



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung



Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Alles, nur kein Unternehmer?

Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige
in der Kultur- und Kreativwirtschaft

www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Redaktion

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)

PID Arbeiten für Wissenschaft
und Öffentlichkeit GbR, Köln, Berlin

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

Fotolia: NLshop (Titel), Dark Vectorangel (S. 3),
Urbanhearts (S. 6), Benko Zsolt (S. 8),
arthurdent (S. 12), AST (S. 19),
a_korn (S. 22), Falko Matte (S. 26),
Mellimage (S. 27), INFINITY (S. 39)
DWP (S. 43), Gina Sanders (S. 47),
Spectral-Design (S. 49), pdesign (S. 51),
Sandor Jackal (S. 55)

Druck

Silber Druck oHG, Niestetal



Herausgeber

Bundesministerium für
Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit/L2
10115 Berlin
www.bmw.de

Stand

Januar 2011



Das Bundesministerium für Wirtschaft und
Technologie ist mit dem audit berufundfamilie®
für seine familienfreundliche Personalpolitik
ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von
der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der
Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien

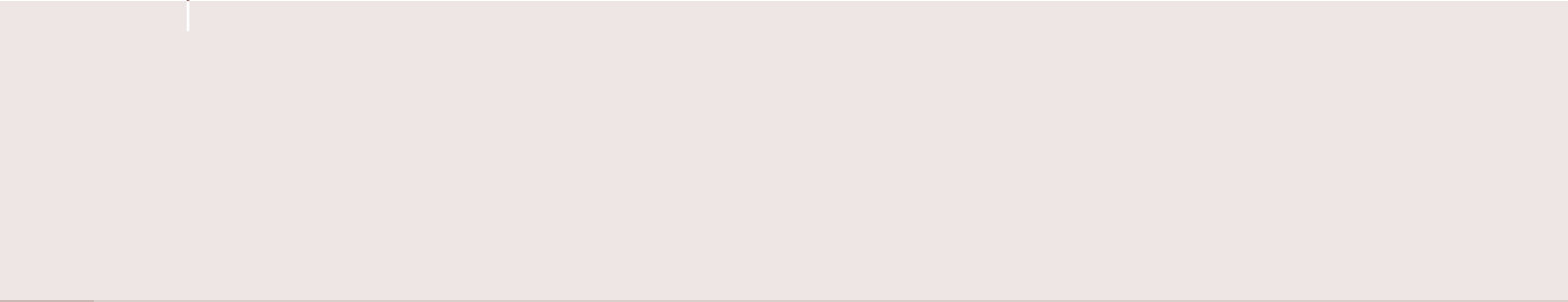


Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Alles, nur kein Unternehmer?

Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige
in der Kultur- und Kreativwirtschaft



Inhalt

1	Kultur und Kreativität brauchen Umsatz und Gewinn	6
2	Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung	8
3	Vor dem Start: erste Überlegungen	10
4	Information und Beratung	12
5	Freier Beruf und Gewerbe	19
6	Businessplan und Projektplanung	22
7	Förderung und Finanzierung	27
8	Teamarbeit und Rechtsformen	36
9	Persönliche und unternehmerische Absicherung	39
10	Finanzamt, Steuern und Buchführung	43
11	Urheberrecht und andere rechtliche Themen	47
12	Anmeldung und Behörden	49
13	Kontakte und Aufträge	51
14	Engagements und Ausstellungen im Ausland	55
15	Adressen	58

1 Kultur und Kreativität brauchen Umsatz und Gewinn



Wenn von Kreativen die Rede ist, so sind damit vor allem die Vielzahl von Freiberuflern sowie Klein- und Kleinstbetriebe gemeint: Autoren, Filmemacher, Musiker, bildende und darstellende Künstlerinnen und Künstler, Architekten, Designer, Entwickler von Computerspielen – und auch diejenigen, die sich mit ihren Geschäftsideen und Produkten kaum in den klassischen Sparten „unterbringen“ lassen. Ein sehr bunter, heterogener Kosmos also, der charakteristisch für die Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft ist.

Der Schritt in die Selbständigkeit

Kreativschaffende, die auf eigene Faust und ohne Festanstellung versuchen, ihre Kreativität in bare Münze umzusetzen, werden damit unternehmerisch tätig. Das bedeutet: Sie müssen sich mit Fragen beschäftigen, die auch jeder andere beruflich Selbständige kennt: zu ihren Auftraggebern, ihrem Marketing, ihrer Finanzplanung usw. Beispiele: Wie kann ich meine Werke präsentieren? Wo kann ich als Musiker auftreten? Aus welchen Quellen kann ich meine Theaterprojekte finanzieren? Welche persönliche Absicherung ist für einen freiberuflichen Architekten wichtig?

Die Anforderungen und Fragestellungen variieren je nach Teilbranche oder Sparte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Unter dem Strich geht es aber vor allem immer darum, die berufliche Selbständigkeit so zu gestalten, dass man nicht nur seine Ideen umsetzen, sondern davon auch seinen Lebensunterhalt bestreiten kann. Es geht um die Rentabilität der kreativen Arbeit: Wie viel muss ich monatlich verdienen, um von meinem Kultur- oder Kreativschaffen tatsächlich leben und gegebenenfalls eine Familie ernähren

zu können? Ein kühler Kopf und klare Zahlen sind zwar keine Garantie für eine erfolgreiche Selbständigkeit – sie tragen aber auf jeden Fall ganz entscheidend dazu bei, das Risiko, jahrelang mehr schlecht als recht über die Runden zu kommen, zu minimieren.

Um genug zu verdienen, reicht es nicht aus, eine gute Idee oder eine herausragende Begabung zu besitzen. Man muss beides auch „verkaufen“ können. Nach „draußen“ zu gehen und sich selbst und seine Arbeit zu vermarkten, kostet mitunter aber viel Überwindung. Dasselbe gilt auch für die Beschäftigung mit kaufmännischen Fragen und die Lösung steuerlicher oder rechtlicher Probleme. Dort aber, wo der Kommerz beginnt, hören für einige Kultur- und Kreativschaffende die Kreativität und der Spaß auf. Die Vorstellung, nicht allein als kreativ denkender und schaffender Mensch, sondern auch als geschäftstüchtiger kühler Rechner auftreten zu müssen, stößt bei ihnen auf wenig Gegenliebe.

Unternehmerisches Know-how und Geschick

Nur: Wer sich dafür entschieden hat, tatsächlich von seiner kreativen bzw. Kultur schaffenden Arbeit leben zu wollen, sollte alle Register ziehen, damit dies auch gelingt. Viele Kreative übersehen allzu leicht, dass dauerhafter Erfolg nicht vom Himmel fällt, sondern immer auch eine gute Portion unternehmerisches Know-how und Geschick dahinterstecken. Wobei Erfolg nicht unbedingt bedeuten muss, das „große Geld“ zu machen. Viele Kreative wollen vielmehr in der Lage sein, ihre Ideen auf Dauer umzusetzen, ohne sich dafür zu verbiegen. Dabei verlangt das Projekt „berufliche Selbständigkeit“ durchaus kreativen Input und ist alles andere als plumpe Krämerei.

Beratung und Qualifizierung für Kreative

Klar ist allerdings: Der systematische Weg in die berufliche Selbständigkeit ist kein „Spaziergang“, sondern eher ein „Hürdenlauf“. Eine Existenzgründung, ganz gleich in welcher Branche, ist immer ein Wagnis. Der Erfolg hängt schließlich von ganz verschiedenen Faktoren ab: in erster Linie von der Gründerin bzw. dem Gründer selbst. Und vom Maß an Beratung und Qualifizierung, mit dem sie oder er in die Selbständigkeit startet.

Es gibt jede Menge Beratungsangebote und -anbieter auch für kreative Gründerinnen und Gründer. Viele können aber mit dem nüchternen Sachverstand und dem betriebswirtschaftlichen Vokabular „klassischer“ Existenzgründungs- oder Unternehmensberater wenig anfangen. So sind die Vorbehalte gegenüber unternehmerischem Denken und Handeln in der bildenden und darstellenden Kunst, der Musik, der Publizistik und Literatur oder auch der Architektur im Vergleich zu anderen Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zweifellos am größten. Insofern fühlen sie sich von den „klassischen“ Beratungseinrichtungen auch nicht angesprochen, weil sie sich nicht als „Existenzgründerin“ oder „Existenzgründer“ betrachten. In anderen Fällen scheitert eine Beratung daran, dass die Experten nicht beurteilen können, wie viel „Kommerz“ in der kreativen Idee steckt.

Dass Beratung und Informationen zu wenig auf ihren Bedarf zugeschnitten sind, stellt für Gründerinnen und Gründer im kreativen und künstlerischen Bereich immer noch ein besonderes Problem dar. Wobei es bei diesem Beratungsbedarf große Unterschiede gibt. Wer beispielsweise die Gründung eines Gewerbes im Einzelhandel – ob Buch- oder Kunsthandel – oder einer Werbeagentur anstrebt, wird bei einer regionalen Gründungsinitiative oder der Industrie- und Handelskammer vor Ort ausreichend Information und Starthilfe bekommen. Ganz anders sieht das etwa für den Bereich der Games- und Software-Entwicklung aus, in dem jeder Start in der Regel ein hohes Startkapital benötigt. Daher hat sich hier mittlerweile ein weitverzweigtes Beratungs- und Fördernetzwerk entwickelt, das vornehmlich an Hochschulen und Förderinstitutionen zu finden ist. Für die meisten Kreativ-Gründerinnen und Gründer entstehen mehr und mehr Netzwerke und Plattformen „von Kreativen für Kreative“, die sich den Austausch von Erfahrungen und Tipps zur Aufgabe machen.

Die Bundesregierung hat mit ihrer Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft bereits wichtige Impulse gesetzt, um die Professionalisierung selbständiger Kultur- und Kreativschaffender voranzutreiben. Innerhalb kurzer Zeit konnte mithilfe des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft ein weitverzweigtes Beratungsnetzwerk aufgebaut werden. Eine Vielzahl von Veranstaltungen trägt darüber hinaus dazu bei, dass die Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft zunehmend als eigenes Wirtschaftsfeld in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Quelle und weitere Informationen zur Kultur- und Kreativwirtschaft:

Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Forschungsbericht Nr. 589, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.), Berlin 2010

Maria Kräuter: Besonderheiten der Existenzgründung in Kulturberufen. In: Drda-Kühn, Karin/Prinz, Karin (Hrsg.): Das Auskommen finden mit dem Einkommen. Kultur als Wirtschaftsförderung. Strategien für Kulturschaffende. Bad Mergentheim 2005

Siehe auch Publikationen unter www.kultur-kreativ-wirtschaft.de



2

Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung



Der Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenständigem Wirtschaftsfeld ein Gesicht geben. Ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Sie als Wachstumsbranche etablieren: Das sind drei der wichtigsten politischen Ziele der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft. Sie wurde bereits im Jahr 2007 von der Bundesregierung ins Leben gerufen und hat 2010 volle Fahrt aufgenommen.

Koordiniert wird die Initiative vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und dem Beauftragten für Kultur und Medien. Beteiligt sind außerdem u. a. das Auswärtige Amt, das Bundesministerium für Justiz, das Bundesministerium der Finanzen, das Bundesministerium für Arbeit und Soziales sowie das Bundesministerium für Bildung und Forschung. Die Zusammenarbeit der Ministerien soll gewährleisten, dass sich die Zuständigkeiten einzelner Ressorts – beispielsweise für Urheberrecht, Steuern oder soziale Sicherung – im Sinne der gemeinsamen Sache verbünden. Die Umsetzung der Initiative wird auch von den Bundesländern unterstützt.

Zum Hintergrund: Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist kein klar umrissenes ökonomisches Betätigungsfeld. Sie ist vielmehr die Summe ihrer elf Teilmärkte bzw. -branchen, die Bund und Länder analog der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ zur Gesamtbranche zählen:

- ▶ Architekturmarkt
- ▶ Buchmarkt
- ▶ Designwirtschaft
- ▶ Filmwirtschaft
- ▶ Kunstmarkt
- ▶ Markt für darstellende Künste
- ▶ Musikwirtschaft
- ▶ Pressemarkt
- ▶ Rundfunkwirtschaft
- ▶ Software-/Games-Industrie
- ▶ Werbemarkt

Unter dem Strich ergibt sich so ein erstaunlich vielfältiger Wirtschaftszweig mit rund 237.000 Unternehmen und knapp einer Million Erwerbstätigen. Seit Ende der 80er Jahre hat sie sich – bezogen auf Umsatz und Beschäftigung – zu einem der dynamischsten Wirtschaftszweige entwickelt und allein im Jahr 2009 131 Milliarden Euro zur volkswirtschaftlichen Gesamtleistung in Deutschland beigetragen. Damit ist sie vergleichbar mit den volkswirtschaftlichen Schwergewichten Automobilindustrie, Maschinenbau und Informations- und Kommunikationstechnologie (Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, BMWi 2010).

Freiberufler und Unternehmer in der Kultur- und Kreativwirtschaft

	Anzahl
Musikwirtschaft	11.104
Buchmarkt	13.999
Kunstmarkt	12.250
Filmwirtschaft	19.344
Rundfunkwirtschaft	19.691
Markt für darstellende Künste	19.217
Designwirtschaft	42.101
Architekturmarkt	41.073
Pressemarkt	25.073
Werbemarkt	41.144
Software-/Games-Industrie	41.847
Sonstiges	5.195
Kultur- und Kreativwirtschaft	236.837

Unternehmen: alle freiberuflichen und selbständigen Unternehmer/-innen mit einem steuerbaren Umsatz von mindestens 17.500 Euro im Jahr; vorläufig oder Schätzwerte; einzelne Wirtschaftszweige sind verschiedenen Teilmärkten zugeordnet, in der Endsumme einfach gezählt. Quelle: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009. BMWi (Hrsg.) 2010

Nicht zu vergessen: Über die beachtliche eigene Bruttowertschöpfung hinaus ist das Kultur- und Kreativgeschehen vor Ort ein wichtiger Standortfaktor für Unternehmensansiedelungen und Personalakquise. Kultur- und Künstlerförderung wird damit auch ein entscheidendes Element der Wirtschaftsförderung. Aus den genannten Gründen hat sich die Initiative auch vorgenommen, die Gründungs- und Erwerbschancen innovativer kleiner Kulturbetriebe sowie freischaffender Künstlerinnen und Künstler zu verbessern.

