

## Pressedienst aus dem Bundesland Bremen – August 2019

### Inhaltsverzeichnis

<b>Spiel mit mir</b> <i>Der Bremer Andreas Schmidt hat Brett- und Kartenspiele auf Bierdeckeln entwickelt</i>	<b>Seite 2</b>
<b>„Ein Drittel der Überseeinsel wird grün“</b> <i>Investor Klaus Meier über seine Pläne für ein innovatives Stadtquartier in Bremen</i>	<b>Seite 9</b>
<b>Was Lady Gagas Schuhe mit Bremerhaven zu tun haben</b> <i>Designer David Kotowski stattet Models und Pop-Musiker aus</i>	<b>Seite 17</b>

#### Ein Dienst von Journalisten für Journalisten

Der Pressedienst aus dem Bundesland Bremen arbeitet ähnlich wie ein Korrespondentenbüro. Bereits seit Juli 2008 berichtet er monatlich über Menschen und Geschichten aus den Städten Bremen und Bremerhaven. Die Autorenstücke werden um rechtfreies Bildmaterial ergänzt. Alle Artikel unter: <https://wfb-bremen.de/de/page/startseite/presse/pressedienst>



09.08.2019 – Janet Binder

## [Spiel mit mir](#)

**Gesellschaftsspiele liegen ungebrochen im Trend – trotz oder wegen der zunehmenden Digitalisierung. Auch in Kneipen wird gerne gespielt. Beides hat der Bremer Andreas Schmidt zusammengebracht: Er hat Bierdeckel-Spiele auf den Markt gebracht. Die Kreationen sind nicht die ersten, die er entwickelt hat.**



Quasi über Nacht zum Spieleautor: Der Bremer Andreas Schmidt hatte 2004 seine erste Spielidee. © WFB/Focke Strangmann

### **In einer Nacht das erste Spiel entwickelt**

Wenn Andreas Schmidt morgens mit seiner Frau Sabine am Frühstückstisch sitzt, hält er oft nicht nur eine Kaffeetasse in der Hand, sondern auch einen Würfel. Zwischen Toast und Kaffee testet das Ehepaar dann eine Neuentwicklung, so wie zurzeit gerade das Würfelspiel „Franky Rock n Vegas“. „Das Spiel ist mein Liebstes zurzeit“, sagt Andreas Schmidt. Der Bremer ist Spieleautor. Das wurde er quasi über Nacht.



Als gelernter Bankkaufmann und studierter Betriebswirt beschäftigte sich der 48-Jährige stets als Ausgleich zum trockenen Joballtag mit kreativen Dingen. Zum Beispiel gestaltete er digitale Pop-Art-Kunst. Dass er Brettspiele kreieren würde, lag allerdings zunächst nicht auf der Hand. „Ich hab' damals gar nicht so viel gespielt“, sagt der 48-Jährige. Er war aber Fan von Star Wars, Herr der Ringe oder auch der Avenger-Saga. Mitten in der Nacht kam ihm schließlich vor 15 Jahren die Idee für ein Fantasy-Brettspiel. „Ich bin aus dem Bett aufgestanden und habe das Regelwerk aufgeschrieben. Das wurde ein richtig großes Ding: 18 Seiten.“

### **Sein erstes Strategiespiel handelt von Mönchen und fliegenden Teppichen**

Veröffentlicht wurde es jedoch nie. „Die Spieleverlage, denen ich es vorgestellt habe, fanden es toll, aber nicht toll genug“, erinnert sich Schmidt. Bis sein erstes Strategiespiel „Shenshi“ mit meditierenden Mönchen auf fliegenden Teppichen auf den Markt kam und nichts mit seiner ersten Idee zu tun hatte, dauerte es noch ganze fünf Jahre. Das ist nicht ungewöhnlich für Spieleautoren: „Man muss in die Welt reinwachsen. Als ich anfang, sagten mir die Verlage, es würde zehn Jahre dauern, bis mein erstes Spiel herauskommt.“ Inzwischen hat Schmidt über 20 Brettspiele veröffentlicht, darunter so erfolgreiche wie „Der Hobbit – das Spiel zum Film“. Es verkaufte sich bereits rund 100.000 mal. Das Spiel war vom Regisseur der Filmadaption des Romans Der Hobbit, Peter Jackson, persönlich für gut befunden worden. Darauf ist Schmidt noch heute stolz.



Über 20 Brettspiele hat Andreas Schmidt bereits veröffentlicht, darunter das erfolgreiche Brettspiel „Der Hobbit – das Spiel zum Film“. © WFB/Focke Strangmann

### „Bierdeckel haben etwas Geselliges“

Seine neuesten Entwicklungen sind deutlich kleiner als „Der Hobbit“ und auch noch nicht ganz so nachgefragt. Das kann aber noch kommen, denn auch hier hat Schmidt auf bekannte Namen gesetzt und mit den Lizenzgebern zusammengearbeitet: Die Spiele haben etwa „Häger, den Schrecklichen“ und den Spinat essenden Matrosen „Popeye“ im Titel. Im Gegensatz zum „Hobbit“ haben die Spiele kurze, schnell zu verstehende Regeln und passen auf maximal 13 Bierdeckel - wortwörtlich. „Ich wollte mal Spiele machen ohne komplexe Anleitung.“ Die gestalteten Bierdeckel dienen entweder als Spielfeld oder als Spielkarten. Sie passen in die Hosentasche, man kann sie mit in die Kneipe oder den Biergarten nehmen. Man kann sie für Trinkspiele nutzen, aber auch mit Kindern ab acht Jahren unterwegs spielen. „Bierdeckel haben etwas Geselliges. Wenn man sie nutzt, ist man immer mit anderen zusammen“, sagt Andreas Schmidt, der inzwischen eine besondere Leidenschaft für Bierdeckel entwickelt hat.



