

Creative Entrepreneurship Week 2024

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. Bin ich ein/e Creative, Cultural oder Social Entrepreneur*in?
4. Kreativität, Innovation, Ideenfindung, Konzeption – welche Fähigkeiten und Managementkompetenzen habe und brauche ich?
5. „Kreative gründen anders“: Zu Motivation und Marktverhalten.
6. Positionierung und Etablierung auf dem Markt – auch eine Frage der Rechtsform.

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 verdienen zu können.

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

4. Tag: Erfolgreich Online: Webseitengestaltung und Medienstrategien!

Ziel: Dieser Workshop begleitet dich bei der Erstellung deiner Online-Repräsentation in Verbindung mit sozialen Netzwerken und einem Webshop. Thematisiert werden die AGBs, das Thema Datenschutz, das Impressum und die Domain-Registrierung. Wie beginnst du und was solltest du beachten? Welche Services möchtest du für welchen Zweck in Anspruch nehmen?

Schwerpunkte:

Teil 1:

1. Content: Was ist der Zweck der Webseite? Wie soll sie genutzt werden?
2. Aufbau der Webseite: UI- und UX-Design.
3. Das unverzichtbare Responsive Webdesign.
4. Search Engine Optimization – SEO.
5. Einbindung von Social Media.
6. Maintenance und Datenmanagement.
7. SSL und generelle Sicherheitskripte.
8. Kostenkalkulation pro Jahr.
9. Das Impressum: Wichtige Rechtsgrundlagen in Deutschland.
10. Vor- und Nachteile einer eigens kreierte Webseite vs. Full-Service-Anbieter.
11. Das Backend: Hosting-Domain und Cloud-Speicher.
12. Fallbeispiel: Erfahrungen mit Wordpress, HTML/CSS. Wix vs. Squarespace und weiteren Anbietern.

Teil 2:

1. Die eigene Identität und Marke.
2. Digitale Vermarktung und Positionierung auf dem Markt.
3. Erstellung eines Portfolios mit kreativen Projekten.
4. Der Webshop.
5. Grundlagen der Pressearbeit.
6. Werbung schalten – Vertrauen schaffen.
7. Monetarisierung von Followern und Website-Aufrufen.

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.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



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 Analyse: Reichweite und Fokus der einzelnen Plattformen
2. Social Media-Strategien und Zielgruppen festlegen
3. Wertsteigerung der Marke durch Social Media und dessen Auswirkung
4. Reichweite und Follower generieren durch: Shout-Outs, Content-Sharing und weitere Interaktionen
5. Wie entwickle ich guten Content für Social Media? Reels, Storys, Live...? Welche Formate stehen mir zur Verfügung und welche eignen sich für welchen Content?
6. Personelle und technische Ressourcen
7. Die wichtigsten Social Networks: Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter, TikTok
8. Controlling und Erfolgsmessung der eigenen Kanäle, Statistik auswerten