

# Leseprobe

Austin Kleon

## Show Your Work!

10 Wege, auf sich aufmerksam zu machen -  
Zeig, was du kannst! - New  
York Times Bestseller

---

Bestellen Sie mit einem Klick für 10,00 €



---

Seiten: 224

Erscheinungstermin: 14. März 2016

Mehr Informationen zum Buch gibt es auf

[www.penguinrandomhouse.de](http://www.penguinrandomhouse.de)

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten,  
so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung,  
da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf  
deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC® N001967

6. Auflage

Deutsche Erstausgabe März 2016

© 2016 Wilhelm Goldmann Verlag, München,

in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH

© 2014 der Originalausgabe Austin Kleon

All rights reserved.

Originaltitel: Show your work!

Originalverlag: Workman Publishing Company; Inc., New York

Umschlaggestaltung: zeichenpool nach einem Entwurf von Austin Kleon

Illustrationen: © 2014 Austin Kleon

Handschrift: Radek Petřik nach einer Vorlage von Austin Kleon

Übersetzung: Leena Flegler

Redaktion: Karin Weber

Satz: Uhl+Massopust, Aalen

Druck und Bindung: PB Tisk, a.s., Příbram

Printed in Czech Republic

KW · Herstellung: IH

ISBN 978-3-442-39299-5

[www.mosaik-verlag.de](http://www.mosaik-verlag.de)

**FÜR MEGHAN**

# EINE NEUE VORGEHENSWEISE \_ \_ \_ \_ \_ 9

- ① DU MUSST KEIN  
EINSTEIN SEIN. \_ \_ \_ \_ \_ 14
- ② SIEH DEN PROZESS,  
NICHT DAS PRODUKT. \_ \_ \_ \_ \_ 38
- ③ TEILE TÄGLICH KLEINIGKEITEN. \_ 52
- ④ ÖFFNE DEIN  
KURIOSITÄTENKABINETT. \_ \_ \_ \_ \_ 78

- ⑤ ERZÄHLE GUTE GESCHICHTEN.---96
- ⑥ TEILE DEIN WISSEN.-----118
- ⑦ WERDE NICHT ZU SPAM.-----128
- ⑧ STECK (RÜCK-) SCHLÄGE EIN.-----154
- ⑨ AUSVERKAUF.-----166
- ⑩ DRANBLEIBEN!-----188

„FÜR KÜNSTLER

GRÖSSTE

WAHRGENOMMEN

— HONORÉ

BESTEHT DAS  
PROBLEM DARIN,  
ZU WERDEN.“

DE BALZAC

**»Kreativität ist keine Gabe,  
sondern eine  
Vorgehensweise.«**

*John Cleese*



# EINE NEUE VORGEHENSWEISE

Wann immer ich die Gelegenheit habe, mit meinen Lesern zu sprechen, ist die meistgestellte Frage diejenige nach der Eigenwerbung: *Wie kann ich meine Sachen publik machen? Wie werde ich entdeckt? Wie finde ich ein Publikum? Wie hast du das gemacht?*

Ich *hasse* es, über Eigenwerbung zu sprechen. Der Komiker Steve Martin hat derlei Fragen mit dem viel zitierten Rat gekontert: »Sei so gut, dass sie dich nicht ignorieren können.« Wenn man sich nur darauf konzentriert, richtig gut zu werden, so Martin, kommt das Publikum ganz von allein. Und er hat recht: Du findest dein Publikum nicht. Das Publikum findet dich. Trotzdem reicht es nicht, gut zu sein. Um gefunden zu werden, muss man *auffindbar* sein. Ich glaube, dass es einen einfachen Weg gibt, seine Arbeit

publik und auffindbar zu machen und sich gleichzeitig darauf konzentrieren zu können, richtig gut zu werden.

Für die meisten Menschen – gleich welchen Berufs –, die ich heutzutage bewundere und von denen ich Ideen klaue, gehört das *Teilen* zu ihrer Arbeit. Diese Menschen lungern nicht auf Cocktailpartys herum. Dafür haben sie gar keine Zeit. Sie schufteten in ihren Ateliers, Labors oder Büros vor sich hin, aber anstatt darüber Stillschweigen zu bewahren und ihre Arbeitsergebnisse zu horten, reden sie über ihre Arbeit und geben dies und jenes aus ihrem Alltag preis, ihre Visionen, was sie gerade online aufgeschnappt haben. Statt ihre Zeit mit »Networking« zu verschwenden, nutzen sie ihr Netzwerk. Indem sie großzügig ihr Wissen und ihre Ideen teilen, gewinnen sie Zuhörer, an die sie sich später – wenn nötig – wenden können, sei es der Gemeinschaft halber oder um Feedback oder Fördergelder zu bekommen.

