

## Freiräume

Kreativ sein und kreativ bleiben

» Hier geht's  
direkt  
zum Buch

# DIE LESEPROBE

KAPITEL 1

**ENTDECKE DEIN  
KREATIVES  
POTENZIAL NEU**



## KAPITEL 1

# ENTDECKE DEIN KREATIVES POTENZIAL NEU

Hast du dich je gefragt, wohin dich deine Talente führen würden, wenn du alle Energie in deine Kreativität stecken könntest? Das klingt richtig gut, oder? Neue Ideen entwickeln, eigene Wege gehen und dabei ständig den Blick offen für Innovationen, die auf dich warten, wenn du nur ein bisschen um die Ecke denkst.

Kreative wissen um ihre Stärken und das Potenzial, das in ihnen schlummert. Aber sie kennen auch die Herausforderungen, die zu diesen vielen Talenten und Fähigkeiten dazugehören. Kreative sind anders und finden andere Wege, um sich ihren Alltag, ihr Umfeld und ihre Arbeitsweise zu strukturieren – und das ist auch gut so. Denn Kreativität ist nichts, was sich auf Knopfdruck und un-

*»Kreativität ist die Kraft, die die Welt voranbringt.« Osho*

ter Zwang erzeugen lässt. Viel mehr braucht es Freiraum und die Möglichkeit, Ideen zu verfolgen, zu verwerfen und dann wieder neu anzufangen. Anders zu ticken und seine Umwelt anders wahrzunehmen, hat nicht nur Vorteile. Aber wer entscheidet eigentlich, ob ein kreatives Durcheinander unproduktiv ist? Oder ob es negativ ist, wenn man parallel an vielen unterschiedlichen Projekten und Themen arbeitet? Komm mit auf die Reise durch dieses Buch und entdecke dein kreatives Potenzial mit allen seinen vielfältigen und kreativen Seiten neu!

## 1.1 Aufbruch in die Zukunft: Die Ära der Kreativen

Der Kaffee dampft in deiner Tasse, während draußen langsam die Sonne aufgeht. Doch statt bedächtig in den Tag zu starten, ist dein Kopf schon voller Ideen, Pläne und neuer Konzepte. Um dich herum liegen dein Notizbuch, dein Laptop und deine Lieblingsmarker. Keine Frage, du steckst schon wieder mitten in einem kreativen Schaffensprozess. Und du genießt es.

Kreativität ist nicht nur ein Weg, um deine Ideen auszudrücken und neue, innovative Lösungen für Kundenprojekte zu finden. **Vielmehr ist Kreativität eine der wichtigsten Schlüsselkompetenzen für die Zukunft.** Und das über alle Berufsfelder und Anwendungsbereiche hinweg.

Doch wie kann das sein? Was hat sich verändert, sodass aus dem belächelten Klischeebild vom chronisch unterbezahlten, impulsiven und chaotischen Kreativen eine gefragte Fähigkeit geworden ist? Und wie können wir Kreativschaffenden mit unserem Wissen diese Veränderung mitgestalten, vorantreiben und weiterentwickeln?

Die Gründe für die Veränderung sind vielfältig. Zum einen leben wir in einem Zeitalter der Information, in dem wir jederzeit und von überall aus auf Wissen und Technologien zugreifen können. Es gibt eine schier unendliche Menge an Daten und Inhalten, und jeden Tag werden es mehr. Die heutige Herausforderung besteht also nicht nur darin, Informationen zu erstellen, sondern vor allem darin, den wirklich relevanten Teil davon für die richtige Zielgruppe sichtbar und nutzbar zu machen. Somit rücken Kreativität, Erfindungsreichtum und Innovationen an die Stelle von linearem Denken und reinem Wissen. Das Verständnis von Zusammenhängen und Ideen sowie deren praktische Anwendung sind heute wichtiger denn je.

Dazu kommt, dass die Welt von heute nicht mehr limitiert ist und die früher klar definierten Grenzen durchlässig werden – in den Köpfen genauso wie auf der Weltkarte. Dank Onlinemedien macht es kaum einen Unterschied, ob uns

neue Technologien, Entwicklungen und Trends aus Korea, Neuseeland oder aus Österreich erreichen. Eine so rasante Weiterentwicklung macht auch vor etablierten Strukturen und Konzepten nicht halt. Pläne, die noch vor 10 oder 20 Jahren problemlos funktionierten, haben heute ihre Gültigkeit verloren.

**Veränderung mag für den Rest der Welt die neue Konstante sein – für uns Kreative jedoch war es nie anders.** Wir haben viel Erfahrung damit, neue Zusammenhänge herzustellen, ungewöhnliche Verbindungen zu sehen und innovative Lösungsansätze zu schaffen. Darum gewinnt Kreativität als treibende Kraft für die Wirtschaft immer mehr an Bedeutung. Unternehmen müssen neue Wege finden, um sich auf einem globalisierten und schnelllebigen Markt zu etablieren und zu behaupten. Und wer könnte diesen Prozess besser begleiten, weiterentwickeln und voranbringen als Menschen, für die Kreativität eine ganz selbstverständliche Denkweise ist?

Ein weiterer Grund liegt in der Entwicklung und der exponentiellen Zunahme von künstlichen Intelligenzen, Computern und Robotern, die immer mehr der sich wiederholenden Aufgaben übernehmen, und das schneller, besser und kostengünstiger, als wir Menschen es machen. Prominentes Beispiel ist die Text-KI ChatGPT, die zwar erst seit November 2022 für jedermann frei zugänglich ist, sich aber trotzdem schon als fester Bestandteil in der Texterstellung etabliert hat. Aus einem kreativen Prozess, der Stunden in Anspruch genommen hat, wird ein minutenschnelles Ergebnis. Heißt das, dass alle KI-generierten Texte gut sind und die Erfahrung von Texterinnen und Textern ersetzen können? Nein, das heißt es nicht. Auch KI ist nur ein Werkzeug und damit nur so gut oder schlecht wie der Mensch, der weiß, wie man sie einsetzt.

Auch hier gewinnt wieder deine Kreativität. Denn wenn du erkennst, wie du neue Technologien als Werkzeug für die Umsetzung deiner Ideen und Konzepte nutzen kannst, entwickelst du schneller Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft.