### **Fußballspiel wurde von Werder Bremen übernommen**

Den Anfang der Bierdeckel-Reihe bildete das Fußball-Spiel „Torschuss-Panik!“, das von Werder Bremen sogar als Werbespiel übernommen wurde. Die Bierdeckel werden dabei zu einer Art Fußballfeld zusammengelegt. Aus einem Bierdeckel kann man die vorgestanzten Fußbälle herausbrechen. Dazu kommt noch ein Würfel – los geht's. Ziel ist es, drei Bälle mit den richtigen Würfelzahlen möglichst schnell ins Tor zu bekommen.

Inzwischen hat Andreas Schmidt schon elf Bierdeckel-Spiele kreiert. Auf der Essener „Spiel“, der weltgrößten Publikumsmesse für Gesellschaftsspiele, vom 24. bis 27. Oktober stellt er seine neuesten Erfindungen vor. Darunter ist auch „Mopseinander“, ein Reaktionsspiel, bei dem es darum geht, möglichst schnell verschiedene Möpfe auf den Bierdeckeln wiederzufinden. „Jedes Spiel ist anders. Für mich ist es wichtig, dass ich mich nicht immer wieder selbst kopiere“, betont Schmidt.

### **Gesellschaftsspiele werden immer erfolg- und facettenreicher**

Mit seinen analogen Spielen liegt er im Trend. In Deutschland waren Gesellschaftsspiele bei Familien, Freunden und Gruppen aller Altersklassen schon immer verbreiteter als in anderen Ländern. Seit Jahren bekommen Brett-, Karten- und Würfelspiele noch zusätzlichen Aufwind – trotz zunehmender Digitalisierung. So wird die Essener „Spiel“ auch in diesem Jahr wieder nach Veranstalterangaben Rekorde verzeichnen. Erwartet werden über 190 000 Besucher. Rund 1.400 Neuheiten werden der Öffentlichkeit vorgestellt. Im Jahr 2013 kamen zur Messe noch 156.000 Besucher, präsentiert wurden rund 800 Neuheiten.



Andreas Schmidts besondere Leidenschaft: Bierdeckel-Spiele entwickeln. Das Spiel „Torschuss-Panik“ wurde von Werder Bremen als Werbespiel übernommen. © WFB/Focke Strangmann

### **„Heaven & Ale“ war für Kennerspiel des Jahres 2018 nominiert**

Für Andreas Schmidt ist die Messe einer der wichtigsten Termine im Jahr. Hier kann er Verlagen seine brandneuen Entwicklungen zeigen. Nicht alle kommen immer gleich gut an. 150 Spiele hat er schon erfunden, nur ein Bruchteil davon fand den Weg in die Läden. Seinen Enthusiasmus bremst das nicht. Er hat ja auch schon einige Erfolge erzielt: Das Brettspiel „Heaven & Ale“, das er zusammen mit Michael Kiesling aus Achim entwickelt hat, war 2018 für den Preis „Kennerspiel des Jahres“ nominiert. Das allein ist schon Auszeichnung genug bei Hunderten von Neuheiten pro Jahr.

### **Die wenigsten Spieleautoren können von ihrer Leidenschaft leben**

Schmidts Spieleautor-Kollege Michael Kiesling, Geschäftsführer einer Softwarefirma in Bremen, hat dem 48-Jährigen inzwischen eine Ehrung voraus: Kieslings Spiel „Azul“ wurde 2018 zum „Spiel des Jahres“ gekürt. Doch selbst wenn Schmidt ebenfalls eines Tages einen solchen Preis bekommen sollte, wird er vermutlich von seiner Leidenschaft nicht leben können. „Das können die wenigsten Spieleautoren“, sagt Andreas Schmidt. Nachdem er Projektmanager in einer



Multimediaagentur war, verdient er seit 2009 sein Geld mit seiner eigenen Firma „[phantastischer RAUM](#)“, die er zusammen mit seiner Frau Sabine führt. Das Unternehmen vermarktet Radio- und Fernsehwerbung. Auf seine Spieleentwicklungen möchte Schmidt aber nicht verzichten. „Die Freude daran ist unbezahlbar. Die schönsten Momente sind die, wenn klar ist, dass ein Spiel optimal funktioniert und den Leuten Spaß macht.“

### **Die Ideen kommen überall – ob im Bad oder im Café**

Die Ideen kommen ihm überall – ob im Badezimmer oder im Café. Zur Demonstration stellt er auf den Bistrotisch zwei Portionspackungen Kaffeesahne übereinander, die Öffnungsglaschen zeigen in verschiedene Richtungen. „Dieser Aufbau kann schon der Ansatz für ein Spiel sein“, sagt Schmidt. Bis ein Spiel fertig entwickelt ist, kann es über eineinhalb Jahre dauern – oder aber auch nur einen Tag.

