



Affenbarbier kann ich immer noch werden

von Barbara Wrede

In meinem Freundeskreis benutzt niemand das Wort „Ich“ so oft wie ich. Ich gründe eine „ICH-AG“.

„ICH-AG“, was heißt das eigentlich?

Ich habe ein sechswöchiges Existenzgründerseminar mitgemacht und kann es nicht sagen. Gründe ich mit mir selbst eine Arbeitsgemeinschaft? Bin ich meine eigene Aktionärin? Kunst ist ja eine Wertanlage. Eine wachsende sogar. Ich bin eine gute Anlage. Leider hat das bislang kaum jemand bemerkt. Keiner, der viel Geld hat und das für Wredesche Kunst ausgeben würde.

Das Existenzgründertraining beginnt mit einem Kennenlernspiel: Jeder der zwanzig Seminar Teilnehmer bekommt ein Namensschild und schreibt seine Gründungsidee auf einen Zettel. Die Zettel und eine Nummer für jeden werden an die Tafel gehängt. Welche Nummer bin ich? Beim Beruferaten der Teilnehmer rate ich einmal richtig und muß gleich zu Kursbeginn an meiner Menschenkenntnis zweifeln. Es gibt drei verschiedene Ausgangspositionen der Gründung: Überbrückungsgeld mit sowie ohne Kreditaufnahme und die ICH-AG.

In meinem Kurs sitzen Leute, die vom Angestelltendasein oder der Arbeitslosigkeit so genervt sind, daß sich etwas ändern muß. Alle wollen sich selbständig machen. Und ich endlich Nägel mit Köpfen.

In der ersten Woche behandeln wir Marketingstrategien und lernen einiges über Rußlandgeschäfte, das Steckenpferd der Dozentin. Russische Chefs gelten als streng und nehmen Frauen nicht ernst.

„Kennen Sie die Verbraucher und Bedarfsge-

wohnheiten Ihrer Kunden?“

„Hm, eigentlich nicht. Mein Produkt ist sowieso nicht zu gebrauchen.“

„Wieviel geben die Kunden durchschnittlich bei Ihnen aus?“

„Hm, meistens gar nichts.“

„Können Sie Ihre Beobachtungen durch konkrete Umsatzerwartungen untermauern?“

„Nö, auch nicht. Die einzige konkrete Aussage, die ich machen kann: Mein Umsatz ist gering und dann auch noch schwankend.“

Langsam bekomme ich Angst vor meiner Courage. Vielleicht hätte ich meinen letzten Job doch nicht kündigen sollen. Wenn ich Pech habe, sperrt mir das Arbeitsamt sogar das Arbeitslosengeld.

Unsere Dozentin zeichnet einen Branchen- und Produktzyklus an die Tafel. An der vertikalen Achse steht Umsatz/Gewinn und horizontal die Phasenzeit. Vor der Kreuzung der Achsen liegt die pränatale Phase. Die Phasenachse ist in die Begriffe: Einführung – Wachstum – Reife – Niedergang unterteilt. Die Dozentin malt einen Stern über das Wort „Wachstum“. Dann bittet sie mich nach vorne.

„Frau Wrede, Sie sind doch Künstlerin, malen sie mir mal hier“, sie zeigt auf „Reife“, „eine Cashcow hin.“

„Wie? Ich kann das nicht!“ stammle ich entsetzt.

„Sie sind doch Künstlerin!“

Ich werde rot und zeichne eine kruckelige Kuh an die Tafel, etwas höher als den Stern. Über das Wort „Niedergang“ zeichne ich einen armen Hund. Ich bin immer noch rot, fühle mich

ertappt, weil ich nicht so toll gezeichnet habe und alle denken könnten: Die ist ja gar keine Künstlerin.