**Kreativität ist der Schlüssel für Erfolg – über alle Bereiche, Berufe und Abteilungen hinweg.**

## 1.2 Deine kreative Persönlichkeit ist eine Superkraft

Du hast eine einzigartige Fähigkeit, Dinge infrage zu stellen und neue Wege zu finden – nicht nur bei der Arbeit, sondern in allen Lebensbereichen. Unglücklicherweise neigen wir Kreativen dazu, uns selbst und unsere Arbeiten ebenfalls infrage zu stellen. Sind meine Entwürfe gut genug? Müsste ich nicht viel ordentlicher und strukturierter sein? Warum kann ich nicht länger bei einer Sache bleiben und springe ständig von einem Projekt zum nächsten?

Kommen dir diese Gedanken bekannt vor? Genauso wie das schlechte Gewissen, das mit diesen Gedanken verbunden ist? Dann ist hier die gute Nachricht: Ein schlechtes Gewissen ist unnötig! Deine kreative Persönlichkeit mit all ihren Eigenschaften hat eine große Kraft in sich, wenn du weißt, wie du sie richtig nutzt. Indem du deine eigenen Arbeiten infrage stellst, wirst du dich kontinuierlich weiterentwickeln und dich immer wieder neu erfinden. Es ist dabei auch völlig normal, viele unterschiedliche Interessen zu haben – das bedeutet nicht automatisch einen Mangel an Fokus. Bei genauer Betrachtung wirst du übergeordnete Eigenschaften entdecken, die sich wie ein roter Faden durch dein Leben und deine Arbeit ziehen.

*»Without having a goal it's difficult to score.« Paul Arden*

### Ordnung oder Unordnung – alles ist perfekt

Als Kreative hinterfragen wir nicht nur uns selbst und unsere Denkweisen; auch beim Gestalten unserer Ideen zeigt sich, dass gute Ergebnisse oft auf Umwegen und inmitten von kreativem Input entstehen. Was dabei für dich persönlich förderlich ist, kann sehr verschieden sein. Für den einen ist ein aufgeräumter und nahezu leerer Schreibtisch elementar, um zu arbeiten, denn die äußere Ruhe bildet das Gegengewicht zu den vielen Ideen im Kopf. Bei anderen Kreativen ist es genau umgekehrt: Mit jeder Skizze und jeder Textzeile, die festgehalten und somit greifbar und sichtbar gemacht wird, erscheint der Kopf klarer, und das richtige Ergebnis kristallisiert sich immer deutlicher heraus. Dass der

Schreibtisch dabei voller Zettelberge ist, stört überhaupt nicht. Da sieht man es dann, das wunderbare kreative Chaos.

Es gibt berühmte Kreative und Künstler, deren Ateliers nicht nur als unordentlich, sondern als völlig chaotisch beschrieben wurden. Der englische Maler Francis Bacon ist einer von ihnen. Bacons Biograf Michael Peppiatt beschreibt seinen Eindruck vom Atelier des Malers wie folgt: »Alles war winzig, auch das Atelier. Bacon hielt es da mit Leonardo da Vincis Diktum, dass »kleine Räume den Geist konzentrieren«. Die Tür zum Atelier war schon, sozusagen als Einstimmung, von außen voller Farbkleckse und Pinselstriche. Den Raum selbst kann man nur als Farbuniversum bezeichnen – Wände, Fußboden, alles war mit Farbe bekleistert. Auf dem Holzboden Fotos, Bücher, zerfetzt, ebenfalls mit Farbe bekleckst, dazu Pinsel, leere Blechdosen, pigmentgetränkte Lappen. Ganz selten wurde ein Teil davon in Müllsäcke gesteckt, doch wie durch ein Wunder tauchte nach kurzer Zeit alles wieder in anderen Konstellationen auf.« (Zitiert nach [www.art-magazin.de](http://www.art-magazin.de)) Dem Erfolg und den großartigen Bildern hat das jedoch keinen Abbruch getan, ganz im Gegenteil.

Intuitives Verhalten sowie das Zulassen von Unordnung und eigenen Strukturen fördern sogar deine Kreativität. Neues entsteht nicht im leeren und sortierten Raum. **Deine Ideen brauchen Input – von innen oder von außen.** Indem

»Die Kreativität besteht darin, seine eigene Unvollkommenheit zu akzeptieren.« Khalil Gibran

du ein gewisses Durcheinander zulässt, sorgst du für Abwechslung, und diese wiederum kann zu zündenden Gedanken führen. Denn unser Gehirn arbeitet immer. Es stellt in Momenten der Ruhe oder Ablenkung unterbewusst Verbindungen her. So entwickelt dein Unterbewusstsein neue und überraschende Zusammenhänge, nach denen du ursprünglich gar nicht gesucht hast, indem es zufällig gemachte Beobachtungen und Reize mit einbezieht. In der Kognitionsforschung bezeichnet man diesen Prozess als Serendipität.

Ähnlich ist es mit deiner Eigenart, entweder sehr früh oder sehr spät zu arbeiten. Das mag für dein Umfeld befremdlich sein. Für dich aber ist es so effizient? Dann nur zu, lass dich nicht aufhalten, und versuch deine Arbeitsweise so weit wie möglich auf deine Bedürfnisse abzustimmen. Dank Gleitzeit und anderen

Arbeitsmodellen wie Homeoffice für Angestellte profitieren nicht nur Selbstständige von der Möglichkeit, flexibler zu sein.

## Konzentriere dich auf deine Stärken, nicht auf Schwächen

Deine Kreativität ist fester Bestandteil deiner Persönlichkeit und begleitet dich durch den ganzen Tag – nicht nur bei der Arbeit. Darum ist es so wichtig, dass du dich auf deine Stärken konzentrierst. Die Einstellung zu deiner Arbeit und zu deiner Persönlichkeit beeinflusst alles, was du machst. Wenn du ständig darauf fixiert bist, Schwächen zu verbergen oder sie zu ändern, liegt dein gesamter Fokus auf dem Teilbereich deiner Kreativität, mit dem du unzufrieden bist. Das ist sehr schade, denn dieses Verhalten nimmt dir den Raum, deine Stärken zu entfalten.

Ja, vielleicht bist du im Moment noch nicht so gut darin, Illustrationen von Hand zu zeichnen, wie du es gerne wärst. Aber musst du das überhaupt können? Gibt es nicht auch eine Vielzahl anderer Stilmittel, die du nutzen kannst und die dir viel besser liegen? Illustrationen müssen nicht zwangsläufig Handzeichnungen sein. Du kannst stattdessen Collagen machen, Grafiken am Rechner entwickeln, Bildwelten per Prompt über KI-Tools generieren oder aus Knete ganze Szenen nachbauen und diese dann fotografieren.

