UNTERNEHMEN: NEUKÖLLN

Bezirksamt Neukölln Wirtschaftsförderung | BERLIN

Bildung Wirtschaft Arbeit im Quartier BIWAQ

KREATIVKONGRESS NEUKÖLLN 2022

Dokumentation KreativKongress Neukölln am 17. und 18. Mai 2022 in der Alten Post

Das Projekt „Unternehmen Neukölln – Urbane Impulse für einen Zukunftsort“ wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier – BIWAQ“ durch das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen

ESF Europäischer Sozialfonds für Deutschland

Europäische Union

Zusammen. Zukunft. Gestalten.

Teilprojektträger

coopolis

mpr Projekte UG (haftungsbeschränkt)

Kooperationspartner

KREATIV NETZ NEUKÖLLN

Unternehmens Netzwerk | Neukölln Südring

IMPRESSUM

coopolis GmbH - Planungsbüro für kooperative Stadtentwicklung
Geschäftsleitung: Stefanie Raab
Lenaustraße 12, 12047 Berlin

Kontakt:
Telefon: 030 6272 6362
kontakt@coopolis.de, creative-support@coopolis.de
www.coopolis.de

Kreativnetz Neukölln e. V.
Vorstand: André Batz, Christian Schloh & Daniel Winter

Kontakt:
kontakt@knnk.org
facebook.com/KreativNetzNeuKoelln
www.knnk.org

Bezirksamt Neukölln
Abteilung für Finanzen und Wirtschaft
Wirtschaftsförderung
Karl-Marx Straße 83, 12040 Berlin
www.unternehmen-neukoelln.net

Konzept, inhaltliche und methodische Vorbereitung:
André Batz, Daniel Winter, Katharina Lotz, Nikolas Achten, Sonja Zindel, Stefanie Raab

Öffentlichkeitsarbeit:
Daniel Winter, Sonja Zindel

Dokumentation:
Daniel Winter, Katharina Lotz, Nikolas Achten, Sonja Zindel, Stefanie Raab

Gestaltung:
Daniel Winter

Vorwort

Nach einer Zwangspause konnten wir uns im Mai 2022 endlich wieder live sehen, ganz ohne kleine ZOOM- Kacheln, Bandbreitenbeschränkungen und all das.

Der fünfte KreativKongress Neukölln war schon einmal komplett vorbereitet. Räume waren gebucht, Programme und Plakate entworfen, Referenten eingeladen- doch kurz vor Umsetzung musste abgesagt werden: Am 13. Mai 2020 konnten wir uns weder treffen noch ein so großes Format innerhalb weniger Tage in den digitalen Raum umziehen.

Stattdessen fungierten wir im Mai 2020 als bezirkliche Anlaufstelle für die durch die Pandemie in Not geratenen Kreativen, berieten telefonisch und online fast täglich zu den Soforthilfen, organisierten Digitalisierungsworkshops, und halfen seitdem der lokalen Kultur und Kreativwirtschaft nach besten Kräften wieder auf die Beine.

Und so wurde aus dem geplanten sechsten nun der fünfte Kreativkongress. Auch er wurde, wie schon einige der vorangegangenen Kongresse im Bezirk Neukölln im Rahmen des BIWAQ-Projektes „Unternehmen Neukölln“ durch die bezirkliche Wirtschaftsförderung unterstützt. Ebenso wie das Kreativnetz Neukölln KNNK e.V. stand uns das Unternehmensnetzwerk Neukölln Südring e.V. als Kooperationspartner wieder zur Seite.

Wir möchten uns sehr herzlich bei den Vorgenannten für das entgegengebrachte Vertrauen bedanken. Genauso wie bei allen Teilnehmenden, Referierenden, Kooperationspartner:innen und Helfer:innen! Ihr wart großartig!

Diese Dokumentation dient als Überblick, Zusammenfassung der Ereignisse und Inhalte auf dem KreativKongress Neukölln sowie zur Reflektion. Sie bietet darüber hinaus die Möglichkeit, sich durch entsprechende Links vertiefend mit den aufgeführten Themen und Akteur:innen zu befassen.

Uns hat das Wiedersehen mit tiefer Freude erfüllt und wir haben nach wie vor außerordentlich viel Spaß daran, Euch, unsere Lieblingszielgruppe, immer wieder neu mit Inspirationen, Kontakten und Chancen zu versorgen!

Das Team des Creative support der coopolis GmbH

Stefanie Raab – André Batz – Nikolas Achten – Sonja Zindel – Katharina Lotz
und Daniel Winter

Inhalt

TAG 1

12:00 Uhr – Begrüßung	1
12:30 Uhr – Get Started: Neukölln, wo stehst Du?	2
13:30 Uhr – Get Smart: Know How für Kreative, Kunst- und Kulturschaffende	3
16:00 Uhr – Begrüßung Nachmittag	10
16:30 Uhr – Get Up To Date: „Neukölln als (Kreativ-)Wirtschaftsstandort	12
17:00 Uhr – Get On Stage: Pecha Kucha	14
18:30 Uhr – Get Informed: Cross Innovation – Was? Warum? Wie?	20
18:30 Uhr – Get Special: Erfolgreiche Konzepte	20

TAG 2

13:00 Uhr – Get Creative: Cross Innovation in Action	24
16:30 – Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft Neukölln voran	26
18:00 Uhr – Get Going: Neukölln, wohin gehst du?	34

Anhang I: "Stille Post" - Stay Connected

Anhang II: Stellwände

Tag 1: 12:00 Uhr – Begrüßung

v.l.n.r.: Faye Preusse Wirtschaftsförderung, Stefanie Raab coopolis gmbh & creative support, Christian Schloh KNNK & subetha design

Faye Preusse von der Neuköllner Wirtschaftsförderung eröffnete den Kreativ-Kongress 2022 und begrüßte alle Teilnehmenden. Der Kongress wird im Rahmen des BIWAQ-Projektes (**Bi**ldung, **W**irtschaft und **A**rbeit im **Q**uartier) „Unternehmen Neukölln, urbane Impulse für einen Zukunftsort“ veranstaltet. Mit dem Projekt der Neuköllner Wirtschaftsförderung soll der Standort Neukölln sensibilisiert werden, denn das Thema der *creative city* sei in Neukölln bedeutend – und schneller gewachsen als in anderen Regionen: man verbindet heute den Standort damit. Der strukturelle Wandel der vergangenen 20 Jahre wurde gut bewältigt, heute herrscht ein Pioniergeist in Neukölln. Die öffentliche Wahrnehmung des Bezirks hat sich verbessert, in den Quartieren hat sich viel für die Communities getan, woran die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) einen großen Anteil dran hat. Selbst wenn der Standort heute mehr Rang und Namen hat, Selbst wenn der Standort heute mehr Rang und Namen hat, so hat die Pandemie gezeigt, wie vulnerabel die Zielgruppe Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln ist. Der Kongress soll dazu dienen, sich zu vernetzen, Kontakte zu reaktivieren und einfach wieder in produktiven Austausch zu treten. **Christian Schloh** vom Kreativnetz Neukölln **(KNNK)**, freut sich, dass alle so zahlreich erschienen sind. „Die coolsten und kreativsten kommen aus Neukölln.“ Mit neuem Rückenwind möchte er nach der Pandemie auch mit dem Kreativnetz Neukölln starten und wünscht jeder und jedem auf dem Kongress, mit mindestens fünf neuen Kontakten und fünf neuen Ideen am Ende herauszugehen, damit „wir morgen frisch etwas Neues starten können.“ **Stefanie Raab**, Projektleiterin vom Teilprojekt creative support des BIWAQ- Projektes der Neuköllner Wirtschaftsförderung und Inhaberin der coopolis GmbH erläutert das Kongressprogramm und führte durch die einzelnen Programmpunkte. „Diese Tage müssen sich für alle lohnen. Nimmt man einen Tagessatz von 500 €, zwei Kongresstage und 160 Teilnehmende, muss in der Summe ein Umsatz von 160.000 € daraus folgen. Findet neue Kontakte, neue Partner und neue Umsätze. Get Connected!

12:30 Uhr – Get Started: Neukölln, wo stehst Du?

Im interaktiven Format, wurde gemeinsam die aktuelle Ausgangslage der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgelotet. Dabei sollten die letzten Jahre kritisch reflektiert werden. Was hat die Pandemie mit den Menschen und ihrer Arbeit gemacht? Durch die Inputs der Teilnehmenden wurde ein gemeinsamer Standpunkt und auch die Bedarfe für die Zukunft formuliert.

Mithilfe des 1:2:4:all-Formats konnten sich die Teilnehmenden untereinander austauschen und im Nachgang darüber berichten. Dabei sollte zunächst jede Person eine Minute für sich die Frage beantworten, wie es ihnen geht und was die letzten Monate mit ihrem Business gemacht haben. Anschließend wurde sich zu zweit ausgetauscht und die Antworten diskutiert. Danach fanden sich jeweils zwei Zweiergruppen zu einer Vierergruppe zusammen, die wiederum ihre Ergebnisse besprochen haben und dann daraus ableiten sollten, welche Bedarfe sich daraus für die Zukunft ergeben, besonders im Hinblick auf den creative support. Nach 10 Minuten Bearbeitungszeit stellten die Vierergruppen ihre Ergebnisse vor.

Der Großteil der Teilnehmenden berichtete, dass es ihnen gut gehe und sie einigermaßen gut durch die Pandemie gekommen seien. Besonders habe man in den letzten Monaten gelernt, digital zu arbeiten, wie ein Teilnehmer berichtete. Eine andere Teilnehmerin hatte sich erst kurz vor der Pandemie gegründet und sei dennoch gut durch die letzten beiden Jahre gekommen. Weiter wurde auch berichtet, dass sich nicht so viel geändert habe, da die Teilnehmerin bereits vorher von zu Hause aus gearbeitet und viele Kunden hatte. Jedoch hätte der persönliche Kontakt gefehlt. Deshalb wünschte sich die erste Gruppe so etwas wie ein gemeinsames Lunch, wo man sich regelmäßig innerhalb der Szene austauschen kann. Auch ein lokales Branchenverzeichnis, eine Datenbank war gewünscht.

Eine weitere Gruppe berichtete ebenfalls vorwiegend von einer stabilen Auftragslage. Es gab jedoch auch vereinzelt Akteure, zum Beispiel einen Schauspieler, der durch die Pandemie viele Kontakte verloren hatte, und heute quasi von vorne anfangen muss. Viele sind aktuell wieder auf der Suche nach Vernetzung und Unterstützung, nach Branchentreffen, Künstlertreffen etc. Für die Zukunft stellte diese Gruppe heraus, dass man neben mehr Raum und auch ein anderes Bewusstsein für die Kultur- und Kreativwirtschaft, für Kunst und Kultur brauche: „**Ohne uns wird's still!**“. Weiter sollte man ein Kunstfördergesetz in Berlin verabschieden. Dieser Vorschlag erntete großen Applaus. (Anm.: Kultur.Fördern.Gesetz.)

Andere Gruppen berichteten von ähnlichen Sachverhalten: von kürzlicher Gründung, guten oder schleppenden

Geschäften und einer gewissen Unwägbarkeit der letzten Jahre, z.B. das Jobs plötzlich ausblieben oder die Pandemie alle finanziellen Reserven verschlungen hat. Was jedoch alle Gruppen vereinte, war der Wunsch nach mehr kreativen Freiräumen und Hilfe bei der gegenseitigen Vernetzung und Sichtbarkeit; oder auch Ausschreibungsplattformen, Vermittlungsplattformen, Markplätze mit persönlichem Austausch und Kontakten: „**Online ist gut, persönlich ist besser!**“.

Die Vernetzung und der Austausch untereinander waren für die Teilnehmenden von größter Bedeutung. Dadurch erhoffen sich die meisten eine bessere Anbindung und letztlich eine bessere Kundenakquise. Denn für manche war die Pandemie durchaus eine Zeit der Unsicherheit und Ungewissheit. Diese ist nun überwunden, wodurch jetzt mehr Stabilität und Ruhe einkehren sollte.

13:30 Uhr – Get Smart: Know How für Kreative, Kunst- und Kulturschaffende

Gezielte und interessante Workshops für die Kreativen und Kunstschaffenden vermittelten geballtes Know How für die Kultur- und Kreativwirtschaft: 2 x 2 parallele Panels richteten sich einerseits an Künstlerinnen und Künstler mit den Themen: Wie komme ich an Fördergelder für Kunst? Oder: Wie komme ich an Galerist:innen? Und andererseits an Kreative als Dienstleister:innen. Außerdem wurde aus Sicht eines Unternehmens berichtet, wie man als Kreative:r am besten bei Unternehmen ankommt, welche Do‘s und Dont‘s es gibt.

©michaelbennett.de

(Förder-) Gelder für Kunst und Kultur

Moderation: Stefanie Raab, coopolis GmbH
Referentin: Maike Wetzel (Kulturförderberatung Kulturprojekte GmbH),

www.kreativkultur.berlin/de/home/

Maike Wetzel von Kreativ Kultur Berlin berichtete, was bei Förderanträgen zu beachten ist. Generelle Antworten sind nur schwer zu formulieren, da die Förderanträge jeweils abhängig sind von der Branche oder dem Projekt. Bei einem jeden Förderantrag sollte aber stets das Ziel der Ausschreibung reflektiert werden, um die kreativen Ideen und Formate jeweils auf die Förderung hin passend zu konzipieren. Dabei kann die eigene Projektidee auch weiterentwickelt werden, sodass sie am Ende auf die Förderung passt. Am Beispiel der Idee ein Kunstbuch zu fördern, erklärte sie: Wenn es beispielsweise gerade einfacher ist, öffentliche Veranstaltungen oder Diskussionsreihen zu einem Thema zu finanzieren, so könnte man zu Beispiel eine Veranstaltungsreihe planen und in diesem Zusammenhang eine Publikation. Dann könnte man das geplante Kunstbuch als „Nebenprodukt“ der Veranstaltungsreihe gefördert bekommen und so die eigene Projektidee voranbringen. Bei Förderungen über Stiftungen, die grundsätzlich unkomplizierter sind, empfiehlt es sich, vorab anzurufen und nachzufragen was konkret gewollt ist. In diesem Fall kann man seine Idee auch kurz pitchen und rausbekommen, ob diese zu der Ausschreibung passt. Zudem sollte man stets die Förderbeträge gut kalkulieren. Oft steht man vor dem Problem, dass man die Förderung zwar erhält, aber am Ende einen hohen Eigenanteil der Kosten für das Projekt trägt. Hierbei sollte die angebotene Leistung stets gut überdacht werden. Ratsam ist es ggf. für den Förderbetrag dann nur eine Teilleistung anzubieten. Generell spielen Vernetzung, Kontakte und der Bekanntheitsgrad weiterhin eine große Rolle. Referenzen sind wichtig, ebenso sind namhafte oder gut vernetzte Kooperationspartner:innen hilfreich. Es lohnt sich zwar, aktuell geförderte Themen zu sichten, allerdings sollte ein Projekt nie ausschließlich über ein Buzz-Word wie „Umwelt“, „Nachhaltigkeit“ oder „Mutterschaft“ aufgestellt werden. Man kann die Thematik aber durch aus in die Arbeit und das Projekt einarbeiten und darüber erklären, weshalb das Projekt bedeutsam ist. Grundsätzlich gilt es seine Hausaufgaben zu machen, das heißt im Vorfeld bereits die Formalien für den Antrag beachten und entsprechende Formulare sowie Dokumente vorzubereiten, sodass am Ende dafür nicht die Zeit fehlt. Zudem empfiehlt es sich, so viele Anträge wie möglich zu stellen, um die Trefferquote zu erhöhen.

Hilfreiche Websites:

- Förderberatung: www.kreativkultur.berlin/de/home/
- Förderausschreibungen: https://darstellende-kuenste.de/de/
- BKM – Förderung für unterschiedliche Branchen: https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur
- Filmförderung: https://www.kuratorium-junger-film.de/talentfilm
- Stiftungssuche: www.Stiftungen.org
- BBK-Kalender: https://www.bbk-kulturwerk.de/kalender
- Netzwerk + Unterstützung: https://smart-eg.de/ , www.knnk.org
- Tipp: Newsletter abonnieren von den jeweiligen Websites, in denen werden oft über Förderanträge und Ausschreibungen informiert.

Erfahrungsbericht: Kreative als Dienstleister:innen

Moderation: André Batz

Referent:innen: Florian Widmann (DAB Digitalagentur Berlin GmbH), Giacomo Blume (Kreativagentur LAUTHALS GmbH), Melanie Seifart (Kreativwirtschaftsberatung, Kulturprojekte Berlin GmbH)

v.l.n.r.: Melanie Seifart, André Batz, Florian Widmann, Giacomo Blume.

In diesem Panel ging es um einen Erfahrungsaustausch: In wie weit verstehen sich Kreative als Dienstleister:innen? Leider gebe oft die blöde Situation, so André Batz, dass einerseits Unternehmen beim Honorar für Kreativleistungen feilschen und andererseits für Berater:innen ohnehin schon mehr Geld ausgegeben wird. Können Kreative ihre Dienstleistungen also als Beratungen anbieten und wie lassen sich dafür Fördermöglichkeiten gewinnen? Als Referent:innen wurden eingeladen: Melanie Seifart von der Kreativwirtschaftsberatung, Giacomo Blume von der Kreativagentur LAUTHALS und Florian Widmann von Digitalagentur Berlin.

In der Diskussion wurde herausgearbeitet, dass Kreative schon mehr Geld verdienen könnten, wenn sie sich Berater:innen nennen würden, zumindest sorgt dies für einen besseren Zugang zum Markt, da Unternehmen es gewohnt sind, Beratungsleistungen in Anspruch zu nehmen. Jedoch gebe es einen regelrechten Dschungel an Angeboten und verschiedenen Programmen des Bundes, der Länder etc. Hier kann die Digitalagentur Berlin weiterhelfen, Überblick und erste Hilfestellungen zu geben, mindestens

aber an den richtigen Ansprechpartner weiterzuleiten. Die Kreativagentur LAUTHALS kennt ebenfalls viele Programme und schafft sich dadurch oftmals selbst den Job, da sie Kund:innen potenzielle Förderprogramme zeigen, mit dessen Hilfe sie bezahlt werden können. Melanie Seifart berichtete daraufhin von einem bundesweiten, zertifizierten Coaching-Pool, bei welchem man sich registrieren lassen kann.

Kreative müssen auch immer Beratungsleistungen anbieten, da z.B. bei einer Webseitenerstellung erst einmal abgeklopft werden müsste, was das Unternehmen überhaupt will, wie Daniel Winter erzählte. Denn oft wissen die Kund:innen am Anfang selbst nicht, was sie wollen, sodass die Beratungsleistung überhaupt erst einmal nötig ist, um die kreative Dienstleistung genau zu definieren und dann zu bepreisen, bevor man an die Umsetzung geht. Den Posten der Beratung vor Auftragsdefinition und –Erteilung könnte man ruhig sichtbarer machen, denn viele wissen gar nicht, welche Phasen es alles in der kreativen Arbeit gibt.

Anschließend wurde dahingehend diskutiert, dass sich dies in den Angeboten darstellen ließe. Im Punkt Projektmanagement, beispielsweise, oder in Konzeptionsphasen zu Beginn eines Projektes. Auch lässt sich ein Einstiegsworkshop gemeinsam mit dem Kunden durchführen, wo erst einmal abgesteckt wird, was überhaupt gewollt wird. Die Workshopdurchführung gehört dann natürlich genauso honoriert wie die Folgearbeit.

Am Ende kam noch die Akquise zur Sprache. Natürlich müsse man schauen, was zu einem passe, Kaltakquise oder Netzwerken. Doch hier ist sich die Gruppe einig, dass Netzwerken und das Empfehlungsmanagement am aller wichtigsten sind.

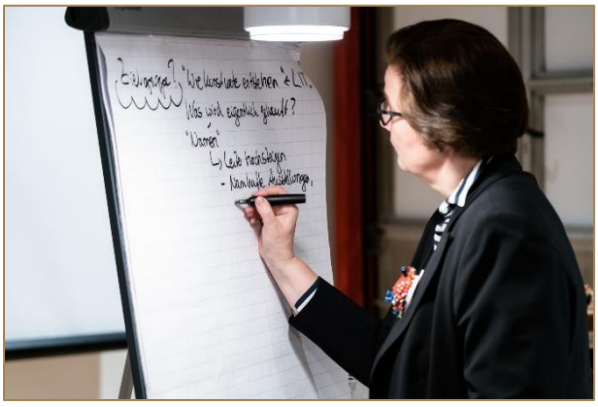
Man lernt sich über Projekte kennen und wird dann weiterempfohlen. Darum ist Netzwerken auch existenziell wichtig für kreative Dienstleister:innen.

Erfahrungsbericht: Wie komme ich an Galerist:innen, Ausstellungen, Sponsor:innen

Moderation: Stefanie Raab, coopolis GmbH
Referentin: Britta Adler (Künstlerin, Kuratorin, Coach)

Britta Adler ist nicht nur Diplompsychologin, sondern auch etablierte Künstlerin und Galeristin. In ihrem Beitrag ging es darum wie man an gute Galerien kommt, was Kurator:innen suchen und welche Tipps und Tricks Künstler:innen bei der Suche nach Galerien zu beachten haben.
Sie betonte dabei mehrmals, wie wichtig es sei, mit anderen Künstler:innen zusammenzuarbeiten, um sich gegenseitig zu stärken und zu unterstützen. Dabei kann die Zusammenarbeit auch strategisch geplant und angegangen werden. Bei einer Galerieausstellung sollte sich zunächst überlegt werden, welche Intention man setzen möchte: Was möchte ich? Was kann ich selbst machen? Wobei brauche ich Unterstützung? Hilfreich ist ein positives Mantra. Unbedingt sollte man seine Kontakte und Verteiler kontinuierlich pflegen sowie den Auftritt seiner Werke und Arbeiten je nach Adressaten (Kunstinteressierte/ Kunstmarkt: Galeristen, Agenten…) angepasst präsentieren. Empfehlenswert ist auch einen Newsletter mit Neuigkeiten und Ausstellungstermine zu etablieren oder Werbung in Form von Flyern, Postkarten, etc. vorzuhalten. Um seine Präsenz zu erhöhen und Kontakte zu knüpfen, lohnt es sich auch auf andere Ausstellungen oder Messen zu gehen. Überlegenswert ist es zudem, andere Präsentationsformen wie bspw. Performances zu überlegen, um einen höheren Bekanntheitsgrad und eine bessere Reichweite zu erlangen. Professionalität und Supportive Behavior sind weitere Eckpfeiler für erfolgreiche Ausstellungsbeteiligungen. Da man in den meisten Fällen auf Galeristen und andere Akteure angewiesen ist, sollte man zuverlässig und professionell mitarbeiten als auch freundlich sein, sodass auch künftige Aufträge durch eine positive Zusammenarbeit und Referenzen entstehen. Zudem sollte eine realistische Einschätzung über die eigenen Ressourcen erfolgen. Als Tipp wird zudem empfohlen, mit kleineren Ausstellungen anzufangen bzw. mit Projekten, die einfach zu realisieren sind und sich nach und nach hocharbeiten. So entstehen zunächst erste Meilensteine für die Vita und Kollaborationen, auf die künftig aufgebaut werden kann.

©michaelbennett.de



©michaelbennett.de

Wie komme ich beim Unternehmen an?

Moderation: André Batz, coopolis GmbH

Referenten: Dr. Armin Seitz (Moll Marzipan GmbH), Daniel Winter (Design Foundry), Giacomo Blume (Kreativagentur LAUTHALS)

v.l.n.r.: André Batz, Dr. Armin Seitz, Daniel Winter, Giacomo Blume | ©michaelbennett.de

In diesem Diskussionspanel ging es darum, wie Kreative bei Unternehmen ankommen. Denn oft hätten diese ein Vertriebsproblem. Das, was sie können, können sie gut. Allerdings fehle es manchmal an der richtigen Herangehensweise, sich zu präsentieren. Herr Dr. Armin Seitz, Geschäftsführer der Moll Marzipan GmbH, berichtet daher von den Do´s und Don’ts, die er bei der Arbeit mit Kreativen erlebt. Daniel Winter, Design Foundry und selbstständiger Grafik- und Webdesigner sowie Giacomo Blume von der Kreativagentur LAUTHALS vervollständigten das Panel.

Herr Dr. Seitz berichtete dann einführend von einem Telefonat, bei welchem jemand

ganz genau verstanden hätte, was das Unternehmen brauche, nämlich Mitarbeiter. Diese Person hatte dann angeboten, ein auf das Unternehmen zugeschnittenes Werbeprogramm auf den sozialen Netzwerken zu schalten. „Da kommen pro Tag 10 Kontakte rein. Ohne weiteres konnten wir mit 20 Leuten ernsthaftere Gespräche führen. Derjenige hat genau das analysiert, was die Firma braucht und genau getroffen, was wir suchen.“ Denn auf Xing und im Print würde man die Leute nicht mehr finden.

Anschließend ging Herr Seitz darauf ein, dass sie die Priorität hätten alles aus Neukölln zu beziehen, was sich aus Neukölln beziehen lässt. „Trauen Sie sich einfach. Kaltakquise ist das schlimmste. Wenn Sie 100-mal telefoniert haben, können Sie Kaltakquise“. André Batz bekräftigte dies aus seiner Beratungserfahrung. Dies habe auch damit zu tun, dass man sich nicht zu verstecken brauche. Herr Dr. Seitz ging dann darauf ein, dass auch Moll Marzipan 1860 ein kleines Start-Up gewesen war. Große Industrieunternehmen bräuchten den Input von außen, von den Kreativen, da sie weder die Ideen, Zeit oder Leute dafür hätten.