Die Idee hinter diesem Buch war, gewissermaßen ein Anfängerhandbuch für genau diese Art des Vorgehens zu schreiben, und das hier ist dabei herausgekommen: ein Buch für Leute, die es hassen, Werbung für sich selbst zu machen. Eine *Alternative* zur klassischen Selbstvermark-

tung, wenn man so will. Ich will versuchen zu erklären, wie man lernt, die eigene Arbeit als unfertigen Prozess zu begreifen und diesen Prozess auf eine Weise publik zu machen, die das Interesse von Leuten weckt, die wissen wollen, was du tust, und wie man mit den Höhen und Tiefen umzugehen lernt, die unausweichlich sind, wenn man sich selbst und seine Arbeit der Öffentlichkeit preisgibt. Während *Alles nur geklaut* davon handelte, sich die Ideen anderer Menschen zu eigen zu machen, soll dieses Buch die Frage beantworten, wie du andere dazu bringen kannst, *deine* Ideen zu klauen.

Stell dir vor, dein zukünftiger Chef müsste sich deinen Lebenslauf gar nicht mehr ansehen, weil er schon dein Blog verfolgt. Stell dir vor, du wirst als Student für einen Gig gebucht, weil du als Schüler mal einen Auftritt online gestellt hast. Stell dir vor, du verlierst deinen Job, aber du hast ein Netzwerk aus Leuten, die sich in deiner Branche auskennen und die dir bei der Suche nach einem neuen Job behilflich sein können. Stell dir vor, du könntest irgendeine Nebenbeschäftigung oder ein Hobby zum Beruf machen, weil du unter deinen Fans auch einen Förderer hattest.

etwas kreieren

ist ein  
langer, unsicherer  
Prozess

ein

Kreativer sollte

seine

Arbeit

zeigen

Oder stell dir noch etwas viel Simpleres vor, was aber genauso glücklich macht: Du könntest den Großteil deiner Zeit, Energie und Aufmerksamkeit einer bestimmten Tätigkeit widmen, dem Erschließen eines neuen Geschäftsfelds oder dem Aufbau eines Unternehmens, und könntest gleichzeitig durch deine Arbeit Leute anlocken, die deine Interessen teilen.

Dafür musst du deine Arbeit *zeigen*.

① DU MUSST

EIN

KEIN

STEIN SEIN.

# VOM GENIUS ZUM SZENIUS

**»Gib, was du hast.  
Es mag für jemand anderen  
mehr sein, als du vermutet hast.«**

*Henry Wadsworth Longfellow*



Es gibt viele destruktive Mythen über Kreativität, aber einer der fatalsten ist die des »einsamen Genies«: Ein Mensch mit einer übermenschlichen Begabung taucht in einem bestimmten Moment in der Geschichte auf, bar jeder Einflüsse und ohne jedes Vorleben, aber mit einem direkten Draht zu Gott oder seiner Muse. Der Geistesblitz schlägt ein, eine Glühbirne leuchtet auf, und für den Rest seines Lebens puzzelt er in seinem Arbeitszimmer vor sich hin und formt die Idee zu einem vollendeten Meisterwerk, das er hinaus in die Welt entlässt und dafür Standing Ovationen erntet. Dem Mythos des einsamen Genies zufolge ist Kreativität ein *antisozialer* Akt, den nur einige wenige große Geister zustande bringen – Männer namens Mozart, Einstein oder Picasso. Wir anderen sind dazu verdammt, ehrfürchtig ihre Leistungen zu bestaunen.

Es gibt aber auch eine gesündere Art, Kreativität zu begreifen. Der Musiker Brian Eno spricht diesbezüglich vom »Szenius«. Seiner Auffassung nach entstehen geniale Ideen meist in einer Gruppe kreativer Individuen – Künstler, Kunstsammler, Denker, Theoretiker und andere stilprägende Personen –, die eine »Ökologie der Talente«



