

# „Alles muss stimmen“

### Karlsruher Kreativpark „Alter Schlachthof“ floriert

**KARLSRUHE.** In unmittelbarer Nähe zu Musikhochschule und Autobahnzubringer entwickelt sich Karlsruhes wohl innovativstes Gewerbegebiet. Kultur und kulturmahes Gewerbe sollen sich auf dem rund sieben Hektar großen Konversionsgelände Kreativpark „Alter Schlachthof“ gegenseitig befruchten. Sandsteinbauten prägen das 1887 in Betrieb genommene Areal südlich der Durlacher Allee am östlichen Stadteingang. Vor zweieinhalb Jahren endete der Schlachtbetrieb und noch zeugen Fleischerhaken, Ställe und geflieste Wände von der Nutzung der Gebäude als Schlacht-, Häute- oder Fleischmarkthalle. Doch schon vor Jahren begann sich Neues zu etablieren, das Kulturzentrum Tollhaus zog 1992 auf das Gelände, Menschenrechtszentrum, Jazzclub und Künstlerateliers folgten. Mittlerweile haben sich knapp 20 Mieter angesiedelt, darunter eine Planwerkstatt, ein Eisen schmiede, ein Architekturbüro, ein Zusammenschluss regionaler Filmemacher und eine Bürogemeinschaft von Designern, dazu ein Restaurant und eine Punk-Rock-Bar. „Die Vernetzung ist hier das Besondere, das Bedürfnis nach Austausch und die Offenheit für gemeinsame Aktionen“, sagt Tollhaus-Geschäftsführerin Britta Velhagen. So präsentierten sich die ersten Kreativpark-Nachbarn am vergangenen Wochenende gemeinsam bei einem Tag der offenen Tür.

#### Bürgerinitiative gegründet

Die Vorgeschichte der Umnutzung reicht zurück in die 1990er-Jahre als Teil städteplanerischer Ideen für eine mögliche Bundesgartenschau sowie für die, nicht erfolgreiche, Bewerbung Karlsruhes als Europäische Kulturhauptstadt. 2004 gegründet, wurde die Bürgerinitiative „Arbeitsgemeinschaft Kreativpark Ost“ für das Ansiedeln von Kultureinrichtungen und Kreativschaffenden initiiert. Deren Ideen flossen in ein städtebauliches Leitbild ein, und „soweit machbar“

nehme man weiterhin Anregungen und Wünsche der Nutzer auf, sagt Stadtplanerin Barbara Rettenmaier, die für den Kreativpark zuständige Projektleiterin bei der Fächer GmbH. Die städtische Gesellschaft ist mit der Planung, Sanierung und Vermarktung des Geländes befasst. Da die Sanierungen mit erheblichen Investitionen verbunden sind, die nur zum Teil über Mietrückflüsse zu finanzieren sind, wurde die Fächer GmbH im Doppelhaushalt 2009/2010 mit fünf Millionen Euro für das Gebiet „Alter Schlachthof“ ausgestattet. 20 bis 25 der zum größten Teil unter Denkmalschutz stehenden Gebäude werden erhalten und saniert, etwa zwei Hektar des Geländes sollen neu bebaut werden. Um Spekulation vorzubeugen, wurden die Grundstücke der Fächer GmbH übertragen. Derzeit befinden sich ein Existenzgründerzentrum und das neue Domizil für den Musikclub Substage im Bau. Bis 2015, wenn die Stadt ihr 300-jähriges Bestehen feiert, soll die Konversion des einstigen Schlachthofs abgeschlossen sein.

#### Geduldige Suche

Das Zusammenfassen eng verbundener Branchen, in diesem Fall der Kreativwirtschaft, verstehe sich als neuer, angebotsorientierter Ansatz der Wirtschaftsförderung, betont Rettenmaier. „Kultur und Gewerbe fließen immer mehr ineinander“, die sich aus ihrer Verknüpfung ergebenden Synergien ließen hohe Wachstumsraten erwarten. Diese „Cluster-Bildung“ sei ein „wichtiges standortpolitisches Ziel“, weshalb man in Karlsruhe geduldig nach Kreativunternehmen suche statt an x-beliebige Firmen zu vermieten. „Inhaltlich muss es stimmen“, sagt auch Velhagen, die sich aus Sicht der Nutzer allerdings mehr Gehör auf der Ebene politischer Entscheidung wünscht. Die endgültige Zahl der Mieter steht noch nicht fest, da die Raumgröße vom Ein-Personen-Atelier bis zur 600-Quadratmeter-Fläche variieren kann. Anja Frisch



Das ehemalige Schlachthofgelände ist mit neuem Leben erfüllt.