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes mit Regionalbüros

Das Kompetenzzentrum ist Teil der *Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft* der Bundesregierung. Das Team des Kompetenzzentrums versteht sich als Partner der Kultur- und Kreativwirtschaft, um ihr Gesicht und Gewicht zu geben. Es fördert den Kompetenztransfer und bietet Interessierten eine Plattform für Vernetzung und Dialog. Bestehende Strukturen werden genutzt und ergänzt, um Kulturunternehmen und Kreative zu erreichen und wirtschaftlich zu professionalisieren.

Das Kompetenzzentrum des Bundes arbeitet deutschlandweit an fachübergreifenden Inhalten. Neue Trends, die sich in den Szenen vor Ort entwickeln, werden dabei aufgegriffen. Zu diesen Themen sprechen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Expertinnen und Experten aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Darüber hinaus hat das Kompetenzzentrum beratende Funktion für die Politik: Es prüft beispielsweise die Förderprogramme des Bundes daraufhin, wie gut sie für die spezifischen Belange von Kreativunternehmen geeignet sind.

Die Regionalbüros bieten Unternehmerinnen, Unternehmern, Gründerinnen, Gründern sowie freiberuflich Tätigen der Kultur- und Kreativwirtschaft wichtige Orientierung. Sie arbeiten dazu eng mit den vor Ort etablierten Beratungs- und Förderanbietern zusammen. Auf diese Weise vernetzt, bieten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Regionalbüros individuelle Orientierungsberatungen und Sprechstage an.

Internetportal www.kultur-kreativ-wirtschaft.de



Informationsdrehscheibe der Initiative ist das Internetportal www.kultur-kreativ-wirtschaft.de. Das Portal stellt nicht nur deren Ziele und Maßnahmen vor. Es liefert darüber hinaus genauere Beschreibungen der elf Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft und bietet eine Fülle von Informationen für Gründerinnen, Gründer und Selbständige, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig sind.

Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“



An dem bundesweiten Wettbewerb können sich Menschen beteiligen, die mit einer besonderen kreativen oder kulturellen Idee unternehmerisch tätig werden möchten. Ziel des Wettbewerbs ist es, kreative Ideen in Geschäftsideen zu überführen. Konzipiert, geplant und durchgeführt wird der Wettbewerb durch das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und das u-Institut für unternehmerisches Denken und Handeln. Die aktuellen Termine werden bekannt gegeben unter www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

3

Vor dem Start: erste Überlegungen



Sie haben eine gute Idee und fragen sich, ob sich damit vielleicht auch Geld verdienen lässt? Sie haben Ihre Ausbildung abgeschlossen, wollen weiterhin kreativ tätig sein, wissen aber nicht, wie Sie das Ganze professionell aufziehen können? Bei Ihren ersten Überlegungen dazu, wie Sie selbstständig tätig sein und ein einträgliches Einkommen erzielen können, sollten Sie sich an den folgenden Fragen orientieren:

Wer hilft mir auf dem Weg in die Selbständigkeit?

Es gibt vielfältige und gute Beratungsangebote. Viele davon sind kostenfrei und zum Teil auf die Bedürfnisse der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgerichtet. Nutzen Sie diese Angebote. Sprechen Sie auch mit anderen Selbständigen aus Ihrer Branche, um zu erfahren, worauf es beim unternehmerischen Know-how ankommt. Als Newcomer kann man nicht alle Aufgaben überblicken, die die Selbständigkeit mit sich bringt. Auch später, wenn Sie bereits selbstständig sind, werden Sie die Erfahrung machen, dass Sie immer wieder vor unternehmerischen Fragen stehen.

Falls Sie einen Arbeitsraum, ein Büro oder ein Atelier mieten oder aber sich gemeinsam mit anderen Partnern selbständig machen möchten, ist es sinnvoll, sich von einem Anwalt beraten zu lassen. Schaffen Sie sich frühzeitig Ihr persönliches Beratungsnetzwerk. Für kostenpflichtige Beratung gibt es übrigens eigene Förderprogramme (mehr dazu auf S. 27).

Bin ich Freiberufler oder Gewerbetreibender?

Alle Selbständigen in Deutschland lassen sich grob in drei Kategorien einteilen: Freiberufler, Gewerbetreibende und Sonstige (Land- und Forstwirtschaft). Je nachdem zu welcher Kategorie Sie gehören, hat dies bestimmte steuerliche, rechtliche und bürokratische Folgen (mehr dazu auf S. 12).

Wie behalte ich den Überblick?

Wenn Sie sich selbständig machen oder es bereits sind und ein neues Projekt planen, kommen jede Menge Fragen auf Sie zu, auf die Sie jede Menge Antworten erhalten. Irgendwann sehen Sie den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr. Deswegen ist es sinnvoll, sich von Anfang an ein Raster, eine Matrix, ein Schema oder wie immer Sie es nennen wollen, zuzulegen, um alle Informationen zu ordnen und daraus einen Fahrplan zu entwickeln. Im Ergebnis erhalten Sie damit einen Businessplan oder auch ein Geschäftskonzept (mehr dazu auf S. 22).

Zu welchem Preis/Honorar kann ich meine Leistung anbieten?

Eine sehr wichtige Frage, die je nach Tätigkeit und Branche unterschiedlich beantwortet wird. Zum Teil gibt es feste Honorare, beispielsweise im Medienbereich oder in der Architektur, zum Teil können Sie Ihre Preise frei aushandeln, beispielsweise in der bildenden Kunst, in der Games-Industrie oder der Werbung. Wichtig ist in jedem Fall: Der Preis bzw. das Honorar muss Ihre Kosten decken. Das bedeutet: Ums Rechnen kommen Sie nicht herum. Sie müssen feststellen, wie viel Sie einnehmen müssen, um Ihren monatlichen Lebensunterhalt und die betrieblichen Kosten zu decken und – in der Regel etwas später – einen Gewinn zu erzielen (mehr dazu auf S. 43).

Wie finanziere ich meine Start- und Anlaufkosten?

Es kann sein, dass Sie so gut wie keine Startkosten haben. Aber auch wenn Sie nur kleinere Summen brauchen, beispielsweise für einen PC, Software, eine Büroustattung, Material für ihre künstlerische Arbeit, die Kautions für Atelier- oder Büromiete, können einige Tausend Euro zusammenkommen. Wenn Sie die aus eigener Tasche bezahlen können: umso besser.

Wenn nicht, sollten Sie überlegen, woher Sie das nötige „Kleingeld“ bekommen. Eventuell kommen Förderprogramme, Stipendien, Sponsoring oder andere Finanzierungsmöglichkeiten infrage. Darüber hinaus werden Sie die Anlaufphase finanziell überbrücken müssen. Haben Sie dafür ein „Polster“ oder benötigen Sie auch dafür Hilfen (mehr dazu auf S. 27)?

Wer sind meine potenziellen Auftraggeber und Kunden?

Weiten Sie Ihren Blick und überlegen Sie, wer sich abseits von den „gängigen“ Auftraggebern für Ihr Angebot interessieren könnte. Versuchen Sie, neue potenzielle Kunden zu entdecken. Versuchen Sie, so viel wie möglich über potenzielle private Kunden, deren Alter, Einkommen, Bildungsgrad, soziale Schicht usw. zu erfahren, um den „richtigen Ton“ zu treffen, wenn Sie sie auf Ihr Angebot aufmerksam machen.

Bei institutionellen Auftraggebern wie Sendeanstalten, Theaterhäusern, Verlagen, Kommunen, Behörden oder auch Unternehmen sollten Sie herausfinden, wie Sie am besten den „Fuß in die Tür“ bekommen, zum Beispiel durch eine Präsentationsmappe, Leseproben, eine Casting-Agentur usw., und wer für Sie als Ansprechpartner zuständig ist. Ganz wichtig auch: Wer oder was kann Ihnen bei der Kontaktaufnahme zu potenziellen Auftraggebern helfen, zum Beispiel Presseartikel, Vereine, Verbände, erfahrene freischaffende Künstler und Publizisten (mehr dazu auf S. 51)?

Welche Absicherung bzw. Versicherungen brauche ich?

Sie benötigen in jedem Fall eine Kranken- und Pflegeversicherung und sollten sich um Ihre Altersvorsorge kümmern. Eventuell kommen auch eine Unfallversicherung und der Abschluss der Arbeitslosenversicherung für Selbständige infrage. Kümmern Sie sich so früh wie möglich um Ihre persönliche Absicherung, nicht nur aus Gründen der Vorsorge, sondern auch, um zu vermeiden, dass Sie eventuell Beiträge an die Sozialversicherung nachzahlen müssen. Erkundigen Sie sich auch, ob Ihr Berufsverband eventuell Möglichkeiten der Altersvorsorge zu günstigen Konditionen anbietet. Klären müssen Sie auch, welche beruflichen oder betrieblichen Versicherungen Sie benötigen (mehr dazu auf S. 39).

Was muss ich zum Thema „Steuern“ wissen?

Für Kleinunternehmer ist das Thema überschaubar. Dennoch ist es sinnvoll, schon während Ihrer Gründungsvorbereitungen einen Steuerberater hinzuziehen – auch wenn Sie nur „kleine Brötchen backen“. Steuern, Buchhaltung und Jahresabschluss sowie Ihre Pflichten gegenüber dem Finanzamt sind ein weites Feld (mehr dazu auf S. 43).

Mit welchen Behörden habe ich zu tun?

Als Freiberufler beantragen Sie möglichst frühzeitig beim Finanzamt eine Steuernummer. Die brauchen Sie, um eine Rechnung zu stellen. Als Gewerbetreibender melden Sie sich beim Gewerbeamt an, das wiederum alle weiteren Behörden (Finanzamt, gegebenenfalls Gesundheitsamt, gegebenenfalls Ordnungsamt, Berufsgenossenschaft) informiert (mehr dazu auf S. 49).

Welche Mitgliedschaften sind für mich sinnvoll?

Finden Sie heraus, welcher Berufsverband oder welche Kammer für Sie zuständig ist, und informieren Sie sich über deren Angebote. Einige Verbände bieten hilfreiche Informationen für ihre selbständigen Mitglieder an. Manche vermitteln auch günstige Versicherungsangebote oder bieten Sozialfonds an. Fragen Sie am besten andere Selbständige in Ihrer Branche, ob sie mit den Leistungen des Verbandes oder der Kammer zufrieden sind.

4 Information und Beratung



Was muss ich als Freelancer bzw. Unternehmer wissen? Wie kann ich mit meinem Projekt Geld verdienen? Was kann ich tun, wenn Rechnungen nicht bezahlt werden? Welche Krankenversicherung brauche ich? Welchen Vertrag schließe ich ab, wenn ich Mitarbeiter beschäftigen möchte? Auch wenn für manch einen „Kunst und Kommerz“ nicht zusammenpassen: Ohne Professionalisierung in Sachen „unternehmerisches Know-how“ hat das Gros der Kulturschaffenden kaum eine Chance, von seinen Projekten, Werken und Leistungen zu leben.

Letztlich ist es auch gar nicht so schwierig, sich das notwendige unternehmerische Know-how anzueignen. Vor allem für Freiberufler und Kleinunternehmerinnen und -unternehmer ist das notwendige Wissen überschaubar. Schwierigkeiten bereitet vielen Kulturschaffenden vielmehr, ihr Selbstverständnis etwas (weiter) zu entwickeln und sich nicht „nur“ als Künstler oder Kreativer zu begreifen, sondern auch als Unternehmerin oder Unternehmer.

Beratung für Kultur- und Kreativschaffende

Noch ist es so, dass sich viele Kulturschaffende von den „klassischen“ Anlaufstellen für Gründerinnen, Gründer und Unternehmer nicht angesprochen fühlen, weil sie sich nicht als Existenzgründer oder Unternehmer betrachten. Umgekehrt verfügen die Beraterinnen und Berater dieser Institutionen selten über

die notwendige Erfahrung, wenn es um die Beurteilung der wirtschaftlichen Erfolgsaussichten kreativer oder künstlerischer Vorhaben geht. Die Bundesregierung hat daher mit dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft eine bundesweite Anlaufstelle für Selbständige bzw. kreative Unternehmerinnen und Unternehmer der Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffen.

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft und Regionalbüros

Das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes ist beim Rationalisierungs- und Innovationszentrum der deutschen Wirtschaft (RKW) in Eschborn angesiedelt. Es wurde von der Bundesregierung im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft ins Leben gerufen und dient als Mittler zwischen den kreativen Unternehmen und wirtschaftspolitischen Entscheidungsträgern. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen für alle Akteure der Kultur- und Kreativbranche zu optimieren. So sollen beispielsweise der Zugang zu Fördermitteln, die Marktchancen von Kulturschaffenden und Kreativen und deren ökonomische Professionalisierung verbessert werden.

Zu den Aufgaben des Kompetenzzentrums gehört u. a.:

- ▶ der Kultur- und Kreativwirtschaft ein „Gesicht“ zu geben
- ▶ den Kompetenztransfer durch Vernetzung und Dialog zu unterstützen
- ▶ Kulturunternehmen und Kreative unternehmerisch zu professionalisieren
- ▶ den Austausch zwischen Politik, Wirtschaft und Verwaltung zu unterstützen
- ▶ politische Entscheider zu beraten
- ▶ kreativen Gründerinnen und Gründern sowie Selbständigen vor Ort bestmögliche Beratung anzubieten

Regionalbüros

Über seine bundesweit acht Regionalbüros bietet das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft Sprechstage und Orientierungsberatungen für Freiberufler, Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Kultur- und Kreativwirtschaft an. Die regionalen Ansprechpartner verstehen sich vor allem als Lotsen, die die Kulturschaffenden und Kreativen mit Experten, Unternehmen oder Institutionen sowohl aus der eigenen als auch aus anderen Branchen in den Regionen vernetzen.

Kontakt

Die regionalen Ansprechpartner sind unter der zentralen Rufnummer 030-346 465 300 montags bis freitags von 10.00 bis 18.00 Uhr zu erreichen (Festnetzpreis je nach Anbieter/gegebenenfalls abweichende Preise für Anrufe aus den Mobilfunknetzen).

Anfragen sind auch über die zentrale E-Mail-Adresse kreativ@rkw.de möglich. Die Adressen der Regionalbüros sowie die Termine der Sprechstage finden Sie hier: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de → Information und Beratung



Beratung – nicht nur – für Kultur- und Kreativschaffende

Darüber hinaus lohnt es sich, auf jeden Fall branchenspezifische und branchenübergreifende Beratungs- und Informationsangebote zu nutzen.