Indem du dich nicht länger auf deine vermeintliche Schwäche konzentrierst und stattdessen nach anderen Ausdrucksmitteln suchst, wirst du ganz neue Ideen entwickeln. Ideen, deren Umsetzung dir vielleicht viel besser liegt und auf die du sonst gar nicht gekommen wärst.

Auch in deinem Kreativalltag wirst du immer wieder in Situationen kommen, bei denen deine persönliche Herangehensweise nicht den typischen und empfohlenen Wegen entspricht. Du kannst nicht jeden Tag in festen Themenblöcken arbeiten, weil dich die starre Struktur einengt? Empfehlungen wie »Kümmere dich jeden Dienstag verbindlich um dein Marketing« lähmen dich? Du weißt, dass dies für dich der komplett unpassende Weg ist. Marketing am Dienstag, Freitagnachmittag oder Montag in der Früh – du bist am stärksten und kreativsten, wenn du frei entscheiden kannst. Dann hör genau auf deine



Intuition. Das ist deine Stärke. Mach die Dinge, in denen du wirklich gut bist, auf deine eigene Art und Weise. Den Rest kannst du vernachlässigen.

## 1.3 Die Bedeutung deines Warum für deine kreative Karriere

Die Kultur- und Kreativbranche in Deutschland ist unglaublich groß und vielfältig – und sie wächst unaufhaltsam, trotz der Herausforderungen der letzten Jahre. Ja, der Kreativmarkt boomt! Und das gilt nicht nur für Deutschland, sondern auch international gibt es eine Vielzahl talentierter Kreativschaffender. Sie alle haben viel Erfahrung gesammelt, erfolgreiche Projekte realisiert und beeindruckende Arbeiten geschaffen. Und dann bist da noch du. Ganz egal, in welchem Bereich du dich mit deinen Designs, Texten, Audios, Videos oder Animationen spezialisiert hast, es gibt bestimmt schon jemanden, der genau dort ist, wo du hinmöchtest.

Selbst wenn du dich extrem spitz spezialisiert hast, zum Beispiel auf fotorealistische Illustrationen für naturwissenschaftliche Fachbücher in Aquarelltechnik, gibt es schon mindestens einen anderen Illustrator, der sich ebenfalls in diesem Bereich tummelt. Aber er handelt aus anderen Gründen als du. Viele Mitbewerber zu haben, ist darum nur auf den ersten Blick ein Problem für dich. Denn es gibt einen entscheidenden Faktor, der dich immer einzigartig und unverwechselbar macht – und das bist du selbst.

**Deine Persönlichkeit, deine Motivation, dein Antrieb, also dein Warum, unterscheidet dich von allen Mitbewerbern.** Indem du erkennst, was dich antreibt und motiviert, kannst du dieses Warum als Grundlage für deine kreative Außendarstellung und dein Selbstmarketing nutzen. Du kannst deinen Kunden und Kundinnen klarmachen, was dich auszeichnet und dich von anderen Kreativschaffenden unterscheidet. Das ist ein enormer Vorteil, wenn du es richtig anstellst. Denn Kunden und Kundinnen buchen deine Arbeiten nicht nur für das, was du anbietest, sondern auch dafür, warum du es machst.

## Dein Warum ist der rote Faden für deine Kreativität

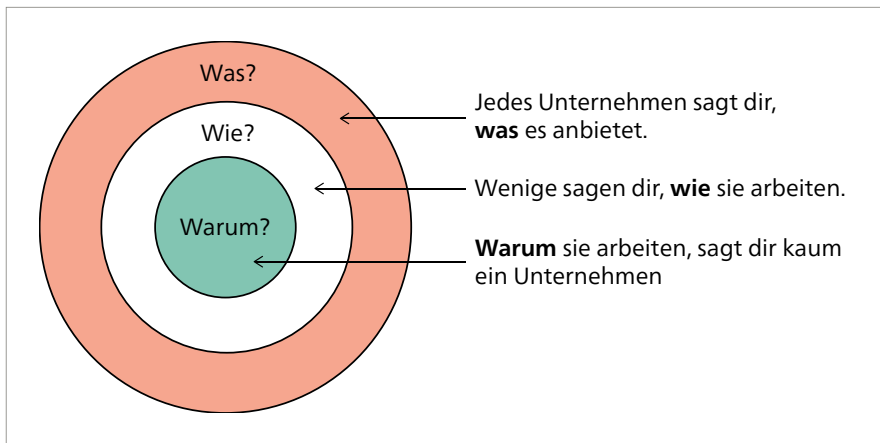
Es gibt viele offensichtliche Dinge, die du beachten musst, um mit deiner Kreativität erfolgreich zu sein. Hochwertige und technisch sowie inhaltlich gut gemachte Arbeiten sind selbstverständlich die Grundlage. Du musst dein Handwerk verstehen und beherrschen. Aber das allein reicht nicht aus. Du musst auch in der Lage sein, deine Werke gut zu präsentieren, Marketing zu betreiben, und dich mit Kundinnen und Kunden, Kollegen und Kolleginnen in einem regen und konstruktiven Austausch befinden. Bist du selbstständig, kommen noch alle organisatorischen und geschäftlichen Aufgaben hinzu, die zu einem florierenden Kreativ-Business gehören. All diese Punkte sind zweifellos wichtig, aber sie sind nicht das Allerwichtigste, wenn es darum geht, erfolgreich kreativ zu sein und dieses Niveau aufrechtzuerhalten. Um langfristig am Markt bestehen zu können, ist es entscheidend, einen roten Faden für deine Kreativität zu haben, motiviert zu sein und mit einem klaren Ziel vor Augen zu arbeiten. Kreativität ist ein Marathon, kein Sprint – besonders dann, wenn du so deinen Lebensunterhalt bestreitest.

*»Mein Antrieb, meine Motivation war immer meine Liebe zum Publikum.« Ella Fitzgerald*

Der Frage, wie du dich mit deinem Warum von der Konkurrenz abhebst und deine Auftraggeber und Auftraggeberinnen mit deiner Arbeit inspirierst, hat der Marketingspezialist und Buchautor Simon Sinek intensiv untersucht und in seinem Buch »Start always with why« zusammengefasst. Hier unterscheidet er klar zwischen dem »Was«, dem »Wie« und dem »Warum«. Eine Unterscheidung, die auch für uns Kreativschaffende entscheidend ist.