Wenn die Kühe sich in Hunde verwandeln, muß man sie vom Markt nehmen. Nicht aber bevor man sich einen neuen Star ausgedacht hat, lerne ich. Das ist logisch. Ich schreibe alles mit und muß gestehen, daß mir der Unterricht Spaß macht. Lange keine Vorträge gehört. Und ich genieße es, endlich mal eine Weiterbildung in Anspruch nehmen zu dürfen. Die beiden Herren neben mir fangen an zu lästern und wollen, daß ich für sie mitschreibe, damit sie in Ruhe Zeitung lesen können.

„Gibt es belegbare Hinweise auf gute Zukunftsaussichten in Ihrer Branche?“

„Puh! So optimistisch traue ich mich gar nicht zu denken. Eher im Gegenteil.“

„Du könntest Autos bemalen, das wäre eine tolle Werbung für dich!“

„Ich will keine Autos bemalen.“

„Oder deine Bilder bei e-bay versteigern.“

„Nein.“

„Ich habe den Eindruck, Sie wollen gar keinen Erfolg haben.“

Peng! Jetzt geht's ans Eingemachte. Will ich gar keinen Erfolg?

Natürlich will ich Erfolg. Erfolg hängt doch aber nicht von der Dicke des Portemonnaies ab. Ich will nur soviel verdienen, daß ich mein Atelier behalten kann und einigermaßen in Ruhe leben.

„Dir ist ja nicht zu helfen.“

„Solche Hilfe brauche ich nicht.“

„Haben Sie einen Standort für Ihr Unternehmen? Und wie sollen Ihre Geschäftsräume eingerichtet sein?“

Nachdem ich sechs Jahre in einem 80qm Atelier in Berlin-Moabit gearbeitet habe, das zwar preisgünstig war (170 Euro plus Strom) aber ansonsten nicht dem Standard eines Geschäftsraumes entsprach (keine Heizung, brüchige

Fenster, kein Wasseranschluß), mietete ich im April diesen Jahres nach zweijähriger Suche ein Atelier. In Neukölln, Nähe Hermannplatz. Mein neuer Raum – früher genutzt als Schlosserei – liegt in Fußnähe zur U-Bahnstation Schönleinstraße. Der Gesamtgebäudekomplex besteht – typisch für Berlin – aus Wohnhaus zur Straße hin und Gewerberäumen im gesamten Hinterhof.

Beim Aushandeln der Miete kam mir mein Vermieter weit entgegen. Die Monatsmiete liegt bei 300 Euro incl. Nebenkosten. Das Atelier ist 80qm groß, hat Toilette und Heizung und bietet mir optimale Arbeitsbedingungen. Ein weiterer Vorteil ist die Fußnähe zu meiner Wohnung, in der ich mein Büro für Illustration, Buchführung und Marketing eingerichtet habe. So kann ich auch kurzfristig Kundentermine vereinbaren und umstandslos zu jeder Tages- und Nachtzeit im Atelier arbeiten. Lediglich eine Tischtennisplatte und ein Planschrank fehlen zu meinem Glück.

„Was will der Kunde von Ihnen?“

„Er kauft mich mit meinem Kunstwerk im Pack, er kauft ein Stück meiner Haltung, meine Idee. Er kauft mein Label. Hab ich mir übrigens patentieren und in den Arm ritzen lassen.“ Ich halte meinen Arm in die Runde.

„Dann müssen Sie Ihr Image weiter ausbauen. Setzen Sie sich doch mal eine Baskenmütze auf!“

Nie war ich einem Schreianfall näher. Leider versagt meine Stimme. Mir schießen Tränen in die Augen.

Herr S. flüstert von der Seite: „Für mich brauchst du dir keine Baskenmütze aufzusetzen, Barbara.“ Wie tröstlich. Eine meiner besten Freundinnen sagt abends dann grinsend zu mir: „Ach, Frau Wrede, mit Baskenmütze sehen Sie bestimmt süß aus.“ Brauch ich vielleicht doch eine?

