

Die CEW-Workshops 2023 im Überblick

Meine Werte, meine Stärken / 20.02.2023 / 9-17 Uhr

Für Gründer*innen ist es sinnvoll, sich möglichst früh mit den persönlichen Werten und Stärken zu befassen, da es einem viel Klarheit und Orientierung beim Gründungsprozess sowie beim Aufbau einer Organisation und eines Teams gibt. Je besser man diese Themen für sich verstanden hat, desto leichter fällt es einem, eigene Potenziale zu entfalten und Ziele zu formulieren. In dem Workshop beschäftigen wir uns nicht nur mit den persönlichen Werten und Stärken, sondern auch mit dem Einfluss von diesen Themen auf die Kultur und Positionierung von Startups.

Ziel

In diesem Workshop finden Fragen wie „Was ist dir wichtig?“ und „Was fällt dir leicht und gibt dir Energie“ ihre Antworten. Du lernst mehr darüber, welche Werte für dich eine Bedeutung haben und deine persönlichen Stärken zu reflektieren. Du erhältst einen Überblick über die Bedeutung von Werten und Stärken für den Aufbau deines Unternehmens.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Aktuelle Entwicklungen in der Arbeitswelt mit Fokus auf Startups
- Bedeutung von Werten für Gründer*innen
- Bedeutung von Stärken für Gründer*innen
- Einfluss von Werten und Stärken für den Aufbau eines Startups und die Motivation von Mitarbeiter*innen

Methode

Spieleisere Reflexion von persönlichen Werten und Stärken mit Purpose Cards; Storytelling-Übungen; Erstellung persönlicher Stärkenprofile

Dozent

Anna Theil

Marketing - konkret, kreativ, digital / 21.02.2023 / 9-17 Uhr

Marketing ist nicht nur Werbung. Marketing beginnt bei der Analyse des eigenen Marktumfeldes - Kunden, Wettbewerb, Partner - und beinhaltet auch die Pflege bestehender Kontakte nach Vertragsabschluss. In einer immer digitaleren Welt gewinnt folglich auch das digitale Marketing an Bedeutung für Gründerinnen und Gründer. In diesem Workshop sollen daher Wege zum Marketingkonzept (Marktanalyse und Marktbearbeitung) für die eigene Marke oder das eigene Studio aufgezeigt werden, wobei der Fokus auf dem Online-Marketing liegen wird.

Ziel

Der Workshop erarbeitet an praktischen Beispielen Konzepte für digitales Marketing und Positionierung auf dem Markt. Ihr lernt, Online-Marketing-Maßnahmen strategisch und zielorientiert zu planen und Werkzeuge einzusetzen, die bei der praktischen Umsetzung von professionellen Online-Marketing-Strategien helfen.

Inhaltliche Schwerpunkte

Phase1

- Marktanalyse und Zielgruppen definieren
- Kommunikation mit der Zielgruppe: Was ist der richtige Ton?
- Markenidentität, Corporate Identity
- Marketingplanung und -konzept: realistische und konkrete Ziele definieren

Phase2

- Webseiten-Analyse: Infos und Zahlen analysieren und interpretieren

- Suchmaschinenoptimierung - die wichtigsten Grundlagen
- Überblick Social Media Marketing-Verlinkungen
- Kommunikationsinhalte zur Positionierung und Public Relation

Phase 3

- Marketing Budgets festlegen

Methode

Abwechselnde Input- und Arbeitsphasen, Case Studies und Praxisbeispiele, Gruppenarbeiten

Dozentin

Johanna Keimeyer

Mit Design Geld verdienen / 22.02.2023 / 9-17 Uhr

Was kostet eine Landingpage? Wie das Corporate Design für ein Unternehmen so kalkulieren, dass am Ende was übrig bleibt? Wie lange brauche ich für eine Modekollektion? Workshop oder Briefing? In welchen Medien kostet ein Text wie viel? Monatliche Vergütung für Social Media Management? Und – nicht zu vergessen – was ist mit den Nutzungsrechten, wie klappt dann die Nutzungsvergütung? Was kriege ich für Lizenzen?

Diese und ähnliche Fragen treiben alle Designer um, wenn es darum geht, eine angemessene Vergütung für ihre Leistungen zu kalkulieren und, vor allem, zu bekommen. Viele Faktoren spielen dabei eine Rolle, die wir beeinflussen können oder nicht, in jedem Fall jedoch berücksichtigen müssen.

Ziel

Der Workshop bietet den Teilnehmenden einen umfassenden Überblick über die Möglichkeiten, Design so zu kalkulieren und den Preis so zu bestimmen, dass sie gut mit ihren Kunden zusammenarbeiten können und eine angemessene Vergütung ihrer Leistungen erhalten.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Wie kann ich mit Design Geld verdienen und davon gut leben?
- Wie viel Geld brauche ich für ein gutes Leben und wie ermittle ich meinen richtigen Stunden- oder Tagessatz?
- Und was heißt das für die Preisgestaltung in meinen Angeboten?
- Wie kalkuliere ich auf Basis meines Stundensatzes den angemessenen Preis für mein Design?
- Welche Faktoren muss ich berücksichtigen? Welche kann ich beeinflussen, welche nicht?
- Wie können mein Kunde und ich über die Einräumung von Nutzungsrechten den Preis rechtssicher regulieren?
- Welche Möglichkeiten der Gestaltung meiner Vergütung habe ich?

