

# Erstes Gipfeltreffen der Kreativ-Branche im NRW-Forum

VON DAGMAR HAAS-PILWAT

Ein Tropfen so schwarz wie Erdöl ist zwar das Symbol des Kongresses, aber gefördert werden soll der Rohstoff des 21. Jahrhunderts. „Kreativität ist unser Energielieferant, ohne den die Wirtschaft nicht erfolgreich funktioniert“, sagt Kai Röffen vom Art Directors Club Deutschland. Zusammen mit seinem Vorstandskollegen Stefan Scheer hat der 48-jährige Geschäftsführer von TBWA deshalb den ersten Kreativgipfel in Deutschland organisiert.

Im NRW-Forum war der Auftakt gestern Abend bei einem Dinner. Heute treffen sich ab 9 Uhr die Koryphäen der Kreativwirtschaft und zeigen mehr als 200 geladenen Teilnehmern aus den Vorstandsetagen von Metro, Tengelmann oder Teekanne, vom Flughafen, Wirtschaftsministerium und von Brauereien auf, wie ihre Unternehmen Kreativität für wirtschaftliches Wachstum nutzen können. Unterstützt wird das geballte Zusammentreffen kreativer Köpfe finanziell von der Stadt und von der Firma Henkel.



Kai Röffen vom Art Directors Club Deutschland FOTO: PRIVAT

Sechs Redner aus ganz Europa sind angereist, darunter Max Kalbfell (BMW/Mini), Peter Kruse (Nextpractice) und Alexander Osterwalder (Business Model Generation), sind mit von der Partie.

So wird der Deutsch-Chinese Andy Chiu (Puma AG) berichten, wie es ihm gelungen ist, einen der weltweit meistverkauften Turnschuhe zu erfinden. Die Idee kam

ihm beim Spazierengehen auf der Straße, als ihm auffiel, dass die üblichen Sneaker nicht optimal für Fahrradpedale geeignet sind.

Bereits vor der Premiere des ersten Kreativgipfels steht schon fest, dass es eine Wiederholung gibt. Geplant ist eine Serie mit zwei Veranstaltungen pro Jahr und zwar stets in Düsseldorf. „Hier sind die kreativen Unternehmen und Köpfe zu Hause“, erklärt Röffen. Die Stadt gilt bundesweit als das Zentrum der Kreativwirtschaft und hat allein in der Werbung – zumindest was den Umsatz betrifft – die Nase vorn: Die knapp 1000 Werbeagenturen mit ihren mehr als 7000 Mitarbeitern machen 4,5 Milliarden Euro Umsatz und verweisen die Konkurrenten Hamburg, Frankfurt und München auf die Plätze. Auch für Kai Röffen (verheiratet mit RTL-Moderatorin Frauke Ludwig) ein Grund, sich Mitte des Jahres mit einer eigenen Agentur an der Cecilienallee niederzulassen. Als Partner und Geschäftsführer gründet er dann am Standort Düsseldorf die dritte Niederlassung der Werbeagentur KemperTrautmann.