Guckst du dir Unternehmen, Agenturen oder auch Einzelunternehmer in der Kreativbranche an, fällt dir etwas auf: Jeder sagt dir, welche Leistungen sie anbieten. Das »Was« wird völlig selbstverständlich kommuniziert. Ein kleiner Teil der Unternehmen erwähnt auch, »wie« sie diese Leistungen oder Produkte anbieten. Aber kaum einer sagt dir, »warum« sie genau diese Angebote auf eine ganz bestimmte Art und Weise verkaufen. Auf den ersten Blick mag dieses Vorgehen völlig normal und üblich erscheinen. Allerdings hat es einen großen Nachteil, der deutlich wird, wenn du den Entscheidungsprozess aus Sicht der

Kundin oder des Kunden betrachtest. Indem sich Unternehmen ausschließlich darauf konzentrieren, was sie anbieten, machen sie sich austauschbar. Es gibt zum Beispiel unzählige Designagenturen, die sich auf Branding und Markenbildung spezialisiert haben. Allein diese Spezialisierung zu nennen, gibt potenziellen Kundschaft noch keinen Grund, sich für eine bestimmte Agentur zu entscheiden. Mit dem »Was« allein wirst du es nicht schaffen, von dir und deiner kreativen Arbeit zu überzeugen.



*Wenn Unternehmen nicht kommunizieren, warum sie ihre Produkte und Leistungen anbieten, verpassen sie die Chance, ihre Kundinnen und Kunden zu inspirieren und nachhaltig zu begeistern (Golden Circle nach Simon Sinek).*

Die Kundinnen und Kunden suchen darum nach weiteren Kriterien, um sich für den richtigen Kreativen zu entscheiden. Der Preis, Auszeichnungen, Empfehlungen oder die Art und Weise, wie eine Agentur ihre Ansprüche und Werte nach außen kommuniziert, können dabei eine Rolle spielen. Das »Wie« gibt dem potenziellen Kundenkreis ein zusätzliches Kriterium, um ihre Entscheidung einzugrenzen. Faktoren wie Erreichbarkeit, Arbeitsabläufe, Erfahrungen oder auch der Arbeitsstandort können hierbei entscheidend sein. Trotzdem bleibt die Auswahl an Kreativunternehmen oft noch groß.

**Was dich als kreative Persönlichkeit wirklich von anderen unterscheidet und einzigartig macht, ist dein Warum.** Also der Grund, warum du die Dinge so machst, wie du sie machst.

- Was motiviert dich als Kreativschaffenden?
- Was treibt dich jeden Tag an?
- Warum investierst du so viel Liebe, Aufwand und Energie in deine Angebote und Leistungen?

Beispielsweise gibt es auch andere Copywriter und Autorinnen, die sich so wie du auf die Arbeit mit Medizinunternehmen spezialisiert haben, aber nur du machst es aus deinen ganz individuellen Gründen. Jeder hat eine persönliche Geschichte, Motivation und Zielsetzung. Dein Warum beeinflusst die Art und Weise, wie du deine Website gestaltest, wie du mit Kunden und Kundinnen kommunizierst, wie du nach außen auftrittst und wie du dich präsentierst. Es macht dich einzigartig. Wenn es dir gelingt, dein Warum klar und verständlich zu kommunizieren, sprichst du genau die Kunden und Kundinnen an, die zu dir passen und mit denen du gerne an spannenden Kreativprojekten zusammenarbeitest.

*»Finde heraus, warum du tust, was du tust, und alles andere wird Sinn ergeben.« Ralph Waldo Emerson*

#### **WER BEKOMMT DEN AUFTRAG? EIN BEISPIEL**

Stell dir vor, du bist Geschäftsführer eines Unternehmens, das hochwertige Futtermittel in Bioqualität herstellt. Du möchtest ein neues Hundefutter auf den Markt bringen und suchst nach jemandem, der die Verpackung designt. Du hast viel Zeit, Mühe und Geld in dieses Produkt investiert, und es ist dir wichtig, dass sich diese Sorgfalt auch im Design widerspiegelt.

Es stehen drei talentierte Designer und Designerinnen zur Auswahl, die alle beeindruckende und ästhetische Verpackungsdesigns gestaltet haben. Das »Was« ist also bei allen vergleichbar. Auch das »Wie« ist ähnlich, sie sind alle kompetent und haben ähnliche berufliche Hintergründe und Arbeitsweisen. Aber nur einer der Kreativen teilt mit dir sein Warum – Nachhaltigkeit, ein respektvoller Umgang mit der Natur und soziale Verantwortung sind ihm besonders wichtig. Er möchte, dass seine Designs diesen Schwerpunkt widerspiegeln, und konzentriert sich vor allem auf den Bereich Umwelt, Nachhaltigkeit und Ernährung. Wen würdest du auswählen?

Neutral betrachtet gibt es keinen Grund, den Designer oder die Designerin mit einem Engagement im Bereich Nachhaltigkeit zu bevorzugen. Das Warum sagt allein nichts über die Qualität seiner Arbeit aus. Aber wir Menschen entscheiden nicht immer neutral. Wir möchten mit Menschen zusammenarbeiten, die unsere Ideen und Werte teilen. Das gilt auch für die auftraggebende Seite. Sie möchten ihre Projekte in professionelle Hände geben und sicher sein, dass der Designer bzw. die Designerin ihren Schwerpunkt versteht und in seiner Arbeit umsetzen kann. Das ist natürlich einfacher, wenn Auftraggebende und Kreative die gleichen Ideen und Werte verfolgen.

### **Das Warum hilft dir beim Fokus auf deine Ziele**

Das Warum hilft nicht nur dabei, Auftraggeberinnen und Auftraggeber von deiner Arbeit zu überzeugen. Es gibt dir auch Halt und Orientierung. Es ist der Kompass, der deine kreative Arbeit immer wieder ausrichtet. Indem du dir bewusst machst, was dich genau antreibt und motiviert, hast du einen Leitfaden, der dich durch deinen gesamten kreativen Prozess führt. Es hilft dir auch bei der Entscheidung, welche Aufträge, Auftraggebende, Projekte oder Vorhaben dich deinen Zielen näherbringen. Eine Anfrage, ein umfassendes und klassisches Webdesign für eine Kundin aus der Transportbranche zu konzipieren und umzusetzen, mag auf den ersten Blick attraktiv erscheinen. Doch wenn du dich eigentlich viel lieber darauf konzentrieren möchtest, Kindern auf interaktive Weise Wissen und Bildung zu vermitteln, wird deutlich, dass dich ein Auftrag aus dem Transportwesen nicht näher an dein übergeordnetes Ziel bringt.