Danach ging es um die Preisgestaltung. Die Ausgangsfrage war, wie man ein Angebot richtig kalkuliert. Als Beispiel führte Herr Seitz an, dass Mittelstandsberatungen üblicherweise Tagessätze von 1000 € aufrufen. Würde man als Kreativer mit ähnlicher Leistung nur 250 € verlangen, passt das nicht. Wenn ein Geschäftsführer eines großen Unternehmens für eine Beratungsleistung also 1000 € Tagessatz auf den Tisch legen muss, denkt er, eine Leistung die nur 250 € Tagessatz kalkuliert KANN eigentlich gar nicht gut sein. Ein Teilnehmer bestätigt dies aus eigener Erfahrung: „Was nichts kostet, ist nichts wert“. Das Drücken der Preise für kreative Leistungen würde letztlich der ganzen Branche schaden. Abschließend ging es darum, dass man als Kreative:r am Anfang überhaupt erstmal gemeinsam mit dem Kunden herausarbeiten muss, was denn alles gewünscht ist. Durch die einzelnen Arbeitsschritte wird dadurch zusätzlich transparent, was alles geleistet werden muss. Hier mal eine Änderung, da mal ein Telefonat, „man muss auch dafür bezahlt werden. Mein Job ist es auch zu kommunizieren.“.

16:00 Uhr – Begrüßung Nachmittag

In Kooperation mit dem Unternehmensnetzwerk Neukölln-Südring (UNNS) richtete die Wirtschaftsförderung des Bezirksamts Neukölln gemeinsam mit dem Kreativnetz Neukölln (KNNK) im Rahmen des KreativKongress Neukölln 2022 das nachmittägliche Vernetzungstreffen aus. Für die Mitglieder des UNNS wurde ein abwechslungsreiches Programm gestaltet, was in dieser Dokumentation zusammengefasst ist. Nach einer Begrüßung und einem Einstiegspanel zu Neukölln als (Kreativ-)Wirtschaftsstandort folgte eine Präsentation von zwölf ausgewählten Kreativunternehmen im innovativen Pecha Kucha Format. Danach stellten sechs weitere Kreative ihre Arbeit in parallelen Miniworkshops dar. Abschließend folgte ein lockeres Get Together zum Vernetzen, Austauschen und Kennenlernen, welches durch DJ Bensh und das Musikduo *San Ima* musikalisch begleitet wurde.

Begrüßung durch Bezirksbürgermeister Martin Hikel. ©michaelbennett.de

Bezirksbürgermeister **Martin Hikel** begrüßte alle Teilnehmenden zum Kreativ-Kongress 2022. Er betonte dabei, wie froh er sei, dass sich alle mal wieder physisch sehen können. Gerade die lokale Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) habe diese Plattform zu Austausch und Vernetzung nach den letzten beiden Jahren Pandemie und Lockdown, die Gastronomie und Kultur in Mitleidenschaft gezogen hat, dringend nötig. Viele, die selbstständig sind, wurden nicht mehr gebucht – da waren Ängste und Probleme. Der Erfahrungsaustausch ist für Herrn Hikel von besonderer Bedeutung, wenn man bedenkt, welche Bilder, u.a. durch einen Zeitungsartikel von 1999 „Endstation Neukölln“, früher mit dem Bezirk assoziiert wurden. Doch Neukölln ist wesentlich mehr: Vor 15 Jahren habe man sich gefreut, dass eine Buchhandlung im Reuterkiez aufmachte, heute reden wir über die Eröffnung einer Hochschule an der Sonnenallee. Der Bezirk habe sich zum Positiven entwickelt, wozu die Kultur- und Kreativwirtschaft maßgeblich beigetragen habe. Ohne sie wäre man nicht so weit gekommen.

Stefanie Raab stellte anschließend die Branche Kultur- und Kreativwirtschaft mit ein paar einleitenden Worten vor: Mit ihren 12 Teilbranchen trug die KKW 2020 mit 94,6 Mrd. Euro zur Bruttowertschöpfung Deutschlands bei und liegt damit vor dem Maschinenbausektor, den Finanzdienstleistungen und der chemischen Industrie. 2020 waren rund 1,18 Mio. Personen im Bereich der KKW beschäftigt. Sie kenne nicht wenige Programmierer, die nachts noch in Clubs auflegen, nicht aus Not, sondern weil das eine das andere braucht. Mit ihrem Team von der coopolis gmbh – Planungsbüro für kooperative Stadtentwicklung – verantwortet Stefanie Raab für die Neuköllner Wirtschaftsförderung den creative support als Teil des BIWAQ-Projektes „Unternehmen Neukölln“, ein aus dem Förderprogramm Soziale Stadt gefördertes strategisches Projekt, welches Quartiersentwicklung und Arbeitsmarktförderung verbindet. Von umso mehr Potenzial berichtet Frau Raab daher für den Kongress: Hier sind nicht nur Personen aus der KKW anwesend, sondern auch mind. 50 Unternehmer:innen aus dem produzierenden Gewerbe vom UNNS. Unter dem Motto „*get connected*“ sollte der Kongress besonders dazu genutzt werden, gemeinsame Synergien und Projekte anzustoßen.

Herr **Clemens Mücke** hat als Leiter der Neuköllner Wirtschaftsförderung seit Ende der 1990er Jahre die Entwicklungen im Bezirk miterlebt. Damals hieß es „Herr Mücke, mach mal Wirtschaftsförderung, mach mal was draus!“. Das habe auch gut funktioniert, mit den Unternehmen aus der klassischen Wirtschaft – Erschließung, Neubau, erweitern, etc. Das Image des Bezirks sei jedoch stetig gesunken und gegen 2005 zu einem Tiefpunkt gekommen. Man habe nicht in Neukölln gewohnt, sondern „in der Nähe von Kreuzberg“. Dann kamen die Kreativen, die einen Imagewandel angestoßen haben. Heute veranstalten wir hier, wo wir auch den ersten Kongress organisiert haben, den inzwischen 5. KreativKongress in Kooperation mit dem produzierenden Gewerbe und der lokalen Ökonomie. Solch eine Vernetzung gibt es in anderen Bezirken nicht.

Als Vorsitzender des Unternehmensnetzwerkes Neukölln-Südring (UNNS) stellte **Dr. Armin Seitz** zunächst die Frage in den Raum, ob Kreative denn anders seien als etablierte, klassische Unternehmen? Nein, auch wenn Kreative vielleicht ein bisschen kleiner organisiert seien, riet er den Anwesenden, keine Angst vor Geld, Aufträgen oder Geschäften zu haben. Auch sie müssten unternehmerisch aktiv sein, Entscheidungen treffen und genauso von der Arbeit

leben, wie klassische Unternehmen auch. Moll Marzipan beispielsweise macht mit über 40 Mitgliedern im Unternehmensnetzwerk Geschäfte, man gebe sich Aufträge, weshalb die Vernetzung und Kooperation nur allen helfen kann.

Auch das Kreativnetz Neukölln (KNNK) begrüßte alle Teilnehmenden durch seinen Vorstand **Daniel Winter**. Er betonte, dass dieses Jahr zwei 10-jährige Jubiläen zu feiern seien. Zum einen feiert das KNNK das 10-jährige Bestehen, zum anderen habe man vor zehn Jahren bereits die erste gemeinsam Veranstaltung gemacht. Bei diesem Kongress solle es auch darum gehen, dass man die Berührungsangst zu „richtigen“ Unternehmern verliert und sich Kreative auch als Unternehmer:innen verstehen und nicht die Paradiesvögel sind, die „nur nebenher so etwas machen“.

16:30 Uhr – Get Up To Date: „Neukölln als (Kreativ-)Wirtschaftsstandort

v.l.n.r.: Clemens Mücke (Wirtschaftsförderung), Dr. Armin Seitz (Moll Marzipan), Stefanie Raab (coopolis, Moderation), Daniel Winter (KNNK), Martin Hikel (Bezirksbürgermeister Neukölln).

Herr Hikel, welche ökonomischen Herausforderungen und Chancen sehen Sie für die KKW und die klassische Wirtschaft?

„Ich glaube, gerade dieses Zusammenspiel zwischen Kultur, Wirtschaft und der klassischen Ökonomie ist eine unglaubliche Chance für den Bezirk. Denn die KKW hat nicht nur dafür gesorgt, mehr Kraft und Zug hierher zu bringen, sondern auch das Bild des Bezirks hat sich geändert. Er ist nun ein Magnet, ein Sehnsuchtsort, in dem man in Freiheit leben kann. Die KKW ist zum Oberbegriff für Freiheit geworden.“

Herr Dr. Seitz, die Kooperation im Bezirk ist die Geheimwaffe, um die vorhandene Vulnerabilität zu bewältigen. Welche Chancen der Zusammenarbeit sehen Sie im UNNS?

„In den letzten Jahren sind wir eigentlich mit Aufträgen zugeschüttet worden. Wir hatten viel zu tun, die Produktion läuft am vollen Rohr. Leider ist dabei einiges auf der Strecke geblieben: die Firmenwebseite beispielsweise. Denn ein Unternehmen ist mehr als nur Aufträge, es muss für etwas stehen. Hier brauchen wir Input von außen, gute Ideen, neue Prozesse. Das sind Dinge, die wir nur gemeinsam mit Kreativen entwickeln können.“

Daniel Winter, welche erfolgreichen Beispiele der Zusammenarbeit der KKW und der klassischen Unternehmen gibt es denn?

„Ich selbst bin als Kreativer in beiden Netzwerken tätig. Im UNNS wurde ich sofort mit offenen Armen empfangen und habe dort auch Aufträge gemacht und zusammengearbeitet. Beide Seiten können voneinander lernen, auch wenn man die Abläufe der anderen vielleicht nicht kennt. Doch durch die Vernetzung entsteht Wertschätzung – man ist auf Augenhöhe. Aber man muss sich erstmal sehen, um auf Augenhöhe sein zu können.“

Herr Mücke, was kann ich als Kreativer oder als Unternehmen vom Bezirk erwarten?

„Warme Worte, offene Ohren und Unterstützung bei jeder Tätigkeit, die sie in der Verwaltung umsetzen wollen. Wir wissen, wer die richtigen Ansprechpartner sind, wer zuständig ist und übersetzen ins Verwaltungsdeutsch. Die Corona-Krise hat die Selbstständigen und kleinen, inhabergeführten Läden, die keinen Steuerberater haben, mit solche einer Vehemenz getroffen, es war nahezu zum Verzweifeln. Da haben wir gemeinsam mit BIWAQ, coopolis und mpr gutzutun gehabt.“

Herr Hikel, aus Ihrer Perspektive, was ist die Vision für diesen Standort für die kommenden Jahre?

„Ein ganz konkreter Wunsch von mir wäre, wenn sich die KKW genauso im Neuköllner Süden zu Hause fühlen würde, wie sie es im Norden tut. Wenn sich dieser Spirit, die Kultur und die Kreativkraft nicht nur im Norden sichtbar macht, sondern auch im Süden sichtbar wird, die Attraktivität und Individualität zeigen kann, die diesen Bezirk ausmacht.“

©michaelbennett.de

17:00 Uhr – Get On Stage: Pecha Kucha

In kreativen und abwechslungsreichen 5-minütigen Kurzvorstellungen, den Pecha Kucha- Präsentationen, stellten sich 12 ausgewählte Akteur:innen der KKW vor. Dieser Programmpunkt spiegelte die Vielfalt der Branche in Neukölln wider. Kreative und Kulturschaffende bekamen Raum, ihre Expertise und diversen Angebote zu präsentieren. Neuköllner Unternehmen und andere Akteur:innen konnten sich so ein Bild über die zahlreichen und diversen Angebote von Kreativen und Kulturschaffenden in Neukölln machen.

Babett Köhler – Architekturfotografie

https://b-koe.de/

Als Architekturfotografin sind für Babett Köhler Raum, Licht, Farbe, Material- und Oberflächenbeschaffenheiten ihre Baustoffe. Für ihre vielfältigen Auftraggeber:innen, die nicht nur aus der Architektur, sondern auch u.a. auch aus der Gastronomie stammen können, erstellt sie professionelle Fotografien von Räumen. Dabei ist für sie jeder Ort, jeder Raum einzigartig. Ihr größter professioneller Anspruch an ihre fotografische Arbeit ist es, die Absicht der Personen zu erkennen, die einen Ort gestaltet haben, ohne durch zu dramatische Eigeninterpretationen die ursprüngliche Wirkung zu verfremden. Die Gesamtwirkung eines Raumes ist dabei ebenso bedeutsam wie einzelne Details, besondere Materialien und Lichtführung. Es wird mit vorhandenem Licht gearbeitet und die Räume werden nicht ausgeleuchtet. Deswegen ist ein großer Teil ihrer Arbeit auch Fotobearbeitung im Nachgang.

©michaelbennett.de

Bettina Wächter – Künstlerin

„Neukölln ist das Zentrum der Kunst – machen wir gemeinsam mehr daraus!“

http://www.bettinawaechter.de/

Bettina Wächter lebt und arbeitet als freischaffende Künstlerin im Reuterkiez, Neukölln. Ihre Werke umfassen großformatige Malerei auf Leinwand und transparente Arbeiten mit realen Lichtelementen sowie Beamerinstallationen. Ihre Gemälde zeigen Licht in leeren Räumen - Licht, was nichts meint, außerhalb seiner selbst. Die Malerin lehrt als Dozentin an der Europäischen Kunstakademie Trier. In ihren Vorträgen begeistert sie ihr Publikum für die Malerei und erzählt lebendig, warum Kunst für unsere Gesellschaft eigentlich so wichtig ist. Gerade in Neukölln als einem aufstrebenden Zentrum für Kunst und Kreativität, empfinden viele Menschen einen authentischen Zugang zur Kunst als zum Leben zugehörig. Als Kreativitätstrainerin coacht Bettina Wächter nicht nur kreativ Schaffende, sondern auch Führungskräfte, weil sie überzeugt ist, dass sich die Effizienz künstlerischen Denkens auf

zahlreiche Arbeitsbereiche übertragen lässt und dies die Agilität von Unternehmen stärkt. Die Zusammenarbeit von Künstler:innen mit der Wirtschaft wird mittlerweile von zahlreichen Unternehmen als gewinnbringend erkannt. Die Arbeiten von Bettina Wächter sind in zahlreichen öffentlichen und privaten Sammlungen zu finden. Die Künstlerin wird vertreten durch die Galerie Löhrl www.galerieloehrl.de

Giacomo Blume – Kreativagentur LAUTHALS GmbH

www.lauthals.berlin

©michaelbennett.de

Lauthals ist eine Kreativagentur mit Sitz in Berlin-Neukölln. Die Gründer:innen haben Kommunikationsdesign in Weimar studiert und hatten bei einem Uni-Projekt namens „Weltverbesser“ die Idee, eine Imagekampagne für *ugly fruits*, also hässliches Obst und Gemüse, zu entwerfen. Ziel der Kampagne war es, durch Werbung das Problem der Lebensmittelverschwendung zu benennen und gleichzeitig eine Lösung anzubieten. Mit *ugly fruits* gewann die Designer:innen 2013 beim Art Directors Club (ADC) in der Kategorie „Ganzheitliche Kommunikation” und gewannen an Medienpräsenz. Daraus entstanden auch verschiedene Kooperationen, u.a. mit dem WWF. Die Folge war, dass die Problematik Lebensmittelverschwendung mehr in den Fokus der Öffentlichkeit geriet. 2016 wurde aus *ugly fruits* schließlich die Firma Querfeld, welche „unperfektes“ Bio-Obst und -Gemüse vertreibt. Die Designer:innen von damals gründeten LAUTHALS und sind weiterhin fester Bestandteil der Querfeld-Familie. Ihre Kundschaft gewinnt die Kreativagentur LAUTHALS durch Medienpräsenz und Google. Neben Werbekampagnen bietet die Agentur auch Corporate Design, Präsentationen und Kommunikationsdesign an. Außerdem möchten sie Unternehmen in Berlin und vor allem in ihrer Nachbarschaft Neukölln durch ihre Arbeit sichtbar machen.

©michaelbennett.de

Ray Herlitz – Re:Aware

www.digital-detox.net

Wie sieht unsere Welt aus? Ray Herlitz verdeutlicht in seinem Vortrag, die allgegenwärtige Präsenz der Smartphones in unserem Alltag. In seinen Digital-Detox-Workshops schult er unseren Blick, dass Handys, Laptops und PCs uns nicht nur auf unserer Arbeit begleiten, sondern auch auf dem Weg zur Arbeit in der U-Bahn und im Privatleben. Durch die Covid19-Pandemie verstärkte sich dieser Trend. Viele Menschen haben verlernt, sich in die Augen zu schauen. In seinen Workshops möchte Ray Herlitz das Bewusstsein schulen, wann uns Digitalisierung – Smartphones, Laptops- im Alltag helfen und ab wann Digitalisierung schädlich sein kann. Eine digitale Entgiftung hilft gegen körperliche Erscheinungsfolgen wie Rückenproblem oder Sehnenscheidenentzündung, die durch unsere Arbeit am Schreibtisch und an Bildschirmen zu einer Volkskrankheit werden.

Theresa Grieben, Illustration

http://www.theresagrieben.com/site/
https://www.etsy.com/shop/TheresaGrieben
https://www.instagram.com/theresagrieben/

©michaelbennett.de

Die gebürtige Berlinerin verbindet ihre großen Leidenschaften Reisen und Illustration. Sie absolvierte ihren Master of Design in Neuseeland und begann dort illustrierten Karten zu erstellen. Ihr Masterabschlussarbeit ist eine Graphic Novel, eine illustrierte Geschichte über ihren Aufenthalt in Neuseeland. So hat sich ihr Stil herausgebildet: Es geht darum, irgendwohin zu reisen, Dinge zu entdecken und das zu tun, was sie liebt. Das hat sich natürlich für sie ergeben. Zurück in Berlin angekommen, widmet sie sich nun Berlin als Motiv und illustriert Landkarten von Berliner Bezirken. Für die Dauerausstellung *BerlinZEIT* im Märkischen Museum Berlin (Stadtmuseum Berlin) wurde sie beauftragt, eine große interaktive Berlin-Karte zu illustrieren. Die Karte empfängt jede:n Besucher:in gleich zu Beginn der Ausstellung und umfasst eine Fläche von 6 x 3 Metern. Auf ihr sind alle zentralen Berliner Bezirke und Sehenswürdigkeiten eingezeichnet. Theresa trägt immer ein Skizzenbuch mit sich und zeichnet mit Bleistift alle Orte, die sie interessant findet. Diese werden z.T. auf Instagram veröffentlicht. In ihrem Onlineshop bei Etsy verkauft sie außerdem illustrierte Panoramen, wie z.B. Waldpanoramen, in schwarz-weiß als Kunstdruck. Für solche Zeichnungen benötigt sie bis zu 15 Bleistifte. Außerdem verkauft sie in ihrem Onlineshop illustrierte Sehnsuchtsorte, an die sie gerne noch reisen möchte. Sie nimmt auch Aufträge für Magazine an und hat bspw. für *BBC World Histories Magazine* illustrierte Karten für eine Artikelreihe über Expeditionen erstellt. Theresa arbeitet in ihrem Atelier, der Galerie graumalerei in der Neuköllner Reuterstraße 82 (www.graumalerei.com)

Maria Bech, KAPiTAL

Künstlerkneipe // Imbiss // Salon // Public Space // Bar // Workshop // Künstlertalk
https://www.kapital.live/

Das KAPiTAL versteht sich als einen Ort für eine Gemeinschaft, einen Kunstort, eine Bar und als einen Verein. Berliner Schriftsteller:innen Performer:inner, Maler:innen, Musi-ker:innen, Installations-, Video- und Comic-Künstler:innen sind eingeladen, ihre Arbeiten im KAPiTAL zu präsentieren. Seit 2014 gab es dort mehr als 700 Vorträge von Künstler:innen aus der ganzen Welt. Insgesamt gibt es eine Kunstkollektion von 120 Kunststücken, die an der Bar des KAPiTALs hängen und wie eine Geschichte von dem Ort und den dort stattgefunden Künstlergesprächen ist. Zurzeit setzt sich das KAPiTAL mit dem neuen Modewort der Kunstwelt auseinander: NFT - Non Fungible Tokens. Diese neue digitale Technologie sollen mit Hilfe gemeinschaftlich kritisch untersucht werden. Zusammen mit den Künstler:innen der Sammlung werden NFT-Werke erstellt, welche in der virtuellen Galerie auf Mintbase zum Verkauf mit der

umweltfreundlichen Kryptowährung NEAR angeboten werden. Gemeinsam möchte das KAPiTAL den Hype um die Krypto-Kunst aus einem breiteren Blickwinkel betrachten und ihr Potenzial für die Berliner Künstlergemeinschaft erschließen.

Cathy Narriman, Flipped Job Market (FJM)

https://flipped-job-market.de/

©michaelbennett.de

Flipped-Job-Market (FJM) vermittelt Arbeit oder Mitarbeiter:innen an Arbeitgeber:innen. Dabei liegt der Fokus immer auf den Menschen: In Form von Interviews soll eine ehrliche Begegnung ermöglicht und mit Hilfe des FJM-Teams durch gezielte Fragen herausgearbeitet werden, welche Interessen der:die Arbeitsuchende hat. Denn: „Es geht nicht um den Job. Es geht um Dich. Du suchst Dir Deinen Job aus, nicht umgekehrt.“ Das FJM-Team hilft eine ganz persönliche Vision zu entwickeln und auf deren Grundlage zu zeigen, wie man ein mittels effektiver Techniken ein eigenes Netzwerk aufbaut. Denn durch Zufälle und Vernetzungen finden die meisten Menschen einen Job. Mit dem Serendipity-Ansatz möchte FJM Unternehmen, aber auch Arbeitsuchende helfen, neue Ideen zu entwickeln.

Daniel Winter, Design Foundry

https://www.design-foundry.de/start

©michaelbennett.de

Das Leistungsspektrum der Agentur Design Foundry umfasst alle Bereiche der Unternehmenskommunikation. Von der Entwicklung eines Namens und eines Logos über die Entwicklung der Gestaltungselemente bis hin zum Einsatz dieser in verschiedenen Medien. Des Weiteren wird der Webbereich angeboten. Design Foundry gestaltet hier nicht nur das Screendesign, sondern installiert auch Content-Management-Systeme und passt diese auf die Bedürfnisse des:der Auftraggebers:in an. Ausprobieren gehört dabei immer zum Produktdesign, doch viele Unternehmen kennen das nicht und denken, das erste Produkt sei auch das Endprodukt. Kommunikation und Konzeption nehmen immer viel Zeit und die Aufgabe des:der Designers:in ist es, den:die Auftraggeber:in mitzunehmen und herauszufinden, was diese:r möchte und wo ggf. Stärken liegen. Anhand von dem Beispiel Webdesign verdeutlicht Daniel, dass das Konzept erst stehen muss, bevor das Design kommt.

Jana Kleinemeier, Algonaut GmbH

https://algonaut.com/

Die Algonaut GmbH wendet ausgefeilte Methoden des maschinellen Lernens und der Statistik an, um die Entscheidungsprozesse in Unternehmen oder Institut zu verbessern, egal in welchem Bereich. Sie helfen, Daten in Wissen zu verwandeln und Potenziale in Daten zu sehen. Sie sind ein Team von Expert:innen aus den Bereichen Mathematik, Statistik, Data Science, Informatik und Wirtschaftswissenschaften, die eng mit Universitäten zusammenarbeiten, um immer auf dem neuesten Stand der Methoden des maschinellen Lernens zu sein. Für Algonaut ist Data Science ihre Leidenschaft, sie helfen Daten in bessere Geschäftsentscheidungen zu verwandeln. Dabei versuchen sie stets, langfristige Lösungen zu finden und streben eine dauerhafte Partnerschaft mit Unternehmen an.

©michaelbennett.de

©michaelbennett.de

Lucia Fischer, Künstlerin, art.works

https://www.lucia-fischer.com/

Lucia Fischer arbeitete einige Jahre in der Wirtschaft, bevor sie Kunst in Berlin studierte und nun als Künstlerin in Neukölln arbeitet. Sie gründete art.works und entwickelte eine Methode mit fließenden Farben. Sie lässt dabei die Farben bzw. das Material auf dem am Boden oder auf Böcken liegenden Bildträgern (Glas oder Leinwand) fließen. Ohne den Einsatz von Pinseln und überlasst es Lucia Fischer den Materialien, sich natürlich zu verteilen. Durch Schwenken und Unterlegen des Bildträgers bringt sie die Farbmasse in Bewegung. Farbliche Interaktionen und chemische Reaktionen von Farben sind daher wichtige Elemente ihrer Arbeit.Unter dem Label *art.works* wirkt sie künstlerisch für Unternehmen, Organisationen und Privatpersonen. Für die Firma Ververica GmbH/Alibaba Group interpretierte sie künstlerisch dessen Fusionsgeschichte mit fließenden CI-Farben auf Glas.

Gabor Bensch, DJ Bensh

www.greendjbike.com

©michaelbennett.de

Für den gebürtigen Berliner und DJ Gabor Bensch bedeutete der Lockdown während der Covid-19 Pandemie eine Zeit ohne Aufträge, wie für so viele Kreative und Kulturschaffende – die Bühnen waren zu. Also kam er auf die Idee, sich seine eigene Bühne zu bauen. Aufgrund seines nachhaltigen Lebensstils war es die naheliegendste Idee, ein Fahrrad zu bauen, mit dem er seine Bühne nach draußen überall hin mitnehmen kann. Mit Unterstützung einer Crowdfunding-Kampagne und verschiedenen Partner:innen wurde schließlich ein Lastenfahrrad als mobiles DJ-Set umgebaut, mit Lautsprechern, Mischpult und Photovoltaikmodulen. Das GREEN DJ BIKE ist somit eine nachhaltige und mobile Alternative, das sogar bei der EXPO in Dubai 2022 und anderen Festivals vorgestellt wurde.

