

U N T E R E I R C M h

SITZUNG

Darf ich Sie zeichnen, Monika Schwan?

In der Hofeinfahrt zur Agentur stehen beinahe mahnende Wortkombinationen an der Wand: „Schlafen. Bauen. Reden, rotieren, verzweifeln. Sortieren. Kaffee kochen, verhandeln. Pflanzen, schrauben, träumen.“ Was hat es damit auf sich?

Wir haben es nicht dahin gemalt. Aber als wir die Räume besichtigt haben, wussten wir sofort, dass es zur Kreativagentur passt.

Wenn man Sie auf einer Party nach dem Beruf fragt, was antworten Sie? In der Regel Kulturmanagerin.

Was macht ein Kulturmanager? Kultur managen. Vor allem gehört dazu: Veranstaltungsorganisa-

tion und -durchführung. Auch das Management von Non-Profit-Organisationen spielt mit hinein. Gerade die müssen wirtschaftlich effizient geführt werden. Nicht zu vergessen: Kulturmanager übernehmen oft die Arbeit von Künstler-Agenten. Die Kreativagentur berät viele kreative Branchen. Dabei soll erwähnt werden, dass die Kreativagentur von der Wirtschaftsförderung im Bezirk initiiert und über EU-Gelder und Landesmittel finanziert wird.

Kreative zeichnen sich manchmal durch eine gewisse Weltfremdheit aus. Man fühlt sich schnell genial, wenn man eine gute Idee hat; sie dann aber effizient umzusetzen, gelingt nur wenigen. Verzweifeln Sie manchmal in Ihrer Berateritätigkeit, wenn es darum geht, quasi aus Stroh Gold zu machen?

Überhaupt nicht. Ich finde im Gegenteil, dass das eine irre Fieraus-



SCHIRDEWALD

Plötzlich ist man ein Event. Monika Schwan, Projektleiterin der Kreativagentur Friedrichshain Kreuzberg, feiert Geburtstag und hat mich als Liveporträtistin eingeladen. Am selben Abend wird zudem eine Tanzperformance geboten. Das Buffet ist gut gefüllt. Nach einer halbstündigen Portrait-Performance: eine Belohnung, lang anhaltender, erfreuter Applaus.

forderung ist: schon in der Kommunikation zu vermitteln, dass schöpferische Tätigkeit durchaus mit Unternehmertum zusammengehen kann. Zwar schauen mich dann die Künstler an wie ein versiegeltes Buch, aber danach beginnen wir gemeinsam, den Code zu knacken. Man kann davon leben und manchmal sogar Gewinne erzielen. Und wie das geht, muss man ganz individuell klären.

Also: „Hilfe zur Selbsthilfe“?

In jedem Fall. Aber genau dort setzt auch die Kreativagentur mit ihren speziellen Angeboten ein. Sie ist als „Unterstützerin“ der Kreativen in Friedrichshain und Kreuzberg gedacht. Sie soll die Kreativen im Bezirk stark machen, damit sie lange im Bezirk „wirtschaften“.

Als Ihre Anfrage kam, wusste ich erst nicht, wofür „kafk“ steht.

Das ist die Abkürzung für Kreativagentur Friedrichshain Kreuzberg. Habe ich mir ausgedacht, um eine Marke zu prägen. Wobei rein assoziativ weniger „Kaff“ als „Kafka“ drinnen steckt.

Bei „Kafka“ muss ich gleich an den Roman „Der Prozess“ denken, in dem Joseph K. von einem gnadenlosen, korrupten, labyrinthischen Justizapparat verschluckt wird. Lautet die Botschaft der Kreativagentur also eher: „Ich schicke Euch da rein“ oder: „Wir holen Euch da wieder raus“?

Unsere Message ist folgende: „Ihr kommt rein, und wir gehen zusammen raus.“

Für diese herrliche Antwort male ich Ihnen einen rosaroten Hintergrund. Malen Sie mir doch lieber einen frischen Teint.

Text & Bild: Susanne Schirdewald.