

1. Jahresbericht 2020

Einleitung

kreaB engagiert sich seit 2016 für die Interessen der Kreativwirtschaft Basel und für die Vernetzung der Teilbranchen und Akteure. Das fünfte Geschäftsjahr war für kreaB äusserst turbulent. Einerseits brachte die Corona-Pandemie das kulturelle Leben über lange Monate fast zum Erliegen und stellte die Kreativwirtschaft vor grosse Herausforderungen. Andererseits stand das Jahr für kreaB ganz im Zeichen von Evaluation und Erneuerung – ein Prozess, der noch nicht abgeschlossen ist, aber schon viel Energie freigesetzt und positive Veränderungen bewirkt hat.

1.1 Evaluation und Turnaround

Nachdem kreaB in den ersten vier Jahren erfolgreich Strukturen und Formate aufgebaut hatte, hat sich der Vorstand für das fünfte Jahr zum Ziel gemacht, das Erreichte zu evaluieren und die Position und vor allem die Wirtschaftlichkeit des Verbandes zu stärken, um in naher Zukunft selbsttragend zu werden. Zu diesem Zweck wurde im Rahmen der Fördervereinbarung mit der Christoph Merian Stiftung eine Bachelor Thesis an der Hochschule für Wirtschaft Basel FHNW in Auftrag gegeben und ein erweitertes Coaching- und Begleitprogramm der Startup Academy in Angriff genommen.

Bachelorthesis

Beim Auftrag der Bachelorthesis ging es für kreaB darum, Bilanz zu ziehen und herauszufinden, wie die Mitglieder die Leistungen von kreaB einschätzen, was ihnen wichtig ist und was fehlt. Eine breit angelegte Umfrage bei kreaB-Mitgliedern und anderen Kreativschaffenden im Frühjahr 2020 schuf eine solide Datenbasis für die Neuausrichtung des Verbandes. Unter anderem konnte gezeigt werden, dass sich die Kreativwirtschaft Basel von ihrem Verband noch mehr politischen Einsatz wünscht, vor allem in Form von Medienpräsenz und Lobbying. Der Autor der Arbeit, Jérôme Lévy, hat diverse Handlungsmöglichkeiten und Vorschläge für die Umsetzung ausgearbeitet, die zur Zeit im Coaching der Startup Academy überprüft und in die Strategien für die Weiterentwicklung des Verbandes einfließen werden.

Coaching und Begleitprogramm Startup Academy

Ende Oktober startete der neuformierte Vorstand unter der Leitung des Coachs Marc Steffen in einen intensiven und inspirierenden Evaluations- und Turnaroundprozess. Marc Steffen, der über langjährige Coachingerfahrung für Führungskräfte und Start-ups verfügt, schickte den Vorstand auf eine arbeitsreiche Reise von der Überprüfung des Ist-Zustandes über die Imagination der Zukunft zum Redesign von Geschäfts- und Organisationsmodell. Einen Überblick über die bisherigen Resultate und die wichtigsten Massnahmen und Neuerungen präsentiert das beigelegte Strategiepapier.

1.2 Der Verband

Mitglieder

Der Verband hat zum Abschluss des fünften Geschäftsjahres 101 Mitglieder, 43 Firmenmitglieder, 53 Einzelmitglieder, 3 Gönnermitglieder und 2 Institutionelle Mitglieder aus sämtlichen 13 Teilbranchen der Kreativwirtschaft. Mit 13 Neumitgliedern und 17 Austritten ist der Verband gegenüber dem Vorjahr leicht geschrumpft, wobei die Austritte vorwiegend in Zusammenhang mit der finanziellen Lage im Krisenjahr zu verstehen sind. Ausserdem sind in dieser Zahl auch ehemalige Mitglieder enthalten, die schon länger ihre Beiträge nicht mehr bezahlten. Natürlich ist es eines der vorrangigen Ziele, die Mitgliederbasis im nächsten Jahr wesentlich zu vergrössern, da kreaB seine Bedeutung als Verband gerade durch seine breite Abstützung erhält.