Lea Waxenberger, fuchs+wald

https://fuchsundwald.de

https://www.emailcademy.de

Die Digitaldialog-Expert:innen von fuchs+wald gestalten aktive, wertschätzende und persönliche Kundenkommunika-tion für Unternehmen und Organisationen. Vor zwei Jahren gründete Christian Fuchs die GmbH. In ihrer Präsentation veranschaulichte Lea die E-Mail als zweitwichtigstes Instrument im Onlinemarketing. Daraufhin erklärte sie, weshalb E-Mails es schaffen, in Zeiten von Social Media relevant zu bleiben. Die Füchse sind daher eine Metapher für die Expertise der Firma, sich im digitalen Wald, im digitalen Dickicht zurechtzufinden. Der Wald steht außerdem für Nachhaltigkeit, da sich das Unternehmen aktiv dafür einsetzt und ihre eigenen Kanäle nutzt, um über ökologische Themen zu berichten. Dabei möchte fuchs+wald mit vielen sinnstiftenden Partner:innen zusammenarbeiten, wie z.B. dem Deutschen Roten Kreuz. Durch den gezielten Einsatz von Wissen und Ressourcen will das Team in der digitalen Kommunikation etwas bewirken und durch Empowerment mehr Menschen erreichen und Spenden generieren.

18:30 Uhr – Get Informed: Cross Innovation – Was? Warum? Wie?

Der Cross Innovation Ansatz eröffnet in der Zusammenarbeit mit der Kultur- und Kreativwirtschaft für Unternehmen in unterschiedlichen Branchen einen Perspektivwechsel, der neue, lösungsorientierte Prozesse anstößt. Durch das Blicken über den Tellerrand, ermöglicht branchen- und disziplinübergreifendes Arbeiten neue Herangehensweisen, wie z.B. im Design Thinking. Einen solchen Workshop führte das *UNNS* in Kooperation mit dem *KNNK*, und *creative support* mithilfe von *Getting There. Consulting* im Januar 2022 durch, von welchem Christian Mehner und Christian Schloh berichteten. Aber auch zahlreiche global player, wie Bosch oder IKEA wenden diese Methode an. Am kommenden Tag werden drei Design Sprints mit Kreativen stattfinden, eine Challenge durfte das UNNS formulieren.

v.l.n.r.: André Batz creative support, Christian Mehner UNNS, Christian Schloh KNNK, Stefanie Raab creative support ©michaelbennett.de

18:30 Uhr – Get Special: Erfolgreiche Konzepte

Akteur:innen der Kultur- und Kreativwirtschaft berichteten, wie sie arbeiten, ihre Angebote etablieren und welchen Mehrwert sie Unternehmen bieten. In kurzen Beiträgen werden spannende Einblicke in einen speziellen Arbeitsbereich gezeigt.

Britta Adler – Künstlerin | Kuratorin | Coach

www.brittaadler.de

Die Mission von Britta Adler ist es einerseits, Kreative zu befähigen, ihre Business Träume zu verwirklichen und andererseits Führungskräfte und Unternehmer:innen mit innovativen, kreativen und neurowissenschaftlich fundierten Techniken zu befähigen, ihre ambitionierten Ziele zu

erreichen. Sie diplomierte Psychologin tritt ein für mehr Diversität und verfügt u.a. über langjährige Expertise im internationalen Kunstmarkt.

Andrea Spormann – Flipped Job Market | Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

https://flipped-job-market.de/ | https://web.ecogood.org/de/

Andrea Spormann ist Marketing-Kommunikationswirtin und Business Development Managerin. Sie ist dem Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie sehr verbunden. Die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) ist ein Wirtschaftsmodell, das ein gutes Leben für alle auf einem gesunden Planeten, zu seinem primären Ziel und Zweck macht. Im Workshop wurde GWÖ-Bilanz vorgestellt, mit deren Hilfe Unternehmen für sich relevante Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Themen erkennen und systematisch bearbeiten können - und wie dabei von einer begleiteten peer-Gruppe im Austausch mit anderen Unternehmer:innen Potenziale und neue Lösungsansätze einfacher gefunden werden können.

Michael Bennett – Fotograf

https://www.michaelbennett.de/

Workshop „Portrait Corporate Reportage Food“

Michael Bennett ist freiberuflicher Fotograf. In seinem Beitrag erklärte Michael Bennett seine facettenreiche Arbeit von Reportagen, Dokumentationen, Portraitfotografie von Künstler:innen oder Schauspieler:innen, über Geschäftsfotografie wie Teamfotos oder Personen und Brands wie Wolfgang Joop bis hin zu Corporate Fotografie für Architekten, Universität der Künste oder ein französisches Bistro. Auf letzteres ist Michael Bennett spezialisiert. Er hat bereits mit zahlreichen unterschiedlichen Unternehmen zusammengearbeitet, wobei er auf jedes individuell eingeht und

die spezifischen Herausforderungen und Bedürfnisse mitbedenkt. Bei jedem Foto komme es darauf an, Emotionen über die Bilder zu transportieren und ein Gefühl zu dem Unternehmen oder der Person zu schaffen. Für ihn ist Fotografie nicht gleich Fotografie. Fotografie kann auch aus dem Moment heraus entstehen. Es ist jedoch immer wichtig eine Bildsprache zu finden und Spannungsmomente aufzubauen.

Marc Nikoleit – Artist | Content Creator | Coach

https://www.nikoleit.net/ | @Marc_Nicoleit

Mark Nikoleit ist freiberuflicher Solo-Entrepeneur, Performance-Künstler und insbesondere im Bereich Social Media und Community Management tätig. Hierfür analysiert er insbesondere die Strategieentwicklung für Content, erarbeitet Foto- und Videoproduktion und hat sich vor allem auf die Kommunikation von Kunst und Live-Events spezialisiert. Mark Nikoleit betont, dass für das einzelne Unternehmen immer andere Formate von Social Media und Internetpräsenz in Frage kommen. Dabei ist es immer entscheidend, inwiefern das Medium genutzt wird, welche Funktionen und Zielgruppen gewünscht sind. Hierbei berät und unterstützt Marc Nikoleit Unternehmen mit seinen langjährigen Erfahrungen rund um die Themen Social Media, Content Creation, Kommunikation und Marketing als auch die ganz eigenen Standorteigenschaften innerhalb Berlins.

Mark Micnik – micropsi industries | MIRAI KI - Roboter

www.micropsi-industries.com

Micropsi industries ist ein Neuköllner Startup-Unternehmen mit 45 Mitarbeiter:innen, das sich 2014 gegründet hat. Kernziel ist, Roboter zu entwickeln, die kreativ mit Problemen umgehen. Dabei geht um die Automatisierung von Prozessen, die bislang noch nicht automatisiert wurden. Dies erfordert neue Herangehensweisen. Der KI-Roboter ist kein herkömmlicher Industrieroboter. Die Maschine lernt anhand von Bewegungen, Algorithmen, Kameras, Controllern und Apps. Dem Roboter wird die Ausführung einer Aufgabe gezeigt, er schaut zu und lernt von dem, was ihm gezeigt wird – Imitation Learning. All dies bildet einen Datensatz, der in einer

Cloud hochgeladen wird, neu berechnet und zurückgegeben wird. Das System kann jederzeit für neue Aufgaben trainiert werden. Dem Roboter werden so menschliche Mechanismen beigebracht, wie bspw. die Hand-Auge-Koordination. Dies ist wichtig, um klassische Probleme kreativ zu lösen, indem mehr Dimensionen eingebunden werden. Um wettbewerbsfähig zu bleiben ist es wichtig, weiterzudenken und im eigenen Land auch unter Fachkräftemängel weiterhin gut produzieren und Dienstleistungen abbilden zu können. Der Einsatz eines solchen KI-Roboters ist in vielen Anwendungsfeldern möglich: Schuhe binden, Fensterfronten putzen, Kühlschrank-Produktion.

19:30 Uhr – Get Together

Abgerundet wurde der Abend durch ein lockeres Get Together mit Flying Buffet und musikalischer Begleitung des Musikduos San Ima und DjBensh.

Tag 2: 13:00 Uhr – Get Creative: Cross Innovation in Action

Der zweite Tag des KreativKongresses stand ganz unter dem Motto „Cross Innovation“ – und zwar nicht nur theoretisch! Es wurden konkrete Problemlösungen erarbeitet: Der Begriff Cross Innovation beschreibt die branchen- bzw. disziplinübergreifende Zusammenarbeit von Kreativschaffenden und bspw. Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe, Hightech-Branchen, der Gesundheits- oder Automobilwirtschaft. Daraus soll Innovation aus der kreativen Kombination von Know-How aus unterschiedlichen Branchen entstehen. Dafür wird gerne die Methode des Design Thinking gewählt, welche aus verschiedenen Phasen besteht, die hier simuliert werden. Solche Design Sprints können über mehrere Tage oder wie hier nur ein paar Stunden durchgeführt werden. Am zweiten Tag des Kreativkongresses wurden verschiedene, ausgewählte Akteur:innen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu drei Design Sprints eingeladen, bei welchen Herausforderungen aus verschiedenen Themenfeldern angegangen wurden: lokale Ökonomie, öffentliche Hand, Unternehmen aus dem Unternehmensnetzwerk Neukölln-Südring. In den drei parallelen Design Sprints wurden drei unterschiedliche Herausforderungen für A. lokale Ökonomie, B. die Öffentliche Hand und C. ein Unternehmen aus den Unternehmensnetzwerk Neukölln Südring besprochen und an Lösungen gearbeitet. Alle drei Gruppen durchliefen die folgende Agenda:

- 13:00 Einführung in die Methode
- 13:15 Vorstellung der Auftraggeber:innen und der Herausforderung, Erarbeitung der konkreten Frage
- 13:30 Gruppenarbeit, Aufteilung in zwei Gruppen mit jeweils drei Kreativen
    - 5 Minuten: erste Ideen – jede:r für sich
    - 10 Minuten: Vorstellung der ersten Ideen und gemeinsames Brainstorming
    - 5 Minuten: „Kill your Darlings“ – Einigung auf eine gemeinsame Idee
    - 10 Minuten: Konkretisieren der Idee
- 14:00 Vorstellung der Ideen, Rückfragen, Verbesserungen, Auswahl der Favoriten
- 14:20 Prototyping
- 15:10 Testing
- 15:20 Finalisierung

In Design Sprint A für die Lokale Ökonomie in Neukölln ging es um das Recruiting neuer Arbeitnehmer:innen. In Zeiten des Fachkräftemangels müssen gerade kleine und mittlere Unternehmen, neue und auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Wege finden, um dringend benötigte Arbeitskräfte für sich zu gewinnen. Gleichzeitig bietet sich so die Möglichkeit, das Unternehmen besser und individueller darzustellen. Als Challenge- Geberin war Lovis Schenkewitz vom Unternehmen Kindererde gGmbH anwesend, welches in Neukölln eine und in Berlin insgesamt sechs Kitas betreibt.

BERATUNGSERGEBNIS: Längerfristig sollte das Recruiting als eigenes Aufgabenfeld im Unternehmen besser verankert sein. Diese Lösung beansprucht jedoch viel Zeit. Kurzfristig könnte auch eine Agentur beauftragt werden, sich um das Recruiting zu kümmern. Vielversprechend klangen die ersten Ideen für eine Social Media Kampagne, die die digitale und auch die analoge Sichtbarkeit im Kiez erhöht. Dafür sind einige Vorarbeiten nötig: Die Leistungsbeschreibung sollte eine Zielgruppen-, Bedarfs- und Kiezanalyse beinhalten. Das konkrete Suchprofil und damit auch die richtige Reichweite ist der Schlüsselfaktor in einer erfolgreichen Social Media Werbekampagne. Analog könnte die Kita beispielsweise durch die Teilnahme an Kiezfesten etc. sichtbarer werden.

Im Design Sprint B für die Öffentliche Hand stellte der Verein „Freunde und Förderer Schloss Britz e. V.“. sein Anliegen vor: Ziel ist, neue und auch jüngere Mitglieder durch einen digitalen Auftritt zu gewinnen: „Uns gibt es digital gar nicht, deswegen sind wir heute hier“. Aktuell ist der digitale Auftritt des Vereins kaum vorhanden, es gibt nur eine E-Mail-Adresse und eine Erwähnung auf der Homepage des Schlosses Britz. Es gibt keine eigenständige Webseite, keine Informationen über Projekte, kein Logo des Vereins oder eine Präsenz in den Sozialen Medien. Gleichzeitig möchte der Verein die bestehende Struktur der Mitgliederschaft mitnehmen.

BERATUNGSERGEBNIS: Der Design Sprint brachte neue Ideen, u.a. zu Content, Imageverbesserung und Ansprache in Social Media. Er hat eine Basis für den Förderverein gelegt, um an einer zukünftigen Webseite zu arbeiten. Die Challenge- Geberin erhofft sich, dass sie durch die Ratschläge der kreativen Expert:innen die Mitglieder des Vereins nun überzeugen kann, sich für eine digitale Präsenz und deren Umsetzung zu öffnen. Zeitgleich wurde reflektiert, ob es an der Zeit sei, die alten Strukturen des Fördervereins weiter- und umzudenken. So wurde vorgeschlagen, noch einmal zu überdenken, wer die Zielgruppe des Vereins werden soll und wie sich das künftige Veranstaltungsprogramm im Ergebnis gestalten soll.

Im Design Sprint C „Produzierendes Gewerbe“ wurde in zwei Gruppen an Strategien für eine Kampagne für das Unternehmen Zapf Umzüge AG gearbeitet.

BERATUNGSERGEBNIS: Beim Thema Umzüge bietet es sich an, Geschichten zu erzählen – so wurden Storyboards für zwei kurze Filme entwickelt. Jeder Umzug ist sehr privat und einmalig, er bietet eine vielfältige Möglichkeit, zu erzählen, wie der Umzug abgelaufen ist. Hierbei lässt sich sehr gut darstellen, was Zapf an umfangreichen Dienstleistungen anbietet, was den Kund:innen alles abgenommen wird, sodass sie sich um nichts sorgen müssen, und was das Unternehmen besonders macht. Diese Geschichten können über alle Medien erzählt werden.

Die Design Sprints haben nicht nur Spaß gemacht, sondern es wurden viele kreative,

hilfreiche und konkrete Ideen entwickelt. Die Challenge- Geber:innen und Teilnehmende haben eine ausführliche Dokumentation der jeweiligen Beratungsergebnisse und alle Kontaktdaten der beteiligten Kreativen erhalten, so dass die Umsetzung der Ideen in der kommenden Zeit erfolgen kann.

FAZIT: Die Methode, Herausforderungen in einem multidisziplinären, kreativen Netzwerk anzugehen, hat sich als voller Erfolg erwiesen. Bei Bedarf können auch in der Zukunft Neuköllner Unternehmen mit ihren Herausforderungen von den vielfältigen kreativen Kompetenzen am Standort profitieren – der Creative support und das KNNK stehen gerne als Vermittler und Netzwerkskoordinator zur Verfügung!

16:30 – Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft Neukölln voran

Zum Abschluss des zweitägigen Kongresses wurde gemeinsam diskutiert, wie es mit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln weitergeht. Im partizipativem World-Café-Format wurde in drei Thementischen – zusammen mit Vertreter:innen aus der Politik, dem KNNK, und diversen etablierten Institutionen im Bezirk – über die untenstehenden Themen diskutiert. Dabei dokumentierten die Teilnehmenden ihre Ideen auf den Tischdecken und rotierten nach 20 Minuten zum nächsten Thementisch, sodass jede Person wenn sie wollte einmal an jedem Tisch saß.

- Raum für die Kultur- und Kreativwirtschaft
  Moderation: **Stefanie Raab**, coopolis gmbh
  Gast: **Jochen Biedermann**, Bezirksstadtrat, Leitung Stadtentwicklung, Umwelt und Verkehr

- Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation
  Moderation: **André Batz**, coopolis gmbh
  Gäste: **Christian Schloh** und **Daniel Winter**, Kreativnetz Neukölln e.V. KNNK

- Bezirke und QMs als Institutionen
  Moderation: **Ina Rathfelder**, mpr Unternehmensberatung & BIWAQ Teilprojekt 1
  Katharina Lotz, coopolis gmbh
  Gast: **Ngoc Dinh-Le**, Quartiersmanagement Donaustraße-Nord

Raum für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Für den ersten Thementisch wurden drei Leitfragen formuliert, die zur Diskussion anregen sollten. *Welche Räume braucht die Kultur und wie entwickeln wir kulturelle Orte? Wo sind wichtige kreative Räume in Neukölln und wie können wir sie erhalten? Welche Chancen und Risiken ergeben sich nach der Pandemie für die kreativen Orte in Neukölln?*

Die Diskussion drehte sich zunächst um ein erfolgreiches Beispiel der Raumaneignung und gelungene Raumnutzungskonzepte von anwesenden Teilnehmenden. Lenny Leiter, heute Betreiber des *workish* berichtete, wie er mehr oder weniger über Nacht zum Betreiber des Coworking Spaces in der Harzer Straße wurde, nachdem das *betahaus* am Standort Harzer Straße Insolvenz angemeldet hatte. Zwar habe man sich im Vergleich dazu verkleinert, aber es laufe sehr gut, da es in der Gegend kaum Alternativen gebe. Stefanie Raab ergänzte, dass Lenny zuvor beim creative support gelandet war und man gemeinsam den Business Plan erarbeitet und den Mietvertrag verhandelt hatte. Generell sei das Bedürfnis nach gemeinsamen Räumen in Neukölln sehr groß, es gebe viele Anfragen. Der neue Coworking Space schaffe nun ein wichtiges Stück kreative Infrastruktur, kreativen Raum in einer ansonsten etwas abgelegeneren Ecke des Bezirks.

Eine Teilnehmerin ergänzte, dass auch dieser Kongress ein wichtiger Raum für die KKW ist, ein Begegnungsraum. Ein anderer berichtete zudem, dass auch der öffentliche Raum bespielt werden müsse. In Mexiko-Stadt beispielsweise gebe es einen öffentlichen Garten für Kunst, Malerei und Skulpturen mit den entsprechenden rechtlichen Grundlagen dafür. Eine weitere Idee war, manche Orte anders zu nutzen, wenn diese leer stehen, wie das Hallenbad in der Glogauer Straße, welches im Sommer geschlossen ist. Hier könnte das Bad im Sommer für Kunst und Ausstellungen geöffnet werden. Daraufhin wurde das Konzept des KAPiTALs erläuterte, das Gastronomie eng mit Kunst und Kultur verbindet. Zusätzlich gibt es einen Untermietvertrag mit einem Café, sodass mehrere Existenzen in denselben Räumen funktionieren. Mehrfachnutzungen sind eine weitere gute Strategie, die Raumbedarfe vor Ort zu decken.

Flexibilität in den Köpfen sei wichtig, in Deutschland scheitere es oft an formalen Hürden, Versicherungen etc. „Wir müssen ein Mehrfachnutzungsmanagement entwickeln“, weg von Gewinnmaximierung und Profitdenken. Mehrere Teilnehmende erklärten daraufhin inwiefern gemeinwohlorientierte Raumnutzung und Geschäftsmodelle bereits gelebte Praxis sind: Da gibt es z.B. den *social raum* in der Jansastr. 12, der Platz für kreative Ideen ermöglicht und dabei sozial-nachhaltige und gemeinnützige Interessen verfolgt.

Auch Tina von *open tiny* hat in der Treptower Straße einen Raum geschaffen, der Vereinen oder auch Nachbarschaftsprojekten zur Verfügung gestellt werden kann. Dafür hat man es geschafft, mithilfe des Bezirksstadtrates und des Creative support, diesen Kiosk von der Deutschen Wohnen für zehn Jahre gegen Betriebskosten anzumieten. Ein weiterer Teilnehmer berichtete anschließend von seinem Projekt in Lichtenberg auf einer ehemaligen Fläche der Deutschen Bahn. Dort hätten sie Platz und Raum für Konzerte, Tage der offenen Tür oder auch Partys. Jedoch sei der organisatorische Aufwand ohne ein intelligentes Managementsystem einfach zu hoch.

Diese Konzepte zeigen, dass Mehrfachnutzungen und der kreative Umgang mit „Raumnot“ bereits fruchtbare Erfolge bringen. Ein Teilnehmer fand jedoch, dass

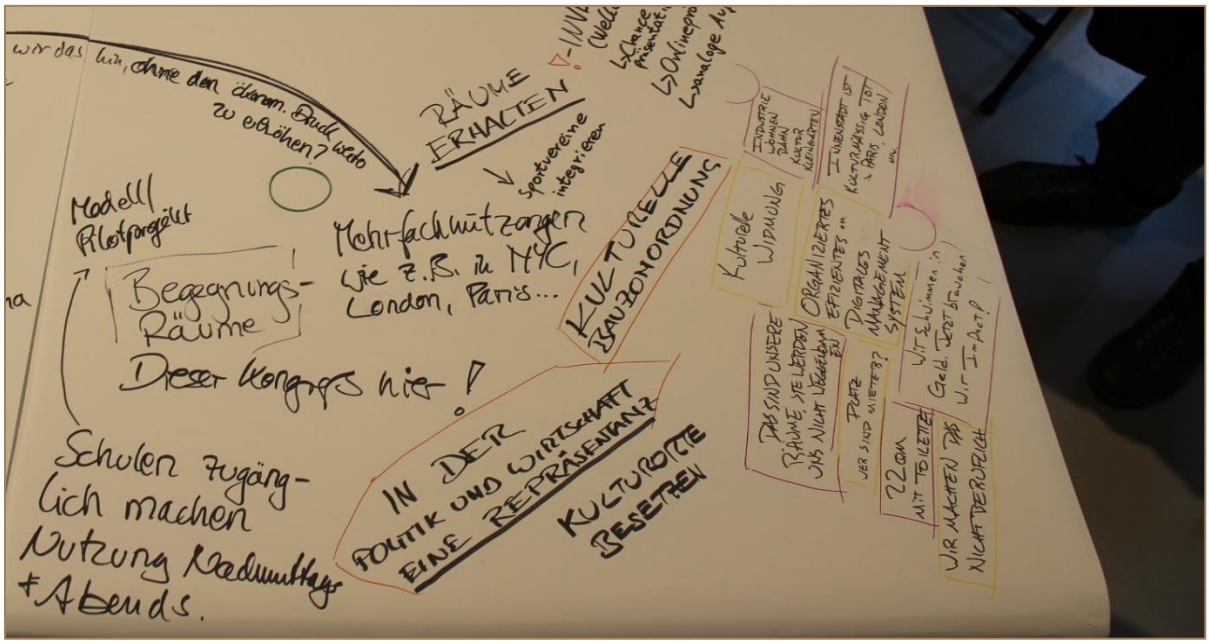
vermeintliche Mehrfachnutzungen nicht zielführend seien: *„Wir sind nicht New York oder Paris – zum Glück! Diese Städte sind kulturell tot! In Berlin geht es darum zu schützen, was da ist. Wir brauchen politische Repräsentanz und müssen für diese Räume kämpfen. Es kann nicht sein, dass wir uns damit beschäftigen, die Räume effizient zu nutzen. Das wünscht sich die Immobilienwirtschaft. Wir müssen mit breiter Brust auftreten – das sind unsere Räume, die uns nicht weggenommen werden sollen.“*

Dieser Beitrag führte zur Abschlussdiskussion, bei welcher baurechtliche Belange diskutiert wurden. An vielen Stellen würden die richtigen planungsrechtlichen Instrumente fehlen. Zwar gebe es Nischen und Best Practice Beispiele, jedoch seien dies mehr Ausnahme als Regel. Oft würden auch Baugenehmigungen eine Rolle im alten Leerstand spielen, sodass man lange auf eine Umnutzung warten muss.

