



**PAULINA  
TSVETANOVA**

Gründerin und CEO von  
PAULINA'S FRIENDS .  
2009-2014 Marketing Ma-  
nager und Berlin Koordina-  
tor, sculpture network e.V.  
international. 2012-2014  
Leitung der Galerie der  
Kunstgießerei Flierl, Berlin  
2014-2016 Leiterin Marke-  
ting und Vertrieb im Verlag  
ART AUREA, Berlin. Seit  
2016 PAULINA'S FRIENDS  
- Concept Store / Kreativa-  
gentur für Kunst, Design &  
Vintage-Mode in Bikini  
Berlin.

## Herrin über den eigenen Weg

### *Selbstständigkeit als Möglichkeit zur Selbstverwirklichung*

Jeder gründet aus anderen Motiven heraus. Der eine hat das perfekte Produkt, der andere eine Idee, die er endlich realisieren möchte, der nächste will sich endlich selbst verwirklichen. Meist ist es die Kombination aus allem und noch viel mehr. Doch immer steckt viel Leidenschaft und noch mehr Arbeit für die eigene Unternehmung dahinter. Paulina Tsvetanova, Gründerin des Concept Stores PAULINA'S FRIENDS in Berlin, berichtet über ihren Weg in die Selbstständigkeit.

*Ein Beitrag von Paulina Tsvetanova*

Mein Traum war immer das Studium der Kunstgeschichte, Philosophie und Archäologie und anschließend mit diesem „Beruf“ mein Leben zu gestalten. Ich hatte das Glück mit Stipendien die Anzahl meiner Nebenjobs reduzieren und das Studium schnell abschließen zu können. Nach einigen Praktika und Volontariaten im Kulturbetrieb wurde mir jedoch die Brotlosigkeit dieser Branche schnell klar. Darum habe ich mehrere Weiterbildungen im Kulturmanagement-Bereich absolviert und mich in Richtung Marketing, Fundraising und Vertrieb orientiert. Circa 8 Jahre lang habe ich für verschiedene Auftraggeber als feste und freie Mitarbeiterin gearbeitet (Kulturstiftung, NGO, Galerie, Kunstmessen, Verlag). Soweit ein sehr klassischer Lebenslauf für Kulturschaffende.

Ich habe meine Arbeit immer mit Leidenschaft, viel Einsatzbereitschaft und Engagement betrieben. Dennoch war irgendwann der Punkt erreicht – und ich denke hier geht es vielen anderen Kulturschaffenden ebenso –, an dem die Tatsache für zu geringen Lohn zu viel und immer mehr leisten zu müssen, nicht mehr mit den Zielen und Vorstellungen für die eigene Zukunft vereinbar war. Und nicht nur das war Anlass mich selbstständig zu machen. Es war schlicht der lang gehegte Wunsch nach Selbstverwirklichung und -entfaltung, einfach meine eigene Chefin zu sein. Ich wollte alle meine Erfahrungen, Fähigkeiten und mein Know-how bündeln und meine Netzwerke, die ich über die Jahre gesponnen habe, verbinden. Also kündigte ich meinen gut bezahlten Job bei einem Magazin für Kunst & Design und gründete PAULINA'S FRIENDS.

### **Handverlesen, authentisch, nonkonform**

PAULINA'S FRIENDS ist eine Concept Galerie für zeitlose Unikate – sie vereint eine Kunstgalerie und eine Kreativwerkstatt voller außergewöhnlicher Einzelstücke aus den Bereichen zeitgenössischer Kunst, Design, gehobenem



**... Herrin über den eigenen Weg**

Kunsthandwerk und exquisite Vintage-Mode. Außerdem agieren wir als Kreativagentur. Paulina's Friends vertreibt handverlesene, nonkonforme, authentische Dinge aller Kunst- und Designgattungen jenseits des Mainstreams. Diese Produkte zu verkaufen und davon zu leben, ist Luxus, denn es handelt sich ausschließlich um Einzelstücke, die ziemlich kostspielig in der Produktion und der Vermittlung sind. Umso nachhaltiger und langfristiger ist aber auch deren Konsum. Bei PAULINA'S FRIENDS kauft man keine Produkte, sondern Emotionen und Individualität. Das ist meine Vision für mein Unternehmen.



