

**AUTOREN**

Andrea Rohrberg,  
Alexander Schug

**VERLAG**

Transcript, November  
2010

**ISBN**

3837613909

## Die Ideenmacher

Lustvolles Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Rezension von Katrin Ruddigkeit, Studentin an der *Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder)*

Die hier vorliegende Publikation ist ein Praxisratgeber für Personen, die sich in der Kultur- und Kreativwirtschaft selbstständig machen wollen. Laut der Autorin und des Autors, Andrea Rohrberg und Alexander Schug, verbreitet sich aufgrund der steigenden Anzahl von Kulturwirtschaftsberichten und Untersuchungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft stetig die Sichtweise, dass dieser Bereich zu einer eigenständigen Wirtschaftsbranche und damit immer bedeutender wird. Ziel von Rohrberg und Schug ist es, mit ihrem Buch als „Werkzeugkasten und Nachschlagewerk“ den Kreativen ihren Weg in die Selbständigkeit zu erleichtern. Sie wollen Lust auf das Gründen machen und zugleich Anstöße geben, wie sich Kreative auf die Gründung unternehmerisch vorbereiten können. Der Text wird durch Interviews mit Kreativen aus den unterschiedlichsten Bereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft ergänzt. Ferner werden die Leserinnen und Leser aufgefordert ihr sogenanntes Gründungstagebuch mit den wichtigsten Fragen und Antworten aus dem jeweiligen Kapitel zu füllen. Jedes Kapitel schließt mit Johanna, einer fiktiven Gründerin, und der Schilderung ihres Gründungsweges ab.

Im ersten Kapitel fordert das Autorenteam die Leserinnen und Leser dazu auf, sich selbst auf den Prüfstand zu stellen. Dabei gibt es keinen bestimmten „Gründertyp“, sondern es zählt die Persönlichkeit mit gewissen besonderen Eigenschaften. Dazu gehören insbesondere die Freude am Netzwerken, Kreativität als zentrale Ressource (das bedeutet durchaus auch eine aufwendige Ideengenerierung), Marktchancen erkennen, Selbstreflexion und die Lust am ständigen Lernen. Die Autorin und der Autor führen die Leserinnen und Leser mit diesem Kapitel gut an das Thema „Gründen“ heran und machen trotz Hinweisen auf die kritische Betrachtung des Gründens Lust darauf.

Das Thema des zweiten Kapitels beschäftigt sich mit dem Kern der Selbständigkeit: die Idee. Das Autorenpaar will den Leserinnen und Lesern näher bringen, dass eine Idee, die durch „Philosophieren und Rumbasteln“ entsteht, nur selten funktioniert. Vielmehr muss darauf geachtet werden, dass sich mit der Idee auch Geld verdienen lässt und sie ein gewisses Potenzial hat, einen bestimmten Markt zu finden und damit Umsatz zu generieren. Die Autoren geben Empfehlungen dazu wie der Markt für die Idee entdeckt werden kann und wie über Insider, Expertenmeinungen und Zielgruppenbefragungen Informationen über den Markt zu generieren sind. Für Gründerinnen und Gründer ist dieses Kapitel sinnvoll, wenn die Idee bereits vorhanden ist. Auf die Ideengenerierung selbst wird in diesem Kapitel explizit nicht eingegangen. Positiv hervorzuheben ist der Umgang mit dem bei vielen Kulturschaffenden kritischen Thema „Mit Kreativität Geld verdienen“: Rohrberg und Schug schaffen es, dieses Thema den Leserinnen und Lesern näher zu bringen.



### ... Die Ideenmacher

Mit dem dritten Kapitel steigen die Autorin und der Autor in das Thema Businessplan und dessen Bedeutung für die Gründung ein. Anschaulich wird hier der Businessplan mit einem Modell vorgestellt und die Wichtigkeit der Erstellung eines solchen Plans mit zahlreichen Beispielen untermauert. Das vierte Kapitel zeigt die Finanzierungsmöglichkeiten für Gründerinnen und Gründer auf. Die wichtigsten Tools wie Finanzplan, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalbedarfs- und Liquiditätsplanung werden beschrieben und mit Hilfe von Abbildungen veranschaulicht. Anschließend werden die unterschiedlichen Geldquellen für Gründerinnen und Gründer vorgestellt. In einer Übersicht werden diese in Fremd- und Eigenfinanzierung unterteilt. Die Darstellung der verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten wird gut verständlich und hilfreich wiedergegeben. Die Beschreibungen der einzelnen Tools sind zunächst sehr hilfreich. Für einen tieferen und genaueren Einblick sollten jedoch die Linktipps des Buches in Anspruch genommen werden. Die zahlreichen Hinweise auf weiterführende Literatur sind sicher ein Pluspunkt der Publikation.

Im fünften Kapitel gibt das Autorenteam einen Überblick über die verschiedenen Rechtsformen, die Gründerinnen und Gründer für die eigene Unternehmung wählen können. Dazu werden Überlegungen vorangestellt, die vor der Wahl der Rechtsform bedacht werden müssen. Diese Überlegungen wie z.B. die Risiken der Unternehmung, die Besteuerung oder die dafür anfallenden Kosten, werden verständlich erläutert. Im Anschluss wird auf einzelne Rechtsformen eingegangen. Dies bietet einerseits eine Einführung in diese Materie und gleichzeitig Einschätzungen aus der Praxis, welche Rechtsformen wann besonders geeignet sind.

