

Designmetropole Wiesbaden

Im bundesweiten Vergleich liegen die „Creative Industries“ der hessischen Landeshauptstadt überraschend weit vorn. Designer und Kreativagenturen finden in Wiesbaden offenbar ein besonders gutes Klima für Spitzenleistungen. Damit diese in der Öffentlichkeit besser wahrgenommen werden, haben sich Branchenvertreter und Wirtschaftsförderung zu einer Initiative zusammengeschlossen.

Unglaublich, aber wahr: Vor zwei Jahren veröffentlichte das Fachblatt „werben & verkaufen“ eine Rangliste von Deutschlands Städten, bemes-



sen nach ihrem kreativem Agenturpotenzial. Grundlage bildeten die in internationalen Kreativwettbewerben erzielten Auszeichnungen. Wie vermutet führten drei Großstädte (Hamburg, Berlin, Frankfurt) die Liste an. Auf dem vierten Platz fand sich jedoch eine Stadt, die man so weit vorne nicht erwartet hatte: Wiesbaden – mit deutlichem Abstand vor München, Düsseldorf und Stuttgart. Und bis heute ist die Bedeutung von Kommunikationsdesign „Made in Wiesbaden“ ungebrochen.

Warum existiert gerade hier ein so fruchtbarer Nährboden für Kreativität? Eine mögliche Antwort auf diese Frage findet man auf dem Campus im Medienpark „Unter den Eichen“:

An der Wiesbadener Fachhochschule sichern sich die Designstudenten einen Kreativpreis nach dem anderen. In diesem Jahr hatte der ambitionierte Wiesbadener Fachbereich auch beim GWA Junior Agency Award die besten Ideen und setzte sich gegen die bundesdeutsche Konkurrenz durch. Viele Absolventen der FH bleiben dem Hochschulort treu und gründen ihr Designbüro in Wiesbaden. So entstanden erfolgreiche Kreativagenturen wie Scholz & Volkmer, 3deluxe, Fuenfwerken, Die Firma, Michael Eibes Design und Q.



ACCESS ALL AREAS

Auf 100 Seiten präsentiert ein Magazin Wiesbadener Kreative, die ihre persönlichen Geheimtipps verraten. Es ist kostenlos über die Wirtschaftsförderung erhältlich: Telefon 0611 313131.

Die führenden Köpfe dieser sechs Unternehmen – von denen sich viele aus der Studienstzeit kennen – setzten sich im Jahr 2006 mit Dr. Helmut Müller zusammen. Der damalige Stadtkämmerer und heutige Oberbürgermeister erkannte die Bedeutung von Design als Wirtschafts- und Standortfaktor. Gemeinsam beriet man, wie die Kompetenz der „Designstadt Wiesbaden“ öffentlich kommuniziert werden kann. Die Kreativen schlugen vor, die Türen ihrer Büros zu öffnen – unter dem Titel „Access all areas“. Mit der Aufschrift „Bitte stören!“ ermunterten blaue Klinkenhänger dazu, durch Ateliers zu spazieren, Gespräche zu führen und Arbeiten zu studieren.

Während der ersten Aktionstage 2007 blieb man noch weitgehend unter sich. In diesem Jahr beteiligten sich schon über 20 Kreative und Agenturen sowie die Fachhochschule an dem Programm, zu dem auch Veranstaltungen zählen. Zum Eröffnungsevent im Walhalla-Theater, bei dem eine hochkarätig besetzte Podiumsdiskussion über Typografie und der Dokumentarfilm „Helvetica“ zu erleben waren, fanden sich mehr als vierhundert Besucher aus dem gesamten Rhein-Main-Ge-

biet ein. Viele Mitarbeiter aus Frankfurter Großagenturen, aber auch Designer aus Mainz, Offenbach und Darmstadt waren neugierig auf das, was in Wiesba-

den passiert. Highlight der „Access all areas“-Tage war die SEE-Konferenz von Scholz & Volkmer; diese Veranstaltung mit internationaler Strahlkraft widmet sich neuen Ansätzen zur Visualisierung von Information. Auch hier war das Caligari-Filmtheater bis auf den letzten Platz gefüllt; Referenten wie Designer Ben Fry fesselten das aus allen Teilen Deutschlands und dem europäischen Ausland angereiste Publikum.

Die Motive der Unternehmen und Personen, die sich bei „Access all areas“ beteiligen, sind unterschiedlich – während einige Agenturen potenzielle Mitarbeiter für sich gewinnen wollen, geht es anderen eher um öffentliche Wahrnehmung oder soziale Kontakte. Detlev Bendel, Stadtrat für Wirtschaft und Förderer der Initiative, hat den Standortvorteil im Auge. Allen gemeinsam ist das Bewusstsein, dass sich in Wiesbaden nicht nur gut leben, sondern auch exzellente Designqualität hervorbringen lässt. Die bedeutende Rolle der Kreativwirtschaft färbt nachhaltig auf Wiesbaden ab – die Reputation vieler hier angesiedelter Unternehmen reicht weit über die Landesgrenzen hinaus. Stolz rückt man die eigene Leistungsstärke ins öffentliche Blickfeld: Auch 2009 finden die Aktionstage statt. Infos und Newsletter erhalten Interessierte unter www.aaa-wiesbaden.de.

Text: Thilo von Debschitz, Geschäftsführer der Kreativagentur Q, Wiesbaden, tvd@q-home.de