

Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung –
Kunstuniversität Linz

Institut für Kunst und Bildung
Studienrichtung Textiles Gestalten und Bildnerische Erziehung

Siebdruck als Profession

Eine Dokumentation, Reflexion und ein Verortungsversuch der
unternehmerischen und ästhetisch-künstlerischen Praxis eines
Künstlerkollektivs an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design

Johannes Gangl

Diplomarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades
Mag.^a art.

Betreut von Univ.-Prof. Mag. art
Gilbert Bretterbauer

Approbiert am 8.3.2021

Linz, 2021

Inhaltsverzeichnis

I. Abstract	1
II. Profession Siebdruck – ein Erfahrungsbericht	2
Einführende Worte	2
„Einsvonunendlich“ – das Künstlerkollektiv	3
Konzept und Positionierung	3
Organisation und Zusammenarbeit im Kollektiv	5
Produktpolitik – Materialien, Produkte und Kosten	5
Preispolitik – Preisgestaltung und Preisstrategien	6
Verkaufspolitik – Distribution, Absatzmärkte und Kunden	6
Aufträge und Kooperationen	7
Mobilität und Transport	7
Lagerhaltung	7
Kommunikationspolitik – Promotion und Werbung	7
Analyse	8
Die SWOT-Analyse	8
Umweltanalyse (externe Analyse)	8
Unternehmensanalyse (interne Analyse)	11
Chancen und Risiken	14
III. Leitfaden für Klein(st)unternehmerInnen – Unternehmensgründung	17
Selbstständigkeit – Gründung eines Einzelunternehmens	18
Gewerbeanmeldung	18
Gewerbliche Sozialversicherung	20
Finanzamt	22
Steuern	22
Die Umsatzsteuer	22
Die Einkommensteuer	24
Zuverdienstgrenzen	29
Unternehmensgründungsprogramm des AMS für Arbeitslose	30

IV. Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design	31
„Eins von unendlich“ – eine Verortung	31
Verhältnis Kunst und Design	32
Kunst und Design seit der Antike	33
Die Erfindung des Designs	36
Form ≠ Funktionalität	37
Zeitgenössische Designentwicklungen	38
Die Beziehung zeitgenössischer Kunst- und Designpositionen	40
Werkbetrachtung und -analyse	48
Von der Ideenfindung zur ästhetisch-künstlerischen Praxis	48
Die Bild- und Formensprache	49
Eigene Arbeiten	50
V. Resümee	69
VI. Danksagung	72
VII. Literaturverzeichnis	73
Internetquellen	74
VIII. Abbildungsverzeichnis	75

Siebdruck als Profession

Eine Dokumentation, Reflexion und ein Verortungsversuch der unternehmerischen und ästhetisch-künstlerischen Praxis eines Künstlerkollektivs an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design

I. Abstract

Da ich mich in den letzten sechs Jahren vorwiegend dem Siebdruckverfahren und den Möglichkeiten, die diese Drucktechnik bietet, künstlerisch und gestalterisch gewidmet habe, war es für mich naheliegend und sinnstiftend, die Diplomarbeit dahingehend zu konzipieren. Einzig die inhaltliche Eingrenzung bedurfte einer umfassenderen Reflexion. In diesem Prozess der Themenfindung und -verortung wurde mir bewusst, dass meine Erfahrungen, die ich durch die Gründung des Künstlerkollektivs „Einsvonunendlich“ und eines Kleinstunternehmens (Siebdruckgewerbe) sowie durch die ästhetisch-künstlerische Praxis im Zusammenhang mit der Siebdrucktechnik gesammelt habe, Relevanz für eine schriftliche Aufbereitung und Auseinandersetzung haben – einerseits für mich selbst, um meine persönlichen Erfahrungen zu reflektieren, zu analysieren und eine Weiterentwicklung und Professionalisierung zu ermöglichen, andererseits für Studierende, die mit dem Gedanken spielen, sich selbstständig zu machen und ein Gewerbe zu gründen.

Daher wurde der Entschluss gefasst, den Fokus der schriftlichen Diplomarbeit verstärkt auch auf die unternehmerischen Belange zu richten. Aufgrund dieser Vor- und Herangehensweise beinhaltet diese schriftliche Auseinandersetzung unter anderem einen Erfahrungsbericht (Reflexion) sowie eine umfangreiche Analyse in Bezug auf die unternehmerische Praxis des Künstlerkollektivs „Einsvonunendlich“. Im Folgenden dient ein Leitfaden für die Gründung eines Kleinstunternehmens (Gewerbe) und den damit verbundenen An- und Herausforderungen als Hilfestellung für Personen, insbesondere Studierende, die beabsichtigen sich beruflich selbstständig zu machen.

Ein weiterer Schwerpunkt dieser Niederschrift ist auf die Verortung ästhetischer Arbeiten an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design gelegt. Darauf eingehend wird das Verhältnis von Kunst und Design aus kunst- und kulturhistorischer Perspektive näher beleuchtet. Eine Werkbetrachtung und -analyse meiner gestalterisch-künstlerischen Arbeiten thematisiert und dokumentiert die praktische Auseinandersetzung. Ein Resümee, als Reflexion und Zusammenführung der einzelnen Thematiken, rundet die Diplomarbeit ab.

II. Profession Siebdruck – ein Erfahrungsbericht

Einführende Worte

Die folgende Verschriftlichung verfolgt die Intention, Einblicke in die Entstehungsgeschichte, das Konzept, die Positionierung und Ausrichtung, sowie die unternehmerische Praxis des Künstlerkollektivs „Einsvonunendlich“ zu gewähren und so gut wie möglich nachvollziehbar zu machen. Ein Erfahrungsbericht bietet zudem die Möglichkeit zur Reflexion und Analyse und dient als Hilfestellung, um Verbesserung und Weiterentwicklung in den unterschiedlichen Bereichen zu gewährleisten. Ziel ist es unter anderem zu erkennen, ob und inwieweit das vorhandene Potenzial genutzt wird bzw. wurde und welche wesentlichen Entwicklungsschritte gesetzt werden sollten. Infolgedessen ist auch eine umfangreiche Analyse der unternehmerischen Tätigkeit, angelehnt an die sogenannte SWOT-Analyse, eine relevante Komponente dieser Niederschrift.

Zuallererst möchte ich jedoch kurz auf meinen Zugang zum Siebdruck als Technik und künstlerisches Ausdrucksmittel eingehen. Bereits als Jugendlicher habe ich mithilfe von Permanentmarker und Textilstiften T-Shirts grafisch gestaltet. Damals waren mir die unterschiedlichen Druckmethoden und -möglichkeiten nicht bekannt – im Vordergrund stand für mich lediglich die individuelle Gestaltung der Kleidungsstücke. Erst im Zuge meines Studiums lernte ich die Siebdrucktechnik und die damit verbundenen ästhetischen Ausdrucksmöglichkeiten kennen. Im Nachhinein betrachtet, ist es somit nicht verwunderlich, dass ich in meiner ersten Siebdrucklehrveranstaltung 2008 T-Shirts bedruckte.

Im Laufe des Studiums absolvierte ich drei weitere Siebdrucklehrveranstaltungen und konnte somit meine Kenntnisse und meinen Erfahrungsschatz im Umgang mit der vielseitigen Drucktechnik erweitern und vertiefen. Es entstanden einerseits Arbeiten mit Leersieben, die mir einen experimentellen Zugang zur Technik ermöglichten und sich mit Form-, Farb- sowie Strukturgestaltungen auseinandersetzten, andererseits fotobasierte, sowie auf Grundlage von Zeichnungen und Malereien entwickelte Siebdrucke. Abgesehen von den rein ästhetisch-künstlerischen Arbeiten war es mir weiterhin ein Anliegen, T-Shirts mit eigenen Motiven zu gestalten.

Ein Kommilitone hatte bereits jahrelange Erfahrung im Siebdruck und nützte diese auch hauptsächlich für die Gestaltung von T-Shirts, welche er bereits bei diversen Kunst- und Designmärkten zum Verkauf anbot. Es war offensichtlich, dass dies auch für mich eine geeignete Zuverdienstmöglichkeit sein könnte und so beschloss ich kurzerhand es zu versuchen. Im Herbst 2014 entstand meine erste Auflage selbst gedruckter T-Shirts für den Verkauf. Zeitgleich ergab sich überraschend die Möglichkeit, in der textilen Siebdruckwerkstatt als Studienassistent (Tutor) zu arbeiten. So erhielt ich umfassenden Einblick in die anfallenden Aufgaben und konnte mir entsprechendes Know-how aneignen. Dazu zählen einerseits technische Arbeitsabläufe wie z.B. eine fachgerechte Benützung der

vorhandenen Materialien und Maschinen und andererseits der Erfahrungsschatz und die Wissenserweiterung durch Projekte und Aufträge in den nachfolgenden Jahren.

Diese Tätigkeit eröffnete mir auch die Option Siebdruckworkshops in Schulen und diversen Institutionen wie dem ISK (Institut für soziale Kompetenz), MKH (Medienkulturhaus Wels) und Museum Angerlehner (Privatmuseum für zeitgenössische Kunst) anzubieten und somit die Siebdrucktechnik auch weiterzuvermitteln.

„Einsvonunendlich“ – das Künstlerkollektiv

Bald konnte ich feststellen, dass der Verkauf von selbstbedruckten Textilien durchaus profitabel sein konnte. Wir hatten uns meist zu dritt einen Stand als Aussteller geteilt und konnten somit die Grundkosten gering halten. Beim Standaufbau und -design improvisierten wir – ich hatte zwar mehrmals skizzenhaft Pläne gezeichnet, da wir vorab Informationen bezüglich des Standortes und der Standgröße erhalten hatten, diese wurden jedoch meist verworfen bzw. den Umständen vor Ort spontan angepasst. Zur Verfügung hatten wir anfangs zwei, drei Kleiderstangen sowie einen dreiteiligen Paravent (Holzrahmen mit Gitter bespannt). Es ist daher wenig verwunderlich, dass das Standdesign meist einer provisorisch anmutenden Raumgestaltung glich. Anhand dieser Beschreibung wird deutlich, dass der Fokus mehr auf die Produktion der Arbeiten als auf ihre Präsentation ausgerichtet war.

Ein wichtiger und wesentlicher Schritt war vor allem die Gründung eines Künstlerkollektivs – „Einsvonunendlich“ wurde im Mai 2016 aus der Taufe gehoben. Das Kollektiv besteht seither offiziell aus vier Mitgliedern, wobei davon momentan zwei, inklusive mir, aktiv unter diesem Namen arbeiten.

Konzept und Positionierung

Der offizielle Zusammenschluss als Künstlerkollektiv basierte auf unterschiedlichen Beweggründen und Überlegungen, worauf ich im Folgenden näher eingehen werde. Ein wesentlicher Antrieb eine Künstlervereinigung zu gründen, waren vor allem die Bündelung unserer Kräfte und die Dringlichkeit einer klaren gemeinsamen Positionierung (im Kunst- und Designmarkt-setting). Als Fundament dafür verfassten wir ein Konzept, welches die konkreten Vorstellungen, Ansprüche und Ideen, sprich unsere Philosophie, skizziert und transportiert:

„Einsvonunendlich ist ein Künstlerkollektiv aus Linz mit Fokus auf Anfertigung von tragbarer Kunst. In Zeiten von Massenware und Billigproduktion legen wir besonders Wert auf die Verwendung qualitativ hochwertiger und ökologisch nachhaltiger Kleidung. Die Siebdrucktechnik ermöglicht uns die serielle Herstellung von Einzelstücken. Als Wiedererkennungsmerkmal werden die Unikate mit der Zeichenkombination 1 / ∞ (eins von unendlich) und der jeweiligen Unterschrift des Künstlers versehen.“

Ein zentrales Merkmal unserer Philosophie besteht somit in der seriellen Herstellung von Einzelstücken bzw. Unikaten. Dies bedeutet, dass jeder einzelne Druck nach Augenmaß eingerichtet und per Handarbeit, ohne maschinelle Hilfe, gefertigt wird. Dahinter steht die bewusste Entscheidung, einen alternativen Weg zu vorherrschenden Marktmechanismen, welche unter anderem Billig- und Massenproduktion bedingen und präferieren, zu wählen. Ein charakteristischer Vorteil dieser Herangehensweise ist die Möglichkeit, gezielter auf die Anliegen, Ansprüche sowie die individuellen Vorstellungen von Kunden eingehen zu können. Eine weitere gewichtige Rolle spielt die Qualität und Nachhaltigkeit unserer Produkte. Dies bedeutet, dass beim Wareneinkauf besonders Wert auf qualitativ hochwertige und ökologisch nachhaltige Kleidung gelegt wird – entsprechende Gütesiegel für die Materialqualität und faire Produktionsbedingungen (soziale Standards) sollen dies gewährleisten. Darüber hinaus werden die Unikate mit der Zeichenkombination $1 / \infty$ (eins von unendlich) und der jeweiligen Unterschrift des Künstlers versehen.

Die Namensgebung „Einsvonunendlich“ erschließt sich aus dem Kunstkontext und bezieht sich auf die sogenannte Druckauflage. In der Fotografie und Druckgrafik ist es üblich eine Auflage zu limitieren – jeder einzelne Druck bzw. Abzug, der im Laufe des Produktionsprozesses entsteht, gilt als eigenständiges Kunstwerk und ist Teil dieser Auflage. Die Gesamtzahl der Einzelexemplare wird dabei als „Auflage“ bezeichnet. Um eine Übersicht zu erhalten wird die Gesamtauflage in Form eines Bruchs durchnummeriert. Dies soll dazu dienen, die exakte Position des jeweiligen Exemplars in der Gesamtproduktion angeben zu können. Absicht dieser Reglementierung ist sowohl der Schutz des Künstlers als auch des Sammlers vor unbefugter Vervielfältigung des jeweiligen Objekts oder Kunstdrucks. Die Idee hinter $1 / \infty$ (eins von unendlich) ist es, auf dieses Konstrukt des Kunstmarktes Bezug zu nehmen, indem von der Annahme ausgegangen wird, dass es theoretisch unendlich viele Einzelstücke gibt und das jeweilige Exemplar eines davon ist. Bei der Druckgrafik weist eine höhere Zahl einer bestimmten Auflage z.B. 80/100 auch auf eine schlechtere Druckqualität hin. Das kann bei $1 / \infty$ nicht passieren, da jeder Druck ein Unikat ist.

Die Entscheidung die Stückzahl nicht einzugrenzen entstammt der Intention, dass jede beliebige Person die Möglichkeit haben sollte, ein Unikat des jeweiligen Motivs erstehen zu können. Dahinter steht die stringente Absicht, weder ein- noch ausgrenzen zu wollen. Klar ersichtlich wird, dass dieses Konzept an der Schnittstelle der vorherrschenden Kategorien bzw. Disziplinen Kunst, Kunsthandwerk und Design ausgerichtet ist. Wir sind prinzipiell der Auffassung, dass eine strikte, dogmatische Einteilung in Einzelkategorien heutzutage oftmals überholt ist und nicht unserer praktischen und gestalterisch-künstlerischen Auseinandersetzung (ästhetischen Praxis) entspricht und Stand hält. Eingehender wird dies im Kapitel „Schnittstelle Kunst/Kunsthandwerk/Design“ thematisiert.

Organisation und Zusammenarbeit im Kollektiv

Da alle im Kollektiv gleichberechtigte Mitglieder sind, steht es jedem frei, sich entsprechend einzubringen. Jeder Einzelne hat ein eigenständiges Gewerbe und die damit einhergehenden Aufgaben sind selbst zu bewältigen. Gibt es Vorbereitungen für eine Messe zu treffen oder Aufgaben, die im Kollektiv zu bewerkstelligen sind, spricht man sich dahingehend ab. Dies können eine Projektumsetzung, die Anmeldung für einen Designmarkt, die Lagerung von Materialien, die Entwicklung und Umsetzung eines Standdesigns, der Aufbau eines Messestandes oder auch gemeinnützige Investitionen sein, die getätigt werden müssen. Der Einkauf von Textilwaren, genauso wie das Bedrucken dieser mit den eigenen Motiven ist, mit Ausnahmen, jedoch prinzipiell Aufgabe von jedem einzelnen.

Von den positiven Faktoren abgesehen ist hier zu erwähnen, dass sich uns auch Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit eröffneten. Individuelle und unterschiedliche Vorstellungen, Meinungen und Ansprüche, Präferenzen, Arbeits- und Herangehensweisen haben im Laufe der Zeit dazu angeregt, die Art und Weise der Zusammenarbeit zu verbessern und neue Wege und Entwicklungsschritte anzudenken und umzusetzen. Gerade wenn es zum Beispiel um Gestaltungsaufgaben geht, differenzieren Geschmäcker und Vorlieben. Diese Diversität schafft vor allem die Möglichkeit, andere Zugänge zu erfahren und voneinander zu lernen, die eigene Position zu hinterfragen oder entsprechend dafür einzustehen und zu argumentieren. Kommunikation ist hier das Schlüsselwort - Probleme und Schwierigkeiten entstammen daher wie so oft Missverständnissen.

Produktpolitik – Materialien, Produkte und Kosten

Eine eigene Siebdruckwerkstatt mit entsprechenden Maschinen, Gerätschaften und benötigten Utensilien einzurichten ist prinzipiell eher eine kostspielige Angelegenheit. Natürlich ist es auch in diesem Bereich eine Frage dessen, wie professionell und dementsprechend teurer die Ausstattung sein soll. Daher war es ein großes Plus, dass wir die Siebdruckwerkstatt an der Kunstuniversität nutzen konnten. Somit mussten wir nur bestimmte, spezielle Siebdruckfarben oder Materialien dazukaufen, wenn diese benötigt wurden. Diese können online über entsprechende Fachartikelhersteller als auch vor Ort im ausgewählten Kunstfachhandel erworben werden. Die Textilien für die Weiterverarbeitung werden von uns im Textil-Großhandel bestellt – Voraussetzung dafür ist eine Umsatzidentifikationsnummer, welche man als Gewerbetreibender beantragen kann. Die Preisspanne für ein qualitativ hochwertiges, zertifiziertes T-Shirt bewegt sich zwischen vier und acht Euro und ist markenabhängig. Unser Sortiment umfasst T-Shirts, Pullover, Hoodies, Kleider, Taschen, Sportbeutel und Rucksäcke.

Ein finanzieller Mehraufwand ist vor allem in Zusammenhang mit Messeauftritten verbunden. Die Gebühren für einen Standplatz (Standgebühr) sind im Allgemeinen hochpreisig und bewegen sich zwischen 15,- und 50,- Euro brutto pro Quadratmeter und Tag. Hinzu kommen anfallende Materialkosten (z.B. Standdesign), die Kosten für die Beschaffung der Textilwaren sowie eventuelle Reise- und Übernachtungskosten.

Im Laufe der letzten vier Jahre wurden außerdem für die Präsentation unserer Arbeiten diverse Gegenstände wie Malertische, ein Pavillon, eine Umkleidekabine, Kartons und Holzstangen für ein Standdesign, Leuchten, Kleiderbügel, Kleiderstangen, Planen und diverse andere Utensilien gekauft.

Preispolitik – Preisgestaltung und Preisstrategien

Der Verkauf unserer Arbeiten findet vorwiegend bei diversen Kunst- und Designmärkten sowie Festivals statt. Ausgehend von den genannten Fixkosten und dem Arbeitsaufwand sowie der „Konkurrenz“ vor Ort werden die Preise für die Verkaufsartikel in Absprache mit den Kollegen gewählt – dass sich ein Preisnachlass bzw. Rabatt positiv auf die Verkaufszahlen auswirkt, ist selbsterklärend. Es ist jedoch auch festzuhalten, dass Produkte/Arbeiten, die zu einem Niedrigpreis angeboten werden, den Anschein erwecken können, auch dementsprechend weniger wert zu sein und somit für manche Kunden nicht attraktiv sind, um erworben zu werden. In dieser Hinsicht spielt es auch immer eine Rolle, wo und wie die Produkte/Arbeiten angeboten werden – sprich der Veranstaltungsort und die Präsentationsform. Es macht einen Unterschied, ob man einen Verkaufsstand bzw. Pavillon auf einem Festival hat, wo sich hauptsächlich Jugendliche und Junggebliebene einfinden oder die Waren auf einem Kunst- und Designmarkt zum Verkauf angeboten werden. Einerseits weil die Standgebühren sehr unterschiedlich gestaltet sind, andererseits weil auch darauf zu achten ist, ob die Produktpreise für die jeweilige Klientel erschwinglich sind. Dies bedeutet, dass ein und dasselbe Produkt auch im Preis variieren kann, abhängig von der jeweiligen Veranstaltung.

Verkaufspolitik – Distribution, Absatzmärkte und Kunden

Absatzmärkte für unsere Produkte/Arbeiten sind, wie bereits erwähnt, hauptsächlich Märkte, Messen und Festivals, wo wir vor Ort einen Stand haben. Davon abgesehen betreiben wir eine Internetseite (www.facebook.com/einsvonunendlich), über die wir unsere Produkte/Arbeiten anbieten und vertreiben. Kundinnen und Kunden können hier auch individuelle Bestellungen anfragen und in Auftrag geben. Das Betreiben eines Internetshops wurde bereits angedacht, jedoch noch nicht in die Tat umgesetzt. Dies ist vor allem darin begründet, dass entsprechend Mehrkosten anfallen würden und sich bis dato die Frage stellt, ob dies rentabel ist. Über einen Zeitraum von mehreren Monaten haben wir auch ausgewählte Produkte/Arbeiten in einem Linzer Geschäft ('s Fachl – der Kreativ-Design- Schmanklershop) angeboten. Da sich dies jedoch nicht als lukrative Einnahmequelle erwiesen hat, wurde diese Kooperation unsererseits beendet.

Aufträge und Kooperationen

Aufträge von Kundinnen und Kunden, die an uns herantreten, werden vom jeweiligen Mitglied des Künstlerkollektivs individuell bearbeitet und umgesetzt. Zu unserem Kundenstock gehören Firmen, Institutionen, Vereine, Musiker, Künstlerinnen und Künstler sowie Einzelpersonen. Abhängig von der Projektgröße, dem Arbeitsaufwand und dem Zeitdruck hilft man sich bei Bedarf gegenseitig bei der Umsetzung. Individuelle und spezifische Anfragen sowie Wünsche der AuftraggeberInnen haben dazu geführt, die eigenen Fertigkeiten weiterzuentwickeln und das Know-how in Bezug auf die Siebdrucktechnik zu erweitern.