Allgemeine Informationen für Gründerinnen, Gründer und Selbständige:

- ▶ **Bund und Bundesländer:** Allgemeine Informationen für Gründerinnen, Gründer und beruflich Selbständige bieten das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) sowie die Wirtschaftsministerien der Bundesländer. Nordrhein-Westfalen zum Beispiel oder auch das Land Berlin bieten eigene Beratungs- und Online-Informationen für Kultur-schaffende an. Andere Bundesländer wie beispielsweise Bayern stellen Broschüren für die Kreativbranche zu bestimmten Themen zur Verfügung („Steuertipps für Künstler“).
- ▶ **Berufs- und Branchenverbände:** Einige Berufs- und Branchenverbände wie beispielsweise der Deutsche Journalisten-Verband oder der Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler bieten Informationen zur beruflichen Selbständigkeit an. Einige Verbände wie zum Beispiel der Deutsche Rock & Pop Musikverband leisten auch individuelle Beratung. Überblick siehe „Adressen“.
- ▶ **Gründungsinitiativen:** In fast jeder Region gibt es mittlerweile Gründungsinitiativen, die Ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen.
- ▶ **Institut für Freie Berufe (IFB):** Das IFB an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg berät Gründerinnen und Gründer im Bereich Kultur und Medien zu Fragen der Gründung in den Freien Berufen (Schwerpunkt der Beratungstätigkeit liegt in den Bundesländern Bayern, Hessen und Baden-Württemberg).
www.ifb-gruendung.de
- ▶ **Mediafon:** Die mediafon Selbstständigenberatung GmbH von ver.di berät Solo-Selbständige zu Honoraren, Künstlersozialversicherung, Recht und Steuern, Veranstaltungen usw.
www.mediafon.net
- ▶ **Industrie- und Handelskammer (IHK):** Die IHKn beraten zu allen Fragen der Gründung und Unternehmensführung. Telefonnummern und Internetadressen beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK).
www.dihk.de
- ▶ **Handwerkskammer (HWK):** Die HWKn beraten zu allen Fragen der Gründung und Unternehmensführung im Handwerk. Zudem informieren sie zu Gewerken in der Kultur- und Kreativwirtschaft (z. B. Kunsthandwerk, Fotografie, Restaurierung). Telefonnummern und Internetadressen beim Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZdH).
www.zdh.de
- ▶ **Info-Telefone:** Das BMWi und weitere Institutionen bieten Info-Telefone zu verschiedenen Themen für Gründerinnen, Gründer sowie Unternehmerinnen und Unternehmer an. Überblick unter „Adressen“.
- ▶ **BMWi-Expertenforum:** Das BMWi-Existenzgründungsportal bietet ein Expertenforum, in dem per E-Mail individuelle Fragen zu Gründungsplanung, Rechtsformen, Finanzierung u. a. von Gründerinnen, Gründern und Unternehmern beantwortet werden.
www.existenzgruender.de
- ▶ **bga bundesweite gründerinnenagentur:** Wer als Gründerin und Unternehmerin spezielle Beratungsangebote für Frauen sucht, wird über die Online-Seite der bga fündig.
www.gruenderinnenagentur.de

Information und Beratung zur persönlichen Absicherung

- ▶ **Künstlersozialversicherung:** Künstler und Publizisten müssen ihre Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung über die Künstlersozialkasse abwickeln. Die Künstlersozialkasse (KSK) bietet dazu telefonische und Online-Beratung an.
www.kuenstlersozialkasse.de

► **Kranken- und Pflegeversicherung:** Gesetzlich oder privat? Die Frage beschäftigt viele Selbständige. Erkundigen Sie sich dazu auch bei den Verbraucherzentralen oder den Ratgeber-Heften der Stiftung Warentest.

www.verbraucherzentralen.de, www.test.de

► **Altersvorsorge:** Bestimmte Berufsgruppen müssen sich über die gesetzliche Rentenversicherung absichern. Aber auch wer nicht versicherungspflichtig ist, sollte sich über eine geeignete Altersvorsorge Gedanken machen. Hilfestellung bieten die Verbraucherzentralen oder auch die Ratgeber-Hefte der Stiftung Warentest.

www.verbraucherzentralen.de, www.test.de

► **Arbeitslosenversicherung:** Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie Beiträge an die freiwillige Arbeitslosenversicherung zahlen. Auskünfte geben die Arbeitsagenturen.

www.arbeitsagentur.de

Mehr zum Thema persönliche Absicherung finden Sie auf Seite 39.

Information und Beratung zum Thema Steuern

► **Steuerberatung:** Steuerberaterinnen und -berater helfen bei steuerrechtlichen Fragen, bei betriebswirtschaftlichen Belangen, Buchführung und der Wahl der Rechtsform. Lassen Sie sich am besten einen geeigneten Steuerberater von anderen Selbständigen empfehlen. Oder nutzen Sie den Suchservice der Bundessteuerberaterkammer (BSTBK) www.bstbk.de oder des Deutschen Steuerberaterverbandes (DStV):

www.steuerberater-suchservice.de

► **Finanzministerien, Steuerbehörden, Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern:** Sie bieten zum Teil auf ihren Internetseiten einen guten Überblick über das Thema Steuern und die Pflichten gegenüber dem Finanzamt an. Die Informationen sind in der Regel sehr verständlich erläutert. Das Bayerische Staatsministerium der Finanzen bietet die Broschüre „Steuertipps für Künstler“ als Download und als Printversion an.

Mehr zum Thema Steuern finden Sie auf Seite 43.

Information und Beratung zum Thema Recht und Verträge

► **Rechtsberatung:** Rechtsanwältinnen, Rechtsanwälte und Notare helfen z. B. bei Fragen zur Rechtsform sowie bei vertraglichen Fragen (Rechtsform, Kaufvertrag usw.). Lassen Sie sich am besten einen geeigneten Rechtsanwalt von anderen Selbständigen empfehlen. Oder nutzen Sie den Suchservice des Deutschen Anwaltvereins www.anwaltauskunft.de und/oder des Deutschen Notarvereins www.dnotv.de

► **Berufsverband:** Zu speziellen juristischen Fragen in Ihrer Branche sollten Sie immer auch Ihren Berufsverband nach Informationen fragen. Der Berufsverband Bildender Künstlerinnen und Künstler gibt beispielsweise Tipps zum Abschluss von Galerieverträgen. Der Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke bietet Informationen zum Urheberrecht, zum Normvertrag usw.

Mehr zum Thema Recht und Verträge finden Sie auf Seite 47.

Information und Beratung zum Thema Förderung und Finanzierung

► Je nach Förderung und Finanzierungsumfang stehen unterschiedliche Beratungsanbieter zur Verfügung. Einen Überblick dazu haben wir im Kapitel Förderung und Finanzierung zusammengestellt.

Infoangebote des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Das BMWi-Existenzgründungsportal, die kostenlose Broschüre „Starthilfe“ sowie die Publikationsreihe „GründerZeiten“ und das BMWi-Softwarepaket gehören mittlerweile zu den „Klassikern“ für Gründerinnen, Gründer und junge Unternehmen. Für bestehende Unternehmen gibt es das BMWi-Unternehmensportal.

Darüber hinaus stellt das BMWi im Existenzgründungsportal eine Datenbank mit rund 25.000 Adressen von Einrichtungen und Institutionen für Gründerinnen, Gründer und Unternehmen zur Verfügung. Die nutzerfreundliche Bedienung führt schnell zum gewünschten Ergebnis.

www.bmwi.de
www.existenzgruender.de
www.softwarepaket.de
www.bmwi-unternehmensportal.de



Kurse und Schulungen

Wer sich intensiv auf seine berufliche Selbständigkeit vorbereiten möchte oder bereits selbständig ist und Nachholbedarf hat, sollte ein- oder mehrtägige Kurse oder Schulungsveranstaltungen besuchen. Es gibt sie zu Themen wie Existenzgründung, Buchführung, Steuern, Werbung, Verhandlungsgespräche, Exportvorbereitung usw. Der Besuch lohnt sich nicht nur, weil man ein gutes Fundament für seine unternehmerische Tätigkeit erhält, sondern auch, weil man sich mit Mitstreitern austauschen kann. Wo sonst hat man Gelegenheit, angehende Selbständige aus so vielen verschiedenen Branchen kennenzulernen?

Nutzen Sie die Webseiten von Weiterbildungsanbietern sowie Online-Datenbanken, um die passende Veranstaltung in Ihrer Nähe zu finden.

- ▶ **Industrie- und Handelskammer (IHK):** Die IHKn bieten Seminare und Workshops zu allen Fragen der Gründung und Unternehmensführung. Telefonnummern und Internetadressen beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK). www.dihk.de
- ▶ **Handwerkskammer (HWK):** Die HWKn bieten Seminare und Workshops zu allen Fragen der Gründung und Unternehmensführung im Handwerk. Telefonnummern und Internetadressen beim Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH). www.zdh.de
- ▶ **Technologie- und Gründerzentren:** Die lokalen und regionalen Technologie- und Gründerzentren bieten in der Regel gemeinsam mit den Kammern oder auch in Zusammenarbeit mit privaten Existenzgründungsberatern Kurse zu Fragen der Gründung und Unternehmensführung an. www.adt-online.de
- ▶ **RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V.:** Die Landesvereine des RKW bieten Weiterbildungen zu Fragen der Unternehmensgründung, -führung und -nachfolge an. www.rkw.de
- ▶ **Gründerwettbewerbe und -initiativen:** Gründerwettbewerbe und -initiativen gibt es in allen Bundesländern. Die Initiatoren vermitteln Kontakte

zu verschiedenen Beratern oder auch erfahrenen Unternehmern, die bei der Erstellung des Businessplans und oft auch bei der Unternehmensführung nach dem Start mit Rat und Tat zur Seite stehen. BMWi-Existenzgründungsportal → Weg in die Selbständigkeit → Entscheidung

- ▶ **BMWi-eTraining:** Das BMWi-Existenzgründungsportal bietet eine Reihe so genannter eTrainings für Gründerinnen und Gründer und junge Unternehmen zu verschiedenen Themen wie Rechtsformen, Finanzierung oder Marketing an. BMWi-Existenzgründungsportal → Gründungswerkstatt → Online-Training
- ▶ **Hochschulen:** Auch die (Kunst-)Hochschulen bieten zunehmend Seminare und Vorlesungen in Sachen „beruflicher Selbständigkeit“ an. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie fördert mit seinem Programm „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ Projekte wie „MEDIA EXIST“ an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ (HFF) in Potsdam-Babelsberg und „Kultur.Unternehmen.Dortmund“ an der Technischen Universität Dortmund und der Fachhochschule Dortmund.

Datenbanken

- ▶ **KURSNET:** KURSNET ist das größte Portal für berufliche Aus- und Weiterbildung in Deutschland. Es informiert bundesweit über mehr als 450.000 Angebote der beruflichen Bildung – vom Überblick über den Bildungsmarkt bis zu Detailinformationen der einzelnen Veranstaltung. Der besondere Fokus liegt auf der beruflichen Weiterbildung. www.kursnet.arbeitsagentur.de
- ▶ **Liquide:** Die Datenbank „Liquide“ – beim Institut der deutschen Wirtschaft Köln angesiedelt – hat Weiterbildungsanbieter gelistet. Unter beliebigen Stichwörtern erscheinen Informationen über die Angebote der einzelnen Seminarveranstalter. www.liquide.de

Beratung vorbereiten

Trotz der vielen kostenfreien Beratungsangebote, kann es sinnvoll sein, eine private, honorarpflichtige Beratung „ins Boot zu holen“, um sich über einen längeren Zeitraum betreuen zu lassen.

Nur: Wie und wo finden Sie eine geeignete Beraterin oder einen geeigneten Berater? Die Bezeichnungen Unternehmens-, Betriebs-, Wirtschaftsberater, Consultant oder Coach sind nicht gesetzlich geschützt. Jeder kann sich ohne Nachweis seiner Qualifikation so nennen. Dies hat dazu geführt, dass sich in Deutschland mehrere Tausend Personen als Beraterinnen oder Berater bezeichnen. Umso schwieriger ist es festzustellen, ob der ins Auge gefasste Berater auch wirklich über das erwünschte Know-how verfügt.

Orientieren Sie sich bei Ihrer Suche an Empfehlungen und fragen Sie andere Selbständige in Ihrer Branche oder Ihre Kammer, Ihren Berufs- oder Branchenverband nach geeigneten Beraterinnen oder Beratern. Achten Sie dabei auch auf nachgewiesene Qualifikationen. Suchen Sie auch im Internet in den Datenbanken der Beraterverbände (z. B. www.rkw.de, www.bdu.de, www.bvw-ev.de) nach fachlich geeigneten Beraterinnen oder Beratern in Ihrer Nähe.

Beratungsvertrag

Schließen Sie immer einen schriftlichen Vertrag, der Leistungsumfang, Termine, alle Kosten (z. B. auch Reisekosten) und das Honorar regelt. Damit eine Beratung für alle Beteiligten zufriedenstellend verläuft, sollten Sie wichtige Punkte in einem Beratervertrag vereinbaren.

Checkliste: Beratervertrag

Ziel festlegen

- ▶ eindeutig formulieren
- ▶ ausführlich beschreiben

Zeitung und Termine vereinbaren

- ▶ Gesamtzeit festlegen
- ▶ Zeitrahmen und Termine für einzelne
- ▶ Arbeitsschritte/-phasen festlegen

Vorgehensweise klären

- ▶ einzelne Arbeitsschritte klären
- ▶ gesamten Leistungsumfang klären
- ▶ Leistungen des Beraters festlegen
- ▶ evtl. Leistungen/Voraussetzungen, die der Gründer erbringen muss, festlegen

Honorar vereinbaren

- ▶ erste Konsultation ist in der Regel kostenlos
- ▶ Art der Kosten (Honorare, Reise usw.) feststellen
- ▶ Höhe der Kosten festlegen
- ▶ keine Pauschalpreise vereinbaren
- ▶ Honorarhöhe je nach Leistung vereinbaren
- ▶ Honorare nicht an künftigen Umsätzen bemessen
- ▶ keine Honorare ohne vorherige Analyse der Situation vereinbaren
- ▶ Zahlungsmodus vereinbaren: (Teil-)Honorarzahlung erfolgt nach erbrachter (Teil-)Leistung

Vorgehen im Konfliktfall klären

- ▶ Rücktrittsmöglichkeiten vom Vertrag klären

Beratungsförderung

Bund und Bundesländer bieten Zuschüsse zu honorarpflichtigen Beratungsleistungen im Rahmen von Förderprogrammen an.