Manchmal braucht eine Erfindung aber auch noch viel mehr Zeit zum Reifen. Sein allererstes Spiel, das er in nur einer Nacht aufschrieb, hat er immer noch nicht aufgegeben. „Vielleicht setze ich mich da noch mal ran und überarbeite es“, sagt Schmidt. Erfahrungen hat er inzwischen genug gesammelt, um es zum Erfolg zu bringen.

### **Pressekontakt:**

Andreas Schmidt, phantastischer RAUM, Telefon +49 (0)421 434 11 09, [info@phantastischer-raum.de](mailto:info@phantastischer-raum.de).

**Autorin:** Janet Binder

Den Artikel finden Sie online auf der WFB-Website unter: <https://www.wfb-bremen.de/de/page/stories/bremer-erfolgsgeschichten/spieleautor-andreas-schmidt>

### **Bilddownload**

Das Bildmaterial ist bei themengebundener Berichterstattung und unter Nennung des jeweils angegebenen Bildnachweises frei zum Abdruck.

Foto 1: [Quasi über Nacht zum Spieleautor: Der Bremer Andreas Schmidt hatte 2004 seine erste Spielidee.](#) © WFB/Focke Strangmann

Foto 2: [Über 20 Brettspiele hat Andreas Schmidt bereits veröffentlicht, darunter das erfolgreiche Brettspiel „Der Hobbit – das Spiel zum Film“.](#) © WFB/Focke Strangmann

Foto 3: [Andreas Schmidts besondere Leidenschaft: Bierdeckel-Spiele entwickeln. Das Spiel „Torschuss-Panik“ wurde von Werder Bremen als Werbespiel übernommen.](#) © WFB/Focke Strangmann



22.08.2019 – Beata Cece

## „Ein Drittel der Überseeinsel wird grün“

Die Überseeinsel in der Bremer Überseestadt nimmt Gestalt an: Die Rahmenplanung für das neue Stadtquartier ist abgeschlossen, die ersten Mieter haben sich bereits angesiedelt. Im kommenden Jahrzehnt entsteht hier ein Ort zum Leben und Arbeiten: mit viel grün, wenig Autoverkehr und weitgehend CO<sub>2</sub>-neutraler Energieversorgung. Im Interview spricht Investor Klaus Meier über seine Vision eines nachhaltigen Stadtquartiers ohne zugeparkte Straßen.



„Die Bewohner sollen sich nicht nach unseren Vorstellungen richten. Wir orientieren uns an den Bedürfnissen der Menschen“, sagt Klaus Meier, Geschäftsführer der Überseeinsel GmbH. © WFB/Frank Pusch

**Nach Jahrzehnten in der Windbranche haben Sie nun eine neue Aufgabe. Sie sind Chefplaner für ein urbanes Stadtquartier. Wo bekommt man als Planer mehr Gegenwind zu spüren: in der Windbranche oder im Baugeschäft?**

(lacht) Stürmischer ist gerade die Windbranche. Das liegt an den aktuell sehr schweren Rahmenbedingungen in Deutschland. Im Baubereich läuft es in Hinblick auf unser Gelände



reibungslos. Trotzdem bleibe ich hauptberuflich beim Wind. Die Quartiersentwicklung ist eine Nebentätigkeit.

**An den Planungen für die Überseeinsel haben Sie die Bremerinnen und Bremer teilhaben lassen. Es gab Mitmachwerkstätten, Diskussionen und Umfragen. Haben Sie sich diese Form der Bürgerbeteiligung aus der Windbranche abgeschaut?**

Ja, daher kenne ich diese Formate. Es ist einfacher Windparkprojekte umzusetzen, wenn man vorher mit den Leuten spricht.

**Empfinden Sie Bürgerbeteiligungen also als notwendiges Übel – oder doch eher als Chance?**

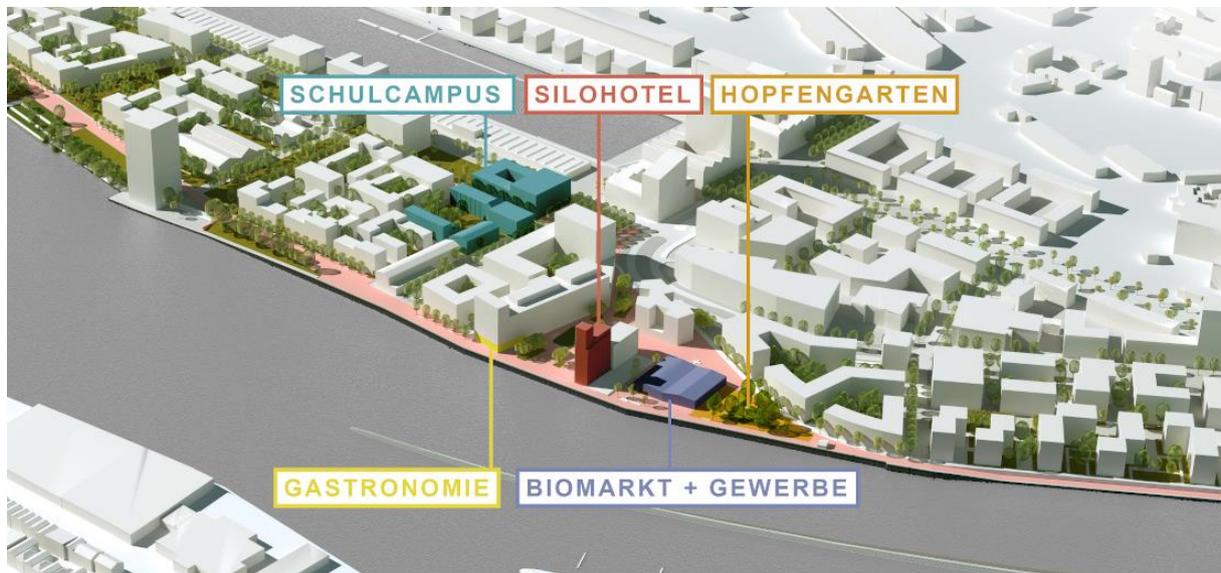
Als totale Chance. Und zwar auf vielen Ebenen. Wir können testen, was gut ankommt und herausfinden, in welchen Bereichen es andere Ideen gibt. Unser Anspruch ist es, ein Quartier zu entwickeln, in dem die Menschen später gerne leben. Also tauschen wir uns mit denen aus, die hier später mal einziehen oder arbeiten wollen. Und im Hinblick auf die spätere Vermarktung ist es natürlich auch super, wenn das Projekt bekannt ist.

