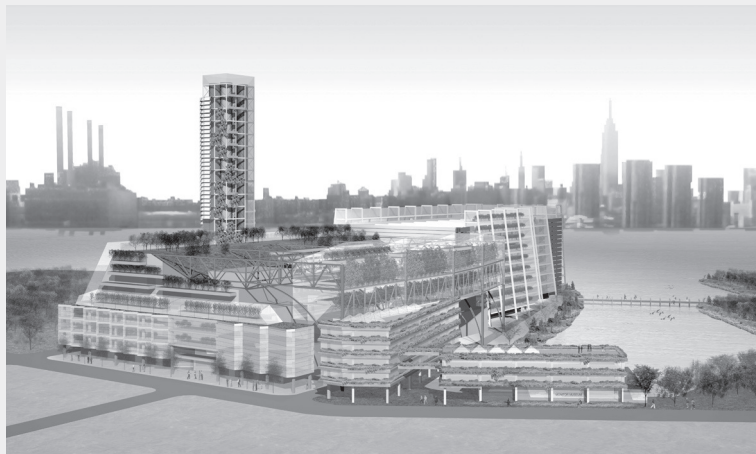


- Ist mein Geschäftsmodell so gestaltet, dass nicht sofort jemand anderes das Gleiche günstiger anbieten kann?
- In welchem Rahmen bewegt sich der Finanzierungsaufwand für mein Geschäftsmodell?

Und wieder zurück zur Ausgangsfrage: Kann ich den Nutzen, den ich dem Kunden anbiete, einfach und prägnant nach außen tragen? Lässt sich dieser Nutzen gut in meine Öffentlichkeitsarbeit, in mein Marketing einbinden?³

Kurz nachgefragt bei ...

MICHAEL SINGER von »Michael Singer Rethinking Fundamental Assumptions«, USA (www.michaelsinger.com)



TGE: Congeneration Power Facility, Michael Singer, New York 2002

Die Michael Singer Studios in den USA sind für die Umsetzung von Großprojekten im öffentlichen Raum bekannt. Kunstwerke von Michael Singer finden sich beispielsweise in Museen und Gärten in Nordamerika, Europa und Australien. Der Künstler wurde für seine Arbeit u.a. mit einem Preis der John Simon Guggenheim Stiftung ausgezeichnet.

Mit Ihrer Kunst beziehen Sie sich stark auf das Stadtbild und die Öffentlichkeit. Können Sie uns einen kurzen Einblick in Ihre künstlerische Herangehensweise geben?

Ich habe Kunst an der Cornell University, New York, studiert. In den späten 1980er Jahren kam meine Arbeit in der Kunstwelt gut an. Nebenbei beschäftigte ich mich privat immer wieder mit Umweltthemen und sozialen Fragen in meiner Gemeinde und überregional. Ich durfte mich bei vielen gemeinnützigen Veranstaltungen einbringen – eine wichtige und sehr wertvolle Erfahrung und Ausbildung für mich.

Zur Arbeit im öffentlichen Raum kam ich zunächst über die herausragenden und fortschrittlichen Künstlerprogramme einiger US-Städte. In Grand Rapids, Michigan, und Phoenix, Arizona, konnte ich Kunstauschüsse für zwei Projekte gewinnen. Diese beiden Projekte (Informationen und Bildmaterial auf www.michaelsinger.com) ermöglichten es mir, öffentliche Fragestellungen auf eine Art und Weise zu bearbeiten, die man mit einem Künstler nicht unbedingt in Verbindung bringt. Ich bearbeitete, wie sich herausstellte, wichtige Fragestellungen zu allgemeinen Thesen, Methodiken und beruflicher Praxis, die außerhalb der Kunst liegen oder außerhalb dessen, was ein Künstler im Allgemeinen tut. Um diese Fragestellungen zu ergründen und am Tisch der Fachmänner und Experten zu bestehen, musste ich Fachwissen über meine Erfahrung hinaus einbinden. Nur so konnte ich herausfinden, was möglich und auch durchführbar ist. Dazu stellte ich mein eigenes Expertenteam zusammen. Ich suchte die Mitarbeitenden danach aus, wer Erfahrungen mit kreativen Ansätzen und innovativen Projekten in seinem Berufsfeld vorweisen konnte und wer die besten Qualifikationen für meine Arbeitsansätze mitbrachte.