- ▶ **vor der Gründung:** Förderung durch die Bundesländer
www.foerderdatenbank.de

- ▶ **bis zu fünf Jahre nach der Gründung:**
Gründercoaching Deutschland
www.foerderdatenbank.de

- ▶ **ab einem Jahr nach der Gründung:** Förderung von Unternehmensberatungen für kleine und mittlere Unternehmen sowie Freie Berufe
www.beratungsfoerderung.info

Weitere Informationen:

Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

BMWi-Existenzgründungsportal → Beratung und Adressen
www.existenzgruender.de

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 32 „Beratung“, Nr. 51 „Existenzgründungstipps für Künstler und Publizisten“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)



5 Freier Beruf und Gewerbe



Autoren, Architekten, Künstler, Designer: Die meisten Kultur- und Kreativberufe gehören zu den Freien Berufen. Wer allerdings einen Verlag, eine Galerie, eine Werbeagentur gründet oder Computerspiele

entwickelt, gehört – in der Regel – zu den Gewerbetreibenden. Warum ist dieser Unterschied überhaupt wichtig? Weil er in puncto Anmeldung, Steuern und Sozialversicherung eine große Rolle spielt.

Die wichtigsten Unterschiede		
	Freier Beruf	Gewerbe
Anmeldung	Steuernummer beim Finanzamt beantragen (bis zu vier Wochen nach Aufnahme der Tätigkeit)	Gewerbeamt (informiert alle weiteren Behörden und Kammern)
Pflicht-Mitgliedschaft	je nach Beruf bzw. Tätigkeit in berufsständischen Kammern (z. B. Architektenkammer) und Berufsgenossenschaft (z. B. BG Druck und Papier für Fotojournalisten)	Industrie- und Handelskammer oder Handwerkskammer
Steuern	keine Gewerbesteuer ermäßigter Umsatzsteuersatz (7 %) für Künstler und Publizisten Einkommensteuer	Gewerbesteuer Umsatzsteuersatz i. d. R. 19 % Einkommensteuer je nach Rechtsform auch Körperschaftsteuer
Persönliche Absicherung	Pflichtversicherung für Künstler und Publizisten in Künstlersozialversicherung; z. T. Pflichtversicherung in berufsständischen Versorgungswerken	Pflicht zur gesetzlichen Rentenversicherung je nach Tätigkeit und Vorschriften des Sozialgesetzbuches (SGB VI § 2)
Versicherungen	je nach Tätigkeit, z. B. Berufshaftpflichtversicherung	je nach Tätigkeit, z. B. Berufshaftpflichtversicherung

Wer entscheidet?

Im Zweifelsfall entscheiden die Finanzämter darüber, ob Sie eine gewerbliche oder freiberufliche Tätigkeit ausüben. Gerade im kunsthandwerklichen Bereich, in der Fotografie oder auch im Webdesign kommt es häufig zu unterschiedlichen Einschätzungen. Die Abgrenzung ist nicht immer einfach. Als Faustregel gilt: Je höher der Gebrauchswert der künstlerischen Produkte, desto eher handelt es sich um ein Gewerbe oder Handwerk. Ausnahmen bestätigen natürlich die Regel.

Möglich ist auch eine so genannte Gemischte Tätigkeit, also eine Kombination aus freiberuflicher und gewerblicher Tätigkeit. Hier ist allerdings eine klare buchhalterische und steuerliche Abgrenzung empfehlenswert, anderenfalls gilt Ihre komplette Tätigkeit als gewerblich.

Da die freiberufliche Tätigkeit im Vergleich zum Gewerbe nur einen geringen laufenden bürokratischen Aufwand erfordert, ist es hilfreich, entweder vollständig oder zumindest zum Teil als Freiberufler anerkannt zu werden. Informieren Sie sich dazu am besten beim Institut für Freie Berufe, Ihrem Berufsverband oder einem Steuerberater.

Übrigens: Nicht der Berufsabschluss entscheidet darüber, ob Sie Freiberufler oder Gewerbetreibender sind, sondern Ihre Tätigkeit. Wenn Sie also als Textildesigner hauptsächlich Mode von anderen Designern verkaufen oder als Architekt ein Bauunternehmen gründen, sind Sie Gewerbetreibender. Schon allein, um Gewerbesteuernachzahlungen zu vermeiden, sollten Sie sich frühzeitig darüber informieren, welchen Status Sie haben.

Achtung: Scheinselbständigkeit

Selbst wenn Sie Ihr Gewerbe oder Ihre freiberufliche Tätigkeit angemeldet haben und meinen, damit selbstständig zu sein, sieht dies die gesetzliche Rentenversicherung unter Umständen anders und stuft Sie nicht als Selbständigen ein.

Für die gesetzliche Rentenversicherung gelten Sie als selbständig, wenn Sie

- ▶ das unternehmerische Risiko für Ihre Tätigkeit tragen und z. B. eigenes Geld in Ihr Vorhaben stecken;
- ▶ frei über Ihre eigene Arbeitskraft verfügen können;
- ▶ Ihre Arbeit im Wesentlichen frei gestalten können;
- ▶ Ihre Arbeitszeit selbst einteilen können;
- ▶ Ihre Leistungen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erbringen;
- ▶ eigenständig z. B. über Preise, Beschäftigung von Mitarbeitern usw. entscheiden.

Wenn Sie diese Kriterien nur zum Teil oder überhaupt nicht erfüllen, gelten Sie nicht als beruflich selbständig, sondern als „scheinselbständig“.

Merkmale für eine Scheinselbständigkeit sind:

- ▶ die uneingeschränkte Verpflichtung, allen Weisungen des Auftraggebers Folge zu leisten
- ▶ die Verpflichtung, bestimmte Arbeitszeiten einzuhalten
- ▶ die Verpflichtung, dem Auftraggeber regelmäßig in kurzen Abständen detaillierte Berichte zukommen zu lassen
- ▶ die Verpflichtung, in den Räumen des Auftraggebers oder an von ihm bestimmten Orten zu arbeiten
- ▶ die Verpflichtung, bestimmte Hard- und Software zu benutzen, sofern damit insbesondere Kontrollmöglichkeiten verbunden sind

Stellt sich bei einer Betriebsprüfung heraus, dass alle oder einige dieser Merkmale auf Sie zutreffen, muss Ihr Auftraggeber den kompletten Arbeitgeber- und Arbeitnehmeranteil an die gesetzliche Rentenversicherung nachzahlen. Und: Sie werden in der gesetzlichen Rentenversicherung rentenversicherungspflichtig.

Es ist nicht immer so einfach festzustellen, ob man scheinselfständig ist oder nicht. Letztlich kommt es immer auf den Einzelfall an. Dabei ist nicht allein maßgeblich, was in dem Vertrag zwischen Ihnen und Ihrem Auftraggeber steht. Entscheidend ist die Art und Weise, wie dieser Vertrag „gelebt“ wird. Wer seinen Status im Zweifelsfalle klären will, sollte das möglichst innerhalb eines Monats nach Aufnahme seiner Tätigkeit tun. Um eine Orientierung zu erhalten, können Sie die Anfrage auch vor Aufnahme der Tätigkeit stellen, allerdings erhalten Sie dann keine rechtsverbindliche Entscheidung.

Anlaufstelle für das so genannte Statusfeststellungsverfahren ist die

Clearingstelle Deutsche Rentenversicherung Bund
10704 Berlin,
Tel.: 030 865-1
Service-Nummer: 0800 1000-480 70
drv@drv-bund.de
www.deutsche-rentenversicherung-bund.de

Weitere Informationen:

BMWi-Existenzgründungsportal Freie Berufe
www.existenzgruender.de

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 45 „Existenzgründungen durch freie Berufe“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

Institut für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen Nürnberg
www.ifb-gruendung.de



6 Businessplan und Projektplanung



Wie stellen Sie sich Ihre Selbständigkeit vor? Wie soll Ihr nächstes Projekt aussehen? Ganz gleich, ob Sie am Anfang Ihrer Selbständigkeit stehen oder ein neues Vorhaben planen: Um sich vor unliebsamen Überraschungen zu schützen, sollten Sie Schritt für Schritt überlegen, was Sie tun müssen, um Ihre Idee in die Tat umzusetzen.

Erstellen Sie Ihren persönlichen Fahrplan, Ihre To-do-Liste, Ihr Konzept oder Ihren Businessplan – es ist ganz gleich wie Sie Ihre Aufzeichnungen nennen. Das Wichtigste ist, dass

- ▶ Sie sich klar darüber werden, wie Sie Ihre Idee umsetzen, sodass sie auch wirtschaftlich ein Erfolg wird;
- ▶ Sie überlegen, wie Sie längerfristig selbständig bleiben können und nicht nach einem erfolgreichen Projekt oder Verkauf die „Segel streichen“ müssen;
- ▶ Sie feststellen, ob es Ihnen noch an fachlichem oder unternehmerischem Know-how fehlt;
- ▶ Sie auf einen Blick sehen können, ob Sie an alles gedacht haben, auch was „trockene“ Themen wie Steuern, Versicherungen oder Verträge betrifft;
- ▶ Sie bei Bedarf Geldgeber von Ihrer Idee bzw. Ihrem Projekt, Ihrem Vorhaben überzeugen können. Besonders gute Aussichten haben dabei vor allem diejenigen, die auf aktuelle Trends reagieren und womöglich technologische Neuerungen in ihre Geschäftsplanung integrieren.

Ergänzen, streichen und ändern Sie Ihren Businessplan, wenn Sie neuere (und bessere) Informationen erhalten oder hilfreiche Erfahrungen gemacht haben.

Ein Businessplan hilft Ihnen dabei, den Überblick zu behalten. Dazu kommt: Sie brauchen einen „wasserdichten“ Businessplan, um bei Bedarf Geldgeber von Ihrer Idee bzw. Ihrem Vorhaben überzeugen zu können.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie bietet Gründerinnen und Gründern verschiedene Hilfen bei der Erstellung von Businessplänen an. Darüber hinaus bieten zum Teil auch die Branchen- und Berufsverbände Informationen an, die für die Ausarbeitung eines Businessplans bzw. Geschäftskonzepts hilfreich sind.

Checkliste: Konzeptvorbereitung für Künstler und Medienschaffende

Gründer/-innenperson

- ▶ Besitze ich geeignete fachliche Qualifikationen und Qualifikationsnachweise?
- ▶ Weiß ich, wo noch Bildungs-, Übungs-, Trainingsbedarf besteht?
- ▶ Habe ich eine Übersicht meiner beruflichen Erfahrungen erstellt (z. B. Lehrtätigkeit, Teilnahme an Ausstellungen, Preise, Wettbewerbsteilnahmen, Veröffentlichungen)?
- ▶ Weiß ich, welcher Berufsverband für mich zuständig ist?
- ▶ Besitze ich kaufmännische Qualifikationen?
- ▶ Kann ich kaufmännisches Know-how nachweisen (z. B. Teilnahmebestätigung von Kursen, unternehmerische Erfahrung)?
- ▶ Habe ich an einem Existenzgründungsseminar teilgenommen?

Gründungs idee

- ▶ Habe ich meine Idee schwarz auf weiß formuliert?
- ▶ Wirtschaftlicher Status/Rechtsform
- ▶ Habe ich mich beim Finanzamt und der Künstlersozialkasse über die Kriterien des Freiberuflerstatus informiert?
- ▶ Wenn ich gemeinsam mit anderen gründe: Haben wir uns für eine bestimmte Rechtsform entschieden?

Vermarktung

Weiß ich, ...

- ▶ ... inwieweit sich mein Angebot von dem meiner Wettbewerber unterscheidet?
- ▶ ... zu welchem Preis/Honorar ich meine Leistung anbieten kann?
- ▶ ... wer meine potenziellen Auftraggeber sind? (Wo befinden sie sich? Welche Altersgruppe? Welche soziologischen/ökonomischen Kennzeichen?)
- ▶ ... wie ich potenzielle Auftraggeber von meiner Leistung überzeuge (z. B. Präsentationsmappe, Leseproben, Ausstellungen, Casting-Agentur)?
- ▶ ... welche Kontakte mir helfen, potenzielle Auftraggeber zu erreichen (z. B. Galeristen, Presse, Vereine, Verbände, erfahrene freischaffende Künstler und Publizisten usw.)?
- ▶ ... ob ich Briefpapier, Visitenkarten und/oder eine Präsentationsmappe benötige? Wenn ja, weiß ich, wo ich diese Ausstattung bekomme?

Standort

Weiß ich, ...

- ▶ ... ob ich zu Hause, im Atelier, im Büro, in einem Übungsraum, im Theater/Filmstudio arbeite?
- ▶ ... welche Anforderungen der ideale Standort erfüllen muss?
- ▶ ... ob mein Arbeitsstandort diese Anforderungen erfüllt?
- ▶ ... wo nachgebessert werden muss?
- ▶ ... welche Ausstattung ich für den Start benötige?

Finanzplanung

Weiß ich, ...

- ▶ ... wie viel ich einnehmen muss, um meinen monatlichen Lebensunterhalt und die betrieblichen Kosten zu decken und darüber hinaus einen Gewinn zu erzielen?
- ▶ ... wie viel die Anschaffungen, die ich für meinen Start brauche, kosten?
- ▶ ... ob und wie viel Fremdkapital ich benötige?
- ▶ ... ausreichend Bescheid über öffentliche Förderprogramme? ▶

- ▶ ... über welche Sicherheiten ich verfüge?
- ▶ ... ob ich mich ausreichend auf das Gespräch mit meiner Bank oder Sparkasse vorbereitet habe?

Personal

- ▶ Benötige ich eine Arbeitskraft?
- ▶ Wenn ja: Weiß ich, wo ich diese Arbeitskraft finde?

Formalitäten

- ▶ Habe ich mich bei einem Steuerberater über das Thema „Steuern“ informiert?
- ▶ Habe ich beim Finanzamt eine Steuernummer beantragt?
- ▶ Habe ich geprüft, ob die Mitgliedschaft in dem für mich zuständigen Berufsverband sinnvoll ist?
- ▶ Habe ich die Mitgliedschaft beantragt?
- ▶ Habe ich die Mitgliedschaft bei der für mich zuständigen Verwertungsgesellschaft beantragt?
- ▶ Falls ich einen Arbeitsraum/Atelier o. Ä. mieten muss:
 - ▶ Habe ich mich über Miet-/Pachtvertragsabschlüsse informiert (z. B. Mieterverein, Rechtsanwalt)?
- ▶ Wenn ich gemeinsam mit anderen gründe: Haben wir uns zum Thema Rechtsformen und Verträge informiert?
- ▶ Falls wir eine Büro- oder Ateliergemeinschaft aufbauen:
 - ▶ Haben wir schriftlich festgelegt, wie die Nutzung und Zahlung der gemeinsamen Räume geregelt ist?
 - ▶ Benötigen wir weitere Telekommunikationsanschlüsse?
 - ▶ Habe ich mich über das Thema Versicherungen informiert (z. B. bei der Künstlersozialkasse, beim zuständigen Berufsverband, einer Versicherungsagentur, Stiftung Warentest usw.)?
 - ▶ Weiß ich, welche beruflichen und privaten Versicherungen ich benötige?