Mobilität und Transport

Da wir die letzten Jahre nicht auf ein eigenes Auto zurückgreifen konnten, gestaltete sich der Transport unserer Waren und Materialien häufig kompliziert. Des Öfteren waren wir darauf angewiesen, jemanden aus dem Freundes- oder Familienkreis um Hilfe zu bitten. Teilweise reisten wir mit Busunternehmen oder mit dem Zug zu den Kunst- und Designmärkten an.

Mittlerweile verfügt mein Kollege über ein Auto. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit an Märkten in anderen Städten bzw. größeren Entfernungen teilzunehmen. Somit ist auch klar ersichtlich, welche essentielle Rolle die Mobilität und der Transport für unternehmerisches Handeln spielen.

Lagerhaltung

Während jeder die selbstbedruckten Textilien bei sich zuhause bzw. im Atelier verwahrt, werden Materialien und Anschaffungen, die der Allgemeinheit dienen, je nach Platz- und Raumkapazität aufgeteilt, untergebracht und gelagert. Ein Teil der Rohware befindet sich darüber hinaus in den „Produktionsstätten“, der Siebdruckwerkstatt, sowie mittlerweile in den jeweiligen Ateliers.

Kommunikationspolitik – Promotion und Werbung

Wie erwähnt, betreiben wir eine Facebook-Seite (www.facebook.com/einsvonunendlich), die mittlerweile über 500 Personen abonniert haben. Seit der Gründung 2016 dient uns diese als Vermarktungsplattform in den sogenannten „sozialen Medien“. Dies hat, wie erhofft, auch dazu geführt, dass Personen auf uns aufmerksam geworden sind und Arbeiten bestellt bzw. in Auftrag gegeben haben. Nichts desto trotz muss angemerkt werden, dass wir über die Jahre gesehen vergleichsweise wenig Einträge auf der Seite publiziert haben. Ab und an wurden Fotos von Produktneuheiten oder Beiträge, die in Zusammenhang mit „Einsvonunendlich“ stehen, gepostet. Im Vergleich zu anderen Anbietern oder Unternehmen ist es offensichtlich, dass unsere Produktfotos vorwiegend nicht professionell sind bzw. waren.

Analyse

Wesentlicher Bestandteil dieser Niederschrift ist eine Reflexion der gestalterisch-künstlerischen sowie vordergründig der unternehmerischen Praxis. Untersucht wird dabei, wo die Stärken und Schwächen liegen, welcher Verbesserungen es in den unterschiedlichen Bereichen bedarf, welche Chancen, Möglichkeiten und Herausforderungen wahrgenommen werden sollten, welche Risiken damit einhergehen und welche Entwicklungsschritte zukünftig gesetzt werden sollten. Hierfür wurde eine Online-Umfrage angedacht, um Erkenntnisse von unabhängigen Sichtweisen Außenstehender gewinnen zu können. Diese Vorgehensweise ist vor allem dann sinnstiftend, wenn davon ausgegangen werden kann, dass die Partizipation zahlreich ist und somit ein repräsentatives Ergebnis für die Auswertung vorliegt. Eine derartige Umfrage ist nur dann sinnvoll und repräsentativ, wenn die teilnehmenden Personen zugleich Kundinnen und Kunden sind, welche mit den angebotenen Produkten/Arbeiten bereits vertraut sind. Unser Kundenstock ist jedoch bis dato relativ überschaubar – „Einsvonunendlich“ hat auf Facebook insgesamt knapp über 500 Abonnentinnen und Abonnenten (Stand Jänner 2021). Aufgrund der Annahme, dass vorwiegend Freunde und Verwandte sich die Mühe machen, diese Möglichkeit wahrnehmen, wurde der Entschluss gefasst, darauf zu verzichten. Stattdessen soll eine umfassende Reflexion und Analyse innerhalb des Künstlerkollektivs als entsprechender Ersatz dienen und Aufschlüsse liefern.

Die SWOT-Analyse

Ein bewährtes unternehmerisches Instrumentarium um eine Analyse durchzuführen, ist die sogenannte SWOT-Analyse. Diese wurde in den 1960er Jahren an der Harvard Business School zur Anwendung von Unternehmen entwickelt. Dabei werden Stärken (Strength), Schwächen (Weakness), Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) versucht zu identifizieren, gegenübergestellt und im Folgenden Schlüsse daraus gezogen. Diese Vorgehensweise soll dazu dienen, die unternehmerische Position zu bestimmen und Strategien für deren Ausrichtung entwickeln zu können. Das Hauptaugenmerk ist darauf gerichtet Chancen, Risiken und Gefahren zu erkennen und sich Stärken und Schwächen bewusst zu machen. In Anlehnung an dieses Modell wurde versucht, diese Faktoren zu untersuchen und zu evaluieren.

Umweltanalyse (externe Analyse)

In einem ersten Schritt wird eine sogenannte externe Analyse durchgeführt. Das Hauptaugenmerk wird dabei auf die Rahmenbedingungen des Unternehmens gelegt. Im Fokus stehen dabei aktuelle Trends, die gegebenenfalls für den Markt relevant sein können, die Konkurrenzsituation sowie die Kunden und Absatzmärkte.

Trends

Trends spielen gerade im Modebereich eine tragende Rolle. In diesem Zusammenhang muss jedoch zwischen Trend und Mode (Modewellen) bzw. Hype differenziert werden. Modewellen bzw. ein Hype sind oft sehr kurzlebig und saisonal ausgerichtet. Trends hingegen entwickeln sich prinzipiell über einen längeren Zeitraum. Die jeweiligen Trends oder Modewellen werden in erster Linie von bekannten und angesagten Modehäusern bzw. -Labels, Jugend- und Subkulturen und heutzutage auch von sogenannten Influencern und Bloggern im Internet ausgelöst und bestimmt. Marktführende Unternehmen (z.B. Zara, H&M, etc.) greifen neue Trends oder Hypes auf und gestalten ihre Produkte nach deren Vorbild. MitbewerberInnen agieren wiederum zu einem Großteil nach demselben Prinzip, mit dem Unterschied, dass das Vorbild nun das Konkurrenzprodukt darstellt. Es ist offensichtlich, dass marktführende Unternehmen großen Einfluss auf die gesamte Branche haben. Diese Vorgehensweise verdeutlicht auch, wie aus einem Trend innerhalb von kurzer Zeit ein Mainstreamprodukt entstehen kann. Das Selbstverständnis von „Einsvonunendlich“ zielt jedoch nicht darauf ab als Modelabel wahrgenommen zu werden und obliegt somit auch keinen Trends oder Modeerscheinungen. Die eingekaufte Rohware kann mitunter einen modischen Schnitt aufweisen, die entworfenen Motive für den Siebdruck beabsichtigen prinzipiell jedoch nicht, mit aktuellen Trends oder Entwicklungen der Modebranche einherzugehen. Ganz im Gegenteil verfolgt man die Bestrebung, sich davon abzugrenzen, abzuheben und eigene Maßstäbe zu setzen, indem individuellen Ideen, die nicht an den Markt gebunden sind, Freiraum geschenkt werden – sei dies die Motiv- und oder Farbwahl sowie die Art und Weise diese auf das Textil zu übertragen.

Nachhaltigkeit

Ein zu beobachtender andauernder Trend ist die vermehrte Fokussierung auf die Herstellung von nachhaltigen Produkten. Vor allem in Österreich kann dies verstärkt seit rund 10 Jahren wahrgenommen werden. In der Textilbranche wird mittlerweile immer öfter auf biologische und vor allem fair produzierte Ware gesetzt. Inwieweit tatsächlich soziale Standards eingehalten werden und die Ware umweltschonend produziert wird, ist jedoch kaum nachvollziehbar.

Entsprechend unserer Philosophie und unserem Selbstverständnis als Künstlerkollektiv ist uns Nachhaltigkeit ein wichtiges Anliegen. Als Aussteller bei Kunst- und Designmärkten wird von den Kundinnen und Kunden erwartet, dass man fair hergestellte Textilien zum Verkauf anbietet. Davon abgesehen ist das Siebdruckverfahren für seine Farbbrillanz, Waschbeständigkeit und Langlebigkeit bekannt und somit das am besten geeignete Druckverfahren auf Textilien.

Individualität und Unikat

Ein weiterer wesentlicher Punkt in unserem Konzept ist die Art und Weise der Veredelung der Rohware. Signifikant ist dabei vor allem die Verarbeitung zu Einzelstücken mittels Augenmaß und Handarbeit. Diese Vorgehensweise stellt auch ein charakteristisches Alleinstellungsmerkmal dar und sollte daher in der Präsentation unserer Arbeiten noch mehr hervorgehoben werden. Die einzelnen Werke werden mit der Unterschrift des jeweiligen Künstlers, mittels Siebdruck auf der Rückseite des Textils, signiert und verweisen somit auf die jeweilige Autorenschaft.

Marktanalyse

Absatzmärkte für unsere Arbeiten sind bis dato Kunst- und Designmärkte, Festivals, der Vertrieb über unsere Facebook-Seite sowie individuelle Anfragen von Kundinnen und Kunden. Dadurch, dass wir in Zukunft verstärkt auf Automobilität zurückgreifen können, werden neue Märkte leichter erreichbar und wir können flexibler agieren. Wichtige Entwicklungsschritte werden darüber hinaus ein eigener Onlineshop und Kooperationen mit neuen Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern sein. Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit bereits bestehende Onlineplattformen zu nutzen.

Konkurrenz

Durch die maschinelle Zuhilfenahme (z.B. Siebdruckkarussell) für die Anfertigung von Siebdruckerzeugnissen können MitbewerberInnen größere Stückzahlen innerhalb eines Zeitraumes produzieren. Dies bedeutet, dass die Produkte aufgrund der Zeitersparnis kostengünstiger hergestellt werden und somit theoretisch im Verkauf auch dementsprechend niedrigpreisiger angeboten werden können bzw. könnten. Angesichts dieses Sachverhalts haben wir je nach Bedarfssituation Preisangleichungen vorgenommen, um konkurrenzfähig agieren zu können. Ob diese Vorgehensweise tatsächlich in Bezug auf die Verkaufszahlen einen Unterschied macht und gewinnbringend ist, muss jedoch evaluiert werden. Es drängt sich die Frage auf, ob durch eine aussagekräftige Präsentation, die darauf abzielt, den Konsumentinnen und Konsumenten über unsere Arbeitsweise entsprechend zu informieren, ein Verständnis für eine höhere Bepreisung erreicht werden kann. Davon abgesehen gibt es MitbewerberInnen, die ihre Rohware von einer externen Firma bedrucken lassen und sich darauf beschränken, eigene Motive und Designs zu kreieren. Weitere Konkurrentinnen und Konkurrenten vermarkten ausschließlich ein entworfenes Konzept mithilfe von einem Schriftzug, Logo, Zeichen oder Symbol – im Vordergrund steht hierbei die Präsentation und die Vermittlung des Konzepts. Ein Wettbewerbsvorteil für einige MitbewerberInnen ist sicherlich die Verwendung eines Cashless-Gerätes. Mittlerweile gibt es auch Apps für Mobiltelefone mithilfe deren man Zahlungen abwickeln kann. Diese Möglichkeiten sollten auch in Zukunft angedacht werden.

Unternehmensanalyse (interne Analyse)

Infolge der Dokumentation, Reflexion und Analyse haben sich Stärken und Schwachstellen unserer unternehmerischen Bemühungen und Herangehensweisen herauskristallisiert. Im Allgemeinen kann festgehalten werden, dass die Stärken unseres Kollektivs verstärkt in der ästhetisch-künstlerischen Praxis, der Motivgestaltung und der technischen und experimentellen Ausführung der Siebdrucktechnik zu verorten sind, während hingegen in unternehmerischen Belangen Schwachstellen offensichtlich geworden sind. Im Folgenden werden die einzelnen Punkte thematisiert.

Stärken

Individualität und Einzigartigkeit

Wesentlicher Bestandteil des Konzepts von „Einsvonunendlich“ ist, wie bereits erwähnt, die Herstellung von Einzelstücken. Die Fertigung von Unikaten durch Augenmaß, Handarbeit und durch die individuelle Farbgestaltung der Siebdrucke ist ein Alleinstellungsmerkmal, das in der Präsentation unserer Arbeiten in Zukunft verstärkt hervorgehoben werden sollte.

Nachhaltigkeit

Der Trend, nachhaltige Produkte anzubieten, ist ungebrochen. Es gilt daher unserer Philosophie entsprechend weiterhin auf ökologisch nachhaltige und fair produzierte Waren im Einkauf zu setzen und unsere Produktpalette dahingehend noch zu erweitern.

Motivgestaltung und Produktqualität

Es ist erfreulich, feststellen zu können, dass wir regelmäßig positives Feedback von Kundinnen und Kunden in Bezug auf unsere Motivgestaltungen erhalten. Einerseits was die Langlebigkeit und Farbbrillanz unserer Siebdrucke betrifft, andererseits, dass Kundinnen und Kunden selbst auf die Motive von anderen Personen, im positiven Sinn, angesprochen werden. Dies bestärkt uns natürlich auch in der Fortsetzung unserer Arbeit und der anstehenden Professionalisierung.

Künstlerische Ausbildung und bildnerische Kompetenz

Das Kunststudium ist sicherlich ein Vorteil in Bezug auf gestalterische und künstlerische Kompetenzen gegenüber Konkurrenten. Die künstlerische Ausbildung befähigt uns in der ästhetisch-künstlerischen Praxis neue Zugänge anzudenken und auszuloten. Dies ist gerade in Hinblick auf die Entwicklung von Motiven von Bedeutung.

Zusammenarbeit im Kollektiv

Einen Vorteil gegenüber vielen Mitbewerbern sehe ich in der gegebenen Möglichkeit der Zusammenarbeit im Kollektiv. Aufgaben können geteilt und oder gemeinsam bewerkstelligt werden und sind somit eine Entlastung des Einzelnen. Entscheidungen und

Vorgehensweisen können abgesprochen werden und man ist daher nicht auf sich alleine gestellt.

Kundenservice

Da wir uns der individuellen Gestaltung von Bekleidung verschrieben haben, ist es uns ein wichtiges Anliegen auf Kundenanfragen eingehen zu können. Wir sind um eine rasche Beantwortung von Anfragen sowie um eine kundenorientierte Umsetzung von Aufträgen bemüht.

Preis-Leistungs-Verhältnis

Es konnte bereits festgestellt werden, dass die individuelle Gestaltung der tragbaren ästhetischen Arbeiten, ein Alleinstellungsmerkmal im Siebdruckkontext in Bezug auf das Kunst- und Designmarktsetting darstellt. Aufgrund des hohen Zeitaufwandes (Mehraufwand) sollte jedoch die Bepreisung (Preis-Leistungs-Verhältnis) dementsprechend angepasst werden.

Siebdruckwerkstatt

Die Benutzung der Siebdruckwerkstatt an der Universität war nicht nur in finanzieller Hinsicht ein Vorteil. Die Maschinen, Gerätschaften und Utensilien, die für den Siebdruck gebraucht werden, konnten von uns verwendet werden. Darüber hinaus befanden sich ein Großteil unserer Rohware sowie weitere benötigte eigene Materialien in der Werkstatt und konnten bis dato dort gelagert werden. Mittlerweile verfügen ein Kollege und ich jeweils über ein eigenes Atelier. Über die Jahre hinweg wurden bereits diverse Materialien wie Siebe, Farbpigmente etc. erworben, gesammelt und aufbewahrt, um für den Aufbau einer eigenen Siebdruckwerkstatt entsprechend ausgestattet zu sein.

Schwächen

Präsentation

Verbesserungspotential ist meiner Ansicht nach vor allem in der Präsentation unserer Arbeiten vorhanden. Die Außenwirkung der Präsentationsform ist ein entscheidender Faktor für den Verkauf. Dies inkludiert die Vorrichtung und Hängung der Arbeiten/Produkte, die Beleuchtung und generell die Art und Weise, wie ein Konzept vermittelt wird – sei dies die Gestaltung des Verkaufsstandes als auch die persönliche Kundenberatung. Ich bin der Ansicht, dass manche unserer Verkaufsstände in der Vergangenheit behelfsmäßig und provisorisch anmutend gewirkt haben und Kleiderstangen teilweise mit Siebdruckerzeugnissen überfüllt waren. Es macht einen großen Unterschied, ob und inwieweit die Präsentation „stimmig“ erscheint – Geschmäcker differenzieren natürlich und daher ist es auch eine Frage dessen, welche Zielgruppe man ansprechen und erreichen will. Ich habe deshalb beschlossen, im Zuge meiner Diplomarbeit ein neues Standdesign zu bewerkstelligen, das einfach und praktisch im Aufbau und für den Transport ist, sowie schlicht und stilvoll wirkt. Die Umsetzung dieses Vorhabens wird im Kapitel „Eigene Arbeiten“ anhand von Skizzen und Abbildungen dokumentiert.

Werbung und Promotion

Weitere Schwachstellen unseres unternehmerischen Handelns sind in der Werbung und Promotion ausfindig zu machen. Heutzutage ist es mehr denn je gefragt, im Internet präsent zu sein, indem man regelmäßig Inhalte und Informationen, wie z.B. Fotos von Produktneuheiten postet, Newsletter verschickt oder gezielt Beiträge bewirbt. Seit Mai 2016 verfügen wir über eine Facebook-Seite (www.facebook.com/einsvonunendlich). Es werden seither Fotos von Arbeiten online gestellt und zeitnahe Verkaufsmärkte, an denen wir teilnehmen, beworben. In Summe wurden jedoch relativ selten neue Beiträge publiziert – daher sollten wir auch in diesem Bereich unsere Bemühungen in Zukunft intensivieren.

Onlineshop und Kooperationen

Die Marktanalyse hat unter anderem aufgezeigt, dass ein Onlineshop, die Nutzung bestehender Onlineplattformen und Kooperationen mit neuen Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern weitere Distributionsmöglichkeiten darstellen. Daher ist es bis dato als Nachteil gegenüber konkurrierenden Unternehmen zu sehen, dass diese Optionen noch nicht in die Realität umgesetzt wurden.

Kartenzahlung (Cashless-System)

Die Verwendung eines Cashless-Systems hat gerade in der heutigen Zeit, in der vermehrt auf bargeldlose Geldflüsse gesetzt wird, gewisse Vorteile. Gerade auf Festivals, wo mögliche Kunden Geld auf eine seitens des Veranstalters zur Verfügung gestellte Zahlungskarte übertragen können, ist es sinnvoll diese Möglichkeiten in Betracht zu ziehen.

Werkstatt/Atelier

Bis dato konnten wir die Siebdruckwerkstatt an der Universität für die Produktion nützen. Dies hatte gewisse Vorteile, die unter den Stärken angeführt wurden. Es ist jedoch zu erwähnen, dass es ein Nachteil war, dass diese nicht rund um die Uhr von uns benützt werden konnte – aufgrund von Lehrveranstaltungen, der Pandemie und weil der Belichtungsraum nicht jederzeit zugänglich war. Dadurch waren wir in unserem Handlungsspielraum mitunter eingeschränkt. Da in der Zwischenzeit ein Kollege und ich jeweils über ein eigenes Atelier verfügen, besteht in der Hinsicht in Zukunft keine Abhängigkeit mehr.

Bekleidungsherstellung und Eigenproduktion

Als Wettbewerbsvorteil einiger Unternehmen im Kunst- und Designmarktsetting ist die Eigenproduktion der Textilwaren einzuordnen. Da wir uns jedoch nicht als Modeschneider verstehen, auch weil uns die entsprechenden Fertigkeiten fehlen, müsste jemand extern für die Umsetzung eigener Textildesigns engagiert werden. Dies wurde bereits wiederholt angedacht und es gibt auch bereits Kontakte. Die Fertigung von Kleidung nach eigenen Textildesignvorstellungen ist jedoch oftmals mit einem hohen finanziellen Aufwand

verbunden. Daher ist es bis jetzt fraglich, ob eine entsprechende Kooperation zustande kommen wird.

Finanzen

Da wir nicht auf erspartes Kapital zurückgreifen konnten, mussten Ausgaben hinsichtlich der Rentabilität und Sinnhaftigkeit abgewogen werden, vor allem dann, wenn es größere Investitionen betraf. Diesem Umstand kann man jedoch auch etwas Positives abgewinnen, und zwar, dass man gezwungen ist, sich genau überlegen zu müssen, welche Investitionen tatsächlich getätigt werden sollten. Andererseits ist man dadurch in seinem Handlungsspielraum eingeschränkt und verpasst oder übersieht eventuell gewinnbringende Möglichkeiten.

Chancen und Risiken

	Stärken	Schwächen
Chancen	Individualität und Einzigartigkeit Nachhaltigkeit Motivgestaltung und Produktqualität Künstlerische Ausbildung und bildnerische Kompetenz Zusammenarbeit im Kollektiv Kundenservice Preis-Leistungs-Verhältnis Siebdruckwerkstatt	Präsentation Werbung und Promotion Onlineshop und Kooperationen Kartenzahlung (Cashless-System)
Risiken		Werkstatt/Atelier Bekleidungsherstellung und Eigenproduktion Finanzen

Anhand der Tabelle wird klar ersichtlich, wie die Stärken und Schwächen, hinsichtlich der Chancen und Risiken, einzuordnen sind. Während die Stärken allesamt auch als Chancen zu bewerten sind, werden Differenzen in der Zuordnung der Schwächen offensichtlich. Es ist nicht überraschend, dass ein Großteil der Faktoren, die im Zusammenhang mit der ästhetisch-künstlerischen Praxis stehen, als Stärken und Chancen aufgefasst werden können. Genauso wenig ist es verwunderlich, dass Komponenten, die dem Marketing bzw. der unternehmerischen Praxis zuordenbar sind, eher als Schwachstellen zu klassifizieren sind. In Hinsicht auf eine Entwicklung und Professionalisierung, die vor allem auf einen unternehmerischen Erfolg abzielt, ist es von wesentlicher Bedeutung das Hauptaugenmerk auf die Schwächen, die sich als Chancen herausgestellt haben, zu richten und jene, die sich als Risiken zu erkennen gegeben haben, auf ihre Rentabilität und Sinnhaftigkeit zu überprüfen.

Chancen

Als ersten Schritt habe ich daher beschlossen, ein neues Standdesign, im Zuge einer Lehrveranstaltung („Holz“), zu kreieren. Diese Arbeit ist als wichtige Maßnahmen für die Weiterentwicklung unserer Präsentation, für den Messeauftritt und die Bewerbung unserer Produkte/Arbeiten zu verstehen.

Als eine Initiative, die Distributionskanäle zu erweitern, wird der Versuch unternommen neue KooperationspartnerInnen ausfindig zu machen, mit der Intention, Synergieeffekte erzielen zu können. Eine erste Kontaktaufnahme mit einer potentiellen Abnehmerin hat bereits stattgefunden und eine Kooperation wurde in Aussicht gestellt. Leider hat sich, nicht zuletzt aufgrund der Pandemie, eine Zusammenarbeit bis auf weiteres verschoben.