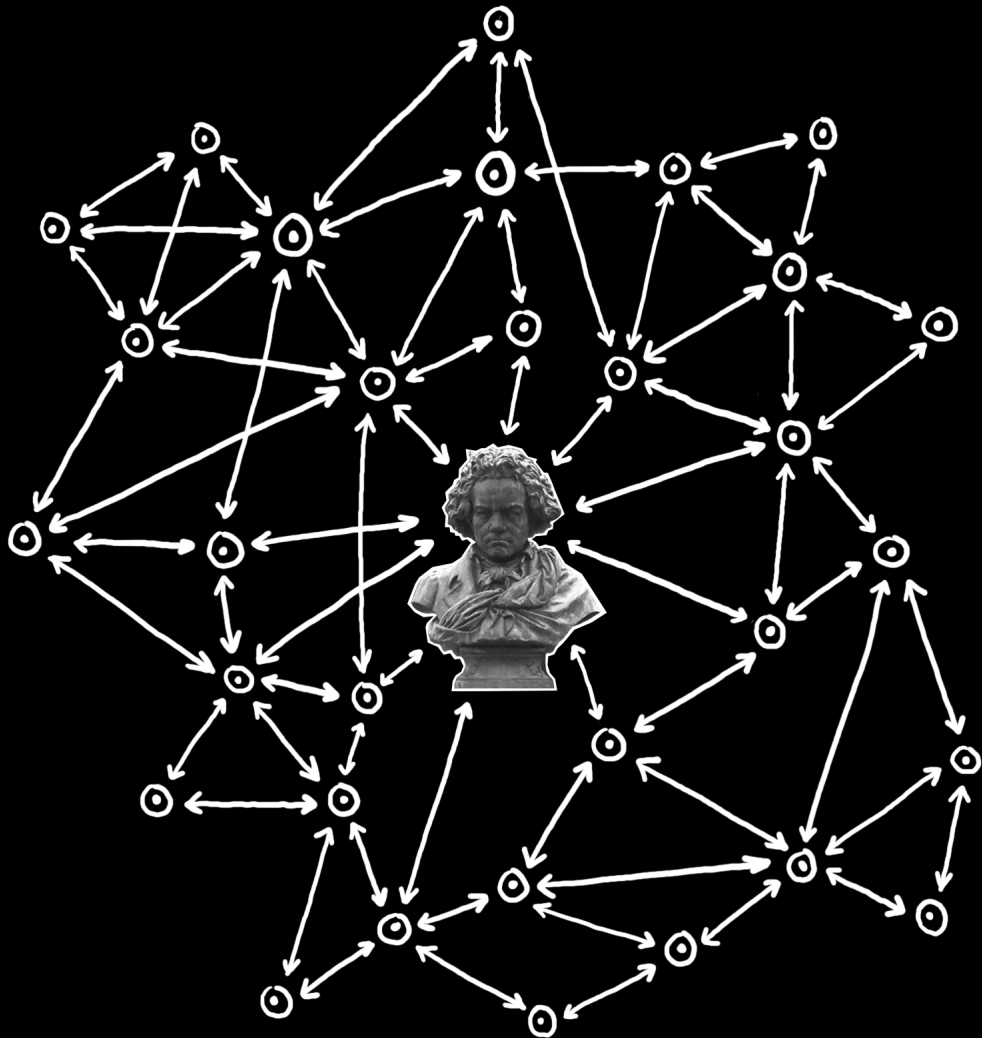
BEETHOVEN

bilden. Wenn du einen Blick in die Geschichte wirfst, wirst du sehen, dass viele jener vermeintlich einsamen Genies tatsächlich einer »Szene« angehörten, deren »Mitglieder einander unterstützten, die Arbeiten der jeweils anderen studierten und kopierten, fremde Ideen aufgriffen und eigene beisteuerten.« Die Leistung des Einzelnen wird durch das Prinzip des Szenius nicht geschmälert. Das Konzept trägt lediglich der Erkenntnis Rechnung, dass gute Arbeit nicht in einem Vakuum entsteht und Kreativität gewissermaßen immer eine Mannschaftsleistung ist, das Produkt eines Geistes, der mit anderen in Verbindung steht.

Was mir am Szenius-Modell besonders gut gefällt, sind die Freiräume, die es uns anderen in Sachen Kreativität eröffnet – uns, die wir uns nicht als Genies begreifen. Wertvoller Teil eines Szenius zu sein heißt nicht notwendigerweise, dass du schlau oder begabt bist, sondern allein, dass du etwas beitragen kannst – deine Ideen, die Qualität der Schlüsse, die du ziehst, die Gespräche, die du anregst. Wenn wir das Genie beiseitelassen und stattdessen darüber nachdenken, wie wir den Szenius hegen und pflegen und anfeuern können, überdenken wir gleichzeitig unsere

eigenen Erwartungen und die Erwartungen derer, von denen wir akzeptiert werden wollen. Statt uns zu fragen, was die anderen für uns tun können, fragen wir uns vielmehr, was wir für andere tun können.

Wir leben in einem Zeitalter, in dem es einfacher ist denn je, sich einem Szenius anzuschließen. Das Internet ist ein einziges Bündel miteinander verknüpfter Szenen, für die ihr Standort keine Rolle spielt. Blogs, Social-Media-Plattformen, Newsgroups, Diskussionsseiten, Foren – sie alle haben eins gemeinsam: Sie bieten Menschen eine virtuelle Bühne, auf der sie über Dinge sprechen können, die ihnen wichtig sind. Hier gibt es keine Türsteher, Pförtner und keine anderen Hürden, die man erst überwinden müsste. Du musst nicht reich sein, du musst nicht berühmt sein, du musst keinen beeindruckenden Lebenslauf oder ein Abschlusszeugnis von einer teuren Hochschule vorweisen. Der Künstler, Kunstsammler, der Meister und der Lehrling, der Profi und der Laie – online haben alle die Möglichkeit, etwas beizutragen.



# SEI EIN AMATEUR.

**»Wir sind alle Amateure.  
Wir leben nicht lang genug,  
um etwas anderes zu sein.«**

*Charlie Chaplin*