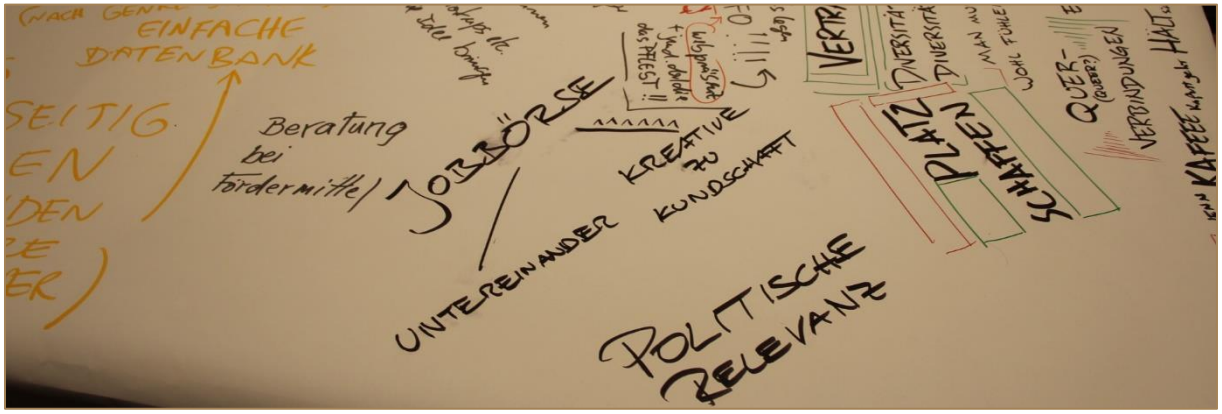
Jochen Biedermann fasste abschließend zusammen, dass er viel mitnehmen könne und viel diskutiert wurde, wo „Musik drinsteckt.“ Die positiven Beispiele hätten gezeigt, wie es eben doch gehen könne. Leider fehlen an der ein oder anderen Stelle die rechtlichen Möglichkeiten: „Gebt mir die richtigen Instrumente, ich nutze sie begeistert.“

Links zu den erwähnten Projekten:

- https://www.workish.berlin/
- Socialraum https://www.renataggmbh.de/
- https://opentiny.de/
- https://www.blo-ateliers.de



Selbstverwaltung, Vernetzung & Kooperation

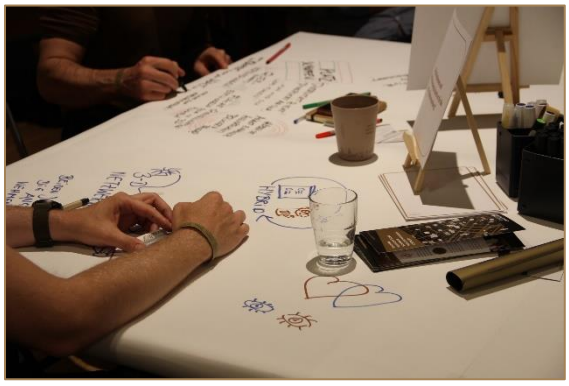


Der zweite Thementisch drehte sich um Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation der KKW und wurde von André Batz moderiert. Zu Gast waren Christian Schloh und Daniel Winter, die beide im Vorstand des Kreativnetzes Neukölln (KNNK) sind. Für die Diskussion wurden drei Leitfragen formuliert, deren Beantwortungen nicht trennscharf voneinander sind: *Wie können wir es schaffen, dass sich mehr Leute ins Netzwerk einbringen? Welche Plattformen und Kommunikationswege braucht es für die kreative Selbstverwaltung? Wie soll sich ein Netzwerk engagieren und was muss ein Netzwerk dafür leisten?*

Zunächst sei es wichtig, so viele Hürden wie möglich zu nehmen, sodass sich mehr Leute engagieren. Wenn man es schaffen würde, Ängste zwischen Kreativen und Unternehmen auf der einen Seite abzubauen und Brücken zwischen verschiedenen Interessensgruppen aufzubauen, könnten daraus fruchtbare Ideen, Projekte und Akquisen entstehen. Denn letzten Endes muss eine kreative Selbstverwaltung einen Mehrwert für die einzelnen Akteur:innen bringen.

Hierzu würde es zusätzlich helfen eine Art Jobbörse auf der KNNK-Webseite zu etablieren, bei welchem Jobs untereinander vergeben werden können, und zwar Jobs sowohl bei Endkunden (z.B. bei anderen Firmen) als auch Unterstützung und Kooperationen untereinander. Dort könnte man auch eine Cross-Innovation Agentur unterbringen, die sich bei Bedarf dann die Kreativen raussuchen. Mit solch einer Plattform könnte man sich als Neuköllner Kreativwirtschaft nicht nur vernetzen, sondern auch gut nach außen hin präsentieren. Diese Datenbank könnte somit mit

wenigen Klicks, z.B. nach Genre, Dienstleistung oder Ort sortiert werden. Mit einer guten Plattform wäre es dann daraus folgend auch einfacher, dem Netzwerk politische Relevanz einzuräumen und das Netzwerk selbst als Repräsentant und Interessensvertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln zu präsentieren.



Ein weiterer Punkt waren Veranstaltungen wie Branchentreffen, bei denen sich nicht nur ausgetauscht werden kann, sondern auch konkrete Coaching- und Beratungsbedarfe wie Vermarktung, Buchhaltung oder Fördermittel abgefragt werden können. Diese könnten jeden 1. z.B. Montag, Dienstag oder Mittwoch stattfinden und bei lockerer Atmosphäre und einem Bier die Leute zusammenbringen. Zusätzlich sollten Veranstaltungen für Unternehmen (Kunden) stattfinden, die eben jene Hürden und Ängste ab- und Brücken aufbauen, wie es am ersten Tag auf dem KreativKongress unter dem Motto „Get Connected“ beabsichtigt und auch erreicht wurde.

Die Gruppe diskutierte ebenfalls die Verknüpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit den Tourist:innen. Einerseits war die Idee einer Karte Neuköllns mit allen kulturellen und kreativen Orten sowie den Kreativen des Netzwerkes selbst in bspw. Hotels zu legen. Durch QR-Codes ließe sich dann direkt auf die jeweiligen Webseiten verweisen. Denn Tourist:innen sind potenzielle Kunden, besonders beim Kunsthandwerk und bildenden Künstler:innen.

Bezirke und QMs als Institutionen

Dieser Thementisch sollte zum Austausch zwischen dem Bezirk und den Akteur:innen dienen. Im Vorfeld wurden drei Leitfragen formuliert. *Welche Unterstützung brauchen Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft? Was wünscht sich die öffentliche Hand von den Akteur:innen? Was wünschen sich die Akteur:innen von der öffentlichen Hand? Wie kann eine Zusammenarbeit aussehen? Welche gemeinsamen Formate soll es geben?*

Auch in dieser Diskussionsrunde war der Mangel an Räumlichkeiten für Ateliers und die Bedrohung von bestehenden Räumen ein großes Thema. Es braucht weiterhin Kostengünstige oder kostenfreie Beratungen. Rechtliche Hilfen bei Gewerbemietverträgen fehlen für Kreative und Kultur Schaffende. Hier wünschen sich die Schaffenden mehr Unterstützung seitens des Bezirks. Als Vorschlag wurde die Mehrfachnutzung von Räumlichkeiten diskutiert. Neben der Raumfrage wurden Szenarien einer möglichen Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und der Kunst-, Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) debattiert. Durch den Kongress kamen die Teilnehmer:innen auf die Idee, dass Lehrgänge aus Sicht der Unternehmer:innen der kreativen Branche helfen würde, um ihre Produkte bspw. besser verkaufen zu können. Der Bezirk sollte außerdem die Nord-Süd-Vernetzung unterstützen.

Die öffentliche Hand könnte die Akteur:innen nicht nur finanziell besser unterstützen, sondern auch Förderanträge niederschwelliger und unkomplizierter gestalten. Fehlende Digitalisierung bei der Antragsstellung und „Bürokratendeutsch“ seien hinderlich und diskriminierend. Förderanträge in einfacher Sprache sparen nicht nur Nerven, sondern ermöglichen auch Nicht-Muttersprachler Anträge, ohne Unterstützung zu stellen. Eine Prozessvereinfachung

auf Behördenseite sei eine gewünschte Unterstützung. Viele Förderanträge seien zudem nicht für eine längere Zeitspanne geplant. Auch die Möglichkeit eines Schwarm-Förderantrages wurde diskutiert. Ein Teilnehmer erzählte, dass er für einige Förderanträge sich eine Woche freinehmen musste und so finanzielle Einbußen hatte. Auch das Thema der Wertschätzung wurde diskutiert. Die Arbeit der Künstler:innen wird oft materiell nicht wertgeschätzt, obwohl diese den Bezirk auch aufwertet.

Um die Akteur:innen besser unterstützen zu können, wünscht sich die öffentliche Hand eine bessere Sichtbarkeit lokaler Akteur:innen der KKW. Es müsse etwas wie eine Datenbank oder einen Datenpool geben, auf den man zurückgreifen könnte, um mögliche Aufträge zu verteilen oder bei Vernetzungen zu unterstützen. Um diese Sichtbarkeit gestalten zu können, seien Nachbarschaftsveranstaltungen eine gute Methode. Durch eine gute und enge Zusammenarbeit mit der Nachbarschaft, könnte auch die Diversität bei den Förderanträgen unterstützt werden, da in Neukölln viele Künstler:innen mit Migrationsgeschichte leben. Sogenannte Bloc-Partys, wie sie bspw. in New York stattfinden, könnten ein Anfang sein. Auch eine Jobbörse, speziell für die KKW seitens des Bezirks, sei eine potenzielle Unterstützung. Zudem könnte der Bezirk vorhandene Strukturen wie das KNNK nutzen, um lokale Unternehmen zu motivieren dort einzutreten. So könnte eine Vernetzung geschafft werden und mögliche Jobs entstehen. Regelmäßige Wirtschaftstreffen würden den Akteur:innen der KKW helfen, sich sichtbar zu machen – z.B. durch Pecha Kuchas.

18:00 Uhr – Get Going: Neukölln, wohin gehst du?

Abschließend kamen alle Teilnehmenden noch einmal zu einem Abschlussplenum zusammen. Nach zwei intensiven Workshoptagen sollten die Ergebnisse noch einmal gesammelt und zukünftige Handlungsfelder, Visionen und Projekte für die KKW am Standort Neukölln herausgearbeitet werden. Dabei konnte sich jeder im 1:2:4:all-Format beteiligen. Wie auch am ersten Tag sollten die Teilnehmenden zunächst in einer Minute für sich aufschreiben, was sie am liebsten 2025 über Neuköllns Kultur- und Kreativwirtschaft in der Zeitung lesen wollen. Darauf aufbauend dann zu zweit ihre Vision für den Kreativstandort Neukölln entwickeln. Im dritten Schritt bildeten jeweils zwei Zweiergruppen eine Vierergruppe, die aus den Visionen konkrete Projekte ableiteten, die Neukölln in den nächsten Jahren braucht. Abschließend wurden die Ergebnisse vor allen vorgestellt.

Folgende **Schlagzeilen** wollten die Teilnehmenden lesen:

Kreativ und einzigartig! Jedes Unternehmen in Neukölln hat eine eigene Galerie und zahlt in Kunstfonds ein!

Staatlich geförderte Atelierräume in Neukölln gesetzlich verankert!

„Wunder Neukölln“, Mieten sind seit Jahren stabil – Motor für Kunst und Kreativwirtschaft!

Neukölln, DER Standort für zeitgenössische Kunst in Deutschland. Im ehemaligen Problembezirk ist durch eine niedrigschwellige Förderlandschaft eine einzigartige Kunstwelt und diverse Kiezkultur entstanden!

Neukölln startet durch, die Kreativwirtschaft boomt!

Neukölln schafft Widmung „Kulturnutzung“

Folgende **Visionen** formulierten die Teilnehmenden für den Kreativstandort Neukölln:

Netzwerke stärken und mehr Räume für Kultur und Teilhabe

Geförderte Kunstprojekte und Gemeinwohl gehen Hand in Hand mit der Wirtschaft

Wichtigster Fokus ist der Support lokaler Künstler:innen in ihrer Diversität. Hierfür braucht es Studien und Gelder. Die Kunst soll mit nachhaltigem Tourismus die Stadt erlebbar machen.

Alle Künstler:innen haben Ateliers und Ausstellungsräume, alle haben Platz. Neukölln ist der Kreativstandort von Berlin. Wirtschaft ist Rückgrat und Touristeninfo ist

Jährliche Messe für Kunst und Design – Infrastrukturförderung – feste Stelle für beratende Personen

Neukölln wird vom Problembezirk zum diversen Kunst- und Kulturleuchtturm.

Aus den Visionen wurden dann konkrete **Projektideen** abgeleitet:

- Kunst- und Kulturstiftung Neukölln, Neuköllner Kunst- und Kulturcent
- Mehrsprachige Kunstworkshops
- Gut funktionierende Touristeninformation, Karte mit kulturellen Orten, Mitnutzung öffentlicher Institutionen für Kreative (z.B. Schulen nach Schulschluss)
- „Support your local artists“, Vernetzung von Unternehmen und Kreativen, 2 mal im Jahr Pecha Kucha und Party
- Creative Survey (Studie) zum Sichtbarmachen, Netzwerktreffen, creative week
- Zentrale Orte wie Künstler:innenhaus
- Kulturleuchtturm: ehemaliges Parkhaus wird umgebaut in Atelierhaus mit niedrigen Mieten, Kunst am Bau, 50 Läden und Werkstätten, 50 Kitaplätze, 50 Amtsstuben und 50 Firmen
- Amtsträger und Behördenmitarbeiter können sich im Kulturleuchtturm Kunst aussuchen, denn in jeder Amtsstube soll ein lokales Kunstwerk hängen.
- In jeder Kita soll ein:e Künstler:in sein, in jedem Laden soll man lokale Kunst kaufen können, jede Firma unterstützt eine:n Künstler:in

Facetten-Magazin Neukölln

Nach Abschluss der Ergebnispräsentationen bedankte sich das Team bei allen Teilnehmenden für die großartige Zusammenarbeit. Anschließend erfolgte ein gemütlicher Ausklang auf dem KINDL-Gelände.

ZEIG' MAL WAS DU KANNST

Alejandro Pardo
San Ima Music Duo
san.ima@gmx.net
DAS MACHE ICH
Live Musik (to remember who I am)
MEINE SCHWERPUNKTE
Medleys, Performance, Elegant Electronic
ICH MACHE DAS SEIT
2010
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Neue Leute kennenlernen
ICH MACHE DAS, WEIL
Leute und Musik zueinander bringen will
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
DJ-Set, eigene Anlage, gute Laune

Andrea Spormann
Flipped Job Market
flipped-job-market.de, andrea@flipped-job-market.de
DAS MACHE ICH
Arbeitswelt, Gemeinwohl
MEINE SCHWERPUNKTE
Gemeinwohl-Ökonomie
ICH MACHE DAS SEIT
2020
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Wirtschaft transformieren
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich mir ein gutes Leben für alle wünsche
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Gemeinwohl-Bilanzierung für Vertreter:innen in Peer-Gruppen

Anja Wrede
anja-wrede.de
DAS MACHE ICH
Ich entwickle Spiele – meistens ohne Strom
MEINE SCHWERPUNKTE
Kinderspiele/Spiele mit einfachem Zugang für Groß und Klein
ICH MACHE DAS SEIT
1995
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Wenn die Menschen gerne spielen!
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich bringe Menschen gerne in Begegnung
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Workshops, Vorträge

Assahli Alla
Rolling Barista
rolling-barista.de, info@rolling-barista.de
DAS MACHE ICH
Events angenehmer gestalten mit Kaffee
MEINE SCHWERPUNKTE
Events, Catering, Speciality Coffee
ICH MACHE DAS SEIT
2016
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Kaffe macht (fast) alle glücklich
ICH MACHE DAS, WEIL
Kaffe meine Passion ist
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Besucht uns im Café Kapital und unterstützt damit die Kreativsten in Neukölln

Babett Köhler
Architekturfotografie
b-koe.de, b@b-koe.de
DAS MACHE ICH
Architekturfotografie
MEINE SCHWERPUNKTE
Innenarchitektur, Räume
ICH MACHE DAS SEIT
2018
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Farbe, Licht, Material in Interaktion mit dem Raum
ICH MACHE DAS, WEIL
Es immer anders ist, es meine Kreativität fordert, es meditativ ist
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Fotos von Orten jeder Art, Prints von freien Arbeiten im Bereich künstlerische Fotografie

Britta Adler
artist.evolver
artistevolver.com
DAS MACHE ICH
Coaching
MEINE SCHWERPUNKTE
Ich helfe Künstler:innen ihre Träume zu verwirklichen
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Ich kuriere Ausstellungen (arte-veni.de), Ich bin Künstlerin (brittaadler.de)

Britta Adler
Dipl. Psych. und Coach
brittaadler.de
DAS MACHE ICH
Coaching für Führungskräfte

MEINE SCHWERPUNKTE
Neurowissenschaftlich fundierte Techniken, intuitive Intelligenz
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Ich liebe es, wenn der/die Coachee entdeckt, wie es doch gehen kann.

Britta Thiemann-Kurz
Agentur für Arbeit Berlin Süd
britta.thiemann-kurz@arbeitsagentur.de
DAS MACHE ICH
Unternehmen beraten
MEINE SCHWERPUNKTE
Start-Up-Beratung zu Personalthemen und -führung
ICH MACHE DAS SEIT
2016
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Neue Menschen kennenlernen und begleiten
ICH MACHE DAS, WEIL
Hilfe zur Selbsthilfe zum Erfolg auch in kleinen Schritten
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Entwicklung erleben

Britta Tomlik
TERTIA Berufsförderung
tertia.de, britta.tomlik@tertia.de
DAS MACHE ICH
Wir bringen Menschen wieder in Arbeit
MEINE SCHWERPUNKTE
Arbeit, Bildung, Coaching im Auftrag der Agentur für Arbeit und Jobcenter
ICH MACHE DAS SEIT
Vielen Jahren
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Sinn, Menschen zum Erfolge begleiten
ICH MACHE DAS, WEIL
Es richtig ist
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Kreativworkshop (grow.training GbR, erfolg@britta-tomlik.de), Führung, Salestraining, Teamfindung

Christin Hennig
Custom-Art-and-Design
info@custom-arts-and-design.rocks
DAS MACHE ICH
Schwarz-weiße Malerei, Wandgestaltung im Innen- und Außenbereich, Tier- und Landschaftsmalerei, Modellbau, Relief
MEINE SCHWERPUNKTE
Schwarz-weiße Malerei, Wandgestaltung
ICH MACHE DAS SEIT
Juni 2021, selbständig seit September
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Es ist für mich die Arbeit, die Sinn ergibt. Ich kann anderen einen konstruktiven Umgang mit BPS zeigen
ICH MACHE DAS, WEIL
das die Art ist, wie sich „Geld verdienen" richtig anfühlt, und weil ich Personen mit der Borderlinestörung Mut machen will
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Illustration, Aquarell, künstlerischer und technischer Modellbau, Portrait

Christoph Premstaller
Kunst (Malerei, Zeichnung, Digital)
christophpremstaller@web.de
DAS MACHE ICH
Bildende Kunst
MEINE SCHWERPUNKTE
Malerei, Zeichnung, Digitale Grafik
ICH MACHE DAS SEIT
Ganzes Leben
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Es ist immer jede Situation (jeder Prozess) neu
ICH MACHE DAS, WEIL
Es das interessantere ist – im Bezug zur Welt und zum Verständnis
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Gespräche über meine Arbeiten (Erklärungen, Fragen etc.)

Daniel Winter
Design Foundry
design-foundry.de, d.winter@design-foundry.de
DAS MACHE ICH
Grafik Design, Webseiten Design/Programmierung
MEINE SCHWERPUNKTE
Corporate Design, Logos, Flyer, Poster, Magazine, Geschäftsberichte/ -ausstattung, CMS (Contao)
ICH MACHE DAS SEIT
2011
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Abwechslung, kreativer Prozess, Neues lernen
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich gerne (zusammen mit den Kund:innen) herausarbeite, was die ideale Lösung für die Herausforderungen ist
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Cloud-Systeme (Nextcloud), Netzwerkarbeit (KNNK)

Dennis Jeschke
dennis.jeschke2285@web.de
DAS MACHE ICH
Bildende Kunst, Grafik, Malerei, Skulptur, Lyrik
MEINE SCHWERPUNKTE
Gemälde, Kollagen
ICH MACHE DAS SEIT
30 Jahren
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Dass es andere inspiriert
ICH MACHE DAS, WEIL
Es aus mir heraus will

Eva Kiltz
e.kiltz@gmx.net, threenuts.org
DAS MACHE ICH
Texte, Konzepte, Strategie für Kultur- und Kreativwirtschaft, Politik
ICH MACHE DAS SEIT
2016
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Recherche und denken
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich die Strukturen zum Tanzen bringen kann/will
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Moderation, Finanzmanagement, Trost

Giacomo Blume
Kreativagentur LAUTHALS GmbH
lauthals.berlin, giacomo@lauthals.berlin
DAS MACHE ICH
Kampagnen-Entwicklung, Corporate Design
MEINE SCHWERPUNKTE
Grafikdesign, Text, Layout, Konzept und Beratung
ICH MACHE DAS SEIT
2013
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Abwechslungsreichtum, Impact, Sinnhaftigkeit
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich gerne Projekte realisiere, die gesehen werden
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Medienschaltung, Werbemittel, Social-Media-Posts, PDFs, Broschüren, Flyer etc.

Hans Schumacher
Projektgrafik
projektgrafik.de
DAS MACHE ICH
Grafik- und Webdesign, Illustration
MEINE SCHWERPUNKTE
Editorial- und Corporate Design
ICH MACHE DAS SEIT
1988
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Gute Gestaltung und den Weg dahin; die (relative) Freiheit, mir aussuchen zu können, was und für wen ich arbeite
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich gerne zeichne, layoute, produziere und versuche, Probleme zu lösen
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Illustration für Technik und didaktische Medien, Infografik

Ilker Kahlo Eraslan
Videoproduktion, ilkerkahlo.de
DAS MACHE ICH
Filme
MEINE SCHWERPUNKTE
Imagefilme, Social Media Filme, Tutorials, Dokumentationen
ICH MACHE DAS SEIT
ca. 20 Jahre (3 Jahre in Berlin)
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Kreatives Umsetzen
ICH MACHE DAS, WEIL
Es meine Leidenschaft ist
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
(Bald) Virtual Reality Videoproduktion; Ich habe eine Gruppe auf Meetup „Artits and Creatives Berlin", Treffen alle zwei Wochen, Anmeldung: ilkereraslam@gmail.com

Ismael Duá
KAPiTAL
kapital.live, ismael.tv
DAS MACHE ICH
Artist Talks
MEINE SCHWERPUNKTE
Cultural Research
ICH MACHE DAS SEIT
2014
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Learning and sharing
ICH MACHE DAS, WEIL
Intellectual Hospitality

Katrin Hauser
Kommunikationsdesign, selbständig
katrin-hauser@gmx.de
DAS MACHE ICH
Grafikdesign, Projektmanagement, Produktionsbetreuung
ICH MACHE DAS SEIT
Seit 20 Jahren
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Abwechslungsreich
ICH MACHE DAS, WEIL
Es sich so ergeben hat
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Mustergestaltung z.B. für Tapeten, Stoffe

Kim Huber
I-AM.KIM
hello@i-am.kim
DAS MACHE ICH
Design, Yoga, Art
ICH MACHE DAS SEIT
2011
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Diversität
ICH MACHE DAS, WEIL
Aus Leidenschaft
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Co-Working (Space), Workshops nach Absprache

Lena Köhn
Diabloqueen, Vola
diaboloqueen.com, info@diaboloqueen.com, volastageart.com
DAS MACHE ICH
Artistik Performance, Gala, Event und Projektleitung
MEINE SCHWERPUNKTE
Auftritte als Künstlerin, Organisation, Produktion mit ukrainischen Künstler:innen
ICH MACHE DAS SEIT
2000 (Artistin), 2020 (Projektleitung)
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Menschen begeistern und inspirieren, Präsenz
ICH MACHE DAS, WEIL
Freude verbreiten
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Lampenfiebercoaching

Lucia Fischer
Künstlerin, art.works
lucia-fischer.de, info@lucia-fischer.de
DAS MACHE ICH
Malerei auf Glas mit fließenden Farben, Corporate Identitiy-Farben auf Glas und vor Licht
MEINE SCHWERPUNKTE
Freie Künstlerische Arbeiten, Auftragsarbeiten (art.works)

ICH MACHE DAS SEIT
Kunst seit 2002, Auftragsarbeiten seit 2019
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Ich liebe Farben, Komposition, Harmonie, Einmaligkeit
ICH MACHE DAS, WEIL
Mich die wortlose Kraft der Malerei fasziniert, die durch neue Räume und Bezüge immer wieder anders ihre Form findet
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Werke entstehen in den Räumen der Auftraggeber mit Einblickmöglichkeiten für Mitarbeiter oder Interessierte.

