

Pressespiegel // Wiesbadener Kurier 15. April 2009

# Die „Top-Liga“ der Kreativen

Agenturen stellen sich bis Sonntag vor / Branche bundesweit auf Platz vier

**WIESBADEN.** Das Potenzial der Kreativwirtschaft in Wiesbaden ist hoch. Sichtbar wird es bei den Designtagen, wenn auch die Agenturen ihre Türen öffnen. Inzwischen ist zwischen der Stadt und der Industrie- und Handelskammer klar: Design muss in Wiesbaden sichtbar werden.

Von  
Cornelia Diergardt

Vogelgezwitscher, Wasser-rauschen, Südsee-Traum. Ein Paradies mit puristisch design-ten Wannen, Waschbecken und Toilettenschüsseln der Firma Hoesch. An kahle Messehallen erinnert bei der Internationalen Sanitär- und Heizungsmesse in Frankfurt rein gar nichts mehr, wo auf 800 Quadratmetern die Wiesbadener Agentur Kaiser + More wahre Wellness-Oasen implantiert. Geschäftsführer Joe Kaiser ist einer der zahlreichen Wiesbadener Agenturbetreiber, die sich bei der viertägigen Veranstaltungsreihe „Access All Areas“ – Designtage Wiesbaden“ ab heute bis zum kommenden Sonntag vorstellen.

## Einrichtung für McDonald's

Bereits zum dritten Mal öffnen die Kreativen ihre Türen, laden zu Diskussionen, Filmvorführung, Konferenz und in die Fachhochschule ein. In diesem Jahr präsentiert sich die Branche noch kompakter als in den Jahren zuvor: Mit mehr Programm und mit mehr Dienstleistern aus den Bereichen Produkt-, Grafik- und Kommunikationsdesign sowie

der Werbegestaltung. Vor allem stellen sich die Agenturen breiter auf. Mit im Boot des vor drei Jahren gegründeten Arbeitskreises Designwirtschaft mit den Unternehmen 3deluxe, Die Firma, Die Kommunikationsabteilung, Fuenfwerken, Michael Eibes Design, Q sowie Scholz & Volkmer, der städtischen Wirtschaftsförderung und der Fachhochschule, ist nun auch die Industrie- und Handelskammer.

## Grand Prix in Cannes

Die Teilnahme der IHK unterstreicht einmal mehr, dass Wiesbaden als Design-Standort vorangebracht und bei den regionalen Unternehmen ein Bewusstsein für das Design-Know-How geschaffen werden soll. „Nötig ist deshalb eine Wahrnehmungsoffensive, ein Konzept, um Design in der Stadt sichtbar zu machen“, betont Rüdiger Pichler, Professor für Kommunikationsdesign. So schwebt dem Arbeitskreis Designwirtschaft ein ehrgeiziges Ziel vor, nämlich der Bau eines Designzentrums. Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel „unterstützt die Idee“.

Denn außerhalb des Designzirkels wissen nur wenige, dass beispielsweise die Agentur Q von Thilo von Debschitz ein interaktives Periodensystem ins Netz gestellt hat, dem Chemie-Dozenten und -Studenten in aller Welt trauen. Oder dass Scholz & Volkmer bislang 460 nationale und internationale Preise abräumten, darunter als einzige deutsche Agentur den begehrten Grand Prix bei den Cyberlions in Cannes. Oder,

dass Rolf Mehnert und Holger Schmidhuber von Fuenfwerken das neue, europaweite Einrichtungskonzept für McDonald's entwickelt haben.

Wiesbaden kann nicht mit Berlin oder Hamburg mithalten, wo Werbung eine große Rolle spielt und beispielsweise die Firma Jung von Matt sitzt, die mit „Geiz ist geil“ für Saturn oder „Mein Haus, mein Auto, mein Boot“ für die Sparkassen einen regelrechten Coup landeten und als Full-Service-Agentur das gesamte Spektrum von der Media-Analyse bis zum TV-Spot bietet. In der hessischen Landeshauptstadt wird der Schwerpunkt auf Design und Unternehmenskommunikation gelegt. Als „feine Boutique-Agenturen“ bezeichnet der erfahrene Werber und FH-Professor Jürgen Schwarz die Unternehmen. Wirtschaftsdezernent Bendel spricht von „kleinen Diamanten“. Dennoch müsse Wiesbaden nicht den Metropolen hinterherlaufen, unterstreicht Joachim Nolde, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer.

Nach zehnjährigem Aufenthalt in London ist wiederum Fotokünstler Andreas Baier überzeugt: „Die Wiesbadener Agenturen gehören auch im internationalen Vergleich zur Top-Liga der Kreativen“.

Auftrumpfen kann die Landeshauptstadt mit folgenden Zahlen. Auf der Rangliste der Hochschulen rangiert Kommunikationsdesign unter den ersten Fünf. Gemessen an den Auszeichnungen bei internationalen Wettbewerben schafft

es Wiesbaden laut eines Vergleichs der Berenberg Bank und des unabhängigen Hamburgischen Weltwirtschaftsinstituts hinter Hamburg, Frankfurt und Berlin auf Platz vier.

## Möbel im Museum

Auch zählt zu den Kreativköpfen der Stadt Dieter Rams, der 1932 in Wiesbaden geboren wurde, an der Werkkunstschule studierte und sich den Ruf als einer der einflussreichsten Industriedesigner der Moderne erwarb. Von Rams stammt beispielsweise die Radio-Plattenspieler-Kombination SK 4 von Braun mit Schutzdeckel aus Plexiglas. Zitate seiner Designformen finden sich ebenfalls in den Produkten von Apple und mehrere von ihm entworfene Möbel zieren das Museum of Modern Art in New York. Wiesbaden würdigt dagegen den 76-jährigen Träger des höchsten Designpreises der Bundesrepublik Deutschland herzlich wenig.

## „Mutiger werden“

Viel Potenzial, aber wenig Präsenz: Selbst Hinweisschilder und Informationstafeln wirken, so Joachim Nolde, teils „furchtbar altbacken“. Der IHK-Geschäftsführer ist überzeugt: „Eine Stadt, die sich Design auf die Fahne schreiben will, muss sich besser darstellen, um glaubwürdig zu sein“. Wirtschaftsdezernent Bendel pflichtet bei und appelliert: „Wir müssen mutiger werden. Wiesbaden ist nicht mehr die Kurstadt von 1907“.