„Sie müssen sich einen Mäzen suchen!“

Mir fällt der Wunsch der gelähmten Tini aus dem Kinderbuch „Prinz Malle von Monopoli“ ein, und ich singe leise: „Mäzen, Mäzen komm herbei, wenn du hier bist, sind wir zwei ...“

John David Rockefeller hat seinen Kunden Petroleumlampen geschenkt. Um die Lampen zu benutzen, haben die Kunden das Öl bei ihm gekauft. Was könnte ich verschenken, um Kunden zu gewinnen? Blanko-Bilderrahmen? Nägel, Klammern, Stahlnadeln?

Jemand hat einen Zeitungsartikel über eine Frau mitgebracht, die in Krisengebieten thailändische Imbisse eröffnet. Sie fährt den Kriegen hinterher und hat mittlerweile viele Stammkunden.

„Tolle Geschäftsidee“, sagt der Dozent. Und erzählt von einem glücklichen Schuhputzer.

„Ich könnte kleine Affen rasieren und als Kinder verkaufen. Das wäre eine Geschäftsidee mit Nischencharakter. In Berlin und auch in Kriegsgebieten. Bedarf ist da.“

„Tolle Idee“, sagt der Dozent wieder, gibt aber zu bedenken, daß der Kunde irritiert sein könnte, wenn das Gör mit zehn Jahren immer noch nicht spricht.

Ich sehe mich mit einem Bauchladen voll rasierter Affen rumlaufen. Mein Lachenfall bleibt übrigens nicht der einzige. Die ungewohnte Schulsituation versetzt nicht nur mich in eine frühpubertäre Phase zurück. Herr S. neben mir spuckt seinen Kaffee vor Lachen aus, und Herr B. prägt nach dem Vortrag meiner neuen Gründungsidee die Berufsbezeichnung „Affenbarbier“.

Frau R., die lange in der Erwachsenenbildung gearbeitet hat, sagt abends nach dem Kurs zu mir, das mit der Überschreitung der Schmerzgrenzen sei normal, in ihren Kursen seien gestandene Hausfrauen wieder zu Schulmädchen mutiert. Beruhigend. Meine größte Angst vor dem Kurs war ja, daß ich es nicht aushalte mit

so vielen Menschen in einem Raum. Ich muckel sonst eher alleine vor mich hin. Mittlerweile bin ich zum Gesellschaftslöwen geworden und kann es morgens kaum erwarten, meine Mitschüler zu treffen.

Nach vierzig Wochenstunden Gesetzen, Verordnungen und Gesellschaftsformenkunde weiß ich, daß Kommissionsware nach zehn Jahren dem Leiher gehört. Ich habe also noch sieben Jahre Zeit, um meine 98 Arbeiten auf Leinwand und Papier aus Bayern abzuholen. In drei Jahren hat der Galerist zwei von meinen Bildern verkauft, 50 Prozent vom Verkaufspreis behalten, und ich habe satte 75 Euros verdient. Und auch nur, weil ich zweimal gemahnt habe.

Gewährleistung ist eine gesetzlich vereinbarte Rechtsbeziehung zwischen Verkäufer und Käufer, lerne ich, Garantie eine freiwillige Zusatzvereinbarung zwischen Hersteller oder Verkäufer und Endverbraucher.

„Was passiert, wenn ich ein Kunstwerk aus Brot oder Schokolade verkaufe, und es schimmelt und geht kaputt? Hat der Käufer Anspruch auf Wiederherstellung?“

„Nein“, sagt der Dozent, ein Ex-Richter, „Unendliches Leid wird nicht über Sie kommen. Kunstwerke werden gesetzlich behandelt wie Nahrungsmittel.“ Ob der Ex-Richter das nur sagt, um mich ruhig zustellen, kann ich nicht beurteilen.

Der mobile Ernährungsberater in spe lacht eineinhalb Tage über die Witze des Dozenten, dann schläft er ein. Jetzt werden Steuern, Versicherungen und Fördermittel behandelt. Bei der doppelten Buchführung, die ich als sogenannter Kleinunternehmer nicht machen muß, kann man getrost alles vergessen, was man bislang über Soll und Haben gelernt hat. Alles ist anders, und behalten habe ich nur, daß der Saldo ein ausgleichender Wert ist. Nehme ich irgendwo was weg, muß ich das woanders dazu

tun. Oder so.