Die Erstellung eines eigenen Onlineshops wurde bereits angedacht und erste Schritte wurden nun unternommen, um dieses Vorhaben in die Tat umzusetzen. Noch in diesem Frühjahr wird unser eigener Internetshop online gehen.

Eine weitere Überlegung war ein Cashless-Gerät oder eine Applikation für Mobiltelefone zu nutzen. Da in diesem Sektor viele neue Anbieter mit ihren Produkten auf den Markt drängen, stellt sich natürlich die Frage, welche die beste Lösungsvariante für unsere Vorhaben ist. Mein Kollege hat bereits ein Produkt erworben, das vielversprechend zu sein scheint, da es funktional, praktisch und auch kostengünstig ist.

Risiken

Die angeführten Risiken sind zugleich auch als Chancen zu sehen und bewerten, schließlich müssen für einen wirtschaftlichen Erfolg auch finanzielle Mittel eingesetzt und gewisse Risiken eingegangen werden. Es bedarf daher einer genauen Prüfung und Abwägung, welche Investitionen man zu tätigen bereit ist.

Um eine Weiterentwicklung und Professionalisierung voranzutreiben und zu forcieren, führt an der Anmietung von entsprechenden Räumlichkeiten als Werkstatt bzw. Atelier kein Weg vorbei. Glücklicherweise konnte ich in der Nähe meiner derzeitigen Wohnung fündig werden und zwei Räume anmieten, die ich gemeinsam mit einer befreundeten Designerin nutzen kann. Bis dato wurden neue Lampen (Arbeitslicht) montiert, benötigte Einrichtungsgegenständen und diverse Arbeitsmaterialien gekauft und ergänzt, das „Standdesign“, als Regale und Abstellflächen für Siebrahmen sowie diverse Utensilien, in die Räumlichkeiten integriert und zwei große Tische als Arbeitsflächen zum Drucken angeschafft. Darüber hinaus wurden ein Trockenschrank sowie ein Gestell für die Lagerung von Siebrahmen aus Holz gebaut und ein Belichtungstisch kreiert.

Die Herstellung und Umsetzung eigener Textildesigns ist auf lange Sicht gesehen sicherlich ein Ziel, das es zu verfolgen gilt. Da wir auf eine/einen verlässlichen Partner/Partnerin, der/die qualitativ hochwertig und kosteneffizient arbeiten kann, angewiesen wären, müsste unter Berücksichtigung dieser Faktoren die Rentabilität sichergestellt werden.

Dies würde mit Sicherheit ein gewisses finanzielles Risiko bedeuten, welches wir momentan noch nicht bereit sind einzugehen.

In einem ersten Schritt würde es jedoch sinnvoll sein, Entwürfe für eigene Textildesigns (Kleiderschnitte) zu entwerfen und einzelne Prototypen umsetzen zu lassen. Diese könnten dann im Zuge eines Messeauftrittes auf ihre Nachfrage geprüft werden.

III. Leitfaden für Klein(st)unternehmerInnen – Unternehmensgründung

Um Produkte verkaufen zu dürfen, benötigt man einen Gewerbeschein. Aufgrund dessen beschloss ich im Juli 2017 mich selbstständig zu machen und das entsprechende Gewerbe anzumelden. Die nachfolgende Abhandlung soll einen Leitfaden für die Gründung eines Gewerbes und die damit verbundenen An- und Herausforderungen darstellen. Dies beinhaltet unter anderem Informationen und Empfehlungen bezüglich diverser Voraussetzungen und Bedingungen für die Unternehmensgründung sowie anfallende Zahlungen, Formulare, gesetzliche Bestimmungen sowie die Einkommenssteuererklärung. Ein Beweggrund diesen Themen ein Kapitel in meiner Diplomarbeit zu widmen liegt darin, dass gerade für Klein- bzw. KleinstunternehmerInnen zum Teil eigene Regelungen gelten. Meinen persönlichen Erfahrungen nach zu urteilen, kann es sehr mühsam sein, entsprechende Informationen ausfindig zu machen und Klarheit in Bezug auf gewisse Themenbereiche rund um die Selbstständigkeit zu erhalten. Somit soll die folgende Verschriftlichung eine Hilfestellung für Personen, insbesondere für Studierende, sein, die beabsichtigen sich selbstständig als Klein- bzw. KleinstunternehmerInnen zu machen. Es sei an dieser Stelle erwähnt, dass die Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) alle wesentlichen Informationen diesbezüglich anhand von Broschüren und auch im Internet zur Verfügung stellt. Als Klein- bzw. KleinstunternehmerIn kann es dennoch sehr zeitaufwendig und mühselig sein, die spezifischen Informationen zusammenzusammeln.

Wenn man mit dem Gedanken spielt, ein Gewerbe anzumelden, sollten vorab die Chancen und Risiken, die mit einer Selbstständigkeit einhergehen, abgeklärt werden. Abgesehen vom Produkt und den Dienstleistungen, die sie anbieten können, muss man sich auch die Frage stellen, welchen konkreten Nutzen davon eine Kundin bzw. ein Kunde hat. Ausgangspunkt und Voraussetzung einer Unternehmensgründung ist in erster Linie die Idee, auf der das zukünftige Unternehmen basiert. Da der Schritt zur Selbstständigkeit gut überlegt sein sollte, macht es Sinn, sich entsprechend zu informieren – erster Ansprechpartner ist in dieser Hinsicht die jeweilige Wirtschaftskammer (jedes Bundesland verfügt über einen Standort der Wirtschaftskammer). Vor Ort kann man sich an das sogenannte Gründerservice wenden, das umfangreiche Informationen anbieten kann und beratend zur Seite steht. Will man sich vorab informieren, findet man auf der Internetseite www.gruenderservice.at die wichtigsten Fakten ausführlich beschrieben. Es wird daher im Folgenden nicht auf jedes Detail eingegangen, sondern die wesentlichen Komponenten, sowie auch Informationen, die seitens der Wirtschaftskammer unerwähnt bleiben, angegeben.

Eine Möglichkeit herauszufinden, ob man als Unternehmer auch geeignet ist, bietet ein Onlinefragebogen

(<https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/Suche.html?searchTerm=Unternehmertest>), der über die wichtigsten Aspekte erfolgreichen Unternehmertums Auskunft gibt.

Dazu sei erwähnt, dass dieser „Test“ meiner Ansicht nach durchaus aufschlussreich sein kann, was persönliche Kompetenzen betrifft, jedoch offensichtlich von einem klischeebehafteten Unternehmerprofil ausgegangen wird.

Selbstständigkeit – Gründung eines Einzelunternehmens

Vorab ist anzumerken, dass bei einer selbstständigen Tätigkeit zwischen einer „gewerblichen Selbstständigkeit“ und einer Tätigkeit als „Neuer Selbstständiger“ differenziert wird. Um eine gewerbliche Selbstständigkeit ausüben zu können, muss eine Gewerbeberechtigung beantragt werden. „Neue Selbstständige“ unterliegen keiner Gewerbeordnung und benötigen somit auch keine Gewerbeberechtigung. Dazu zählen freiberufliche Selbstständige, die Einkünfte aus z.B. künstlerischer, unterrichtender, schriftstellerischer und journalistischer Tätigkeit erzielen, sowie z.B. ZiviltechnikerInnen, ÄrztInnen, NotarInnen und WirtschaftstreuhänderInnen.¹

Gewerbebeanmeldung

Bei einer Gewerbebeanmeldung wird zwischen einem „Freien Gewerbe“, einem „Reglementierten Gewerbe“ und einem „Rechtskraftgewerbe“ differenziert. Da es sehr unterschiedliche Rechtsformen eines Unternehmens gibt, möchte ich darauf hinweisen, dass diese Verschriftlichung sich mit der Gründung eines Einzelunternehmens, explizit dem „Freien Gewerbe“ und den anfallenden bürokratischen Aufgaben eines/einer Klein(st)gewerbetreibenden auseinandersetzt. Für das „Freie Gewerbe“ ist kein Befähigungsnachweis zu erbringen, eine Gewerbeberechtigung (Gewerbebeanmeldung) wird jedoch benötigt. Die Gewerbebeanmeldung ist generell kostenlos. Der Ausübungsbeginn des Gewerbes geht Hand in Hand mit der entsprechenden Anmeldung. Die Gewerbebeanmeldung ist bei der zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde (Bezirkshauptmannschaft, Magistrat) oder beim Gründerservice der WKÖ bzw. auf <https://e-gov.ooe.gv.at> möglich. In meinem Fall war jedoch ausschließlich die Wirtschaftskammer Oberösterreich dafür verantwortlich. Ich empfehle daher prinzipiell als erste Anlaufstelle die Wirtschaftskammer aufzusuchen.

Für die Antragstellung des Gewerbes benötigt man folgende Daten:²

- Persönliche Angaben
 - Name
 - Geburtsdaten
 - Wohnort
 - Staatsangehörigkeit
- Genaue Bezeichnung des Gewerbes

¹ Vgl. WKO 2019d, S. 1.

² Vgl. WKO 2019e, S. 80.

- Angabe des Standortes

Die genaue Bezeichnung des Gewerbes kann bei der Wirtschaftskammer erfragt werden. Der genaue Wortlaut für mein beantragtes Gewerbe ist „Bedrucken von Web-, Strick- und Wirkwaren, Tapeten, Holzwaren, Glaswaren, Metallwaren (ausgenommen Folien), Gummi- und Kunststoffwaren (ausgenommen Folien)“.

Zusätzlich wird dem jeweiligen Berufszweig auch eine Kennzahl für behördliche Zwecke zugewiesen (0333 – Bedrucken von Web-, Strick- und Wirkwaren). Die zuständigen Branchen bzw. Fachgruppen sind die Landesinnung Mode und Bekleidungstechnik sowie die Fachgruppe Druck.

Folgende Unterlagen sind bei der Gewerbebeanmeldung vorzuweisen:³

- Reisepass (falls nötig Aufenthaltstitel)
- Unterlagen über akademische Grade
- Erklärung über das Nichtvorliegen von Gewerbe-, Ausschlussgründen
- Strafregisterauszug des Herkunftslandes bzw. Aufenthaltsstaates (betrifft nur Personen die nicht oder weniger als fünf Jahre in Österreich wohnhaft sind; Original und nicht älter als drei Monate) und entsprechende Aufenthaltsbestätigung des bisherigen Aufenthaltsstaates (z.B. Meldebestätigung)

Grundumlage

Um die Arbeit der Fachgruppen (Fachvertretung) und Fachverbände zu finanzieren wird seitens der Wirtschaftskammer die sogenannte Grundumlage von allen Mitgliedern einmal pro Jahr eingehoben. Die Höhe der Grundumlage wird von der jeweiligen Fachorganisation beschlossen und kann aufgrund einer allgemein feststellbaren Bemessungsgrundlage (Bedarfsdeckungsprinzip) und/oder als fester Betrag festgelegt werden.⁴ „Die Verpflichtung zur Entrichtung der Grundumlage besteht auch bei vorübergehender Stilllegung oder Ruhen des Betriebes. Besteht die Mitgliedschaft zu einer Fachgruppe (Fachverband) nicht länger als die Hälfte eines Kalenderjahres, ist die Grundumlage für dieses Kalenderjahr nur in halber Höhe zu entrichten. Unter einer 31-tägigen Mitgliedschaft entfallen die Beiträge zur Gänze. Nur bei Löschung der Gewerbeberechtigung erlischt auch die Verpflichtung zur Leistung der Grundumlage für die Zukunft.“⁵

Neugründungsprivileg

Bei erstmaliger Unternehmensgründung ist man im Jahr des Erwerbs der Berechtigung von der Verpflichtung zur Entrichtung der Grundumlage befreit (gilt erst seit 1.1.2019). Davon ausgenommen ist eine Rechtsformänderung oder eine sogenannte Umgründung.⁶

³ Vgl. WKO 2019e, S. 80.

⁴ Vgl. WKO 2019c, S. 5, 13.

⁵ WKO 2019c, S. 13.

⁶ Vgl. WKO 2019c, S. 14.

Nebenrechte

Die sogenannten Nebenrechte ermöglichen Gewerbetreibenden festgelegten Tätigkeiten anderer Gewerbetreibender in einem bestimmten Ausmaß nachzugehen, ohne dass dafür eine weitere Gewerbeberechtigung notwendig ist.⁷

Dabei ist zu berücksichtigen, dass insgesamt ergänzende Leistungen aus anderen (reglementierten und freien) Gewerben im Umfang von bis zu 30 % des Jahresumsatzes erbracht werden dürfen. Es ist jedoch zu beachten, dass diese eine wirtschaftlich sinnvolle Ergänzung des eigenen Tätigkeitsbereiches darstellen müssen.⁸ Die jeweilige Fachgruppe entscheidet darüber, ob und inwiefern dies gegeben ist und der jeweiligen Tätigkeit nachgegangen werden darf.

Gewerbliche Sozialversicherung

Nach erfolgter Gewerbebeanmeldung ist der Gewerbetreibende verpflichtet, innerhalb eines Monats eine entsprechende Meldung an die Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft zu machen. Die Landesstelle Oberösterreich befindet sich in der Mozartstraße 41 und ist somit nur unweit von der Wirtschaftskammer (Hessenplatz 3) entfernt. Es macht daher Sinn, im Anschluss an die Gewerbebeanmeldung die gewerbliche Sozialversicherung aufzusuchen. Mit dem Erlangen der Gewerbeberechtigung sind EinzelunternehmerInnen somit auch versichert.

Kleinunternehmerregelung der Sozialversicherung – Ausnahme von der Pflichtversicherung

Es besteht die Möglichkeit sich als Einzelunternehmer, unter bestimmten Voraussetzungen, von der gewerblichen Kranken- und Pensionsversicherung befreien zu lassen. Durch die Ausnahme von der Krankenversicherung erfolgt auch keine Einbeziehung in die Selbstständigenvorsorge. Man ist jedoch verpflichtet den Unfallversicherungsbeitrag zu zahlen. Bedingung dafür ist, dass man ein Kleingewerbe angemeldet hat. Kleingewerbetreibende sind Personen, deren jährliche Einkünfte den Betrag von 5.527,92 Euro (Wert 2020) und deren jährlicher Umsatz aus sämtlichen unternehmerischen Tätigkeiten den Betrag von 35.000,- Euro nicht übersteigt.⁹

Den entsprechenden Antrag kann man bei der jeweiligen Sozialversicherungs-anstalt der gewerblichen Wirtschaft verlangen oder auch im Internet online ausfüllen: <https://www.sozialversicherung.gv.at/formgen/?portal=svaportalundLO=4undcontentid=10007.782792>

⁷ Vgl. <https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/sonstige-rechte-nebenrechte-gewerbetreibende.html>

⁸ Vgl. WKO 2019e, S. 75.

⁹ Vgl. ebd., S. 55.

Es gibt jedoch bestimmte persönliche Voraussetzungen um den Antrag anfordern zu können:

- innerhalb der letzten 60 Kalendermonate (5 Jahre) nicht mehr als 12 Kalendermonate nach dem GSVG pflichtversichert war oder
- das 60. Lebensjahr vollendet hat oder
- das 57. Lebensjahr vollendet und innerhalb der letzten fünf Kalenderjahre vor Antragstellung die oben angeführten Einkommens- und Umsatzgrenzen für Kleingewerbetreibende nicht überschritten hat.

Unabhängig von diesen drei genannten Voraussetzungen kann der Antrag¹⁰ auch

- für die Dauer des Bezuges von Kinderbetreuungsgeld und/oder
- maximal für die ersten 48 Kalendermonate der Kindererziehung pro Kind (bei Mehrlingsgeburten maximal für die ersten 60 Kalendermonate) gestellt werden.

Die an sich für das Kalenderjahr geltenden Grenzbeträge werden in diesen Fällen auf die Monate der Ausnahme der Pflichtversicherung reduziert. Durchschnittlich dürfen daher im Jahr 2020 die monatlichen Einkünfte nicht den Betrag von Euro 460,66 (Geringfügigkeitsgrenze) und die monatlichen Umsätze nicht den Betrag von Euro 2.916,67 übersteigen.¹¹

Für den Beginn der Befreiung aus der Pflichtversicherung gelten verschiedene Termine:

- Ab Beginn des Jahres. Das gilt dann, wenn man keine Leistungen aus der Pflichtversicherung bekommen hat. Der Termin wird rückwirkend berechnet. Es ist egal, wann der Antrag gestellt wird, die Befreiung gilt immer vom Beginn des Jahres an.
- Ab Beginn der Kinder-Erziehungszeit.
- Sobald man Kinder-Betreuungs-Geld bekommt.

Hat man bereits Leistungen aus der Pflichtversicherung erhalten, gilt die Befreiung erst im Monat nach dem Antrag. Prinzipiell gilt eine Befreiung von der Pflichtversicherung nur für die Kranken- sowie für die Pensionsversicherung. Die Unfallversicherung ist jedoch verpflichtend und bleibt somit bestehen. Die Kosten für die Unfallversicherung betragen 10,09 Euro im Monat (Betrag 2020) und werden pro Quartal eingehoben. Eine Befreiung von der Pflichtversicherung macht hauptsächlich dann Sinn, wenn man durch eine unselbstständige Tätigkeit (über der Geringfügigkeitsgrenze) versichert ist, man eine Pension erhält oder weil es einen Versicherungsschutz gibt, wenn man Kinderbetreuungsgeld bekommt.¹²

¹⁰ Vgl. https://www.wko.at/service/arbeitsrecht-sozialrecht/Sozialversicherung_Kleingewerbe_einfach.html

¹¹ Vgl. https://www.wko.at/service/arbeitsrechtsozialrecht/Sozialversicherung_der_Kleingewerbetreibenden.html

¹² Vgl. https://www.wko.at/service/arbeitsrecht-sozialrecht/Sozialversicherung_Kleingewerbe_einfach.html

Finanzamt

Wenn das Gewerbe angemeldet wurde und die betriebliche Tätigkeit somit aufgenommen werden darf, muss dies auch innerhalb einem Monat dem zuständigen Finanzamt (Wohnort) mitgeteilt werden. Als Einzelunternehmer werden sie dazu verpflichtet, das Formular Verf. 24 auszufüllen.

Formular:

https://service.bmf.gv.at/service/anwend/formulare/show_mast.asp?Typ=AWund__CIFRM_STICHW_ALL=Verf+24.

Neben allgemeinen Informationen zur Person, sind u.a. Angaben zu weiteren Einkünften (z.B. nichtselbstständige Tätigkeit), voraussichtlicher Jahresumsatz und Gewinn anzugeben. Anhand der Umsatzschätzung legt das Finanzamt fest, ob hinsichtlich der Umsatzsteuer die Kleinunternehmerregelung angewendet wird.¹³

Steuern

Als Unternehmer ist man grundsätzlich von der Umsatzsteuer und der Einkommenssteuer betroffen. Hierfür gibt es unterschiedliche Regelungen auf die ich im Folgenden näher eingehen möchte.

Die Umsatzsteuer

Die Umsatzsteuer ist mit der Mehrwertsteuer gleichzusetzen. Von der Umsatzsteuer sind Lieferungen und sonstige Leistungen, die ein Unternehmer im Inland gegen Entgelt im Rahmen seines Unternehmens ausführt, der Eigenverbrauch sowie die Einfuhr von Waren (Einfuhrumsatzsteuer bei Einfuhr aus dem Drittland, Erwerbsteuer bei Einfuhr aus der EU) betroffen.¹⁴ Der Steuersatz für die Umsatzsteuer beträgt 20 % vom Nettoentgelt.

Kleinunternehmerregelung des Finanzamts

Für Kleingewerbetreibende gibt es jedoch eine Ausnahme, die sogenannte „Kleinunternehmerregelung“ – dabei handelt es sich um eine unechte Umsatzsteuerbefreiung. Voraussetzung dafür ist, dass der Jahresumsatz maximal 35.000 Euro netto beträgt (bis 2019 Euro 30.000). Wird diese Grenze nicht überschritten ist man automatisch von der Umsatzsteuer befreit. Innerhalb von fünf Jahren ist es einmalig gestattet diese Grenze um 15 % zu übertreffen. Dies bedeutet, dass für erbrachte Leistungen keine Umsatzsteuer in Rechnung gestellt werden darf. Gleichzeitig ist zu bedenken, dass dem Gewerbetreibenden für die an ihn erbrachten Vorleistungen (z.B. Lieferungen von Rohware) kein Vorsteuerabzug zusteht.¹⁵ Das heißt, dass der Gewerbetreibende z.B. für den Einkauf von Waren im Inland 20 %

¹³ Vgl. WKO 2019e, S. 81.

¹⁴ Vgl. WKO 2019e, S. 64.

¹⁵ Vgl. ebd., S. 65.

Umsatz- bzw. Mehrwertsteuer zu zahlen hat, diese jedoch vom Finanzamt nicht refundiert bekommt.

Es besteht die Möglichkeit, als Kleinunternehmer auf die Umsatzsteuerbefreiung zu verzichten (Formular U12 - Optionserklärung). Dies ermöglicht den Gewerbetreibenden die Umsatzsteuer in Rechnung zu stellen, er/sie muss diese jedoch auch an das Finanzamt abführen und darf die Vorsteuern geltend machen. Diese Option ist von Vorteil, wenn ihre Kunden ebenfalls überwiegend vorsteuerabzugsberechtigte Unternehmer sind. Um für das eigene Unternehmen die sinnvollste Regelung auszuwählen empfiehlt es sich, dies mit einer Steuerberaterin bzw. einem Steuerberater abzuklären.

UID-Nummer und Kleinunternehmerregelung

Wenn man als Unternehmer umsatzsteuerpflichtige Leistungen und Lieferung erbringt, erhält man vom Finanzamt eine Umsatzsteueridentifikationsnummer (UID-Nummer). Grundsätzlich dient die UID-Nummer der Identifizierung als EU-Unternehmer.¹⁶ Als KleinunternehmerIn bekommt man normalerweise keine UID-Nummer, außer man importiert Waren bzw. kauft bestimmte Dienstleistungen im EU-Raum ein bzw. zu. In meinem Fall war es jedoch so, dass ich eine UID-Nummer beantragt habe, um überhaupt im Textilgroßhandel einkaufen zu können. Im Großhandel ist es üblich, dass man sich nur mit UID-Nummer registrieren lassen und somit Waren beziehen kann. Dies bedeutet, dass ich zwar eine UID-Nummer habe, jedoch gleichzeitig umsatzsteuerbefreit bin. Um die UID-Nummer beantragen zu können, muss das Formular U15 ausgefüllt werden.