Abb. 1: Temporäre Präsentation von PAULINA'S FRIENDS in einem Pop-up-Store im Bikini Berlin

**Gut vorbereitet, schnell losgelegt**

Spontan zu gründen, hatte für mich allerdings auch so manche Tücke parat: Leider bekam ich keinen Gründerzuschuss, Grund dafür: Voraussetzung ist Restanspruch auf ALGI von mindestens 5 Monaten. Kredite und Darlehen kamen für mich nicht infrage, ich wollte keine Schulden machen. Auch war die Zeit zu knapp, um mich bei diversen Businessplanwettbewerben zu bewerben. Die einzige Unterstützung, die ich bekommen habe, war die kompetente Beratung in der Gründerinnenzentrale und ein Existenzgründercrashkurs, der von der Agentur für Arbeit finanziert war. Allerdings hatte ich danach eher das Gefühl nur die Wahl zwischen Schwarz oder Weiß zu haben: entweder ich lasse es komplett oder ich starte direkt allen Warnungen, Risiken und Erwartungen zum Trotz ohne viel Grübeln über potenzielle Fehler und vorhandene Schwächen. Es fehlte die Balance zwischen Für und Wider.



### ... Herrin über den eigenen Weg

Meine größte Hürde in der Gründungsphase waren vor allem die deutsche Bürokratie und die Tatsache, dass eine Stadt wie Berlin scheinbar nur „Non-Profit“-Projekte auf kommunaler Ebene oder Atelierräume für Künstler/Produzenten fördert. Unternehmer in der Kultur werden nur theoretisch unterstützt – durch Seminare, Coachings etc. Letztendlich wollen aber alle Künstler und Designer nichts anderes als Publicity und gute Verkäufe. Alle wollen davon leben und brauchen Vertriebspartner und deren Geschäftsräume. Gewerbetreibende allerdings – egal womit sie handeln – werden sowohl von der Bürokratie als auch von der Öffentlichkeit als „Kommerzielle“ gesehen, die sich vieles leisten können müssen. Das stimmt in der Praxis aber so einfach nicht. Händlern im Kulturbetrieb geht es genauso wie den Produzenten, wenn nicht teilweise schlechter – ein Blick auf die Galerieszene, wo nur eine verschwindend geringe Zahl wirklich von ihrem Handel leben kann, reicht hier aus. Händler tragen sogar eine viel größere Verantwortung und Risiko. Sie profitieren auch nicht von Einrichtungen wie etwa der KSK, Gema, den Verwertungsgesellschaften usw. Doch sie sind wichtiger Baustein für die Kultur- und Kreativwirtschaft, ohne ihr Engagement geht es nicht. Was helfen kann? Der Staat könnte beispielsweise leerstehende Immobilien noch stärker in temporäre, kostengünstige Ausstellungs- und Verkaufshowrooms für Kreative umfunktionieren und das ohne endlose Behördengänge. Ein Beispiel fällt mir aus München ein – dort wurde vor einiger Zeit ein alternativer Pop-Up-Space extra in der luxuriösen Maximilianstr. installiert, um etwas Kultur und Spirit mitten in die Schickeria zu bringen. Nur die Nebenkosten mussten von den „Mieter“ bezahlt werden. Um diesen oder andere relevante Räume musste man sich beim Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft bewerben.

Ich beschloss letztlich meine Unternehmung mit eigenen Kapazitäten und bescheidenen Ersparnissen aus dem Boden zu stampfen, wobei mir der extreme Zeit- und Gelddruck sehr bewusst war. Das hat mich aber eher motiviert als verunsichert. In 6 Monaten habe ich meine Firma konzipiert und ins Leben gerufen – vom Businessplan über den Finanzierungsplan, die Suche nach geeigneten Räumlichkeiten, Marketing- und PR-Konzepte, Corporate Identity, Website, Werbemittel, Printkatalog, Fotoshootings.