### **Das Warum hilft dir bei Herausforderungen**

Es ist sicherlich wichtig, in der Kreativität zu experimentieren und auch Fehler zu machen. Doch gerade in Momenten, in denen du deine Arbeit und Fortschritte infrage stellst, in denen es auch einmal Schwierigkeiten oder gar Rückschläge gibt, hilft es, dass du dich auf dein Warum besinnst und dich daran erneut ausrichtest. Mit einem klaren Warum legst du den Grundstein für deinen

kreativen Erfolg. Du kennst deine Motivation und weißt, was dich jeden Tag begeistert und antreibt.

## Dein Warum macht dich einzigartig

Doch was machst du mit diesem Wissen? Motivation allein bringt noch keine Ergebnisse hervor. Natürlich könntest du jetzt jeden Auftrag annehmen, der auf dich zukommt. Besonders wenn du bereits in verschiedenen Bereichen Erfahrungen gesammelt hast, ist die Versuchung groß, alle Anfragen anzunehmen. Doch auf lange Sicht wird dich die Taktik, »alles für alle« zu machen, an deine Grenzen bringen. Es ist einfach unmöglich, in allen Fachbereichen auf dem neuesten Stand der Technik und Entwicklung zu sein. Zudem wirst du nicht an den Projekten arbeiten, die du wirklich haben möchtest. Auch die zehnte Produktbeschreibung wird dich nicht zufriedenstellen, wenn du eigentlich lieber Apps konzipieren möchtest.

**Die Lösung heißt Spezialisierung.** Wenn du an Spezialisierung und Positionierung denkst, kommen dir als Erstes die Worte Einschränkung, langwierige Analyse und seitenweise Marktforschung in den Sinn? Dann liegst du grundsätzlich richtig. Doch keine Panik – deine Positionierung ist so viel mehr als eine trockene Pflichtaufgabe.

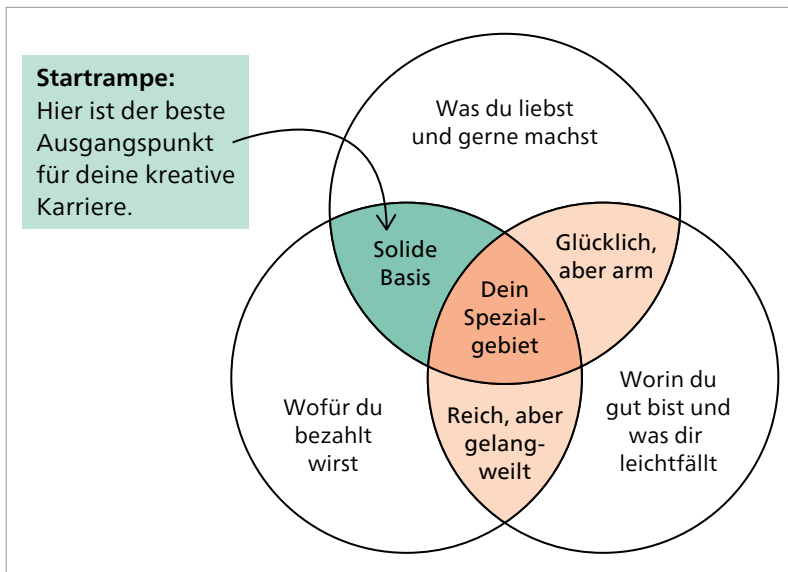
Tatsächlich bietet dir die Spezialisierung auf einen bestimmten kreativen Bereich große Chancen und Qualitäten. Denn die große Auswahl an Möglichkeiten zu haben, macht uns den kreativen Alltag nicht einfacher (vgl. »Gute Ideen brauchen Grenzen«, Abschnitt 7.1). Du kannst Hochglanzmagazine gestalten, Brandings für Finanzfirmen entwickeln, Kinderbücher schreiben, Mode entwerfen oder Hochzeiten mit handgemachter Papeterie unvergesslich machen.

*»Das Warum ist dein Katalysator. Es gibt dir die Energie, weiterzumachen.«  
Les Brown*

Du könntest theoretisch jedes Kreativprojekt annehmen und für deine Kunden gestalten, wenn es deinen kreativen Fähigkeiten und Interessen entspricht.

Doch wenn du dich nie für eine bestimmte Richtung entscheidest, kommst du nicht voran. Es ist, als ob du versuchst, von einem Startpunkt aus mehreren

Wegen gleichzeitig zu folgen. Du gehst mal zum Meer, dann in die Berge und dann im Flachland spazieren. Aber du kommst nie weit, weil du dich nicht entscheiden kannst und immer wieder zum Startpunkt zurückkehrst. Spezialisierung bedeutet, eine Entscheidung zu treffen und einen Weg zu wählen – einen Weg, den du gerne gehst und der mit Umwegen, Sehenswürdigkeiten und Überraschungen gespickt sein kann.



*Deine Spezialisierung ergibt sich nicht völlig frei, sondern ist im besten Fall die Schnittmenge aus deinen Vorlieben, Fähigkeiten und dem, was Auftraggeber suchen.*

Du bist noch auf der Suche nach dem Schwerpunkt, der zu dir und deiner Arbeit passt? Im besten Fall ergibt sich deine Spezialisierung aus dem, was du gut kannst, dem, was du leidenschaftlich gerne machst, und dem, wofür Auftraggeber gut bezahlen. Als Texter mit einem starken Interesse am Wassersport, insbesondere Segeln, könntest du dich beispielsweise auf die Erstellung von Fachartikeln für ein führendes Segelmagazin oder die Betreuung eines internationalen Onlinemagazins für Segler spezialisieren. Es kann eine Weile dauern, um in dieser Nische Fuß zu fassen, aber es ist der ideale Fall. Als solide Basis könntest du auch in einem Bereich arbeiten, in dem sich deine Talente mit gut

bezahlten Aufträgen überschneiden, zum Beispiel mit Fachartikeln zum Thema Wassersport im Allgemeinen.

### **AUFTRÄGE ABLEHNEN UND SICH SPEZIALISIEREN: AUS EIGENER ERFAHRUNG**

Bereits während meines Studiums wurde mir klar, dass mich das Gestalten von Logos und Markenauftritten nicht besonders anspricht. Es gab andere Designbereiche, die mir deutlich mehr Freude bereiteten und dies bis heute tun. Trotzdem bin ich am Anfang meiner Selbstständigkeit nie auf die Idee gekommen, Logoaufträge abzulehnen, wenn ich eine entsprechende Anfrage erhielt. Ich habe alle Designaufträge angenommen, unabhängig davon, ob sie zu meinen bevorzugten Bereichen passten oder nicht. Meine Kundinnen und Kunden waren zufrieden mit meiner Arbeit und den gestalteten Designs – das war nicht das Problem. Aber mich hat diese Arbeit nicht glücklich gemacht. Nicht beim ersten Logodesign und auch nicht beim zehnten.

