihr Business von Grund auf neu denken wollen.

Neu SPACE

Der SPACE ist ein Innovationsraum für alle kreativen Köpfe und Unternehmen aus den Bereichen Content und Technologie. Im Herzen der Hamburger Speicherstadt bietet er auf 630 Quadratmetern ein umfassendes Angebot für kollaboratives Arbeiten, Events, Workshops, Content Creation, Technologiewissen und informelles Zusammenkommen. Der SPACE wird gefördert von der Behörde für Kultur und Medien Hamburg und dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE).

Neu Scout & Match

Medienunternehmen haben oft kaum Ressourcen für den immer anspruchsvolleren Start-up-Markt. Scout & Match bietet Unternehmen die Möglichkeit, mit Start-ups zusammenzuarbeiten, die bedarfsgerecht ausgesucht und auf Qualität überprüft wurden. So gelingt der Einstieg in die Nutzung von Zukunftstechnologien und neuen Geschäftsfeldern – ohne vorfinanzielle Verpflichtung.

Prototyping Lab

Experimentierfreudige Unternehmen treffen auf talentierte Studierende der Hamburger Hochschulen. Die Teams entwickeln gemeinsam Prototypen, die auf reale technologische Herausforderungen der Unternehmen antworten. Sie werden dabei durch namhafte Branchenexpert*innen unterstützt.

Innovator Circle

Der Innovator Circle ist eine zweitägige Weiterbildung für Innovationstreibende der Contentbranche mit einem Mix aus vertrauensvollem Sparring, Insights von Speaker*innen und exklusivem Austausch. 2023 lag der Fokus auf dem Produktmanagement.

Gamecity Forecast

2023 stand der Gamecity Forecast mit den Themen „AI in Game Production“ und „The Future of Generative AI in Games“ ganz im Zeichen künstlicher Intelligenz und ihren Auswirkungen. Neben inspirierenden Impulsvorträgen überlegten führende Köpfe der Hamburger Gamesbranche, welche Chancen und Veränderungen durch die jüngsten AI-Trends bevorstehen.

Gamecity XP Boost

Die Eventreihe richtet sich an Akteur*innen der Gamesbranche, die ihren Horizont erweitern möchten. In Onlinepanels werden aktuelle Trends und Tipps diskutiert. Die Themen der Gamecity XP Boosts 2023 waren „How to Find the Right Price for Your Indie Game“ und „How to Create a Compelling Game Trailer“.

Beratung & Weiterbildung

Mit den Beratungs- und Weiterbildungsangeboten qualifizieren sich Hamburger Kreativschaffende aller Branchen an 365 Tagen im Jahr weiter.

BRANCHENSPEZIFISCHE PROGRAMME

NextMedia.Beratung

Expertise und Verknüpfung, jede Woche wieder – bei der Beratungssprechstunde von nextMedia.Hamburg erhalten Einzelpersonen und Teams Feedback zu ihren Projekten und Hinweise zu passenden Workshop-, Coaching-, Qualifizierungs- und anderen Förderangeboten. Die Sprechstunde dient auch der Vernetzung mit relevanten Akteur*innen der Hamburger Medien- und Digitalwirtschaft.

Neu NeueMedien.org

Gemeinsam mit dem Wirtschaftsmagazin Neue Narrative ist der kostenlose Baukasten für Medienorganisationen NeueMedien.org entstanden. Der Selbstlernbaukasten enthält Übungen, Tipps und Templates für Gründungs- und Transformationsvorhaben und unterstützt in den Bereichen Basics, Organisationsentwicklung, Produkt, Content und Marketing.

Pitch Level Up



Einmal im Jahr bietet der Pitch Level Up die Chance, den eigenen Pitch mithilfe von direktem Expert*innen-Feedback aus verschiedenen Bereichen der Games-industrie zu perfektionieren.

Schulpraktikum Games

2023 fand das dreiwöchige Schulpraktikum Games gleich zweimal statt. Jeweils 16 Schüler*innen der 9. Klassen waren in den Unternehmen InnoGames, Fishlabs und Tivola sowie an der HAW Hamburg zu Gast und wurden dabei professionell durch Medienpädagog*innen der Initiative Creative Gaming betreut.