Das sechste Kapitel führt die Kreativen an das Marketing heran. Nachdem auf die Schwierigkeiten, Marketing in der Anfangsphase für sich zu nutzen, eingegangen wird, erklären Rohrberg und Schug, dass es Möglichkeiten gibt, Marketing auch am Anfang der Gründung einzubinden. Insbesondere wollen sie verdeutlichen wie wichtig es ist, das eigene Produkt nicht isoliert zu sehen und die Beziehungen zwischen dem Produkt und den Nutzern bzw. dem Markt zu betrachten, um sich am Markt zu etablieren. Es folgt ein Einblick in die grundlegenden Begriffe des Marketing, in dem auch die in der Literatur gängigen vier Ps, vorgestellt werden (product, price, promotion und place). Diese Bereiche bieten einen Einblick, bilden aber nicht die vollständige Theorie der sogenannten vier Ps ab. Dies ist jedoch verzeihlich, da eine noch ausführlichere Beschreibung den Rahmen des Buches sprengen würde. Insbesondere positiv hervorzuheben ist der behutsame Umgang mit dem Thema gegenüber der Leserzielgruppe und der kritische Umgang mit den gängigen Schemata der Marketingtheorien wie dem AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).

Das Thema des siebten Kapitels bewegt sich auf operativer Ebene und dreht sich um die strukturierte Arbeitsorganisation. Die Auflistung von sechs Be-



### ... Die Ideenmacher

reichen, auf die eingegangen wird, soll dabei ein „Werkzeugkasten mit Versuchsschablonen“ sein, aus dem sich Gründerinnen und Gründer wichtige Tipps holen können. Die Überschrift dieses Kapitels „das kreative Chaos in geordnete Bahnen lenken“ klingt zunächst klischeehaft und könnte den Eindruck erwecken, alle Kreative seien Chaoten. Von dem Autorenteam wird diese Sicht aber nicht aufgegriffen. Das Kapitel bietet einen guten Einblick in die Arbeitsorganisation und Argumente dafür, sich als Selbständige oder Selbständiger auch mit den organisatorischen Aspekten zu beschäftigen.

Rohrberg und Schug machen im achten Kapitel deutlich, was sie unter Führung verstehen und warum sie auch im Gründungsstadium, wenn noch keine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dem Unternehmen angehören, wichtig ist. Insbesondere beziehen sich die Autoren daher an dieser Stelle auf Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit Kooperationspartnern und in Netzwerken, Führung im Leistungsteam und Führung in Konflikten. Diese Felder sind logisch und nachvollziehbar, jedoch für Gründerinnen und Gründer, die alleine gründen, für den Anfang nur teilweise von Relevanz.


Die Intention der Autorin und des Autoren ist es im neunten Kapitel, Gründerinnen und Gründern die Angst vorm Controlling zu nehmen. Argumentativ wird der Sinn des Controllings insbesondere für Kultur- und Kreativwirte erläutert. Dabei gibt das Controlling den Soll- und Ist-Zustand in Bezug auf die Zahlen (Ausgaben und Einnahmen) und die Zeitplanung wieder. Außerdem soll es als Überwachung dienen, um Ausgaben, Einnahmen und die eigene Zeitplanung kontrollieren zu können. Abschließend werden einige Möglichkeiten der Vorsorge und sozialen Absicherung genannt. Diese Themen an den Schluss des Buches zu stellen, ist chronologisch sinnvoll. Allerdings fällt es teilweise schwer dem Text kontinuierlich zu folgen, da Controlling zu weit vom kreativen Produkt entfernt ist. Daher eignet sich dieses Kapitel vor allem zum nachträglichen Lesen und Nachschlagen.

Das vorliegende Buch ist insgesamt ein gelungener Praxisratgeber. Die Beispiele, Interviews und fiktive Geschichte über Johanna lockern den Text für die Leserinnen und Leser auf. Unschwer erkennbar ist, dass Rohrberg und Schug selbst praktische Erfahrungen gemacht haben. Zugleich schaffen sie es, dieses Praxiswissen in einen theoretischen Kontext zu setzen. Einen großen Mehrwert erfährt das Buch überdies durch die zahlreichen Linktipps und Literaturhinweise, die unterstützend Hinweise auf detailliertere Informationen und weiterführendes Material wie z.B. Formulare zum herunterladen geben.

Ein kleines Manko ist, dass die Struktur etwas unübersichtlich im Inhaltsverzeichnis dargestellt ist: Die Kapitel sind nicht mit Unterpunkten versehen und daher kann die Leserin oder der Leser sich während des Lesens ggf. etwas schwer orientieren. Der Aufbau selbst hingegen ist schlüssig und nachvollziehbar.



... Die Ideenmacher

Insgesamt ist das Buch für Kreative, die sich selbständig machen und dies professionell in Angriff nehmen wollen, sehr empfehlenswert. 

DETAILS UND BESTELLEN

[kulturmanagement.net/buecher/prm/49/v\\_d/ni\\_906/cs\\_11/index.html](http://kulturmanagement.net/buecher/prm/49/v_d/ni_906/cs_11/index.html)

## Ankündigung

### KM Magazin spezial

HALLE 14. Kunst - Spinnerei - Leipzig