Seit Jahren tippe ich meine Ausgaben und Einnahmen zusammen und hoffe, daß irgendwann mal was überbleibt. Würden sich die Ausgaben mit den Einnahmen decken, wäre ich auch schon froh. Meine Bilanz gebe ich an eine Steuerberaterin. Klar, ich könnte auch alles alleine machen und mir die Steuerberater-Euros sparen. Aber nachdem ich vor Jahren auf dem Finanzamt in Neukölln zwecks Um-Hilfe-bei-der-Einkommenssteuererklärung-bitten gewesen bin, habe ich mich doch dagegen entschieden. Auf dem Finanzamt saß eine als Beamtin getarnte Kampfhündin. Mit Reißzähnen und rotlackierten Klauen zerpfückte sie meinen Ordner. Meine Ordner sind sehr ordentlich. Ich liebe es, abzuheften.

„Wofür brauchen Sie soviel Porto?“

„Für Ausstellungseinladungen, Bewerbungen, Kundenpflege.“

„Wer ist denn diese Frau F., mit der Sie 1999 zweimal essen waren?“

„Eine Geschäftspartnerin.“

„Wieso haben Sie keinen Steuerberater?“

„Das sehen Sie doch an meiner Bilanz.“

„Wenn Sie noch einmal so ein Minus fahren, dann stufe ich Sie als Hobbykünstlerin runter!“

„Habe ich nicht auch fünf Jahre Zeit, mich mit meinem Geschäft zu etablieren, wie andere Unternehmen auch?“

„Sie nicht! Nächstes Mal will ich von Ihnen eine Einnahmenüberschußrechnung, sonst ...“ Sie warf den Kopf Richtung Fenster.

Dieses „Gespräch“ hatte vierzig Minuten gedauert. Meine Steuerberaterin hält den Ärger nun von mir fern.

Mit Zahlen muß ich mich trotzdem weiter rumplagen.

„Für einen richtigen Businessplan brauchen Sie Statistiken, Frau Wrede. Der Banker steht auf Zahlen. Und Sie müssen Worte wie 'Customer

Relationship' und 'Joint Venture' verwenden.

Das finden die Banker auch toll.“

„Welche Statistiken?“

„Na, wer sind denn Ihre Kunden?“

„Die meisten haben selber kein Geld und arbeiten freiberuflich.“

„Gucken Sie mal in die Berlinstatistik bei Freiberuflern und Angestellten.“

Mache ich. Ich verstehe die Statistik nicht. Mein Businessplan ist sowieso ein Wunschbild. Beim Recherchieren im Internet stoße ich auf die Rubrik: Kultur - Freizeit - Sport. In einer Tabelle ist der Tierbestand der Berliner Tiergärten aufgelistet. In der Tierklassenordnung „Säugetiere“ im Zoologischen Garten gibt es 1326 Stück, 237 verschiedene Formen, 103 darunter mit Zuchterfolg. Von den 1326 Säugetieren sind 342 Primaten. Soll ich die Statistik in meinen Plan kopieren? 61 Unpaarhufer in 15 Formen leben im Zoo. Sicherheits halber drucke ich die Statistik aus.

Die anderen Berlin-Statistiken interessieren mich nicht. Wieso soll ich Gehälter von Leuten, die ich nicht kenne, in meinen Plan aufnehmen? Ist es wichtig, ob ein Käufer meiner Arbeit evangelisch, muslimisch oder gar nichts ist? Wie soll ich das denn einem Banker erklären? Also schimpfe ich wegen der Energie- und Zeitverschwendung, die ich mit Recherche im Internet betreibe und schmeiße alle in meinen Plan kopierten Statistiken wieder raus.

