



Dokumentation des Workshops „LiebHBeN“



© Daniel Schnier

Zur Vorbereitung des **FreelanceCamps** in Bremen, Leipzig und Nürnberg fand vom **21. bis 26. September 2009** der Workshop **LiebHBeN** statt.

Kernidee war die gemeinsame Reise von aktiven Freelancern aller Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft von Stadt zu Stadt (Bremen → Leipzig → Nürnberg). Vor Ort wurde jeweils zwei Tage über lokale und übergreifende Rahmen-/Arbeitsbedingungen diskutiert.

LiebHBeN diente auch der Vorbereitung konkreter Sessions für das **FreelanceCamp** am 17. Oktober 2009. Die Workshopergebnisse werden Diskussionsgrundlage für alle **FreelanceCamp**-Teilnehmer in den drei Städten sein.



**LiebHBeN**Leipzig
Bremen
Nürnberg

im Rahmen des

**FreelanceCamp**Leipzig
Bremen
Nürnberg

**Tag 1: Bremen 21.09.2009, ehemaliges Bundeswehrhochhaus,
Daniel-von-Büren-Str. 48/Ecke Falkenstraße, 14. Stock**



cc by Johannes Tomm

Ergebnisse der Arbeitsgruppen zu folgenden Themenblöcken:

1. Leitfragen und Themen an den Workshop LiebHBeN	3
2. Fragen der „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft“ der Bundesregierung	4
3. Session „Kreative Stadt I“	7
4. Das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft	9
5. Session „Kreative Stadt II“	11
6. Vernetzung, Marktzugänge, Qualifizierung und der Wert meiner Leistung	12
7. Rahmenbedingungen für Kreative	13
8. Impuls-Präsentation „Strukturwandel durch Kultur“	15
9. Session „Kreative Stadt III“	16
10. Wünsche „Maßnahmen für eine bessere Zukunft“	18
11. Ein Projekt im Jahr 2015: Konkrete Planungsschritte für Maßnahmen	19
12. Feedbacks	24
13. Teilnehmer	25



Tag 1: Bremen 21.09.2009, ehemaliges Bundeswehrhochhaus, Daniel-von-Büren-Str. 48/Ecke Falkenstraße, 14. Stock



cc by Johannes Tomm

1. Was sind Eure Leitthemen für und Leitfragen an den Workshop LiebHBEn?

- > Verhältnis von Wirtschaft und Kultur (Künstler als Unternehmer; Unternehmer als Künstler, Qualität in Kultur und Wirtschaft, ♥ = € ?)
- > Marktzugänge und Vernetzung (Selbstvermarktung und Marketing, Strukturen der Vernetzung > vertikal und horizontal, Sichtbarkeit)
- > Absicherung und Rahmenbedingungen (Finanzierung, Zahlungsmoral, KSK für Kulturmanager, Produktionsmittel, Kultur-Flatrate)
- > Wertschätzung und Recht (mangelnde Wertschätzung, Was kostet eine Idee?, Referenzkette für Ideen)
- > Qualifizierung/ Professionalisierung (Qualifizierung on the Job, Starthilfe, Strategieentwicklung, unternehmerisches Denken)
- > Ziele >> Utopie, Vision, Revolution?



**Tag 1: Bremen 21.09.2009, ehemaliges Bundeswehrhochhaus,
Daniel-von-Büren-Str. 48/Ecke Falkenstraße, 14. Stock**



© Daniel Schnier

2. Fragen der Initiative „Kultur- und Kreativwirtschaft“ der Bundesregierung an den Workshop

1. Was sind aus Ihrer Sicht die jeweils drei wichtigsten Herausforderungen?
2. Welche Entwicklungen beeinflussen Ihre Zukunftschancen?
3. Welche Form der weiteren Zusammenarbeit mit der Bundesregierung wäre für Sie besonders wichtig?
4. Welche Erwartungen und Empfehlungen haben Sie an die Bundespolitik?
5. Bitte benennen Sie die aus Ihrer Sicht fünf wichtigsten Themenfelder die in den Blick genommen werden sollten?
6. Wir planen u. a. das Internetangebot zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft und zur Initiative der Bundesregierung deutlich zu erweitern. Welche Informationen wären Ihnen besonders wichtig?
7. Welche Schwierigkeiten hatten Sie beim Gang in die Selbständigkeit? Welche zusätzlichen Kompetenzen hätten Sie sich gewünscht?
8. Was kann und sollte man aus Ihrer Sicht tun, um die Vernetzung innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftsbereichen weiter zu stärken?
9. Welche bestehenden Beratungsangebote sind für Sie besonders wichtig? Welche weiteren Angebote sollten geschaffen werden?
10. Welche Hilfestellungen zur Erschließung neuer Märkte – auch im Ausland – wären für Sie wertvoll?



Antworten



cc by Johannes Tomm

Zu Frage 1)

- > Herausstechendes Profil
- > Präsenz am Markt
- > Soziale Absicherung
- > Vernetzung
- > Fortbildung
- > Marktpositionierung
- > Finanzierung
- > Projektakquise
- > Zeitmanagement
- > Finanzen
- > Marketing
- > Bezahlung entsprechend der Qualifikation
- > Regelmäßige Einkünfte
- > Eigene Ideen umsetzen unter finanziellen Aspekten
- > Gesellschaftliche Anerkennung
- > Folgeaufträge
- > Zu wenig Geld zum Leben
- > Konkurrenz

Zu Frage 2)

- > Wirtschaftslage
- > Private & familiäre Lage
- > Arbeitsmittel
- > Technologie- & Trendentwicklung
- > Gesellschaftliche Tendenzen und Verhältnisse
- > Wert der Kultur für Gesellschaft und Wirtschaft
- > Internationalisierung (Wettbewerb, aber auch neue Märkte)
- > Abbau von Bürokratie, schwindende Finanzmittel zwingen Staat und Verwaltung zu innovativen Lösungen
- > Wirtschaftliche Entwicklung (z.B. Finanzkrise)
- > Umwelt → Klimawandel als Chance?