Irgendwann habe ich dann für mich festgelegt, dass damit Schluss sein muss. Ich wollte keine aufreibenden und für mich unpassenden Projekte mehr umsetzen, die mich nicht voranbringen. Anfangs hatte ich Bedenken, dass ich durch die Spezialisierung, also die Reduzierung meiner Leistungen, Aufträge und Einnahmen verlieren würde. Stattdessen ist genau das Gegenteil passiert. Erst als ich mich auf Infografiken und Visualisierungen spezialisierte, bekam ich mehr Aufträge, arbeitete an spannenderen Projekten, war kreativer und wurde besser bezahlt. Rückblickend stelle ich mir die Frage, warum ich diese Entscheidung nicht schon viel früher getroffen habe.

**Mangelnde Spezialisierung ist auch der Grund, warum wirklich großartige Aufträge ausbleiben.** Auftraggeber arbeiten gerne mit Experten und Expertinnen zusammen und möchten sicher sein, dass ihr Projekt in den besten Händen liegt. Das ist nicht möglich, wenn du von allem ein bisschen etwas anbietest. Erst wenn du dich auf einen Schwerpunkt spezialisierst und mit deiner



kreativen Arbeit eine ganz spezifische Zielgruppe ansprichst, wirst du auch die Aufträge erhalten und umsetzen, die dir besonders wichtig sind.

Selbstständige Kreative haben dabei viel Einfluss auf ihren Schwerpunkt und die Aufträge, die sie annehmen. Eine intensive Auseinandersetzung mit de-

*»Dein Warum sollte dich zum Weinen bringen, weil es so mächtig ist.«  
Eric Thomas*

nen Fähigkeiten und Vorlieben lohnt sich aber auch für angestellte Kreative. Dadurch erkennst du deine Begabungen und kannst dich gezielt bei Agenturen und Unternehmen bewerben, die zu dir passen. Zusätzlich schaffst du dir ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber deinen Kolleginnen und Kollegen. Nutze dein Fachwissen,

um Projekte weiterzuentwickeln, übernimm Verantwortung, und bringe neue Ideen und Möglichkeiten ein. Deine Spezialisierung und Expertise können deine Karriere positiv beeinflussen.

Mein Tipp: Spezialisier dich so schnell und so genau wie möglich. Wähle eine Nische, die perfekt zu deinen Vorlieben, Fähigkeiten und Designs passt, und positioniere dich dort als Experte. Definiere klar, welche Kreativleistungen du für welche Art von Kunden bzw. Kundinnen anbieten möchtest. Richte deinen Außenauftritt, dein Marketing und all deine kreativen Aktivitäten auf diesen Schwerpunkt aus. Habe keine Angst davor, unpassende Projekte abzulehnen. Behalte immer dein persönliches Ziel im Blick. Auf diese Weise wirst du nicht nur die richtigen Kundinnen und Kunden finden, sondern auch kreativer, zufriedener und erfolgreicher sein, als wenn du als Generalist agierst.

#### **DIE INVENTUR VOR DEM NEUSTART: EINE KLEINE ANLEITUNG**

Beim bloßen Gedanken daran, dass du deine Kreativangebote einschränken und spitzer positionieren solltest, bricht dir der Schweiß aus? Du kannst deinen Schwerpunkt nicht greifen und fühlst dich mit dieser Aufgabe überfordert? Dann kann ich dich beruhigen. Die eigene Positionierung zu finden und eine Spezialisierung auszuarbeiten, macht keiner einfach so und nebenbei. Lass dir den nötigen Freiraum, und erlaube dir, Schritt für Schritt genauer und feiner zu werden.

Vor deinem Neustart hilft dir eine Inventur dabei, ein gutes Bild von deinem aktuellen Ist-Zustand zu bekommen. Denn auch hier liegen die Fakten oft anders, als es dir in deiner persönlichen Erinnerung und Wahrnehmung vorkommt.

1. Erstelle eine Liste mit allen Aufträgen und Projekten, die du in den letzten zwölf Monaten umgesetzt hast oder an denen du beteiligt warst. Wenn du selbstständig bist, dann schreibe auch dazu, wie viel du mit dem jeweiligen Auftrag verdient hast. Geh gar nicht zu sehr ins Detail: »Copywriting Landingpage für Firma Kowalsky – 1.000 Euro« reicht völlig.
2. Bewerte im zweiten Schritt, wie dir das Projekt gefallen hat. Es gilt das Ampelprinzip: rot = schlecht, gelb = mittel, grün = prima. Dabei ist nicht nur der Preis oder das Thema des Projekts für die Bewertung wichtig. Ein Projekt, das sehr gut bezahlt wurde, aber in der Kommunikation mit der Auftraggeberin sehr schwierig war, kann rot sein. Ein anderes Projekt, das du ehrenamtlich umgesetzt hast und bei dem sowohl die Zusammenarbeit mit dem Kunden als auch das Thema und der Inhalt super waren, kann grün sein.
3. Suche jetzt die Gemeinsamkeiten in deinen roten und grünen Projekten. Was haben alle Aufträge gemeinsam, die dir gut gefallen haben? Gibt es eine übereinstimmende Kundengruppe? Waren es immer ähnliche Projekte oder Themenbereiche? Oder war vielleicht allen grünen Projekten gemeinsam, dass du mit einem Team aus Gleichgesinnten zusammenarbeiten konntest? Schau auch, was alle roten Projekte gemeinsam haben.
4. Was kannst du aus deiner Inventur für deine Spezialisierung ableiten? Wovon möchtest du zukünftig mehr haben und welche Art von Aufträgen und Projekten willst du auf keinen Fall mehr machen? Nimm diese Erkenntnisse als Basis für deinen Schwerpunkt.

Übrigens ist das Finden des persönlichen Warums keine einmalige Sache, sondern ein lebenslanger Prozess. Es ist wichtig, dass du dich regelmäßig mit

deinem Warum beschäftigt, es hinterfragst und neu ausrichtest. Nur so kann es dir dabei helfen, nicht nur erfolgreich, sondern vor allem auch erfüllt zu arbeiten.