Design-Sprechstunde

Die offene Design-Sprechstunde bietet individuelles Feedback, zeigt Möglichkeiten zur Vernetzung auf, gibt Hinweise zu Weiterbildungen und hilft Designer*innen dabei, neue Märkte zu erschließen.

Portfolioberatung

In der kostenfreien Beratung erhalten Studierende, Berufsschüler*innen und Absolvent*innen kreativer Studiengänge professionelles Feedback zum eigenen Portfolio im Direktgespräch mit Expert*innen.

Neu How to ...

How to ... ist das neue Workshopformat für Gestalter*innen, die sich in speziellen designrelevanten Themenfeldern weiterbilden möchten. Im Jahr 2023 mit den zwei Schwerpunkten Portfolio und kreative KI.

Fragestunde

Für Grundlagen zur Selbstständigkeit ist die regelmäßig stattfindende Fragestunde in kleiner Gruppe offen. Die bedarfsorientierten Themen umfassen Profil und Markt, Akquise, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.

Beratung Selbstständigkeit

Das kostenfreie individuelle Beratungsangebot richtet sich an erfahrene Selbstständige in der Kreativwirtschaft, die über Finanzierung, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Vernetzung ins Gespräch kommen wollen.

Cyber Law Clinic

In Kooperation mit der Cyber Law Clinic der Universität Hamburg bietet das gleichnamige Programm eine erste Orientierung zu Fragen des Internetrechts und des gewerblichen Rechtsschutzes.

Crowdfundingberatung

Die gute Vorbereitung eines Crowdfundingprojektes ist die beste Grundlage, um es erfolgreich zu finanzieren. Beim monatlich stattfindenden Crowdfunding Club und in der individuellen Erstberatung lernen Kreative, wie ihre Kampagne ein Erfolg wird.

Coach- und Expert*innenpool

Mit den Coaches der Kreativ Gesellschaft stärken Kreative ihre betriebswirtschaftlichen Kompetenzen. Das Besondere: Alle Coaches verfügen nicht nur über BWL-Know-how, sondern auch über langjährige Erfahrung in der Kreativwirtschaft. Thematische Schwerpunkte können in den Bereichen Strategie, Produktentwicklung, Vertrieb, Marketing und Finanzierung gesetzt werden.

ACADEMYS

Creative Future Academy

In der 2023 endenden Creative Future Academy entwickelten insgesamt 100 Hamburger Kreativschaffende in drei Phasen digitale Strategien im Eins-zu-eins-Mentoring. Begleitet wurde das Programm von Workshops und Onlineangeboten.

Creative Business Academy

Die Creative Business Academy bot 120 Hamburger Selbstständigen, Freiberufler*innen und Angestellten 2023 zum letzten Mal die Chance, konkrete Projektvorhaben umzusetzen. Unterstützung erhielten sie in zwei Durchläufen durch bis zu 30 Support-Stunden, ein großes Netzwerk, diverse Workshops und die Chance auf 5.100 Euro.

DIGITALE ANGEBOTE

Podcast Kreativstarter*innen

Kreativstarter*innen ist der Podcast für den Berufseinstieg in der Hamburger Kultur- und Kreativbranche. Hörende tauchen ein in verschiedene Kulturinstitutionen, Medienhäuser und Unternehmen.

Crowdfunding Talks

In der Videoreihe teilen erfolgreiche Hamburger Crowdfunding-Starter*innen aus der Kreativwirtschaft ihre Erfolgsgeheimnisse.

Neu Online Academy für Selbstständige

Steuern, Künstlersozialkasse, Businessplan: Gerade am Anfang stehen Selbstständige vor vielen Herausforderungen. Antworten bietet die kostenlose Online Academy. Zu 15 Themen klären Mitarbeitende der Hamburg Kreativ Gesellschaft im kompakten Videoformat die wichtigsten Fragen rund um den Einstieg in das eigene Business.

Vernetzung & Kongresse

Kongresse, Panel-Diskussionen und weitere Events bringen Kreativschaffende zusammen, die von Input, Austausch und Netzwerken profitieren.

Neu KI & Kreativwirtschaft

Strategien, Tools, Rechtsfragen: KI & Kreativwirtschaft ist die dreiteilige Veranstaltungsreihe zu aktuellen KI-Themen, die Kreative bewegen. 2023 brachten die Events erstmals Mitarbeitende und Führungskräfte im SPACE in den Austausch und gaben Impulse.