Formular U15: https://service.bmf.gv.at/service/anwend/formulare/show_mast.asp?s=U15

Darin erklärt die Kleinunternehmerin, der Kleinunternehmer unter anderem, dass sie/er für die Einfuhr von Waren aus dem EU-Raum die Erwerbsschwelle (11.000,- Euro pro Jahr) überschreitet oder auf diese verzichtet.¹⁷

UID-Nummer und Rechnungen

Auf Rechnungen über 400,- Euro muss die UID-Nummer angeführt werden. Umsatzsteuerbefreite UnternehmerInnen sollten hingegen keine Umsatzsteuer auf Rechnungen angeben. Es ist jedoch auf die Steuerbefreiung hinzuweisen, indem man auf der Rechnung z.B. den Satz „Umsatzsteuerfrei aufgrund der Kleinunternehmerregelung“ anführt.

¹⁶ Vgl. WKO 2019e, S. 68.

¹⁷ Vgl. <https://www.wko.at/service/steuern/uid-nummer-umsatzsteuer-identifikationsnummer.html>

Die Einkommensteuer

Bemessungsgrundlage der Einkommenssteuer sind die gesamten jährlichen Einkünfte bzw. der erwirtschaftete Gewinn oder Überschuss.¹⁸ „Der Gewinn wird entweder durch die doppelte Buchführung, die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung oder die Pauschalierung ermittelt; der Überschuss durch die Überschussrechnung.“¹⁹ Hierfür werden alle Einkünfte (selbstständige und unselbstständige Tätigkeiten) zusammengerechnet. Während bei einem Einkommen bis zu 11.000,- Euro keine Einkommenssteuer anfällt, steigt der zu zahlende Steuersatz ab dieser Grenze mit der Höhe des Einkommens. Der Steuersatz ist zwischen 0 und 55 Prozent festgesetzt.

Aufzeichnungspflichten

Grundsätzlich gilt, dass man als UnternehmerIn verpflichtet ist, Belege (Originale!) zu sammeln und Aufzeichnungen über Einkünfte sowie Ausgaben zu führen hat. Diese sind mindestens sieben Jahre aufzubewahren, um gegebenenfalls für das Finanzamt einsehbar zu sein.

Einnahmen-Ausgaben-Rechnung

Als Kleingewerbetreibender ist man verpflichtet, Aufzeichnungen über die betrieblichen Einnahmen und Ausgaben zu führen. Die sogenannte Einnahmen-Ausgaben-Rechnung dient als vereinfachtes Gewinnermittlungssystem, indem nur Betriebseinnahmen und Betriebsausgaben aufgezeichnet werden, die innerhalb eines Wirtschaftsjahres (entspricht einem Kalenderjahr) bar oder unbar (über Bankkonten) zu- bzw. abgeflossen (Zufluss-Abfluss-Prinzip) sind. Am Jahresende wird somit der Gewinn oder Verlust eines Unternehmers als Differenz zwischen der Gesamtsumme aller Betriebseinnahmen und der Gesamtsumme der Betriebsausgaben berechnet.²⁰ Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung dient als Grundlage für die Einkommenssteuererklärung, die bis spätestens 30. April des Folgejahres in Papierform oder bis 30. Juni online abgegeben werden muss. Wenn nach dem Unternehmensgesetzbuch keine Buchführungspflicht gegeben ist, dürfen Gewerbetreibende die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung anwenden.

Eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung muss normalerweise folgende Aufzeichnungen beinhalten:

- Erfassung der Betriebseinnahmen und Betriebsausgaben
- Wareneingangsbuch
- Anlagenverzeichnis
- Lohnkonten, wenn Dienstnehmer beschäftigt werden
- Registrierkasse

¹⁸ Vgl. <https://www.wko.at/service/stuern/einkommensteuer-koerperschaftsteuer.html>

¹⁹ WKO 2019e, S. 68.

²⁰ Vgl. WKO 2019b, S. 4.

Unter dem Link https://www.wko.at/branchen/information-consulting/unternehmensberatung-buchhaltung-informationstechnologie/buchhaltung/Formulare_Downloads.html findet man Formulare und Downloads über die Führung entsprechender Aufzeichnungen.

Betriebe (Gewerbe, selbstständige Tätigkeit und Land- und Forstwirtschaft), deren Jahresumsatz 15.000,- Euro überschreitet, müssen die einzelnen Umsätze entsprechend elektronisch aufzeichnen. Dies gilt auch für UnternehmerInnen, deren Barumsatz im Jahr mehr als 7.500,- Euro übersteigt.²¹ Unter dem Begriff „Barumsatz“ sind auch die Zahlung mit Bankomat- oder Kreditkarte vor Ort, die Hingabe von Barschecks oder ausgegebenen Gutscheinen sowie Bons und Geschenkmünzen miteingeschlossen. Hingegen werden Zahlungen mit Verrechnungsscheck oder Orderschecks, Online-Banking Überweisungen, PayPal und Einziehungsaufträge nicht als Barumsätze registriert.²²

Kleingewerbetreibende, deren Umsatz unterhalb der erwähnten jährlichen Grenzen bleibt, sind somit nicht zur Verwendung der Registrierkasse verpflichtet. Betroffene Betriebe können ihre Tageslosung vereinfacht durch einen sogenannten Kassasturz ermitteln. „Darunter versteht man das Rückrechnen des Tagesumsatzes aus Kassaanfangs- und Kassaendbestand unter Berücksichtigung aller bar getätigten Ausgaben sowie Privatentnahmen und Privateinlagen.“²³ Dies bedeutet, dass alle vermerkten Beträge aufgeschrieben und datiert werden müssen und die Berechnungen folglich nachvollziehbar sein müssen.²⁴

Ich möchte an dieser Stelle explizit darauf hinweisen, dass es die Möglichkeit gibt ein ausgearbeitetes Excel-Programm für die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung für Österreich im Internet erstellen zu können. Entsprechende Informationen dazu findet man unter <https://www.ea-tabelle.at/>.

Wareneingangsbuch

Wenn man den Umsatz in Form einer Einnahmen-Ausgaben-Rechnung ermittelt, muss man ein sogenanntes Wareneingangsbuch führen. Im Wareneingangsbuch sind jegliche Waren (inklusive der Rohstoffe, Halberzeugnisse, Hilfsstoffe und Zutaten) anzuführen, die die Unternehmerin bzw. der Unternehmer angeschafft, eingekauft oder erworben hat, um diese zu verarbeiten oder weiter zu verkaufen. Es sind auch Waren zu vermerken, die mit der Absicht der gewerblichen Weiterveräußerung erworben wurden, jedoch für „betriebsfremde“ z.B. private Zwecke verwendet werden.

Folgende Angaben müssen im Wareneingangsbuch aufgelistet werden:

- fortlaufende Nummer der Eintragung
- Tag des Wareneinganges oder der Rechnungsausstellung
- Name (Firma) und Anschrift des Lieferanten

²¹ Vgl. WKO 2019e, S. 97.

²² Vgl. <https://www.wko.at/service/steuern/Registrierkassen--und-Belegerteilungspflicht.html>

²³ WKO 2019e, S. 97.

²⁴ Vgl. WKO 2019e, S. 97.

- Bezeichnung, wobei eine branchenübliche Sammelbezeichnung genügt (z.B. Bücher, Büromöbel, Kfz-Ersatzteile)
- Preis
- Hinweis auf die dazugehörigen Belege

Bei der Eintragung ist auf die korrekte zeitliche Reihenfolge sowie die monatliche und jährliche Zusammenrechnung der Beträge zu achten. Da man infolge der Verwendung der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung nicht verpflichtet ist, eine Inventur zu machen, muss der Warenbestand (Rohmaterial) am Jahresende nicht erhoben werden.²⁵

Anlagenverzeichnis

„Zum Nachweis für die jährliche Abschreibung müssen Einnahmen-Ausgaben-Rechner ein Verzeichnis der im Betrieb verwendeten Wirtschaftsgüter des abnutzbaren Anlagevermögens führen“.²⁶ In einem Anlagenverzeichnis werden Wirtschaftsgüter bzw. sogenannte Anlagegüter vermerkt. Anlagegüter sind Gegenstände (z.B. Computer, Drucker usw.), die von der Unternehmerin, vom Unternehmer angeschafft werden, weil sie betrieblich und mehr als ein Jahr von Nutzen sind. Anlagegüter werden über ihre geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben und UnternehmerInnen sind verpflichtet dies entsprechend in einem Anlagenverzeichnis zu dokumentieren. Einzige Ausnahmen sind Anlagegüter, deren Nettowert bzw. bei Kleinunternehmen den Bruttowert von 400,- Euro nicht übertrifft. Man spricht von sogenannten „Geringwertigen Wirtschaftsgütern“, welche sofort in der Ausgaben-Einnahmen-Rechnung geltend gemacht werden dürfen und nicht im Anlagenverzeichnis festgehalten werden müssen.²⁷

Folgende Informationen sind im Anlagenverzeichnis anzuführen:

- Bezeichnung jedes einzelnen Anlagegutes
- Gegenstand, Lieferant (Name und Anschrift)
- Anschaffungsdatum
- Anschaffungs- oder Herstellungskosten
- Betrag der jährlichen Absetzung für Abnutzung (AfA)
- voraussichtliche Nutzungsdauer
- den noch absetzbaren Betrag (Restbuchwert zum 31.12.)

„Ist das Anlagegut zur Gänze abgeschrieben und wird es weiterhin genutzt, kann ein Erinnerungswert (z.B. ein Cent) im Anlagenverzeichnis verbleiben“.²⁸

²⁵ Vgl. WKO 2019b, S. 10, 11.

²⁶ WKO 2019b, S. 11.

²⁷ Vgl. <https://ea-tabelle.at/anlagenverzeichnis/>

²⁸ WKO 2019b, S. 11.

Sonderregelungen/Ausnahmen

„Kalte-Hände-Regelung“

Davon sind Umsätze von Haus zu Haus, auf öffentlichen Wegen, Straßen, Plätzen oder anderen öffentlichen Orten betroffen, vorausgesetzt, dass diese nicht in oder in Verbindung mit fest umschlossenen Räumlichkeiten erbracht werden und die Jahresumsatzgrenze von netto 35.000,- nicht überschritten wird. Die Umsatzgrenze von 35.000,- Euro betrifft somit ausschließlich Umsätze im Freien und ist nicht gesamtbetrieblich zu sehen. Von einem öffentlichen Ort ist dann die Rede, wenn der Zugang nicht auf bestimmte Personen eingeschränkt ist (z.B. Firmenzugehörigkeit, persönliche Einladung). Sind die erwähnten Voraussetzungen zutreffend, müssen die begünstigten Umsätze nicht einzeln angeführt werden. Die Tageseinnahmen werden anhand eines Kassensurzes festgestellt und notiert. Für diese Umsätze gilt darüber hinaus keine Belegerteilungs- und Registrierkassenpflicht.²⁹

„Umsätze im Freien liegen auch dann vor, wenn die Tätigkeit nicht in einer eigenen fest umschlossenen Räumlichkeit ausgeübt wird, aber die Umsätze z.B. in Markthallen, Einkaufszentren oder Bahnhofsgebäuden getätigt werden.“³⁰

Weitere Einzelheiten zum Thema “Umsätze im Freien“ findet man unter:

<https://www.wko.at/branchen/handel/markt-strassen-wanderhandel/infoblatt-kassen-und-belegerteilungspflicht-markthandel.pdf>

Onlineshops

Umsätze, die in Zusammenhang mit Onlineshops stehen, sind von der Registrierkassenpflicht ausgenommen, insofern keine Gegenleistung in Form einer Bargeldzahlung erfolgt.³¹

Die Einkommensteuererklärung

KleinunternehmerInnen sind verpflichtet für das abgelaufene Jahr eine Einkommensteuererklärung abzugeben. Die meisten UnternehmerInnen und Gewerbetreibenden überlassen diese Aufgabe einer Steuerberaterin bzw. einem Steuerberater. Dies bedeutet einen finanziellen Aufwand, den man sich als Kleingewerbetreibender eventuell gerne ersparen würde. Auf den ersten Blick erscheint das Ausfüllen des entsprechenden Formulars kompliziert, da trotz einer beigefügten Erklärung der einzelnen Kennzahlen, manches unklar erscheinen könnte und das Einlesen in die Thematik eine Herausforderung darstellt. Die Wirtschaftskammer bietet dafür eine Beratung an, die jedoch nicht kostenlos ist – Kostenpunkt circa 90,- Euro. Die anfallenden Kosten dafür können jedoch im folgenden Geschäftsjahr abgeschrieben werden. Ich empfehle prinzipiell diese Option einmalig zu nutzen, wenn Unklarheiten vorhanden sind.

²⁹ Vgl. <https://www.wko.at/service/steuern/Registrierkassen--und-Belegerteilungspflicht.html>

³⁰ <https://www.wko.at/branchen/handel/markt-strassen-wanderhandel/infoblatt-kassen-und-belegerteilungspflicht-markthandel.pdf>

³¹ Vgl. <https://www.wko.at/service/steuern/Registrierkassen--und-Belegerteilungspflicht.html>

Für die Einkommensteuererklärung können Kleingewerbetreibende das Formular E1a-K (https://service.bmf.gv.at/service/anwend/formulare/show_mast.asp?s=E1a-KundTyp=SMundSTyp=) verwenden. Voraussetzung dafür ist, dass der Gewinn des Betriebes mittels Einnahmen-Ausgaben-Rechnung oder Pauschalierung ermittelt worden ist. Eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung in Papierform ist nicht beizulegen. Das Formular enthält eine vorgegebene Gliederung für die Informationsaufbereitung in Bezug auf das Unternehmen, und deren wirtschaftliche Situation, und ist mit Kennzahlen versehen (*Details dazu siehe weiter unten*). Die Steuererklärung ist in Papierform bis 30.4. und online (Finanz-Online) bis 30.6. des Folgejahres einzureichen. UnternehmerInnen, deren steuerrechtliche Angelegenheiten eine Steuerberaterin, ein Steuerberater regelt, haben längere Abgabefristen. Die Frist kann jedoch auf Antrag verlängert werden. Sollte man es dennoch nicht rechtzeitig schaffen die Steuererklärung abzugeben, droht ein Verspätungszuschlag von bis zu 10 % der Abgabenschuld.³²

Anleitung Finanz-online

Es empfiehlt sich die Einkommensteuererklärung online auszufüllen und einzureichen, jedoch ist dabei auf einige Punkte zu achten. Über den Menüpunkt „Eingaben“ und im Folgenden „Erklärungen“ kommt man zu einer Auswahl an Übermittlungsmöglichkeiten an das Finanzamt. Man wählt die „Einkommensteuererklärung“ unter „Art der Erklärung“ aus und gibt die entsprechende Jahreszahl unter „Gültigkeit der Erklärung“ ein. Nun können die Berechnungen und Zahlen aus der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung unter „Selbstständigkeit“, „Kleinunternehmer“ im Formular E1ak eingeben werden. Darüber hinaus muss auch die zuständige Branchenkenzahl (Liste) zugeordnet werden (133 – Veredlung von Textilien und Bekleidung). Informationen zur Person können unter „Allgemeinen Daten“ überprüft und festgehalten werden. Als Gewerbetreibender sind „Einkünfte aus Gewerbebetrieb“ anzukreuzen. Unter „2. Angaben zum Betrieb“ sind prinzipiell für eine Kleinstunternehmerin, einen Kleinstunternehmer, der von der Umsatzsteuer befreit ist, die Punkte 1 „USt-Bruttosystem“ und 3 „Vollständige Einnahmen-Ausgaben-Rechnung gemäß § 4 Abs. 3“ auszuwählen. Unter „3. Gewinnermittlung /Einnahmen-Ausgaben-Rechnung für Kleinunternehmer“ findet man die einzelnen Positionen, die mit sogenannten Kennzahlen versehen sind.

Die wichtigsten Positionen/Kennzahlen:

9040: Bareinnahme (Einnahmen) + Eigenverbrauch

9100: Waren, Rohstoffe und Hilfsmittel

9130: hier können Investitionen für den Gewerbebetrieb, die über 400,- Euro (z.B. Computer) liegen eingegeben und abgeschrieben werden.

³² Vgl. WKO 2019b, S. 15.

- 9160: Fahrt- und Reisekosten (es gibt ein entsprechendes Kilometergeld für Automobilfahrten genauso wie für Fahrradfahrten) und Tages- und Nächtigungsgelder
- 9180: Ausgaben für Miete, Pacht, Leasing
- 9225: Eigene Pflichtversicherungsbeiträge (gewerbliche Sozialversicherung), Beiträge zu Versorgungs- und Unterstützungseinrichtungen und Beiträge zur Selbständigenvorsorge
- 9230: Übrige, in den obigen Kennzahlen nicht erfasste, Betriebsausgaben (*ohne pauschalisierte Betriebsausgaben*). Hierzu zählen z.B. Standgebühren, Werbungskosten sowie die Grundumlage (WKO)

Wichtig! Unter der Kennzahl 330 wird der jährliche Gewinn (Ausgaben minus Einnahmen) eingegeben.

Zuverdienstgrenzen

Studierende und Familienbeihilfe

Bei Erhalt der Familienbeihilfe besteht eine Zuverdienstgrenze von 10.000,- Euro im Jahr. Im Falle, dass das zu versteuernde Einkommen (= Bruttogehalt abzüglich Sozialversicherung) die Zuverdienstgrenze übertrifft, ist der Überschreibungsbetrag und nicht die ganze Familienbeihilfe zurückzuzahlen.³³

Weitere Informationen dazu findet man auch unter der Internetseite:

<https://www.bmfj.gv.at/familie/finanzielle-unterstuetzungen/familienbeihilfe0/familienbeihilfe-fuer-studierende.html>

Studierende mit Stipendium

Erhält man als StudentIn eine Studienbeihilfe und ist gleichzeitig beruflich tätig, muss man gewisse Bedingungen beachten. Die jährliche Zuverdienstgrenze (aus selbständiger und/oder unselbständiger Tätigkeit) für Beihilfenempfänger beträgt 10.000,- Euro. Wenn nicht das ganze Jahr hindurch Studienbeihilfe in Anspruch genommen wird, lautet die Berechnung folgendermaßen: die Anzahl der Monate mit Beihilfebezug multipliziert mit 833,- Euro.

Weitere Informationen sind unter www.stipendium.at zu finden.³⁴

³³ Vgl. WKO 2019d, S. 3.

³⁴ Vgl. ebd., S. 3

Unternehmensgründungsprogramm des AMS für Arbeitslose

Personen, die aufgrund ihrer Arbeitslosigkeit beim Arbeitsmarktservice gemeldet sind und eine relevante Geschäftsidee für eine Unternehmensgründung haben sowie beruflich geeignet sind, haben gute Chancen am Gründerprogramm des AMS teilnehmen zu können. Seitens des AMS wird bei der Entscheidung vor allem auf die Aussichten eines wirtschaftlichen Erfolges und dessen Nachhaltigkeit geprüft. Das AMS unterstützt die Teilnehmerin, den Teilnehmer finanziell in der Höhe des letzten Arbeitslosengeldes oder der Notstandshilfe. Hat man keinen derartigen Anspruch erhält man eine finanzielle Unterstützung um die Lebenserhaltungskosten während der Zeit der Absolvierung des Gründerprogramms abdecken zu können. Prinzipiell ist die Dauer des Gründerprogramms auf 6 Monate beschränkt, wobei zu erwähnen ist, dass es Ausnahmefälle gibt, in denen die Unterstützung auf 9 Monate angelegt ist.³⁵

Detaillierte Informationen findet man auf <https://www.foerderportal.at/das-ugp/>.

³⁵ Vgl. <https://www.foerderportal.at/das-ugp/>

IV. Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design

„Eins von unendlich“ – eine Verortung

Die Bezeichnung „Künstlerkollektiv“ definiert unser Selbstverständnis als Gruppe angehender Künstler, mit dem Anspruch interdisziplinäre Arbeiten an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design zu schaffen. Seit der Gründung 2016 ist der Fokus auf die Herstellung tragbarer ästhetischer und gestalterisch-künstlerischer Arbeiten ausgerichtet – Motive werden mithilfe der Siebdrucktechnik individuell auf Textilien übertragen. Diese werden von uns selbst gezeichnet, gemalt und kreiert und weisen wahlweise künstlerische Referenzen und konzeptuelle Züge, Metaphern, Zeichen, Symbole und Narrative auf, die allesamt als wesentliche Bestandteile in der Kunsttradition verankert sind. Die Textilien werden im Textilgroßhandel erworben und entsprechen somit einem massentauglichen Produktdesign. Die Art und Weise der Weiterverarbeitung und technischen Umsetzung kann als handwerkliche bzw. kunsth Handwerkliche Betätigung klassifiziert werden. Aufgrund dieser Vor- bzw. Herangehensweise bin ich der Ansicht, dass sich unsere Arbeiten an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design einordnen lassen.

Es drängt sich natürlich die Frage auf, ob es überhaupt einer Zuschreibung bedarf. Oftmals lautet die Antwort darauf, dass die geschaffene Arbeit für sich selbst sprechen müsse und strikte Zuordnungs- und Verortungsversuche sowie Kategorisierungen überholt seien und die Arbeit in ihrer Wahrnehmung unnötig ein- bzw. begrenzen. Dieser Zugang mag durchaus seine Berechtigung finden, führt aber auch allzu schnell zu einer Beliebigkeit – schließlich sollte es objektive Kriterien geben, anhand deren man den Charakterzuschreibungen von Arbeiten gerecht wird und eine Bewertung und Einordnung ermöglicht wird. Die Frage nach den entsprechenden Kriterien liegt daher auf der Hand und will beantwortet werden. Ziel der folgenden Verschriftlichung ist es daher dem kontrovers geführten Diskurs und Verhältnis von Kunst und Design auf den Grund zu gehen, indem die kausalen Zusammenhänge und Bedeutungsebenen in der historischen Entwicklung der Begrifflichkeiten und Kategorien aufgezeigt werden, um infolgedessen, ausgehend von der gegenwärtig vorherrschenden ästhetisch-künstlerischen Praxis, eine zeitgemäße Disziplinenverortung meiner Arbeiten durchführen zu können.