Zukunftsansichten

- ▶ Kenne ich meine Ziele für das kommende Jahr?
- ▶ Kenne ich meine langfristigen Ziele?

Ihr Stand- oder Arbeitsort

Bei all Ihren Überlegungen spielt Ihr Stand- oder Arbeitsort ebenfalls eine wichtige Rolle. Je nachdem, ob Sie für Extraräume Miete zahlen können oder wollen, ob Sie zusammen mit anderen arbeiten oder ob Sie Kundenverkehr haben, müssen Sie geeignete Räumlichkeiten finden. Zur Auswahl stehen:

Home Office

Die gängige Lösung der meisten kreativen freiberuflichen Schreibtischarbeiter ist, da zu arbeiten, wo sie wohnen: zu Hause.

- ▶ **Vorteil:** Das Home Office kostet nichts, da seine Kosten in der Wohnungsmiete enthalten sind. Man kann sich hier so einrichten und kleiden, wie man möchte. Zudem entfallen Aufwand und Kosten für den Weg zum Arbeitsort.

- ▶ **Nachteil:** Es fehlen Sozialkontakte. Und die Arbeit ist – gerade bei beengten Wohnverhältnissen – schon allein optisch immer präsent.

Büro/Atelier

Wer nicht zu Hause arbeiten will, kann sich ein eigenes Büro oder Atelier mieten.

- ▶ **Vorteil:** Arbeit und Freizeit sind räumlich getrennt.
- ▶ **Nachteil:** Es entstehen zusätzliche Kosten. Dazu kommt die soziale Isolation, falls das Büro/ Atelier von niemandem sonst genutzt wird.

Büro-/Ateliergemeinschaft

Wer nicht zu Hause und nicht allein arbeiten will, kann sich einer Büro- oder Ateliergemeinschaft anschließen oder gemeinsam mit anderen Selbständigen eine Büro-/Ateliergemeinschaft gründen.

► **Vorteil:** Man teilt sich die Kosten für Miete und Büroinfrastruktur, die in der Regel mehr zu bieten hat als bei Einzelkämpfern. Dazu kommt der soziale Kontakt zu anderen während der Arbeit. Aus der gemeinsamen Arbeit können sich Aufträge, Kooperationen oder gemeinsame Unternehmensgründungen ergeben.

► **Nachteil:** Privatheit geht verloren, es entsteht dagegen gegebenenfalls der Druck, sich gemeinschaftlichen Entscheidungen anpassen zu müssen.

Gründerzentren

Für kreative freiberufliche Schreibtischarbeiter, die Wert auf ein professionelles Ambiente und nützliche Kontakte legen, kommt ein Büro in einem Gründerzentrum (oder gegebenenfalls auch Technologiezentrum) infrage.

► **Vorteil:** Die Büros sind in der Regel neu und modern, mit perfekter Büroinfrastruktur inklusive Sekretariats-Service. Zum Angebot gehören nicht selten nützliche Büroservice-Dienstleistungen sowie Beratungsangebote und Fortbildungsveranstaltungen. Die Miete ist in der Regel niedriger als auf dem freien Gewerbemietmarkt.

► **Nachteil:** Das Angebot ist zeitlich befristet und gilt meist nur für Start-ups und Unternehmen, die nur wenige Jahre jung sind.

Kreativzentren/Kreativquartiere

Bei Kreativzentren oder so genannten Kreativquartieren handelt es sich nicht selten um vormals leer stehende Gewerbehöfe oder ehemalige Industriebauwerke, die von Stadtverwaltungen günstig zur Verfügung gestellt und von Kreativen oftmals in Eigenleistung renoviert und ausgestattet werden: zu Produktions- und Experimentierflächen, Ausstellungsräumen usw.

► **Vorteil:** Hier finden Kreative – meist als Dauermieter – zusammen, um im engen Kontakt miteinander zu arbeiten und voneinander zu profitieren. Die Miete ist in der Regel niedriger als auf dem freien Gewerbemietmarkt.

► **Nachteil:** Die Professionalität „selbstverwalteter“ Kreativzentren oder Kreativquartiere lässt manchmal zu wünschen übrig (z. B. Verfügbarkeit oder Sauberkeit gemeinsam genutzter Studios, Werkstätten, Dunkelkammern usw., Beschaffung gemeinsam genutzter Materialien).

Coworking Spaces

Coworking Spaces bieten in erster Linie für kreative freiberufliche Schreibtischarbeiter Arbeitsplätze mit Internetzugang einschließlich gängiger Büroinfrastruktur zur Miete an: stunden-, tage-, monatsweise, dauerhaft. Die Angebote sind je nach Anbieter unterschiedlich: von der ehemaligen Fabrikhalle mit Schreibtisch, WLAN und gemeinsamer Kaffeemaschine bis zu stilvollen Büroräumen in verschiedenen Größen und über mehrere Etagen, zu denen Café, Kantine, Stillarbeits- und Konferenzräume sowie Weiterbildungsprogramme gehören.

► **Vorteil:** Die Arbeit kann sofort starten, ohne lästige Vorarbeiten und mit überschaubaren Kosten. Coworker können zudem von heute auf morgen eine professionelle Büroadresse mit Internetauftritt und E-Mail-Adresse vorweisen. Dazu kommt der soziale Kontakt zu anderen während der Arbeit. Aus der gemeinsamen Arbeit können sich Aufträge, Kooperationen oder gemeinsame Unternehmensgründungen ergeben.

► **Nachteil:** Offenheit und Vertrauen sind dafür Voraussetzung. Wer Angst davor hat, beim Austausch Ideen oder Kunden zu verlieren, kann von Coworking nicht profitieren. Zuweilen sind die Arbeitsbedingungen im Großraumbüro schwierig (Geräuschpegel).

Checkliste: Büro-/Arbeitsgemeinschaft

Die gemeinsame Nutzung von Atelier- oder Büroräumen hat viele Vorteile. Dennoch sollten Sie die folgenden Punkte klären, um Konflikte weitgehend zu vermeiden:

- ▶ Übernehmen alle Beteiligten einen Anteil an der Mietkaution, die der Hauptmieter beim Vermieter hinterlegen muss?
- ▶ Wie werden die laufenden Kosten für die gemeinschaftliche Nutzung der Räume, Telekommunikation, Miete, Versorgungsgebühren, Reinigung aufgeteilt?
- ▶ Auf welches Konto werden die Kosten eingezahlt?
- ▶ Wer achtet auf die Kontoein- und -ausgänge?
- ▶ Werden bestimmte Ausstattungsgegenstände gemeinsam angeschafft (z. B. Kopierer, Fax, Software, Beleuchtung)?
- ▶ Werden die Anschaffungskosten dafür aufgeteilt? (Bei einmaligen Anschaffungen aus steuerlichen Gründen nicht zu empfehlen.) Oder erhält der Käufer eine festgelegte monatliche Summe für die Nutzung?
- ▶ Sollten Rücklagen für regelmäßig wiederkehrende Anschaffungen (z. B. Arbeitsmaterial) und Reparaturen gebildet werden?
- ▶ Welche Kündigungsfristen müssen im Binnenverhältnis, also zwischen den Beteiligten, eingehalten werden?



Weitere Informationen:

Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

GründerZeiten Nr. 17 „Businessplan“
 Broschüre „Starthilfe: Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen
 (Download und Bestellfunktion)
 Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
 Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
 (0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und
 max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

BMWi-Existenzgründungsportal → Businessplan erstellen
www.existenzgruender.de

BMWi-Businessplaner Online
www.existenzgruender.de → Gründungswerkstatt →
 Businessplaner

BMWi-CD-ROM: Softwarepaket für Gründer und
 junge Unternehmen
www.softwarepaket.de

7

Förderung und Finanzierung



Ob Arbeitsmaterial, Studio-, Galerie- oder Atelierumbauten, Werbung, Reisekosten oder der eigene Lebensunterhalt – als Selbständige oder Selbständiger in der Kultur- und Kreativwirtschaft kommen Sie immer wieder in die Situation, Projekte, Aufträge oder auch Anschaffungen vorzufinanzieren. Um Ihren Finanzbedarf zu decken, stehen Ihnen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung.

Bankkredite und öffentliche Förderprogramme

Die Kautions- und Mietkosten für Studio oder Atelier, die Anschaffung von technischem Equipment, Instrumenten, Arbeitsmaterialien usw. sind teuer. Doch um professionell arbeiten zu können, brauchen Sie eine qualitativ hochwertige Ausstattung.

Bank- und Sparkassenkredite sowie Förderdarlehen des Bundes und der Länder gehören zu den klassischen Finanzierungsinstrumenten von Gründerinnen, Gründern und Unternehmen. Allerdings ist der Umgang mit der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Kundenberater der Banken und Sparkassen kein alltägliches Geschäft.

Bankkredite

Um einen Bankkredit zu beantragen, erwartet Ihr Kundenberater vor allem drei Dinge:

1. Sicherheiten, die die Bank verwerten kann, wenn Sie nicht in der Lage sein sollten, Ihren Kredit zurückzuzahlen. Als Sicherheiten gelten beispielsweise Lebensversicherungen, hochwertige Musikinstrumente, technische Geräte, Fahrzeuge, Immobilien.

Als Alternative kommen Bürgschaften von Privatpersonen oder der Bürgschaftsbanken infrage. (siehe S. 29 ff.).

2. Eigenkapital: In der Regel erhalten Sie nur dann einen Kredit von der Bank, wenn Sie auch bereit sind, eigenes Geld zu investieren. Zum Eigenkapital gehört Ihr Ersparnis, das Sie in Ihre Selbständigkeit investieren. Wenn Sie bereits selbständig sind, gehört dazu nicht nur Ihr persönliches Vermögen, sondern auch der Gewinn, den Sie mit Ihrer Selbständigkeit bzw. Ihrem Unternehmen erzielen. Darüber hinaus gehören auch Gegenstände zum Eigenkapital, beispielsweise Ihr technisches Equipment, Instrumente u. a.

3. Eine überzeugende Beschreibung, dass Ihr Projekt/Vorhaben nicht nur in künstlerischer bzw. kultureller Hinsicht, sondern vor allem auch wirtschaftlich ein Erfolg sein wird. Sie müssen deutlich machen, dass Sie ausreichend Geld erwirtschaften werden, um den Kredit zurückzuzahlen. Das ist alles andere als einfach – auch für Selbständige in anderen Branchen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie bietet daher sowohl für Newcomer als auch für Selbständige jede Menge Informationen dazu an, wie sie sich auf das Gespräch mit der Bank vorbereiten können.

Förderdarlehen

Um ein Förderdarlehen zu beantragen, gelten im Prinzip dieselben Regeln wie für einen Bankkredit. Eine Ausnahme gibt es in puncto Sicherheiten.

Einige Förderdarlehen sind mit einer so genannten Haftungsfreistellung ausgestattet. Das heißt, Sie müssen nur für einen Teil der Kreditsumme Sicherheiten zur Verfügung stellen. Typisch für öffentliche Förderdarlehen sind außerdem – je nach Darlehen – günstige Zinsen, lange Laufzeiten und eine rückzahlungsfreie Zeit, bis Sie mit der Tilgung beginnen. Die öffentlichen Förderdarlehen des Bundes werden durch die Förderbank des Bundes, die KfW Bankengruppe, ausgereicht. Beantragen müssen Sie sie allerdings immer bei einer Bank oder Sparkasse.

Zu den wichtigsten Förderprogrammen gehören:

- ▶ KfW-StartGeld (ab 1.4.2011 KfW-Gründerkredit-StartGeld und KfW-Gründerkredit-Universell) (bis zu drei Jahre nach Gründung)
- ▶ Unternehmerkapital – ERP-Kapital für Gründung
- ▶ KfW-Unternehmerkredit (ab 1.4.2011 neu geregelt)

Innovative technologieorientierte Start-ups aus Hochschulen können ein EXIST-Gründerstipendium beantragen, das für die Dauer eines Jahres bezahlt wird.



Förderdatenbank des Bundes:

Einen klaren, gut verständlichen Überblick über sämtliche Förderprogramme des Bundes, der Länder und der EU bietet die Förderdatenbank des Bundes unter www.foerderdatenbank.de

Kleinkredite aus dem Mikrokreditfonds Deutschland sowie von Bundesländern oder Kommunen

Oft reichen wenige Tausend Euro aus, um in die berufliche Selbständigkeit zu starten oder Anschaffungen in der Anfangsphase zu finanzieren. Banken und Sparkassen sind allerdings bei geringen Kreditsummen nicht immer bereit, dafür ein Förderdarlehen bei der KfW Bankengruppe oder dem Förderinstitut des jeweiligen Bundeslandes zu beantragen. Darum lehnen sie Anträge auf Bankkredite oder Förderdarlehen nicht selten ab. Als Alternative zu den öffentlichen Förderdarlehen gibt es daher Kleinkredite, die vom Mikrokreditfonds Deutschland sowie den Bundesländern oder Kommunen angeboten werden.

Ernsthaftigkeit, Kreditstufen, Krisenhilfe

Im Vordergrund stehen bei diesen Kleinkrediten die unternehmerische Persönlichkeit, die Ernsthaftigkeit und der „gute Wille“ des Kreditnehmers. Auch geht es nicht ohne Sicherheiten, allerdings werden unter Umständen auch Gegenstände als Sicherheit akzeptiert, die vor allem einen ideellen und weniger einen finanziellen Wert haben. Das Besondere ist die enge Verzahnung zwischen Beratung und Finanzierung.