Vorstand

Der ehrenamtliche Vorstand von kreaB startete mit einem 5-köpfigen Team ins neue Geschäftsjahr und konnte bis zur coronabedingt verzögerten GV Ende Juni ausserdem noch auf die Mitarbeit eines weiteren langjährigen Vorstandsmitglieds zählen. Bereits vor der GV wurden mit der Jahresplanung teaminterne Verwerfungen sichtbar, welche zur einer Neuformierung des Vorstandes führten, der an der GV mit grosser Mehrheit bestätigt wurde. Aufgrund einer Anfechtung der Rechtmässigkeit der Vorgänge konnte der neue Vorstand seine Arbeit erst im September aufnehmen. Seit dann teilen sich der Präsident Elias Rüedi und die Mitglieder Susanne Hartmann, André Konrad, Silvia Wolff und Noëmi Wüst die Verantwortung über die verschiedenen Ressorts und engagieren sich gemeinsam für die Repositionierung des Verbandes.

Geschäftsstelle

Die kreaB-Geschäftsstelle, die ihre Arbeit 2019 aufgenommen hat und den Vorstand in administrativen und kommunikativen Belangen entlastet, wurde auch 2020 von Ricarda Gerosa in einem 20% Pensum geführt. Während des Mutterschaftsurlaubs der Geschäftsführerin übernahm Silvia Wolff ihre Vertretung.

Kooperationen

Neben der wichtigen und langjährigen Zusammenarbeit mit der Christoph Merian Stiftung, die kreaB auch 2020 grosszügig unterstützte, konnten diverse neue Kooperationen eingefädelt werden. So führte kreaB im September einen Salon des Créateurs zum (Jahres-)Thema Nachhaltigkeit beim und zusammen mit dem Impact Hub Basel durch, wodurch die Mitglieder der beiden Communities in einen inspirierenden Kontakt kamen. Mit dem Geschäftsleitungsteam des Stellwerks tüftelt kreaB zur Zeit an Ideen, wie sich die Präsenz und Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft am Standort Basel weiter verstärken lassen – eine Zusammenarbeit mit weiter Zukunftsperspektive. Über Prof. Dr. Florian Blumer, der die Bachelor Thesis betreute, und den Coach Marc Steffen ist kreaB auch in Austausch mit der Startup Academy, die mit kreaB die Zielgruppe der kreativen Berufseinsteiger gemeinsam hat: 2021 sollen diese Synergien genutzt werden. Ins Gespräch gekommen ist kreaB ausserdem mit Kulturstadt Jetzt. Das überparteiliche Komitee unterstützt kreaB dabei, die Debatte über die Bedeutung der Kreativwirtschaft für die Stadt Basel erneut zu lancieren.

Finanzierung

Aufgrund des massiv reduzierten Jahresprogramms und der geringen Ausgaben infolge der Corona-Pandemie – weder die Tour de Création noch die Salons des Créateurs konnten stattfinden – schliesst kreaB das Geschäftsjahr 2020 mit einem kleinen Gewinn ab. Der Verein finanzierte seine Ausgaben im fünften Jahr zu fast 30% durch Mitgliederbeiträge, die übrigen Ausgaben wurden von der Unterstützung der CMS gedeckt. Die finanzielle Situation des Vereins ist damit stabil – für eine solide und längerfristige Finanzplanung ist ein Turnaround in Richtung Eigenfinanzierung aber nach wie vor unerlässlich.

1.3. Aktivitäten

Corona-Pandemie

Neben der Neuausrichtung veränderte die Corona-Pandemie die Palette der Aktivitäten des Verbandes komplett. Die Kreativwirtschaft und insbesondere der Kultur- und Veranstaltungsbereich gehören zu den von der Pandemie speziell betroffenen Branchen. Die schwierige wirtschaftliche Situation vieler Mitglieder forderte kreaB als Branchenverband und machte nicht zuletzt sichtbar, wie wichtig eine Interessensvertretung der Kreativwirtschaft ist. kreaB versuchte seine Mitglieder bestmöglich zu unterstützen, ihre Anliegen zu sammeln und in Zusammenarbeit mit anderen Verbänden an die zuständigen Behörden weiterzugeben. Bereits im März 2020 brachte kreaB ein Formular zur Erfassung der Dienstaussfälle in Umlauf und schloss damit eine Lücke: Während sich die Kulturwirtschaft schnell organisiert hatte und ihre Einbussen dokumentieren konnte, fielen kreativwirtschaftliche Zulieferer längere Zeit durch die Maschen. Durch diese Initiative kam kreaB in einen fruchtbaren und weiterführenden Austausch mit den nationalen Verbänden von Teilbranchen (SGD, sonart, t.punkt, suisseculture). Während eine Hinweis-Sammlung zu aktuellen Corona-Hilfsangeboten auf der homepage noch immer eine ständige Orientierungshilfe für Selbständige bietet, beleuchtete der Newsletter die kreativwirtschaftlichen Aspekte der Corona-Pandemie aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln.