Verhältnis Kunst und Design

Untersucht man das Verhältnis von Kunst und Design wird schnell offensichtlich, dass die tradierten Kriterien oftmals überholt anmuten und Klischees, die weitläufig bedient werden, in der Bewertung und Einordnung oftmals entweder oberflächlich anmuten oder nicht mehr zeitgemäß erscheinen.³⁶

„An Grenzen, die stets auch wertend gemeint sind, mangelt es tatsächlich nicht: Die Kunst sei frei, das Design angewandt bzw. zweckgebunden, Künstler schaffen Originale, Gestalter arbeiten für die Serie; der eine sei Autor, der andere anonym; Design habe der Gesellschaft zu dienen, die Kunst hingegen schleudere ihr die Wahrheit (oder Dekonstruktion derselben) ins Gesicht usw.“³⁷

Es zeigt sich in der ästhetischen Praxis, dass sich die Grenzen immer öfter überschneiden und überschritten werden, einzig die Theorie scheint nicht nur diese anhaltende Entwicklung zu ignorieren sondern auch überholt. Annette Geiger ist der Ansicht, dass es vor allem dem Vermächtnis der Kunstphilosophie um 1800 geschuldet ist, dass sich diese Gräben zwischen Kunst und Design überhaupt erst eröffnet und bis heute nicht gänzlich geschlossen haben. Die postmoderne Theorie forderte zwar die Entgrenzung zwischen „high“ und „low“, die „vermeintliche Dekonstruktion dieser Hierarchie entpuppt sich bei genauerer Betrachtung jedoch als gegenläufige Strategie“. In der Praxis wurde aber vor allem von Seiten der Institutionen und in den Diskursen diesem Postulat nicht nachgekommen. Je mehr Alltag in die Kunst miteinfließ desto höher war der Widerstand einer Annäherung. Klar ersichtlich wird das Festhalten an der alten Hierarchie der Disziplinen bis heute in Ausbildungsmodellen, Berufsbezeichnungen, in der Unterteilung nach Kategorien in Museen und Archiven genauso wie in Zeitschriften und Kritiken. Nach Ansicht von Annette Geiger spiegelt sich diese Problematik vor allem in der Vernachlässigung der Gestaltung wieder, da es kaum eine konkrete Bestimmung gibt, was Design sei und was nicht. Gerade im musealen Kontext und den vorhandenen Sammlungen wird diese Unbestimmtheit und fehlende Systematik offensichtlich und mündet oftmals in einer divergenten Ansammlung von ästhetischen Ausnahmerscheinungen und Kuriositäten. Der Unterschied zwischen Kunst und Design wird vor allem auch in musealen Präsentationsformen und im Ausstellungskontext sehr deutlich.³⁸ „Während dem Kunstwerk im institutionellen White Cube eigene Wände oder ganze Hallen zugestanden werden, zeigt man Design meist in engeren Räumlichkeiten. Das Stapeln und Sortieren erinnert wahlweise an Miniatursetzkästen, an die Regale von Lagerhäusern oder an Schaufensterpräsentationen.“³⁹

Angesichts dieser Tatsachen bedarf es einer umfassenden kunst- und kulturhistorischen Rückschau, um ein Verständnis für die Entwicklungen und Gegebenheiten des Verhältnisses von Kunst und Design gewinnen zu können.

³⁶ Vgl. Geiger 2012, S. 9.

³⁷ Geiger 2012, S. 9.

³⁸ Vgl. Geiger 2012, S. 9, 10.

³⁹ Geiger 2012, S. 10.

Kunst und Design seit der Antike

Bereits seit der Antike gibt es eine Einteilung in angewandte und freie Kunst. Die kulturelle Bewertung bzw. die daraus folgende Hierarchisierung war jedoch einst eine andere als in späteren Epochen der Geschichtsschreibung.

Die Künste wurden seit der Antike bis in die Frühe Neuzeit in artes liberales und artes mechanicae eingeteilt. Diese Differenzierung wird jedoch keineswegs dem heutigen Verständnis der beiden Disziplinen, Kunst und Design, gerecht. Die freien Künste entsprachen Wissensbereichen, die eine wissenschaftliche Tätigkeit und keine kreative, im künstlerischen Sinn, erforderten. Festzuhalten ist, dass sich das Adverb „frei“ in diesem Zusammenhang darauf bezieht kein Geld damit verdienen zu können, sondern lediglich einem Wissenserwerb diene, den es für die Nachwelt zu bewahren galt. Im Gegensatz dazu wurden die angewandten Künste, artes vulgares bzw. artes mechanicae, als Wegbereiter der bildenden Kunst und des Designs gleichermaßen unter einen Nenner gebracht.⁴⁰

Beide Betätigungsfelder wurden lediglich als Handwerk verstanden und eine niedere Tätigkeit zugeschrieben, von denen sich der philosophisch Interessierte besser fernzuhalten hatte. Die handwerklichen Fähigkeiten, unter dem Begriff techne vereint, galten keineswegs als anspruchslos und ihnen wurden durchaus eine ethisch-ästhetische Kompetenz sowie ein damit verbundener Erkenntnisgewinn beigemessen. Der Begriff wurde in der Folge ausgeweitet, sodass keine Differenz zwischen einer geistig-kulturellen sowie handwerklich-praktischen Seite der kulturellen Artefakte vorlag.⁴¹

Es gab unter den Philosophen unterschiedliche Auffassungen wie die praktischen Künste zu bewerten wären, die bildende Kunst war jedoch tendenziell gegenüber dem Design schlechter gestellt. Dem Gestalter gestand Platon immerhin technische, ethische und ideelle Erkenntnis- und Verbesserungsmöglichkeiten zu.⁴² Generell fand das Design eine höhere Beachtung, da das Schöne sich erst im Vollzug von Zwecken manifestiere, das rein Geistige wurde jedoch aufgrund der Distanz zur Lebensrealität negiert.

Die Zeit rund um die Entstehung der Museen kann als Beginn der „Geschichte der modernen Diskurse und Institutionen zu Kunst und Design“ angesehen werden.⁴³ Maßgeblich dafür verantwortlich sind die Konstruktion eines historischen Bewusstseins und die damit einhergehende Vorstellung von Fortschritt und Entwicklung. Noch in der Frühen Neuzeit gab es keine Trennung zwischen Kunst und Design, jedoch entwickelte man erste Systematiken für die Künste.

Differenziert wurde zwischen ideellem Entwurf (Plan) und der handwerklichen Ausführung (Realisierung), wobei der konzeptuellen Vorarbeit der Begriff des disegno, der als Vorreiter des heutigen Design-Begriffs verstanden werden kann, zukam.

⁴⁰ Vgl. Geiger 2012, S. 11.

⁴¹ Vgl. ebd., S. 12.

⁴² Vgl. ebd., S. 13.

⁴³ Vgl. ebd., S. 14.

Die Erfindung bzw. Einführung von Kunst und Design als hierarchisch voneinander getrennte Disziplinen ist dem bürgerlichen Zeitalter, seit der Aufklärung und der Französischen Revolution, geschuldet. Den historisch klassifizierenden Museen wurde eine ästhetisch reflektierende sowie nationen- und identitätsbildende Aufgabe zuteil.⁴⁴ Es galt das Volk zu „erziehen und es zu lehren, dass alles eine eigene Geschichte hat und sich auch erst aus dieser heraus verstehen lässt“⁴⁵. Eine strikte Trennung von Kunst und Gestaltung/Design ist aber vor allem der Wiederentdeckung der Antike, der im ästhetischen Kanon von Klassizismus und Romantik eine wesentliche Bedeutung zukam, zu verdanken.⁴⁶ „Der neue, historisch reflektierte Kunstbegriff legte nun Kriterien zugrunde, die im Kunstwerk allem voran Geist und Intellekt suchten, sodass der Alltag in die ästhetische Bedeutungslosigkeit verfallen musste“.⁴⁷ Dies war allem voran der Auffassung geschuldet, dass man den handwerklichen Höchstleistungen der antiken Schätze kaum etwas entgegenzusetzen hatte und die modernen Annäherungen und Kopien nur einen fahlen, unzureichenden und schalen Abklatsch dessen darstellten. Die Schlussfolgerung lautete daher, dass man die meisterlichen, antiken Schöpfungen nur intellektuell überflügeln könne, da das sichtbare bzw. materiell gefertigte Schöne bereits vollendet sei.⁴⁸ Laut Hegel galt es der Prämisse Folge zu leisten, dass die Kunst selbst philosophisch zu sein habe und alles Handwerkliche und Alltägliche den Dekorateurs zu überlassen sei.⁴⁹ „Nicht Kunst und Leben waren nunmehr vereint, sondern Kunst und höhere Wahrheit.“⁵⁰ Damit sich der Intellekt nach den Vorstellungen von Hegel entfalten konnte, bedurfte es einer von allen Zwecken befreiten und somit autonomen Kunst. Hegel postulierte eine Ästhetik, die schlussendlich sogar eine Selbstaufhebung der Kunst in Anbetracht sah, indem sie sich überflüssig mache. Er war der Auffassung, dass der reine, absolute Gedanke im Stande sei, das Kunstwerk schließlich zu überflügeln.⁵¹ „Die Kunst als Gegenstand des Denkens wurde in der modernen Kunsttheorie letztlich wichtiger als das gefertigte Werk selbst, und so musste der Künstler fortan mindestens so intellektuell sein wie sein Kritiker. Ob man der Kunst einen Gefallen tat, sie als Hort der Wahrheit bzw. des Absoluten derart zu überhöhen, bleibt fraglich.“⁵² Außer Frage steht, dass die Geringschätzung des Designs ihren Ausgangspunkt u.a. den Ansichten jener Zeit zu verdanken hat.⁵³ „Die Ästhetik der bürgerlich geprägten Moderne sah in den Alltagsdingen nur noch die Fabrik, d.h. die Zwänge des Gehorchenmüssens – gegenüber Produktionsbedingungen, Märkten und Dividenden.“⁵⁴ Die Verachtung nicht-künstlerischer

⁴⁴ Vgl. Geiger 2012, S. 14.

⁴⁵ Geiger 2012, S. 14

⁴⁶ Vgl. Geiger 2012, S. 14.

⁴⁷ Geiger 2012, S. 14-15.

⁴⁸ Vgl. Geiger 2012, S. 15.

⁴⁹ Vgl. ebd., S. 16.

⁵⁰ Geiger 2012, S. 16.

⁵¹ Vgl. Geiger 2012, S. 16.

⁵² Geiger 2012, S. 16.

⁵³ Vgl. Geiger 2012, S. 16.

⁵⁴ Geiger 2012, S. 16.

Artefakte lässt sich jedoch beinahe ein Jahrhundert zuvor beim Vater der modernen Kunstgeschichtsschreibung Johann Joachim Winckelmann erkennen.⁵⁵

Dieser propagierte die Auflösung der alten Sammelsurien der Kunst durch eine Geschichtsauffassung, die uns ethisch wie ästhetisch zum Besseren erziehen sollte. Seine Behauptungen stützen sich auf der Annahme, dass die Größe der antiken Kunst auf klimatische Bedingungen zurückzuführen und somit naturhistorisch bedingt sei. Die ästhetischen herausragenden Erzeugnisse der Antike seien nach dem schönen Ebenbild der Menschen, die in einer sonnigen und warmen Umgebung lebten, geschaffen. Daher war es seiner Ansicht nach für die Künstler und Handwerker ein leichtes, durch die gegebene Fülle an schönen, nackten Körpern, nachzuahmen, was sie sahen. Im Gegensatz dazu attestierte Winckelmann seinen Zeitgenossen äußerliche Hässlichkeit, die unter anderem den Pocken und dem Puder, welche die Haut verdorben hätten, geschuldet sei. Den modischen Bemühungen der damaligen Zeit konnte er nichts abgewinnen, da er diese als Zwang und beklemmend für den Körper empfand und kam zu dem Schluss, dass sich die Gestalter von Kleidern und Dingen im nordischen Klima seines Kulturkreises sich keine Mühe machen sollten, da in der Gegenwart keine sichtbare Schönheit mehr zu schaffen sei. Einzig durch ein neues Verständnis von Kunst könne man diesem Niedergang noch entgegenwirken – ein Genius müsse der Künstler sein und seine Aufgabe bestehe darin sich intellektuell am Geist der antiken Vorbilder zu orientieren, um diesen in neuer, abstrakter Form darzustellen.⁵⁶

„Der Pinsel, den der Künstler führet, soll im Verstand getunkt sein, wie jemand von dem Schreibgriffel des Aristoteles gesagt hat: Er soll mehr zu denken hinterlassen, als was er dem Auge gezeiget, und dieses wird der Künstler erhalten, wenn er seine Gedanken in Allegorien nicht zu verstecken, sondern einzukleiden gelernt hat. [...] Der Kenner wird zu denken haben, und der bloße Liebhaber wird es lernen.“⁵⁷

Folglich wurde das Denken und Erziehen als größte Tugenden der Kunst angesehen, während hingegen der Alltag, aufgrund seiner zweckgebundenen Mechanismen, an Bedeutung in Hinblick auf die Kunst verlor und sich selbst überlassen wurde. Uninspirierte, sprich geistlose Kopien der antiken Vorbilder waren von den Kunstkritikern verpönt und wurden vehement kritisiert.⁵⁸

„Die Metapher der Fabrik bzw. der mechanischen Reproduktion bildete bei Goethe, lange vor Walter Benjamin, den Ausgangspunkt für die Geringschätzung der Alltagskultur bzw. gegenüber allem, was sich in Serie herstellen und vervielfältigen ließ. Der wahre Geist entstehe nur im Original bzw. Unikat, genährt durch den genialen Künstler.“⁵⁹

⁵⁵ Vgl. Geiger 2012, S. 16.

⁵⁶ Vgl. ebd., S. 17.

⁵⁷ Winckelmann 2012, S. 17.

⁵⁸ Vgl. Geiger 2012, S. 17.

⁵⁹ Geiger 2012, S. 18.

Einzig die hohe Kunst sei dazu im Stande einen Kontrapunkt zu den „zweckrationalen Grausamkeiten des Alltags“ zu setzen.⁶⁰ Dieser Zugang hatte zur Folge, dass die Kunst einerseits ins Philosophische überhöht und die Gestaltung des Alltags dem bewusstlosen Schaffen der Fabriken überlassen wurde. Die proklamierte Separation zwischen Kunst und Alltag und der damit einhergehende Verlust der Gestaltung im Kunstdiskurs erfolgten um 1800. Es scheint laut Annette Geiger so, als hätte die Theorie bereits die Ästhetik der Gebrauchsdinge und Alltagskultur aufgegeben noch bevor sich die Industrialisierung flächen-deckend entfalten konnte.⁶¹

„Die Zweckmäßigkeit der seriellen Fabrikate, so das bis heute nachwirkende Argument, benötige kein Bewusstsein, sie werde durch das Effizienzdenken und die Kräfte des Marktes von selbst gesteuert. Reflektierte Kreativität werde in der Logik des Zweckmäßigen demnach nicht gebraucht, es reicht, die Tätigkeit mit der triebgesteuerten Natur gleichzusetzen“.⁶²

Es ist vor allem diesem fundamentalen Missverständnis und der Annahme der frühmodernen Kunstphilosophie zu verdanken, dass das Design keine ästhetische Reflexion benötige und seine Legitimation lediglich in seinem Nutzen und funktionalen Zweck vorzufinden sei. Diese Degradierung führte unweigerlich zu Vorurteilen und klischeebehafteten Ansichten gegenüber der Gestaltung, die bis heute an Aktualität nicht gänzlich eingebüßt haben.

Die Erfindung des Designs

Im Allgemeinen lassen sich bis heute zwei wesentliche Ansätze erkennen, Design als kulturell wertvoll zu determinieren. Auf der einen Seite stellt dies das Dekorative bzw. das Ornament als ästhetische Gestaltung dar, z.B. als Kunsthandwerk bzw. art décoratif oder Arts and Crafts. Verantwortlich für die Wertschätzung des Kunsthandwerks sind im Wesentlichen der Kunst zugeschriebene Kriterien wie Autorenschaft, Unikat/Kleinserie sowie handwerkliche Fähigkeiten und Könnerschaft. Im Gegensatz zur Kunst werden dabei nicht intellektuelle Diskursanforderungen herangezogen.⁶³

„Das Schöne soll hier ganz ohne Theorie- und Diskursgebäude als rein praktische Ästhetik bestehen, was ihm jedoch häufig den Ruf der Oberflächlichkeit einbringt.“⁶⁴ Dies hat auch eine Differenzierung zwischen Kunsthandwerk und Design zur Folge, während Letztgenanntes der Serien- und Massenproduktion zugewiesen wird.⁶⁵ Eine derartige Zuschreibung und Eingrenzung muss jedoch heutzutage aufgrund der Entwicklungen in den Museen und Diskursen der Gegenwart hinterfragt werden, da gerade Designerinnen und Designer, deren Arbeiten als Unikate und Kleinstserien angefertigt werde, tendenziell vermehrt besprochen, geschätzt und gesammelt werden. Design wird jedoch in erster Linie

⁶⁰ Vgl. Geiger 2012, S. 18.

⁶¹ Vgl. Geiger 2012, S. 19.

⁶² Geiger 2012, S. 20.

⁶³ Vgl. Geiger 2012, S. 20.

⁶⁴ Geiger 2012, S. 20.

⁶⁵ Vgl. Geiger 2012, S. 20.

als Disziplin wahrgenommen, die dem Primat des Funktionalen Folge zu leisten hat. Funktionalität wird hier weitestgehend mit der Nützlichkeit im Gebrauch und einer effizienten Herstellung in der Produktion in Verbindung gebracht. Eine funktional typisierte Serienproduktion soll bestmöglichen Nutzen und Wohlstand für alle gewährleisten.

Diese Definition und Designzuschreibung lässt jedoch die ästhetische Dimension als freie, kreative Arbeit komplett außer Acht.⁶⁶

Noch heute ist im aktuellen Wikipedia-Eintrag zur „Designgeschichte“ vermerkt: „Der Designer, hervorgegangen aus der Arbeitsteilung, ist ein Kreativer, der sich dem Fabrikwesen unterwerfen muss.“⁶⁷

Annette Geiger ist der Auffassung, dass dieses Unterwerfen und Befolgen von Zwecken zwar mit dem Argument der Menschlichkeit bzw. dem Dienen gegenüber der Menschheit aufwertend gerechtfertigt wird, diese in der Literatur repetierte klischeebehaftete Ideologie jedoch kaum zum Verständnis der Disziplin beiträgt.⁶⁸

Form ≠ Funktionalität

Ein kausaler Zusammenhang zwischen Form und Funktion lässt sich jedoch kaum argumentieren, da jede Formentscheidung prinzipiell kontingent und vielgestaltig möglich ist, „ohne dass es zu funktionellen Einbußen kommt, dass stets ein hohes Maß an kreativen Spielräumen und entsprechendem ästhetischen Potential vorhanden ist. [...] Wenn es in der Moderne Bestrebungen gab, den Alltag in typisierte Idealformen zu bringen, so gehorchten die jeweiligen Gestaltungsprinzipien meist erzieherisch-pädagogischen, gesellschaftsplanerischen oder eben ästhetischen Argumenten.“⁶⁹

Funktionalität stellt somit eine Grund- bzw. Minimalanforderung an das Gestalten dar, auf welcher die Designleistung basiert. Eine Differenzierung zwischen Kunst und Design gründet auch auf dem Verlust des Gebrauchswertes in der Kunst der Moderne. Die Annahme, dass das Design daher aus dem zweckmäßigen Gebrauch hervorgegangen sei, ist dadurch jedoch nicht bewiesen. In der modernen Arbeitsteilung wird vor allem anderen Berufsgruppen wie Ingenieurinnen/Ingenieuren, Konstrukteurinnen/Konstrukteuren, Programmiererinnen und Programmierern, die Liste ließe sich lange fortsetzen, das Funktionieren der Dinge zuteil, die Aufgabe des Designs besteht jedoch vorwiegend darin, in einem nächsten Schritt, die Form zu reflektieren und dahingehend Lösungen zu finden. Aufgrund dessen gilt es ästhetische Entscheidungen zu treffen, die jedoch dem Design und nicht der Kunst zugeordnet werden.⁷⁰

„Erst wenn man Gestaltung als eine ästhetisch reflektierte Praxis beschreibt, lässt sich die Disziplin auch in ihrer historischen Entstehung verstehen: Tatsächlich ging es bei allen

⁶⁶ Vgl. Geiger 2012, S. 20-21.

⁶⁷ <https://de.wikipedia.org/wiki/Designgeschichte>

⁶⁸ Vgl. Geiger 2012, S. 21.

⁶⁹ Geiger 2012, S. 21.

⁷⁰ Vgl. Geiger 2012, S. 21-22.

Dingen, die wir retrospektiv als Design bezeichnen, um eine Kritik am Bestehenden, um eine Reform der Form.“⁷¹

Es ist mitunter auch der 1. Weltausstellung 1851, die aufgrund der Darbietung von „überbordendem Schnörkel des Historismus, Kitsch der national-patriotisch aufgeladenen Eklektizismen“ und einer „Fülle an unsinniger Warenflut“ in der Kritik stand, zu verdanken, dass sich die Arts and Crafts Reformbewegung und im Folgenden Positionen, die sich der Einfachheit und der freiwilligen Selbstbeschränkung verschrieben, entwickelten, die wir heute als Design definieren. Festzuhalten ist, dass der Kitsch vor allem der Massenproduktion geschuldet war, da dieser trotz der Materialverschwendung en masse vertrieben und somit kostengünstig hergestellt werden konnte. Design im Verständnis der Moderne sowie Postmoderne war jedoch stets von einer Besinnung auf eine geartete Reform der bestehenden Verhältnisse gekennzeichnet. Die Aufgabe und Herausforderung des Designberufs bestand somit vorrangig darin, ästhetischen Fehlleistungen und -entwicklungen entgegenzuwirken und neue formale Gestaltungslösungen zu schaffen und nicht die Massenproduktion zu ermöglichen.⁷²

Summa summarum kann daher behauptet werden, dass der Designberuf aus der Notwendigkeit entstanden war, „Gestaltungsfragen neu und anders zu reflektieren als in der vorherrschenden Logik der Fabrik.“⁷³

Zeitgenössische Designentwicklungen

Seit den 1980er Jahren ist eine Annäherung von Kunst und Design zu beobachten, die sich vor allem auch in Sammlungen, Publikationen, Ausstellungshäuser, Galerien und Museumshops widerspiegelt.⁷⁴

„Schon in den achtziger Jahren bemerkte Michael Erlhoff, dass immer dann, wenn „das autonome Selbstbewusstsein schwindet, das AnundfürSich in die Legitimationskrise gerät, oder wenn die Gesellschaft wankt und die eigenen Konstruktionsprinzipien oder -wege Legitimationsschwierigkeiten äußern“, Künstlerinnen und Künstler dazu neigen, „die Probe auf Gegenstand und Gebrauch zu machen und sich so Sozialität zuzuerkennen.“⁷⁵

Durch die zunehmende Erforschung des Bauhaus, des Neoplastizismus und des russischen Konstruktivismus wurden Vorstellungen, Ziele und Haltungen der 1920er und 1930er Jahre, die im Nationalsozialismus unterdrückt, verfemt und instrumentalisiert wurden, wieder in ihrer Bedeutung ersichtlich.⁷⁶

⁷¹ Geiger 2012, S. 22.