KI & Media

Bei KI & Media diskutierten Medieninteressierte mit KI-Expert*innen. Vor der offenen Diskussionsrunde erwarteten die Teilnehmenden immer zwei spannende Kurzvorträge. 2023 fand die letzte Ausgabe statt.

Neu Journalismus Camp

Zwei Tage, mehr als 20 Speaker*innen und fast 100 teilnehmende Journalist*innen kamen beim Journalismus Camp zusammen. Ob Management-Buy-out, journalistische Gründung, Inhouse-Produktentwicklung oder Aufbau der eigenen Personenmarke – erfahrene Macher*innen teilten ihre wertvollen Insights. Mit diesem Angebot reagierte nextMedia.Hamburg auf die Entwicklungen bei Gruner + Jahr und RTL und bot zukunftsgerichtete Inspiration und Orientierung für Journalist*innen.

scoopcamp



Das scoopcamp, die Konferenz für den Journalismus der Zukunft, fand 2023 erstmals in Zusammenarbeit mit 12 Hamburger Medienunternehmen statt. Im Fokus des ganztägigen Programms stand die Frage nach der Finanzierung des Journalismus. Über 20 Expert*innen gaben Input, während das Fachpublikum die Möglichkeit hatte, sich aktiv zu Erfahrungen und Herausforderungen auszutauschen.

nextMedia.Session

Bei den nextMedia.Sessions kommen regelmäßig 30 Content-Schaffende zu aktuellen Themen der Medien- und Digitalbranche zusammen. Bei einer Sonderausgabe teilten einen Tag vor Veröffentlichung der hauseigenen Predictions vier Zitatgebende ihre Trends für 2024.

Neu Design Thirstday

Design und Drinks: Der Design Thirstday ist das Get-together der Hamburger Designbranche im Design Zentrum Hamburg. An ausgewählten Donnerstagen kommen Designer*innen zu kurzen Impulsen, Musik und Getränken zusammen, um sich auszutauschen und Kontakte zu knüpfen.

Hamburg Design Talks

Ein Abend, ein Thema, neue Perspektiven. Regelmäßig geben Speaker*innen aus der Designbranche in Vorträgen und Projektpräsentationen spannende Einblicke in ihre Arbeit und designrelevante Themen, zum Beispiel nachhaltige Modeproduktion oder Gestaltung des öffentlichen Raums.

Road to Programme

Hamburg Games Conference, Gamescom und Polaris: 2023 konnten 16 Games-teams auf drei Messen ihre Spiele an einem gemeinsamen Stand präsentieren und so wertvolle Kontakte knüpfen.

Senator's Roundtable

Der jährlich stattfindende Senator's Roundtable bringt den Senator für Kultur und Medien und Entscheider*innen der Hamburger Spielebranche an einen Tisch.

Hamburg Games Conference

Die Hamburg Games Conference bringt seit 2010 deutsche und internationale Vertreter*innen der Gamesbranche als eine der bedeutendsten B2B-Veranstaltungen für den Gamessektor in Europa zusammen. Im März 2023 trafen sich 500 Gäste aus 25 Nationen zum Thema „Invest in Games“. Die Veranstaltung fand in Kooperation mit GRAEF Rechtsanwälte statt und wurde durchgeführt von Super Crowd Entertainment.

Gamecity Treff

Der Gamecity Treff bietet der Hamburger Gamesbranche in einem entspannten Setting Möglichkeiten für Austausch und Vernetzung. Im Mai feierte der Gamecity Treff 20-jähriges Jubiläum im Jupiter Hamburg. Unterstützt wurde der bisher größte Treff von Bigpoint, Bytro und The Sandbox. Der zweite Gamecity Treff fand im Herbst im Umfeld der Polaris Convention statt.

Gamecity Impulse

2023 gaben drei Expert*innen bei Gamecity Impulse zum Thema „Accessibility in Games“. Sie sprachen über verschiedene Dimensionen und die steigende Relevanz von Barrierefreiheit in Videospielen.

Games Compass

Der traditionell in Kooperation mit InnoGames stattfindende Games Compass bringt Führungskräfte und Entscheider*innen der Hamburger Spiele- und Medienbranchen zum zwanglosen Austausch über aktuelle Entwicklungen in der Branche zusammen.

