



EXISTENZGRÜNDUNG IN DER KULTUR- UND KREATIV-WIRTSCHAFT

Roland Weiniger,

stv. Vorsitzender der KulturGilde

exklusiv für Kunst- und Kultur Rhein-Main-Gebiet

Existenzgründung

in der Kultur- und Kreativ-Wirtschaft

Einblicke in eine andere Realität von Roland Weiniger

Nicht erst seit dem Start der europäischen Kulturhauptstadtregion Ruhrgebiet 2010 ist die Kultur- und Kreativwirtschaft in aller Munde. Die auf Initiative der Bundesregierung erstandene neue gemeinsame Branche, die nach der „offiziellen“ Definition 11 Teilbranchen umfasst, ist eine der wenigen Wachstumsbranchen in Deutschland – und darüber hinaus. Sie deckt eine breite Vielfalt ab, so findet sich dort die Kunst- und Musikbranche genauso wie Design, Presse, Werbung oder Software. Populär wurde die im englischsprachigen Raum so genannte „Creative Industry“ durch den US-amerikanischen Ökonomen Richard Florida, der mit seiner Formulierung einer „neuen Geographie der Kreativität“ die Kreativen und Kulturschaffenden als Motor für innovative Wachstumsregionen postulierte. Regionen und Gemeinden haben den Trend erkannt und so entstehen neue Kreativcluster, werden Kreativmanager in Stadtverwaltungen installiert und leerstehende Industrie- und Brachflächen zur kulturellen und kreativen Nutzung freigestellt.

Die Praxis gibt ihnen recht. Der Anteil von Klein- und Kleinstunternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft wächst stetig, mit ihm natürlich auch die Zahl der Selbständigen und Freiberuflern. Fast alle Teilbranchen können außerdem mit Branchenriesen und umsatzstarken Leuchtturmunternehmen aufwarten, seien es Fernsehanstalten und Filmproduktionsstätten, Plattenlabels, Werbeagenturen oder Softwareunternehmen.

Für Existenzgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind aus diesem Grund die Bedingungen noch nie so gut wie heute. Potentielle Gründer können auf neue Fördertöpfe und ein wachsendes Bera-

tungsangebot zurückgreifen. Der derzeitige Schwung sorgt für eine öffentliche Aufmerksamkeit für die neue Branche, der auch für die neue eigene Unternehmung genutzt werden kann. Ungewöhnliche oder innovative Geschäftsideen sind von Businessplan-Wettbewerben und der Presse gesucht.

Es gibt aber auch Schattenseiten. Viele Existenzgründer in der Kultur- und Kreativwirtschaft können, vor allem in den Anfangsjahren, ihre Existenz nicht aus den erwirtschafteten Einnahmen finanzieren. Eine Mehrfachbeschäftigung oder Teil-Festanstellungen finden sich in der Branche deshalb besonders häufig. Bei Kulturschaffenden und Kreativen besteht zusätzlich oft ein fließender Übergang zwischen Erwerbsarbeit und Freizeit, Hobby und ehrenamtlicher Arbeit.

Voraussetzungen, die eine solide Vorplanung (und Umsetzung des Geplanten) um so wichtiger machen, wenn das Ziel darin besteht, eine tragfähige Existenz in der Kulturwirtschaft zu begründen. Genau diese Voraussetzungen machen die Geschäftsplanung in Vorfeld schwierig. Hinzu kommt, dass die Motive der Kunst- und Kulturschaffenden und Kreativen sich oft nicht unmittelbar wirtschaftlichen Interessen unterordnen lassen. Die vorwiegend wirtschaftliche Betrachtung der eigenen Arbeit ist darüber hinaus oft auch nicht gewünscht.

Erschwerend für den wirtschaftlichen Erfolg ist vielfach auch die fehlende Anerkennung der Gesellschaft für das Unternehmertum von Kulturschaffenden und Kreativen. Ist Game Designer, Tänzer oder Musiker überhaupt ein richtiger Beruf? „Kann man denn davon leben?“ ist wohl eine der am meisten gestellten Fragen, die Existenzgründern in diesem Sektor gestellt werden. Kaum jemand kommt darauf, diese Frage mal seinem Postboten, seiner Friseurin oder Altenpflegerin zu stellen. Klischees sind fest verankert.