⁷² Vgl. Geiger 2012, S. 22-23.

⁷³ Geiger 2012, S. 23.

⁷⁴ Vgl. Tietenberg 2012, S. 29.

⁷⁵ Tietenberg 2012, S. 29.

⁷⁶ Vgl. Tietenberg 2012, S. 29.

Ob Walter Gropius, Piet Mondrian oder El Lissitzky, sie alle fassten Architektur, Kunst und Design als Teile der Lebenswelt auf, mit dem Ziel auf diese einzuwirken und in der Folge umfassend zu verändern.

Heutzutage spielen Kunst und Design konstitutive Elemente eines konsumorientierten Lifestyles, dessen normative Kraft darauf ausgerichtet ist unsere Lebensumgebung harmonisch aufeinander abzustimmen.⁷⁷

„Während in den zwanziger Jahren Lebensstil im Sinne einer Ethik des Lebens reflektiert wurde, vermag man sich inzwischen kaum mehr etwas anderes als jene markt-, medien- und markenkonforme Ausprägung des Lifestyle vorzustellen, die Hal Foster als Unterordnung des ‚richtigen Lebens‘ unter das ‚designte Leben‘ beschrieben hat.“⁷⁸

Seit den achtziger und neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts sind vermehrt Bestrebungen von Designerinnen und Designern zu beobachten, sich Strategien, die der traditionellen Kunst zugeschrieben werden, anzueignen. Ausgehend von einer Gruppe niederländischer Designer wie Jurgen Bey, Hella Jongerius, Marcel Wanders und Richard Hutten entstanden Produkte, die als Unikate und oder Limited Editions hergestellt und vertrieben wurden. Im Wesentlichen wurde der Ansatz verfolgt, dass nicht das Diktat der Funktion und der technischen Umsetzungsmöglichkeiten der Industrie, sondern Ideen und Bemühungen dem Design in seiner zeitgemäßen Bedeutung gerecht zu werden, im Fokus standen. Die so geschaffenen Erzeugnisse entsprachen in ihrer Formgestaltung daher nicht dem mehrheitlich repetierten Designanspruch „form follows function“. Durch die „Implementierung von Referenzsystemen und Narrativen“, die in der Kunsttradition verankert sind, wurde ein Mehrwert suggeriert, der auch eine positive Auswirkung auf die erhoffte „Erweiterung der Distributionskanäle“ zeigte. Durch eine Vielzahl von Publikationen und fotografischen Reproduktionen des Gegenstands in Zeitschriften, Büchern oder elektronischen Medien wurde eine entscheidende „Medienwirksamkeit“ erzielt. Eine entsprechende Resonanz ist jedoch vor allem davon abhängig inwiefern der Gegenstand, das Design, als sogenanntes „conversation piece“ wahrgenommen wird.⁷⁹ „Der vom Designer markierte Gegenstand stellt einen Anreiz für den Rezipienten dar, zu beobachten, zu tasten, zu lesen, zu recherchieren, zu diskutieren – und so die eigene Denk- und Wahrnehmungsfähigkeit zu aktivieren und zu erweitern.“⁸⁰ Diese Entwicklung hatte zur Folge, dass sich der Designbegriff, in seinem Selbstverständnis bestärkt, von der Aufgabenauffassung emanzipierte ausschließlich „kontext- und nutzerunabhängige Objekte“ herstellen zu können.⁸¹ Vielmehr hat sich die Designdefinition erweitert, indem künstlerische Strategien annektiert wurden. „Design in diesem Sinn ist selbstreflexiv geworden und generiert, nicht anders als die Kunst, vor allem symbolisches Kapital.“⁸²

⁷⁷ Vgl. Tietenberg 2012, S. 29-30.

⁷⁸ Tietenberg 2012, S. 30.

⁷⁹ Vgl. Tietenberg 2012, S. 31-32.

⁸⁰ Tietenberg 2012, S. 33.

⁸¹ Vgl. Tietenberg 2012, S. 32.

⁸² Tietenberg 2012, S. 34.

Wenn man aufgrund dieser Entwicklung von „Design Art“ spricht ist dies jedoch kritisch zu beurteilen, da sich das Design somit sämtlicher Stereotype der künstlerischen Selbstdarstellung, die seit den 1960er Jahren seitens der institutionskritischen Kunst in Frage gestellt und in der Kunstwissenschaft als Legende vom Künstler dekonstruiert wurde, bedient und zu deren Renaissance verhelfen würde.⁸³

„Warum ist nicht mehr die Rede von Kompetenzen, die das Design zu Beginn des 20. Jahrhunderts so mächtig und attraktiv gemacht haben? Vom Vertrauen in die Ingenieurskunst? Vom Unternehmergeist? Vom Wissen um die Parameter der Informationstechnologie? Von der Materialkenntnis? Von der Fähigkeit, ästhetisches Bewusstsein und ökonomisches Denken miteinander zu vereinen?“⁸⁴

Dem Design sind diese Kompetenzen nicht plötzlich abhandengekommen, jedoch haben sie anstelle „eines neuen Paradigmas, das mit dem Produktionsbegriff und den Wahrnehmungsbedingungen im postindustriellen Zeitalter korreliert“, an Bedeutung eingebüßt.⁸⁵

„Das Paradigma lautet: Design ist Arbeit, Arbeit in ihrer höchstentwickelten Form – Design ist kreative Arbeit“⁸⁶

Die Beziehung zeitgenössischer Kunst- und Designpositionen

Die Entstehung und Entwicklung des Verhältnisses von Kunst und Design wurde nun aus unterschiedlichen zeitlich historischen, gesellschaftlich und kulturell relevanten Perspektiven beleuchtet. Dass KünstlerInnen mannigfaltig in ihren Positionen mit dem Design in Berührung kamen, diese zum Kunstwerk erhoben und oder Strategien der Aneignung wählten, Grenzen zwischen den Disziplinen ausloteten und überschritten, soll Thema der folgenden Abhandlung sein. Ausgewählte und repräsentative Beispiele der zeitgenössischen Kunstgeschichte sollen diese Bestrebungen, Zugänge und künstlerischen Positionen belegen und aufzeigen. Vorab kann vorausgeschickt werden, dass gerade Schnittstellen und Schnittmengen zum Selbstverständnis der beiden Disziplinen beigetragen haben.

Der Beginn des zeitgenössischen Verhältnisses zwischen Kunst und Design wird mit dem aufsehenerregenden und allseits bekannten Readymade „Fountain“, ein auf den Kopf gestelltes Urinal, von Marcel Duchamp, auf das Jahr 1917 tradiert.⁸⁷ Bis heute ist dessen Urheberschaft nicht restlos geklärt, gewiss ist jedoch, dass zum ersten Mal ein Alltagsgegenstand durch eine beabsichtigte Kontextverschiebung und entsprechende Inszenierung und Installation zum Kunstwerk erhoben wurde. Der Akt künstlerischen Handelns lag vor allem in der Auswahl und dem Erkennen des künstlerischen Potentials eines Alltagsgegenstandes – der Begriff des Readymade oder *Objet trouvé* war geboren.

⁸³ Vgl. Tietenberg 2012, S. 34.

⁸⁴ Tietenberg 2012, S. 34-35.

⁸⁵ Vgl. Tietenberg 2012, S. 35.

⁸⁶ Tietenberg 2012, S. 35.

⁸⁷ Vgl. Fischer 2012, S. 121.



Abb. 1: Marcel Duchamp, „Fountain“, 1917



Abb. 2: Meret Oppenheim, „Das Frühstück im Pelz“, 1963

Auch im Surrealismus bediente man sich dieser Strategie und erweiterte diese gegebenenfalls, wie das wahrscheinlich bekannteste Beispiel von Meret Oppenheims „Das Frühstück im Pelz“ (1963) verdeutlicht. Eine Tasse mit Untertasse und Löffel, allesamt mit einem Pelz überzogen, zeugen von einer „fetischisierten Objekt-Subjekt-Beziehung“.⁸⁸

Ein weiteres bekanntes Beispiel dieser Vorgehensweise ist jenes Objekt, das Picasso 1943 „Stierkopf“ nannte, bestehend aus einem Fahrradlenker und -sattel. Durch den Akt der Neukombination entsteht fast zwangsläufig die Assoziation eines abstrahierten Stierkopfes.⁸⁹

„Dieser Vorgang der Neuinterpretation von gefundenen „objets trouvés“ und ihrer Anordnung zu anderen Bedeutungskontexten und -ebenen gleicht einer magischen Verwandlung und macht den Künstler zum demiurgischen Schöpfer, der aufgrund seiner Imaginationskraft eben in der Lage ist, die Realität neu und anders zu kreieren.“⁹⁰

So ist es auch nicht verwunderlich, dass eine derartige Neukombination, wie z.B. der entworfene Stehsitz „Sella“ 1957 von Achille und Pier Giacomo Castiglioni, der als Fuß eine Halbkugel, verbunden mit einer Eisenstange und montiertem Rennradsattel, aufweist, aufgrund seiner Alltagstauglichkeit im Folgenden vielfach nachempfunden, industriell reproduziert wurde und somit zu einem pragmatischen Produktdesign avancierte.⁹¹

⁸⁸ Vgl. Fischer 2012, S. 122.

⁸⁹ Vgl. ebd., S. 125.

⁹⁰ Fischer 2012, S. 125.

⁹¹ Vgl. Fischer 2012, S. 125.



Abb. 3: Pablo Picasso , „Tête de taureau“, 1943



Abb. 4: Achille und Pier Giacomo Castiglioni, „Sella“, 1957

Eine Strategie des Zusammenspiels zwischen Kunst und Design ist es somit, Gebrauchsgegenstände ihrer ursprünglichen Funktion zu entheben und oder diese zu verunmöglichen, indem die Objekte verfremdet werden. Die so neu geschaffenen Werke verfolgen die Absicht einer Reassoziaton, sprich die Möglichkeit neue Imaginations- und Bedeutungsebenen durch eine bewusste Kontextverschiebung des jeweiligen Gegenstandes zu schaffen. Als Beispiele können hier auch Walter de Marias „Pyramid Chair“ (1966), ein Objekt, bestehend aus steil ansteigenden Treppen und einem platzierten Stuhl auf deren Plattform, das dadurch den Eindruck eines Thronobjektes erweckt, oder auch Joseph Beuys' „Fettstuhl“ (1964), ein herkömmlicher Gebrauchsgegenstand verfremdet zu einem künstlerischem Statement, genannt werden.



Abb. 5: Walter de Maria, „Pyramid Chair“, 1966

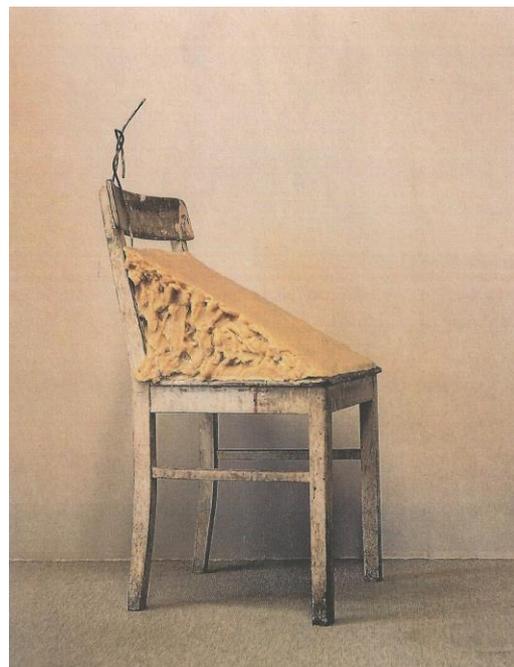


Abb. 6: Joseph Beuys, „Fettstuhl“, 1964

Eine weitere Strategie der künstlerischen Auseinandersetzung mit Gebrauchsgegenständen, stellt deren Transferierung in andere Materialien dar.⁹² Ein bekannter Vertreter dieses Zugangs der Verfremdung ist Claes Oldenburg. Bereits Anfang der 1960er Jahre fertigte er maßstabsgetreu u.a. Telefone, Schreibmaschinen, Waschbecken oder Toilettenschüsseln aus Stoff oder bemalter Pappe. Die Gebrauchsgegenstände erhalten durch die Material- und Zustandsverfremdung skulpturale Qualitäten und verwandeln sich zu „Ding-Metaphern“. Ein weiterer Vertreter der amerikanischen Pop Art, Jasper Johns, platzierte 1963 zwei Campbell-Spend Dosen auf einem Sockel und erhob sie so zum Kunstwerk.⁹³

Ähnlich verfuhr Andy Warhol ein Jahr später, indem er die berühmten Brillo-Boxen, maßstabsgetreu und in ihrer Erscheinung ident aus Holz fertigen ließ, diese bemalte und schließlich mittels Siebdrucktechnik, dem Original zum Verwechseln ähnlich, herstellte. Gegenstände, die ihrem Alltagskontext entrissen und museal inszeniert zum Kunstwerk erhoben wurden, hatten in der Kunstgeschichte ihren Eingang gefunden.



Abb. 7: Andy Warhol, „Brillo Box“, 1964

Die Aneignung von Formensprachen und deren Anwendung und Transformierung ist eine weitere Strategie künstlerischen Handelns. Philippe Starck entwarf in den 1980er Jahren Zahnbürsten für das Unternehmen Fluorcaril, die an die bereits 1926 entstandene Skulptur „Vogel im Raum“ von Constantin Brancusi erinnerten und angelehnt waren.⁹⁴

⁹² Vgl. Fischer 2012, S. 122, 123.

⁹³ Vgl. Fischer 2012, S. 123.

⁹⁴ Vgl. ebd., S. 126.



Abb. 8: Philipp Stark, O.T., 1989



Abb. 9: Constantin Brancusi, „Vogel im Raum“, 1926

Somit wird ersichtlich, dass sich das Design der Kunst, und umgekehrt, bedient, wobei anzumerken ist, dass die Kunst diese Strategie erst im zwanzigsten Jahrhundert für sich entdeckt hat. Mit dem Aufkommen der Konzeptkunst in den 1960er Jahren widmeten sich sowohl KünstlerInnen als auch DesignerInnen, vielseitig in ihren Arbeiten, der Alltags- und Gebrauchsgegenstände, die mit neuer Bedeutung aufgeladen, aus ihrem ursprünglichen Kontext gelöst und ihrer eigentlichen Funktion enthoben wurden – allem voran und in unterschiedlichster Variation und Ausformung, dem Stuhl, als Paradebeispiel des Designs und der Alltagskultur. Als Position zwischen den Disziplinen kann hier beispielhaft Joseph Kosuth genannt werden, der das Sitzmöbel als Gegenstand zu einem der zentralsten Werke der Konzeptkunst machte. Seine Installation „One and Three Chairs“ zeigt einen tatsächlichen Stuhl, eine lebensgroße Fotografie dieses Stuhls sowie eine abgedruckte Definition des Wortes „Stuhl“ an der Wand. Auf diese Weise werden das Verhältnis von Original und Abbild sowie die Beziehung von Kunst und Sprache thematisiert.



Abb. 10: Joseph Kosuth, „One and Three Chairs“, 1965



Abb. 11: Gerhard Richter, „Stuhl im Profil“, 1965



Abb. 12: Konrad Klapheck, „Die Logik der Frauen“, 1965

Die Alltagsgegenstände waren jedoch nicht nur in der objektbezogenen Kunst Ausgangspunkt künstlerischer Interventionen. In der Malerei wurden alltägliche Gebrauchsgegenstände als Motiv ebenso aufgegriffen, wie die Arbeiten „Stuhl im Profil“ 1965 von Gerhard Richter oder Konrad Klaphecks „Die Logik der Frauen“ 1965 bezeugen.

Es gibt jedoch auch genügend Beispiele, die belegen, dass sich die Kunst nicht nur des Designs bediente, sich dieses aneignete und oder zu Nutzen machte, sondern genauso zahllose Fälle, in denen KünstlerInnen als Designproduzentinnen bzw. Designproduzenten zu Werke gingen.

Stellvertretend dafür kann eine Teppichbodenkollektion „Dialog“ (1988) des deutschen Unternehmens Vorwerk angeführt werden, die von den Künstlern Sam Francis, Sol LeWitt, Roy Lichtenstein, Gerhard Richter, David Hockney sowie den Architekten Oswald Mathias Ungers und Norman Foster kreiert wurden.⁹⁵

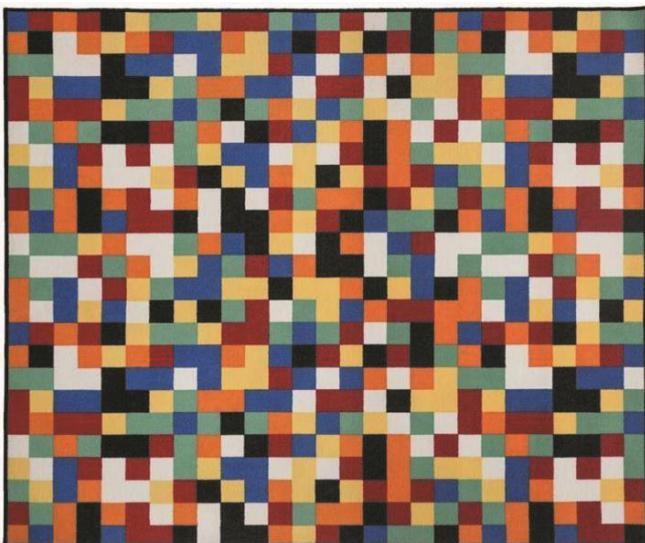


Abb. 13: Gerhard Richter, „1024 Farben“, 1988



Abb. 14: Roy Lichtenstein, O.T., 1988

⁹⁵ Vgl. Fischer 2012, S. 127.



Abb. 15: Ron Arad, „Rover chair“, 1981



Abb. 16: Marc Newson, Prototyp „Lockheed Lounge“, 1986

Im Kontext der vermeintlichen Mesalliance zwischen Kunst und Design muss auch das Werk der heute wahrscheinlich ökonomisch erfolgreichsten Produktdesigner Ron Arad und Marc Newson besprochen werden.⁹⁶ Beide Designer haben sich bevorzugt dem Möbeldesign verschrieben. Ron Arad gilt als Vertreter des „Organischen Designs“ und bespielt in seinen Arbeiten das Verhältnis von Form, Funktion und Ergonomie. Sein Londoner Studio „One Off Ltd.“ konzentriert sich auf die Produktion und den Vertrieb von Unikaten. Bekannt wurde er vor allem mit seinem „Rover Chair“ aus dem Jahr 1981, ein Fahrersitz eines Rovers, welchen er mithilfe eines Untergestells zu einem Sessel umfunktionierte. Die Arbeiten Marc Newsons lassen sich nur schwer einer Stilrichtung zuordnen, weisen sowohl biomorphe als auch futuristische Züge auf. Seine bekannte „Lockheed Lounge“, ein aus Aluminiumplatten zusammengenietetes und glasverstärktem Kunststoff organisch und futuristisch anmutendes Sofa, erzielte zuletzt 2015 bei einer Auktion über 2,4 Millionen Pfund und gilt seither als teuerstes Möbeldesign der Welt.

Kunst und Design beschreiten somit auch marketing- und mentalitätsstrategisch immer öfter vergleichbare Wege. Dies lässt sich auch daran erkennen, dass in Museen vermehrt Kunst- und Designobjekte in engeren Dialog gesetzt werden.⁹⁷ Untersucht man die Positionen zahlreicher bekannter zeitgenössischer KünstlerInnen und Kunstakteure wird der Zusammenhang bzw. das Verschmelzen der Disziplinen ersichtlich. Künstler wie Jeff Koons, Donald Judd und Erwin Wurm, um nur wenige zu nennen, bedienen sich allesamt wahlweise in ihren künstlerischen Arbeiten der Alltags- und Konsumkultur, kritisieren, zitieren und paraphrasieren, verfremden und unterwandern diese.



Abb. 17: Jeff Koons, „Balloon Animals“, 2019



Abb. 18: Erwin Wurm, „Fat Car“, 2001- 2004

⁹⁶ Vgl. ebd., S. 131.

⁹⁷ Vgl. Fischer 2012, S. 131-132.

Es ist somit festzuhalten, dass einerseits innerhalb der Kunst des 20. Jahrhunderts eine „Fiktionalisierung von Gebrauchszusammenhängen“ stattgefunden hat, die ihren gesellschaftlichen Stellenwert hinterfragen. Künstlerische Strategien haben andererseits immer wieder dazu beigetragen das Produktdesign zu bereichern.⁹⁸

Auch wenn Kunst sich auf andere Kontexte bezieht und diese weder zu negieren noch wegzudiskutieren sind, kann dem Design keine Verwandtschaft abgesprochen werden. Es besteht daher eine Dringlichkeit, die ästhetische Theorie der Gegebenheit, dass auch außerhalb der Kunst eine ästhetische Auseinandersetzung nicht nur möglich ist, sondern auch tatsächlich stattfindet, anzupassen.⁹⁹ Mehr denn je ist heutzutage in der ästhetischen Praxis zu beobachten, dass KünstlerInnen und DesignerInnen bestehende Grenzen ausloten, überschreiten, diese teilweise verschwimmen und somit zur Auflösung überholter Definitionen beitragen.

⁹⁸ Vgl. Fischer 2012, S. 132.

⁹⁹ Vgl. Geiger 2012, S. 23.

Werkbetrachtung und -analyse

Das folgende Kapitel verfolgt die Intention, Zugänge meiner gestalterisch-künstlerischen Praxis aufzuzeigen, offen zu legen und analytisch zu betrachten sowie Einblicke in die Motiventwicklung und deren Kontextualisierung zu gewähren. Bezugnehmend auf das Kapitel „Schnittstelle Kunst/Kunsthandwerk/Design“ werde ich darüber hinaus versuchen Kriterien für meine Arbeiten herauszuarbeiten, die eine zeitgemäße Disziplinenverortung ermöglichen.