Kunst und Gewerbe führen in Karlsruhe ein sinnvolles Mit- und Nebeneinander.

#### KOMMENTAR



Anja Frisch PZ-Mitarbeiterin, zu: Entwicklungen im Kreativpark Karlsruhe

Das Kultur ein wichtiger Standortfaktor für die Neuan siedlung von Unternehmen ist – ist ein alter Hut. In der Kreativbranche selbst liegt ein Same für eine prosperierende Wirtschaft. Karlsruhe ist mit seiner Hochschule für Gestaltung, mit ZKM, Musikhochschule und dem Karlsruher Institut für Technologie eine Brutstätte junger Kreativer. Die Stadt tut gut daran, sie nach der Ausbildung nicht in die Welt ziehen zu lassen. Was die häufig an Schnittstellen von Kunst, Wirtschaft und Technik Arbeitenden halten kann, ist ein Umfeld, das ihrem Potenzial förderlich ist.

#### Geld in die Hand nehmen

Produkte und Dienstleistungen des noch jungen Gewerbebezugs der sogenannten Creative Industries können da gedeihen, wo ein Netzwerk den Austausch von Know-how ebenso erleichtert wie die zeitweilige, projektbezogene Kooperation, und wo Gastronomie und Kulturangebote Begegnungen und Impulse bieten, denn zündende Gedankenblitze entstehen selten zwischen acht und vier am Schreibtisch. An Karlsruhes Kreativpark „Alter Schlachthof“ zeigt sich aber auch, dass es notwendig ist, ein stimmiges und mit den Nutzern abgestimmtes Konzept zu haben und Geld in die Hand zu nehmen, will man zukunftsorientiert mit raren Gewerbeflächen sinnvoll umgehen.



Mit einem großen Fest unter dem Motto „ausgeschlachtet“ stellte sich am Wochenende der Kreativpark Karlsruhe vor. Gut bevölkert war auch die Bar „Alte Hackerei“, die seit Mai 2007 auch viel Live-Musik bietet.



Das große Areal des ehemaligen Karlsruher Schlachthofs wird von der Karlsruher Fächer GmbH neu geplant, saniert und vermarktet. Hier der Blick auf ein Modell des geplanten „Tollhaus“-Neubaus. Fotos: Frisch

# Die Kreativen sollen Pforzheims Zukunft sichern

### Oberbürgermeisterin will Wirtschaftsstandort stärken: Weniger konjunkturabhängige Arbeitsplätze notwendig



Das Kollmar & Jourdan-Gebäude in der Pforzheimer Bleichstraße soll künftig das Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft beherbergen.

Fotos: Seibel

**PFORZHEIM.** Zurzeit ist Pforzheims Oberbürgermeisterin Christel Augenstein in aufklärerischer Mission unterwegs: „Nein, das werde kein Künstlertrüffel“, sieht sie sich nach eigenem Bekunden immer wieder genötigt zu betonen, wenn es um das „Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft“ geht, das wohl im Kollmar & Jourdan-Gebäude sein Domizil finden wird. Nicht nur mit diesem Wortgebrauch tun sich allerdings viele schwer, auch der Begriff Kreativwirtschaft – und vor allem deren wirtschaftliche Bedeutung – scheint häufig noch nebulös. Dabei rangiert die Branche im bundesweiten Vergleich bei der Wertschöpfung gleich nach der Maschinenbau- und Automobilindustrie. „Und auch in Pforzheim hat mich die Zahl der Betriebe stark überrascht“, resümiert Augenstein. 1495 Unternehmen seien laut IHK in der Goldstadt dieses Wirtschaftszweigs zuzuordnen: Der Löwenanteil entfällt dabei auf das Segment Design, Uhren und Schmuck (464 Unternehmen), gefolgt von Unternehmensberatung/Werbung (377), der IT-Wirtschaft (257) sowie Handwerksbetriebe der Kreativwirtschaft (170) und Handel mit Kulturgütern (105). Das seien zwar alles „Klein- und Kleinstbetriebe“, schildert die OB, wundert sich aber gleichzeitig in Anbetracht der großen Zahl: „Warum haben wir das nicht früher erkannt?“

