

Kreative Köpfe aus der Region

von Anna-Lena Höft und Magdalena Knappik, IHK



„Auch der Handel muss kreativ sein“:
Buchhändlerin Andrea Salomon.

Unter den Begriff „Kreativwirtschaft“ werden diejenigen Unternehmen gefasst, die größtenteils erwerbswirtschaftlich orientiert sind und die ihren Fokus auf die Schaffung, Produktion sowie mediale Verbreitung von kulturellen und kreativen Gütern und Dienstleistungen legen. Kurz gesagt: Die Kreativwirtschaft ist bunt. Lernen Sie einige Menschen kennen, die diese Branche mit Leben füllen.

Ideenreiche und gestaltende Menschen sind die Basis der Kreativwirtschaft: Autoren, Filmemacher, Musiker, darstellende Künstler, Architekten, Designer und Entwickler von Computerspielen schaffen künstlerische und kulturelle Vielfalt und stehen zugleich für die wirtschaftliche Entwicklung einer aus Wissen und Innovationen basierenden Ökonomie.

Die Kreativwirtschaft wird häufig von Freiberuflern sowie Kleinbetrieben geprägt. Sie sind primär erwerbswirtschaftlich orientiert und eher gering im öffentlichen Sektor (z. B. Museen, Bibliotheken) vertreten. Aufgrund der Vielfalt wird die Kreativwirtschaft in elf Teilmärkte unter-

gliedert. – Und wie sieht sich die Kreativwirtschaft selbst? Wir haben Kulturunternehmer und Kreativschaffende gefragt, was sie auszeichnet, woraus sie ihre Kreativität ziehen und welche Rahmenbedingungen sie für ihre Arbeit benötigen.

__ Was zeichnet Ihre Branche aus?

Andrea Salomon (Inhaberin Buchhandlung Holzberg Lingen): „Die Teil-Branche Handel mit Kulturgütern spiegelt die Vielfalt der Kreativwirtschaft wider. Wir bieten als Lingener Buchhandlung von wissenschaftlicher über Fach- bis hin zur Unterhaltungsliteratur alles an. Auch wir im Bereich Handel müssen kreativ sein. Wir müssen einen breiten Überblick über alle möglichen Themen haben, um dann unseren Kunden kreative Lesevorschläge machen zu können.“

__ Woher ziehen Sie Ihre Kreativität?

Janik Schlarmann (Geschäftsführer SchlarmannFilm GbR, Osnabrück): „Die Entstehung von Kreativität und von ausgefallenen Ideen ist besonders bei uns in der Filmindustrie von hoher Bedeutung. Die meisten unserer Einfälle entstehen entweder

im Alltag oder bei der Durchführung anderer beruflicher Projekte. Durch unterschiedliche Kunden haben wir einen großen Einblick in andere Branchen und können uns dadurch für innovative Projekte inspirieren lassen.“

__ Warum haben Sie sich für einen Standort in der Region entschieden?

Christine Keuter (Marketing-Managerin, Bartsch & Frauenheim Werbeagentur GmbH, Nordhorn): „Unsere Werbeagentur besteht seit 1993 in Nordhorn. Wir haben uns bei der Übernahme bewusst für den Standort entschieden, denn die Grafschaft Bentheim als Tor zum Ruhrgebiet sowie zu den Niederlanden ist ein idealer Wirkungsplatz für eine Werbeagentur. Die verschiedenen Eindrücke inspirieren unsere kreative Arbeit hier im Mediapark Nordhorn.“

__ Welche Rolle spielen Vernetzungen und gute Kontakte in der Branche?

Michelle Naber (Geschäftsführerin der Motion Media GmbH aus Osnabrück): „In unserer Branche spielen Vernetzung und gute Kontakte eine große Rolle. Um das Full-Service Angebot auch als kleine Agentur leisten zu können, ist ein großes und stabiles Netzwerk unheimlich wichtig. Wir sind stets daran interessiert, unser Netzwerk auszubauen und arbeiten auch gerne mit Freelancern zusammen. Die meisten unserer Kunden wünschen die gesamte Abwicklung „aus einer Hand“. Durch unser Netzwerk sind wir dazu in der Lage.“

Alle Infos: IHK, Magdalena Knappik, Tel. 0541 353-235 ■

12



Ausgefallene Ideen:
Janik Schlarmann.



Niederlande-Nähe:
Christine Keuter.



Vernetzung ist wichtig:
Michelle Naber.