**Auf welche neuen Ideen haben die Bremerinnen und Bremer Sie gebracht?**

Das Thema Gesundheit war sehr zentral. Deshalb haben wir ein Ärztezentrum eingeplant. Außerdem gibt es eine starke Nachfrage nach Loftwohnungen. Das hat uns auf die Idee gebracht, die alte Kellogg-Produktionshalle komplett umzubauen. Ins Erdgeschoss kommen eine Brauerei, eine Bäckerei und andere Produktionsbetriebe. Darüber wird es Wohnungen mit einer Deckenhöhe von über vier Metern geben.

**Das hört sich so an, als würden vor allem Wohnungen im oberen Preissegment entstehen. Stimmt das?**

Wir halten uns für das Quartier an die Quote für geförderten Wohnungsbau von 25 Prozent. Und es wird sehr viel Vermietung geben, was eine andere soziale Struktur begünstigt als ein reines Angebot an Eigentumswohnungen. Geplant sind Mietwohnungen für Auszubildende, Studenten, Senioren und Familien, aber natürlich wird es auch Eigentumswohnungen für gut situierte Doppelverdiener geben. Es wird sehr gemischt.



Der erste Bauabschnitt für die Überseeinsel erfolgt auf dem 15 Hektar großen Areal, auf dem Kellogg früher täglich 500 Tonnen Mais zu Frühstücksflocken verarbeitete. Hier soll ein Mix aus Wohnen, Gewerbe, Kultur, Freizeit und Bildung entstehen. © SMAQ Architektur und Stadt / ManMadeLand, Bearbeitung WFB

**Das Kellogg-Areal hat über Jahrzehnte das Stadtbild geprägt und die Bremerinnen und Bremer hängen am Anblick des alten Silos und des Firmenschildes. Wie viel des alten Bestands wollen Sie erhalten?**

Wir werden einige Gebäude erhalten. Das wichtigste ist das Silo, das wird zum Hotel und Bürogebäude. Das Reislager wird zur Markthalle und das Verwaltungsgebäude eine Schule. Bestandserhaltung ist in der Regel teurer als ein kompletter Neubau. Wir sind aber der Meinung, dass sich durch die Mischung aus neuer und alter Bausubstanz eine schönere Atmosphäre entfaltet.

**Setzen Sie auch bei den Wohnhäusern auf einen Mix aus Tradition und Moderne?**

Wir orientieren uns am klassischen Bremer Haus. Die Wohnhäuser werden drei bis sechs Geschosse hoch und acht bis zwölf Meter breit sein. Wichtig ist uns, dass wir mit unterschiedlichen Dachformen, Fenstern und Balkonen aus der für Neubauten typischen Uniformität ausbrechen.