#### „Ehrgeiziger Zeitplan“

Mit diesem Mauerblümchendasein soll es nach Willen von Augenstein und Wirtschaftsförderer Christoph Dickmann nun endgültig vorbei sein. Zwei Bausteine nennt das Stadtoberhaupt dafür als grundlegend: Zum einen die Kreativmilie („eine räumliche und optische Verknüpfung vorhandener Standorte in der Innenstadt“) und eben jenes Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft im Kollmar & Jourdan-Haus, das mit dem Beschluss des Gemeinderats zum Kauf der Immobilie am 30. Juni auf den Weg gebracht werden soll. Einen Tag später muss nämlich auch der Antrag auf Mittel aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) gestellt werden, der Pforzheim immerhin fünf Millionen Euro bescheren soll. Bis zum Jahresende, schildert Dickmann, müssten dann 50 Prozent der bewilligten Mittel auch abgerufen werden. „Ein

ehrgetziger Zeitplan“, sagt Christel Augenstein. Ehrgeizig auch deshalb, weil die Mittel nur für die „Hardware“, also das Gebäude, genutzt werden können, die Entwicklung der „Software“, die dieses Kompetenzzentrum erst sinnvoll macht, hingegen noch lange nicht abgeschlossen ist. Hier, so konstatiert Dickmann, sei man in Gesprächen mit Vertretern der Kreativwirtschaft und mit Studenten der Hochschule Pforzheim, wobei gerade den angehenden Designern bei diesem Projekt eine wichtige Rolle zukommt. Die sollen nämlich künftig vor allem in den Genuss der Angebote im Kollmar & Jourdan-Haus kommen, „denn nur für 15 oder 20 Mieter brauchen wir diesen Aufwand nicht zu treiben“, versichert der WSP-Direktor. Durch ein „Cluster-Management“, das speziell auf die Bedürfnisse der Kreativwirtschaft abgestimmt sei, will Dickmann wirken: Gemeinsame Messeauftritte, Unterstützung beim Vertrieb und Imagegebung für die Branche sieht er als wirksame Instrumente. Das genaue Nutzungskonzept soll bis zum Stichtag 30. Juni stehen: Dass es dabei einen „Open-Space-Bereich“ mit ammiertbaren Multimedia-Arbeitsplätzen, eine multifunktionale Werkstatt nicht nur für den Schmuckbereich und ein Fotostudio geben wird, ist bereits in einer vom Gemeinderat genehmigten Beschlussvorlage konkretisiert. Wichtiger Bestandteil ist auch die



In Stein gemeißelt: Die Kollmar & Jourdan-Initialen.

„Vermietung an Kreative“, die analog der Handhabung im Pforzheimer Gründerzentrum Innotec, passieren soll: Die Raumnutzung soll dabei nicht ausschließlich an feste Mietpreise gekoppelt werden, sondern beispielsweise auch an die Schaffung neuer Arbeitsplätze. 1600 bis 1800 Quadratmeter Vermietungsfläche – von rund 8000 Quadratmetern insgesamt – will Dickmann zur Verfügung stellen können. „Ich rechne bei einem Einzug in zwei-einhalb Jahren mit einer Auslastung von 70 Prozent!“

Und das wäre dann ein Schritt auf dem Weg, den die Oberbürgermeisterin als unabdingbar ansieht: „Wir müssen den strukturellen Wandel in Pforzheim beschleunigen und neue, zukunftsfähige Arbeitsplätze schaffen“. Bislang, so das Stadtoberhaupt, sei die Goldstadt zu einseitig aufgestellt. So habe sich die durch die traditionelle Schmuckindustrie bedingte Monstruktur nachteilig ausgewirkt, „aber auch die Präzisions- und Feinwerktechnik hängt durch ihre Abhängigkeit von der Automobilindustrie in den Seilen“. Die Arbeitsplätze in Pforzheim, seien einfach zu konjunkturanfällig. Abhilfe verspricht sich die Oberbürgermeisterin durch die Stärkung der Kreativwirtschaft und die Einrichtung des Kompetenzzentrums. Auch wenn sie im Hinblick auf die enormen Sanierungs- und Umbaumaßnahmen der insgesamt rund 8000 Quadratmeter großen Immobilie samt der Maßnahmen im Umfeld für sich feststellen muss: „Eine Nummer kleiner wäre mir das ganze lieber gewesen“. Sandra Pfäfflin

