

Über Geld spricht man nicht. Oder doch? Wir haben vier freischaffende Designer*innen und eine Illustratorin gefragt, welchen Stellenwert Geld für sie und ihre Arbeit hat. Und siehe da: Sie haben geantwortet.

Konstantin Grcic



„Geld war für mich nie eine Motivation. Ich empfand es immer als selbstverständlich, mit meiner Arbeit Geld zu verdienen. Design ist mein Beruf, davon lebe ich. Der Großteil dessen, was unsere Projekte erwirtschaften, fließt zurück in unsere Arbeit. Ein Büro kostet Geld. Ich leiste mir ein gutes Team an Mitarbeiter*innen. Das ermöglicht mir, interessante, anspruchsvolle Projekte zu machen, die wiederum neue Aufträge bringen. Es ist ein funktionierender Kreislauf.“

Ich habe aktuell fünf fest angestellte Mitarbeiter*innen. Das Büro ist wie eine kleine Firma. Ich mag die Verbindlichkeit, die daraus entsteht. Es gibt eine klare Struktur und innerhalb dieser Struktur größtmögliche Freiheit. Obwohl alle Mitarbeiter*innen unterschiedliche Fähigkeiten mitbringen, ist die Gehaltsstruktur im Büro relativ ausgeglichen. In all den Jahren meiner Selbstständigkeit seit 1991 habe ich gelernt, kreative Leistung gegen Geld zu verhandeln. Natürlich habe ich auch schmerzhaft Fehler gemacht, aber ich habe daraus gelernt. Man sollte ohne Scham über Geld sprechen. Ich habe viel von skandinavischen Auftraggeber*innen gelernt: Bei Projektverhandlungen wird dort sehr früh und offen über Geld gesprochen. Es ist ein Teil des Ganzen.

Es ist eine Illusion zu glauben, dass Designleistungen in Zeit und Material abgerechnet werden könnten wie in einer Autowerkstatt. Unsere Arbeit ist selten effizient. Ich würde mich sogar dagegen sträuben. Der Designprozess braucht Zeit – auch um Fehler zu machen, Umwege zu gehen. Im Büro arbeiten wir immer an unterschiedlichen Projekten gleichzeitig. Finanziell führt das zu einer gesunden Mischkalkulation: Einige Projekte laufen besser als andere. Die einen ziehen die anderen mit.

Mein erstes Honorar habe ich direkt nach meinem Studium verhandelt. Das Projekt war relativ umfangreich und dauerte fast zwei Jahre. Damals habe ich mit dem Auftraggeber eine monatliche Summe vereinbart, die so bemessen war, dass ich davon leben konnte. Ich hatte also ein Auskommen, um mich voll und ganz auf den Auftrag zu konzentrieren. Das Projekt auf ein monatliches Grundgehalt herunterzubrechen war ein gutes Modell. Eine einfache, aber vor allem ehrliche Rechnung. Das ist mir heute noch wichtig. Wenn ich an einem Projekt arbeite, will ich genau verstehen, was wie viel kostet. Wie sich die Kosten zusammensetzen beziehungsweise wofür Geld ausgegeben wird, ist ein wichtiger Schlüssel für gute Gestaltung. Wenn die Leute beklagen, dass Design zu teuer sei, liegt das meistens an mangelnder Aufklärung darüber, wofür man bezahlt. In der Industrie gibt es inzwischen den positiven Trend, Produktionskosten transparent zu machen. Mir ist das besonders bei jungen Firmen in der Textil- und Modebranche aufgefallen.

Unser Bewusstsein für Nachhaltigkeit hat den Anspruch an Qualität im positiven Sinne verändert. Als ich in den 1990er-Jahren anfang, ging es oft darum, Dinge billiger zu machen. Heute ist das anders. Die meisten Menschen sind aufgeklärter und somit anspruchsvoller und kritischer. Man will gute Dinge kaufen, und das hat seinen Preis. Schlechte Qualität ist teuer.“

↳ KONSTANTIN GRICIC ist der Meinung, dass Geld eine Realität ist, mit der man sich als Designer*in auseinandersetzen muss. Tatsächlich hat hierzulande kaum jemand mehr Erfahrung mit der Preisgestaltung von Designobjekten als der Industriedesigner. Die Preisspanne ist enorm: Möbel aus Grcics Feder kosten zwischen 75 Euro für einen industriell gefertigten Stuhl und 65.000 Euro für einen limitierten Tisch.