Die Kredite werden in mehreren Stufen vergeben: immer an den Bedarf des Kreditnehmers und an seine Rückzahlungsfähigkeit angepasst. Bei eventuellen Krisen suchen Kleinkreditanbieter gemeinsam mit den Kreditnehmern nach Lösungen, um die Selbständigkeit fortzuführen.

fff – family, friends and fools

Die Unterstützung durch Familie, Freunde und Bekannte spielt gerade bei kleinen Kreditsummen eine große Rolle. Um vor allem die emotionale Belastung für alle Beteiligten möglichst gering zu halten, sollten schriftliche Regelungen zu Höhe, Laufzeit und Rückzahlung der Privatdarlehen getroffen werden. Geklärt werden muss auch, was geschieht, wenn ein Darlehen nicht zurückgezahlt werden kann. Sinnvoll ist es auch, den benötigten Betrag auf mehrere Schultern zu verteilen, um die Belastung für die einzelnen Gläubiger möglichst gering zu halten. Privatpersonen werden im Übrigen nicht selten auch als Bürgen herangezogen, um Darlehen bei Banken zu beantragen. Auch hier sollte ein schriftlicher Bürgschaftsvertrag, möglichst unter Zuhilfenahme eines Anwalts oder Notars, abgefasst werden.

Relativ neu ist in Deutschland das so genannte people-to-people-lending, social-lending oder auch crowd-funding. Dabei geben Privatpersonen Kredite an Gründerinnen, Gründer und Kleinunternehmer. Der Unterschied zu den drei „fff“ ist, dass sich Kreditgeber und Kreditnehmer in der Regel nicht kennen. Die Vermittlung findet über Online-Plattformen statt.

Sicherheiten und Bürgschaften

Wenn Sie einen Kredit bei der Bank oder Sparkasse beantragen möchten, benötigen Sie dafür „bankübliche“ Sicherheiten. Das können beispielsweise hochwertige Musikinstrumente, technisches Equipment, Fahrzeuge oder Lebensversicherungen sein. Sie übertragen bestimmte Teile Ihres Vermögens oder die Rechte daran der Bank oder Sparkasse. Für den Fall, dass Sie nicht mehr in der Lage sein sollten, Ihren Kredit zurückzuzahlen, hat die Bank das Recht, die Sicherheiten zu verkaufen und mit dem Erlös den Kredit zu tilgen, also abzuzahlen.

Wenn Sie keine oder zu wenig Sicherheiten haben, kann auch eine Bürgschaft helfen. Damit garantieren ein oder mehrere Bürgen gegenüber der Bank die Rückzahlung des Kredits für den Fall, dass Sie dazu nicht in der Lage sein sollten. Eine Bürgschaft kann entweder von einer oder mehreren Privatpersonen oder von der Bürgschaftsbank in Ihrem Bundesland zur Verfügung gestellt werden. Private Bürgschaften sind meist mit einer hohen emotionalen Belastung verbunden. Überlegen Sie daher vorab genau, wen Sie um eine Bürgschaft bitten können und zu welchen Konditionen.

Bei höheren Summen (im fünfstelligen Bereich) sollten Sie sich auf jeden Fall an die Bürgschaftsbank in Ihrem Bundesland wenden. Sie bietet so genannte Ausfallbürgschaften an. Voraussetzung ist, dass Sie nachweisen können, dass Ihr Vorhaben betriebswirtschaftlich sinnvoll ist.

Beratungsförderung

Wie wird aus meinem Projekt und/oder meiner künstlerischen Begabung eine Geschäftsidee? Wie lässt sich mein Kulturprojekt erfolgreich vermarkten, so dass ich nicht auf den Kosten sitzen bleibe? Wie bekomme ich Kontakt zu Auftraggebern? In der Kunst- und Kulturbranche erfolgreich zu sein bedeutet auch, kühl rechnen zu können und seinen kommerziellen Erfolg nicht dem Zufall oder etwa anderen zu überlassen.

Eine professionelle Beratung und Begleitung (Coaching) kann Informationslücken schließen und für mehr Überblick und Sicherheit bei der Gründung

und allen finanziellen, personellen und organisatorischen Fragen der Unternehmensführung sorgen. Professionelle Beratung und Coaching sind allerdings nicht zum Nulltarif zu haben. Bund und Länder beteiligen sich daher durch Zuschüsse an den Beratungskosten:

- ▶ vor der Gründung: Förderung durch die Bundesländer
- ▶ bis zu fünf Jahre nach der Gründung: Gründercoaching Deutschland
- ▶ ab einem Jahr nach der Gründung: Förderung von Unternehmensberatungen für kleine und mittlere Unternehmen sowie Freie Berufe

Alle Förderprogramme finden Sie in der Förderdatenbank des Bundes unter www.foerderdatenbank.de

Hilfen für den Lebensunterhalt

Nicht nur für Gründerinnen und -gründer aus der Arbeitslosigkeit bietet die Bundesagentur für Arbeit Unterstützung an. Auch für Selbständige, die bei finanziellen Engpässen Hilfen für den Lebensunterhalt benötigen, sind die Arbeitsagenturen eine wichtige Anlaufstelle.

Gründungszuschuss

Gründerinnen und Gründer, die durch eine Existenzgründung ihre Arbeitslosigkeit beenden, können den Gründungszuschuss beantragen. Voraussetzung ist, dass sie bei Aufnahme der selbständigen Tätigkeit noch einen Anspruch auf Arbeitslosengeld (kein ALG II) von mindestens 90 Tagen haben.

Insgesamt beträgt die Förderdauer bis zu 15 Monate. In den ersten neun Monaten nach dem Unternehmensstart erhalten Gründerinnen und Gründer einen monatlichen Zuschuss in Höhe ihres individuellen monatlichen Arbeitslosengeldes sowie eine Pauschale von 300 Euro zur sozialen Absicherung. In einer zweiten Förderphase von sechs Monaten wird nur noch die Pauschale von 300 Euro für die Sozialversicherung gezahlt. Allerdings müssen Gründerinnen und Gründer vor Beginn der zweiten Förderphase nachweisen, dass sie ihre Geschäftstätigkeit hauptberuflich betreiben.

Einstiegsgeld

ALG-II-Empfängerinnen und -Empfänger können für den Schritt in die Selbständigkeit das Einstiegsgeld erhalten. Das Einstiegsgeld kann bei Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit als Zuschuss zum ALG II gewährt werden. Darüber hinaus können zusätzliche Existenzgründungshilfen (z. B. für die Anschaffung von Betriebsmitteln) gewährt werden, wenn dies für die erfolgreiche Eingliederung in das Erwerbsleben erforderlich ist. Beantragen muss man das Einstiegsgeld beim Träger der Grundsicherung vor Ort (Agentur für Arbeit, Kommune, Arbeitsgemeinschaft von Arbeitsagentur und Kommune).

Arbeitslosengeld (ALG) II

Wenn Sie während Ihrer beruflichen Selbständigkeit hilfebedürftig werden, besteht die Möglichkeit, ALG II zu beantragen. Bei der Prüfung, ob und in welcher Höhe Ihnen das ALG II zusteht, werden Ihr Einkommen und das Einkommen anderer in der Bedarfsgemeinschaft lebenden Personen berücksichtigt. Bei der Berechnung des Einkommens aus selbständiger Tätigkeit werden die Betriebseinnahmen zugrunde gelegt. Dabei handelt es sich um alle erzielten Einnahmen aus der Selbständigkeit. Von den Betriebseinnahmen werden während des Bewilligungszeitraums (jeweils sechs Monate) die tatsächlich geleisteten und notwendigen Betriebsausgaben abgesetzt, die vorab vom Träger der Grundsicherung befürwortet werden sollten. Vor Ablauf des Bewilligungszeitraums muss bei Bedarf ein Antrag auf Weiterbewilligung gestellt werden.

Sozialfonds

Einige Versorgungswerke bieten über ihre Sozialfonds Hilfen für in Not geratene Mitglieder an, zum Beispiel der Sozialfonds des Autorenversorgungswerks der Verwertungsgesellschaft Wort, der Sozialfonds des Berufsverbands Bildender Künstler München und Oberbayern e. V. oder auch der Paul Klinger Künstlersozialwerk e. V. Die Unterstützung erfolgt meist schnell und unbürokratisch. Erkundigen Sie sich bei Ihrem Berufsverband oder Versorgungswerk nach solchen Angeboten.

Weitere Informationen:

Förderdatenbank des Bundes www.foerderdatenbank.de

Infotelefon des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zu Mittelstand und Existenzgründung
Tel.: 01 805 615001
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)
Montag bis Donnerstag von 8.00 bis 20.00 Uhr,
Freitag von 8.00 bis 12.00 Uhr

Infotelefon des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales zu den Angeboten der Arbeitsmarktpolitik
Tel.: 01 805 676712
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)
Montag bis Donnerstag von 8.00 bis 20.00 Uhr,
Freitag von 8.00 bis 12.00 Uhr

BMWi-Infoletter GründerZeiten
Nr. 6 „Existenzgründungsfinanzierung“,
BMWi-Infoletter GründerZeiten
Nr. 27 „Sicherheiten und Bürgschaften“,
BMWi-Infoletter GründerZeiten
Nr. 16 „Gründung aus der Arbeitslosigkeit“,
BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 32 „Beratung“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen
(Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

BMWi-Existenzgründungsportal → Finanzierung und Förderung
www.existenzgruender.de

eTraining „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung“
www.existenzgruender.de → Gründungswerkstatt

eTraining „Vorbereitung auf das Bankgespräch“
www.existenzgruender.de → Gründungswerkstatt

BMWi-Unternehmensportal → Finanzierung und Förderung
www.bmwi-unternehmensportal.de

EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft
www.exist.de

Mikrokreditfonds Deutschland
www.mikrokreditfonds.de

Verband Deutscher Bürgschaftsbanken
www.vdb-info.de



Spezielle Förderangebote für Kulturschaffende

Bundesweit gibt es über 3.500 Preise, Stipendien, Wettbewerbe, Projektfinanzierungen und andere Formen regelmäßiger Kulturförderung. Dabei handelt es sich weniger um Darlehen als vielmehr um finanzielle Leistungen, die in der Regel nicht zurückgezahlt werden müssen.

Stipendien

Stipendien sichern den Lebensunterhalt für längere Lern- oder Schaffensphasen, beispielsweise durch Nutzung von Ateliers, Studien- und Arbeitsaufenthalte, Fortbildungs- und Reiseaufenthalte. Die meisten Stipendien werden turnusmäßig angeboten. Stipendien sind ein wesentliches Element der Begabtenförderung. Daher richten sie sich vor allem an Studierende und Nachwuchs-Kulturschaffende.

Interessenten müssen sich um ein Stipendium bewerben und dafür Arbeitsproben zur Verfügung stellen. Ein Fachgremium entscheidet darüber, ob ein Stipendium bewilligt wird oder nicht. Die Mittel für Stipendien werden vom Bund sowie den Bundesländern, Landkreisen, Kommunen, öffentlichen Einrichtungen, spezialisierten Fonds oder Unternehmen bereitgestellt.

Zu den Förderinstitutionen des Bundes gehören u. a.:

- ▶ Stiftung Kunstfonds zur Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst
- ▶ Deutscher Literaturfonds
- ▶ Deutscher Übersetzerfonds
- ▶ Deutscher Musikinstrumentenfonds
- ▶ Deutscher Musikrat
- ▶ Fonds Darstellende Künste e. V.

Wettbewerbe, Preise

Die meisten Preise für Kultur- und Kreativschaffende werden im Rahmen von Wettbewerben ausgelobt. Sie richten sich an Amateure, Studierende, Nachwuchs oder auch bereits erfahrene Kultur- und Kreativschaffende. Interessenten müssen sich in vielen Fällen erst einmal für eine Teilnahme bewerben. Danach begutachtet eine Fachjury die Arbeitsproben und legt die Preisträger fest. In anderen Fällen küren der Preisstifter und/oder eine Fachjury den Preisträ-

ger ohne Wettbewerb aus einer Gruppe vorgeschlagener oder infrage kommender Kandidaten (z. B. für ein Lebenswerk). Bei den Preisen handelt es sich in der Regel um Geldpreise.

Die Teilnahme an Wettbewerben bringt nicht nur Geld, sondern auch Referenzen, die für weitere Aufträge wichtig sein können. So sind Wettbewerbe und Preisverleihungen immer auch mit öffentlichen Ehrungen oder Auszeichnungen verknüpft, zum Beispiel für eine besondere kulturelle Leistung oder ein Lebenswerk. Geehrt und ausgezeichnet werden die „Gewinner“ im Rahmen einer öffentlichen Preisverleihung, Feierstunde oder Pressekonferenz. Für die meisten Ehrungen oder Auszeichnungen können Sie sich nicht selbst bewerben. Die Kandidaten werden in erster Linie von kompetenten Experten vorgeschlagen und von einer Fachjury begutachtet.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und der Beauftragte für Kultur und Medien (BKM) vergeben die folgenden Preise zur kulturellen Förderung:

- ▶ BMWi: Deutscher Wirtschaftsfilmpreis
- ▶ BMWi: Designpreis der Bundesrepublik Deutschland
- ▶ BMWi: Deutscher Musikinstrumentenpreis
- ▶ BKM: Bundeswettbewerb Gesang

Neu ist der 2010 im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft gestartete Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“, in dem besonders kreative und innovative Geschäftsideen ausgezeichnet werden.

Tipp: Darüber hinaus gibt es sowohl vom Bund als auch von den Bundesländern, Kommunen und Verbänden, Stiftungen und Unternehmen sowie der Europäischen Union eine Vielzahl weiterer Fördereinrichtungen bzw. Förderprogramme, die sich speziell an Künstlerinnen und Künstler sowie Medienschaffende wenden.

Übrigens: Wettbewerbe von privaten oder gewerblichen Initiatoren dienen nicht immer in erster Linie der Kulturförderung, sondern unter Umständen vorrangig der Eigenwerbung ihrer Veranstalter. Achten Sie daher darauf, dass der von Ihnen ausgewählte Wettbewerb die folgenden Mindestvoraussetzungen erfüllt:

- ▶ Die Namen der Bewerber werden durch Zahlen anonymisiert.
- ▶ Die Ausschreibung ist klar formuliert (z. B. Themenstellung, Zahl der einzureichenden Exemplare, Abgabetermin, Zusammensetzung der Jury usw.).
- ▶ Die Jury setzt sich aus Fachleuten zusammen.
- ▶ Verschiedene Gattungen werden getrennt voneinander beurteilt.
- ▶ Alle Kosten (Reise-, Übernachtungskosten), die im Zusammenhang mit der Preisverleihung stehen, werden vom Veranstalter übernommen.

Projektförderung

Projektförderungen oder Projektzuschüsse zielen auf konkrete kulturelle Vorhaben wie beispielsweise in der bildenden Kunst, der Literatur und Musik ab. Je nach Förderinstitution kann es sich bei den Empfängern um Einzelpersonen, Gruppen oder Institutionen handeln. Eine Projektförderung ist stets zeitlich befristet. Die Förderziele werden im Einzelnen festgelegt.