Marvin Westkämper
Momentum Motion
sport.marvin.fitness
DAS MACHE ICH
Ich helfe Menschen (z.B. Führungskräften), einen schmerzfreien und athletischen Körper aufzubauen.
MEINE SCHWERPUNKTE
Mentaltraining, Athletiktraining, Sportmassage
ICH MACHE DAS SEIT
Seit 2014, seit 2019 selbständig
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Akute Probleme der Menschen in kurzer Zeit zu lösen
ICH MACHE DAS, WEIL
Schnelle und unkomplizierte Lösungen vorhanden sind
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Firmenfitness, Netzwerktreffen

Morris Perry und Philip Marcel
Spotlight Talent e.V.
spotlighttalent.de, contact@spotlighttalent.de
DAS MACHE ICH
Shows, Events, Live Musik, Talent fördern, Performance Arts
MEINE SCHWERPUNKTE
Live Musik, Open Air (Marktbühne Neukölln), Fujiama Night Club Show (Heimathafen Neukölln)
ICH MACHE DAS SEIT
2013
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Empowerment – Let people shine; neue Orte für Kunst fördern
ICH MACHE DAS, WEIL
Menschen zu inspirieren – Inspire people
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Darstellende Kunst und Kultur, Bildung in der Gesellschaft verankern, Frieden durch Freundschaft und Empathie stärken, Workshops-Coaching for Artists/ Promotion/Art Direction für Artists, Dienstleister für Festorganisation/Events, Firmenpräsent, Live-Bühne

Ray Herlitz
RE:AWARE
rayherlitz@posteo.de
DAS MACHE ICH
Beratung und Workshops für Teams
MEINE SCHWERPUNKTE
Digital Detox Workshops
ICH MACHE DAS SEIT
2022
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Jede:r nimmt etwas Positives mit
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich glaube, dass es für jede:n gut ist
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Wochenendseminare, einwöchige Retreats, Einzelcoachings

Rosa Hirn
rosahirn.de, info@rosahirn.de
DAS MACHE ICH
Creative AR Developer
MEINE SCHWERPUNKTE
Augmented Reality For Social Media
ICH MACHE DAS SEIT
2020
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Technische Herausforderungen und Kreativität
ICH MACHE DAS, WEIL
Schmuckdesign -> Pandemie -> Digital
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Digital, Handwerk, Schmuck

Sonya Landoulsi-Wegner
Expert Counsellor, Resilience-Coach
landoulsi@gmx.com
DAS MACHE ICH
Ich berate vor und nach Auslandsaufenthalten
MEINE SCHWERPUNKTE
Resilienz-Stärkung
ICH MACHE DAS SEIT
Seit 20 Jahren ehrenamtlich, jetzt freiberuflich
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Ich helfe Menschen in Phasen des Übergangs
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich selbst lange im Ausland gelebt habe
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Netzwerken, Freiwilligen-Management, Juristisches Fachwissen für Vereine (Dipl.-Juristin)

Stepan Altrichter
stepan.altrichter@gmail.com
DAS MACHE ICH
Geschichten erzählen und Probleme lösen
MEINE SCHWERPUNKTE
Film, Drehbuch, Imagekampagne, Coaching
ICH MACHE DAS SEIT
2002
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Menschen und ihre Geschichten
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Ich entwickle deine Geschichte oder löse dein persönliches Problem

Tanja Dickert
AHOJ! Souvenirmanufaktur
ahoj@gmx.net
DAS MACHE ICH
Souvenirs made in Neukölln
MEINE SCHWERPUNKTE
Tourismus in Neukölln
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Alles

ICH MACHE DAS, WEIL
Es Spaß macht
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Freelancing Tourismus, Kultur, Umwelt

Tanja Klauck und Katrin Binder
Flusslauf Grafikdesign
flusslauf-grafik.de, info@flusslauf-grafik.de
DAS MACHE ICH
Grafikdesign
MEINE SCHWERPUNKTE
Printdesign (Plakate, Flyer, Jahresberichte, Broschüren, Kataloge, Verpackungsdesign, Corporate Design etc.
ICH MACHE DAS SEIT
2006, Gründung Flusslauf Grafikdesign GmbH 2020
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Den kreativen Prozess, Zusammenarbeit und Austausch unter uns, Selbstbestimmung, glückliche Kunden
ICH MACHE DAS, WEIL
es uns richtig viel Spaß und Freude macht, und wir es als sehr bereichernd empfinden
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Websites

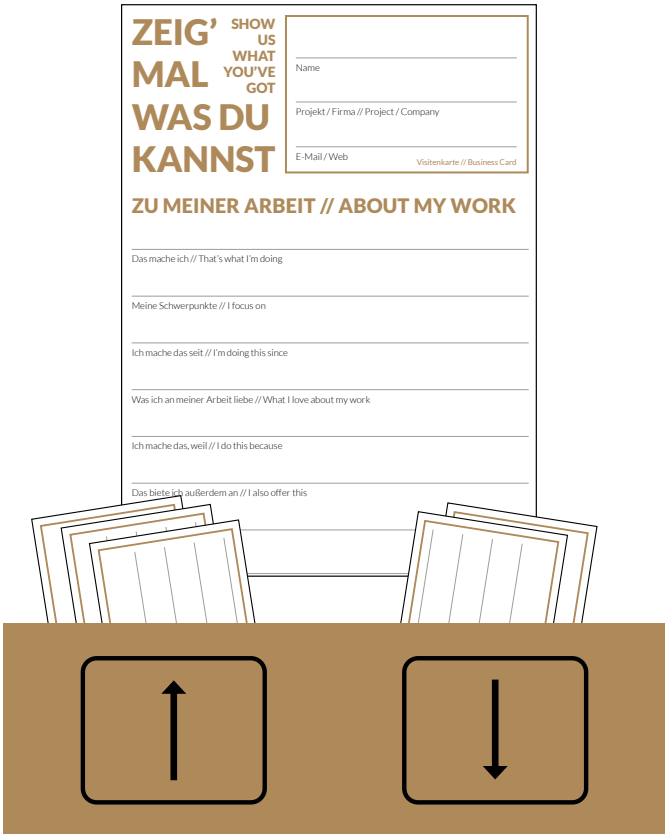
Teresa Gualtieri
MU-TA, teresagualtieri@yahoo.it
DAS MACHE ICH
Upcycling, Kunst-Handwerk, Handarbeit
MEINE SCHWERPUNKTE
Häkeln, Reste, Von alt zu neu und anders
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Kreativprozess, Transformation, Die Herausforderung und das Unerwartete
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich glaube an die Transformation
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Workshops, Textilupcycling, Re-Use

Theresa Grieben
Theresa Grieben Illustration
theresagrieben.com
DAS MACHE ICH
Illustration
MEINE SCHWERPUNKTE
Illustrierte Landkarten, freie Illustration
ICH MACHE DAS SEIT
2014
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Alles
ICH MACHE DAS, WEIL
Ich es liebe
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Panorama-Zeichnungen (Natur, urbane Motive); meinen Online-Shop für Kunstdrucke und Postkarten theresagrieben.etsy.com

Yichi Tsao
cvvl.earth, yidi@tsaoyidi.com
DAS MACHE ICH
Redistributing the future through storytelling in immersive experience
MEINE SCHWERPUNKTE
Visual and multisensory storytelling, collaborative narrative
ICH MACHE DAS SEIT
2012
WAS ICH AN MEINER ARBEIT LIEBE
Maximalist genre mixer for a better future imagination
ICH MACHE DAS, WEIL
Our vision defines our future
DAS BIETE ICH AUSSERDEM AN
Perspective shift

KREATIVKONGRESS NEUKÖLLN 2022

GET CONNECTED



WWW.UNTERNEHMEN-NEUKOELLN.NET
WWW.KNNK.ORG

WAS ICH SUCHE UND BRAUCHE

Anaís Furtado
San Ima Music Duo
sinima.net, san.ima@gmx.net
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Orte, um Musik zu spielen, Events, Projektideen; Wo wir spielen und kooperieren können
PROJEKTIDEE
Wir wollen mit unserer Anlage in Parks und auf dem Tempelhofes Feld spielen
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Weniger Bürokratie, mehr Support für Live-Musik
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Kreative Projekte, Straßenfeste, Märkte, etwas Neues
DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN
Support für Live-Künstler:innen, Frauenprojekte
WÜNSCHE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
Mehr für die kleinen Fische, weniger Bürokratie

Armin Seitz
Moll Marzipan GmbH
moll-marzipan.de, seitz@moll-marzipan.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Mitarbeiter Produktion, Azubis Produktion, Fachkraft für Lebensmitteltechnik, Partnern der Marzipan- und Nussproduktion
PROJEKTIDEE
Ausbildung

Axel Krumrey
Zapf Umzüge
zapf.de, akrumrey@zapf.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Yoomla Programmierer:in, Betreuung und Weiterentwicklung der Webseite

Britta Adler
Kuratorin
brittaadler.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Künstler:innen und Kollaborateure
PROJEKTIDEE
Ausstellungen (arte-veni.de)

Christin Hennig
Custom-Art-and-Design
dustom-art-and-design.rocks, info@custom-art-and-design.rocks
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Auftraggeber und auch Galerien; sowohl Auftragsarbeiten als auch längere Zusammenarbeiten
PROJEKTIDEE
Malerische Gestaltung in öffentlichen und privaten Einrichtungen; Illustrationen, Auftragsmalerei, malerische Gestaltung in Bereichen wo Fotos durch Datenschutz nicht mehr möglich sind
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Firmen, Privatpersonen, Kunstliebhaber
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Handwerksunternehmen, Bildungseinrichtungen, Webdesigner

Christoph Premstaller
Bildende Kunst
christophpremstaller@web.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Möglichkeiten, auszustellen, z.B. Projektraum, Galerie
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Leute, die Kunst kaufen
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Ähnlich gesinnte Künstler:innen, Kunstinteressierte
DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN
Bessere Finanzen und ruhiger Arbeitsraum
WÜNSCHE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
Mehr Ankäufe durch kommunale Institutionen (Bezirke, Stadt)

Eva Kiltz
e.kiltz@gmx.net, threenuts.org
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Ein Netzwerk von Kreativen und Unternehmer:innen für Austausch, Experimente, Projekte
PROJEKTIDEE
Kreative Projektentwicklungsgenossenschaft
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Mehr solche Querschläger wir mich
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Supervision, Digital Officers
DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN
Kreativ-Slack
WÜNSCHE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
Faire Honorare, KSK für alle

Giacomo Blume
Kreativagentur LAUTHALS GmbH
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Web-Entwickler, Illustratoren, Experten für animierte HTML-5-Anzeigen
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Mediendesigner

Josie Müller
Berlin Fashion Tours
berlinfashiontours.com, info@berlinfashiontours.com
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Event und Tourismus Organisation, Ansprech- und Kooperationspartner für Reisende/Tourismus/Event-Partner
PROJEKTIDEE
Erlebe Berlin anhand der vielfältigen, lokalen und nachhaltigen Mode, Event/Reisegruppen Programm; Shoppingtour durch Neukölln, Entdecke lokale/nachhaltige Shops
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Kooperationspartner in Neukölln für Mode

Kim Huber
I-AM.KIM
hello@i-am.kim
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Partner für Social Media, Buchhaltung
PROJEKTIDEE
Mini-Yoga-Studio, Co-Working
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Beratung

Lena Köhn
Artistin und Projektleitung
diaboloqueen.com, info@diaboloqueen.com, volastageart.com
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH Sponsoren für eine artistische Familienshow mit uk-rainischen Künstler:innen; 3-monatiges Programm im Zirkuszelt im Estrel, Unterstützung von Sponsoren gewünscht
PROJEKTIDEE
Märchenshow mit geflüchteten Künstler:innen
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Berliner Unternehmen, Gegenleistung: Werbung im Rahmen unserer Publicity

Michael Bennet
Fotograf
fotografie@michaelbennett.de
PROJEKTIDEE
Portrait, Corporate, Reportage
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Unternehmen, Selbständige

Morris Perry und Philip Marcel
Spotlight Talent e.V.
spotlighttalent.de, contact@spotlighttalent.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Proberäume, Auftraggeber:innen, Förder:innen, ehrenamtliche Unterstützer:innen
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Produktionsort für Talentförderung
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Berliner und internationale Unternehmen, Gastronomie, Messen
DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN
Unterstützung bei Büroarbeit/PR/ÖA
WÜNSCHE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
Konkrete Modelle neuer Kooperationen zwischen Wirtschaft und Kunst, mehr Kontaktbörsen/Salons

Ngoc Dinh-Le
Quartiersmanagement Donaustraße Nord
donaustrasse-nord.de, info@qm-donaustrasse.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Kreative Menschen, die Workshops zu Grafik Design für Anwohnende anbieten, z.b. malen, Filme drehen mit Kindern/Anwohnenden; offen für Neues und kreative Ideen; meldet euch bei uns mit Vorschlägen insb. hinsichtlich der Zusammenarbeit mit Menschen (Bewohner:innen) aus dem Kiez

Ray Herlitz
RE:AWARE
digital-detox.net, rayherlitz@posteo.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Teams, die eine gute Balance ihres digitalen Alltags suchen; Fokus auf die digitalen Tools, die Sinn ergeben
PROJEKTIDEE
Digital Detox Workshops
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Kontakte im HR Bereich
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Jede Art von Arbeitsteam
DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN
Eine breite Kundschaft

Sebastian Romero
rewilding.berlin, sebastian.romero@posteo.de
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Urbane Wildnis-Neugierde
PROJEKTIDEE
Verein zur nachhaltigen pädagogischen Nutzung von Stadtnatur, Kinder von 1 bis 100 Jahre verwildern
WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE
Fördermittel, Mitmacher:innen, Kick-Off-Event
ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR
Dokumentarfilmer:innen
DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN
Eine Webseite, monatliche Jour Fixe
WÜNSCHE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT
Ganz viele Outdoor-Events

Sonya Landoulsi-Wegner
Expert Counsellor, Resilience-Coach
landoulsi@gmx.com
FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH
Beratung zur Gründung eines Vereins, wir stellen im

Projekt Schmuck und anderes aus „Abfall“ her

PROJEKTIDEE

Gründung von Schülerfirmen, Social Entrepreneurship

WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE

Vertriebsberatung, Marketing, Social Media

Teresa Gualtieri

MU.TA

teresagualtieri@yahoo.it

FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH

Raum, Atelier-Werkstatt, Raum zum Mieten

PROJEKTIDEE

Textil, Upcycling und Handarbeit

WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE

Community und Kooperationen

Willi Büsing

Atelier Corazón Verde

willi-buesing.de, buesingwilli@yahoo.de

FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH

Ausstellungsflächen/-räume, Kunstmarkt für Malerei und Bildhauerei

PROJEKTIDEE

„Kunstgarten“ nach dem Vorbild in Mexiko-Stadt

WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE

Marktfläche/-räume, Mitstreiter:innen

ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR

Manufakturen, die für ihre Produkte meine Motive verwenden möchten

Yidi Tsao

cvvl.earth, network and communications agency for regenerative tech and science, yidi@tsaoyidi.com

FÜR MEINE ARBEIT BRAUCHE / SUCHE ICH

Cofounder, space, tuning, collaborators

PROJEKTIDEE

I am applying the magic of art and storytelling to translate innovative solutions in tech and science to inspire hope and action for a convivial earth. Working with business to amplify values of circulatory, convivalism und common futures. Bridging the gap between art, design, tech, science and social activism.

WAS / WEN ICH DAFÜR BRAUCHE

Clients and audience

ICH WÜRDE GERNE MAL ZUSAMMENARBEITEN MIT / FÜR

Greentech, science institutions

DAS WÜRDE MEINEN ARBEITSALLTAG BESSER MACHEN

When everybody talks about solar punk

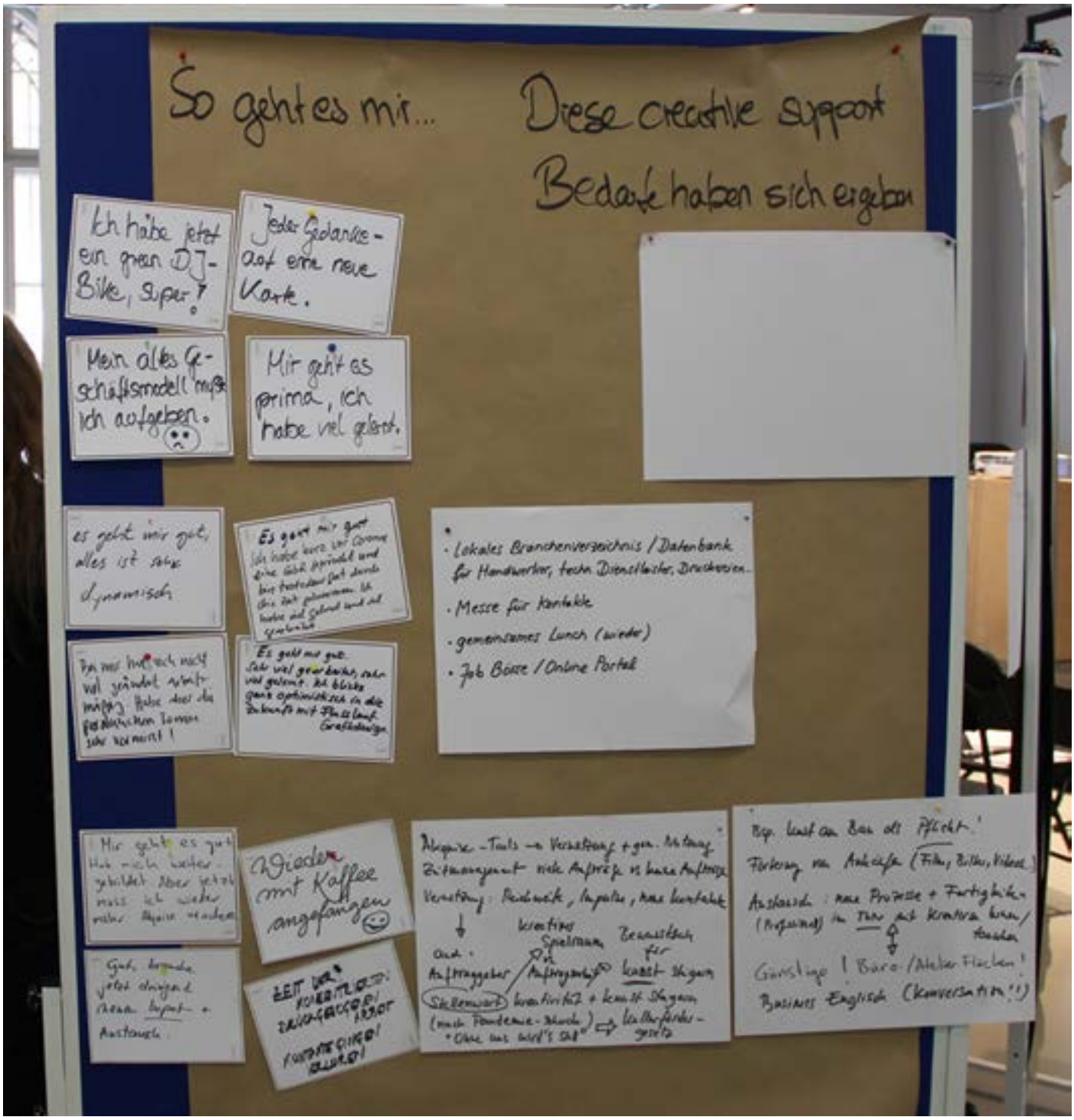
WÜNSCHE FÜR DIE KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Stop navel gazing

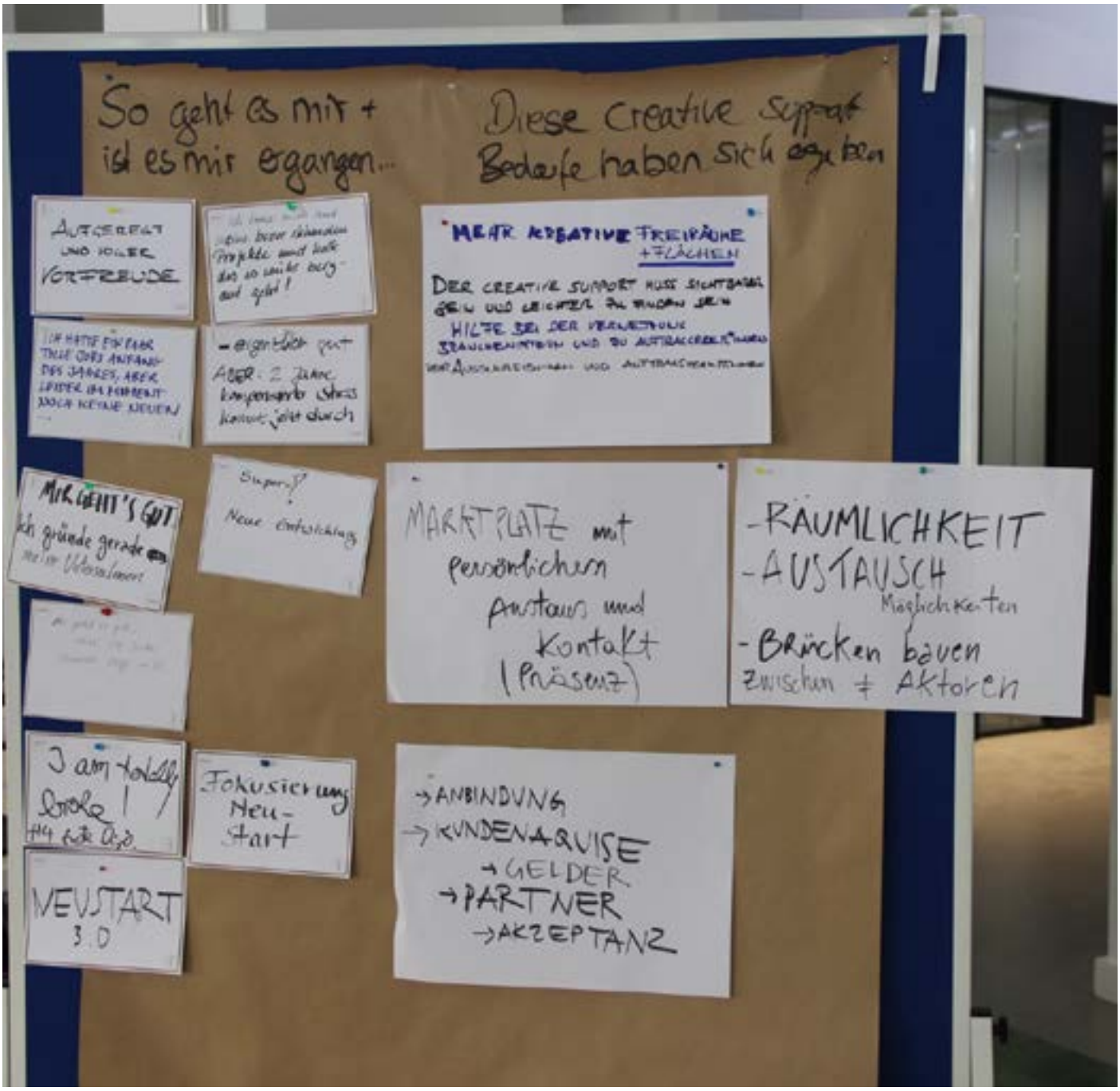
KREATIVKONGRESS NEUKÖLLN 2022

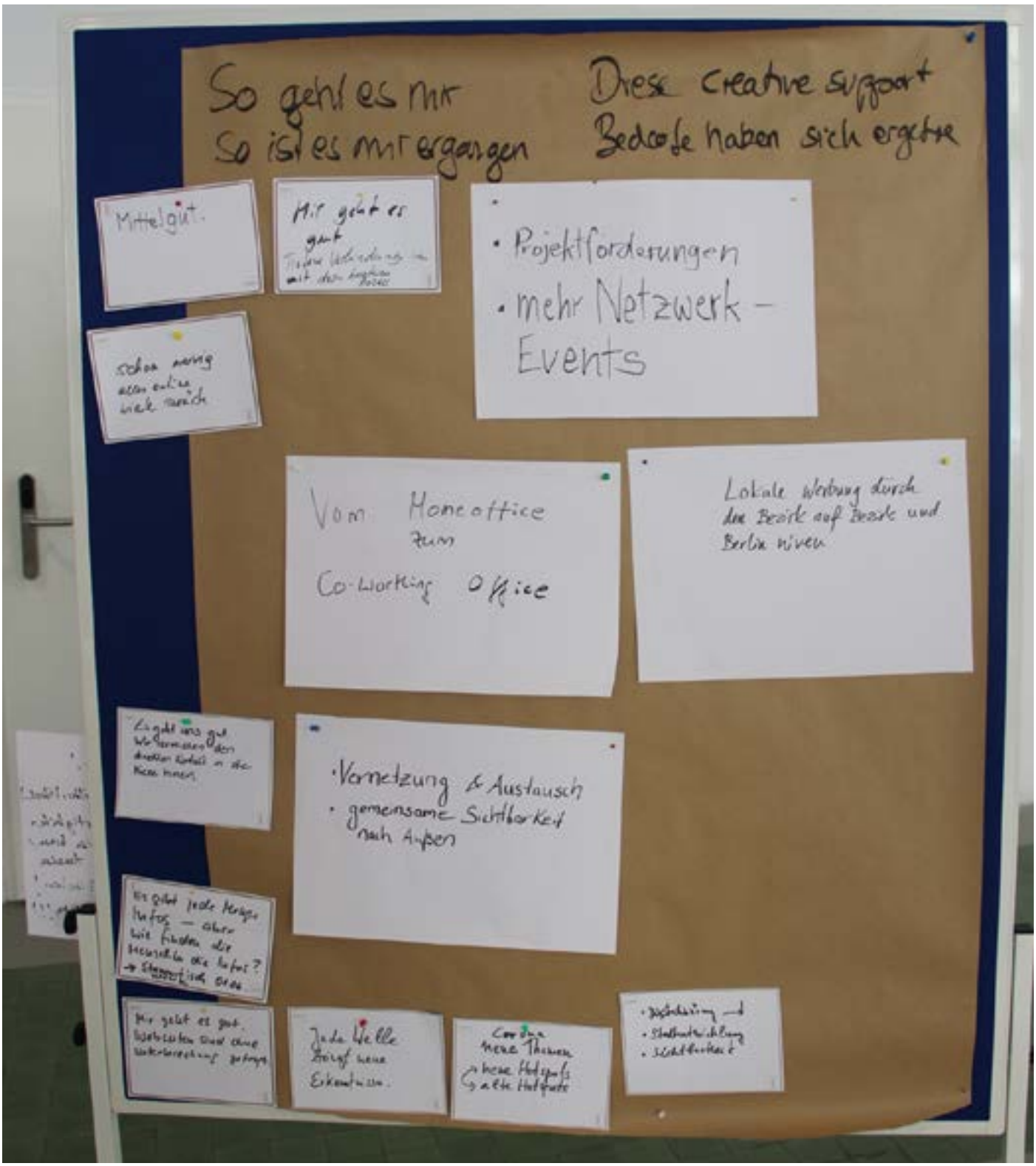
GET CONNECTED

WWW.UNTERNEHMEN-NEUKOELLN.NET
WWW.KNNK.ORG


So geht es mir...
Diese creative support Bedarfe haben sich ergeben
Ich habe jetzt ein grünes DJ-Bike, super!
Jeder Gedanke - auf eine neue Karte.
Mein altes Geschäftsmodell muß ich aufgeben.
Mir geht es prima, ich habe viel gelernt.
es geht mir gut, alles ist sehr dynamisch
· Lokales Branchenverzeichnis / Datenbank für Handwerker, techn. Dienstleister, Druckereien
· Messe für Kontakte
· gemeinsames Lunch (wieder)
· Job Börse / Online Portal
Wieder mit Kaffee angefangen
Austausch

Get Started: Neukölln, wo stehst Du?