Neu FLINTA* Games Meet-up

Das neue Veranstaltungsangebot FLINTA* Games Meet-up fand zweimal statt und bot Personen des FLINTA*-Spektrums aus der Gamesbranche die Gelegenheit, sich in zwanglosem Ambiente auszutauschen und zu vernetzen. FLINTA* ist ein Schirmbegriff, der Frauen, Lesben, inter, nicht-binäre, trans und agender Personen umfasst.

Neu Beta Bay – Playtesting-Session

2023 fand erstmals die Beta Bay – Playtesting-Session statt. In Kooperation mit der Gaming-Location Play Bay konnten sich Hamburger Entwickler*innen für eine offene Playtesting-Session mit insgesamt rund 50 Testspieler*innen registrieren, um schnell und unkompliziert User-Feedback zu sammeln.

Steam Sale Kooperation

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft nimmt auch 2023 ihren Vernetzungsauftrag in der Gamesbranche wahr: Bei einem deutschlandweiten Steam-Sales-Event der global wichtigsten Verkaufsplattform für PC-Spiele mit über 47 Millionen aktiven Nutzenden nahmen deutsche Studios mit 215 Spielen teil.

Neu Cross Innovation Get-together

Unter dem Motto „Raus aus der Branchen-Bubble – rein in den Innovationsprozess mit Kreativen“ brachte der Cross Innovation Hub 2023 gezielt Wirtschaftsunternehmer*innen mit ausgewählten Kreativen zusammen. Das Ziel: den Mehrwert von Cross Innovation verstehen und in weiterführenden Formaten zur Anwendung bringen.

Vernetzung & Kongresse

NACHWUCHSANGEBOTE	
Gamecity @Campus	Zu Besuch bei Hamburger Hochschulen und Ausbildungseinrichtungen: Gamecity @Campus informiert über die Möglichkeiten, die der Gamesstandort Hamburg zu bieten hat. 2023 stand erstmals die Macromedia Hochschule auf dem Programm.
Portfolio Slam	Ein überzeugendes Portfolio ist wichtig, doch was ein solches ausmacht, ist für Design-Studierende und Berufsstarter*innen nicht immer ersichtlich. Mit dem Portfolio Slam bringt das Design Zentrum gemeinsam mit der Zeitschrift PAGE Licht ins Dunkel – und holt gleichzeitig junge Designer*innen auf die Bühne.
City of Content Tour	Bei der City of Content Tour haben 30 Content-Schaffende die Möglichkeit, hinter die Kulissen von erfolgreichen Hamburger Medien- und Digitalunternehmen zu blicken. 2023 machte die Tour bei Jung von Matt NERD, Ströer, brand eins und dem dpa-Projekt #UseTheNews halt.
20 aus 22	 <p>Jährlich zeigt die Ausstellung die 20 besten Design-Abschlussarbeiten, nominiert von Lehrenden der staatlichen Hamburger Hochschulen und privaten Akademien. Der Award gibt angehenden Designer*innen die Chance, sich einem größeren Publikum zu präsentieren, und vernetzt sie im Rahmenprogramm mit der Branche.</p>
Game Starter	Bei Game Starter werden Berufsbilder aus der Spielebranche mithilfe eines Onlineexpert*innenpanels vorgestellt. 2023 konnten Interessierte in die Bereiche „Game Balancing“, „Game Data Analysis“, „Technical Art“ und „Quest Design“ hineinschnuppern.

Kommunikationsprojekte

Kommunikation über und aus Hamburg – für mehr Sichtbarkeit des hanseatischen Kreativstandortes.

Made it in Hamburg



Kaum ein anderer Ort beheimatet so viele bedeutende Agenturen, Plattformen und Content-Produzent*innen mit nationaler und internationaler Bedeutung wie Hamburg. Auf der City of Content Website wird die Vielfalt der Hamburger Contentbranche sichtbar und inspirierende Gründungsgeschichten von Unternehmen, Start-ups und Medienpersönlichkeiten multimedial erzählt. Sie alle sagen: „I made it in Hamburg.“

Predictions 2023

Von der KI-Revolution im Web bis zur Globalisierung der Creator Economy – die Predictions blicken in die Zukunft der relevantesten Technologien, Innovationen und Entwicklungen der Content-Branche. 20 Expert*innen gaben auch 2023 wieder ihre Prognosen ab.