Von der Ideenfindung zur ästhetisch-künstlerischen Praxis

Künstlerisches Handeln erfordert im Allgemeinen einen Findungs- und/oder Forschungsprozess – Ausgangspunkt dafür sind stets die Innen- und Außenwelt (Umwelt), Ein- und Ausblicke, die sich gegenseitig beeinflussen und die Wahrnehmung bestimmen und lenken – die Phänomene der Gefühls- und Gedankenwelt streben nach ihrer Übersetzung in Formen und Farben – eine Bildsprache will sich Ausdruck verschaffen und strebt nach ihrer Manifestierung. Vorstellungen und Ideen drängen sich auf, werden skizziert oder notiert, gesammelt, archiviert oder verworfen. Aus dem Sammelsurium von skizzenhaften Zeichnungen, schriftlichen Notizen und Fotografien gilt es eine Auswahl zu treffen. Nun kann der „handwerkliche“, gestalterisch-künstlerische Prozess beginnen. Der Graphitstift oder der Pinsel, als künstlerische Werkzeuge, finden ihre Anwendung in einem teils intuitiven teils bewusst gelenkten, reflexiven Prozess der Formenfindung. Schritt für Schritt entsteht eine Motivgestaltung, die im Folgenden als Teil eines größeren Ganzen, einer Bildkomposition, in Erscheinung treten wird. Die einzelnen Bildelemente werden zunächst für die Weiterbearbeitung am Computer eingescannt. Mithilfe der Tools, den sogenannten digitalen Werkzeugen des Photoshop-Programmes, können die einzelnen Motive nach Belieben, auf spielerische Art und Weise, arrangiert, zueinander gesetzt und in Verbindung gebracht werden. Das Verhältnis von Form- und Farbwirkungen kann simuliert und erprobt werden. Realistisch anmutende oder abstrakt gezeichnete Motive werden wahlweise mit geometrischen Figuren, Strukturen oder Fotografien verknüpft, verwoben, oder dadurch hervorgehoben – Gestaltungsentscheidungen wollen getroffen werden. Eine Vielzahl an Ebenen oder sogenannten „Layers“ werden erstellt, angelegt und in Beziehung zueinander gestellt. Es entstehen Bildkompositionen, die teilweise konzeptuelle Züge, Referenzen und Zitate, Metaphern, Symbole und Zeichen aufweisen und/oder mit der Wahrnehmung des Rezipienten spielen.

Die Bild- und Formensprache

Ausgangspunkt für die Bildkompositionen sind gezeichnete, realistisch anmutende oder aber auch abstrahierte Motive, denen metaphorischer oder symbolischer Gehalt zugeschrieben werden kann und ein konstanter Bestandteil meiner künstlerischen Arbeiten sind. In ihrer Darstellung klar und eindeutig erkennbar, sind diese vor allem als Verweise zu lesen, können dennoch rätselhaft anmuten und entziehen sich somit auch einer allzu offensichtlichen Deutung und Bedeutung. Vor allem der Kunst des Surrealismus und der Wiener Schule des fantastischen Realismus verdanke ich einen prägenden Einfluss auf meine künstlerische Arbeit. Die Auseinandersetzung mit dieser Bildsprache, die in der Kunstgeschichte tief verwurzelt ist, resultierte in der großformatigen Zeichnung „Märchen, Mythen, Träume – DREAMISDESTINY“ (2013 - 2014), die ich im Folgenden mittels Siebdrucktechnik auf Textil und Papier übertrug.



Abb. 19: Johannes Gangl, „Märchen Mythen Träume – DREAMISDESTINY“, 2013 -2014

Die Bilderwelten der „tragbaren“ Arbeiten sind vergleichsweise reduzierter gewählt und beziehen sich auf den menschlichen Körper als Träger und den Schnitt und die Form des Textils. Collageartig werden wahlweise gezeichnete Motive mit selbst erstellten, vorgefundenen und fotografisch festgehaltenen Strukturen sowie mit elementaren geometrischen Figuren in Verbindung gebracht und kombiniert.

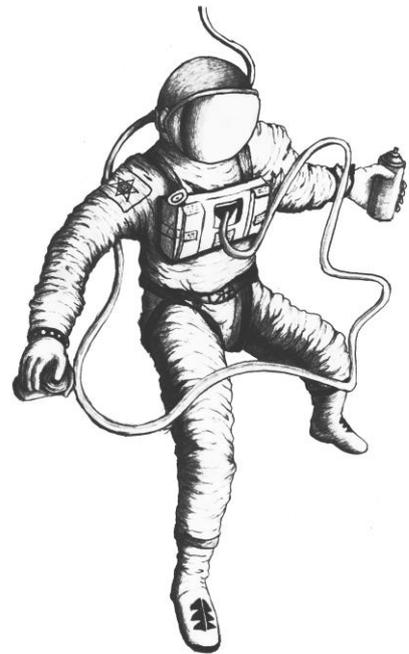
Die konzeptuelle Ausrichtung der Arbeiten bezieht sich in erster Linie auf die wesentlichen philosophischen Charakteristika von „Einsvonunendlich“ als auch auf Kunst- und Künstlerpositionen, die mit eben dieser korrespondieren oder von persönlicher Bedeutung sind. Darüber hinaus weisen einzelne Motive Referenzen auf, die vor allem in künstlerischen Positionen verankert sind und als Zitate verstanden werden können.

Eigene Arbeiten (Auswahl)

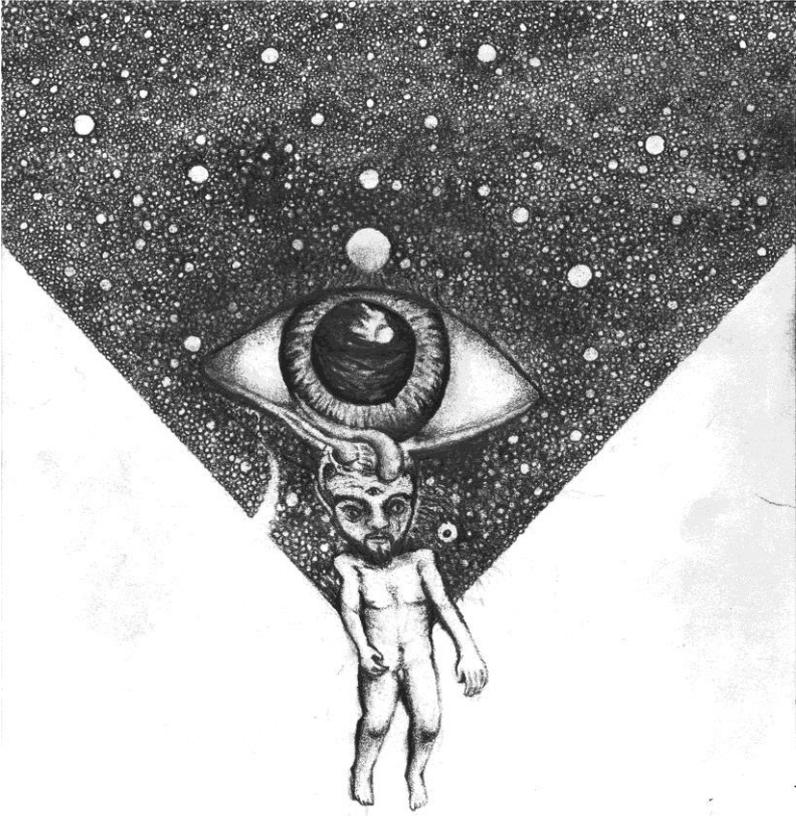
„Artonaut“

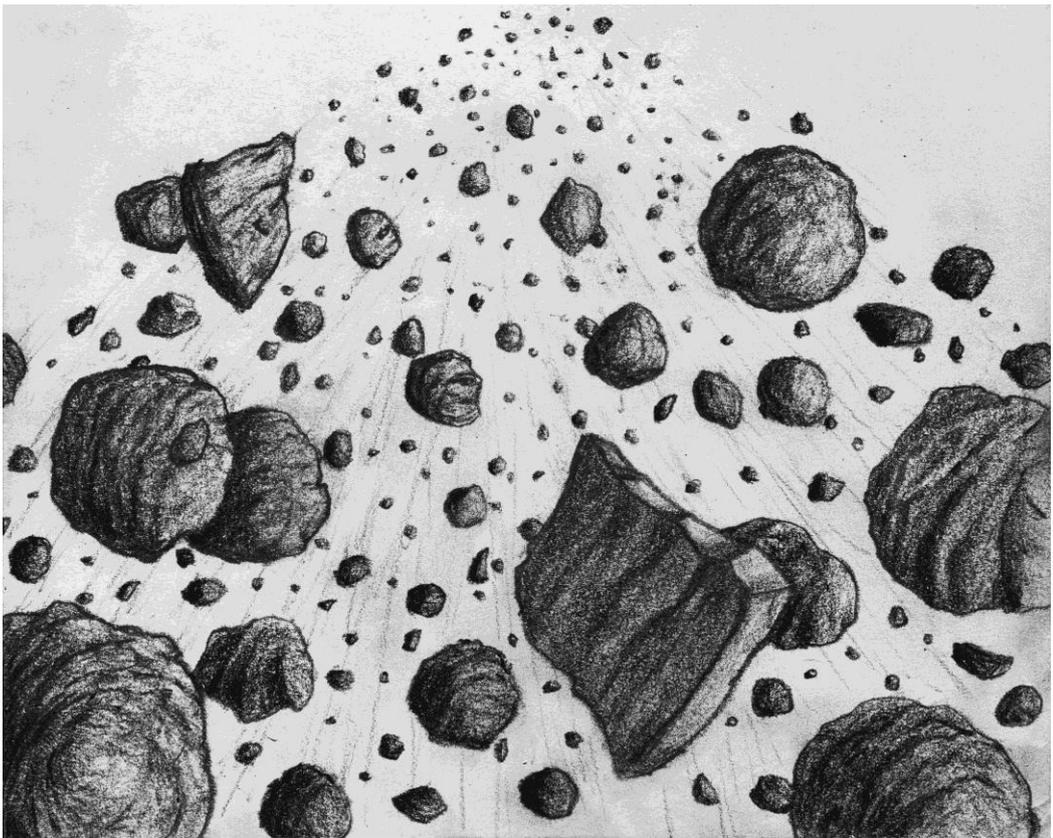
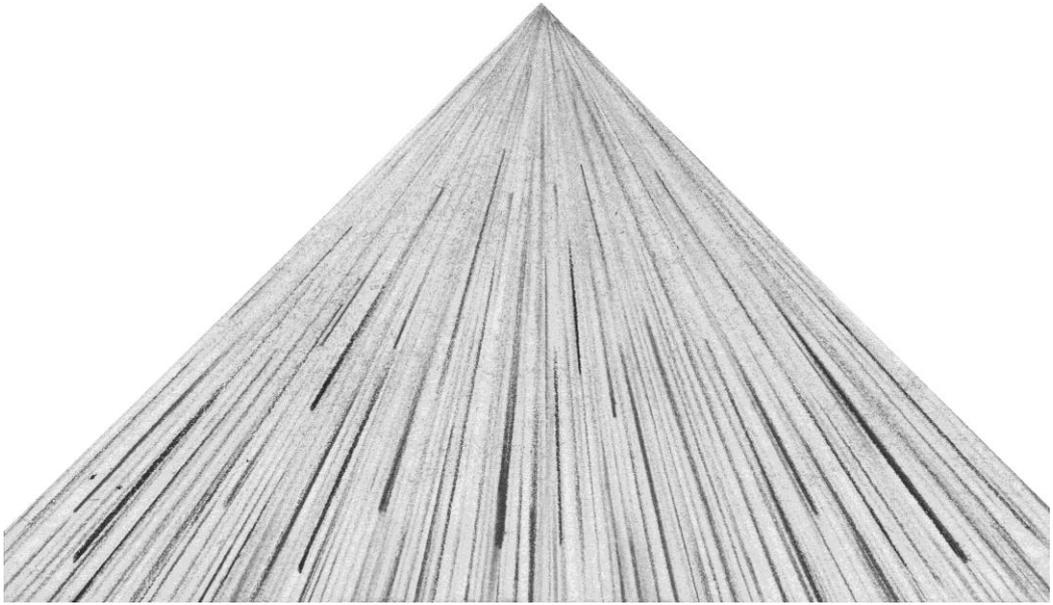
„Artonaut“ (2014) war mein erstes Siebdruckmotiv, das ich seriell auf tragbare Textilien gedruckt habe. Seither wurde dieses über die Jahre hinweg in unterschiedlichen Versionen bzw. Variationen reproduziert und hat sich zu einem Art Leitmotiv entwickelt. Die Wortkreation „Artonaut“ inkludiert und verbindet „Art“, englisch für Kunst, und „Astronaut“, also den Menschen, der den Weltraum erforscht. Die Sprühdosen, als wesentliche künstlerische Werkzeuge des Artonauten zu verstehen, sind als Verweis auf die Street Art zu lesen - einer Kunstströmung der Subkultur, welche in den letzten Jahrzehnten immer mehr an Bedeutung im Kunstkontext gewonnen hat. Ihre Grundzüge

charakterisieren auch die konzeptuelle Ausrichtung von „Einsvonunendlich“ – nämlich, dass Kunst für jeden zugänglich sein sollte und der Mensch ein schöpferisches Wesen und Gestalter seiner Umgebung und Umwelt ist. Der „Artonaut“, schwerelos, schwebend, frei und uneingeschränkt in seinem Sein, versteht sich als kosmisches Wesen, welches versucht Logik bzw. Verstand mit Emotion bzw. Gefühl in Einklang zu bringen und mithilfe der in ihm verankerten schöpferischen Kräfte zum Ausdruck zu bringen. Der „Artonaut“ bespielt den ihn umgebenden Lebensraum auf künstlerische Art und Weise, gestaltet und belebt ihn dadurch und macht diesen in seiner Einzigartigkeit wahrnehmbar.



Skizzen



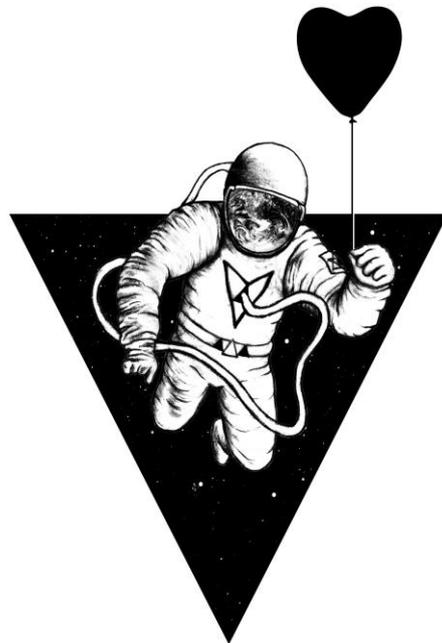
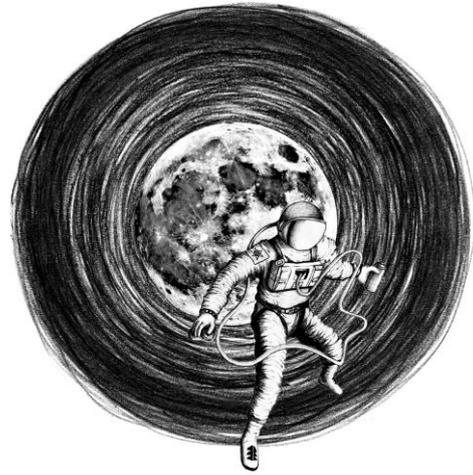


Fertiges Motiv (Siebdruck auf Papier, 3. Auflage, 2019)



Abb. 20: Johannes Gangl, „Artonaut“, 2019

Variationen (Druckvorlagen; Auswahl)



Siebdruck auf Textil (Auswahl)



Abb. 21/22: eigene Aufnahme, 2019 (Model: Eva Stiasny)

„Einhörnchen“

Das „Einhörnchen“ ist ebenfalls eine Wortkreation, bestehend aus Eichhörnchen und dem Fabelwesen Einhorn und wurde als Motiv 2015 umgesetzt. Es handelt sich dabei um ein sagenumwobenes Wesen, dessen Existenz nicht restlos geklärt ist. Nichts desto trotz werden dem Einhörnchen besondere, charakteristische Merkmale zugeschrieben. Selten gesehen, soll es der Legende nach schüchtern und eigenwillig sein und zurückgezogen leben. Dem Einhörnchen werden jedoch gute Absichten und heilende Kräfte zugesprochen, die jedoch nicht belegt sind. Das Einhörnchen ist ein nachtaktives Wesen, das bevorzugt in höher gelegenen Gefilden beheimatet ist und sich von Gold ernährt. Die artenspezifische Ernährung führt auch zur Bildung des prägnanten Hörnchens.



Druckvorlage (ganzes Motiv)



Siebdruck auf Textil (Auswahl)



Abb. 23 - 26: eigene Aufnahmen, 2019 (Model: Eva Stiasny)

„Moonmutzi“

Katzen sind von jeher als beliebtes Motiv in der Kunstgeschichte verankert. Je nach Kultur und Zeitalter wurden ihnen unterschiedliche Wesensmerkmale zugeschrieben. In Japan gelten die winkenden Katzen, auch Manekineko genannt, als Glücksbringer. Katzen sind jedoch, von jeglicher Symbolik abgesehen, vor allem verspielt und eigenwillig und scheinen manchmal Dinge wahrzunehmen, die unseren menschlichen Sinnen verborgen bleiben. So ist die gehobene Pfote auch als Griff nach dem Mond zu lesen – ein Spiel mit der menschlichen Wahrnehmung, die Illusion implementiert.



Druckvorlage (ganzes Motiv)

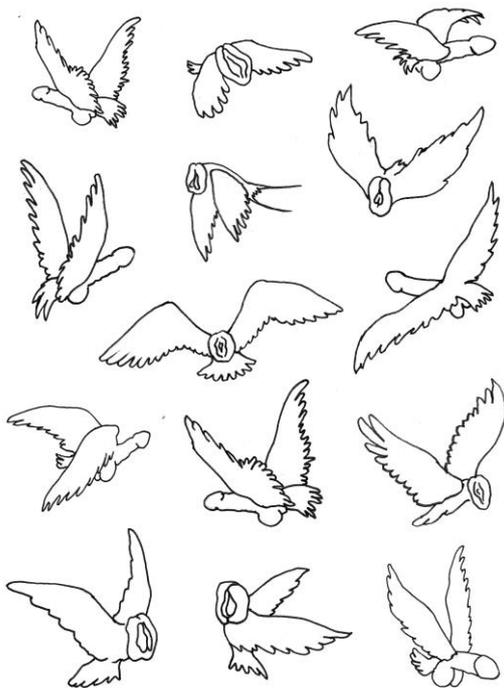


Siebdruck auf Textil (Auswahl)



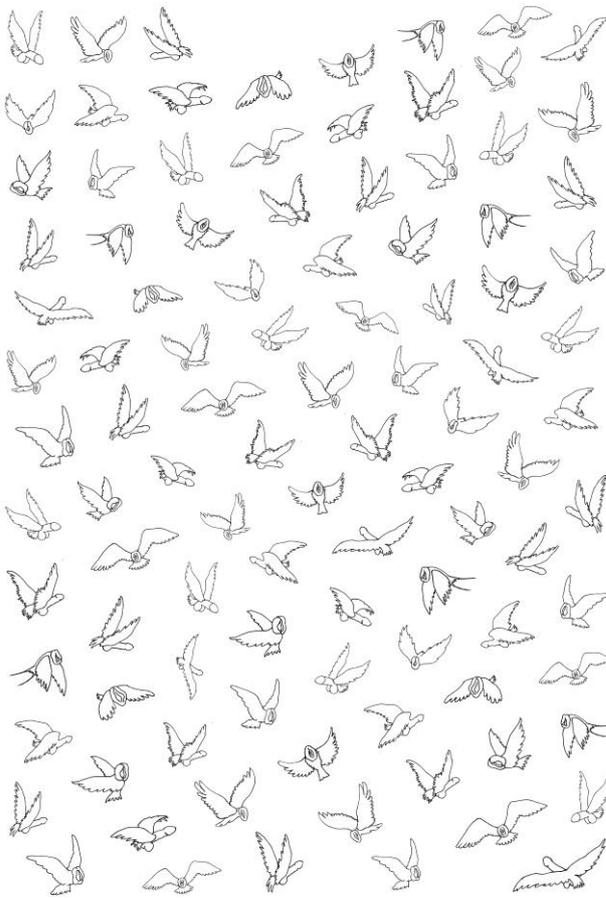
Abb. 27/28: eigene Aufnahmen, 2019 (Model: Eva Stiasny)

„flying genitals“ / „birds“



Die menschliche Wahrnehmung ist oft trügerisch, gaukelt uns etwas vor und mutet oberflächlich an. Der Trieb und die Begierden wollen befriedigt und nicht negiert werden. Sie streben nach Akzeptanz und Toleranz – nach individueller Freiheit. Das Menschenspiel hat seine eigene Ordnung.

Druckvorlage (ganzes Motiv)



Siebdruck auf Textil (Auswahl)



Abb. 29/30: eigene Aufnahmen, 2019 (Model: Eva Stiasny)

„Imagine“ (2020)

Die Wirklichkeit ist ein Gestaltungsraum, der erträumt werden will. Gedanken brüten, die in Bildern lebendig werden. Strukturen und Formen durchdringen den Raum, berühren einander, verfließen, wandeln sich, nehmen Gestalt an. Polaritäten sind Bestandteile des Einen – oben-unten, Tag-Nacht, hell-dunkel, schwarz-weiß. Die „Kindliche Kaiserin“ verbildlicht als Frida Kahlo, strebt danach, mithilfe der Imagination, Veränderung zu erwirken – die Tier- und Pflanzenwelt verweist auf den metaphorischen Gehalt. Vorstellungskraft, bewegtes Sein – Phantasien ist grenzenlos – viva la vida, viva la fantasia!