Existenzgründung

in der Kultur- und Kreativ-Wirtschaft

Gerade in künstlerischen Bereichen wird das berühmte Bild des „armen Poeten“ oder „drogenabhängigen Rockmusikers“ oft bemüht und ist nur schwer aus den Köpfen zu bekommen.

Verschärft wird diese Problematik noch durch die vielfache Unterbezahlung kreativer Leistungen durch private oder auch öffentliche Auftraggeber. Insbesondere freiberuflich Tätige sind einem harten Wettbewerb um Niedrigstbezahlungen ausgesetzt, sei es die viel zu günstige Webseite, die trotzdem über Nacht fertig gestellt oder der Text oder die Übersetzung, die koste es was wolle, noch am Abend geliefert sein soll. Was in anderen Branchen über Mehrstundenaufwand und Schichtzulagen vergütet wird, gehört in der Kultur- und Kreativwirtschaft zumeist zum Alltag.

Letztendlich hat der Kulturschaffende und Kreative noch mit einem letzten Hindernis zu kämpfen, nämlich der Verwaltung, Steuern und Bürokratie. Dinge die im Normalfall im krassen Gegensatz zu dem stehen, was ein Existenzgründer in der Branche tut oder jemals gelernt hat. Aufgrund der finanziellen Situation beträgt dieser Mehraufwand dann oft ein Vielfaches, denn alles will selbst neu gelernt und gemacht sein. Die Hinzuziehung professioneller Hilfe ist zum Start normalerweise nicht machbar.

Viele freiberufliche Existenzgründer sehen sich auch nach Jahren immer wieder der gleichen Situation gegenüber. Besserung und Aufträge oder Auftritte und Ausstellungen mögen eine Zeit lang aufgetreten sein. Schlechte Zeiten kommen aber wieder und wieder. Fortschritte sind kaum zu sehen, wenn man doch inzwischen ganz viele „tolle“ Kontakte hat. Es gleicht einem Teufelskreis. Aber die Hoffnung stirbt zuletzt. Viele Existenzgründer im Kultur- und Kreativbereich leben am Existenzminimum, würden das aber natürlich nie in der Öffentlichkeit zugeben, schon gar nicht gegenüber potentiellen Auftraggebern, denn dadurch würden Preise nur noch mehr gedrückt.

Aber sehen wir nicht so schwarz und gehen davon aus das nun die erste Phase überstanden ist. Die Gründung ist erfolgreich hinter sich gebracht, erste Kunden geworben bzw. Ausstellungen und Auftritte fanden Beachtung, vielleicht wurde auch ein erstes kleines Büro in Gemeinschaft angemietet. Dennoch kommen schon die nächsten Probleme auf unseren Existenzgründer zu. Monatliche Fixkosten wie Büromieten, Telefon- und Internetkosten oder Versicherungen drücken nun regelmäßig auf das Portemonnaie und wollen zusätzlich zum eigenen Lebensunterhalt bezahlt sein. Es muss also vermehrt für eine entsprechende Auftragslage gesorgt werden. Werbung und Marketing kostet nun erstmals richtig Geld und ein angemessenes Auftreten wird erwartet. Daneben will ja auch noch die eigentliche kreative Arbeit verrichtet werden. Eigene Herzensprojekte treten zugunsten wirtschaftlicher Notwendigkeiten immer in den Hintergrund. Nicht zuletzt drücken verspätete Rechnungszahlungen oder gar Zahlungsausfälle auf die eigene Liquidität. Aufgabenfelder werden breiter, die Zeit wird knapper. Um gewisse Dinge erledigen zu können, müssen Geschäftspartner einspringen, bei größeren Projekten werden nun eventuell freie oder sogar feste Mitarbeiter benötigt.

