

## Creative Entrepreneurship Week 2025

### **1. Tag: Mein Unternehmen und Ich – Fähigkeiten und Managementkompetenzen!**

**Ziel:** Digitalisierung, Nachhaltigkeit, neue Ansprüche von Kunden und Kundinnen – die Arbeitswelt befindet sich im Wandel. Wie können Kreativunternehmen darauf reagieren? Was gilt es bei der Gründung zu beachten? Wie gelingt die Marktpositionierung? Und wie schaffe ich es als Kreativunternehmer\*in, mein eigenes Profil zu entwickeln? In diesem Workshop schauen wir uns gemeinsam notwendige persönlichen Fähigkeiten und Managementkompetenzen an und analysieren, wie sie auf die Kultur, die Positionierung und den Erfolg des eigenen Unternehmens wirken.

**Schwerpunkte:**

1. Struktur und wirtschaftliche Dimension der Kultur- und Kreativwirtschaft.
2. Der Wandel der Arbeit: Zur Subjektivierung der Arbeit.
3. Welche Werte, Stärken und Kompetenzen sind für die Positionierung und den Unternehmensaufbau von Gründer\*innen bedeutsam?
4. Was sind meine Stärken? Was zeichnet mich aus? Wie bringe ich sie ein?
5. Kreativität, Innovation, Ideenfindung, Konzeption – welche Fähigkeiten und Managementkompetenzen habe und brauche ich?
6. „Kreative gründen anders“: Zu Motivation und Marktverhalten.
7. Positionierung und Etablierung auf dem Markt – Schritte in die richtige Richtung, Fehlervermeidung zur richtigen Zeit.

### **2. Tag: Kleine Geschäftsmodell-Werkstatt für Kreative!**

**Ziel:** Was ist eigentlich ein Geschäftsmodell? Wie lässt es sich nutzen? Und was kann ich damit anfangen? Der Workshop bietet einen Einstieg in die Welt der »Business«-Modelle. Kreative denen die »Business«-Denke bisher eher fremd war, können hier einsteigen und Unternehmer\*innengeist schnuppern. Anhand von Beispielen werden im Workshop spielerisch Modelle erkundet und neue Wege und Möglichkeiten entwickelt, um mit kreativen Ideen Mehrwert zu schaffen und künftig damit Geld zu verdienen.

### Schwerpunkte:

1. Einstieg in die »Business-Denke«.
2. Kennenlernen von Geschäftsmodellen wie das St. Gallener Business-Modell, den Business-Model-Navigator und das Business-Model-Canvas.
3. Beispiele für unterschiedlichste Geschäftsmodelle sowie gemeinsames Erfinden und Sammeln von scheinbar unmöglichen Kreativ-Geschäftsmodellen.

## 3. Tag: Mit Design Geld verdienen

**Ziel:** Was kostet eine Landingpage? Wie soll ich das Corporate Design für ein Unternehmen so kalkulieren, dass am Ende etwas übrigbleibt? 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\*innen 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.

Der Workshop bietet dir einen umfassenden Überblick über die Möglichkeiten, Design so zu kalkulieren und den Preis so zu bestimmen, dass du gut mit deinen Kunden zusammenarbeiten kannst und eine angemessene Vergütung für deine Leistungen erhältst.

### Schwerpunkte

1. Wie kann ich heute mit Design Geld verdienen?
2. Wie viel Geld brauche ich für ein gutes Leben? Was hat das mit meinen Kosten zu tun? Was und wie muss ich kalkulieren?
3. Wie ermittle ich meinen richtigen Stunden- oder Tagessatz? Wie kalkuliere ich Designprojekte, wenn ich meinen Stundensatz kenne?
4. Kalkulation eines Designprojektes mit Hilfe des VTV Design.
5. Wenn ich die Kalkulation kenne, wie kann ich dann meine Preise gestalten?
6. Wie können mein Kunde und ich über die Einräumung von Nutzungsrechten den Preis rechtssicher regulieren?
7. Ermittlung der Nutzungsvergütung in den Designprojekten
8. Welche Möglichkeiten der Gestaltung meiner Vergütung habe ich?

## 4. Tag: SEO: Webinhalte & ihre Sichtbarkeit!

**Ziel:** SEO steht für **Search Engine Optimization** (Suchmaschinenoptimierung) und bezeichnet Maßnahmen, die darauf abzielen, die Sichtbarkeit einer Website in den organischen (nicht bezahlten) Suchergebnissen von Suchmaschinen wie Google zu verbessern. Ziel von SEO ist es, mehr relevante Besucher auf die Website zu bringen die Conversion zu maximieren.?

### Schwerpunkte:

#### Teil 1:

- Funktionsweise der Suchmaschinen
- Google Suchergebnis
- Medien SEO
- SEO-Elemente & SEO & Design
- Nutzerintention bedienen
- Keywords und ihre Relevanz
- SEO KPIs
- Rankingfaktoren
- Local SEO

#### Teil 2:

- Kreation von Inhalten / Textbriefing
- Interne Verlinkungen / Infoarchitektur
- Technisches SEO (URLs & Parameter; Indexmanagement; Pagespeed; http-Status-Codes
- Backlinks
- Tools (GSC (Google Searchconsole); Analytics; GTM (Google Tagmanager); Sistrix; Keyword Tools
- Zusammenspiel mit anderen Online-Marketing Disziplinen
- Umgang mit KI

## 5. Tag: Social Media für Kreative!

**Ziel:** Dieser Workshop vermittelt die besten Praktiken für effektives Social Media Marketing, um Sichtbarkeit und Reichweite für sich und die eigenen kreativen Projekte zu schaffen. Wir schauen uns das Thema Markenbildung an, welche Kanäle bespielt werden sollten, wie Content Plans erstellt werden und welche Tools (auch KI-Tools) wir dafür benötigen.

Außerdem bekommst du einen Einblick in die neuesten Social Media Trends und Insights über die Algorithmen von TikTok, LinkedIn und Co.

### Schwerpunkte:

1. Social Media Marketing Trends
2. Die wichtigsten Social Networks: Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter, TikTok
3. Storytelling via Social Media – Redaktionsplan und Auswahl der passenden Plattform
4. Vergleich von Kommunikationselementen (SM versus Werbung und PR)
5. Prozesse, Tools und Beispiele für eine erfolgreiche Social Media Marketing-Strategie anhand von B2C- & B2B-Case Studies
6. Die 6 T's (Targets, Target Groups, Topics, Tonality, Tools, Timings) als Grundlage von Social Media Strategien
7. Reichweite und Follower generieren durch: Shout-Outs, Content-Sharing und weitere Interaktionen
8. Wie entwickle ich guten Content für Social Media? Reels, Storys, Live...? Welche Formate stehen mir zur Verfügung und welche eignen sich für welchen Content?
9. Controlling und Erfolgsmessung der eigenen Kanäle, Statistik auswerten