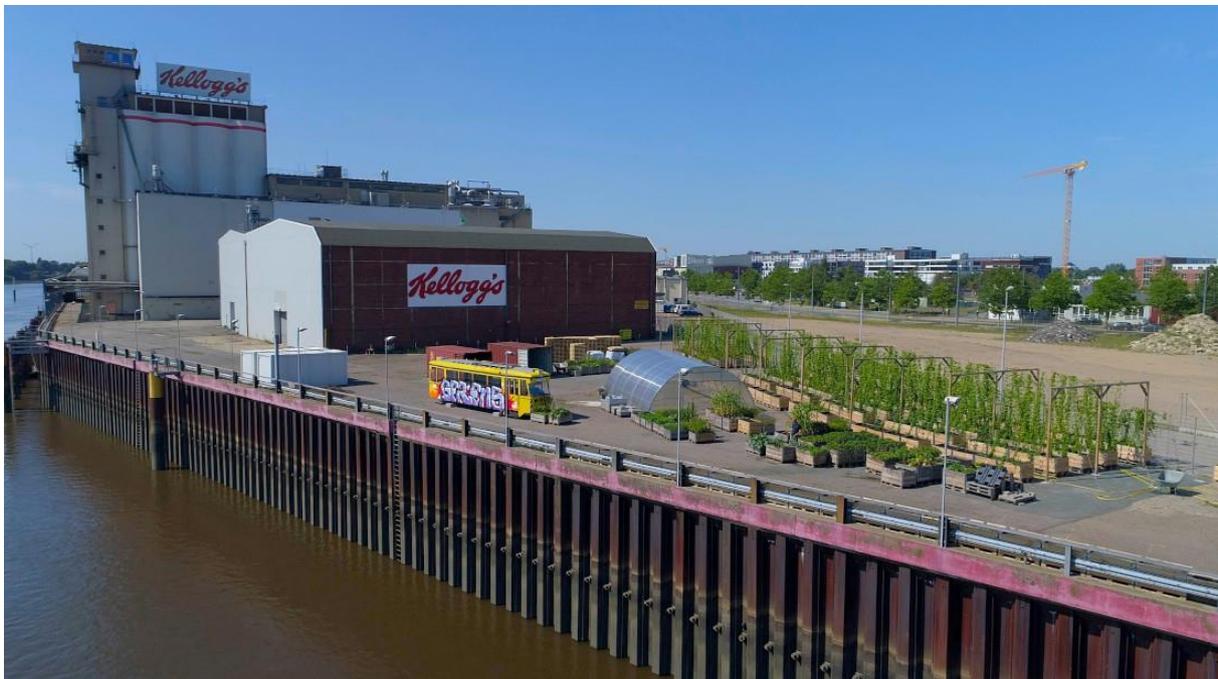


### **Sie planen außerdem eine CO2-neutrale Energieversorgung. Wie soll das funktionieren?**

Wir haben nicht das starre Ziel, zu 100 Prozent CO2-neutral zu sein. Wir wollen die Energiesektoren auf der Überseeinsel mit erneuerbarer Energie versorgen, die über funktionierende Speicherlösungen verfügen – das betrifft die Bereiche Wärme und Verkehrsmobilität. Dafür wollen wir Photovoltaikanlagen auf den Dächern installieren und vier bis fünf Windkraftanlagen im Industriehafen nutzen. Damit kommen wir planmäßig auf einen Anteil von 80 bis 85 Prozent Energie aus diesen beiden erneuerbaren Quellen.

### **Wenn die Dächer mit Photovoltaikanlagen bedeckt sind, wird es wohl keine begrünten Dächer geben?**

In den Wohnbereichen sind Dachgärten zum Anbau von Kräutern oder Gemüse angedacht. Der Großteil der Dachflächen wird aber tatsächlich für die Stromproduktion benötigt. Begrünungen wird es geben, aber sie werden nicht stilgebendes Merkmal sein.



Einer der ersten Mieter hat sich bereits auf der Überseeinsel angesiedelt: die Gemüsewerft. In 450 Hochbeeten wachsen Gemüse, Kräuter, Obst und Hopfen heran. Menschen mit geistiger, psychischer oder seelischer Beeinträchtigung kümmern sich um die Pflanzen. Nächstes Jahr soll hier ein Hopfengarten eröffnen, in dem Bier aus selbst angebautem Hopfen angeboten wird. © WFB/Matthias Determann



**Wie schwierig ist es, bei der Quartiersplanung das Gleichgewicht zwischen ökologischen und wirtschaftlichen Zielen zu halten?**

Ich glaube, das ist gar kein Widerspruch! Natürlich werden beispielsweise unsere Investitionskosten für das Wärmekonzept viel höher sein, als wenn wir mit Gasthermen oder Fernwärme arbeiten würden. Dafür haben wir später im Betrieb relevante Einsparungen. In der Gesamtschau wird es eine Preisparität geben.

**Als erster Mieter hat sich die Gemüsewerft, ein Urban-Gardening-Projekt, auf der Überseeinsel angesiedelt. Wie kam es zu der Entscheidung, über 2.000 Quadratmeter in Toplage an eine sozial-integrative Einrichtung zu vergeben?**

Wir haben schon einige Mieter auf der Bestandsfläche. Wir wollen das Gelände auch durch Zwischennutzungen am Leben halten. Die Gemüsewerft ist ein zusätzlicher und bereichernder Baustein! Der ökonomische Wert liegt nicht in den Mieteinnahmen, die sind äußerst gering. Der Wert liegt darin, dass es sinnstiftend ist und Atmosphäre und Leben an diesen Standort bringt.



[Die Überseeinsel nimmt Gestalt an. Impressionen vom Gelände gibt es in diesem Video.](#)



**In Bremen wurde vor einigen Monaten die Wohnbebauung der ehemaligen Rennbahn in der Vahr durch einen Bürgerentscheid gekippt – die Bürgerinnen und Bürger wünschen sich mehr Grünflächen. Wie grün wird die Überseeinsel werden?**

Laut Planung wird ein Drittel der gesamten Überseeinsel aus Grünflächen bestehen. Wie genau wir diese Freiflächen gestalten, steht noch nicht fest. Da in dem Quartier keine Autos fahren, ergeben sich ganz neue Chancen. Die Straßen müssen nicht aus Asphalt bestehen. Die Wege könnten eine Schotterdecke haben, durch die Gras oder Blumen wachsen. Das Quartier könnte also noch grüner werden, als wir es momentan auf den Plänen sehen. Das Großartige ist wirklich, dass wir hier keinen Autoverkehr haben und die Straßen nicht von Fahrzeugen zugeparkt sind. Das war hier früher schon mal ein Wohn- und Arbeitsquartier. Damals waren hier Pferde mit ihren Fuhrwerken unterwegs. Diesen Zustand werden wir ein Stück weit wiederherstellen. Die Pferde holen wir nicht zurück, dafür wird es einen E-Shuttle-Bus geben.

