

27. 3. 2026

## Podjetništvo v kreativnih industrijah: kako združiti ustvarjalnost in posel

Kreativne industrije danes predstavljajo enega najpomembnejših in najbolj dinamičnih segmentov sodobnega gospodarstva. Vključujejo širok spekter dejavnosti: od umetnosti, oblikovanja in glasbe do filma, arhitekture, oglaševanja ter digitalnih medijev. Njihova posebnost je, da temeljijo na ustvarjalnosti, idejah in intelektualnem kapitalu, kar pomeni, da vrednost ne izhaja iz materialnih dobrin, temveč iz inovativnih konceptov in kulturnih vsebin. V takšnem okolju postaja podjetništvo ključno orodje za pretvorbo ustvarjalnih idej v trajnostne poslovne modele.

Združevanje ustvarjalnosti in poslovnega razmišljanja pa ni samoumevno. Mnogi ustvarjalci se soočajo z notranjim konfliktom med željo po umetniški svobodi in zahtevami trga, ki pogosto narekuje prilagoditve, optimizacijo in komercialno usmerjenost. Prav v tem presečišču pa se skriva bistvo sodobnega kreativnega podjetništva – sposobnost ohranjanja avtentičnosti ob hkratnem razumevanju ekonomskih zakonitosti.

### Kreativne industrije kot prostor priložnosti

Kreativne industrije so se v zadnjih desetletjih močno razvile, predvsem zaradi digitalizacije in globalizacije. Internet je omogočil ustvarjalcem neposreden dostop do občinstva, brez posrednikov, kar je bistveno spremenilo način ustvarjanja, distribucije in ustvarjanja prihodkov iz vsebin. Posameznik lahko danes z relativno nizkimi začetnimi stroški doseže globalni trg, kar odpira številne priložnosti, hkrati pa povečuje konkurenco.

Posebnost teh industrij je tudi v tem, da so močno povezane z identiteto posameznika. Ustvarjalci pogosto ne prodajajo zgolj izdelkov ali storitev, temveč tudi svojo zgodbo, vrednote in osebni slog. To pomeni, da je meja med osebnim in poslovnim pogosto zabrisana, kar lahko predstavlja tako prednost kot izziv.

## **Izzivi na poti kreativnega podjetnika**

Kljub številnim priložnostim se ustvarjalci pogosto srečujejo z vrsto izzivov. Eden ključnih je nestabilnost prihodkov, saj je delo pogosto projektno in odvisno od trenutnega povpraševanja. Takšna negotovost zahteva dobro finančno načrtovanje in sposobnost prilagajanja.

Poleg tega mnogi ustvarjalci nimajo dovolj znanja s področja podjetništva. Njihova izobrazba in izkušnje so pogosto usmerjene v razvoj kreativnih veščin, medtem ko področja, kot so marketing, finance in upravljanje, ostajajo v ozadju. Posledično lahko pride do situacij, kjer kakovostni projekti ne dosežejo svojega potenciala zaradi pomanjkanja poslovne strategije.

Pomemben izziv predstavlja tudi pritisk trga, ki lahko vpliva na kreativne odločitve. Ustvarjalci se morajo odločiti, do katere mere so pripravljeni prilagoditi svoje delo, da bi dosegli širšo publiko. Prevelika prilagoditev lahko vodi v izgubo avtentičnosti, medtem ko popolna ignoranca trga pogosto pomeni omejen doseg.

## **Podjetniško razmišljanje kot ključ do uspeha**

Za uspešno delovanje v kreativnih industrijah je nujno razviti podjetniško miselnost. To pomeni, da ustvarjalec ne razmišlja zgolj o tem, kaj želi ustvariti, temveč tudi o tem, komu je njegovo delo namenjeno in kakšno vrednost prinaša uporabnikom. Tak pristop zahteva razumevanje trga, analizo ciljne skupine in jasno opredeljeno strategijo.

Podjetniško razmišljanje vključuje tudi sposobnost prepoznavanja priložnosti in prilagajanja spremembam. Kreativne industrije so izjemno dinamične, zato je fleksibilnost ključna. Uspešni posamezniki znajo združiti svojo umetniško vizijo z realnimi potrebami trga ter ustvariti produkte, ki so hkrati inovativni in komercialno uspešni.