Zu Frage 3)

- > 2-4 Symposien pro Jahr in verschiedenen Städten zur Kultur- und Kreativwirtschaft (Austausch, Diskurs)
- > Mehr Eigeninitiative der Bundesregierung, auf die Leute zuzugehen
- > Ausschreibungen an Freelancer und Freelancer-Netzwerke
- > Schnittstellen
- > Freiräume/Experimentierfelder „Labor“
- > Gemeinsames entwickeln, geeignete Formate und Fördermaßnahmen für die jeweilige Teilbranche

Zu Frage 4)

- > Mehr Flexibilität, sich schneller auf Veränderungen in Wirtschaft- und Arbeitswelt einstellen
- > Fortsetzung der Auseinandersetzung mit der Thematik (geschärfter Blick auf die Kleinsten)
- > Grundeinkommen
- > Freiräume (für Ideen, Realisierungen ...)
- > Offener Diskurs!
- > Rahmenbedingungen für Qualitätsweiterentwicklung → Nachhaltig!
- > Ressortübergreifend arbeiten
- > Verstehen: Arbeitsform der Zukunft= Freiberuflichkeit
- > Gesetzliche Veränderungen
- > Soziale Absicherung für die Branche

Zu Frage 5)

- > Internationale Kontakthanbahnung
- > Interdisziplinäres Arbeiten fördern (MIX)
- > Verankerung: Recht auf Arbeit (Grundrecht)



**Zu Frage 6)**

- > Hinweise zu Förderprogrammen
- > Lokale Ansprechpartner
- > Links zu relevanten Gesetzestexten
- > Anlaufstellen (Bundesweit/Lokal/Branche)
- > Wissensbörse, FAQ, ...
- > Fördertöpfe, Ausschreibungen, RSS-feed
- > Beispiele aus der Praxis (v. Projekten/ Ideen und ihrer Geschichte)
- > User-Feedback
- > Quellen Projektgelder
- > Stand der Initiative: Was, Wie, Warum?
- > Keine starre Seite, flexibel und immer neu
- > Beratungsangebote listen
- > Podcast ausbauen (s. Beratung) → Zielgruppe!

Zu Frage 7)

- > Aufklärung über Steuerrecht
- > Weg in die Selbstständigkeit
- > Vertragswesen
- > Recht
- > Qualitative Sparberatung
- > Mentoren/Coaches
- > Kontakte
- > Marktinformationen
- > Gesetze
- > Zu wenig „Freelance-Kompetenz“ in den Beratungsstellen
- > Einzelkämpfertum (Hilfestellung für Umgang damit)
- > Betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- > Steuer
- > Rechtsgrundlagen

Zu Frage 8)

- > Gemeinsame Projekte (Medien!) (bspw. Tetra-Pak)
- > Freelancer camps und Business camps, bundesweit vernetzen
- > Bestehende Netzwerken und Verbänden stärken und deren interdisziplinäre Zusammenarbeit fördern
- > Neue branchenübergreifende Initiativen starten

- > Offener Dialog (Künstler wollen nicht nur nehmen, sondern geben auch, sie sind keine Bittsteller)
- > Plattformen schaffen zur Vernetzung, z.B. Workshops, Konferenzen (Thementage)

Zu Frage 9)

- > Buchführungsunterstützung
- > best. Netzwerke/Branchenverbände
- > BEGIN/RKW
- > bestehende haben wenig geholfen
- > Steuerliche Beratung (z.B. 7% oder 19% MWSt)
- > In diesem Bereich kompetente Beratungsstellen
- > Finanzamt soll Beratung anbieten
- > Beratung zur Kalkulation und Finanzierung von Kulturprojekten
- > Alumni-Beratung (HfK)
- > Speed-Dating (VC)
- > Tandems bilden (Wirtschaft + Kultur- und Kreativwirtschaft)
- > Vernetzung der Beratungsstellen untereinander
- > Freelance-Kammer?
- > Kreativ-Angel (in Anlehnung: Business-Angel)

Zu Frage 10)

- > Unterstützung bei der Teilnahme an (internationalen) Messen, Kulturtreffen und Festivals, z.B. Gemeinschaftsstände
- > „Created in Germany“ als Qualitätssiegel
- > Anlaufstellen im Ausland bekannt machen
- > Weg ins Ausland erleichtern (z.B. Versicherungen für Praktikanten)
- > Projekte durchführen
- > In Publikationen die Projekte zeigen
- > „Töpfe“ für Entwicklungshilfe
- > Innovationsprogramme für KKW öffnen
- > Stipendien (auch für „Ältere“)
- > Verständnis der Funktion von Märkten erhöhen:
 - Forschung
 - Vermittlung





**Tag 2: Bremen 22.09.2009, ehemaliges Bundeswehrhochhaus,
Daniel-von-Büren-Str. 48/Ecke Falkenstraße, 14. Stock**



cc by Johannes Tomm

3. Dokumentation „Kreative Stadt“

Die Betrachtung und Bewertung von Bremen, Leipzig und Nürnberg durch die TeilnehmerInnen von **LiebHBeN** zielte auf die Feststellung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden, die für die Freelancer in ihrem Arbeitsleben Auswirkungen haben. Zu diesem Zweck wurde ein kurzer Abriss über die Stadtentwicklung gegeben und eine Umfrage der TeilnehmerInnen über ihr Lebens- und Arbeitsumfeld angeleitet. Schließlich wurden die individuellen Vorzüge der Städte in Abgrenzung zu den gemeinsamen Vorzügen aller drei Städte diskutiert sowie Forderungen formuliert, die aus Sicht der TeilnehmerInnen die Rahmenbedingungen verbessern würden.