Newsletter

Der Newsletter wurde im fünften Geschäftsjahr fünf mal an einen Verteiler von fast 1000 Adressen verschickt und hat Leistungen und Themen der Basler Kreativschaffenden sichtbar gemacht. Die Betroffenheit und der kreative Umgang mit der Pandemie prägten viele der Artikel, welche die Journalistin Samanta Siegfried für kreaB recherchiert und formuliert hat: «Was bewirkt die Coronakrise langfristig für die Arbeit der Kreativwirtschaft?», «Was kann die Kreativwirtschaft für unsere Zukunft leisten?», «Was hat es mit Systemrelevanz der Kulturbranche auf sich?», «Wie haben Lockdown und Homeoffice die kreative Arbeit geprägt?» sind nur ein paar der Fragen, die der Newsletter aufnahm. Immer wieder kamen die Kreativschaffenden selber zu Wort. Thematisch ergeben die 5 Ausgaben des Newsletter einen aufschlussreichen Überblick über das erste Jahr der Pandemie und spiegeln die allgemeine Befindlichkeit der Kreativbranche zwischen Bangen, Hoffen und kreativem Gegenentwurf. Die Newsletter können über die folgenden Links jederzeit nachgelesen werden.



Newsletter 14
8.5.2020



Newsletter 15
26.6.2020



Newsletter 16
11.9.2020



Newsletter 17
12.11.2020



Newsletter 18
10.2.2021

Social Media und Mitgliederagenda

Es ist eines der ausgemachten Ziele von kreaB, der Basler Kreativwirtschaft Sichtbarkeit zu geben. In einem Jahr, in dem die persönlichen Kontakte beschränkt und Veranstaltungen fast überhaupt nicht möglich waren, hat kreaB einen kommunikativen Fokus auf die sozialen Medien verschoben und war regelmässig mit relevanten Inhalten zu kreativwirtschaftlichen Thematiken, Hinweisen und Ausschreibungen auf Instagram, Facebook und LinkedIn präsent. In einer Adventsaktion wurden kreaB-Mitglieder vorgestellt und Beispiele ihrer Arbeit als kleine Adventsgeschenke verlost. Das Format wird in abgewandelter Form – als monatlich erscheinende Mitgliederporträts – weitergeführt. Eine weiteres neues Mitgliederangebot betrifft die Agenda auf der kreaB-Homepage. Neu können die Mitglieder mit einem kostenlosen Agendaeintrag auf ihre eigenen Kulturevents, Ausstellungen, Vorträge, Lesungen, Führungen, Seminare, Workshops und Diskussionsrunden hinweisen. Die Website wird bis Ende 2021 ein neues Wireframe erhalten, um sich den geplanten Angeboten und der neuen Struktur anzupassen.

Mitgliederapéro

Als Kompensation für die ausgefallenen Netzwerkanlässe organisierte kreaB im September einen Mitglieder-Apéro im Restaurant Schmatz. Der Abend stand ganz im Zeichen des entspannten Netzwerkers und bot ausserdem eine gute Möglichkeit, den neuformierten Vorstand kennenzulernen. Der Abend war von einer heiteren und offenen Stimmung geprägt, was die rund 20 anwesenden Mitglieder und der Vorstand sehr genossen hatten.