Pomemben element podjetniškega pristopa je tudi finančna pismenost. Razumevanje stroškov, prihodkov, investicij in tveganj omogoča boljše odločanje in dolgoročno stabilnost. Kreativnost brez finančne strategije pogosto vodi v kratkoročne projekte brez trajnostnega učinka.

## Združevanje ustvarjalnosti in poslovne logike

Eden največjih izzivov, pa tudi priložnosti, je iskanje ravnovesja med ustvarjalnostjo in poslovno logiko. To ravnovesje ni statično, temveč se nenehno spreminja glede na fazo projekta, trg in cilje posameznika.

Pomemben korak pri tem je razvoj jasnega poslovnega modela. Ustvarjalci morajo razumeti, kako bodo svoje ideje pretvorili v prihodke. To lahko vključuje različne pristope, kot so neposredna prodaja, licenciranje, naročniški modeli ali sodelovanja z blagovnimi znamkami. Raznolikost virov prihodkov zmanjšuje tveganje in povečuje stabilnost.

Veliko vlogo igra tudi osebna blagovna znamka. V kreativnih industrijah je prepoznavnost pogosto ključ do uspeha, saj omogoča diferenciacijo v množici ponudnikov. Gradnja blagovne znamke zahteva doslednost, avtentičnost in aktivno komunikacijo z občinstvom.

Digitalne platforme so postale nepogrešljiv del tega procesa. Omogočajo neposredno interakcijo z uporabniki, hitro širjenje vsebin in dostop do globalnega trga. Vendar pa uspeh na teh platformah zahteva strateški pristop, saj zgolj prisotnost ni dovolj.

## Vloga tehnologije in inovacij

Tehnološki napredek je bistveno preoblikoval kreativne industrije. Orodja, ki so bila nekoč dostopna le velikim podjetjem, so danes na voljo posameznikom, kar demokratizira ustvarjanje. Umetna inteligenca, virtualna resničnost in druge napredne tehnologije odpirajo nove možnosti za izražanje in poslovanje.

Inovacije niso pomembne le na ravni produkta, temveč tudi na ravni poslovnih modelov. Novi načini distribucije, kot so pretočne platforme in digitalne tržnice, omogočajo drugačne načine ustvarjanja dobička. Ustvarjalci, ki znajo izkoristiti te priložnosti, imajo pomembno konkurenčno prednost.

## Financiranje in trajnostni razvoj

Dostop do financiranja je pogosto ena večjih ovir za kreativne podjetnike. Tradicionalni viri financiranja niso vedno prilagojeni specifičnostim kreativnih projektov, zato je pomembno raziskati različne možnosti, vključno z javnimi razpisi, zasebnimi investicijami in množičnim financiranjem. Pri tem ima pomembno vlogo sposobnost jasne predstavitve ideje, saj morajo ustvarjalci potencialnim financierjem pokazati tako umetniško vrednost kot tudi poslovni potencial projekta.

V slovenskem prostoru in širše so ustvarjalcem na voljo različni razpisi. Eden aktualnih primerov je evropski razpis v okviru programa Ustvarjalna Evropa (Creative Europe) – »European Cooperation Projects 2026«, ki je odprt do 5. maja 2026. Razpis je namenjen mednarodnemu sodelovanju organizacij iz kulturnih in kreativnih sektorjev, vključno z umetnostjo, oblikovanjem, gledališčem, glasbo, literaturo in arhitekturo. S proračunom približno 60 milijonov evrov bo podprl okoli 150 projektov, ki spodbujajo razvoj inovativnih praks, čezmejno sodelovanje in širjenje kreativnih vsebin po Evropi. Prijavitelji morajo običajno sodelovati s partnerji iz več držav, kar krepi mreženje in dostop do širših trgov ter strokovnega znanja. Takšni razpisi omogočajo ustvarjalcem financiranje projektov, ki presegajo lokalni okvir, in spodbujajo povezovanje umetniškega ustvarjanja z učinkovitim podjetniškim pristopom.