**Tag 2: Bremen 22.09.2009, ehemaliges Bundeswehrhochhaus,
Daniel-von-Büren-Str. 48/Ecke Falkenstraße, 14. Stock**



cc by Johannes Tomm ↓

↑© Daniel Schnier





**Tag 2: Bremen 22.09.2009, ehemaliges Bundeswehrhochhaus,
Daniel-von-Büren-Str. 48/Ecke Falkenstraße, 14. Stock**



cc by Johannes Tomm

4. Verhältnis: Wirtschaft und Kultur

Ziele, Maßnahmen & Handlungsfelder

- > Ansatz: ökonomisch erweitertes Kulturverständnis
kulturell erweitertes Ökonomieverständnis
- > Orte zum Zusammentreffen von Kultur und Wirtschaft schaffen
- > weg mit der Effizienz-Debatte (Ertrag)
- > Synergien aus der Verknüpfung von Wirtschaft und Kultur betonen und fördern
- > Bewusstseinsumkehr/ -förderung (Augenhöhe)
- > Beidseitige Vorurteile abbauen
- > Weltenwanderer unterstützen
- > Debatte um „neue Künstlerbereiche“ und die Kulturwirtschafts-Akteure erweitern





Tag 2: Busreise zwischen Bremen und Leipzig, 22.09.2009



cc by Johannes Tomm

Busfahrt Bremen → Leipzig

Nach zwei Tagen inhaltlich geprägter Arbeit in Bremen ging es im Reisebus von Willi aus Eilsfeld gen Leipzig, inklusive Entspannung und der Möglichkeit, das Erlebte Revue passieren zu lassen. Zeitgleich wurden die Bremer Ergebnisse auf der Mixxt-Seite eingestellt und somit an die Leipziger und alle anderen Netzwerkmitglieder weiter gereicht.

Die Gespräche im Bus kreisten aber weiter um die Themen Freiberuflichkeit und Akquise von Projekten. Es entstand die Idee eines städteübergreifenden Utopie-Projektes. In jeder Stadt würde dafür ein eher wenig bekannter Turm zum Zentrum mit Strahlkraft für die ganze Region umgestaltet werden. Dieser würde dann beleuchtet und unterschiedlich bespielt und somit zu einem Leuchtturm der verschiedenen künstlerischen und kreativen Szenen in den Städten werden: Drei Leuchttürme für drei Städte!

Diese Vision wurde von einem grandiosen Sonnenuntergang begleitet.

In Leipzig angekommen, war es schon dunkel. Wir bezogen unsere Zimmer und suchten uns im aufstrebenden Leipziger Westen (Plagwitz) eine geeignete Lokalität, um den Abend in angemessener Weise ausklingen zu lassen.