Neu KAI

nextMedia.Hamburg hat eine neue Mitarbeiterin: die virtuelle Influencerin KAI. Sie fasst wöchentlich auf den Social-Media-Kanälen der Initiative alle KI-Neuigkeiten zusammen, stellt Anwendungsmöglichkeiten vor und diskutiert mit der Community. Das Besondere: KAI spricht nicht nur über das Thema, ihre Inhalte sind ebenfalls KI-generiert mithilfe von Tools wie Talkwalker und ChatGPT.

Hamburg Kreativ Gesellschaft

Hongkongstraße 5
20457 Hamburg

Kontakt

info@kreativgesellschaft.org
Tel. +49 - 40 - 237 24 35-0

kreativgesellschaft.org
facebook.com/kreativgesellschaft
instagram.com/kreativgesellschaft
linkedin.com/company/kreativgesellschaft

Ein Unternehmen der Freien und
Hansestadt Hamburg

Impressum

Herausgeberin

Hamburg Kreativ Gesellschaft,
vertreten durch Egbert Rühl, Geschäftsführung

Projektleitung

Lara M. Gahlow (für brueder creative cooperative),
Clara Tischer (Hamburg Kreativ Gesellschaft)

Redaktionelle Beratung

Urs Spindler (brueder creative cooperative)

Bildredaktion

Malte Spindler (brueder creative cooperative)

Design

Hendrik Schneider (Stick Up Studio für
brueder creative cooperative)

Text

Svea Abraham, Lara M. Gahlow, Senta Gohr, Philipp Götz,
Nicoline Haas, Iris Jonak, Anna Jäger, Helen Krüger,
Paula Lauterbach, Urs Spindler, Clara Tischer

Lektorat

Gustav Mechlenburg

Illustration

Sebastian König

Druckerei

Optimal Media GmbH

Papier

115 g/m² Fly 05, 240 g/m² Fly 05

Bildnachweise

Seiten 3, 47 – Oliver Reetz
Seite 5 (links) – Marcelo Hernandez
Seiten 5 (rechts), 52 – Selim Sudheimer
Seiten 6, 17, 18 (oben), 18 (rechts) – moodmacher (Milan Arius)
Seiten 7, 9, 33 (unten), 34, 35, 44, 45, 48, 50, 51 – Jan-Marius Komorek
Seiten 8, 26, 29, 30 – moodmacher (Lino Doepner)
Seiten 10 (oben), 37, 39, 40 – moodmacher (George Rohde)
Seite 10 (unten) – Faktor 3
Seite 12 – Martin Lahousse, European Parliament
Seiten 14, 18 (links), 49, 54 – Laura Müller
Seiten 23 (oben), 57 – Sascha Wysk
Seite 23 (unten) – studioline Photostudios
Seite 24 (oben) – Tim Ohnesorge
Seite 24 (unten) – Silvia Wolf
Seite 25 (oben) – Valentin Pfleger
Seite 25 (unten) – privat
Seiten 32, 33 – Brita Sönnichsen
Seite 43 – Bigpoint

Das Team der Hamburg Kreativ Gesellschaft 2023:

Fatmanur Avci, Marlene Axmann,
Marc Behlau, Celina Behn, Helene
Berling, Fabian Betz, Lara Betz,
Clara Bökelheide, Cigdem Boom-
Aker, Mareike Borgstedt, Reto Burch,
Christina Cornehl, Carolin Eberle,
Susanne Eigenmann, Markus Engel,
Mila-Marie Est, Annika Fitz, Amanda
Förtsch, Olga Frick, Senta Gohr, Philipp
Götz, Annika Grote, Rani Hawae, Annika
Heilmann, Karla Hübner, Lena Hübers,
Anna Jäger, Isabel Jansen, Iris Jonak,
Hannah Kemper, Nina Klaß, Johannes
Klockenbring, Jan-Marius Komorek,
Helen Krüger, Paula Lauterbach, Rouven
Leonavicius, Lilian Lyons, Bruno Marks,
Friederike Netzow, Theresa Noll, Kirsten
Nord, Michael Ohnmacht, Alina Orth,
Andreas Rautenberg, Jean Rehders,
Julia Reichel, Laura Rohloff, Egbert
Rühl, Patrick Sanchez del Solar, Patrick
Scheckelhoff, Margarete Schneider,
Dennis Schoubye, Marie Schreiber,
Louisa Schwope, Raffaella Seitz, Svenja
Siemsen, Lisa Spelge, Kim Zoe Spix,
Louisa Steinwärder, Stephan Thiel, Clara
Tischer, Frances Uckermann, Angelika
Wall, Sean Weingarten, Marie Weinreich,
Nicole Wittek, Katja Wolframm, Louisa
Zwenger