Poleg evropskih razpisov imajo ustvarjalci v Sloveniji možnost pridobiti podporo tudi preko Centra za kreativnost (CzK), ki redno objavlja razpise za projekte v kulturnih in kreativnih industrijah. Ti razpisi so namenjeni tako začetnikom kot tudi že uveljavljenim podjetjem in pokrivajo različne faze razvoja projektov, od zgodnje faze preverjanja ideje do večjih projektov, namenjenih širšemu trgu.

Trajnostni razvoj v kreativnih industrijah pa pomeni več kot zgolj finančno stabilnost. Vključuje tudi dolgoročno sposobnost ustvarjalca, da ohranja relevantnost, razvija svoje znanje in se prilagaja spremembam na trgu. Ustvarjalci imajo pomembno vlogo pri

oblikovanju družbenih vrednot in kulturnih vsebin, zato njihovo delovanje pogosto presega zgolj ekonomski vidik ter prispeva k širšemu družbenemu razvoju.

### **Prihodnost in izzivi kreativnega podjetništva**

Prihodnost kreativnih industrij bo v veliki meri oblikovana z nadaljnjo digitalizacijo, globalno povezanostjo in vedno večjo vlogo tehnologije. Meje med različnimi disciplinami se bodo še naprej zabrisovale, kar bo spodbujalo interdisciplinarno sodelovanje in razvoj novih poslovnih modelov. Digitalna orodja, umetna inteligenca, virtualna in razširjena resničnost ter druge inovacije omogočajo ustvarjalcem ne le hitrejšo produkcijo, temveč tudi dostop do globalnega občinstva in novih načinov ustvarjanja prihodkov iz vsebin. Prav tehnologija bo tako ključni dejavnik konkurenčnosti, saj bo omogočala povezovanje ustvarjalnosti z učinkovitimi in inovativnimi poslovnimi pristopi.

V svetu, kjer so vsebine dostopne na vsakem koraku, bo avtentičnost še naprej ostajala ena najpomembnejših vrednot. Ustvarjalci, ki bodo znali ohraniti svojo identiteto, razvijati osebno blagovno znamko in se hkrati prilagajati zahtevam trga, bodo imeli največ možnosti za uspeh. Povezovanje ustvarjalnosti z podjetniškim razmišljanjem pomeni, da posamezniki ne razmišljajo le o tem, kaj želijo ustvariti, temveč tudi o tem, komu je njihovo delo namenjeno in kako lahko ustvarja dolgoročno vrednost.

Podjetništvo v kreativnih industrijah torej zahteva celovit pristop, ki presega tradicionalno ločevanje med umetnostjo in ekonomijo. Uspeh ni v izbiri med ustvarjalnostjo in poslovno logiko, temveč v njuni sinergiji. Le s tem ravnovesjem lahko nastanejo projekti, ki so hkrati umetniško kakovostni, ekonomsko vzdržni in družbeno relevantni. Kreativni podjetniki bodo tisti, ki znajo združiti inovativnost, podjetniško strategijo in mreženje, kar omogoča trajnostni razvoj tako posameznikov kot celotnega sektorja.

### Literatura in viri:

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin:

[https://archive.org/details/creativeeconomyh0000howk\\_k3z2](https://archive.org/details/creativeeconomyh0000howk_k3z2)

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books: [https://paas.org.pl/wp-](https://paas.org.pl/wp-content/uploads/2016/08/The-Creative-Class-Revisited-Florida.pdf)

[content/uploads/2016/08/The-Creative-Class-Revisited-Florida.pdf](https://paas.org.pl/wp-content/uploads/2016/08/The-Creative-Class-Revisited-Florida.pdf)

UNESCO (2013). *Creative Economy Report*:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224698>

European Commission (2026). *Cultural and Creative Sectors in Europe*:

<https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creative-sectors>

Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries*. Sage Publications:

[https://www.researchgate.net/publication/261554803\\_The\\_Cultural\\_Industries\\_3rd\\_Ed](https://www.researchgate.net/publication/261554803_The_Cultural_Industries_3rd_Ed)

Towse, R. (2010). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge University Press:

<https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/42010/1/11.pdf>

<https://culture.ec.europa.eu/news/2026-creative-europe-call-for-european-cooperation-projects-open>

<https://czk.si/>

Urška Mikuž Zajc, podjetniška mentorica

Inkubator d.o.o. Sežana