### Pop-up-Store - Die Generalprobe für die Zukunft

Der Store von PAULINA'S FRIENDS befindet sich nun für 5 Monate (bis Ende Januar 2017) in der Concept Mall Bikini Berlin. Ich habe PAULINA'S FREINDS als Pop-Up-Store begonnen, da ich erst testen musste, ob meine Zielgruppe überhaupt Vorort ist, und ich wollte sie dort besser kennen lernen. Es ist die Generalprobe, ob das Konzept auch in der Praxis funktioniert. Und es kommt fantastisch an, grade die Mischung macht's! Allerdings hat sich erwiesen, dass das Bikini Berlin auf Dauer nicht der richtige Standort für mein Unternehmen ist. Zum einen sind die Mieten unerschwinglich teuer (für Kreativschaffende und Kulturentrepreneure schlicht unbezahlbar). Das Bikini Berlin



**... Herrin über den eigenen Weg**

kann ich mir aktuell nur leisten, weil meine Aussteller an der Miete beteiligt sind. Dafür erhalten sie einen Großteil vom Verkaufserlös, was in der Kunstszene eher untypisch ist. Des Weiteren besteht das Publikum im Bikini Berlin (mit wenigen Ausnahmen) aus 60 Prozent Touristen und etwa 40 Prozent Westberliner. Die Touristen kaufen etwas, das man gerade so mitnehmen kann und die Westberliner sind eher konservativ in ihrem Kaufverhalten. Zudem scheint die Bikini Mall mehr zum Schauen, Flanieren, Sich-Inspireren-Lassen, „Auf-den-Zoo-gucken“ einzuladen als zum aktiven Kauf. Dennoch war es ein wunderbarer Start für PAULINA'S FRIENDS: Die Galerie hat eine sehr gute Presseresonanz bekommen und an Bekanntheit gewonnen. Meine Erfahrung hat auch gezeigt, dass Laufkundschaft für den Verkauf von Kunst- und Designobjekte eher sekundär ist (für Mode jedoch wichtig). Es ist ein sehr beratungsintensives, emotionales Geschäft, das mit einem langen Atem verbunden ist. Das war eine wichtige Erkenntnis.



Abb. 2: Der Auftritt von PAULINA'S FRIENDS endet im Januar 2017 und findet dann seine dauerhafte Präsenz in Berlin-Mitte.

**Startschuss für Dauerhaftigkeit**

PAULINA'S FRIENDS wird künftig in Berlin-Mitte weitergeführt. Im Herzen von Berlin-Mitte trifft sich der typische Mix aus Hipstern, Kunst-, Mode- und Design-Liebhabern sowie Touristen – Klientel, das wir zu unserer Kernkundengruppe zählen. Weitere Pluspunkte sind die erheblich günstigere Miete bei größeren Räumen und die Möglichkeit die Öffnungszeiten individuell zu gestalten. Das Bikini Berlin hatte demgegenüber sehr strenge Vorgaben, die nicht zu den Bedarfen von PAULINA'S FRIENDS passten.



**... Herrin über den eigenen Weg**

Aus der bisherigen Zeit hat sich ein Kern an Produzenten herauskristallisiert, der nun weiter ein wichtiger Bestandteil meines Angebots sein wird. Anderen Kreativen werde ich die Gelegenheit bieten, weiterhin bei PAULINA'S FRIENDS gegen eine geringe Selbstbeteiligung an den Kosten für Raum, Marketing, Personal etc. mitzumachen, sich so der Öffentlichkeit zu präsentieren und ihren „Marktwert“ ausprobieren zu können. Dieser Teilnahmebeitrag wird wirklich für jeden erschwinglich sein, zudem sollen die Künstler und Designer den größten Anteil vom Verkaufserlös bekommen. Mein Galerie-raum wird wiederum für die Inszenierung der Mode bzw. für Einzel- oder Gruppenausstellungen von bildenden Künstlern zur Verfügung stehen und wochen- oder monatsweise anmietbar sein. Dieses Angebot zielt auf Künstler aus anderen Städten und Ländern. Ein weiteres Ziel von mir ist die Realisierung von eigenen Ausstellungen. Doch dies erst, wenn PAULINA'S FRIEND eine tragbare finanzielle Basis hat. Auch wird es keine klassische Galerietätigkeit sein. Ich habe viele Ideen, die aber erst mit der Zeit realisiert werden sollen.

Was ich bisher gelernt habe? Unabhängigkeit bewahren und großzügiger kalkulieren. Man sollte das machen, was einem zu 100 Prozent liegt und den eigenen Preis selbstbewusst nach Außen vertreten!🙃

**Weitere Informationen**

- <http://www.paulinasfriends.com>