## Übungen zum Erkennen des persönlichen Warum

Das kreative Warum spielt also in deiner kreativen Arbeit eine zentrale Rolle und hilft dir, deine Arbeit mit Bedeutung zu füllen. Aber wie findest du dein persönliches Warum? Die folgenden Übungen unterstützen dich dabei.

Beginne mit einer Selbstreflexion:

- **Finde deine Kernwerte:** Überlege, welche Überzeugungen deine Arbeit leiten sollen, und stelle dir vor, welchen Einfluss deine kreative Arbeit auf andere haben könnte. Wie möchtest du Menschen berühren, inspirieren oder verändern?
- **Beziehe deine eigene Geschichte mit ein:** Überlege, ob es in deiner eigenen Geschichte, deinen Hobbys und Interessen Anknüpfungspunkte gibt, die dir Hinweise auf deinen persönlichen Schwerpunkt, dein Warum geben können. Welche Momente hatten einen starken Einfluss auf dich? Was hat dich ursprünglich dazu gebracht, als Kreativer zu arbeiten?
- **Interviewe dich selbst:** Stelle dir vor, du gibst ein Interview über deine künftige kreative Karriere. Antworte auf Fragen darüber, warum du bestimmte Projekte auswählst, welche Botschaften du vermitteln möchtest und welchen Beitrag du zur Kreativbranche leisten willst.
- **Denke über deine Persönlichkeit und deine Werte nach:** Das ist schwierig, aber eine große Hilfe. Was sind deine Stärken, deine Schwächen, deine Leidenschaften?

Überlege als Nächstes, was dich inspiriert. Dabei könnten dir beispielsweise diese Übungen helfen:

- **Studiere inspirierende Kreative:** Schau dir die Arbeiten deiner Vorbilder an, die du bewunderst. Was genau an ihrer Arbeit spricht dich an? Oft spiegelt die Bewunderung für andere das eigene Warum wider.
- **Analysiere dein Portfolio:** Schaue deine kreativen Arbeiten durch, und versuche, einen Schwerpunkt der Arbeit auszumachen. Rekapituliere, welche

Projekte besonders bedeutsam waren und dich zufriedengestellt haben. Frage dich, was gut funktioniert hat, was dich motiviert hat.

- **Erstelle eine Bucketlist:** Mache eine Liste von Projekten, die dich reizen würden bzw. die du unbedingt einmal bearbeiten möchtest. Überlege dann, was diese Projekte gemeinsam haben. Gibt es hier einen Zusammenhang zu deinem persönlichen Warum?
- **Führe ein kreatives Tagebuch:** Halte deine Gedanken, Inspirationen und kreative Durchbrüche fest. Schreibe darüber, was dich fasziniert und bewegt. Analysiere die Einträge, und suche nach gemeinsamen Themen oder Mustern, die Hinweise auf dein tieferes Warum geben könnten.

Und als Letztes: Hole Feedback ein. Sprich mit Kolleginnen und Auftraggebern, aber auch mit Freunden und Freundinnen und Familie, was du ihrer Meinung nach besonders gut kannst und was sie besonders an dir schätzen. Stimmen diese Rückmeldungen zu deinen Stärken (aber auch zu deinen Schwächen) mit deiner persönlichen Einschätzung überein, oder konntest du neue Erkenntnisse für dein Warum finden?

## 1.4 Deine Arbeit ist wertvoll

Es gibt ein paar Dinge, die jeden Kreativen zur Weißglut bringen. Und die leider auch jeder schon einmal erlebt hat. Sätze wie »Du bist Grafikdesignerin? Oh, schön, meine kleine Nichte hat auch letzte Woche einen Flyer für uns gemacht.«, »Bilder malen? Das ist dein richtiger Beruf?« oder »Wieso wollen Sie für einen Slogan so viel Geld? Es sind doch nur ein paar Worte!« gehören auf jeden Fall dazu.

Es besteht offensichtlich ein grundlegendes Missverständnis in Bezug auf die Bewertung kreativer Arbeit. Und das, obwohl Kreativität ein so gefragter Wirtschaftsfaktor ist. Dies zeigt sich zum einen von außen, wenn es darum geht, den Wert der gestalteten Arbeit zu erfassen. Leider trifft das aber auch oft auf Kreative selbst zu, denen es schwerfällt, den Wert ihrer eigenen Arbeit zu erkennen und deutlich zu kommunizieren. Woher kommt dieses Missverständnis?

## Kreativität ist Geld wert

Kreativität ist gefragt und wichtig für die Wirtschaft und zukünftige Innovationen. Diese Erkenntnis ist längst in den Köpfen vieler Entscheidungsträger angekommen. Dass Kreativität jedoch auch andere Strukturen, Regeln und Herangehensweisen benötigt, wird dabei gerne außen vor gelassen. Schon in der Schule lernst du, dass nicht neue und individuelle Ansätze Erfolge bringen, sondern das organisierte, strukturierte und messbare Umsetzen der geforderten Leistungen. Die Krux an der Kreativität ist aber, dass sie so nicht funktioniert. Manchmal braucht es viele Fehler und Umwege, um zu dem besten Ergebnis zu kommen. Der Wert der Kreativität lässt sich also nicht linear an der Menge der benötigten Zeit ablesen.

Gestaltung bedeutet ebenfalls nicht, Sachen, Produkte oder die Ideen deiner Kundinnen und Auftraggeber einfach nur ein bisschen bunter und hübscher zu machen. Ein Text wird nicht dadurch erfolgreich, dass du drei Sätze umformuliert hast, und ein Konzept nicht medienübergreifend wirksam, weil du drei

*»Oft trifft man wen, der  
Bilder malt, viel seltener  
wen, der sie bezahlt.«  
Wilhelm Busch*

neue Posts über Social Media geteilt hast. Als Kreativschaffender weißt du das. Erst durch deine Expertise, deine Erfahrung und dein Können bekommt dein Auftraggeber einen eindeutigen Mehrwert, den er ohne deine Arbeit nicht gehabt hätte. Sei es in Form von Mehreinnahmen, neuen Kundinnen und Kunden oder ganz

allgemein dem schnelleren Erreichen seiner Ziele. Darum wirst du beauftragt. Das ist ganz einfaches betriebswirtschaftliches Rechnen – nach außen für den Auftraggebenden und nach innen für deine eigene Kalkulation. Behalte das immer im Hinterkopf, wenn es darum geht, den Wert deiner Arbeit zu ermitteln und zu verhandeln.