Projektförderungen werden vom Bund, den Ländern und Kommunen sowie kulturellen Institutionen und Organisationen (Fonds, Stiftungen, Vereine, Verbände, Medien) direkt vergeben oder vermittelt.

Tipp: Eine Übersicht aller Stipendien, Wettbewerbe, Preise und Projektförderungen bietet die Internet-Datenbank „Kulturpreise“. Sie enthält Informationen über regelmäßig vergebene Fördermaßnahmen und Ehrungen im Kultur- und Medienbereich.
www.kulturpreise.de

Weitere Informationen:

Kulturpreise
www.kulturpreise.de

Beauftragter für Kultur und Medien
www.bundesregierung.de

Stiftung Kunstfonds zur Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst
www.kunstfonds.de

Deutscher Literaturfonds
www.literaturfonds.de

Deutscher Übersetzerfonds
www.uebersetzerfonds.de

Deutscher Musikinstrumentenfonds
www.deutsche-stiftung-musikleben.de

Deutscher Musikrat
www.musikrat.de

Fonds Darstellende Künste e. V.
www.fonds-daku.de

BMWi: Deutscher Wirtschaftsfilmpreis
www.bmwi.de

BMWi: Designpreis der Bundesrepublik Deutschland
www.designpreis.de

BMWi: Deutscher Musikinstrumentenpreis
www.bmwi.de

Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft:
Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“
www.kultur-kreativpiloten.de

BKM: Bundeswettbewerb Gesang
www.bundeswettbewerbgesang.de

LabforCulture
Partnerinitiative der Europäischen Kulturstiftung
www.labforculture.org

Cultural Contact Point – Nationale Kontaktstelle
für Kulturförderung der EU
www.ccp-deutschland.de



Sponsoring/Mäzenatentum

Sponsoring bietet eine Möglichkeit, künstlerische Einzelprojekte durch Unternehmen zu finanzieren und zu realisieren. Sponsoring ist (laut Bundesfinanzministerium) die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen oder Gruppen aus dem sportlichen, kulturellen, ökologischen oder einem anderen Bereich.

Im Gegenzug wird das Logo des Sponsors auf Webseiten, Plakaten, in Ausstellungskatalogen und Pressemitteilungen veröffentlicht. Der sichtbare Auftritt des Sponsors soll sein unternehmerisches Ansehen erhöhen. Das Unternehmen betreibt damit Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit. Unternehmen können ihre Sponsoring-Aufwendungen als Betriebsausgaben steuerlich geltend machen.

Sponsoren finden

Um ein oder mehrere Unternehmen als Sponsoren zu gewinnen, können Sie sich zunächst an die Kulturämter vor Ort wenden. Sie stehen im Austausch mit den Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern und können Ihnen weiterhelfen. Wenn Sie ein bestimmtes Unternehmen ansprechen möchten, sollten Sie sich zuerst darüber informieren, wofür und wie sich das Unternehmen bislang kulturell engagiert hat. Passt das Unternehmen zu Ihrem geplanten Kulturprojekt?

Bei der Suche nach geeigneten Sponsoren können auch Sponsoring-Börsen und spezialisierte Agenturen helfen. Sie beraten darüber hinaus bei der Vertragsgestaltung und gesamten Abwicklung. Sponsoren wollen natürlich wissen, welche öffentlichkeitswirksame Reichweite die geplante Veranstaltung oder Publikation hat. Im Vorfeld sollten daher u. a. folgende Punkte ermittelt und schriftlich festgehalten werden:

- ▶ Idee und Konzept des Events
- ▶ Reichweite regional, national, international
- ▶ erwartete Besucherzahl
- ▶ Zielgruppenbeschreibung
- ▶ geschätzte Medienkontakte
- ▶ Art der Medien
- ▶ PR-/Werbemaßnahmen

- ▶ zusätzliche Darstellungsmöglichkeit für den Sponsor
- ▶ Gesamtzahl möglicher Sponsoren

Sponsoring-Vertrag

Schließen Sie auf jeden Fall einen Sponsoring-Vertrag ab, um mögliche Konflikte zu vermeiden. Nutzen Sie dabei auch die Unterstützung eines Rechtsanwalts. Sie sollten mindestens die folgenden Aspekte berücksichtigen:

- ▶ Leistungen des Sponsors (Art der Sachleistungen, Höhe der Geldleistungen)
- ▶ Leistungen des Gesponserten (Nennung des Sponsors auf Plakaten, Katalogen, Pressemitteilungen usw.)
- ▶ Ausschlussklauseln von Wettbewerbern, Wettbewerbsprodukten des Sponsors
- ▶ Geltungsbereich des Vertrages
- ▶ Vertragsdauer und Fälligkeitstermine der Leistungsbeiträge
- ▶ gegebenenfalls Verlängerungs- und Wiederholungsoptionen
- ▶ Regelungen bei Vertragsverstößen

Mäzene

Nicht selten werden Mäzene und Sponsoren miteinander verwechselt. Bei der mäzenatischen Förderung unterstützt eine Privatperson, ein Unternehmen oder eine Stiftung meist über einen längeren Zeitraum ein Kulturprojekt, einzelne Künstler, eine Kultureinrichtung usw. über eine Geld- und/oder Sachspende. Mäzene erwarten – anders als Sponsoren – für ihr Engagement in der Regel keine Gegenleistung. Einen Mäzen zu finden, ist fast immer das Resultat guter Kontakte und enger Beziehungen innerhalb der Künstlerszene.

Weitere Informationen:

Fachverband Sponsoring und Sonderwerbformen e. V. (FASPO)

Die Bedeutung des Sponsoring-Vertrages und seine wichtigsten Bestandteile
www.faspo.de

Kulturkreis der deutschen Wirtschaft – Leitfaden
 Sponsoren-Akquise
www.kulturkreis.eu



Beteiligungskapital

Für die Entwicklung technologieorientierter Vorhaben wie beispielsweise in der Games-Industrie ist oft viel Kapital notwendig. Das Risiko für Kapitalgeber ist hoch, da die Branche vergleichsweise jung ist und die Erfahrungen entsprechend gering sind. Hinzu kommt, dass es mehrere Jahre dauert, bis schwarze Zahlen geschrieben werden, da die Entwicklungszeiten für Computerspiele lang sind. Da die Gründerinnen und Gründer in der Regel auch keine Sicherheiten anbieten können, lehnen Banken und Sparkassen eine Finanzierung häufig ab.

Eine Alternative können Beteiligungsprogramme des Bundes oder der Länder sein. Darüber hinaus kommen private Geldgeber bzw. Unternehmer (so genannte „Business Angels“) oder auch Venture-Capital-Gesellschaften infrage. Sie bieten Beteiligungskapital ohne die banküblichen Sicherheiten an, und zwar in Form von Einlagen ins Stamm- oder Grundkapital, aber auch in Form von stillen Beteiligungen am Unternehmen.

Beteiligungskapitalgeber haben sehr hohe Ansprüche an das Gründungsteam und die Produktidee. Insbesondere Venture-Capital-Gesellschaften erwarten nach einem vereinbarten Zeitraum von mehreren Jahren eine sehr hohe Rendite. Wenn Sie als Gründer oder Unternehmer Beteiligungskapital in Anspruch nehmen möchten, benötigen Sie auf jeden Fall eine professionelle Vorbereitung. Nehmen Sie beispielsweise Kontakt zu einem Business-Angels-Netzwerk oder zum High-Tech Gründerfonds auf, um sich beraten zu lassen.

Weitere Informationen:

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 21: „Beteiligungskapital“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Tel.: 01 805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de

Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK)
www.bvkap.de

Business Angels Netzwerk Deutschland e. V. (BAND)
www.business-angels.de

High-Tech Gründerfonds
www.high-tech-gruenderfonds.de

Messe-/Ausstellungsförderung

Messeauftritte und die Teilnahme an Ausstellungen sind für viele Kulturschaffende ein „Muss“. Je nach Branche stehen hierfür verschiedene Fördermöglichkeiten bereit.

Ausstellungsförderung für innovative Unternehmen

Beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) können junge innovative Unternehmen einen Zuschuss erhalten, um an Gemeinschaftsständen auf Messen in Deutschland teilzunehmen (so genannte Leitmessen). Die Förderung soll die Vermarktung neu entwickelter Produkte und Verfahren unterstützen. Die förderfähigen Messen werden jährlich vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie festgelegt. Nach Auskunft des BAFA sind hier beispielsweise Messen für den Veranstaltungs-, Design-, Werbe- und Musikmarkt im Förderangebot. Die Teilnahme an klassischen Kunstmessen wird dagegen nicht gefördert.



Auslandsmesseprogramme

Bund und Länder fördern außerdem die Beteiligung deutscher Unternehmen an internationalen Messen und Ausstellungen über Auslandsmesseprogramme. Die Unterstützung durch den Bund besteht u. a. darin, dass Unternehmen sich bei Firmengemeinschaftsausstellungen, Informationsständen, Sonderschauen oder in Informationszentren mit präsentieren können: z. B. auf der Immobilienmesse in Cannes (Architekten), der Buchmesse in Tokio oder der Games-Messe in San Francisco. Der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (AUMA) informiert über förderfähige Messen im In- und Ausland. Informationen gibt es auch bei den Branchenverbänden.

Ausstellungsförderung für Künstlerinnen und Künstler

Das Institut für Auslandsbeziehungen (ifa) ist eine Partnerorganisation des Auswärtigen Amtes. Es fördert Einzelausstellungen, Gruppenausstellungen und Beteiligungen zeitgenössischer Künstlerinnen und Künstler an international besetzten Ausstellungsprojekten in öffentlichen Museen und nicht-kommerziellen Galerien. Dazu kommen die deutschen Beiträge zu internationalen Biennalen. Im Rahmen des Programms „Künstlerkontakte“ unterstützt das ifa die inhaltliche Zusammenarbeit zwischen deutschen und ausländischen Künstlern, Architekten und Designern in internationalen Projekten durch Reisekostenzuschüsse. Um eine Ausstellung im Ausland fördern zu lassen, kann sich für Künstlerinnen und Künstler auch eine Anfrage bei den Goethe-Instituten vor Ort in den jeweiligen Ländern lohnen. Bei Fragen zu Zoll- und Transportfragen sowie weiteren Formalitäten hilft die Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK) weiter.

Für die Teilnahme an Ausstellungen innerhalb Deutschlands bieten die Bundesländer vereinzelt Programme im Rahmen der Kulturförderung an.

Weitere Informationen:

Auswärtiges Amt – Auswärtige Kulturpolitik
www.auswaertiges-amt.de

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) –
 Auslandsmessebeteiligung
www.bafa.de

Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der
 Deutschen Wirtschaft e. V. (AUMA)
www.auma.de

Institut für Auslandsbeziehungen (ifa)
www.ifa.de

Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK)
<http://igbk.de>



8 Teamarbeit und Rechtsformen



Von der gemeinsamen Nutzung von Atelier- oder Büroräumen bis hin zur gemeinsamen Arbeit unter dem Dach eines eigenen Namens: Die Arbeit im Team hat viele Vorteile:

- ▶ Sie teilen sich Kosten für Miete und Material.
- ▶ Investitionen, z. B. für Ausstattung und Ausrüstung, lassen sich leichter finanzieren.
- ▶ Defizite lassen sich besser ausgleichen: Kommunikationstalente bauen Kontakte zu Auftraggebern auf, ruhigere Charaktere entwickeln Flyer, Präsentationsmappen, Internetseiten o. Ä.
- ▶ Sie erweitern Ihre künstlerische bzw. kreative Angebotspalette; Innovationen lassen sich besser umsetzen.

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit hängt vor allem von folgenden Voraussetzungen ab:

- ▶ Die „Chemie“ unter allen Beteiligten muss stimmen. Das heißt, Sie sollten auch in der Lage sein, Konflikte auszutragen.
- ▶ Ziele, Erwartungen, mögliche Risiken und denkbare Konflikte sollten bereits vorab offen angesprochen werden.
- ▶ Alle Beteiligten müssen verbindlich zu dem gemeinsamen Vorhaben stehen.

Die Rechtsform

Ob GbR, GmbH oder UG – es gibt eine ganze Reihe von Rechtsformen, die das Verhältnis unter den Partnern und das Verhältnis zu den Auftraggebern und anderen Geschäftspartnern regeln. Als Kleinstunternehmer reicht es, wenn Sie sich am Anfang mit der GbR, der

GmbH, UG und eventuell noch der Partnerschaftsgesellschaft beschäftigen. Wenn Sie dies nicht tun und gemeinsam starten, bilden Sie übrigens automatisch eine GbR und damit gelten für Sie die Regelungen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB). Nehmen Sie also lieber selbst das Ruder in die Hand und entscheiden Sie selbst.

Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Die GbR (oder auch BGB-Gesellschaft) ist die einfachste Rechtsform für Freiberufler und Kleingewerbetreibende, um im Team zu arbeiten. Sie entsteht automatisch, wenn mindestens zwei Gründerinnen, Gründer oder Selbständige gemeinsam mit der Planung ihres Vorhabens beginnen. Wenn sie also zum Beispiel gemeinsam ihren Businessplan schreiben oder ein Büro nutzen oder zusammen Werbung treiben. Dieser Automatismus kann vor allem gegenüber Außenstehenden eine wichtige Rolle spielen. So haftet jeder Gesellschafter zum Beispiel unbeschränkt mit seinem persönlichen Vermögen für Schulden (z. B. für Druckkosten von Werbeflyern) der gesamten GbR, unabhängig davon, ob er selbst die Schulden verursacht hat oder nicht. Ein schriftlicher Vertrag ist nicht notwendig, aber auf jeden Fall empfehlenswert. Die GbR wird nicht ins Handelsregister eingetragen. Ein Gründungskapital, wie zum Beispiel bei der UG oder GmbH, ist nicht vorgeschrieben.

Tipp: Wenn Sie ausschließlich Räumlichkeiten nutzen, aber nicht inhaltlich zusammenarbeiten und keine GbR bilden wollen, sollten Sie dies auch nach außen hin deutlich machen: durch individuelle Namensschilder, unterschiedliche Werbeaufträge usw.

Welche Folgen hat die Gründung einer GbR?

