

Kreativ – ohne Metropole

Das geht. Sagt Stephan Vogelskamp – und beweist dies seit 2005 mit seiner Agentur Noah

Katrin Reinders

Goch. Gelassen rührt Stephan Vogelskamp mit dem Löffel in seiner Kaffeetasse. Das Handy bringt ihn nicht aus dem Konzept. Ruhig lehnt er sich in seinem Stuhl zurück und sagt: „Nee. Wir sitzen hier nicht irgendwo am Rande der Welt, sondern mittendrin.“ Andert-halbstunden bis Köln, Andert-halbstunden bis Amsterdam. Was will der Niederrheiner mehr? „Fürs Kreativsein braucht man kein Büro in der Metropole“, ist er sich sicher. Und das, obwohl er mit seiner Agentur Noah! erst seit 2005 in Goch zu Hause ist.

„Viele Leute sagen, dass wir doch schon immer da gewesen sind“, erzählt der 45-jährige gebürtige Wuppertaler lächelnd – eine Einschätzung, die wohl auf seine Präsenz in der Region zurück zu führen ist.

Goch.TV, Ab in die Mitte und eine rote Couch

Denn mit Projekten wie beispielsweise Goch.TV, Beiträgen und Aktionen für die Landesinitiative „Ab in die Mitte!“ oder der Roten Couch hat die Werbeagentur Noah! sich regional längst einen Namen gemacht.

Darüber hinaus geht's u.a. mit Horst Wackerbarth-Produktionen um die Welt. Mit-tendrin begleitet das sieben-köpfige Kreativteam, das in der Gocher Akademie Sandthof beheimatet ist, Projekte wie „100 Jahre Jugendherbergen in Deutschland“ und holt



Stephan A. Vogelskamp (l) und Oliver Engelhardt von der Firma Noah.

Foto: Heinz Holzbach



den Deutschen Werkbund zur Entwicklung des Kasernengeländes oder das Grimme Institut in die Weberstadt.

Wie das geht? Tja. Das ist das große Geheimnis. Oder doch keines. Denn: „Kontakte knüpfen, Netzwerke aufbauen und pflegen, weit über den eigenen Tellerrand hinaus“, verrät der Geschäftsführer, der einst an der Spitze der Rinke-Gruppe (Medien- und Wirt-

schaftsberatung) stand, sind das A und O. Über den „Go'scar“ ist er nach Goch gekommen, weil Bedarf rund um Stadt- und Regionalmarketing, Tourismus- und Kulturvermarktung bestand – und „weil mir Goch einfach gefallen hat“, so Vogelskamp rückblickend.

In das Cluster der Kultur- und Kreativwirtschaft „Creative.NRW“, welches die kreativen Wirtschaftssektoren stärken und weiter entwickeln möchte, hat Vogelskamp die Diskussion um Kreative im ländlichen Raum eingebracht. „Das ist ein hoch spannendes Thema, da Werbe- und Event-agenturen oftmals nur in den Metropolen im Fokus stehen“, schildert der Noah!-Chef.

Dem wirkt er entgegen und setzt sich dafür ein, mit kreativen Impulsen Arbeitsplätze zu schaffen sowie Kindern und Jugendlichen vor Ort mit neuen Ideen die weite (Medien-)Welt zu öffnen.

„Wenn wir mit Goch.TV nur bei vier Kindern Interesse am Medienberuf geweckt haben, hat sich das Projekt doch schon gelohnt“, sagt der Diplom-Ökonom, der selbst Familienvater ist. Ständig in Bewegung sind er und seine Leute, ohne Schranken im Kopf, schlichtweg weltoffen. Das gilt für den Gocher Karneval ebenso wie u.a. für die Wackerbarth-Produktionen. „Wir werden sehen, was aus dem Experiment Noah! noch wird“, meint Vogelskamp.