Rush Jackson



„Für freiberufliche Designer*innen ist Geld leider gleichbedeutend mit Autonomie. Meiner Erfahrung nach ist es nur die halbe Miete: Mein größtes Kapital ist die Zeit. Im Moment verbringe ich einen beträchtlichen Teil meiner Zeit damit, die Logistik meines Studios zu managen – neben den vielen anderen Aufgaben, die man als Freiberufler*in zu erledigen hat. Meine Zeit gleichmäßig auf mehrere Projekte zu verteilen – Selbstständigkeit, unabhängige Forschung, Hobbys, soziale Kontakte und Selfcare – ist für mich eine nie endende Herausforderung.“

Ich habe früh erkannt, dass Design eine Währung ist. Aus der unteren amerikanischen Mittelschicht kommend, sah ich darin viele Möglichkeiten: Die anfängliche Investition war gering und ermöglichte mir einen schnellen sozialen Aufstieg – von ständiger finanzieller Unsicherheit hin zu einem Status, in dem ich als Cultural Taste-Maker, also Trendsetter, angesehen wurde.

Seit 2021 arbeite ich hauptberuflich als selbstständige*r Designer*in. Seitdem gab es Höhen und Tiefen – ehrlich gesagt mehr Tiefen als Höhen. Als Soloselbstständige*r setze ich bewusst Prioritäten bei Projekten, die mich interessieren und die zu meinen übergeordneten Zielen passen, nämlich Design ehrlich und kulturell reparierend einzusetzen. Um meinen Werten treu zu bleiben, nehme ich auch ein geringeres Honorar in Kauf.

Ob man als Grafikdesigner*in in den USA gut bezahlt wird, hängt von vielen Faktoren ab. Zum Beispiel davon, ob man angestellt

oder selbstständig ist. Und natürlich von den eigenen Fähigkeiten, den angebotenen Dienstleistungen, der Branche des Kunden und vielem mehr. Grafikdesign kann auch ein sehr unterbezahlter Beruf sein. Ich persönlich betrachte wirtschaftlichen Erfolg als etwas, das nur wichtig ist, um größere, infrastrukturelle Endziele zu erreichen. Früher habe ich darauf keinen großen Wert gelegt. Heute sehe ich Erfolg als notwendig an, wenn ich möchte, dass mein Studio wächst und zu einer größeren, gemeinschaftlichen Institution wird.

Momentan bin ich mit meinem Einkommen recht zufrieden, aber natürlich wirken sich die steigenden Lebenshaltungskosten und die Inflation auch auf mich und mein Studio aus. Wie viele andere Kunst- und Designschaffende ergänze ich mein Einkommen derzeit durch andere Tätigkeiten, zum Beispiel durch Unterrichten. Ich arbeite daran, Wege zu finden, mein Einkommen auf nachhaltige und ethische Weise zu steigern. Die wertvollen Beziehungen und die großartige Community, die mich stolz machen, Design zu praktizieren, möchte ich jedoch unbedingt erhalten.“

↳ RUSH JACKSON ist ein*e nichtbinäre*r Grafikdesigner*in. Für Jackson liegt der Wert von Design vor allem in der kulturell reparierenden und sozial verbindenden Kraft: Jacksons Studio in New York bietet designorientierte Dienstleistungen für Schwarze und queere Initiativen und Communitys an.

Malaika Raiss



„Geld ist mir heute wichtiger als zu der Zeit, in der ich mein Unternehmen gegründet habe. Schließlich ermöglicht mir der wirtschaftliche Erfolg, weiterhin künstlerisch und kreativ zu arbeiten. Selbstständigkeit ist für mich aber ohnehin nur schwer mit Geld aufzuwiegen: Ich liebe es, kreativ zu sein, Dinge zu schaffen und eine Vision von etwas zu haben. Mit meinen derzeit acht Mitarbeiterinnen spreche ich offen über flexible Arbeitszeitmodelle und ein Gehalt, das sich lohnen soll. Bei uns wird fair verhandelt. Wer talentiert und engagiert ist, wird nach seinem Praktikum auch gern als Werkstudent*in übernommen. Ich erinnere mich noch gut an mein erstes Praktikum als Designassistentin:

Ich habe damals 200 Euro im Monat verdient und eigentlich alles gemacht – von Knöpfe annähen bis Moodboards erstellen. Heute, als Unternehmerin, bin ich meist zufrieden mit meinem Einkommen. Aber Existenzängste und Gedanken an Altersarmut schwingen immer mit – schließlich ist man als Selbstständige selbst für seine Rente verantwortlich und theoretisch kann morgen alles vorbei sein. Außerdem haben die letzten Jahre gezeigt, dass immer etwas Unvorhergesehenes passieren kann. Die aktuelle Situation in der Ukraine betrifft uns als Unternehmen auf vielen Ebenen: Da wir dort produzieren, mussten wir teilweise kurzfristig teurer woanders fertigen. Auch die Rohstoffpreise, vor allem für Wolle und Edelmetalle, sind gestiegen. Im Schmuckbereich waren wir deshalb gezwungen, die Preiserhöhungen an unsere Kund*innen

weiterzugeben. Glücklicherweise sind unsere Direktkund*innen im Onlineshop wieder sehr kauffreudig. Nur der Einzelhandel struggelt nach wie vor.

Grundsätzlich ist mir bewusst, dass ich mich finanziell in einer sehr privilegierten Situation befinde: Ich kann mir vieles leisten, bin als Frau unabhängig von meinem Partner – und verdiene sogar mehr als er. Trotzdem kaufe ich privat selten teure Kleidung. Meistens trage ich Stücke aus meiner eigenen Kollektion oder kaufe Vintage. Mein teuerstes Stück ist eine „Old Céline“-Tasche für 1.000 Euro. Die habe ich damals in Raten abbezahlt. Mein Brautkleid war ebenfalls pricy, weil ich den teuersten Seidensatin gewählt habe. Wenn gutes Design mit entsprechender Qualität einhergeht, halte ich höhere Preise durchaus für gerechtfertigt.“

↳ MALAIKA RAISS war 25, als sie ihr gleichnamiges Modelabel gründete. Künstlerin zu sein liege ihr in den Genen, sagt sie. Unternehmerin zu sein, musste sie hingegen erst lernen. Mit Erfolg: Heute, zwölf Jahre nach der Gründung ihres Labels, hat die Berliner Designerin acht Mitarbeiterinnen – und schon so manche Krise überstanden.

Laura Breiling



„Als ich mich 2011 selbstständig gemacht habe, war für mich klar, dass ich von meiner Arbeit gut leben möchte. Gerade am Anfang war das mit viel Akquise und Durchhaltevermögen verbunden. Aber wirtschaftliches Arbeiten war mir immer wichtig und mein Anspruch an mich selbst diesbezüglich hoch. Hätte das mit der Illustration nicht funktioniert, hätte ich mich definitiv umorientiert.“

Angestellt zu sein kam für mich nie infrage. Auch vor dem Studium nicht. Die Verantwortung als Selbstständige ist groß, und Selbstverwaltung kann anstrengend sein. Aber für mich ist es das Richtige. Ich kann meinen Tag frei einteilen und nach meinen Bedürfnissen strukturieren. Das ist ein großer Gewinn für meine Lebensqualität. Aufträge annehmen und ablehnen zu können, selbst zu verhandeln, meine politischen Positionen einzubringen – all das ist mir wichtig und funktioniert meiner Meinung nach in der Selbstständigkeit besser. Ich würde mich jederzeit wieder dafür entscheiden. Die Freiheit überwiegt trotz der großen Verantwortung die Nachteile.

Seit einigen Jahren bin ich mit meinem Einkommen sehr zufrieden. Aber der Weg dorthin war nicht immer leicht: Ich habe unzählige Budgetdiskussionen geführt, manchmal sogar in mehreren Runden. Aber ich habe viel gelernt und kann meine Preise mittlerweile gut verteidigen. Faire Bezahlung bedeutet für mich auch Wertschätzung. Meine Erfahrung ist, dass man das eigene Gehalt durch Verhandeln deutlich verbessern kann. Daher kann ich allen Freelancer*innen nur raten: Wenn Kund*innen Budgets kom-

munizieren, verhandelt mit ihnen! Die wenigsten springen sofort ab. Und selbst wenn eine Zusammenarbeit mal nicht zustande kommt, ist das weniger schlimm, als es sich zunächst anfühlt. Es kommen neue Jobs. Wer sich unter Wert verkauft, schadet sich selbst und auch anderen. Ich kann nur davon abraten, Aufträge mit zu niedrigen Budgets anzunehmen.