#### INFO

#### Kreativwirtschaft im Internet

Das Forschungsgutachten Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung kann unter [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de) bestellt werden. Infos über den Kreativpark in Karlsruhe gibt es unter [www.kreativpark-ost.de](http://www.kreativpark-ost.de), die MedienRegion Stuttgart stellt sich unter [medienregion-stuttgart.de](http://medienregion-stuttgart.de) vor. Das vorläufige Nutzungskonzept für das Pforzheimer Kollmar & Jourdan-Gebäude gibt es unter [www.stadt-pforzheim.de](http://www.stadt-pforzheim.de) (Ratsinformationssystem der Stadt Pforzheim). ps

#### KOMMENTAR



Sandra Pfäfflin PZ-Redakteurin, zu: Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft

Die Abwägung fällt nicht leicht: Einerseits das dringende benötigte Signal an die geübte Pforzheimer Bevölkerung, es geht vorwärts. Andererseits mögliche Kosten von insgesamt 30 Millionen Euro. Wie soll man da entscheiden? Braucht die Goldstadt das Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft im Kollmar & Jourdan-Haus, kann sie es sich überhaupt leisten oder blockiert sie damit andere Investitionen auf Jahre hinaus?

#### Mut zum Risiko

Der Pforzheimer Gemeinderat und auch die Oberbürgermeisterin haben sich festgelegt: „Wir müssen ein bisschen mehr Mut an den Tag legen“, sagt Christel Augenstein. Doch wenn die Stadt ja sagt zu diesem Großprojekt, dann muss sie jetzt ganz schnell in die Pötte kommen. Denn ohne schlüssiges, überzeugendes Konzept könnte aus dem notwendigen Mut schnell teurer Übermut werden.



Oliver Daniel Bachmann PZ-Mitarbeiter, zu: Von der MedienRegion Stuttgart lernen

Pforzheim habe den Strukturwandel verschlafen, umschrieb der CDU-Landtagsfraktionsvorsitzende Stefan Mappus vor Kurzem seine Standortanalyse. Und richtig, vergleicht man Pforzheim mit Städten der MedienRegion Stuttgart wie Ludwigsburg, sieht es in zukunftssträchtigen Bereichen wie Neue Medien, Film oder Werbung an Enz und Nagold düster aus. Und das, obwohl die Hochschule Pforzheim zu den ersten Deutschlands zählte, die Werbung in ihrem Ausbildungsangebot hatte.

#### Die Konkurrenz schläft nicht

Doch mittlerweile ist die Konkurrenz nicht nur im Hochschulbereich riesengroß: Beim Kampf um die besten Absolventen zieht Pforzheim regelmäßig den Kürzeren. Auch Ludwigsburg hatte mit diesem Problem zu kämpfen: Die Absolventen der Filmakademie verließen den Standort. Darum reagierte man, und schuf mit dem Film- und Medienzentrum einen geeigneten Platz, der jungen Medienschaffenden ermöglicht, in der Stadt zu arbeiten. Die Nutzung des Kollmar & Jourdan-Gebäudes als Kreativzentrum kann daher ein logischer Schritt sein, um nicht noch stärker von den boomenden Landkreisen der MedienRegion Stuttgart abgehängt zu werden. „Die MedienRegion Stuttgart profitiert von der positiven Wahrnehmung von Schmuckdesign aus Pforzheim“, sagt Bettina Klett, Leiterin des Geschäftsbereichs Kreativwirtschaft in Stuttgart. In allen anderen Bereichen der Kreativwirtschaft ist die Strahlkraft Pforzheims dagegen gering. Ein Kreativzentrum mit überzeugendem Konzept könnte der Anfang sein, diese Schwäche zu überwinden. Daniel Oliver Bachmann

## Das Dachgeschoss im Visier

### Pforzheim Galerie hofft auf zusätzlichen Raum

**PFORZHEIM.** „Drückend heiß und eng“ sei es gewesen, schildert Joachim Rösch die Situation am Sonntag in der Pforzheim Galerie im Kollmar & Jourdan-Haus: Rund 150 Besucher hätten sich bei der Ausstellungseröffnung „Horst Antes – René Dantes“ in den Räumen gedrängt. „Wir sind mal wieder an unsere Grenzen gestoßen“, konstatiert der Erste Vorsitzende des Freundeskreises, der zusammen mit dem Kulturamt die Galerie in dem Gebäude betreibt, das künftig auch das Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft beherbergen soll.