**Und wie wollen Sie die Menschen dazu bekommen, auf ihre Autos zu verzichten?**

Das müssen sie gar nicht. Es wird Quartiersgaragen geben, wo man die Autos abstellen kann. Wir werden viele Angebote im Bereich Car- und Bikesharing schaffen und es wird günstiger sein, an diesem System teilzunehmen, als ein eigenes Auto zu haben. Wenn jemand aber lieber den eigenen Diesel oder SUV fahren möchte, dann ist das so. Das muss jeder für sich selbst wissen. Die Bewohner sollen sich nicht nach unseren Vorstellungen richten. Wir orientieren uns an den Bedürfnissen der Menschen.

**Weitere Informationen**

**Über Klaus Meier**

Klaus Meier (54) ist promovierter Jurist und beriet ab 1991 unter anderem Landwirte beim Bau von Windkraftanlagen. 1996 gründete er zusammen mit seinem Geschäftspartner Gernot Blanke den Windparkprojektierer [wpd](#). Heute beschäftigt die Unternehmensgruppe gut 2.300 Mitarbeiter in über 20 Ländern. Der wpd-Hauptsitz in der Bremer Überseestadt liegt in direkter Nachbarschaft zum ehemaligen Kellogg-Gelände. 2018 veräußerte Kellogg das Firmengelände an die wpd. In enger Abstimmung mit der Stadt Bremen wird die Bebauung der Überseeinsel geplant.



## Über die Überseeinsel

Auf der Südseite des Europahafens in der Bremer Überseestadt entsteht ein urbanes Stadtquartier. Die Vision: ein Ort, der Wohnen, Gewerbe, Kultur, Freizeit und Bildung verbindet. Mit viel Grün, wenig Autoverkehr und weitgehend CO<sub>2</sub>-neutraler Energieversorgung. Das Areal umfasst 41 Hektar in bester bremischer Lage, keine zwei Kilometer vom Marktplatz, dem Roland und den Stadtmusikanten entfernt. Diese Schlüsselposition macht die besondere Bedeutung der [Überseeinsel](#) für die Stadt Bremen und ihre Bewohnerinnen und Bewohner aus. Der erste Bauabschnitt erfolgt auf dem 15 Hektar großen Areal, auf dem Kellogg früher täglich 500 Tonnen Mais zu Frühstücksflocken verarbeitete. Investor für dieses Grundstück ist die Überseeinsel GmbH.

## Über die Bremer Überseestadt

Die [Bremer Überseestadt](#) ist mit einer Fläche von knapp 300 Hektar eines der größten städtebaulichen Projekte Europas. Das alte Hafenrevier wandelt sich zu einem modernen „Standort der Möglichkeiten“ mit einer Mischung aus Dienstleistung, Bürobetrieben, Hafenvirtschaft, Logistik, Freizeit, Wohnen und Kultur. Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Erschließung und Vermarktung der Überseestadt zuständig.

## Veranstaltungshinweis

[Am 30. August 2019 werden die Ergebnisse der Rahmenplanung für die Überseeinsel erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Los geht's um 16 Uhr auf dem ehemaligen Kellogg-Gelände \(Auf der Muggenburg 30\).](#)

## Pressekontakt:

Johannes Aderholz, Überseeinsel GmbH, Telefon: +49 (0)421 3999 987, Mobil: +49 (0)151 256 309 43, E-Mail: [j.aderholz@ueberseeinsel.de](mailto:j.aderholz@ueberseeinsel.de).

**Autorin:** Beata Cece



Den Artikel finden Sie online auf der WFB-Website unter: <https://www.wfb-bremen.de/de/page/stories/stadtentwicklung-gewerbeflaechen-und-immobilien/interview-klaus-meier-ueberseeinsel>

### **Bilddownload**

Das Bildmaterial ist bei themengebundener Berichterstattung und unter Nennung des jeweils angegebenen Bildnachweises frei zum Abdruck.

Foto 1: [„Die Bewohner sollen sich nicht nach unseren Vorstellungen richten. Wir orientieren uns an den Bedürfnissen der Menschen“, sagt Klaus Meier, Geschäftsführer der Überseeinsel GmbH.](#) © WFB/Frank Pusch

Foto 2: [Der erste Bauabschnitt für die Überseeinsel erfolgt auf dem 15 Hektar großen Areal, auf dem Kellogg früher täglich 500 Tonnen Mais zu Frühstücksflocken verarbeitete. Hier soll ein Mix aus Wohnen, Gewerbe, Kultur, Freizeit und Bildung entstehen.](#) © SMAQ Architektur und Stadt / ManMadeLand, Bearbeitung WFB

Foto 3: [Einer der ersten Mieter hat sich bereits auf der Überseeinsel angesiedelt: die Gemüswerft. In 450 Hochbeeten wachsen Gemüse, Kräuter, Obst und Hopfen heran. Menschen mit geistiger, psychischer oder seelischer Beeinträchtigung kümmern sich um die Pflanzen. Nächstes Jahr soll hier ein Hopfengarten eröffnen, in dem Bier aus selbst angebautem Hopfen angeboten wird.](#) © WFB/Matthias Determann