Räume für die Kreativwirtschaft – und die ganze Stadt

Hamburgs Kreative sind stets auf der Suche nach Räumen abseits des gewerblichen Immobilienmarktes, während Leerstand immer mehr Stadtteile beschäftigt. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft hat es sich als Vermittlerin zur Aufgabe gemacht, diese Positionen zusammenzubringen – und Kreativen zu Strahlkraft in Hamburgs urbanen Zentren zu verhelfen.

Jupiter Mönckebergstraße 2–4

Auch 2023 öffnete der Kreativplanet Jupiter seine Türen – und bot den Genuss von Kunst und Kultur, Barabenden und Beats sowie ausgewählten Shoppingmöglichkeiten. Frei zugänglich auf sechs Etagen, mitten in Hamburgs Innenstadt.

Frei_Fläche

Das Förderprogramm bringt Kreativschaffende mit Vermieter*innen zusammen, die temporär ihre Flächen zur Nutzung anbieten. Mehr Infos auf **S. 48**

75 zwischengenutzte Freiflächen
39.044 m² in Zwischennutzung*

Objekte für längerfristige Nutzungen **

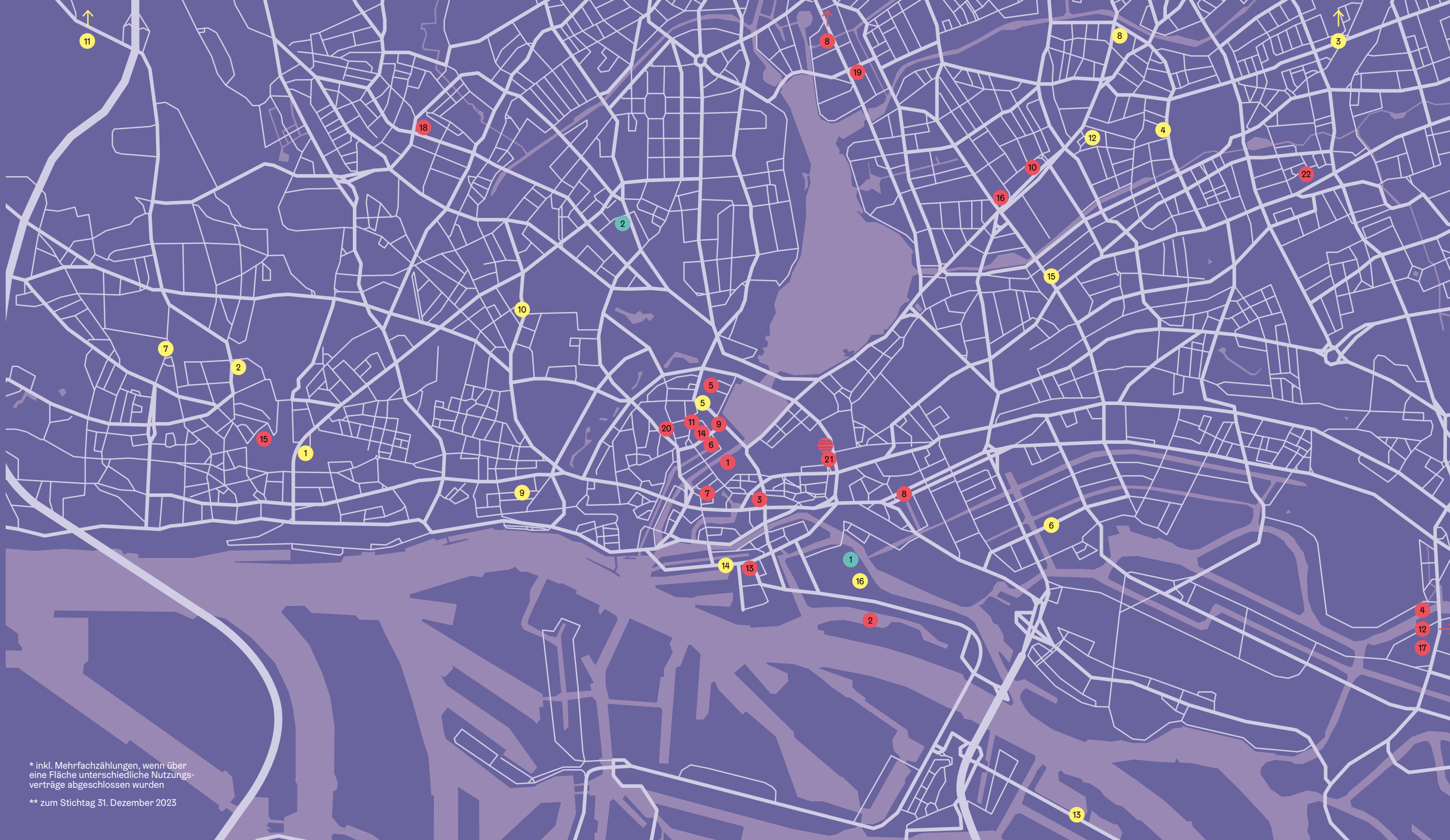
Einzelne Räume, ganze Gebäude und großflächige Areale für die längerfristige Nutzung durch Kreativschaffende ab vier Wochen bis hin zu vielen Jahren.