Im Dezember dieses Jahres kann die Pforzheim Galerie bereits ihr zehnjähriges Bestehen in den historischen Räumen feiern – vieles habes sich in dieser Zeitspanne zum Positiven verändert, sagt der SPD-Mann, manche Wünsche blieben allerdings noch offen. Seit der Umgestaltung der Galerie sei es gelungen, Aufmerksamkeit über die Region hinaus zu erzielen, unter anderem mit Ausstellungen wie „Schätze aus Pforzheimer Privatbesitz“, „Camille Leberer“ und jetzt „Antes – Dantes“.

„Doch wir stoßen schnell an Grenzen“, sagt der Mediziner: Für Leihgaben aus international bedeutenden Museen würden einfach die Voraussetzungen fehlen. Rösch kann die Mängel schnell festmachen: Keine konstante Klimatisierung, keine passende Beleuchtung, keine Regulierung der Luftfeuchtigkeit – „und vor allem mangelnde Sicherheitsvorkehrungen“. Den Gedanken, eine eigene Kunsthalle für hochkarätige Wechselausstellungen zu bauen, hat Rösch allerdings ad acta gelegt: „Wir haben uns als Marke in diesem Gebäude etabliert“. Und so denkt er eher an räumliche Ausweitung innerhalb des Gebäudes. „Dringend“, so sagt Rösch, würden 100 bis 150 zusätzliche Quadratmeter benötigt, vor allem um die neuen Medien in der Kunst endlich vorstellen zu können. Sein mittelfristiges Ziel – „so in drei bis fünf Jahren“ – ist allerdings die Erweiterung um weiter 500 auf dann insgesamt 1000 Quadratmeter. Und da sieht er im Dachgeschoss des Kollmar & Jourdan-Gebäudes ein großes Potenzial: „Das wäre eine Option für die Zukunft“.

„Im Rahmen der kommenden Gebäudesanierung wäre die Vorbereitung eines Ausbaus gut vorstellbar“, formuliert er vorsichtig. Und winkt mit dem zweckgebundenen Vereinsvermögen: Rund 350 000 sind in dieser Kasse. „Die könnten wir gezielt einbringen“, lockt Rösch. Sandra Pfäfflin



Auf großes Interesse stößt die Ausstellung „Antes-Dantes“. Foto: Seibel

**Alle Akteure ins Boot holen**  
Bettina Klett, Leiterin des Geschäftsbereichs Kreativwirtschaft bei der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH, erläutert: „Wir wollen alle wichtigen Akteure des Kreativstandorts in ein Boot holen. Durch die Kooperation mit der Partner-Events gewann der „Kreativraum“ dadurch kräftig an Bedeutung.“ Neben dem Internationalen Trickfilm-Festival Stuttgart, der 14. Internationalen Konferenz für Animation, Effekte, Games und digitale Medien, der Verleihung des Medienpreises der Landesanstalt für Kommunikation sowie der Pop-Open 2009 zog auch noch der parallel stattfindende European Creativity Dialogue und der Fachkongress Hörmedien die Öffentlichkeit in ihren Bann. „Die sogenannte Blaue Stunde“, so Bettina Klett, „verbände alle diese Veranstaltungen miteinander und fungierte so als Spiegelbild der Vernetzung zwischen den Akteuren.“ Über 100 000 Besucher zeugten vom Erfolg

## Ein wirtschaftliches Erfolgsmodell

### Der „Kreativraum“ präsentierte die Boom-Branchen der MedienRegion Stuttgart: Über 100 000 Besucher angelockt



Bettina Klett, Leiterin Geschäftsbereich Kreativwirtschaft bei der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH. Foto: Grossmann