26.08.2019 – Wolfgang Heumer

## [Was Lady Gagas Schuhe mit Bremerhaven zu tun haben](#)

**Zugegeben – die Mode, die der Bremerhavener David Kotowski entwirft, ist nicht jedermanns Sache. Soll sie auch nicht, betont der 24-jährige Designer: „Der Massenmarkt ist nicht mein Ding. Ich möchte mit Begeisterung und individuell gestalten und nicht bloß mit viel Routine an bestehenden Kollektionen Details verändern.“ Deswegen geht er auf dem Weg zum Erfolg auch keine Kompromisse ein.**



Bremerhavener Designer David Kotowski stattet mit seinen Kreationen Models, Fotografen und Filmproduktionen weltweit aus. © WFB/Jörg Sarbach

### **„Ich will eine Weltmarke werden“**

Was kann man mit einem Apfel aus Pappmaschee machen, den man im Kunstunterricht in der Schule gebastelt hat? „Man kann Schuhe daraus gestalten“, überlegte sich David Kotowski als Schüler. Gedacht –gemacht. Für den heute 24-jährigen Bremerhavener war die Aufgabe aus der Schulstunde ein Schlüsselerlebnis: „Ich habe gespürt, dass Mode und Gestaltung mein Ding sind.“ Seit diesem Augenblick ist er beharrlich dabei, seinem ehrgeizigen Ziel immer näher zu



kommen: „Ich will eine Weltmarke werden.“ Wer sich auch nur ein wenig mit dem jungen Mann unterhält, bekommt schnell die Überzeugung: Er wird das erreichen.

Die ersten Schritte zum Erfolg hat er geschafft. Einen Künstlernamen hat er sich zugelegt, der sich langsam zum Markenzeichen entwickelt. „[Didaldi](#)“ ist bereits in seinem Pass eingetragen. Sein Vorname David steckt darin. Und der Name des italienischen Komponisten Antonio Vivaldi – den hat David Kotowski schon als Kind gerne gehört.

### **Der Bremerhavener will sich vom Massenmarkt abheben**

Die Modewelt, in die sich Didaldi seit jener fernen Kunststunde immer tiefer hinein bewegt hat, teilt sich in unterschiedliche Kontinente, wenn nicht sogar in verschiedene Planeten. Den meisten Umsatz erzielt die Modebranche auf dem Massenmarkt. Zweifelsfrei sind die Produkte in den Augen der meisten Betrachterinnen und Betrachter schick und anziehbar. David Kotowski sieht das anders: „Es sind eigentlich keine grundlegenden neuen Sachen, die jede Saison auf den Markt kommen.“ Statt wirklich innovative Ideen zu entwickeln, „verändern die Designer der großen Modeketten hier mal ein Detail und da mal. Das muss doch furchtbar langweilig sein“, ist der junge Mann überzeugt.



Ein ehrgeiziges Ziel für einen ehrgeizigen Designer: „Ich will eine Weltmarke werden.“ © WFB/Jörg Sarbach



### **Luxuslabels sind seine Sache nicht**

Der zweite Kontinent der Modewelt widmet sich der Luxusware – und ist auch nichts für den Bremerhavener. „Das gehört nach Düsseldorf“, sagt er mit einer ähnlichen Distanz in der Stimme, mit der Musiker Herbert Grönemeyer schon 1984 in seinem Hit „Bochum“ die Königsallee in seiner Heimatstadt von der gleichnamigen Glitzermeile am Rhein unterschied. Berlin wäre da schon eher die passende Stadt, meint David Kotowski. Die Hauptstadt hat die richtige Atmosphäre für jemanden, der sich nicht an Konventionen hält.

### **Bremerhaven statt Berlin**

Natürlich wäre Didaldi gut in Berlin aufgehoben. Doch David Kotowski liebt seine Heimatstadt Bremerhaven, ihren ehrlichen Charme und den Hintergrund einer unverfälschten Hafen- und Arbeiterstadt. Dennoch hat er seine Geburtsstadt für ein paar Jahre verlassen. Um Design zu studieren, zog er in die Heimat seiner Eltern, die vor 30 Jahren aus Polen nach Bremerhaven ausgewandert waren. In Krakau besuchte er drei Jahre die Hochschule für Kunst und Design. Zunächst war es eine rein finanzielle Überlegung, nicht in einer der Design-Hochburgen hierzulande zu studieren: „In Deutschland kostet ein derartiges Studium monatlich mindestens 600 Euro für Gebühren und Material, in Polen kommt man damit ein ganzes Jahr aus.“

### **Das Designstudium in Polen erlaubte ihm viele Freiheiten**

In Polen lernte er, dass in der Gestaltung viele Wege erlaubt sind. Diese gewährte Freiheit zahlte sich nach der Rückkehr in seine Heimatstadt aus. In Bremerhaven erkannte jemand im Kulturamt seine Talente und hielt ihn mit einem kleinen Stipendium vom Umzug nach Berlin ab.