So geht es mir
So ist es mir ergangen
Diese creative support
Bedarfe haben sich ergeben
Mittelgut.
Mir geht es gut
• Projektforderungen
• mehr Netzwerk-Events
Vom Homeoffice zum Co-Working Office
Lokale Werbung durch den Bezirk auf Bezirk und Berlin niveau
• Vernetzung & Austausch
• gemeinsame Sichtbarkeit nach Außen
Jede Welle bringt neue Erkenntnisse.

(Förder-) Gelder für Kunst und Kultur

Maike Wetzel, Kultur förde Beratung
- Schriftstellerin, freie Fundraiserin

Gut abchecken: - Paßt mein Projekt?

HAUSAUFGABEN MACHEN

Wie wurde in den letzten Runden gefördert
- Viele, viele Anträge stellen.

Eigene Arbeitsleistung „einpreisen"
Reiner Idealismus ist ein falscher Ansatz für eine Kalkulation.

Realistisch einschätzen: Wie viel Arbeitszeit werde ich brauchen?

Kleine Töpfe | große Töpfe:
Hierarchie der Förder-Töpfe!

Rex

Referenzen sind wichtig, oder namhafte, gut vernetzte Kooperationspartner.

Bewilligung, aber wenig Geld - Was tun?

a) Alternative Fehlbedarfsfinanzierung finden

b) Leistung kürzen.

Filmbranche

a) first step Finanzierung / Drehbuch
BKM + Kuratorium junge Film – Konzept

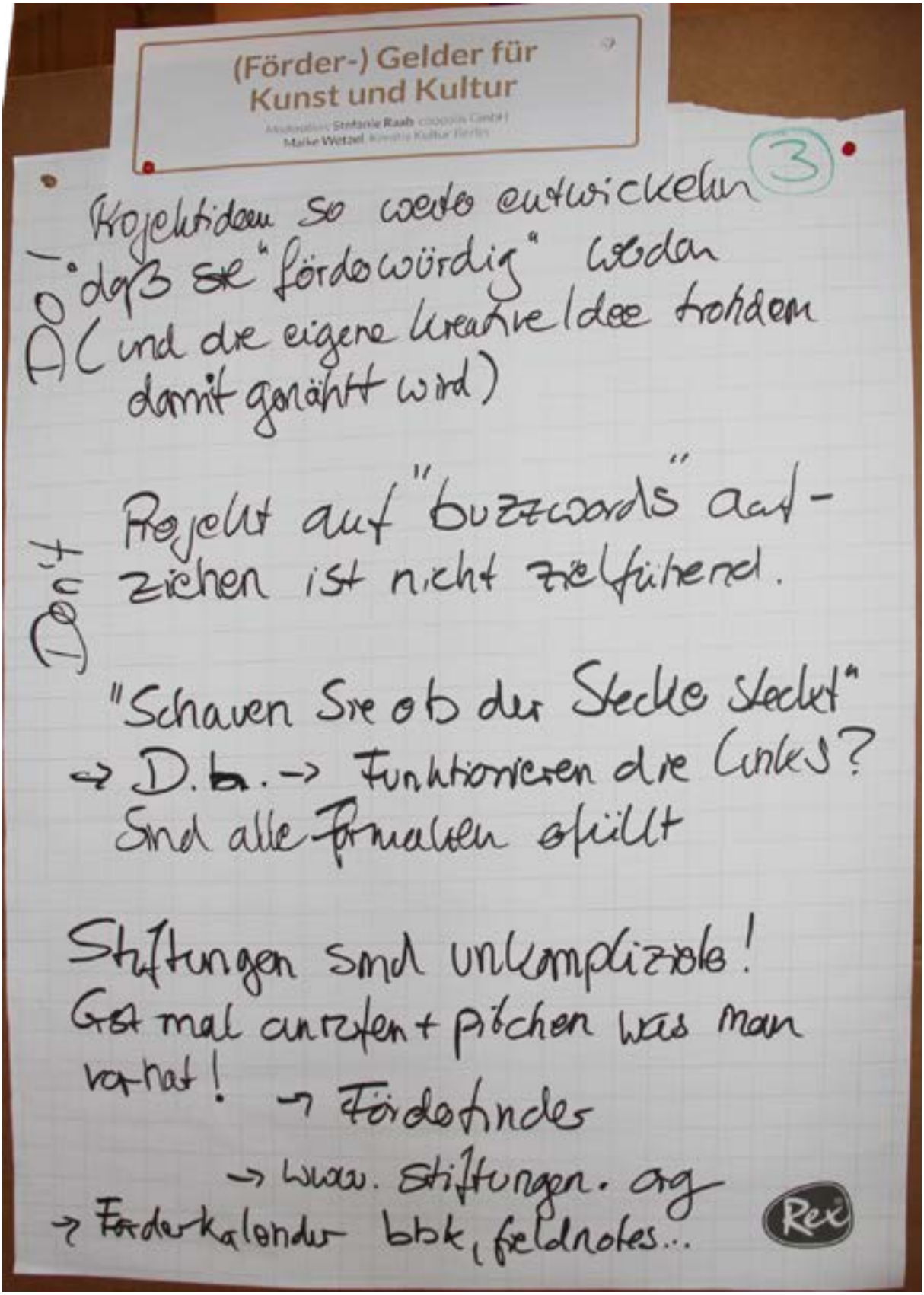
b) Kurzfilm-Finanzierung

– Leider total unterfinanziert –

Selbst finanzierte tolle Film, damit Reise gewinnen ....

Filmbranche fast noch konservative...

Produzenten finden.


(Förder-) Gelder für Kunst und Kultur
Moderation: Stefanie Rauh
Maike Wetzel
3
Do's
Projektideen so weiter entwickeln, daß sie "förderwürdig" werden (und die eigene kreative Idee trotzdem damit genährt wird)
Don'ts
Projekt auf "buzzwords" anzuziehen ist nicht zielführend.
"Schauen Sie ob der Stecker steckt"
→ D.h. → Funktionieren die Links? Sind alle Formalien erfüllt
Stiftungen sind unkomplizierter!
Geht mal anrufen + pitchen was man vorhat!
→ Förderfinder
→ www.stiftungen.org
→ Förderkalender bbk, feldnotes...
Rex

Britta Adler / Hellwig

1

Dipl. Psychologin, Lebenfach Kunst
Tanz – Künstlergruppe artist anonymous
Künstlerduo god's dogs
Brittaadler.de

"Angebotsachen" ist wichtig • Jury Kunstpreis A
• Kunstpreis Haton Sunuci Reis
"Ah, von der kann ich ja was lernen!"
Der Kunstmarkt ist "angstgeprägt"
d.h. Gegenüber beruhigen – versichern
"Heimliche" unsicherheit <->
Angst versus Liebe
Kundinnen verstehen, in den anderen
reinversetzen • Radikale EMPATHIE
Sicheres Terrain für Kunden schaffen.
Was kann ich machen daß der Kunde
sich entspannt?

(2)

Zielgruppe? "Wie Kunstwerke entstehen" ← LIT.

Was wird eigentlich gekauft?

Wo hat in den letzten Jahren deine Kunst gekauft?

"Namen"
↳ Leute hochsteigen
- Namhafte Ausstellungen, Galeristen, Käufer

In welche Sammlung paßt meine Kunst?

In welche Galerie? Wie überzeuge ich die Agentin / Kuratorin?

(1) Intention → "Ich möchte, dass ..."

Mit Leuten partnern -

Wenn ich von jemandem was will, muß ich auch was anbieten.

"Austausch" - Deal muß stimmen.

Was braucht der Partner, daß es ihm gut geht?

→ Genau wünschen

(2) Mantra Positiv

Verteiler < Kunstinteressierte / Kunstmarkt > pflegen + feiern

3 Präsenz ist wichtig: z.B. Newsletter für pot. Käufer, Kurator:innen → deren Ausstellungen bekannt machen

eigene Netzwerke teilen

Was kann ich für dich tun?

Supportive behaviour

Detailreiche Kunstmarktkenntnisse

"△ Triangel-Netzwerken"

Erfolgreiche Zusammenarbeit Basics

- Netz
- Hilft beim Aufbau
- Ehrlichkeit
- Supportiv
- Seeder (statt leacher)
- Professionalität
- Zuverlässigkeit
- Dem Aussteller wirklich auch Arbeit abnehmen

Such dir "Buddies" mit denen du Tacheles reden kannst

Geht auf kleine Events, traut Euch ans Mikro, "Branding" muß klar sein.

Stories für sich finden, verwirrte Kunde kauft nicht.

Wie anfangen?

Z.B. 48h Neukölln - gut für Performances.

4 Offene Ateliers - anderes Klientel.

↳ im eigenen Atelier ausstellen

Mit dem anfangen, was leicht erreichbar ist

Daraus entsteht die Vita, erste Kollaborationen.

Was ist das Ziel?! Publikumsbespaßung?

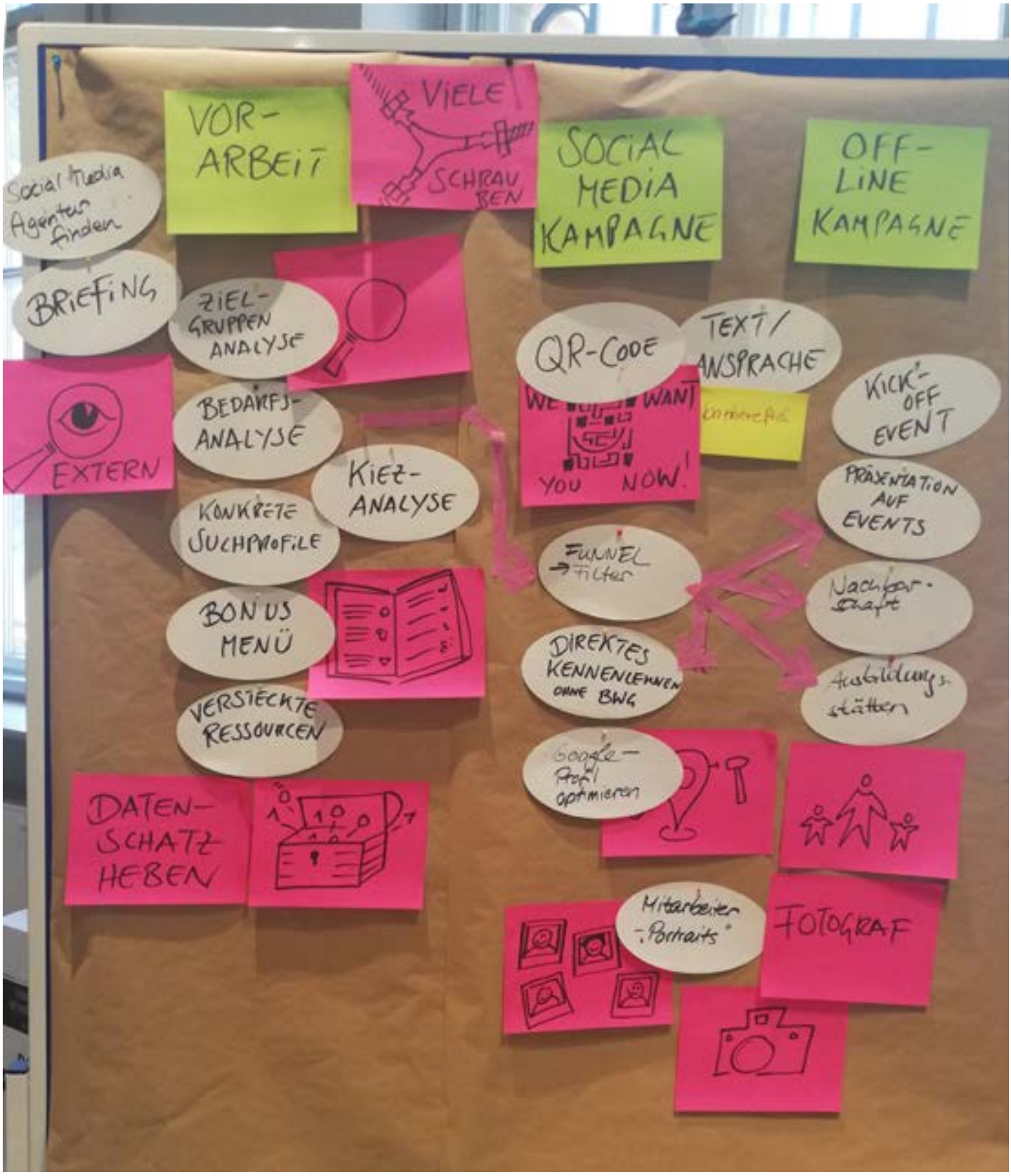
Vita füllen?

Business to business Werke testen?

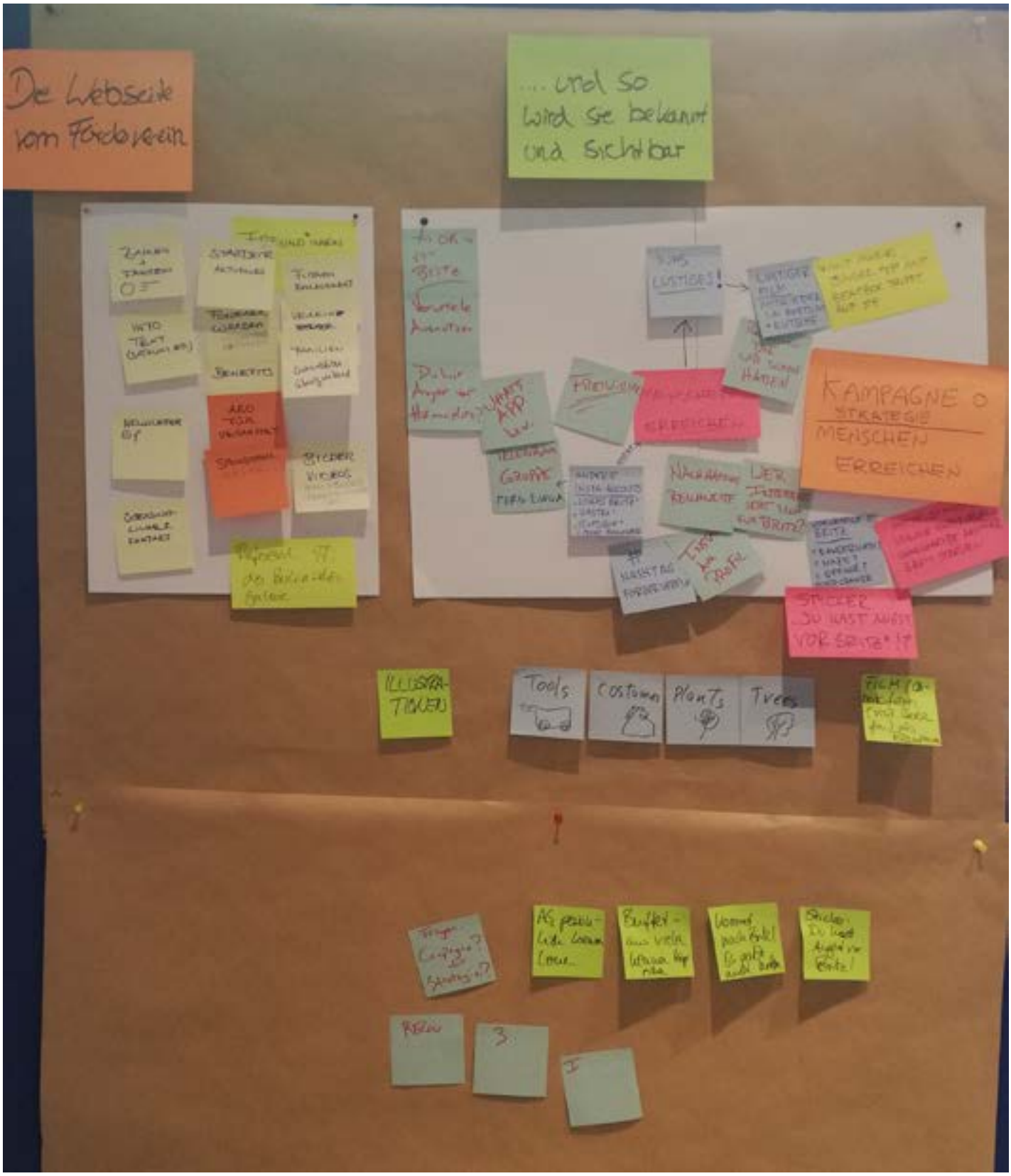
z.B. auf Kunstmessen. Verkäufe?

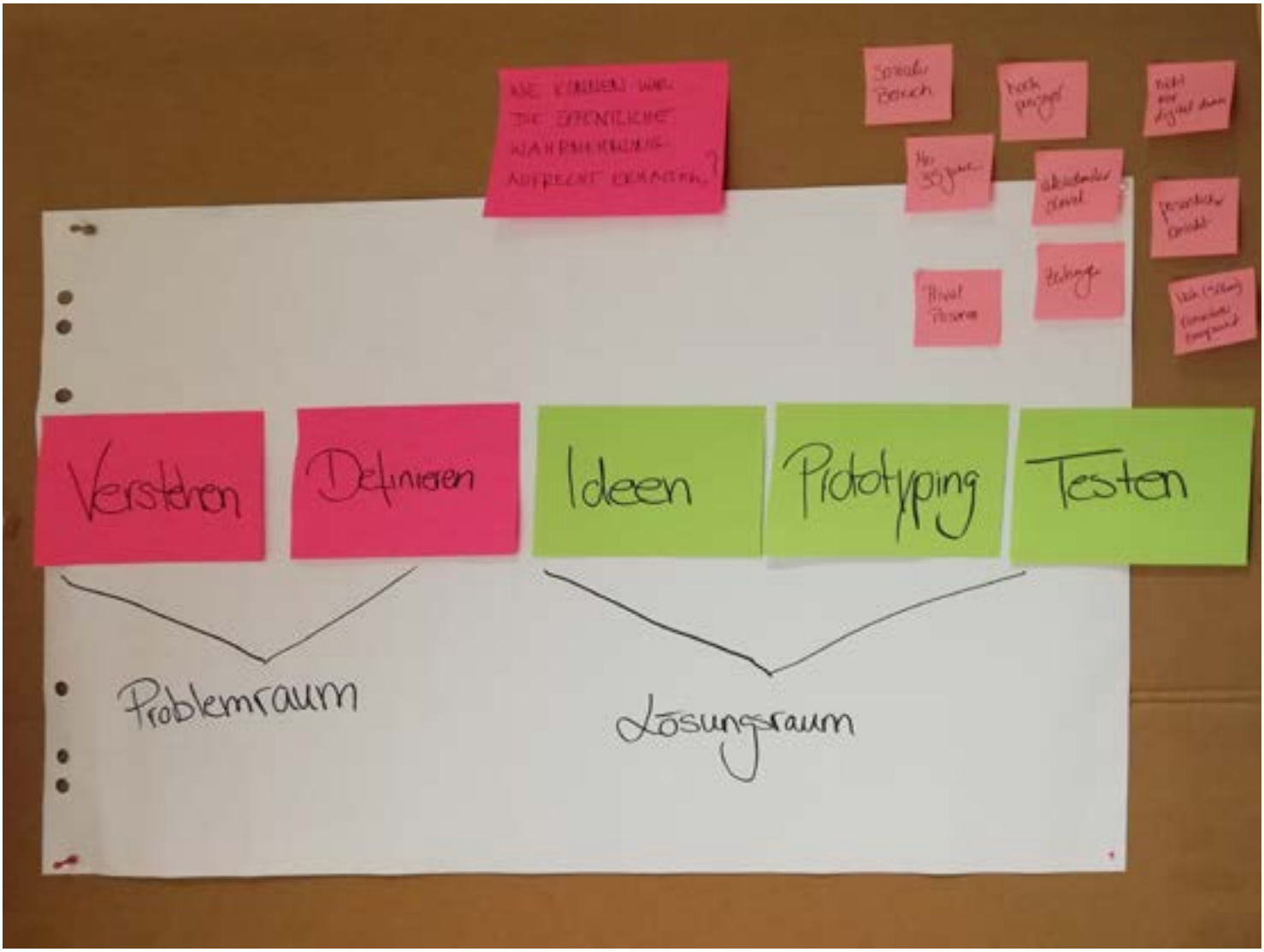
Deine Hilfe anbieten

Design Sprint A: Lokale Ökonomie

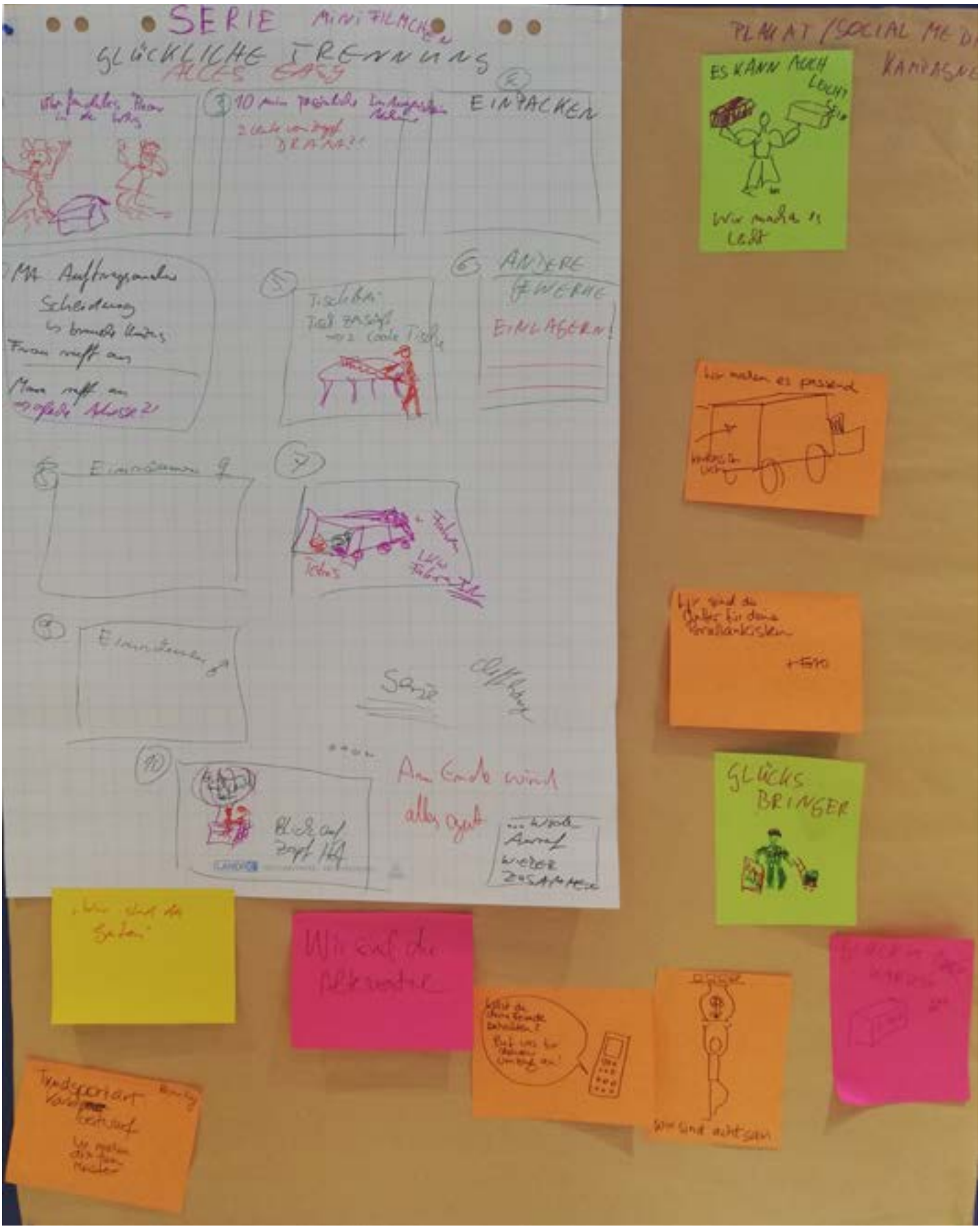


Design Sprint B: Öffentliche Hand


Die Website vom Förderverein
... und so wird sie bekannt und sichtbar
KAMPAGNE
STRATEGIE
MENSCHEN ERREICHEN
ILLUSTRATIONEN
Tools
Costumes
Plants
Trees

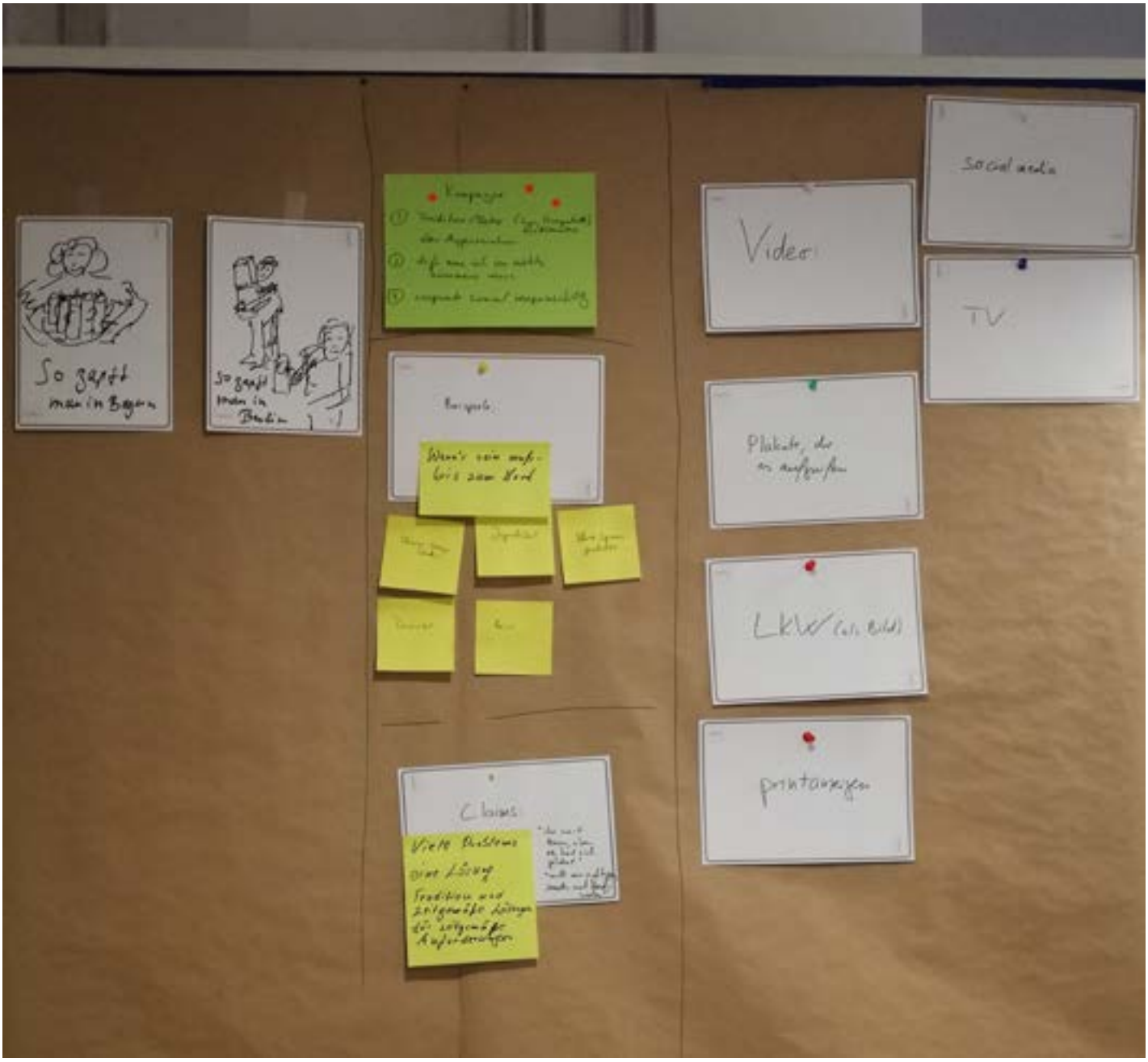

Verstehen
Definieren
Ideen
Prototyping
Testen
Problemraum
Lösungsraum

NOW
WOW
Ciao
?