**Tag 3: Leipzig 23.09.2009, Zschochersche Str. 68, „Kultiviert Anders! e.V.“
(Wächterhaus)**



↑↓ cc by Johannes Tomm



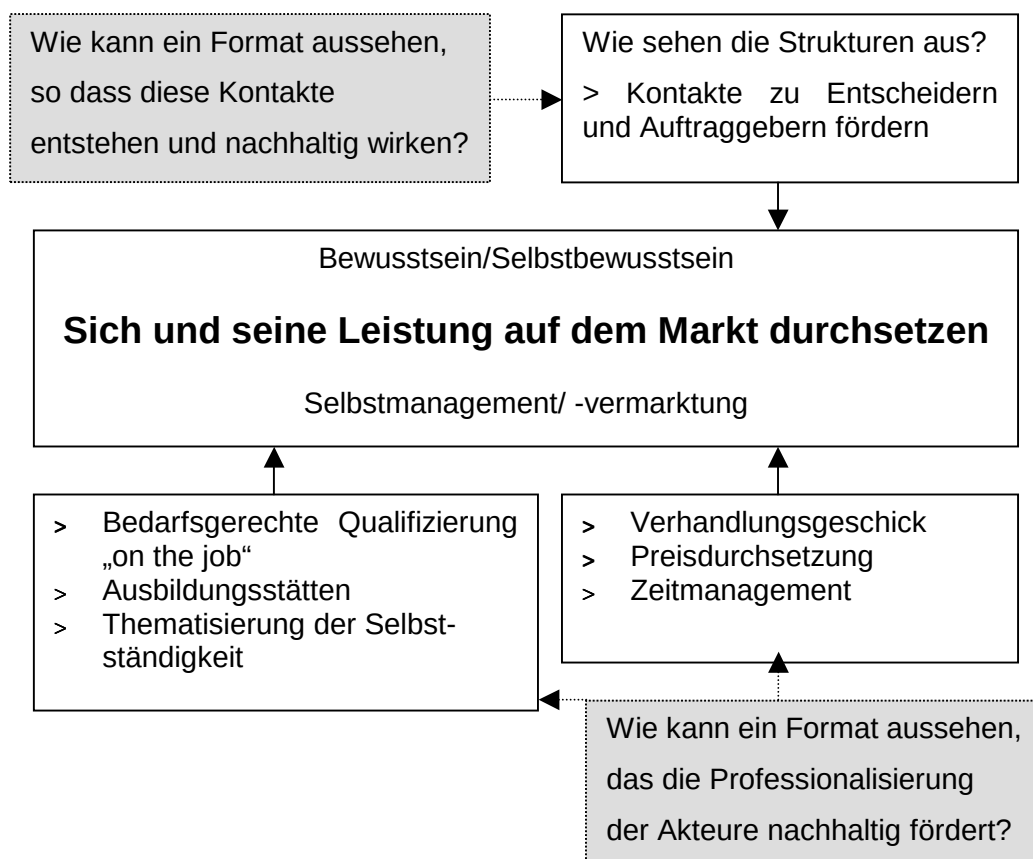


**Tag 3: Leipzig 23.09.2009, Zschochersche Str. 68, „Kultiviert Anders! e.V.“
(Wächterhaus)**



© Daniel Schnier

6. Vernetzung, Marktzugänge, Qualifizierung und der Wert meiner Leistung





Tag 4: Leipzig 24.09.2009, Stadtrundgang und Besichtigung der Baumwollspinnerei



cc by Johannes Tomm

7. Rahmenbedingungen für Kreative und Stadtrundgang Leipzig

Am 4. Workshop-Tag wurde die **LiebHBeN**-Gruppe von Christian Rost, Westbesuch e.V. und mit Unterstützung von **RAM**_Bürogemeinschaft für kreative Stadt- und Regionalentwicklung, durch die Leipziger Stadtteile Plagwitz und Lindenau geführt. Die Route verlief von der Gießerstraße über die alten/neuen Gleiswege in die Zschochersche Straße, am Karl-Heine-Kanal entlang in die Karl-Heine-Straße, dort ins Westwerk, zum Jahrtausendfeld, Plagwitzer Bahnhof und Baumwollspinnerei.

Sowohl Plagwitz als auch Lindenau wurden als ehemalige Industriestandorte mit jahrelang vernachlässigter Wohngebäude-Substanz beschrieben, die erst seit wenigen Jahren „wiederentdeckt“ werden – vorzugsweise von Kreativen und Künstlern, die sich dem Leerstand der Gebäude auf ihre Art annehmen. Verschiedene Zwischennutzungskonzeptionen, bspw. die der Wächterhäuser, ermöglichen es, Räume günstig zu mieten und ohne Vorgaben völlig frei zu gestalten und zu nutzen. Ehemalige Brachen wurden so durch Eigeninitiative der Anwohner zu kleinen Oasen, wie z.B. zu einem „Mütterpark“. Eine Umfrage unter den Anwohnern von 2006 hatte zudem ergeben, dass Wohnklima und Attraktivität des Stadtteils seit Jahren stetig steigen, woran u.a. auch die Umgestaltung der Baumwollspinnerei zu einem Ort, an dem Künstler und Kreative günstig mieten und arbeiten können, großen Anteil trägt.





Tag 4: Leipzig 24.09.2009 Stadtrundgang und Besichtigung der Baumwollspinnerei



↑↓ cc by Johannes Tomm





Tag 5: Nürnberg 25.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135) und Stadtrundgang



cc by Johannes Tomm

8. Diskussionsgrundlage

Präsentation

„Strukturwandel durch Kultur – Städte und Regionen im postindustriellen Wandel“

(Creative Business Consult im Auftrag der Kulturabteilung der Staatskanzlei der Landesregierung Nordrhein-Westfalen, 2009)

- > „Zukunft durch Herkunft“ – regionale Besonderheiten als Basis des Strukturwandels
- Kommunikation und Vermittlung – transparent und authentisch agieren
- > Bevölkerung aktiv einbeziehen, lokale und internationale Experten einbinden, Kooperation und Konsens – Kräfte bündeln, Einvernehmen herstellen
- > Netzwerke bilden, durch „Storytelling“ Zukunft vorstellbar machen, Symbole des Wandels – Events oder Bauten als Leuchttürme für Identifikation und Außenwirkung, Imagebildung
- > Lebensqualität steigern – Ökologie, Stadtbild, Freizeitangebot entwickeln, positive Stimmung und Identifikation der Bürger aufbauen, Gewässer als wichtige emotionale Komponente
- > Freiräume zulassen – eigendynamische Entwicklungen ermöglichen und nutzen, auf politische Detailsteuerung verzichten, Risikobereitschaft zeigen
- > Stärken der Kultur nutzen – Kultur als verbindende Komponente im Maßnahmen-Mix von z.B. Stadtplanung und Infrastruktur, Herstellung von Partizipation und Identifikation





Tag 5: Nürnberg 25.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135) und Stadtrundgang

9. Zusammenfassung: Kreative Stadt > Bremen, Leipzig, Nürnberg

Hard Facts:

	Bremen	Leipzig	Nürnberg
Einwohnerzahl	547.360 Einwohner	515.469 Einwohner	503.638 Einwohner
Bevölkerungsdichte	1.553 Einw./km ²	1.733 Einw./km ²	2.702 Einw./km ²
Arbeitslosenquote	10,4 % (April 2009)	15,5 % (Mai 2009)	8,0 % (August 2009)
Kultur- und Kreativwirtschaft	ca.1730 Unternehmen (Umsatz von 725 Millionen, 2007)	ca. 30.000 Beschäftigte in der Kreativwirtschaft (Umsatz von rund 4 Milliarden, Schätzung der Stadt Leipzig 2008)	3,8% am Gesamtumsatz
Produzierendes Gewerbe	ca. 263 Unternehmen (Umsatz Land Bremen 18,7 Milliarden 2007, 49.507 Beschäftigte)	ca. 20.000 Beschäftigte im verarbeitenden Gewerbe	ca. 55.000 Beschäftigte im verarbeitenden Gewerbe

Allen drei Städten ist, neben ihrer Größe, gemein, dass sie als freie Bürgerstädte seit dem Mittelalter eine große Tradition und Geschichte als Handelsstädte und später auch als Industriestandorte besitzen. Als Messestädte waren sie immer Drehscheibe für den Innovationstransfer und sind als Universitätsstädte (vor allem Leipzig und Bremen) auch Zentren der Bildung. Gleichzeitig besitzen die drei Städte mit Berlin, Hamburg und München ein gewisses Hinterland als Markt für kreative Leistungen.

Mit dem Niedergang der Industrie sehen sich die Städte mit einem Strukturwandel konfrontiert, der sie zu einem Umbau der Wirtschaftsstruktur zwingt, gleichzeitig aber auch Flächen mit großem Potential für ihre Entwicklung freigibt.