des neuen Modells. Vernetzung gilt als Zaubervort der Kommunikationsbranche. Bettina Klett bringt es auf den Punkt: „Anregungen und Austausch sind eine gesunde Basis für neue Ideen und wirtschaftlichen Erfolg.“ Dieser kann sich mittlerweile in Zahlen messen lassen. Nach einer Erhebung im Jahr 2007 für den Informations- und Mediensektor innerhalb zwölf Regionen in Baden-Württemberg nimmt die Region Stuttgart deutlich die Spitzenstellung ein. Hier konzentrieren sich über ein Drittel aller Unternehmen mit einem Anteil von mehr als 40 Prozent am Branchenumsatz. Auch das jährliche Wertschöpfungswachstum kann sich sehen lassen. In den Jahren 1995 bis 2004 war es mit rund fünf Prozent doppelt so stark wie das Gesamt-Wirtschaft Baden-Württembergs. Inzwischen arbeiteten rund 398 000 Erwerbstätige in der Kreativwirtschaft und stellen damit mehr als sieben Prozent aller Erwerbstätigen. Und die Zahl steigt weiter: Mit rund zwei Prozent pro Jahr doppelt so stark wie in der Gesamtwirtschaft des Landes. So ist es kein Wunder, dass mittlerweile über 49 000 steuerpflichtige Unternehmen zur baden-württembergischen Kreativwirtschaft zählen, mit einem Gesamtumsatz 2004 von 50,2 Milliarden Euro. Damit liegt man der Vorzeigebranche des Landes, dem Maschinenbau, zum ersten Mal den Rang ab.

Besonders im Bereich Film legte die MedienRegion Stuttgart – traditionell ein starker Verlagsstandort – kräftig zu. „Neben den zwei Serien „Soko Stuttgart“ und „Eine für alle – Frauen können’s besser“ ist speziell die Trickfilmbranche sehr aktiv“, so Bettina Klett. „Aber auch der Image- und Dokumentarfilm spielen eine immer größere Rolle.“ So kam es fast zwangsläufig, dass der Deutsche Wirtschaftsfilmpreis des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie in Ludwigsburg verliehen wird, dem Standort der renommierten Filmakademie Baden-Württemberg. „Diese gehört zum Netz von Hochschulen, die nahezu alle Bereiche der Kreativwirtschaft auf hohem Niveau abdeckt“, sagt Klett. Dazu zählen neben der Filmakademie der Hochschule

der Medien, die Kunstakademie Stuttgart, die Hochschule für Musik und Darstellende Kunst sowie die Universität Stuttgart und Hohenheim. „Auch wenn die Medienregion Stuttgart heute gut aufgestellt ist, tat man sich auch in der Landeshauptstadt mit der Kreativwirtschaft anfangs sehr schwer. Nicht vergessen ist, wie man der Filmakademie Baden-Württemberg 1991 auf ihrer Suche nach einem geeigneten Standort die Tür vor der Nase zuschlug, sehr zur Freude der Stadt Ludwigsburg, die sich mit der Ansiedlung dieser Ausbildungsstätte zu einem international bedeutenden Me-

diestandort entwickeln konnte. Stuttgart als Stadt, die traditionell vom Automobil- und Maschinenbau lebte, tat sich nicht leicht, Kreativleistungen als Wirtschaftsfaktor zu begreifen. „Die Medieninitiative reagierte darauf“, so Bettina Klett. „Seit über 13 Jahren liefert sie wichtige Anregungen, wie die Notwendigkeit des Literaturhauses oder die Ausweitung neuer Medienreale.“

Auch Präsentationsmöglichkeiten auf Messen oder Publikationen wurden in diesem Kreis angeregt, diskutiert und umgesetzt. „Der eigene Newsletter „in medias res“ feiert dieses Jahr bereits das 10-jährige: Monat für Monat gibt er den schnellen Überblick über die wichtigsten Aktivitäten und Trends der MedienRegion Stuttgart. Was sich die Medienbranche überhaupt nicht leisten kann, ist Stillstand. Kein Wunder, plant Klett mit ihrem Team schon die nächsten Maßnahmen, um den Standort weiter zu stärken: „In Kooperation mit Stadt und Land veranstalten wir am 10. Juli im Mercedes-Benz-Museum den „Creative Leaders Day“ mit internationalen Top-Referenten. Anfang Dezember ist das Land Baden-Württemberg dann Gastgeber des Creativity World Forum. Dafür organisieren wir eine Tour durch die Region mit einem speziellen Blick auf Architektur und Design.“ Das Ganze immer mit der Maßgabe, neben der Innovations- und Wirtschaftskraft des Kreativstandorts auch das kreative Potenzial deutlich herauszustrahlen. Daniel Oliver Bachmann



Medienevents wie das Internationale Trickfilmfestival locken das Publikum ins Stuttgarter „Gloria“. Foto: mrs