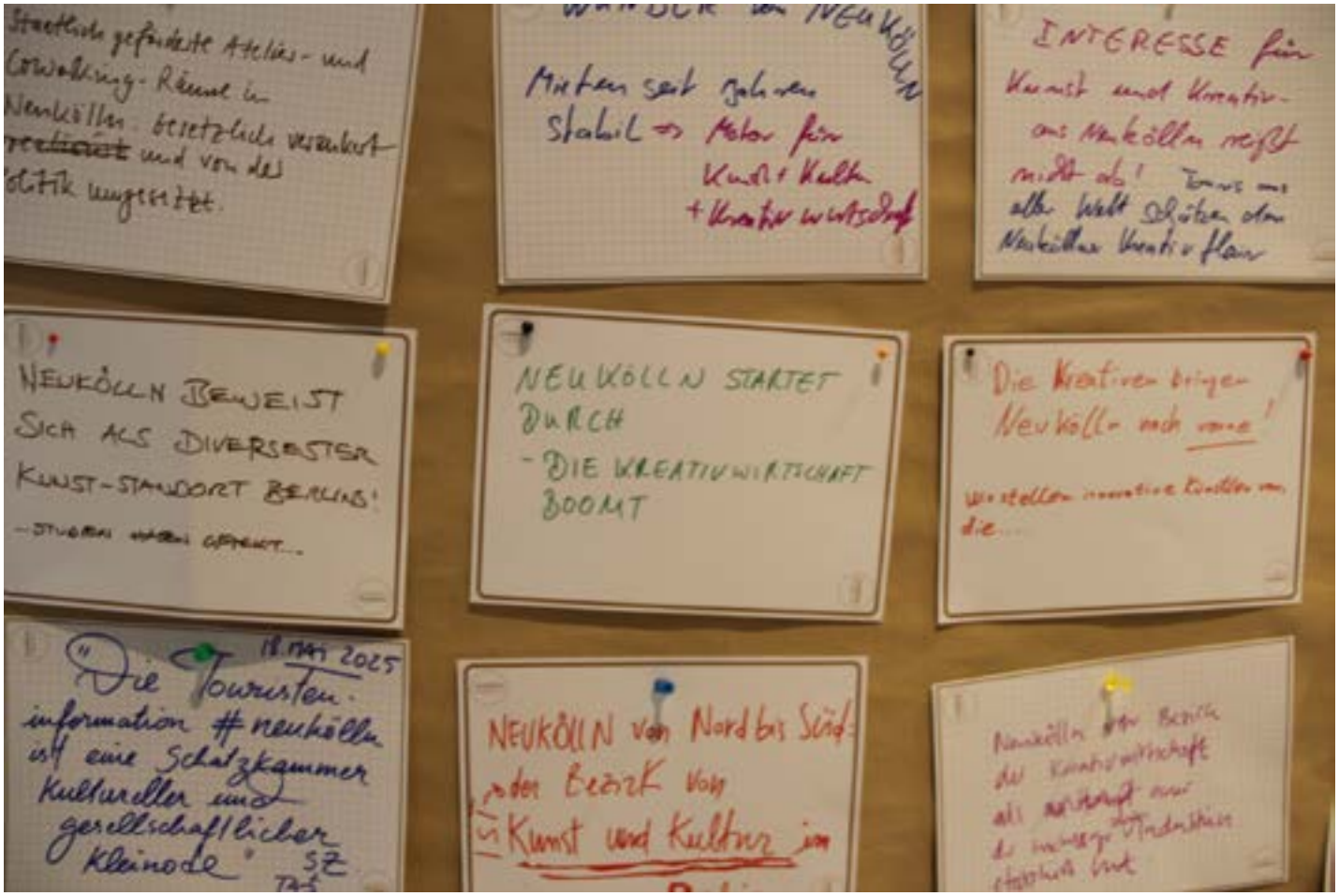

SERIE
GLÜCKLICHE TRENNUNG
ALLES GUT
EINPACKEN
ANDERE GEWERBE
EINLAGERN
Am Ende wird alles gut
PLAKAT / SOCIAL MEDIA
ES KANN MEIN LEUCHT
Wir machen es leicht
GLÜCKS BRINGER

Design Sprint C: Produzierendes Gewerbe

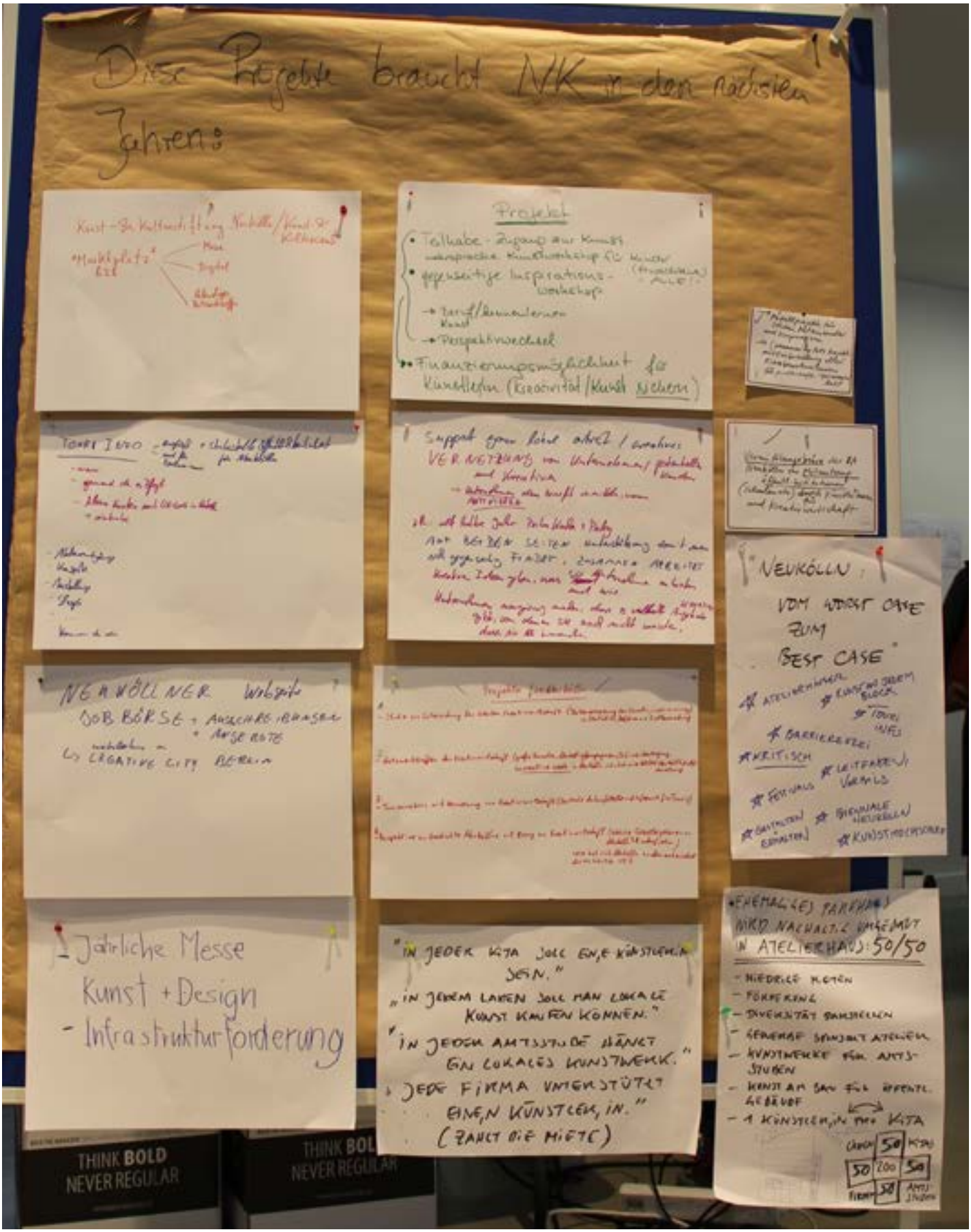
KREATIVKONGRESS
NEUKÖLLN 2022

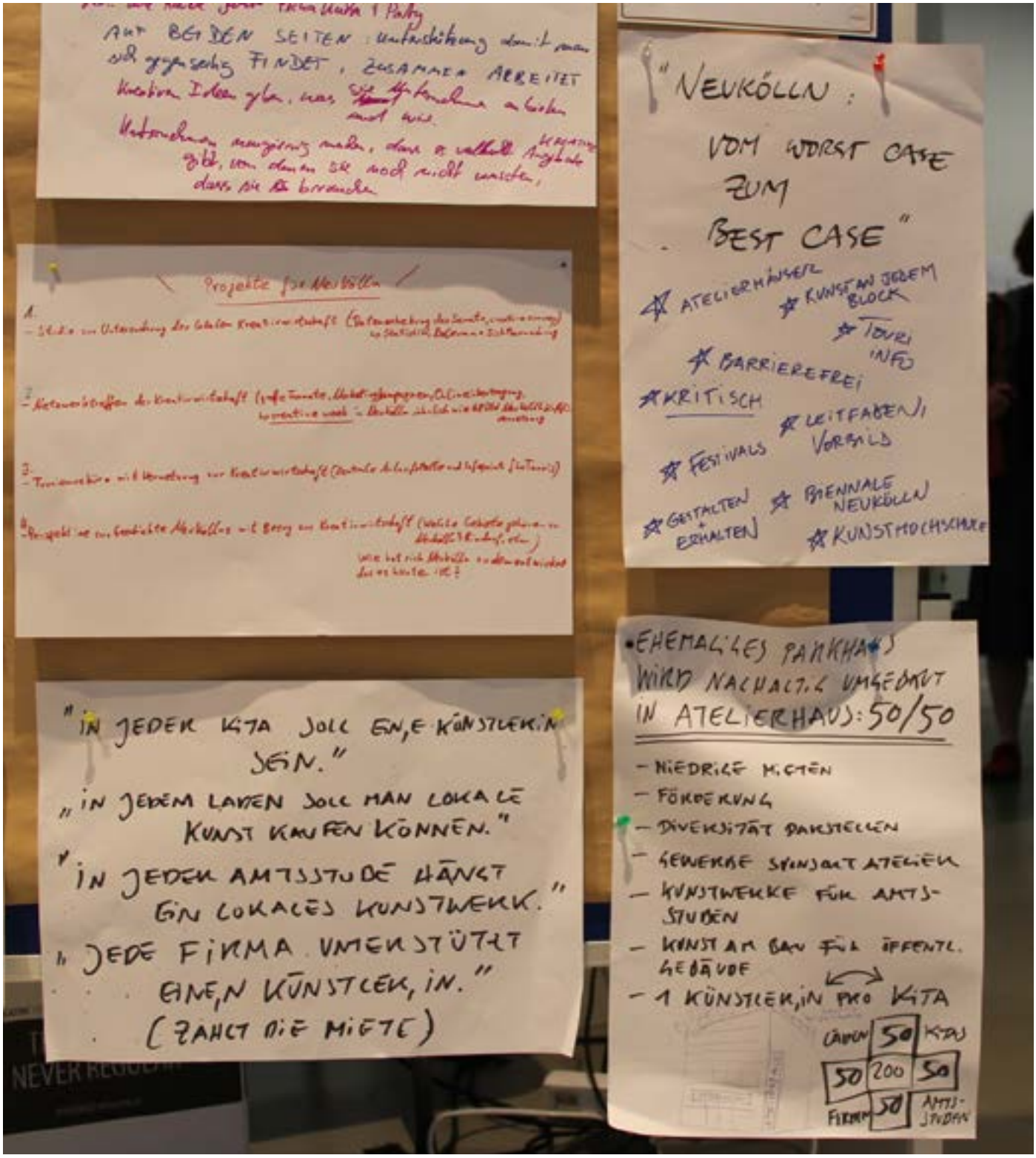

So geht man in Bayern
So geht man in Berlin
Video
Social media
TV
Plakate, die es aufgreifen
LKW (als Bild)
printanzeigen
Claims

Das möchte ich 2025 über Neuköllns Kultur und Kreativwirtschaft in der Zeitung lesen
Neukölln – hier geht was!
We are all connected through creativity
Neukölln ist das neue Kulturzeitalter
Eine einzigartige und vielfältige Kreativität mit vielen inspirierenden Persönlichkeiten
Jährliche Messe für Künstler u. Unternehmen mit Stand und Präsentation
NEUKÖLLN SCHAFFT WIDMUNG KULTURNUTZUNG
Großes Kunst Festival geplant

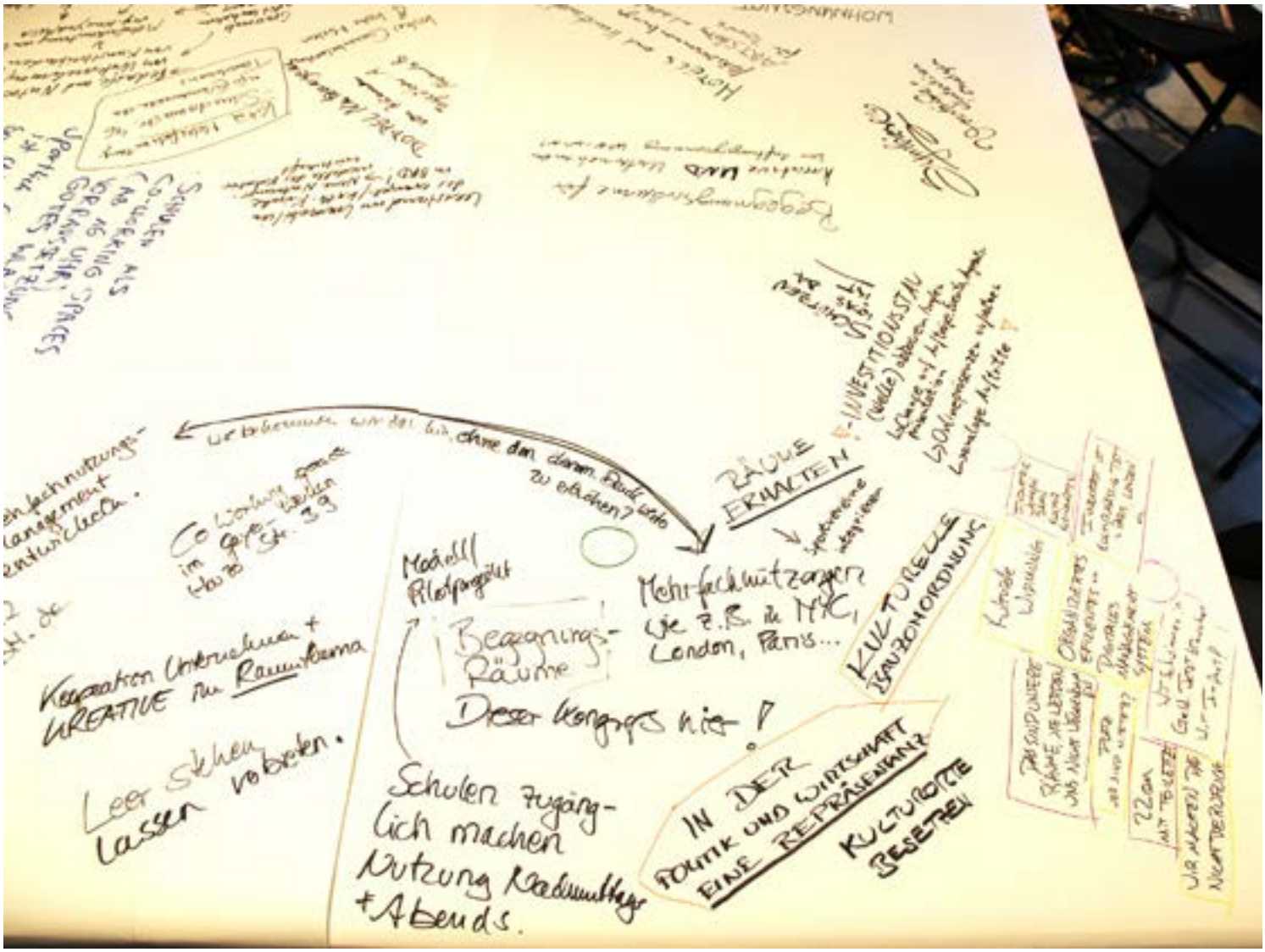

INTERESSE für
NEUKÖLLN BEWEIST
SICH ALS DIVERSESTER
KUNST-STANDORT BERLINS!
NEUKÖLLN STARTET
DURCH
- DIE KREATIVWIRTSCHAFT
BOOMT
Die Kreativen bringen
Neukölln nach vorne!
18. MAI 2025
"Die Touristen-
information #neukölln
ist eine Schatzkammer
kultureller und
gesellschaftlicher
Kleinode"
NEUKÖLLN von Nord bis Süd
der Bezirk von
Kunst und Kultur

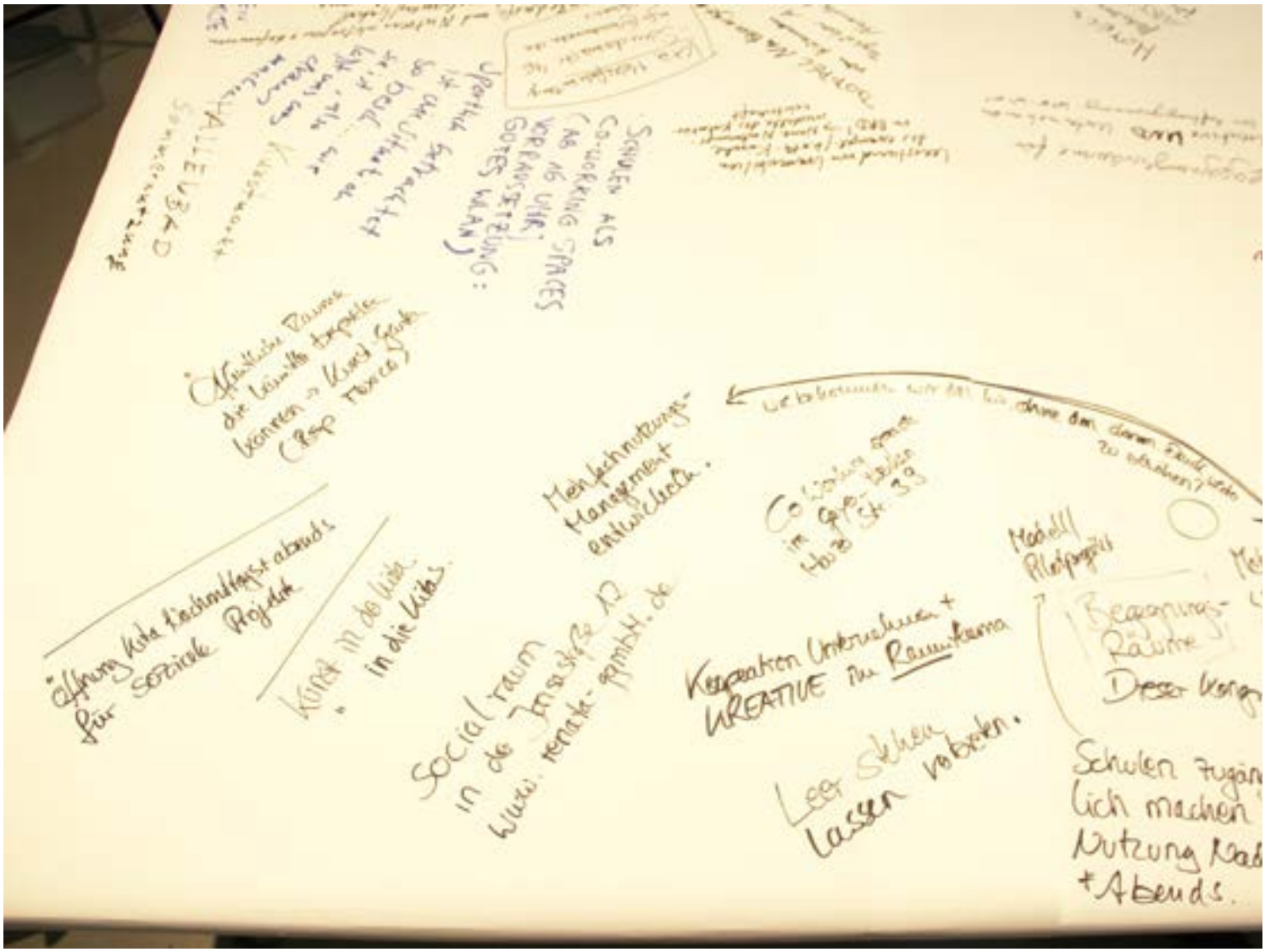
Der Marktplatz für Kreativität
Vision
• Netzwerk stärken
• mehr Räume für Kultur
• Teilhabe
PROBLEMBEREICH WIRKD DIVERSER KUNST. U. KULTUR LEUCHTTURM
200
Neu-köllner
50
50
50
50
Kultur-leucht-turm
ALLE Künstler
• Neukölln
WIRTSCHAFT = RÜCKRAD
TOURI-INFO = GESICHT


Diese Projekte braucht NK in den nächsten Jahren:
Projekt
NEUKÖLLN:
VOM WORST CASE ZUM BEST CASE
NEUKÖLLNER Webseite
JOB BÖRSE
Jährliche Messe
Kunst + Design
- Infrastrukturforderung
"IN JEDER KITA SOLL EIN KÜNSTLER SEIN."
„IN JEDEM LADEN SOLL MAN LOKALE KUNST KAUFEN KÖNNEN."
"IN JEDER AMTSSTUBE HÄNGT EIN LOKALES KUNSTWERK."
JEDE FIRMA UNTERSTÜTZT EINE/N KÜNSTLER/IN."
(ZAHLT DIE MIETE)
THINK BOLD
NEVER REGULAR


AUF BEIDEN SEITEN
ZUSAMMEN ARBEITET
Projekte für Neukölln
"NEUKÖLLN:
VOM WORST CASE
ZUM
BEST CASE"
ATELIERHÄUSER
KUNST AN JEDEM BLOCK
TOURI INFO
BARRIEREFREI
KRITISCH
LEITFADEN / VORBILD
FESTIVALS
GESTALTEN + ERHALTEN
BIENNALE NEUKÖLLN
KUNSTHOCHSCHULE
"IN JEDER KITA SOLL EINE KÜNSTLERIN SEIN."
"IN JEDEM LADEN SOLL MAN LOKALE KUNST KAUFEN KÖNNEN."
"IN JEDER AMTSSTUBE HÄNGT EIN LOKALES KUNSTWERK."
"JEDE FIRMA UNTERSTÜTZT EINE/N KÜNSTLER/IN."
(ZAHLT DIE MIETE)
EHEMALIGES PARKHAUS WIRD NACHHALTIG UMGEBAUT IN ATELIERHAUS: 50/50
- NIEDRIGE MIETEN
- FÖRDERUNG
- DIVERSITÄT DARSTELLEN
- GEWERBE STATT ATELIER
- KUNSTWERKE FÜR AMTSSTUBEN
- KUNST AM BAU FÜR ÖFFENTL. GEBÄUDE
- 1 KÜNSTLER/IN PRO KITA
LADEN 50 KITA
50 200 50
FIRMA 50 AMTSSTUBEN