Durch eine durchaus wünschenswerte stetige Expansion wird natürlich auch der Druck größer. Mitarbeiter bedeuten Verantwortung. Der Verwaltungsaufwand steigt, das Gespräch mit dem Steuerberater wird zu einem festen Termin im Kalender. Personal- und damit daher-kommende Nebenkosten drücken auf die monatliche Geschäftsbilanz. Kleinere Aufträge, die einen früher schön über Wasser gehalten haben, sind inzwischen eher lästig, weil sie oft genauso zeitaufwendig sind wie die Großen. Einer der Gründe, warum sich viele Kreative entscheiden, lieber allein freiberuflich tätig zu bleiben.

Existenzgründung

in der Kultur- und Kreativ-Wirtschaft

Aber auch eher im kulturellen oder künstlerischen Bereich Tätige haben ihre eigenen Problematiken, Hier gilt es für lukrative Ausstellungs- und Auftrittsmöglichkeiten zu sorgen. Keine leichte Aufgabe für unbekannte Künstler. Eine Vita reich an interessanten Präsentationsorten für die eigene Kunst ist die wichtigste Eintrittskarte für ein wirtschaftliches Vorwärtkommen. Dabei ist die Vernissage oder die Uraufführung schon der Teil, der über den Erfolg entscheidet. Gerade im Bereich Bildende Kunst ist die eigentliche Ausstellungszeit oftmals nur ein „nettes Beiwerk“, denn die Mehrzahl der Verkäufe passieren am ersten Tag. Es reiht sich deshalb Ausstellung an Ausstellung, immer mit der Hoffnung auf Verkauf und den endgültigen Durchbruch.

Wie sich also auf die Fallstricke einer Existenzgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft vorbereiten? Wie entwickelt sich aus meiner kulturschaffenden oder kreativen Idee ein echtes Geschäftsfeld, das einen nachhaltig am Leben hält?

Um es gleich vorweg zu nehmen, letztendlich muss den richtigen Weg jeder Gründer für sich selbst finden. So heterogen wie die ganze Branche Kultur- und Kreativwirtschaft ist, so individuell sind auch persönliche Hintergründe und Situationen zu bewerten. Die Angebote seitens öffentlicher Hand oder privatwirtschaftlicher Beratung sind vielfältig. Jedoch passt das jeweilige Standardmodell nicht für jeden. Grundlegende Informationen sind heutzutage über das Internet zu erfahren. Falls dieses nicht verfügbar ist, dient hierzu ein einfacher Gang zu entsprechenden Stellen bei der Industrie- und Handelskammer oder Gründerberatungen vor Ort. Einen echten Informationsgehalt bietet jedoch nur eine echte individuelle Beratung, mindestens sollte diese auf die entsprechende Teilbranche zugeschnitten sein.

Wie schon angesprochen existiert in Sachen Existenzgründung schon ein ganzer Fächer von Unterstüt-

zung, die (auch) ein Gründer in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Anspruch nehmen kann. Diese reichen beispielsweise von geocoachter Existenzgründungsberatung, über Fördermittelprogramme (zumeist Kreditlinien) bis hin zu verbilligten Büroraumangeboten. Diese Leistungen können – je nach persönlicher Situation und geschäftlicher Planung – ein wichtiger Baustein auf dem Weg in die Selbstständigkeit sein und sie gilt es entsprechend in die Gründungsphase einzubauen.

Wichtiger ist jedoch das Erlernen zumindest eines gewissen Maßes an unternehmerischen Denkens. Nur so kann sich mittelfristig ein wirtschaftlicher Erfolg einstellen. Zu einem Markt gehört auch immer ein Verdrängungswettbewerb. Ein Kunde soll die Kunst, das Buch oder die Software bei mir kaufen, nicht bei einem anderen Kreativen oder Kulturschaffenden. Dinge bekommen einen Preis, der meine Arbeit angemessen entlohnt. Potentielle Kundenkreise müssen erreicht und ein Vertrieb aufgestellt werden. Die kulturelle oder kreative Arbeit muss effektiver organisiert sein. Eher künstlerisch Tätige tun sich damit naturgemäß schwer. Kommerz korrumpiert die Kunst. Wirft man einen Blick auf den hochdotierten Kunst- oder Musikmarkt, haben aber offensichtlich gerade bekannte Künstler eher weniger Probleme damit, oder haben vielmehr Ihren eigenen Weg hierzu gefunden. Auch das Internet bietet neue Präsentations- und Vertriebsmöglichkeiten abseits ausgetretener Pfade.