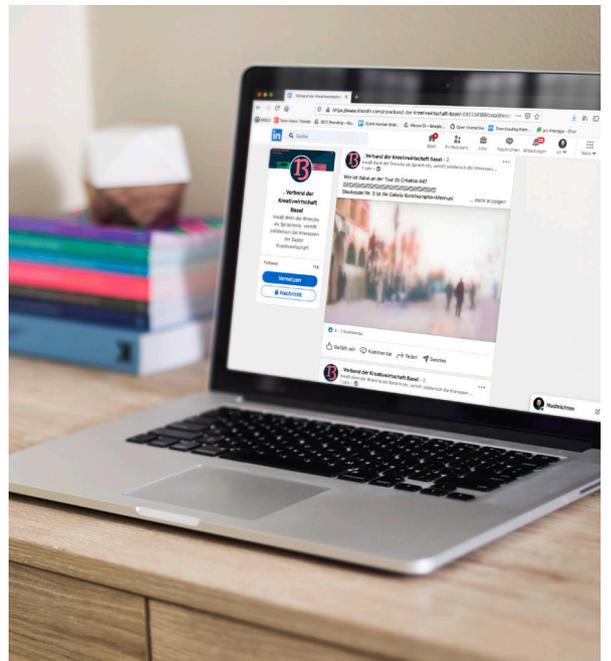
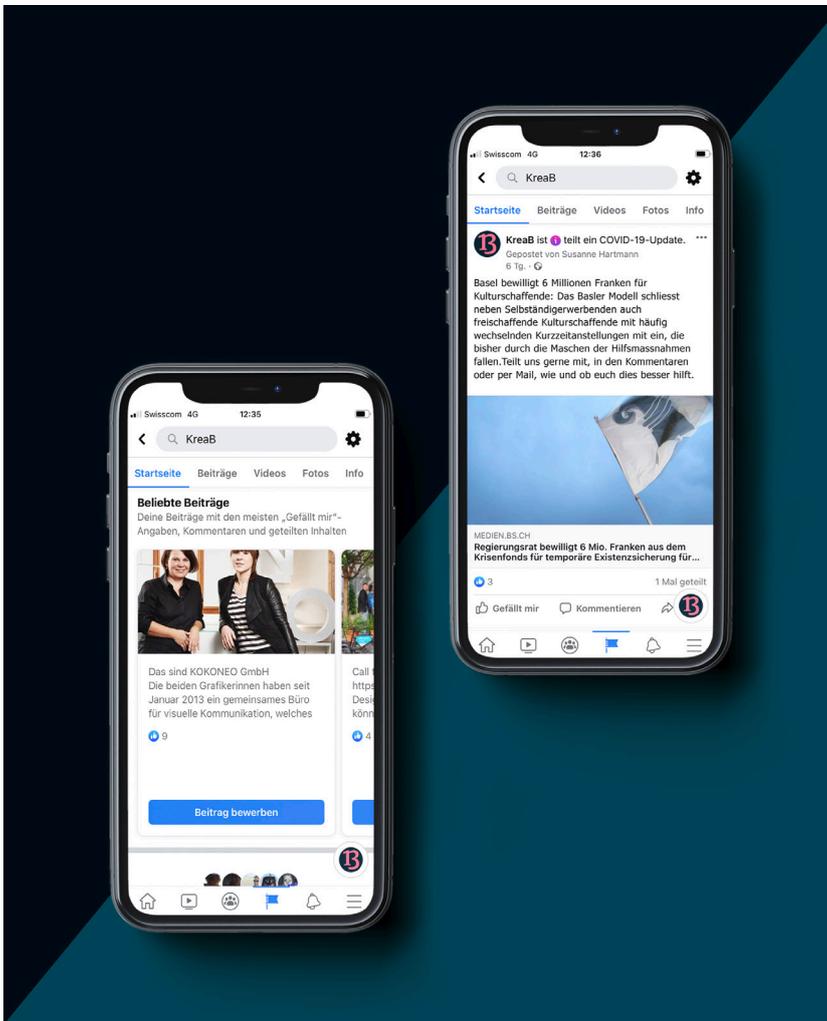
...deshalb, weil Teile der Szene der IKB kritisch bis feindlich gegenüber gestanden hätten.