Aus diesem Prozess entwickelte sich nach und nach die Michael Singer Studios. In den letzten zwanzig Jahren entstand ein gemeinschaftliches Team aus herausragenden Experten; unser Studio ist für seine innovative Denkweise bekannt. Wir werden zu speziellen Projekten und für bestimmte Fachbereiche herangezogen und – noch wichtiger – um dem kreativen Prozess beizuwohnen.

Kann man Kunst als Unternehmen betreiben?

Ist das, was ich mache, ein bestimmtes Unternehmen? Ich glaube nicht. Das Unternehmen »The Michael Singer Studio« ist dafür verantwortlich, unsere künstlerische Arbeit zu unterstützen und muss geführt werden wie jedes andere Unternehmen. Natürlich müssen auch wir auf unsere Einnahmen und Ausgaben achten, um erfolgreich arbeiten zu können.

Welche Herausforderungen kommen auf Künstler zu, die ihre Arbeit als Unternehmen etablieren wollen?

Ich sehe als einzige Herausforderung, realistisch zu bleiben. Nur weil man Künstler ist, kann man nicht willkürlich die Gegebenheiten des Lebens ignorieren. Darauf kommt es im Arbeitsleben an. Ich habe erkannt, dass ich mir Unterstützung suchen musste. Ich wollte und konnte mich um bestimmte Dinge nicht kümmern. Die Frage nach der Durchführbarkeit von Projekten bezieht sich daher nicht nur auf unseren Ideenprozess, sondern auch auf die Nachhaltigkeit unserer Arbeit.

Die Studie »Creative New York« des »Center for an Urban Future« fand 2005 heraus, dass es Kreativen oft an unternehmerischen Qualitäten fehlt. Welche Eigenschaften muss man mitbringen?

Ich kann mich nur wiederholen: Die wichtigste unternehmerische Eigenschaft ist es, zu erkennen, wo die eigenen Schwächen liegen, und zu akzeptieren, dass man Dinge manchmal besser abgibt. Die wichtigste Qualifikation für meine Arbeit ist, die Talente und Fähigkeiten anderer zu erkennen und sie gleichwertig in mein Team einzubinden – nur daraus kann ein Ganzes entstehen. Ich treffe oft Unternehmer, die nicht in der Lage sind, die Fähigkeiten ihrer Mitarbeiter zu erkennen und zudem Angst haben, die Kontrolle über ihr Unternehmen zu verlieren.

VOM SINN UND ZWECK EINES BUSINESSPLANS IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Während viele Existenzgründer/-innen den Businessplan als lästige Pflicht ansehen, wollen wir Ihnen im Folgenden sieben Argumente für seine Nützlichkeit liefern. Wir haben hierfür die Informationsangebote unterschiedlicher Akteure wie Bundeswirtschaftsministerium und KfW sowie eine ganze Reihe von Ratgeberliteratur ausgewertet. Klares Fazit: Es ist falsch zu glauben, dass Businesspläne höchstens für Ihren Kreditbearbeiter bei der Sparkasse Relevanz haben. Auch wenn beispielsweise die Deutsche Ausgleichsbank schreibt, dass Businesspläne »Bewerbungsschreiben für die Kapitalbeschaffung« seien (durchaus legitim für eine Bank das zu behaupten), so sind sie wesentlich mehr als das. Ihr Businessplan (vielfach auch nur als BP bezeichnet) sollte zu Ihrem engsten Verbündeten werden – aus folgenden Gründen:

1. Mehr Erfolg in der Planungsphase:

Laut Untersuchungen der Deutschen Ausgleichsbank mangelt es rund einem Drittel der Existenzgründungen mit Misserfolg an Gründungsplanung. Sie wurde teilweise unterlassen, nicht eingehalten oder ist fehlerhaft.⁴