Verbindende Qualitäten für
FreiberuflerInnen der Kultur-
und Kreativwirtschaft in den
drei Städten

Hohe Lebensqualität (Wohnqualität (HB, L, N, wenn auch immer anders), niedrige Mieten (in L real und in HB und N gefühlt), ausgedehnte Grünflächen, Nähe zum Fluss), **Städte der kurzen Wege** (geographisch als auch in Behörden und Institutionen), **Sichtbarkeit der Kreativen** (verlieren sich nicht in der Masse der Aktiven [im Gegensatz zu Berlin] und werden in der Stadt wahrgenommen), **Offenheit** (für neue Ideen und Konzepte in der Stadt/der Öffentlichkeit (gilt nur mit Einschränkungen für Nürnberg)), **breites kulturelles Spektrum/Angebot** (vor allem viele Anregungen durch große Szene, Austauschmöglichkeiten, aber auch Hochkultur (gilt mit starken Einschränkungen für Nürnberg))

Besondere Qualitäten Bremen

Agnoranz (Akzeptanz von neuen Ideen bei gleichzeitiger Ignoranz der Möglichkeiten), **Nähe zum Meer** (was allerdings die Binnenländer festgestellt haben), **Bremer Understatement**

Besondere Qualitäten Leipzig

viele Räume für Experimente (niedrigste Mieten in schönen Räumen), **Leipziger „Größenwahn“**, **Logistik** (Nähe zu Berlin als Vorteil)

Besondere Qualitäten
Nürnberg

engagierter Strukturwandel (verschiedenste Gründer- und Technologiezentren), durch **IT & Software getragenes Umfeld**

Verbindende Forderungen

Marktzugänge und Förderung/Anerkennung, Anlaufstellen und Interessenvertretungen, Stadtteil-/ bzw. Stadtübergreifende Zusammenarbeit (Konzentration auf bestimmte Stadtteile aufbrechen, Potentiale der Gesamtstadt erkennen, bzw. auch in der Dimension Nürnberg-Fürth-Erlangen denken)

Verbindende Probleme

Kleiner Markt in der Stadt (und deshalb Weg über Berlin, Hamburg, München zu den Kunden)



Tag 5: Nürnberg 25.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135) und Stadtrundgang



© Daniel Schnier

10. Wünsche „Maßnahmen für eine bessere Zukunft“

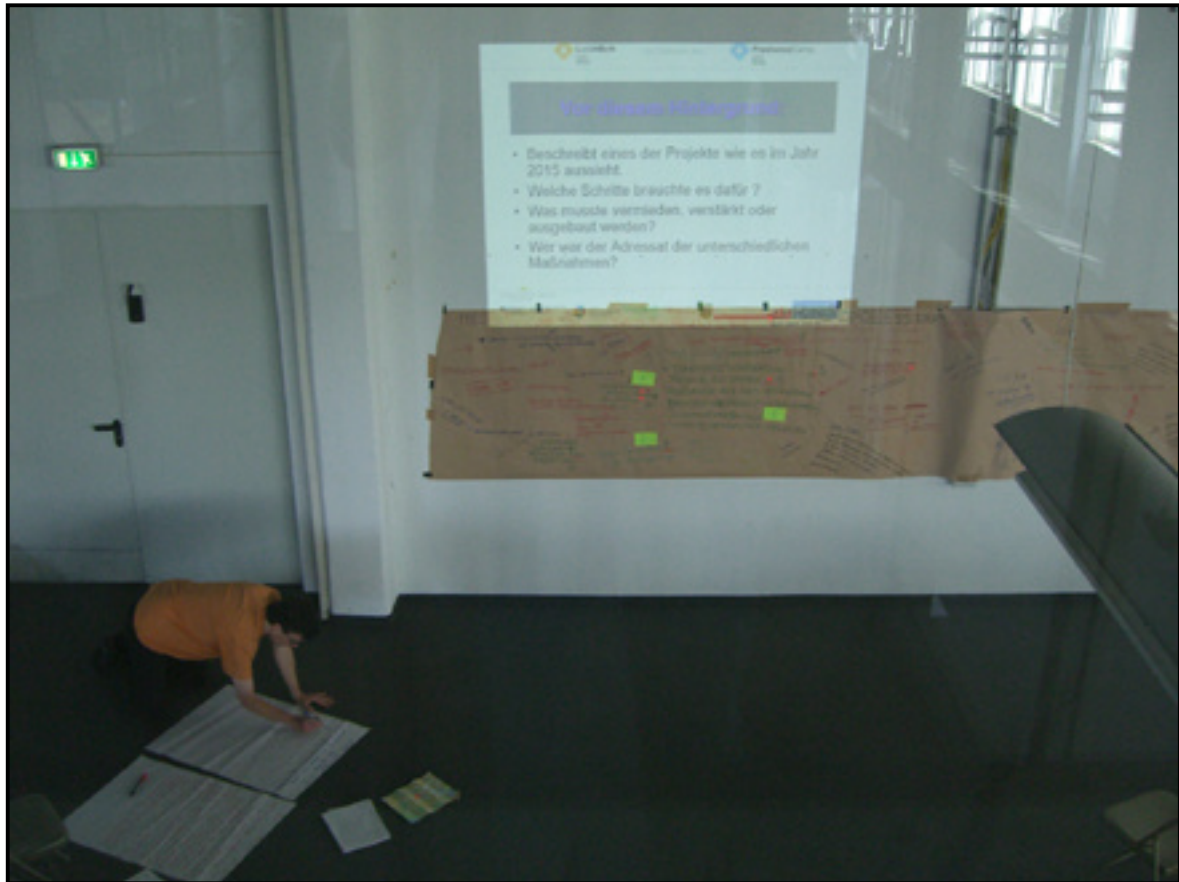
Die Fragestellung dieser Session lautete, konkrete Maßnahmen zu benennen, welche die Teilnehmer sich ohne die Beachtung jeglicher Einschränkungen vorstellen können. Die Maßnahmen sollten auf eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft abzielen. In einem zweiten Schritt wurden die vorgeschlagenen Maßnahmen von allen Teilnehmern nach einem Punktevergabe-System in eine Reihenfolge gebracht. Dabei kristallisierte sich folgende Rangfolge von Maßnahmen heraus:

1. Vorfinanzierte stadtspezifische Kooperationsprojekte, bei denen Freelancer aus den verschiedenen Teilbranchen der Kreativwirtschaft sowie Unternehmen aus anderen Bereichen und Behörden zusammenarbeiten
2. Die negative Mehrwertsteuer für Kreativleistungen
3. Intelligent-kreative Bespielung/Inszenierung des öffentlichen Raumes
4. Legalisierung jeder non-destruktiven Stadtveränderung
5. Kreativ-Labore: mobile, tauschbare, flexibel nutzbare und erschlossene Experimentierräume zwischen den Städten
6. Internationale „Kreativ-Blauhelme“ zum Schutz vor defensiven Routinen





Tag 6: Nürnberg 26.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135), Halle 18, 4. Stock



cc by© Johannes Tamm

11. Ein Projekt im Jahr 2015: Konkrete Planungsschritte für Maßnahmen (Beispiele)

Arbeitsauftrag

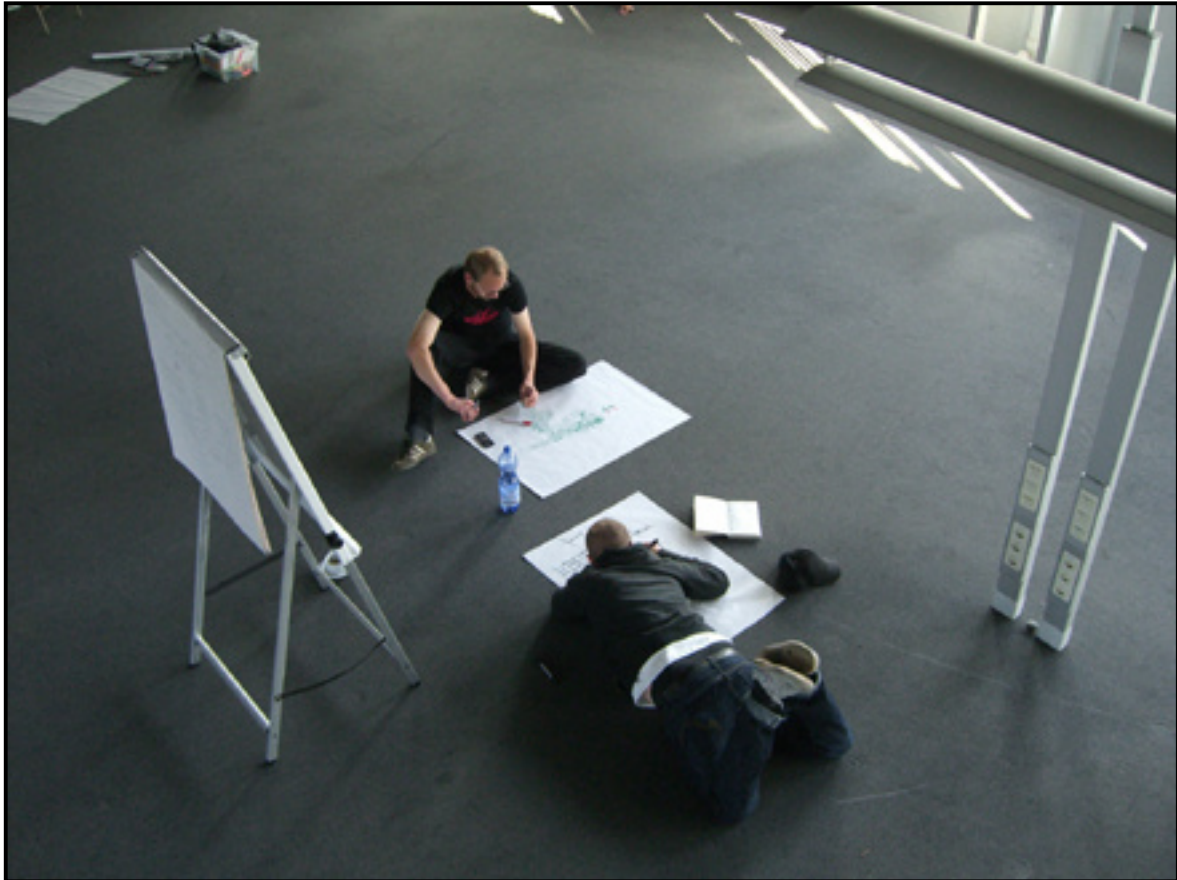
Vor dem Hintergrund der vortägigen Arbeitsergebnisse und der bisherigen Themen der Workshopreise **LiebHBeN**:

- > Beschreibt ein Projekt , wie es im Jahr 2015 aussieht
- > Welche Schritte brauchte es dafür?
- > Was musste vermieden, verstärkt oder ausgebaut werden?
- > Wer waren die Adressaten der unterschiedlichen Maßnahmen?





Tag 6: Nürnberg 26.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135), Halle 18, 4. Stock



cc by Johannes Tomm

Karsten Neumann und Daniel Schnier: Die Kreativen sind die Handwerker, die was reparieren. Material, polykulturell!

Stefan Mibs: 10 Räume in Städten schaffen, Freiraum für 50.000 Leute, die sich alle 10 Jahre ändern können. Unsexy Arbeiten wie die Beschäftigung mit Steuern etc. werden von der Stadt übernommen, Personal dafür eigens geschult.

Oliver Hasemann: Freiräume in der Stadt, nein, die Stadt selbst ist der Freiraum. Jeder darf:
1. eine Blume pflanzen, 2. ein Fenster eines als hässlich empfundenen Gebäudes einschmeißen.