Eine unzureichende oder schlechte Bezahlung wirkt sich nämlich nicht nur negativ auf deinen Kontostand aus, sondern auch auf deine gesamte Zufriedenheit. Dass die eigene kreative Arbeit und all das Herzblut, das du in ein Projekt gesteckt hast, nicht anerkannt wird und vor allem nicht entsprechend entlohnt wird, baut Frust auf und nimmt Motivation.

**Warum sollst du dir so viel Mühe geben, wenn es dann doch von keinem entsprechend bezahlt wird?** Langfristig wird die Qualität deiner Arbeit unter diesem Zustand leiden. Schlechte Stundensätze führen bei Selbstständigen dazu, dass sie häufiger Überstunden und Mehrarbeiten machen müssen, um ihre Kosten zu decken und Umsatzeinbußen aufzufangen. Das geht zu Lasten von Freizeit, Erholungszeiten und damit letztendlich auch der Kreativität. Dass sich dieser Umgang mit deinen kreativen Ressourcen negativ auswirkt, liegt auf der Hand. Bei einer Festanstellung verringert sich nicht deine Entlohnung, doch leiden dein Selbstwertgefühl und deine Kreativität unter der mangelnden Anerkennung. Und nein, Worte alleine reichen nicht aus, um wertvolle und hochwertige Kreativarbeit zu honorieren – dafür braucht es auch eine angemessene Bezahlung.

### Zwischen Selbstverwirklichung und Selbstaussbeutung

Eigene Ideen entwickeln und umsetzen – das ist der Wunsch vieler junger Kreativer beim Berufseinstieg. Es folgen viele Jahre ambitioniertes Lernen, freudiges Ausprobieren und fleißiges Üben. Mit den ersten Festanstellungen kommt dann aber allzu oft Ernüchterung. Überstunden sind in vielen Kreativbereichen selbstverständlich, die Bezahlung liegt hinter den eigenen Erwartungen zurück, und längst nicht jedes Projekt ist so kreativ und spannend wie erhofft. Von dem ursprünglichen Wunschtraum ist nicht mehr viel übrig.

Selbstständigen Kreativschaffenden geht es oft nicht anders. Nur mit dem Unterschied, dass sie selbst für den Umfang und die Art ihrer Arbeit und die Gewinne daraus verantwortlich sind. Niemand zwingt Selbstständige, am Wochenende zu arbeiten und regelmäßig Aufgaben zu übernehmen, die ursprünglich gar nicht verabredet waren. Trotzdem ist genau das in vielen Fällen an der Tagesordnung. Ja, Kreative arbeiten anders und machen selten Dienst nach Vorschrift, wenn es gilt, gute Ideen zu entwickeln. In jedem Entwurf und jedem Text steckt immer auch ein Stück von ihrem Herzblut und ihrer Persönlichkeit, da können und wollen sie nicht halbfertige oder halbherzige Arbeit abliefern. Das kennst du von dir selbst auch, oder? Es ist aber ein schmaler Grat zwischen Selbstverwirklichung und Selbstaussbeutung, wenn du nicht aufpasst und auf dich achtest.

Es würde nie jemand auf die Idee kommen, eine Anwältin zu fragen, ob sie schon mal vorab eine Verhandlungsstrategie erstellen und präsentieren kann, damit der Kunde einen besseren Eindruck von dem Endergebnis bekommen kann. Oder einen Klempner zu fragen, ob er das neue Waschbecken schon einmal anschließen könne, damit man sehen kann, wie es im Raum wirkt. Kreativ-schaffende hingegen werden regelmäßig gefragt, ob sie nicht schon mal ein paar Slogans vorschlagen können, damit sich der Kunde und die Kundin vor der Auftragszusage ein besseres Bild vom finalen Ergebnis machen kann. Immerhin handelt es sich ja um einen Text, bei dem man nie genau wisse, wie das Endergebnis ist – anders als bei formaleren Berufen, bei denen sich Arbeitsergebnisse durch Regeln und Vorgaben viel einfacher greifen und vorhersehen ließen.

Grund dafür ist ein hartnäckiger Irrglaube, den man so in kaum einem anderen Berufszweig findet: Wenn dir deine Arbeit Spaß macht, dann darf sie nicht so viel kosten beziehungsweise ist nicht so viel wert. Immerhin machst du es ja gerne. Dass auch ein kreativer Beruf in erster Linie ein Beruf ist, der dein Leben finanziert, und kein Hobby, wird dabei viel zu oft nicht bedacht.

Kundinnen und Kunden und Vorgesetzte reagieren aber nicht so, weil sie deine Arbeit bewusst nicht wertschätzen wollen. Unsicherheit und Unwissen sind sehr viel häufiger die Ursachen. Immerhin vermitteln KI-Tools und die überall

*»Wer sich mit der Kunst verheiratet, bekommt die Kritik zur Schwiegermutter.«  
Hildegard Knef*

erhältliche Software den Eindruck, kreative Ergebnisse lassen sich einfach und schon fast auf Knopfdruck erstellen. Es ist von außen nicht einsehbar, wie viel Mühe, Erfahrung, Wissen und Talent hinter einer guten und hochwertigen Arbeit steckt, welche die Ziele und Anforderungen des Auftraggebenden erfüllt. Dein Gegenüber kann nicht in deinen Kopf schauen und ist darum auf deine Aufklärungsarbeit und klare Richtlinien angewiesen. Erkläre ausführlich, welche Informationen du brauchst und warum ein Ergebnis besser wird, je genauer diese Hintergrundinformationen geliefert wird.

Was für angestellte Kreative schon gilt, ist für Selbstständige noch viel entscheidender. Du musst nicht nur darauf achten, dass deine Ergebnisse so gut

wie möglich werden, sondern auch darauf, dass sich deine Arbeit aus unternehmerischer Sicht lohnt. Sei Kreativschaffender, mit Leib und Seele, aber verhalte dich wie ein Unternehmer. Kenne deinen Wert und deine Preise. Ständige Wochenendarbeit, unbezahlte Änderungen und nicht einkalkulierte Zusatzleistungen bringen langfristig deine Selbstständigkeit, deine Gesundheit und damit auch deine Arbeit in Gefahr. Du selbst bist dein wertvollstes und wichtigstes Gut. Indem du nicht nur deine Fähigkeiten, sondern auch deine Grenzen kennst und beachtest, stellst du sicher, dass du nicht nur kreativ bist, sondern auch kreativ bleibst.