13 Objekte im Bestand
19.954 m² Gesamtmietfläche
632 Arbeitsplätze in den Objekten
100 % Auslastung

Objekte für kurzzeitige Nutzungen **

Räume für die kurzzeitige Zwischennutzung durch Kreative – von wenigen Stunden bis zu vier Wochen.

2 Objekte
238 m² in Zwischennutzung*
44 Nutzungen in 2023



* inkl. Mehrfachzählungen, wenn über eine Fläche unterschiedliche Nutzungsverträge abgeschlossen wurden
** zum Stichtag 31. Dezember 2023

Miet- und Entwicklungsobjekte:

- 1** Altes Finanzamt Altona Große Bergstraße 264
- 2** Bahrenfelder Straße 260
- 3** Bramfelder Chaussee, Werner-Otto-Straße 14 (bis 29. Dezember 2023)
- 4** Friedrichsberger Straße 53 (bis 15. Juli 2023)
- 5** Gerhofstraße 36–38
- 6** Hochwasserbassin Süderstraße 112–114
- 7** Hohenzollernring 123–125 (bis 31. März 2023)
- 8** Hufnerstraße 20
- 9** Kastanienallee 9
- 10** 3001 Kino Schanzenstraße 75/77
- 11** Kronsaalsweg 20
- 12** Marschnerstraße 21
- 13** Peutestraße 22
- 14** Speicher M28 Am Sandtorkai 27/28
- 15** Wartenu 16
- 16** Oberhafenquartier Stockmeyerstraße 41–43

Frei_Flächen:

- 1** Alter Wall 12
- 2** Baakenhafen Versmannstraße 16–24 und 42, Baakenallee 23–25
- 3** Brandstwierte 4
- 4** City Center Bergedorf Bergedorfer Straße 105
- 5** Colonnaden Colonnaden 72, Gustav-Mahler-Platz 1
- 6** Galleria Passage Große Bleichen 21
- 7** Großer Burstah 32
- 8** Hamburg Airport Flughafenstraße 1–3
- 9** Hamburger Hof Jungfernstieg 26–28
- 10** Hamburger Meile Hamburger Straße 27
- 11** Hanseviertel Große Bleichen 30/36
- 12** Holzhude 1
- 13** International Coffee Plaza Am Sandtorkai 2/6
- 14** Kaisergalerie Große Bleichen 23–27
- 15** Mercado Ottenser Hauptstraße 10
- 16** Mundsburg Center Hamburger Straße 1
- 17** Neuer Weg 28
- 18** Osterstraße 116
- 19** Poelchaukamp 21
- 20** Springer Quartier Fuhrentwiete 3
- 21** Steintorwall 4
- 22** Wandsbek Quarree Quarree 8–10

Räume zur temporären Nutzung:

- 1** Oberhafenquartier Seminarraum Mittelbau Stockmeyerstraße 41–43
- 2** Pop-up-Raum Grindelallee 129