Methode

Im Workshop werden wir das in einem Mix aus Vortrag und praktischen Übungen erproben.

In dem Mix aus Input durch die Dozentin und der Arbeit an praxisrelevanten Beispielen durch die Teilnehmenden erfahren und erproben die Gründer*innen, welche Chancen sich ihnen heute bieten, mit Design Geld zu verdienen und welche dieser Möglichkeiten zu ihnen individuell passt.

Dozentin

Victoria Ringleb

Social Media für Kreative / 23.02.2023 / 9-17 Uhr

In diesem Workshop werden strategische Lösungsansätze für den Einsatz von Social Media besprochen, um die Zielgruppen interaktiv einzubinden. Es ist unerlässlich, online mit seinen Arbeiten vertreten zu sein – sei es per Website oder Social Media.

Instagram, Facebook, Twitter und Tik Tok sind die wichtigsten Marketing Tools. Brands und Kuratoren finden ihre Designer_innen und Künstler_innen auf dieser visuellen Portfolio-Plattformen und Nutzer_innen können direkt mit ihren Idolen und gewünschten Businesspartnern in Kontakt treten.

Ziel

Dieser Workshop bereitet die Erstellung einer Portfolio Repräsentanz mit den Designarbeiten und künstlerischen Projekten vor. Es wird aufgezeigt, wie diese Inhalte auf den Plattformen der sozialen Medien eingebunden und mit einer bestehenden Website verbunden werden.

Inhalte

- Social Media Analyse: Reichweite und Fokus der einzelnen Plattformen
- Social Media-Strategien und Zielgruppen festlegen
- Wertsteigerung der Marke durch Social Media und dessen Auswirkung
- Reichweite und Follower generieren durch: Shout-Outs, Content-Sharing und weitere Interaktionen
- Personelle und technische Ressourcen
- Die wichtigsten Social Networks: Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter, TikTok
- Controlling und Erfolgsmessung der eigenen Kanäle, Statistik auswerten
- Beispiele aus der Praxis

Methode

Abwechselnde Input- und Arbeitsphasen, Case Studies und Praxisbeispiele, Gruppenarbeiten

Dozentin

Johanna Keimeyer

Kreative Geschäftsmodelle / 24.02.2023 / 9-17 Uhr

„Eines Tages möchte ich davon leben können“ – ein Traum, den viele künstlerisch und kreativ tätige Menschen haben, doch nur wenige in die Realität umgesetzt bekommen. Denn: Jedes Business braucht einen Plan, auch das Kreative. Im Workshop untersuchen die Teilnehmenden, wie sie aus ihren verschiedenen Tätigkeiten ein eigenes, rundes Geschäft aufbauen können. Dabei werden wir nicht nur die künstlerischen und kreativen Herangehensweisen betrachten, sondern auch lernen, sich selbst als Geschäft zu begreifen, künstlerisches und unternehmerisch-strategisches Denken, Planen und Handeln zusammen zu bringen.

Ziel

In diesem Workshop lernst Du methodisch den Fragen nachzugehen, wo Du Deine Fans, Kunden und Partner erreichen kannst und was diese eigentlich wertschätzen an dem Gesamtpaket, das Du zu bieten hast. Was bindet sie an Dich und wie lässt sich ihre Wertschätzung in ein stimmiges, individuelles Geschäftsmodell übersetzen – denn Du willst ja nicht nur kreativ sein, sondern am besten auch davon leben. Wir beschäftigen uns außerdem strategisch und kreativ mit den für das Geschäftsvorhaben nötigen künstlerischen und unternehmerischen Kernkompetenzen, mit eigenen und benötigten Ressourcen, Kontakten, Netzwerken und Partnern. Es wird deutlich, welche Beziehungen und Fähigkeiten ausgebaut werden können, um die eigene Position im Aufmerksamkeitswettbewerb der jeweiligen Branche zu verbessern und sich erfolgreich am Markt zu positionieren.

Inhaltliche Schwerpunkte

Im Fokus des Workshops steht die Entwicklung einer Geschäftsidee zu einem Geschäftsmodell oder die Weiterentwicklung eines bestehenden Geschäftsmodells. Nach einer theoretischen Einführung zu Nutzen und Grenzen von Geschäftsmodellen arbeiten die Teilnehmenden in Teams mit Unterstützung des Coaches an der Visualisierung ihres Geschäftsmodells.

Methode

Der Workshop vermittelt Methoden um innovative Geschäftsmodelle und wichtige Beziehungen zu visualisieren, kontinuierliche Verbesserungen vorzunehmen oder auch neu- bzw. umzugestalten. Die Vorgehensweise orientiert sich am Business Model Canvas von A. Osterwalder, ergänzt durch kreative und lösungsorientierte Methoden aus dem systemischen Coaching und dem strategischen Marketing – angepasst an die Bedürfnisse von kreativen und künstlerischen Individuen und Unternehmungen. Die Teilnehmenden lernen,

sich und ihr Handeln als innovatives Geschäftsmodell in einem Eco-System aus Branchenakteuren und Konsumenten zu denken.

Dozent

Philipp Schwenzer