Da ich viel für die Werbebranche arbeite, stellen sich für mich oft ethische Fragen. Ich habe schon lukrative Projekte abgelehnt, weil sie meinen ethischen Ansprüchen nicht genügten. In unserem System ist es leider so, dass die höheren Summen oft von Kund*innen bereitgestellt werden, die nicht ganz faire Handelsbeziehungen pflegen. Für mich ergibt sich daraus eine Mischkalkulation: Bei großen Brands wäge ich ab, ob ich die Zusammenarbeit moralisch vertretbar finde, und entscheide individuell. So kann ich auch für kleinere NGOs oder linke Zeitungen arbeiten, die kleinere Honorare zahlen. Für mich funktioniert das in diesem Modell. Aber das ist eine sehr individuelle Entscheidung, die jede*r für sich treffen muss. Für mich steht jedenfalls fest: Meine Arbeit muss mit meinen Werten übereinstimmen und gleichzeitig meinen Lebensunterhalt sichern. Auch über Jahre hinweg.“

↳ LAURA BREILING ist freischaffende Illustratorin aus Berlin. Die Themen ihrer farbenfrohen, manchmal provokanten, fast immer politischen Arbeiten treffen den Nerv der Zeit: Body Positivity, Diversity, Feminismus. Zu ihren Auftraggebern zählen nationale und internationale Marken, darunter große Namen wie die New York Times, Die Zeit, Spotify und Netflix, aber auch kleinere NGOs.

Badal Patel



„Geld ist mir sehr wichtig, aber nur bis zu einem gewissen Punkt. Ich wäge immer zuerst ab, ob die potenziellen Auftraggeber*innen zu mir passen. Ob ihre Werte mit meinen übereinstimmen und ob ich mich respektiert fühle. Ich suche möglichst objektiv nach Warnsignalen und entscheide dann, ob sie für mich ein Ausschlusskriterium sind. Bis 2018 habe ich Vollzeit in einer Agentur gearbeitet. Ich habe gekündigt, weil ich ausgebrannt war und eine Pause brauchte. Eigentlich wollte ich nur übergangsweise freiberuflich arbeiten und hatte nicht vor, ein eigenes Studio zu gründen. Wie ich als Unternehmerin agiere, habe ich mit der Zeit gelernt.“

Das letzte Jahr war, finanziell gesehen, mein bisher erfolgreichstes. Es war aber auch mein bisher schwierigstes Jahr, weil es einige Tiefpunkte gab. Unterm Strich hat es mich dazu gebracht, Erfolg und die damit verbundene Lebensqualität neu zu definieren. Im Moment konzentriere ich mich vor allem auf die Qualität meiner Arbeit. Skalierung hat gerade keine Priorität. Für mich bedeutet Erfolg, nur an Projekten zu arbeiten, die mir Spaß machen. Mir ein

Mittagessen kochen zu können, spazieren zu gehen und insgesamt einfach schöne Tage zu haben.

Wie viele andere frage ich mich, wie sich die drohende Rezession in diesem Jahr auf mich auswirken wird. Viele Investor*innen sind auf die Bremse getreten, und den Marken steht nicht mehr so viel Budget zur Verfügung. Diese Unberechenbarkeit ist für mich an meinem Beruf nach wie vor die größte Herausforderung. Nie zu wissen, wann das nächste Projekt kommt, gibt einem schnell das Gefühl, zu allem Ja sagen zu müssen. Dieses Angstdenken hält mich oft davon ab, größere oder bessere Dinge zu tun. Das muss ich mir immer wieder bewusst machen.“

↳ BADAL PATEL arbeitet als unabhängige Grafikdesignerin in Los Angeles und New York. Die US-Amerikanerin mit indischen Wurzeln hat sich nach jahrelanger Festanstellung ohne große Vorbereitung selbstständig gemacht. Heute ist sie auf Corporate Identities, Branddesign, Packaging und Art Direction spezialisiert und betreut vor allem Kund*innen aus Mode, Beauty und Gastronomie.



DE 17 € AT 19 € CHF 25

form

