

# Pressemitteilung

## Zusammen ist man weniger allein – Workshops und Netzwerk-Treffen der Kultur- und Kreativschaffenden in Herrsching

Vor wenigen Tagen hat die bundesweite Studie *Kreative Klasse 2015* dem Landkreis Starnberg Platz 1 für kreatives Potential bescheinigt und die enorm relevante Rolle der Branche für den Standort bestätigt. Was KreativunternehmerInnen dagegen oft nicht so liegt: klassisches Management und Marketing. Ein Grund für die gfw Starnberg am 8.12.2015 zwei kostenfreie Workshops zu den Themen *Planung und Akquise* anzubieten.

**Starnberg, 16.12.2015**

„Bisher dachte ich immer, ich werkle halt so vor mich hin ohne irgendeinen Businessplan. Aber jetzt weiß ich, dass das gar kein Manko ist, sondern eine durchaus ernstzunehmende und flexible Planungsmethode sein kann“, freut sich ein Teilnehmer, als Referent Christof Schreckenberg aus Köln in seinem Workshop *Planung* den Ansatz *Effectuation* vorstellt. Die Methode aus den USA basiert auf Erfolgsfaktoren von Unternehmern, die meist keiner linear-kausalen Logik folgen. „Nutzen Sie Umstände, Zufälle und ungeplante Gelegenheiten als Chance, anstatt sie als Störfaktoren zu sehen“ ermuntert Schreckenberg die Kultur- und Kreativschaffenden. Sich im Handeln auf die eigene Kreativität zu verlassen, kommt der Branche ohnehin mehr entgegen anstatt sich in starre Abläufe einzufügen, die häufig für sie nicht gut geeignet sind.

Im Kaminzimmer des Kurparkschlösschens in Herrsching diskutierten knapp 50 TeilnehmerInnen – aufgeteilt in zwei Gruppen - bei Seeblick und atemberaubendem Sonnenuntergang das zweite „heiße Eisen“: Thema *Akquise*, vorgestellt von der Referentin Susanne Diemann aus Norderstedt. Kultur- und KreativunternehmerInnen haben ein Produkt, das in der Regel stark mit der eigenen Persönlichkeit verknüpft ist. „Es macht einen Unterschied, ob ich für etwas werbe, das ich selbst gefertigt habe wie zum Beispiel Kunstwerk, Buch oder Foto. Auch wenn man überzeugt ist vom Ergebnis, tun sich viele schwer mit der Vermarktung. Schließlich gibt man eine Menge von sich selbst preis“ meint Daniela Tewes von der gfw Starnberg. Ob online oder offline, bei der Akquise ist es wichtig, sich drei Punkte genau zu überlegen: „Was biete ich an, warum ist diese Dienstleistung so besonders und welchen Nutzen haben Kunde oder Kundin davon?“ rät Susanne Diemann. Nur so kann man sich exakt positionieren.

Jürgen Enninger vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt München rät insgesamt zu mehr Selbstbewusstsein: „Die Branche erwirtschaftet Umsätze, die vergleichbar sind mit der Automobil-Industrie. Durch die kleinteilige Struktur sind die Leistungen aber nicht so sichtbar, Netzwerken ist hier ganz entscheidend.“ Das taten alle TeilnehmerInnen gerne und ausgiebig und zeigten sich begeistert von neuen Kontakten und der herzlichen Atmosphäre: „Wir haben so nette Leute kennengelernt und nehmen eine Menge Denkanstöße mit nach Hause“ erklärt eine Designerin.

Wer zur Branche gehört und seinen Arbeitsmittelpunkt im Landkreis Starnberg hat, kann sich in der Datenbank der gfw mit dem Stichwort *Kultur- und Kreativwirtschaft* registrieren lassen und wird künftig zu Veranstaltungen und Treffen eingeladen, die ab 2016 intensiviert und neu konzipiert werden. Einen Überblick zum 8. Dezember bietet das beigelegte Bild des Graphic Recorders Matthias Schwert mit einer sehr persönlichen Darstellung der Veranstaltung. Mehr Infos zur *Studie Kreative Klasse 2015* unter <http://www.agiplan.de/unternehmen/news-und-presseinformationen/detail/studie-kreative-klasse-2015.html> Ansprechpartnerin bei der gfw ist Daniela Tewes ([tewes@gfw-starnberg.de](mailto:tewes@gfw-starnberg.de)).