

Creative Entrepreneurship Week 2026

1. Tag: Werte, Stärken & Kompetenzen als Grundlage für Positionierung und Unternehmensaufbau!

Ziel: Digitalisierung, hohe Komplexität, 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:

- Der Wandel der Arbeitswelt
- Welche Kompetenzen werden in einer komplexen, digitalen Zukunft gebraucht?
- Welche Werte, Stärken und Kompetenzen sind für die Positionierung und den Unternehmensaufbau von Gründer*innen bedeutsam?
- Reflektion: Was sind meine Stärken? Was zeichnet mich aus? Wie bringe ich sie ein?
- Entwicklung eines „Future Skills“-Kompasses für Gründer*innen
- Wie wird aus meiner Gründer*innen-Persönlichkeit eine glaubwürdige Marke?

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:

- Einstieg in die »Business-Denke«.
- Kennenlernen von Geschäftsmodellen wie das St. Galler Business-Modell, den Business-Model-Navigator und das Business-Model-Canvas.
- 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: Marketingstrategien für Kreative!

Ziel: Dieser Workshop vermittelt die besten Praktiken zur Entwicklung von Marketingstrategien für kreative Produkte und Dienstleistungen. Die Teilnehmer:innen übersetzen ihre Positionierung und Zielgruppenhypothesen in konkrete Maßnahmen – z. B. in Prototypen wie Website, Social Media-Kanäle oder Flyer – und testen diese direkt mit Kund:innen. So entsteht ein klarer Bezug zwischen theoretischer Modellierung, kreativer Umsetzung und realem Marktgeschehen, der die Grundlage für nachhaltige und erfolgreiche Geschäftsmodelle legt.

Schwerpunkte:

- Überblick über Marketingstrategien
- Ideensammlung Marketing-Prototypen
- Individuelle Hypothesen aus dem Geschäftsmodell/ der Positionierung und den Zielgruppen ableiten
- Umsetzung in individuelle Marketing-Prototypen
- Testen mit Kund:innen und Feedback
- Validierte Maßnahmen und klare Strategie für Markenentwicklung.

5. Tag: Crowdfunding - Finanzierung für Kreative!

Ziel: In diesem Workshop erhältst du einen Überblick über die Methode „Crowdfunding“ als Multifunktionstool, die Abläufe, Parteien, Funktionen, Mehrwerte und Kampagneninhalte. Anhand eines konkreten virtuellen Projektes lernst Du die wesentlichen ersten Schritte zur Planung einer Kampagne kennen und kannst das Wissen auf ein eigenes Projekt anwenden.

Schwerpunkte:

- Geschichte, Ablauf, Funktion, Parteien, Arten, Mehrwert der Methode Crowdfunding
- Virtuelle Kampagne in Gruppenarbeit: Ideenentwicklung, Problemstellung, Lösungsansatz, Markt, Alleinstellungsmerkmal
- Erarbeitung einer Checkliste für die Planung einer Crowdfunding Kampagne
- Erarbeitung einer Checkliste für die Erstellung einer Kommunikationsstrategie