Druckvorlage (ganzes Motiv)



Siebdruck auf Papier (Auswahl)



Abb. 31: Johannes Gangl, „imagine“, 2020

Siebdruck auf Textil (Auswahl)



Abb. 32/33: eigene Aufnahmen, 2020

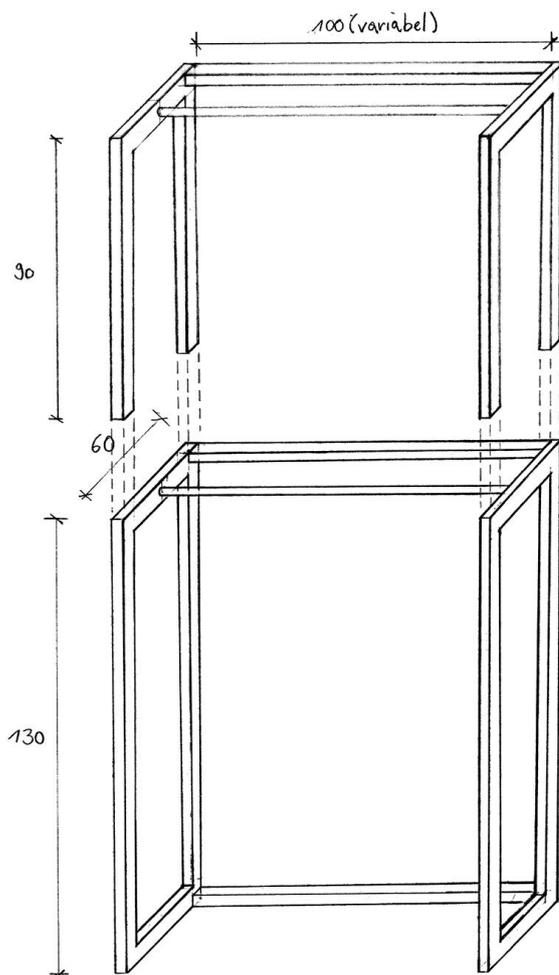
Standdesign (2020)

Im Zuge der Reflexion und Analyse des Künstlerkollektivs „Einsvonunendlich“ wurde unter anderem die Präsentation bzw. Präsentationsform der Arbeiten im Kunst- und Designmarktsetting als Schwachstelle offensichtlich. Ich habe deshalb beschlossen ein neues Standdesign zu bewerkstelligen, das einfach und praktisch im Aufbau und für den Transport ist, schlicht und dennoch stilvoll anmutet, sowie variabel einsetzbar ist.

Als Werkstoff für die Umsetzung habe ich mich für Holz entschieden. Da die finanziellen Mittel zum Zeitpunkt des Materialeinkaufs limitiert waren, wurde auf eine weitestgehend kostengünstige Variante geachtet. Gerade was den Werkstoff Holz betrifft gibt es eine große Preisspanne und wesentliche Qualitätsunterschiede zwischen den verschiedenen Hölzern. Ein beliebtes und zugleich preiswertes Holz für den Möbelbau sind Tanne und Fichte.

Da ich kaum Erfahrung mit der Bearbeitung des Werkstoffs Holz hatte, beschloss ich die Lehrveranstaltung „Holz“ bei Manfred Grillnberger zu besuchen. Aufgrund des Lockdowns im Zuge der Covid19-Pandemie im Frühjahr 2020 konnte ich erst Anfang Juni an meinem Projekt zu arbeiten beginnen – zuvor hatte ich erste Skizzen gezeichnet.

Skizze



Ausgehend von der Skizze (siehe oben) wurden unterschiedliche Lösungen für die Umsetzung im Gespräch mit dem Werkstättenleiter Manfred Grillnberger angedacht.

Wichtig für die Umsetzung waren:

- Schlichtes, stabiles, funktionales und gleichzeitig stilvolles Design
- Leichter und schneller Aufbau ohne viele Hilfsmittel (Imbus)
- Platzschonender Transport
- Variabel einsetzbar (Stecksystem)

Nach den ersten Besprechungen und der Konkretisierung der Umsetzungsidee wurden die entsprechenden Materialien eingekauft: Staffelholz, OSB-Platten, Rundstangen, Dübelstangen, Zylinderschrauben, Einschraubmuffen und Steckbodenträger.

Das Standdesign wurde grundsätzlich für eine Verkaufs- bzw. Standfläche von sechs Quadratmetern (Standardmaße bei Verkaufsständen sind 3 x 2 Meter bzw. 4 x 1,5 Meter) konzipiert. Es wurden daher insgesamt vier „Kleiderstangen“ ausgearbeitet. Aufgrund der Variabilität der Anordnungs- und Benützungsmöglichkeiten des Standdesigns können die einzelnen Elemente jedoch auch größeren Standflächen angepasst werden.

Vor allem war es mir jedoch wichtig, dass die einzelnen Elemente modifiziert und auch als Regale oder Tische verwendet werden können. Dies war unter anderem der Annahme geschuldet, dass ich in einer eigenen Werkstatt freie Flächen für die Lagerung der Materialien benötigen werde.

Da für die Präsentation von Arbeiten/Produkten die Beleuchtung eine wesentliche Rolle spielt, musste ich mir zu guter Letzt eine ansprechende Lösung für die Kombination und Verbindung mit den „Kleiderstangen“ überlegen. Die Leuchten sollten ein schlichtes, dezentes und dennoch stilvolles Design aufweisen, möglichst unauffällig, platzsparend und kabellos sein, sowie einfach und variabel in der Montage. Im Zuge der Recherche konnte ich schließlich Leuchten ausfindig machen, die weitestgehend diesen Anforderungen entsprechen. Darüber hinaus können diese mit Magneten rasch angebracht und entfernt sowie mit einem USB-Kabel aufgeladen werden. Da es mir ein Anliegen war, dass die Leuchten nicht sofort ins Auge stechen, beschloss ich, nach Absprache mit Manfred Grillnberger, die Regalböden an der Vorderkante auf Gehrung zu schneiden und Leisten, aus den überschüssigen Resten der OSB-Platten, daran zu leimen. Dies hat zugleich den Vorteil, dass die Regalböden dadurch stärker erscheinen, sich somit, proportional zur Gesamtkonstruktion gesehen, noch besser einfügen und dadurch eine homogenere Wirkung erzeugt wird.



Abb. 34: Manfred Grillnberger, 2020
Abb. 35/36: eigene Aufnahme, 2020





Abb. 37 - 43: eigene Aufnahmen, 2020

Standdesign bei einem Verkaufsmarkt (August 2020)



Abb. 44: eigene Aufnahme, 2020

V. Resümee

Der Begriff „Profession“ im Diplomarbeitstitel verweist auf die Bedeutungsebenen „Beruf“ sowie „Gewerbe“ und spiegelt die wesentlichen thematischen Grundpfeiler dieser Verschriftlichung wieder. Das vordergründige Ziel der vorliegenden Diplomarbeit ist eine Weiterentwicklung und Professionalisierung unterschiedlicher Bereiche in Hinblick auf das Künstlerkollektiv „Einsvonunendlich“ und die berufliche Selbstständigkeit an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design zu ermöglichen und zu gewährleisten. Die Intention der thematischen Auseinandersetzung war daher, neben dem Studienabschluss und der verbundenen beruflichen Ausrichtung als Kunstpädagoge und Kunstvermittler, die selbstständige Tätigkeit als Kunstschafter, Designer und Unternehmer zu reflektieren und analysieren, um entsprechend Schlüsse für Verbesserungspotentiale daraus ziehen zu können. Gerade als zukünftiger Kunstpädagoge erscheint es mir von wesentlicher Bedeutung, einen Zugang zum gestalterisch-künstlerischen Handeln nicht nur herstellen und vermitteln zu können, sondern auch selbst zu praktizieren, um Erfahrungswerte, Fertigkeiten und Kenntnisse in den Unterricht miteinfließen lassen zu können. Die Siebdrucktechnik bietet vielseitige Ausdrucksmöglichkeiten, die bildnerische Kompetenzen mit technischen, handwerklichen Fertigkeiten verbinden können. Im Laufe des Studiums entwickelte sich aus einem anfänglichen Hobby und einer Zuverdienstmöglichkeit eine relevante berufliche Perspektive, die jedoch einer umfassenden Analyse und Reflektion bedurfte, da Schwachstellen offensichtlich wurden.

Die Diplomarbeit beinhaltet folgende Schwerpunkte:

Die Dokumentation, Reflexion und Analyse der unternehmerischen Praxis, in Folge des Erfahrungsberichtes, dienen als aufschlussreiche Hilfestellungen, um anstehende Umsetzungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten sichtbar zu machen und gezielt verfolgen zu können. Chancen und Risiken für die unternehmerische Praxis konnten aufgrund der externen und internen Analyse des Künstlerkollektivs erkannt, eingeordnet und Verbesserungen bereits realisiert werden. Die Anfertigung eines neuen Standdesigns, das flexibel und variabel einsetzbar ist, konnte im Rahmen einer Lehrveranstaltung („Holz“) bewerkstelligt werden. Darüber hinaus wurden neue Motivgestaltungen für den Siebdruck auf Textilien und Papier angefertigt. Passende Räumlichkeiten für eine Werkstatt bzw. für ein Atelier konnten gefunden, angemietet und entsprechend eingerichtet werden. Ein eigener Internetshop ist momentan in der Entstehungsphase und wird noch dieses Frühjahr online gehen. Ein Gespräch mit einer möglichen Geschäftspartnerin hat bereits stattgefunden und eine Kooperation in Bezug auf den Verkauf unserer Arbeiten/Produkte wurde in Aussicht gestellt.

Ein weiterer Schwerpunkt wurde auf die Erstellung eines Leitfadens für Personen, insbesondere Studierende, die beabsichtigen sich ebenfalls selbstständig zu machen und ein Klein(st)gewerbe gründen möchten, gelegt. Dieser beinhaltet und dokumentiert die Voraussetzungen und Bedingungen sowie die An- und Herausforderungen, die mit der

Gewerbegründung einhergehen. Ein Beweggrund mich dieser Thematik zu widmen und relevante Informationen zur Verfügung zu stellen war vor allem, dass unternehmerische und bürokratische Anbelange, aus eigener Erfahrung, mühselig recherchiert und zusammengesammelt werden müssen, um einen Überblick zu bekommen und ein dementsprechender Zeitaufwand damit verbunden ist. Die angesprochene Zielgruppe, der diese Ausführungen zugutekommen, soll davon profitieren, ein Einstieg in die Materie dadurch erleichtert und ein Erkenntnisgewinn ermöglicht werden.

Ein Hauptaugenmerk dieser Niederschrift ist auf die Verortung gestalterisch-künstlerischer Arbeiten an der Schnittstelle Kunst/Kunsth Handwerk/Design gerichtet. Zu diesem Zweck wurde das Verhältnis von Kunst und Design aus kunst- und kulturhistorischer Perspektive näher betrachtet. Es konnte festgestellt werden, dass den Begrifflichkeiten in ihrer zeitgeschichtlichen Entwicklung differenzierte Definitionen und Bedeutungen zukommen. Die Geschichte der Beziehung von Kunst und Design ist geprägt von einem Wechselspiel der Trennung und Annäherung - eine Verwandtschaft der beiden Disziplinen wird dadurch umso deutlicher. Es konnte in der ästhetisch-künstlerischen Praxis beobachtet werden, dass seit dem 20. Jahrhundert künstlerische Positionen, Zugänge, Strategien und Bestrebungen zur Überwindung strikter und dogmatisch anmutender Kategorisierungen beigetragen haben und zu Schnittmengen geführt haben. Festzuhalten ist, dass die Aufgabe des Designs nicht rein zweckgebunden ist und das vielfach repetierte und klischeebehaftete Paradigma „form follows function“ zu bedienen hat, sondern seine Berechtigung im ästhetischen Kontext vor allem in einer Reflexion und Reform der Form und Formensprache zu verorten ist. Dass der Gestaltung auch gesellschaftliche Relevanz durch Eingriffe in die Lebenswelt zugesprochen werden kann, ist spätestens seit den Bemühungen des Bauhauses bekannt und unterstreicht ihre Bedeutung und Wirksamkeit. Aufgrund dessen kann eine Schlussfolgerung nur lauten, dass das Design nicht Dilettanten und der Logik der Fabrik überlassen werden sollte, sondern, dass eine Besinnung auf die Kernkompetenzen der Disziplin erforderlich ist, um überholte Zuschreibungen obsolet zu machen. Es bedarf stets einer Überprüfung und Reflexion der Qualitäten von Arbeiten, sei dies im Kunst- oder Designkontext. Den Kunsthochschulen wird daher im Besonderen die Aufgabe zuteil, den sachlichen Diskurs und Meinungsaustausch in Bezug auf das Verhältnis Kunst zu Design zu fördern, einer zeitgemäßen ästhetischen Theorie anzupassen und nicht trennende Faktoren in den Mittelpunkt der Lehre zu stellen, da in der gestalterisch-künstlerischen Praxis festzustellen ist, dass sich die beiden Disziplinen gegenseitig bereichern und voneinander profitieren.

Wesentlicher Bestandteil dieses Kapitels ist die Werkbetrachtung und -analyse meiner ästhetisch-künstlerischen Praxis. Zugänge des gestalterisch-künstlerischen Schaffensprozesses werden aufgezeigt und offengelegt, sowie Einblicke in die Motiventwicklung und deren Kontextualisierung und Bedeutungsebenen gewährt. Die Annahme, dass sich die Siebdruckerzeugnisse der tragbaren Arbeiten an der Schnittstelle „Kunst/Kunsth Handwerk/Design“ verorten lassen, konnte dadurch bestätigt werden. Die Umsetzung neuer Motivgestaltungen mittels Siebdruck auf Textil und Papier sowie eines Standdesigns aus Holz dokumentieren den praktischen Teil der Diplomarbeit. Somit konnte eine gute Basis für

weitere Entwicklungsschritte und Verbesserungen für das Künstlerkollektiv „Einsvonunendlich“ gesetzt werden. Ob die genannten Maßnahmen auch zu einem unternehmerischen Erfolg führen, kann erst in Folge der Verkaufstätigkeit festgestellt und überprüft werden.

VI. Danksagung

Nach vierzehn Jahren Kunststudium ist es nun auch Zeit Danke zu sagen. Besonderer Dank gilt in erster Linie meinen Eltern, die mich stets unterstützt und ermutigt haben meine eigenen Ideen und individuellen Vorstellungen zu verfolgen.

Ein großer Dank gebührt dem Leiter der Abteilung Textil·Kunst·Design Prof. Gilbert Bretterbauer für die Offenheit in Bezug auf meine Themenwahl und die Ausrichtung meiner Diplomarbeit, sowie für die anregenden Gespräche und die gute Betreuung.

Dem Abteilungsleiter der Studienrichtung Bildnerische Erziehung Prof. Wolfgang Schreibelmayr gilt der Dank für seine Bemühungen und fachliche sowie soziale Kompetenz, genauso wie dem Leiter der Holzwerkstatt Manfred Grillnberger für dessen Unterstützung und Expertise.

Bedanken möchte ich mich darüber hinaus bei Frau Mag. Ingrid Tragler, die mir die Möglichkeit geboten hat als Tutor in der Siebdruckwerkstatt neun Semester lang zu arbeiten – danke für die gute Zusammenarbeit all die Jahre!

An dieser Stelle möchte ich mich vor allem auch bei den Personen, die mich während der Diplomarbeit unterstützt haben und Hilfestellungen angeboten haben, bedanken. Dazu zählen einige Freunde und Freundinnen, die mir durch Zuspruch, Anregungen und motivierende Worte geholfen haben mein Vorhaben umzusetzen – danke Brudi Vildan, Hombre Stefano, Conny Yogini, Bea Beate, Käptn Ändi, Sir Olivier und Flo Floki!

VII. Literaturverzeichnis

Fischer 2012

Volker Fischer, Kunst und Design. Grenzverletzer werden unnachsichtig belohnt, in: Annette Geiger/Michael Glasmeier (Hg.), Kunst und Design. Eine Affaire, Hamburg 2012.

Geiger 2012

Geiger, Annette: Kunst und Design. Ein Beziehungsdrama der Moderne, in: Annette Geiger/Michael Glasmeier (Hg.), Kunst und Design. Eine Affaire, Hamburg 2012.

Geiger/Glasmeier 2012

Annette Geiger/Michael Glasmeier (Hg.), Kunst und Design. Eine Affaire, Hamburg 2012.

Tietenberg 2012

Tietenberg Annette, Design ≠ Art? Zum Ersten, zum Zweiten und ... zum Dritten, in: Annette Geiger/Michael Glasmeier (Hg.), Kunst und Design. Eine Affaire, Hamburg 2012.

Winkelmann 2012

Johann Joachim Winkelmann, Gedanken über die Nachahmung der griechischen Werke in der Malerei und Bildhauerkunst, 1756, hg. v. Ludwig Uhlig, Stuttgart 1995, zitiert nach: Annette Geiger, Kunst und Design. Ein Beziehungsdrama der Moderne, in: Annette Geiger/Michael Glasmeier (Hg.), Kunst und Design. Eine Affaire, Hamburg 2012.

WKO 2019a

Wirtschaftskammer Österreich, Abgaben und Steuern, Steuerinformation für Betriebsgründer, Wien 2019.

WKO 2019b

Wirtschaftskammer Österreich, Abgaben und Steuern, Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung, Wien 2019.

WKO 2019c

Wirtschaftskammer Österreich, Abgaben und Steuern, Kammerumlagen1/Kammerumlagen2 /Grundumlage, Wien 2019.

WKO 2019d

Wirtschaftskammer Österreich, Infoblatt Studenten und Selbstständigkeit, Wien 2019.

WKO 2019e

Wirtschaftskammer Österreich, Leitfaden für Gründerinnen und Gründer, 24. Auflage, Wien Jänner 2019.

Internetquellen

Das Anlagenverzeichnis und Absetzung für Abnutzung (AfA) in Österreich, Einnahmen-Ausgaben-Tabelle (09.12.2019), URL: <https://ea-tabelle.at/anlagenverzeichnis/>

David Reisner, Das Unternehmensgründerprogramm (UGP) in Österreich – Von der Arbeitslosigkeit in die Selbstständigkeit (12.02.2020), URL: <https://www.foerderportal.at/das-ugp/>

Wikipedia, Designgeschichte (21.01.2020),
URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Designgeschichte>

Wirtschaftskammer Österreich, Sozialversicherung für Kleinunternehmer, 2019 (15.12.2019), URL: https://www.wko.at/service/arbeitsrecht-sozialrecht/Sozialversicherung_Kleingewerbe_einfach.html

Wirtschaftskammer Österreich, Sozialversicherung der Kleingewerbetreibenden, 2019 (17.11.2019), URL: https://www.wko.at/service/arbeitsrecht-der_sozialrecht/Sozialversicherung_Kleingewerbetreibenden.html

Wirtschaftskammer Österreich, Kleinunternehmerregelung, 2019 (18.11.2019), URL: <https://www.wko.at/service/steuern/kleinunternehmerregelung-oesterreich.html>

Wirtschaftskammer Österreich, Sonstige Rechte ("Nebenrechte") von Gewerbetreibenden, 2019 (05.12.2019), URL: https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/sonstige_rechte-nebenrechte-gewerbetreibende.html

Wirtschaftskammer Österreich, UID-Nummer: Umsatzsteueridentifikationsnummer, 2019 (29.11.2019), URL: <https://www.wko.at/service/steuern/uid-nummer-umsatzsteuer-identifikationsnummer.html>

Wirtschaftskammer Österreich, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht, 2019 (27.11.2019), URL: <https://www.wko.at/service/steuern/Registrierkassen-und-Belegerteilungspflicht.html>

VIII. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Marcel Duchamp, Fountain, 1917 in: https://de.wikipedia.org/wiki/Fountain_(Duchamp)	41
Abb. 2:	Meret Oppenheim, Das Frühstück im Pelz, 1963 in: https://www.pinterest.com/pin/292663675786122116/	41
Abb. 3:	Pablo Picasso, Tête de taureau, 1943 in: https://radundkultur.wordpress.com/2016/03/31/tete-de-taureau/	42
Abb. 4:	Achille und Pier Giacomo Castiglioni, Sella, 1957 in: https://www.connox.de/kategorien/moebel/hocker/zanotta-sella-hocker.html	42
Abb. 5:	Walter de Maria, Pyramid Chair, 1966 in: https://collection.mmk.art/en/nc/werkuebersicht/?werk=1979%2F7&kuenstler=159036&all=1	42
Abb. 6:	Joseph Beuys, Fettstuhl, 1964 in: https://www.xeltricgoods.com/index.php?main_page=product_info&products_id=671933	42
Abb. 7:	Andy Warhol, Brillo Box, 1964 in: https://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/37008/1/a-new-doc-tells-the-story-of-the-warhol-brillo-box-sculpture	43
Abb. 8:	Phillipp Stark, O.T., 1989 in: http://deerbe.com/unt/97364-2_x_philippe_starck_design_zahnbrste_toothbrush_fluocaril_moma.html	44
Abb. 9:	Constantin Brancusi, Vogel im Raum, 1926 in: https://www.pinterest.de/wankatanka/constantin-brancusi/	44
Abb. 10:	Joseph Kosuth, One and Three Chairs, 1965 in: https://de.wahooart.com/@/8XYCMH-Joseph-Kosuth-One-and-Three-Chairs	44
Abb. 11:	Gerhard Richter, Stuhl im Profil, 1965 in: https://www.gerhard-richter.com/de/art/paintings/photo-paintings/household-icons-39/chair-in-profile-5617/?p=1	45
Abb. 12:	Konrad Klapheck, Die Logik der Frauen, 1965 in: http://brushpaletteandcoffee.blogspot.com/2015/06/logik-der-frauen.html	45
Abb. 13:	Gerhard Richter, 1024 Farben, 1988 in: https://lot-tissimo.com/de/i/10117312	45

Abb. 14: Roy Lichtenstein, O.T., 1988 in: https://lot-tissimo.com/de/i/11568938/nach-roy-lichtenstein-dialog-art-collection-teppich-vorwerk-polyamidvelours-auf-polyester-mit	45
Abb. 15: Ron Arad, Rover chair, 1981 in: http://wewastetime22.rssing.com/chan-38174855/all_p1.html	46
Abb. 16: Marc Newson, (Prototyp) Lockheed Lounge, 1986 in: https://www.wohnfee.at/design-und-kunst-eine-heitere-melange/	46
Abb. 17: Jeff Koons, Balloon Animals, 2019 in: https://www.galerie-breckner.de/jeff-koons-balloon-editions-2019/	46
Abb. 18: Erwin Wurm, Fat Car, 2001 - 2004 in: http://www.artnet.de/k%C3%BCnstler/erwin-wurm/fat-car-IA_n9LUVWzjE5sAcWKn35Q2	46
Abb. 19: Johannes Gangl, Märchen Mythen Träume – DREAMISDESTINY, 2013 - 2014	49
Abb. 20: Johannes Gangl, Artonaut, 2019	53
Abb. 21 - 22: eigene Aufnahmen, 2019	55
Abb. 23 - 26: eigene Aufnahmen, 2019	67
Abb. 27 - 28: eigene Aufnahmen, 2019	59
Abb. 29 - 30: eigene Aufnahmen, 2019	60
Abb. 31: Johannes Gangl, imagine, 2020	62
Abb. 32 - 33: eigene Aufnahmen, 2020	62
Abb. 34: Manfred Grillnberger, 2020	65
Abb. 35 - 36: eigene Aufnahmen, 2020	65
Abb. 37 - 39: eigene Aufnahmen, 2020	66
Abb. 40 - 43: eigene Aufnahmen, 2020	67
Abb. 44: eigene Aufnahme, 2020	68



CC BY-NC-ND 4.0 International
Namensnennung - Nicht-kommerziell - Keine Bearbeitung 4.0 International