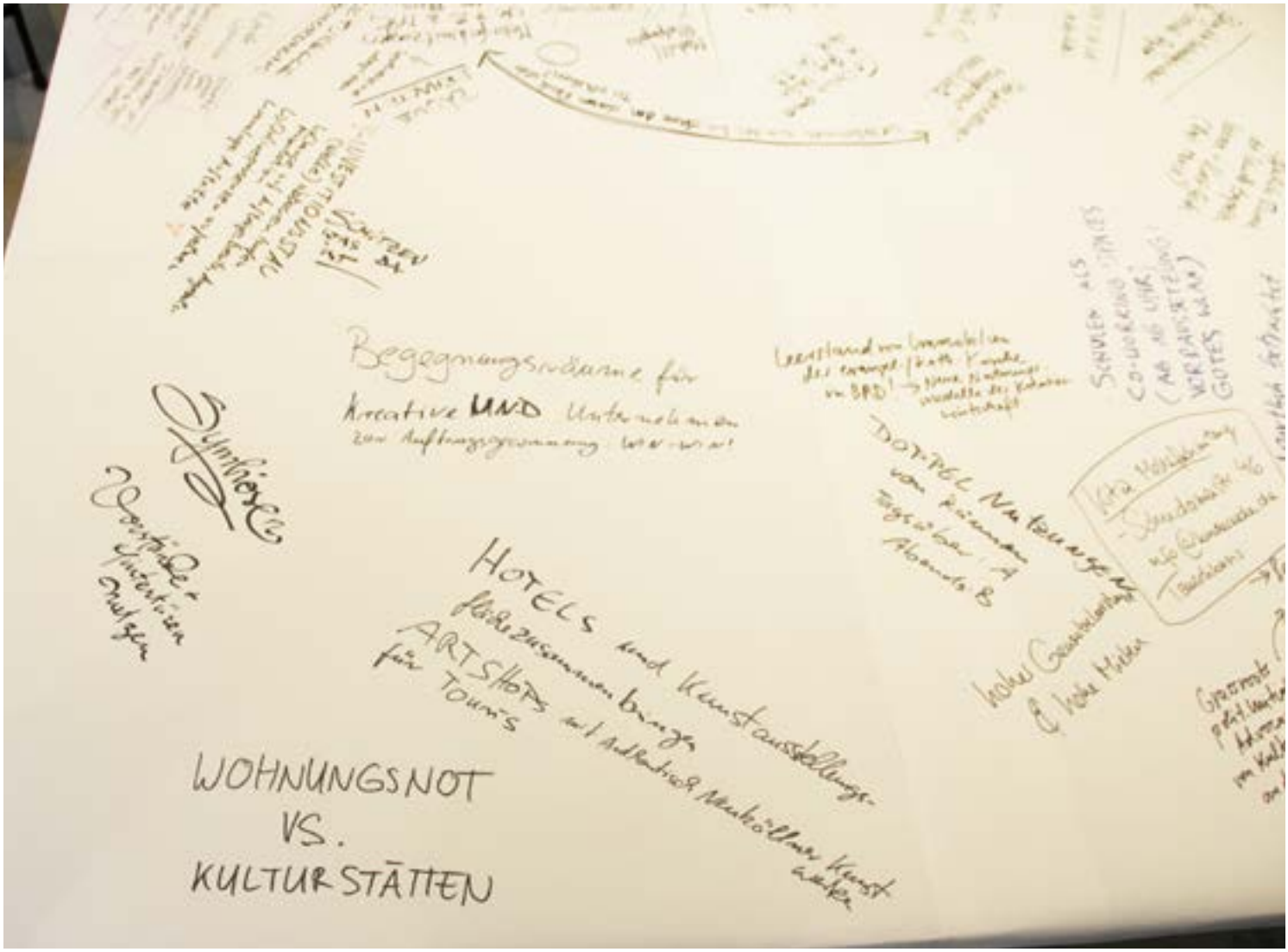
Raum für die Kultur- und Kreativwirtschaft




Öffnung Kita Küchenfest abends für soziale Projekte
Kunst in die Kita in die Kitas
Social raum in die Jenseits AG
Kreative Unterrichten + Kreative zu Raumkonzepten
Leer Stehen lassen verboten.
Schulen zugänglich machen
Nutzung Rad + Abends.

SCHULEN ALS
CO-WORKING SPACES
(AB 16 UHR)
VORRAUSSETZUNG:
GUTES WLAN)
Sportlich betrachtet
ist die Situation
so besch... wie
sie ist, also
lasst uns was
draus
machen
Kunstmarkt
HALLENBAD
Sommernutzung
ÖFFENTL.
GRÜNANLAGEN
ALS KUNSTORTE

Leerstand von Immobilien der evangel./kath. Kirche in BRD! → Neue Nutzungsmodelle der Kreativwirtschaft
SCHULEN ALS CO-WORKING SPACES (AB 16 UHR) VORRAUSSETZUNG: GUTES WLAN)
Sportlich betrachtet ist die Situation so besch... wir sie ist, also lasst uns was draus machen
Kunstmarkt
HALLENBAD Sommerpause
DOPPEL NAUTZUNGEN von Räumen Tagsüber: A Abends: B
Kita Mehrfachnutzung - Schudomastr. 46 info@kinderrede.de Tauschbörse
hohes Gewerbeleerstand & hohe Mieten
→ Bedarfe und Nutzen abfragen + definieren von Unternehmen/Lokal von Kunsttreibenden
Ökonomie
Grassroots polit. Initiativen Advocacy von Kulturgruppen an die Politik
Mehrfachnutzung von Immobilien vergl. New York/USA
Partizipative Lösungen/ Gemeinwohl Ökonomie
versus Profitmaximierung
ÖFFENTL. GRÜNANLAGEN ALS KUNSTORTE


Begegnungsräume für
kreative UND Unternehmen
HOTELS und Kunstausstellungen
ARTSHOPS
für Tours
WOHNUNGSNOT
VS.
KULTURSTÄTTEN

Begegnungsräume für
kreative UND
HOTELS und Kunstausstellungen
ARTSHOTS
für Touris
WOHNUNGSNOT
VS.
KULTURSTÄTTEN
Symbiosen
Vorstände + Hinterhöfen
nutzen
SCHÜTZEN
BAUE
ERRICHTEN
KULTURELLE
ZWISCHENNUTZUNG
P-INVESTITIONSSTAU
(welle) abbauen hinfen
Lösungen auf Anfänge: beauftragen
Lösungsansätze aufnehmen
Lwanlage Auftritte

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

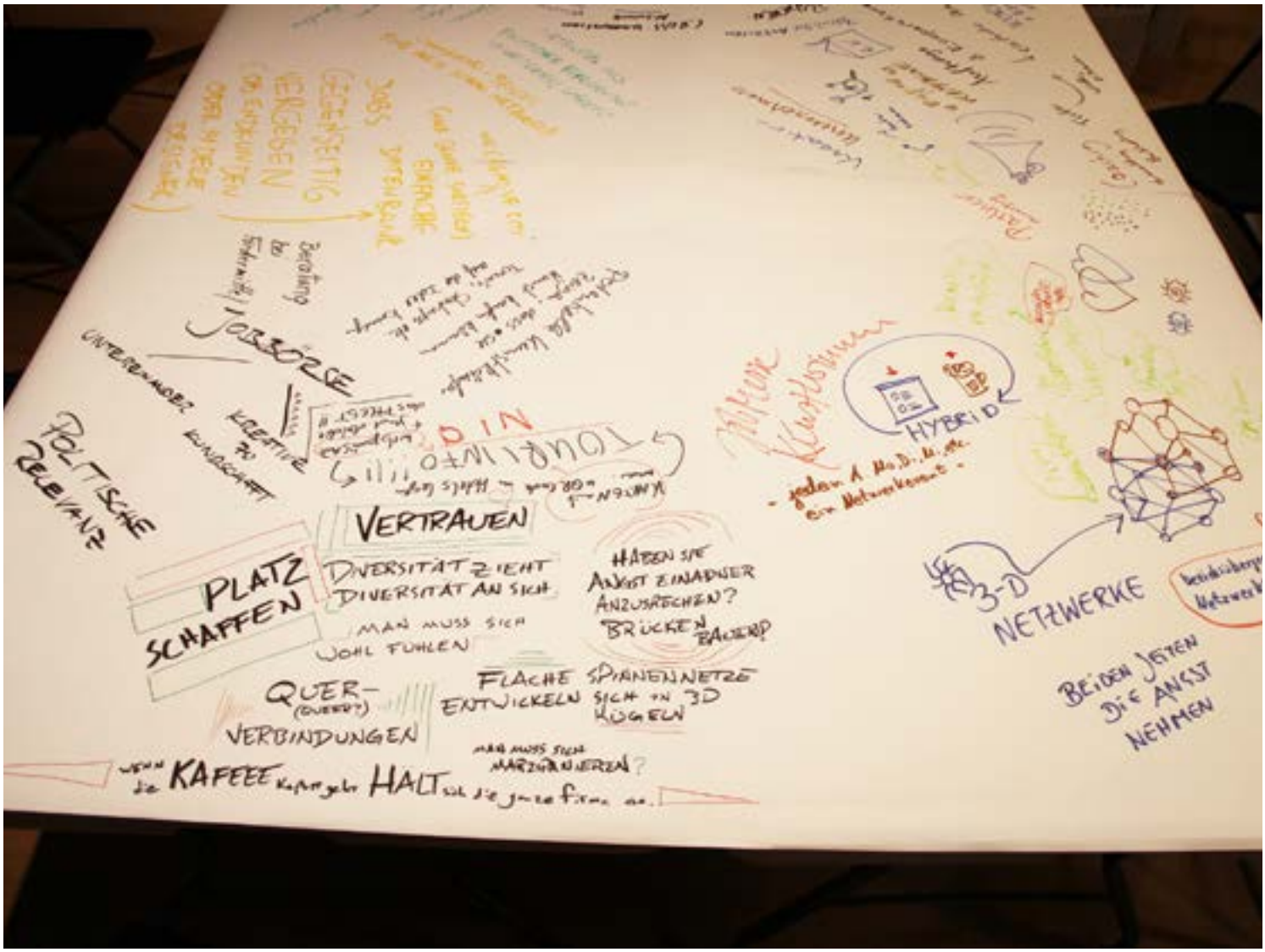
Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

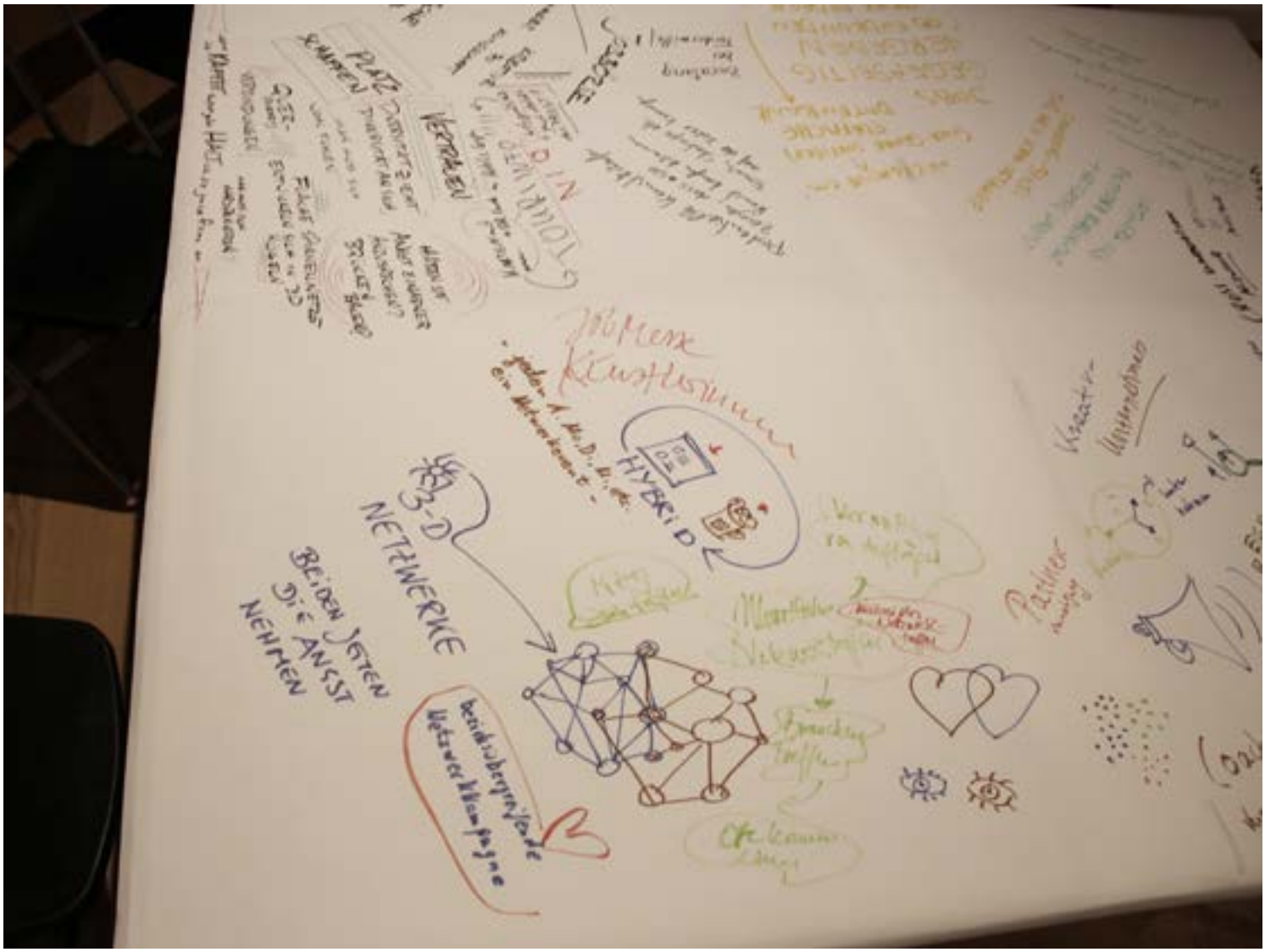
JOBS
GEGENSEITIG
VERGEBEN
(OB ENDKUNDEN
ODER ANDERE
DESIGNER)
EINFACHE
DATENBANK
Beratung
bei
Fördermittel
FORMULARE

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation



3-D
NETZWERKE
HYBRID
Kreativ-
Unternehmen
Partner
EIGENE
KAMPAGNE
e.V.
Auftrage
& Koop
(oaching
Treffen


3-D
NETZWERKE
BEIDEN JETZT
DIE ANGST
NEHMEN
HYBRID

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

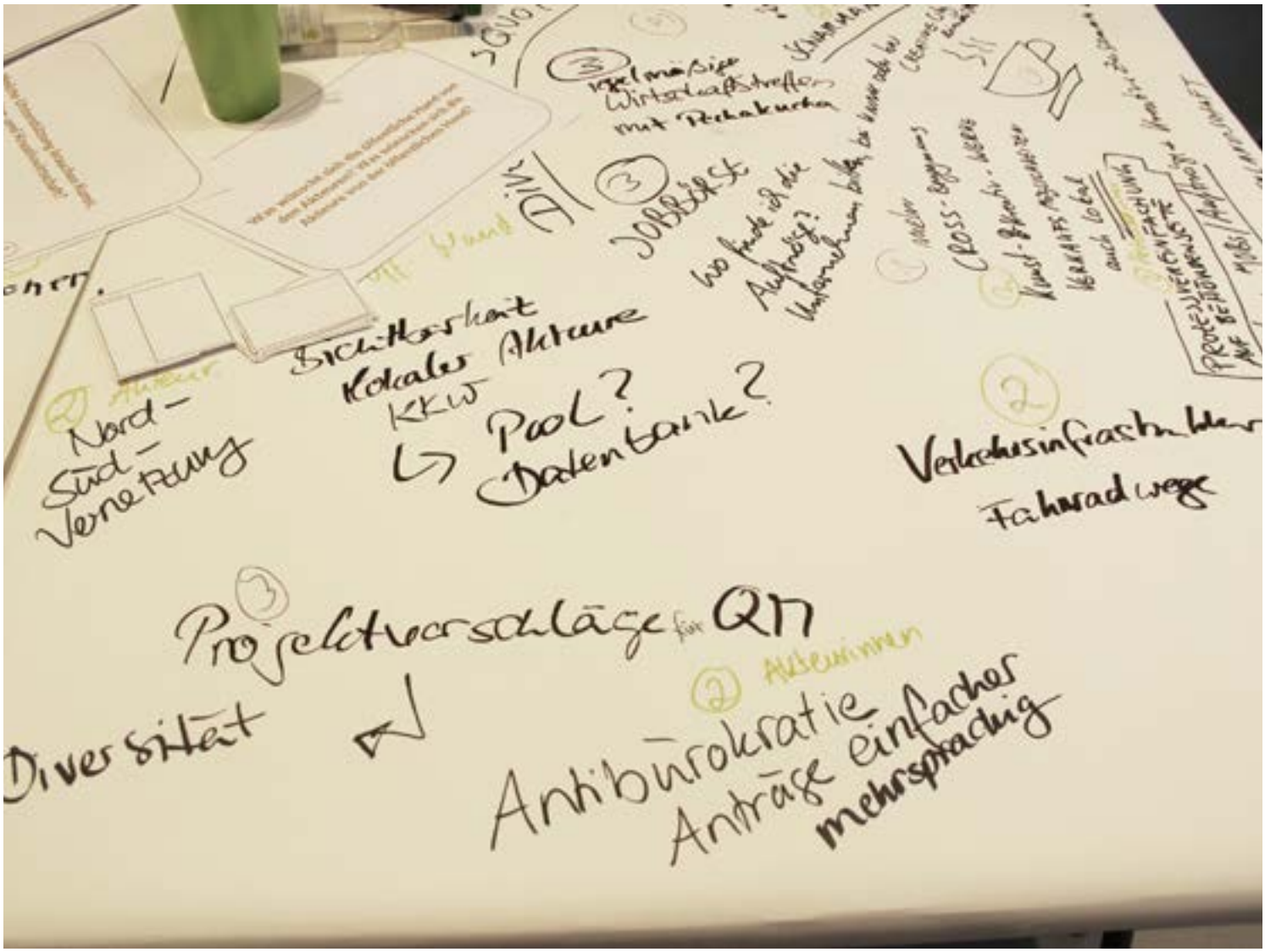
HYBRID
3-D
NETZWERKE
BEIDEN SEITEN
DIE ANGST
NEHMEN
bezirksübergreifende
Netzwerkkampagne

Get Active: Wir bringen die Kultur- und Kreativwirtschaft in Neukölln voran

Selbstverwaltung, Vernetzung und Kooperation

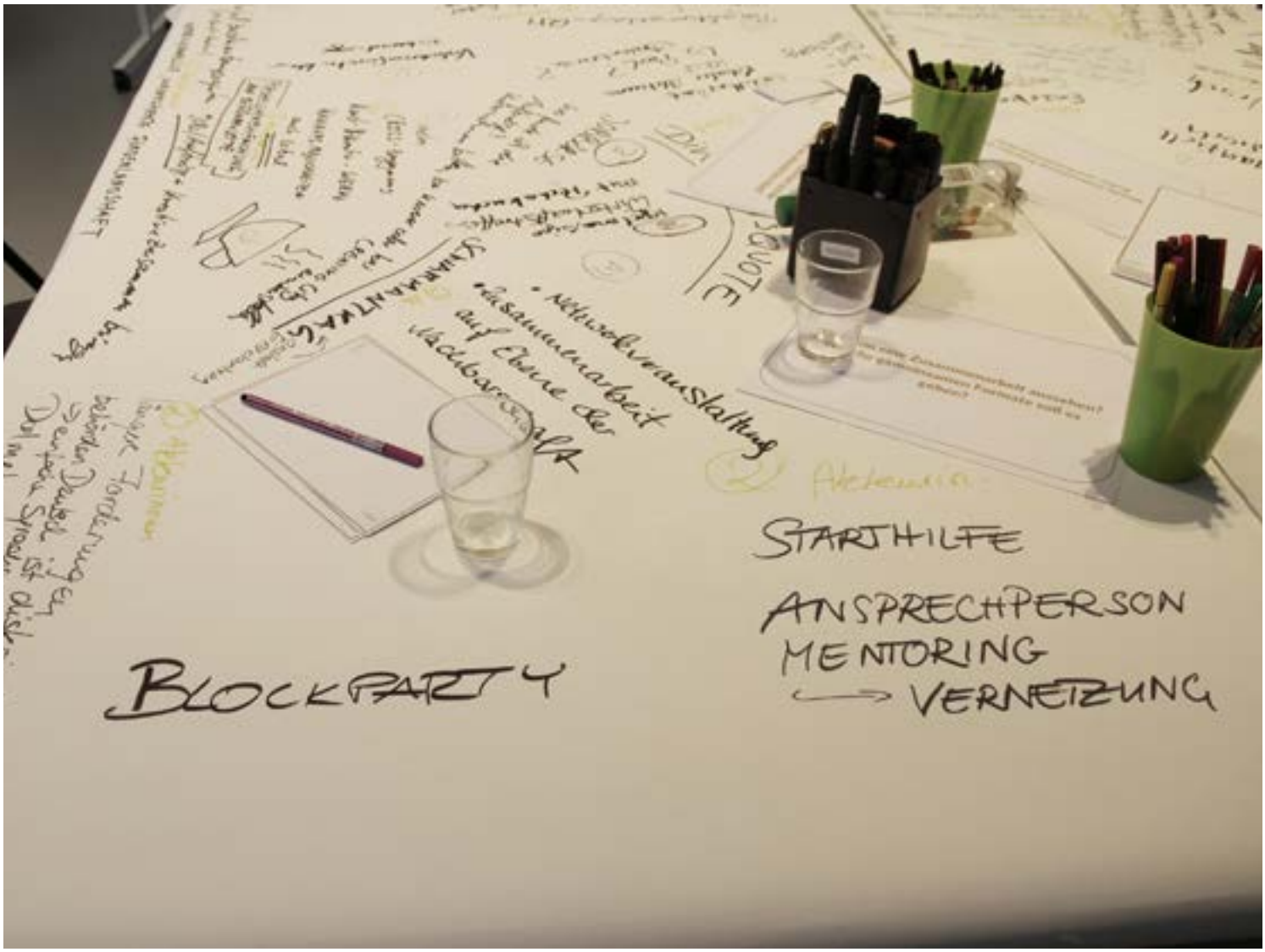
Kaffee
SCHWARM-
ANTRAG
SCHWARM-SICHTBARMACHEN

Einzelpersonen
Gruppen
materielle Wertschätzung
(Honorare) für die
Arbeit
Sie hilft dem ganzen Bezirk


Sichtbarkeit
Lokale Akteure
KKW
Pool?
Datenbank?
Nord-Süd-Vernetzung
Verkehrsinfrastruktur
Fahrradwege
Projektvorschläge für QM
Diversität
Antibürokratie
Anträge einfacher
mehrsprachig
JOBBÖRSE

mehr
CROSS-Begegnungs
Kunst-&Kreativ-WERKE
VERKAUFS MÖGLICHKEITEN
auch lokal
PROZESSVEREINFACHUNG
AUF BEHÖRDENSEITE
Jobs/Aufträge + Kreative
NIEDRIGSCHWELLIGE, UNKOMPLIZIERTE FÖRDERLANDSCHAFT

• Netzwerkveranstaltung
• Zusammenarbeit auf Ebene der Nachbarschaft
STARTHILFE
ANSPRECHPERSON
MENTORING
BLOCKPARTY
Aktivistinnen
längere Forderungen
behörden Deutsch ist diskriminierend
einfache Sprache, man braucht
Dolmetscher als nicht deutscher


STARTHILFE
ANSPRECHPERSON
MENTORING
→ VERNETZUNG
BLOCKPARTY

ZENTRUM
FÜR GRATIS STEUER-
BERATUNG
Meeting
Room
· POTENTIELLE KÄUFER
UND KREATIVE ZUSAMMENBRINGEN
„WIRTSCHAFTSTAG NK"
REGELMÄSSIG!
MIT PECHA
KUCHAS
Anstatt Mörder unterstützt Antrag
zu stellen mit anthroposophie
/Schwarzmonatrag /Digitalisierung
Antrag an A Tag
erstellen!

ZENTRUM
FÜR GRATIS STEUER-
BERATUNG
POTENTIELLE KÄUFER
UND KREATIVE ZUSAMMENBRINGEN
„WIRTSCHAFTSTAG NK"
REGELMÄSSIG!
MIT PECHA
KUCHAS (WAS BEZAHLT)
Meeting
Room
Ateliers
Kritik:
Förderanträge vor allem
für Migrantinnen &
sozial prekäre Gruppen
fördern
Nachbar-
schaft &
gegen Gentrifizierung
Anstatt 1 Woche unbezahlt Förder-Antrag
zu stellen mit antibürokratie,
/Schwarmantrag /Digitalisierung
Antrag an 1 Tag
erstellen!