Oliver Essigmann und Anne Bock: Reisen-Installation in N, L, HB und Bethang als echte und virtuelle Reise. Eine Stadt (oder Teile der Stadt) kann mit Tools in einer Software individuell umgemodelt werden. Dies zur virtuellen Ideengebung für Stadtplaner und –entwickler.





Christoph Backes & Andrea Lühmann: Stipendienmodell: 3x5 ausgewählte Freelancer bearbeiten interdisziplinär in den drei Städten Projekte aus der freien Wirtschaft oder von der Öffentlichen Hand. Begleitend werden sie qualifiziert. Das beste Projekt wird prämiert.

Sönke Busch: Rückeroberung der Stadt. Jedem seine 5qm, wo er machen kann, was er will.

Simone Brandmüller: Bremser und Bedenkenträger abschaffen.

Tania Breyer: Bislang unbekannte Türme in Städten zu Leuchttürmen mit Strahlkraft ausbauen, wo es kulturell, künstlerisch und wirtschaftlich kracht.

Axel Grischow: Negative MwSt: Eine Modell-Rechnung vom Grafiker an den Bäcker.

Michael Schels & Frank Lambrecht: Kreative Zone. Solidarische Positionierung. Green Card für Kreative. Relevanz und Kooperation verstärken. Selbstausbeutung eingrenzen.



cc by Johannes Tomm



Die kleine Geschichte der negativen Umsatzsteuer für Kreative

v. Roland Weininger

Wir schreiben das Jahr 2015. Deutschland hat sich zum angesagtesten Kreativstandort weltweit entwickelt. An technologisch orientierten Lehrstühlen in Hochschulen und Universitäten werden zwischenzeitlich interdisziplinäre Kreativlabore eingerichtet, die Natur- und Geisteswissenschaftliche Entwicklungen bereichern und begleiten. Unternehmen leisten sich Kulturmanager oder arbeiten mit Think Tanks aus Kreativen und Agenturen zusammen.

Die Welt fragt sich, wie kam es dazu? Wie konnte Deutschland in wenigen Jahren eine solche einzigartige Marktposition entwickeln?

Werfen wir einen Blick zurück ins Jahr 2010. Deutschlandsweit finden in allen Regionen Barcamps von Kreativen statt. Das BMWI entscheidet sich flächendeckend Ansprechpartner und Koordinatoren für die Kulturwirtschaft zu installieren, die eng mit Verbänden, Netzwerken und den Kommunen zusammenarbeiten und deren Arbeit aktiv unterstützen. Die Auswirkungen der weltweiten Finanzkrise trifft jedoch gerade die Kreativen sehr hart. Durch eine kurzsichtige Politik der Bundesregierung werden nur noch kurzfristig wirtschaftliche Projekte der Großindustrie und technologische Leuchtturmprojekte gefördert. Dinge wie Filmförderung oder Existenzgründerprogramme für Kreative werden massiv zurückgefahren. Aber auch die 'Hochkultur' muss federn lassen, da die Kommunen kein Geld mehr für kulturelle Projekte ausgeben kann. Erste Opernhäuser und Theater müssen geschlossen werden und für die privatwirtschaftliche Nutzung freigegeben werden. Man kann nun in einigen Städten Burger in der Staatsoper kaufen.

Als die Bundesregierung beschließt die Barcamps als „Zusammenrottung von Chaoten“ zu verbieten formiert sich Widerstand. Einige der -zwischenzeitlich eingesparten- Kulturwirtschaft-Koordinatoren organisieren mit innovativen Agenturen, Verbänden und Bildungseinrichtungen illegale Barcamps, die als „revolutionäre Wirtschaftszellen“ internationale Kontakte aufbauen und gemeinsame Resolutionen erarbeiten. Das Internet spielt eine

entscheidende Rolle bei der Vernetzung derselben. Die Versuche des Innenministers dies zu untergingen bleiben durch die internationale Unterstützung ebenso fruchtlos wie die Einführung einer „Kulturpolizei“, die undercover illegale Barcamps aufspüren sollen, aber als Beamte dort schnell identifiziert werden können. Über Guerilla-Aktionen wird eine Kommunikation mit der Bevölkerung gesucht und nachdem der Geschäftsführer eines nationalen Nachrichtenmagazins als Ausrichter eines Barcamps entlarvt und festgenommen wird, beginnen sich große Teile der Medien mit den Forderungen der Kreativen zu solidarisieren. Es werden immer mehr Fälle bekannt, dass Kreative unterhalb des Existenzminimums leben müssen und sich Bank- und Industriemanager sich Künstler und Kreative wie „Sklaven“ zur individuellen Erfahrung halten. Nach dem Bekanntwerden des Hungertodes eines berühmten Literaten und Nobelpreisträgers geht ein Aufschrei durchs Land. Großdemonstrationen und Flash Mobs der Kreativen oder bspw. die Graffitiszene übt den offenen Widerstand. Den unterschiedlich kreativen Aktionen schließt sich die Bevölkerung an. Wenige Tage vor Abgabeschluss der Wahlkommission zur Bundestagswahl 2013 meldet sich eine bisher völlig unbekannte Partei zur Wahl an, die erstaunlicherweise alle Voraussetzungen an Unterschriften, Regionalvertretungen oder Kandidaten erfüllt. Die kulturpolitische Partei (KUP) wird auf Anhieb zweitstärkste Partei und ein ehemaliger Kulturwirtschafts-Koordinator wird wenig später als Vize-Kanzler vereidigt. Ein Koalitionsbeschluss setzt viele Forderungen der Barcamps um, insbesondere die der negativen Umsatzsteuer für Kreative, die so Ihren Lebensunterhalt wieder besser bestreiten können. Große Unternehmen werden mit zusätzlichen Steuern belegt, wenn sie nicht ausreichendes Kreativpotential nachweisen können. So entsteht ein regelrechter Run auf die besten kreativen Köpfe. Die KUP veranstaltet die Barcamps nun öffentlich und lädt die Bevölkerung dazu ein. Hochschulen und Universitäten bilden nun interdisziplinär aus.