Keine Ahnung, wer meine zukünftigen Kunden sind und was die wollen, außer: einen echten Wrede. Das schreibe ich und dann noch, daß ich ein tolles Customer Relationship anbiete; meine Kunden per Post und Email zu Veranstaltungen einlade; es gibt „Tage der offenen Tür“; Interessenten können die Produktionsstätte besuchen oder von zu Hause aus meine Website aufrufen und sich da informieren.

Junge Sammler mit einem niedrigen Budget

können sich meine Arbeiten leisten, die Preise liegen auf dem unteren Kunstmarktniveau. Joint Ventures mit großen Firmen will ich natürlich auch. Außerdem habe ich einen Verteiler mit 700 Adressen.

„Super“, sagt der Dozent, „dann berechnen Sie doch mal die Zahlen der möglichen Verkäufe.“

„Aber das sind doch nicht alles Käufer. Und wenn einer was kauft, dann vielleicht auch nur einmal.“

„Sie müssen Zahlen haben.“

Ich rechne: 700 Kunden kaufen im Monat eine Arbeit für 200 Euro bei mir. Mir wird schwarz vor Augen.

„I make my finanzding at home“, sagt Herr N. und packt entnervt seine Zettel zusammen.

„Welchen Nutzen hat Ihr Angebot?“

„Mein Produkt kann die Phantasie anregen oder einfach nur vermitteln, daß alles viel schlimmer sein könnte als es ist.“

„Wer ist denn Ihre Konkurrenz auf dem Markt?“

„Soll ich mich mit Gerhard Richter vergleichen?“

Ein Kursteilnehmer schlägt Leonardo da Vinci vor. Ich keife ihn an, daß ich mich sicher nicht mit Toten vergleiche. Zum x-ten mal kommt nun von allen Seiten, daß Künstler erst berühmt werden, wenn sie tot sind.

„Ich will aber jetzt was von der Torte abhaben.“

„Dann müssen Sie Kompromisse machen.“

„Ich mache seit zehn Jahren nichts anderes.“

Vielleicht sollte ich mich mit Prinz Harry von England vergleichen? Der fing vor zwei Jahren mit Zeichenunterricht an und zeigt jetzt seine ersten zwei großformatigen Malereien im Aborigines-Stil. Die englischen Kritiker sind euphorisiert, und der „Observer“ schätzt die beiden Stücke auf je 21000 Euro. Ich sollte meinen Stil ändern und könnte meine Preise ein wenig nach oben schrauben. Zwar bin ich nicht hochadlig, habe aber auch rote Haare und

Sommersprossen.

Die letzten zwei Kurswochen finde ich anstrengend. Ich habe mich zu einem richtigen Rudeltier entwickelt und bin kurz davor, mich zu Tode zu recherchieren. Meine Augen sind gerötet, und obwohl ich schon seit fast zehn Jahren mit dem Studium fertig bin und mich seitdem auf freier Wildbahn bewege, überfallen mich jetzt größere existentielle Zweifel als zu Beginn des Kurses.

„Ich bin ziemlich genervt und weiß nicht, was ich noch im Internet suchen soll.“

„Ja, ja, Sie wollen nur malen.“

„Darum geht's nicht. Schon lange nicht mehr.“

„Was ist denn das Motiv für Ihre Unternehmensgründung?“

„Ich will und wollte nie etwas anderes als selbständig sein. Alles andere macht mich krank.“

Mitte November 2003 ist offizieller Gründungstermin meiner ICH-AG. Als Bildende Künstlerin. Diese staatliche Förderung ist wie ein Stipendium für mich. Im ersten Jahr erhalte ich pro Monat 600 Euro. Davon muß allerdings Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung gezahlt werden. Im zweiten Jahr verringert sich der Förderbetrag auf 360 Euro und im dritten und letzten Förderjahr sind es immerhin noch 240 Euro.

Herr B. sagt, das AG in „ICH-AG“ heißt Arbeitgeber. Ich will mir gern Arbeit geben. Eine Aktiengesellschaft kann ich immer noch gründen. Oder Affenbarbier werden, wenn alles schief läuft. Der Markt ist offen für Gründer mit tollen Ideen.