Kreab: die Kreativwirtschaft vernetzen

Nächste Station: Gundeli. An der Güterstrasse 233 hinter dem Bahnhof SBB arbeitet Susanne Hartmann mit ihrer Branding-Agentur. Sie ist ein Gründungsmitglied des Verbands Kreab, der seit dem Ende der IKB die Interessen der Kreativwirtschaft in Basel bündelt. Er steht für eine Interessenvertretung in der - wenn auch nicht immer einmütigen - Szene bestehen. «Wir wollen die Kreativwirtschaft in Basel und Umgebung sichtbar machen, vernetzen sowie die Marktchancen und die Förderung stärken», sagt Susanne Hartmann. Mit ihr am Tisch sitzt Ricarda Gerosa, die seit letztem Frühling zu dreissig Prozent als Fundraising für die «Tour de Création», mit der Kreab am September-Weekend richtet die Tour jeweils den Blick auf ein Quartier. Die Akteure der Kreativwirtschaft öffnen die Türen zu ihren Ateliers. Nach einem Strassengeviert in Kleinbasel, dem Quartier am Ring, der Kleinbasler Altstadt und dem St. Johann zeigt die nächste «Tour de Création» am 10. September einen Ausschnitt des Matthäusquartiers. «Wir setzen auf Stadtteile, die in der kreativen Wahrnehmung nicht zuvorderst stehen», sagt Hartmann.

Was hat der Verband erreicht? «Wir sind auf hundert Mitglieder gewachsen», sagt Gerosa. Und nachdem bisher alle ehrenamtlich arbeiteten, ist mit ihrem Engagement ein erster Schritt gemacht, um den Verband zu professionalisieren. Nebst der jährlichen «Tour de Création» veranstaltet er alle zwei Monate den «Salon des Créateurs» an einem neuen Ort, mit neuem Thema - von der Kurzgeschichte einer Schriftstellerin über den Stammtisch zur Zukunft des digitalen Arbeitens bis hin zu einem Input über die Herausforderungen als selbstständige Modeproduzentin. Die Einladungen richten sich auch an Förderer, Interessenten und Vertreterinnen der Politik und der Verbände. Die Austausch mit der Politik funktioniert noch nicht: «Wenn wir von Luzern und den jährlichen 100 000 Franken städtischen Fördergeldern lesen - ein Traum», sagt Gerosa. «Wenn Hochparterre 10/17. Die Kreativwirtschaft mit Auftraggebern zu verbinden, war für Kreab bisher ein passendes Thema. Leider hatten wir noch keine Kapazitäten, ein passendes Forum zu entwickeln.» Kein Thema war bisher der Austausch mit der Politik. «Wir zeigen unser nächster Termin an...»

Ana Brankovic





Salons des Créateurs / Impacthub

Im Oktober fand der einzige Salon des Créateurs des Jahres zusammen mit dem FABE Circle im Impact Hub statt. Thema war die Circular Economy in der Innenarchitektur. Impact-Hub-Mitglied Kate Bottriell von ecochair stellte uns die Tätigkeit des FABE Circles vor, Thomas Keller von Bravo Ricky führte durch das Gebäude und erklärte das Konzept und die Knackpunkte beim Umbau und der Einrichtung. Claudio de Giacomi von Joulia Switzerland erklärte die Funktionsweise des wohl nachhaltigsten Duschsystems und ihren Einbau im Impact Hub. Danach gab es einen Corona-konformen Apéro mit Diskussionsrunde.

Ausblick

Wenn das 5. Geschäftsjahr die Vorarbeit für den Turnaround von kreaB geleistet und die Ziele fokussiert hat, so geht es im 6. Geschäftsjahr um die Realisierung und die Umsetzung der im Coaching entwickelten Massnahmen. Der Vorstand freut sich und hofft darauf, das Jahresprogramm mit bewährten und neuen Öffentlichkeits- und Vernetzungsanlässen durchführen zu können und die Akteur*innen aller Kreativbranchen wieder stärker in Austausch zu bringen. Neue Angebote, mutige Kommunikation, eine gestärkte Community und eine signifikante Vergrößerung der Mitgliederbasis sind die Ziele, die das Geschäftsjahr 2021 prägen sollen.