2015 tritt eine erste Institutionalisierung der Barcamps ein. Es entstehen schon wieder erste „illegale“ Barcamps ...

Aber das ist eine andere Geschichte!

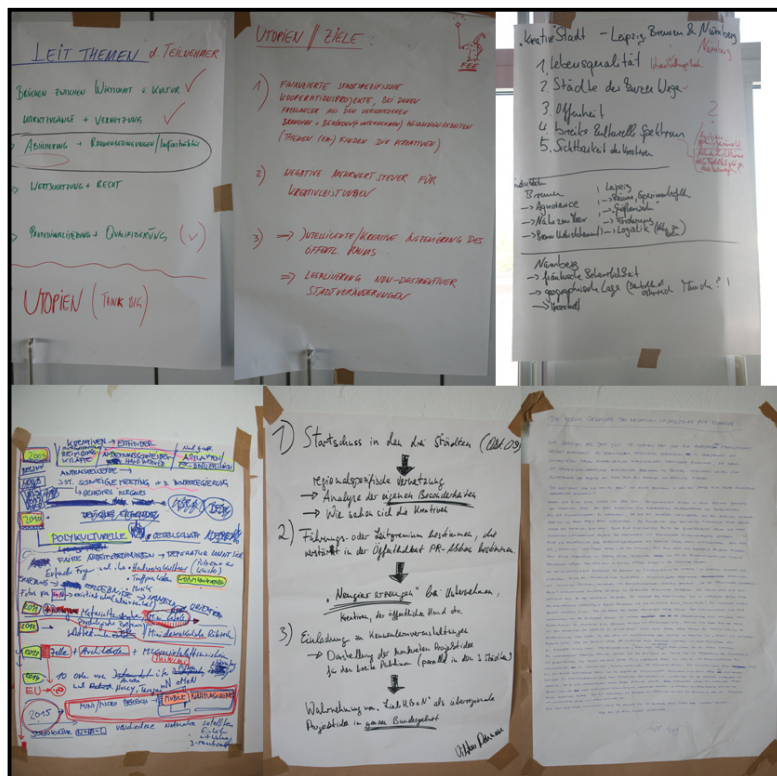




Tag 6: Nürnberg 26.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135), Halle 18, 4. Stock



cc by Johannes Tomm





Tag 6: Nürnberg 26.09.2009, AUF AEG (Muggenhofer Str. 135), Halle 18. 4. Stock



cc by Johannes Tomm

12. Feedbacks

- > „Das Experiment ist geglückt. Ich hätte mir mehr Atempausen gewünscht. Bremen war wirklich zu straight. Ich war mir unsicher, ob ich das die ganze Woche durchhalte. Mein Fazit: `Ich hab´ mich ver-LieHBt!´ “
- > „Eine gute Organisation. Doch musste ich feststellen, dass ich zu sehr in meiner eigenen Suppe schwimme. In der Gruppe herrschten unterschiedliche Erwartungen. Das alles unter einen Hut zu bringen war eine Herausforderung. Ich wollte mich hier vernetzen und Verbindungen zu Politik und Verwaltung knüpfen, zu konkreten Leuten statt zu unsichtbaren Kräften. Das hat stattgefunden!“
- > „Das Ergebnis hätte ich jetzt so gar nicht erwartet, nämlich dass am Selbstbild von Freelancern so stark gearbeitet wurde – das war fast schon ein politisches Projekt. Ich habe erkannt, dass in der Richtung noch viel gemacht werden muss. Da kann man im gegenseitigen Austausch mehr bewegen als alleine.“
- > „Meine Erwartungen haben sich im Prinzip nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen. Ich habe viel mehr Interesse für das eigentliche Thema bekommen, nämlich das Auf-sich-aufmerksam-machen der Kreativwirtschaft und wie wir das für uns nutzen können. Und dass das mittlerweile so ein politisches Feld ist.“
- > „Das Kennenlernen und die Kontakte haben auf jeden Fall stattgefunden. Jetzt kommt es darauf an, was man selbst daraus macht.“
- > „Es ist eine gute Initiative, die ich gerne weiter mit begleite. Es ist einfach mal gut, städteübergreifend gearbeitet zu haben.“





13. Teilnehmer:

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1 Atanasova, Katerina | 24 Loose, Helmut |
| 2 Backes, Christoph | 25 Lühmann, Andrea |
| 3 Bechert, Susanne | 26 Mibs, Stefan |
| 4 Behnecke, Oliver | 27 Mittschke, Markus |
| 5 Bock, Anne | 28 Moog, Marc |
| 6 Brandmüller, Simone | 29 Naumann, Viktor |
| 7 Breyer, Tania | 30 Neumann, Karsten |
| 8 Bruns, Marius | 31 Neumuth, Sanne |
| 9 Busch, Sönke | 32 Portillo, Nadine |
| 10 Doepke, Michael | 33 Rabenberg, Ruth |
| 11 Döllinger, Christina | 34 Riepe, Frank |
| 12 Essigmann, Oliver | 35 Rost, Christian |
| 13 Frisch, Simon | 36 Ruschin, Chris |
| 14 Gärtner, Lutz | 37 Schels, Michael |
| 15 Grischow, Axel | 38 Schnier, Daniel |
| 16 Hasemann, Oliver | 39 Strömer, Reinhard |
| 17 Heinze, Dirk | 40 Telkmann, Daniel |
| 18 Hinrichs, Susanne | 41 Tomm, Johannes |
| 19 Hofbeck, Andrea | 42 Torres, Janet |
| 20 Kahl, Christina | 43 Tschupke, Hans-Georg |
| 21 Knöbl, Daniela | 44 Weck, Dr. Michael |
| 22 Krämer, Kiki | 45 Weiniger, Roland |
| 23 Lambrecht, Frank | 46 Weißhaar, Bertram |