### **High Heels mit filigraner Blumenkunst**

Nun entwirft und näht David Kotowski seine Werke in einem ehemaligen Ladenlokal im Stadtteil Geestemünde, das ein Freund für die eigenen künstlerischen Arbeiten als Studio angemietet hat. Seine Lieblingsmaterialien sind Lackfolien, Kunstleder und -pelze. Obwohl sie alles andere als leicht zu verarbeiten sind, schafft es David Kotowski, dem schweren Stoff eine gewisse Leichtigkeit zu geben.

Er fertigt derbe Schuhe aus grob zusammengenähtem Kunstlack-Leder, kupferfarbene High Heels, aus deren vorderen Spitzen eine Art Blumenvase mit filigraner Kunstblume aus Draht „wächst“, Jacken mit einem scheinbar schweren Materialmix aus groben Webstoffen, dicker Folie von der Art einer Lkw-Plane, dazu ein Kleid mit Kunstfellbesatz an den Säumen, das an die Charleston-Kleider der 1920er erinnert.



### „Ich will das scheinbar Untragbare tragbar machen“

Die Entwürfe verblüffen im ersten Moment, dann offenbaren sie nach und nach den eigentlichen Ansatz des jungen Künstlers: „Ich will das scheinbar Untragbare tragbar machen.“ Anfangs produzierte er die Stücke auf der Nähmaschine seiner Mutter. Mittlerweile hat er in eine Profimaschine investiert. Andere Designer geben ihre Entwürfe außer Haus an externe Schneider. Didaldi behält die Stoffe bewusst in der eigenen Hand: „Meine Arbeiten entstehen aus dem Gefühl heraus. Wie Falten fallen sollen, muss man beim Umgang mit dem Material spüren. Das kann man nicht in einer Skizze vorgeben.“



David Kotowskis Kreationen sind Einzelstücke: tragbare Kunst. © WFB/Jörg Sarbach

### Seine Entwürfe fallen auf – auch den Modeprofis

Natürlich können bei dieser Arbeitsweise nur Einzelstücke entstehen. Große, reproduzierbare Massenkollektionen sind aber ohnehin nicht das Ding von David Kotowski. Die Einzelstücke sind nicht dafür geeignet, sie tagsüber auf der Straße zu tragen. Es sind Entwürfe, die auffallen sollen - und es tatsächlich tun: Die Redaktion der polnischen Version der Castingshow „Next Topmodel“ wurde auf David Kotowski aufmerksam. In Mexiko wurde eine Independent-



Filmproduktion von ihm ausgestattet. Immer wieder gibt er Fotografen, die er kennengelernt, Stücke mit. Aktuell beispielsweise nahm ein Bildkünstler Entwürfe von Didaldi zu Fotoshootings mit in die USA. Er wird sie Künstlern anbieten und auch Modeagenturen, die auf der Suche nach außergewöhnlichen neuen Ideen sind.

### **Für den Erfolg geht er keine Kompromisse ein**

Auch wenn die extravaganten Kreationen nicht wiederholbar sind und mit nicht unerheblichen Materialkosten verbunden sind, gibt David Kotowski sie ohne zu zögern kostenlos aus der Hand. Denn er weiß, dass diese Mund-zu-Mund-Propaganda funktioniert. Auf dem Weg zum Erfolg geht er keine Kompromisse ein. „Um meine Überzeugung von Design zu leben, jobbe ich lieber zwischendurch irgendwo für meinen Lebensunterhalt“, betont er.

### **Schuhe für Lady Gaga**

Mit der ihm eigenen Beharrlichkeit schaffte er es auch, dem amerikanischen Pop-Star Lady Gaga am Rande eines Konzerts seine Schuhe zukommen zu lassen – und bekam von ihr dafür die entscheidende Anerkennung: „Nach dem Konzert damals in Berlin trug sie meine Schuhe“, freut sich David Kotowski auch vier Jahre danach noch, „und sie hat mir zugerufen, ich solle auf jeden Fall weitermachen.“ Es waren die Schuhe, die er für den Kunstunterricht aus dem Pappmaschee-Apfel entworfen hatte – und mit denen sein Schritt in die Designszene begann.

### **Pressekontakt:**

David Kotowski, Didaldi, E-Mail: [hausofdidaldi@outlook.com](mailto:hausofdidaldi@outlook.com), Instagram: [instagram.com/didaldi/](https://www.instagram.com/didaldi/)

**Autor:** Wolfgang Heumer

Den Artikel finden Sie online auf der BiS-Website unter: <https://www.bis-bremerhaven.de/was-lady-gagas-schuhe-mit-bremerhaven-zu-tun-haben-designer-david-kotowski-stattet-models-und-pop-musiker-aus.98732.html>



BREMEN  
BREMERHAVEN

## > PRESSEDIENST

Menschen und Geschichten  
aus dem Bundesland Bremen

### **Bilddownload**

Das Bildmaterial ist bei themengebundener Berichterstattung und unter Nennung des jeweils angegebenen Bildnachweises frei zum Abdruck.

Foto 1: [Bremerhavener Designer David Kotowski stattet mit seinen Kreationen Models, Fotografen und Filmproduktionen weltweit aus.](#) © WFB/Jörg Sarbach

Foto 2: [Ein ehrgeiziges Ziel für einen ehrgeizigen Designer: „Ich will eine Weltmarke werden.“](#)  
© WFB/Jörg Sarbach

Foto 3: [David Kotowskis Kreationen sind Einzelstücke: tragbare Kunst.](#) © WFB/Jörg Sarbach