Teilbranchenunabhängig sollte von Beginn an außerdem im Bereich Vernetzung und Kooperation gehandelt werden. Netzwerke dienen in erster Linie dem direkten und schnellen Informationsaustausch, können aber auch Kontakt zu verlässliche Geschäftspartner bzw. kulturschaffende Mitstreiter, Zugang zu benötigten

Existenzgründung

in der Kultur- und Kreativ-Wirtschaft

Ressourcen und letztendlich zu potentiellen Kunden schaffen. In fast jeder Stadt oder Gemeinde sind Organisationen, Vereine oder Netzwerke der eigenen Branche zu finden. Leider sind diese manchmal gerade Neulingen gegenüber nicht aufgeschlossen und es ist schwer sich in eine bestehende Gruppe einzubinden. Ein Blick auf die Netzwerke anderer Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft lohnt sich deshalb auf jeden Fall, denn oft kommen Projekte durch die dadurch entstehenden Synergien zustande. Natürlich sind auch die Netzwerke des potentiellen Kundenkreis eine interessante Anlaufstelle um neue Kontakte zu knüpfen.

Allen Widrigkeiten zum Trotz, der Gang in die Selbstständigkeit ist heute eine echte Alternative und kreative Herausforderung, die es lohnt anzunehmen. Die Entwicklung der neuen Branche Kultur- und Kreativwirtschaft steht noch am Anfang. Jeder Gründer kann dazu beitragen diese entsprechend eigener Bedürfnisse zu formen. Neue Technologien ermöglichen eine weltweite Kommunikation. Gerade selbstständige Kulturschaffende und Kreative sind aufgerufen, neue Modelle der Zusammenarbeit und des Wirtschaftens zu entwickeln, neue innovative Produkte und Dienstleistungen anzubieten und damit letztendlich der Kunst und Kultur einen neuen gesellschaftlichen Stellenwert zu verschaffen.

Über die KulturGilde - Die Plattform der Kultur- und Kreativ-Wirtschaft

Die KulturGilde entwickelte sich aus einem transregionalen Netzwerk von kleinen und mittelständischen Unternehmen, Freiberuflern und Kulturschaffenden hin zu einem deutschlandweiten Verband für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der Verband KulturGilde wurde in Tübingen gegründet und als gemeinnütziger Verein eingetragen. Er ist Mitgliedsorganisation im internationalen Dachverband leadventures und repräsentiert dort die Interessen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Ziele des Verbands sind die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung und Vertretung von unternehmerisch tätigen Kreativen und Kulturschaffenden, die Verknüpfung der Teilbranchen und Begleitung von Verbundprojekten, sowie der internationalen und interdisziplinären Austausch. Mittels Vernetzung, Beratung und Weiterbildung fördert die KulturGilde Existenzgründung im Kultur- und Kreativsektor.

An die KulturGilde ist außerdem die internationale Künstlervereinigung ArtistsGuild angeschlossen, die so gemeinsam die gesamte Schnittmenge zwischen Kunst, Kultur und Wirtschaft abbilden.

Im Dezember letzten Jahres wurde mit der KulturGilde Liechtenstein ein Schwesterverband in dem Fürstentum gegründet.

Nützliche Links

[Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung](#)

[KulturGilde Deutschland – Verband der Kultur- und Kreativwirtschaft](#)

[RKW Kompetenzzentrum der Kultur- und Kreativwirtschaft](#)

Kunst und Kultur in Rhein-Main-Gebiet

**Karpfenweg 14
60327 Frankfurt am Main**