ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Bretz, Michael

Article

Editorial: Unternehmen und Künstler

Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven

Provided in Cooperation with:
ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Bretz, Michael (2015) : Editorial: Unternehmen und Künstler, Junge Unternehmen: Fakten - Analysen - Perspektiven, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) und Verband der Vereine Creditreform, Mannheim und Neuss, Vol. 15, Iss. 3, pp. 7-

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/113837

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

EDITORIAL

Unternehmer und Künstler

Auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft gehen die Gründungen zurück. Und das, obwohl es sich herumgesprochen hat, dass gerade in hochentwickelten Volkswirtschaften Kreativität nicht nur für Innovationen bei Fertigung und Produkten gefragt ist, sondern dass auch Kultur und Künste selbst einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor darstellen. Förderung steht für sie bereit, Gelder kommen von öffentlichen Stellen wie von der Unternehmensseite.

Und auch die Nachfrage ist da. Schließlich leben wir in einer Mediengesellschaft und die Medien brauchen Inhalte. Es muss rund um die Uhr gesendet werden, unzählige freie und Pay-Kanäle sind darauf angewiesen, das Publikum zu gewinnen und bei der Stange zu halten. Der Hunger nach neuen Computerspielen, interessanten TV-Serien und nach Musik für die Kopfhörer ist bei den Konsumenten unendlich. Und auch die sogenannte „Hochkultur“ wächst noch. Lange Schlangen vor attraktiven Ausstellungen in den Museen, Literatur- und jetzt auch Philosophie-Festivals und ausverkaufte Konzerte klassischer Musik zeigen das. Und selbst Avantgardistisches scheint immer mehr Platz zu finden: Kunstgalerien in Szenevierteln sprießen nur so aus dem Boden, Clubs bringen fast täglich „Independent Music“ und in Cafés finden Dichterlesungen statt.

Dabei zeigen die Kreativen allerdings wenig Neigung, sich unternehmerisch zu betätigen. Sie sind im kleinen Rahmen freischaffend selbständig oder sie lassen sich anstellen. Da spielt die Unsicherheit eine große Rolle. So hatten einmal Journalisten, die festangestellt bei einem öffentlichen Sender beschäftigt waren, ein großes Ziel: Den „Laden“ verlassen und eine eigene Produktionsfirma zu gründen oder ein Redaktionsbüro. Das hat sich geändert: Für viele Medienschaffende ist der Wunsch bestimmend, von der Selbständigkeit weg in einen Verlag oder zu einer Rundfunkanstalt als Festangestellter zu kommen. Ähnliches zeigt sich in der Werbung oder in der Architektur.

Neben dem Wunsch nach beruflicher und finanzieller Absicherung spielt aber noch ein weiterer Faktor hinein, der eine Antwort auf die Frage nach dem Unterschied in dem täglich Erlebten und den Zahlen der Gründungen in diesem Sektor gibt, wenn es um unternehmerische Tätigkeit im Kreativbereich geht. Viele Kreative zeigen eine tiefe Abneigung gegen alles Unternehmerische, weil sie die Zwänge, die sie dort befürchten, für noch gravierender halten und gegen ihre eigentliche Arbeit gerichtet empfinden als sogar eine angestellte Tätigkeit. Dabei sind viele Kulturschaffende Unternehmer und sehen sich in einem ursprünglichen Sinn auch so. Aber den Broterwerb als Betrieb zu gestalten, scheint keine Option zu sein. Man will sich nicht mit Steuer- und Arbeitsrecht beschäftigen, mit Märkten und Zielgruppen, mit Businessplänen und Finanzierung. Das ist nicht Naivität oder Borniertheit, sondern ergibt sich aus der spezifisch kreativen Arbeit, die es schwer macht, von der Staffelei zum Kreditgespräch überzugehen.

Dabei bleibt vielen nichts anderes übrig, wenn ihr Schaffen später erfolgreich wird. Wieviel Ärger und Enttäuschung hätten sie sich ersparen können, wenn sie zumindest das kleine Einmaleins der Betriebswirtschaft gelernt und angewendet hätten. Aber gerade noch vor Ruhm und Geld kann unternehmerisches Handeln – und das meint zunächst, ein Unternehmen zu gründen – hilfreich sein, aus einem kreativen Talent einen Gelderwerb zu machen. Kleine Unternehmen sind in mancher Hinsicht privilegiert – und diese Vorteile gilt es gerade in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu kennen und zu nutzen.

Michael Bretz
Leiter Wirtschaftsforschung
Mitglied der Geschäftsleitung
Verband der Vereine Creditreform e.V.

ZEW
Creditreform

JUNGE Unternehmen erscheint halbjährlich

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim,
L 7, 1, 68161 Mannheim · Postanschrift: Postfach 10 34 43, 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de, www.zew.eu
Verband der Vereine Creditreform e.V. · Hellersbergstraße 12 · 1460 Neuss www.creditreform.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts: Jürgen Egeln (ZEW), Michael Bretz (Creditreform)

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe „JUNGE Unternehmen (Nr. 1 Juni 2015), ZEW, Creditreform“

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2015; Verband der Vereine Creditreform, Neuss, 2015