Als Gesellschafter einer GbR übernehmen Sie bestimmte Rechte und Pflichten, die im Bürgerlichen Gesetzbuch geregelt sind. Deshalb nennt man die GbR auch BGB-Gesellschaft. Zu den wichtigsten gesetzlichen Vorgaben der GbR gehört die persönliche Haftung. Jeder Gesellschafter haftet unbeschränkt mit seinem persönlichen Vermögen für Schulden der GbR, unabhängig davon, ob er selbst die Schulden verursacht hat oder nicht. Das können zum Beispiel Steuerschulden beim Finanzamt sein. Vor allem aus diesen Haftungsgründen ist es wichtig, dass Sie nach außen deutlich machen, für welche Bereiche die GbR gilt und für welche nicht.

Außerdem schreibt das Gesetz die so genannte Gesamthändige Verwaltung vor. Das heißt, alle Gesellschafter verfügen gemeinsam über das Vermögen der Gesellschaft. Und schließlich sagt das Gesetz, dass

Gewinn und Verlust gleich aufgeteilt werden müssen: Jeder Gesellschafter hat einen gleichen Anteil am Gewinn und Verlust, unabhängig vom Umfang seiner Einlage oder seiner Tätigkeit.

Übrigens: Kaufleute dürfen keine GbR gründen. Sie gründen stattdessen eine Offene Handelsgesellschaft (OHG), eine GmbH oder eine andere Rechtsform, die im Handelsregister eingetragen wird. Kaufmann oder Kauffrau ist jeder gewerbetreibende Einzelunternehmer (z. B. Spielstättenbetreiber, Game-/Software-Unternehmer, Buchhändler), es sei denn, das Unternehmen erfordert keinen „nach Art oder Umfang einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb“. Das heißt: Wer sehr einfach strukturierte, überschaubare und transparente Geschäftsbeziehungen hat, ist kein Kaufmann und kann mit einem Partner zusammen eine GbR gründen.

Checkliste: Was gehört in einen GbR-Gesellschaftervertrag?

- ▶ Zu welchen Teilen sind die Gesellschafter an der GbR beteiligt?
- ▶ Wie werden Gewinn, Verlust und Guthaben aufgeteilt?
- ▶ Wie hoch ist die Einlage der einzelnen Gesellschafter?
- ▶ Welche Sachgüter bringen die Gesellschafter ein?
- ▶ Wie viel Arbeitszeit leisten die einzelnen Gesellschafter?
- ▶ Sind alle Gesellschafter zu Geschäftsführung berechtigt und verpflichtet?
- ▶ Wird die GbR Dritten gegenüber durch jeden einzelnen Gesellschafter vertreten oder nur gemeinschaftlich?
- ▶ Bei welchen Entscheidungen ist ein gemeinschaftlicher Beschluss notwendig?
- ▶ Auf welche Weise erfolgen Gesellschafterbeschlüsse (einstimmig, mit einfacher Mehrheit, $\frac{2}{3}$ -Mehrheit, nach Anteilen)?
- ▶ Wie oft finden Gesellschafterversammlungen statt und wer beruft sie ein?
- ▶ Wie wird entschieden, wenn ein Gesellschafter verhindert ist?
- ▶ Wie hoch ist die Vergütung, die jeder Gesellschafter für seine Tätigkeit monatlich erhält? Bzw. wie hoch dürfen die monatlichen Privatentnahmen sein?
- ▶ Wird die Vergütung dem Geschäftserfolg bzw. -misserfolg angepasst?
- ▶ Wird die Vergütung im Krankheitsfall weitergezahlt? Über welchen Zeitraum?
- ▶ Wird eine gemeinschaftliche Rücklage gebildet?
- ▶ Wie viel Wochen Urlaub hat jeder Gesellschafter im Jahr?
- ▶ Dürfen Geschäftsanteile an Dritte übertragen werden? Wenn ja, unter welchen Bedingungen?
- ▶ Innerhalb welcher Frist kann ein Gesellschafter den Gesellschaftervertrag kündigen?
- ▶ Wird die Gesellschaft bei Kündigung eines oder mehrerer Gesellschafter fortgeführt?
- ▶ Was geschieht im Fall der Kündigung mit dem Gesellschaftsvermögen?
- ▶ Innerhalb welchen Zeitraums erhält der ausscheidende Gesellschafter seinen Anteil ausgezahlt?
- ▶ Erhält der Gesellschafter darüber hinaus eine Abfindung?
- ▶ Ist bei einem der Gesellschafter dauerhafte Arbeitsunfähigkeit eingetreten oder hat er vorsätzlich oder grob fahrlässig seine Pflichten verletzt: Kann der Gesellschaftervertrag gekündigt werden? ▶

- ▶ Was wird unter dauerhafter Arbeitsunfähigkeit verstanden?
- ▶ Was geschieht, wenn einer der Gesellschafter verstirbt?
- ▶ Wird im Konfliktfall eine Schlichtungsstelle (z. B. eine Kammer) einbezogen? Wenn ja, welche?

Gibt es Alternativen zur GbR?

Ja, es gibt eine ganze Reihe verschiedener Rechtsformen. Dazu gehören die

▶ Partnerschaftsgesellschaft (PartG)

Eine „Partnerschaftsgesellschaft“ muss im Gegensatz zur GbR ins Partnerschaftsregister eingetragen werden. Sie ist eine Personengesellschaft, die nur von Freiberuflern gegründet werden darf. Das Besondere ist: Die „Partner“ haften Dritten gegenüber nicht für eventuelle Fehler Ihrer Mitgesellschafter. Klären Sie zunächst, ob es wirklich notwendig ist, Ihre Haftung zu beschränken, denn die Gründung einer PartG ist im Vergleich zur GbR aufwendiger.

▶ Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)/Unternehmergesellschaft (UG) (haftungsbeschränkt)

Beschränkte Haftung bedeutet, dass Sie für Schäden bzw. Schulden gegenüber Dritten nicht mit Ihrem privaten Vermögen geradestehen müssen, sondern ausschließlich mit dem Vermögen der GmbH. Allerdings gilt auch hier: Ausnahmen bestätigen die Regel (beispielsweise bei der Beantragung von Krediten). Klären Sie zunächst, ob es wirklich notwendig ist, Ihre Haftung zu beschränken, denn die Gründung und Führung einer GmbH ist im Vergleich zur GbR sehr aufwendig und teuer (Stammkapital: 25.000 Euro). Alternativ dazu können Sie eine Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) gründen. Hier benötigen Sie zwar für die Gründung nur mindestens einen Euro, die laufenden Pflichten (Handelsregistereintrag, Gesellschafterversammlung, Bestellung eines Geschäftsführers, Bilanzierung usw.) sind allerdings dieselben wie bei der GmbH. Und: Freiberufler werden durch die Gründung einer GmbH/UG gewerbesteuerpflichtig, zum Teil gelten für sie auch Einschränkungen bei der Gründung einer GmbH/UG.

▶ eingetragene Genossenschaft (eG)

Bei der Genossenschaft ist die Haftung ebenfalls beschränkt, und zwar auf die Höhe des Genossenschaftsvermögens. Für die Gründung braucht es mindestens drei Mitglieder. Der Aufwand für Gründung und Führung einer Genossenschaft ist ziemlich hoch. Der Vorteil ist: Die Höhe der Genossenschaftsanteile wird von den Mitgliedern selbst festgelegt. Eine Besonderheit ist die Prüfung durch einen regionalen Prüfungsverband. Er prüft, ob alle Voraussetzungen für eine Gründung erfüllt sind. Und auch nach der Gründung werden die Geschäftsführung und die wirtschaftlichen Verhältnisse regelmäßig überprüft. Eingetragen wird die Genossenschaft im Genossenschaftsregister, das von den Amtsgerichten geführt wird.

▶ der eingetragene Verein (e. V.)

Anders als bei der GbR haften die Mitglieder eines Vereins, der ins Vereinsregister eingetragen ist, nur mit ihrer Einlage, dem Vereinsvermögen. Entscheidend für die Wahl des Vereins als Rechtsform ist dessen Zweck. Der eingetragene Verein darf in erster Linie nur ideelle Zwecke verfolgen; wirtschaftliche oder Gewinninteressen dürfen nicht im Vordergrund stehen. Der Verein wird von mindestens sieben Mitgliedern gegründet und vom Vorstand beim Vereinsregister angemeldet.

Weitere Informationen:

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 33 „Rechtsformen“

BMWi-Existenzgründungsportal Publikationen (Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

BMWi-Existenzgründungsportal → Gründungswerkstatt
→ eTraining „Rechtsformen“
www.existenzgruender.de



9

Persönliche und unternehmerische Absicherung



Die berufliche Selbständigkeit wird häufig als Drahtseilakt ohne Netz und doppelten Boden betrachtet. Dabei gibt es gute Möglichkeiten vorzusorgen. Einige Versicherungen sind sogar Pflicht.

Persönliche Absicherung

Künstlersozialkasse (KSK)/Künstlersozialversicherung (KSV)

Die Künstlersozialkasse (KSK) ist zuständig für die Künstlersozialversicherung. Über sie werden selbständige Künstler und Publizisten gesetzlich renten-, kranken- und pflegeversichert. Es handelt sich um eine Pflichtversicherung. Das heißt, wer die Voraussetzungen für die Aufnahme in die KSK erfüllt, muss sich dort auch versichern. Auf der Internetseite der KSK erfahren Sie, ob Sie zu den Personen gehören, die sich bei der KSK versichern müssen. Sie finden dort auch ein Antragsformular für die Aufnahme in die KSK.

Aufgabe der KSK ist es, die Künstler und Publizisten bei ihrer Krankenkasse und der gesetzlichen Rentenversicherung als KSK-Versicherte anzumelden. Als Versicherter der KSK zahlen Sie Ihre Kranken-, Pflege- und Rentenversicherungsbeiträge an die KSK, die sie an die zuständigen Träger weiterleitet. Als Berufsanfänger können Sie wählen, ob Sie der gesetzlichen Krankenkasse beitreten oder sich bei einer privaten Krankenversicherung versichern möchten.

Der besondere Pluspunkt der Künstlersozialversicherung ist: Sie zahlen – wie ein Arbeitnehmer – nur etwa die Hälfte der Versicherungsbeiträge. Den anderen Beitragsanteil trägt die Künstlersozialkasse. Die

hierfür erforderlichen Mittel werden aus einem Zuschuss des Bundes und aus der so genannten Künstlersozialabgabe von Unternehmen finanziert, die künstlerische und publizistische Leistungen verwerten. Die KSK informiert Sie ausführlich auf ihren Internetseiten und bietet telefonische Beratung an. www.kuenstlersozialkasse.de

Übrigens: Künstler und Publizisten, die bei der Künstlersozialversicherung versichert sind, können auch eine so genannte Riester-Rente abschließen. Dabei handelt es sich um die staatlich geförderte Altersvorsorge, bei der Sie schon bei einem geringen Eigenbeitrag Zulagen und Steuervorteile für Ihre Altersrücklage erhalten. Lassen Sie sich am besten dazu beraten, ob sich dieses Versicherungsmodell für Sie lohnt. Informationen dazu bietet zum Beispiel die Stiftung Warentest oder die Verbraucherzentrale in Ihrem Bundesland.

Kranken- und Pflegeversicherung

Als Selbständige bzw. Selbständiger können Sie entweder Mitglied in einer gesetzlichen oder privaten Kranken- und Pflegeversicherung sein. Bei einem Wechsel in die private Krankenversicherung sollten Sie auf jeden Fall die damit verbundenen Vor- und Nachteile abwägen. Wenn Sie sich für ein privates Krankenversicherungsunternehmen entscheiden, haben Sie keine Möglichkeit mehr, in die gesetzliche Krankenversicherung zurückzukehren. Und: Die Beiträge orientieren sich nicht an Ihrem Einkommen, sondern beispielsweise an Ihrem Alter und Gesundheitszustand. Informationen dazu bietet zum Beispiel die Stiftung Warentest oder die Verbraucherzentrale in Ihrem Bundesland.

Unfallversicherung

Die gesetzliche Unfallversicherung gehört nicht zur Künstlersozialversicherung. Sie sollten sich daher informieren, welche der 13 Berufsgenossenschaften – das ist die gesetzliche Unfallversicherung – für Sie zuständig ist. Je nachdem, welche Tätigkeit Sie ausüben, müssen oder können Sie sich bei einer der Berufsgenossenschaften versichern. Fotografen müssen sich zum Beispiel in der Berufsgenossenschaft Druck- und Papierbearbeitung versichern. Künstler und Publizisten können sich dagegen freiwillig in der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft versichern. Welche Berufsgenossenschaft für Sie zuständig ist und ob Sie sich dort versichern müssen, erfahren Sie bei der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft unter www.vbg.de oder der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung unter www.dguv.de

Wenn Sie sich nicht in einer Berufsgenossenschaft versichern müssen, können Sie auch eine private Unfallversicherung abschließen. Informationen dazu, was Sie bei der Auswahl einer Versicherung beachten sollten, bietet zum Beispiel die Stiftung Warentest oder auch die Verbraucherzentrale in Ihrem Bundesland.

Altersvorsorge

Zusätzlich oder – wenn Sie nicht Mitglied der Künstlersozialversicherung sind – anstatt der gesetzlichen Rentenversicherung, gibt es folgende Möglichkeiten, fürs Alter vorzusorgen:

Berufsständische Versorgungswerke

Angehörige der verkammerten Freien Berufe, wie beispielsweise Architekten, müssen sich in ihrem berufsständischen Versorgungswerk versichern. Außerdem gibt es in einigen Bundesländern berufsständische Pflicht-Versorgungswerke, beispielsweise für Ingenieure. Informieren Sie sich am besten bei Ihrem Berufsverband, welches Versorgungswerk für Sie zuständig ist und ob Sie sich dort versichern müssen oder können.

Versorgungswerke

Für bestimmte Berufsgruppen gibt es Versorgungswerke. Für Journalisten und andere Medienschaffende ist dies beispielsweise das Versorgungswerk der Presse. Mitglieder können hier zusätzlich zur gesetzli-

chen Rentenversicherung freiwillig für ihr Alter vorsorgen.

Erkundigen Sie sich auch, ob die Absicherung nur der Altersvorsorge dient oder auch der Vorsorge im Fall von Erwerbs- bzw. Berufsunfähigkeit. Ist dies nicht der Fall, ist es sinnvoll, eine private Erwerbs- bzw. Berufsunfähigkeitsversicherung abzuschließen. Informationen dazu bietet zum Beispiel die Stiftung Warentest oder die Verbraucherzentrale in Ihrem Bundesland.

Übrigens: Mit der staatlich geförderten Basis-Rente (auch „Rürup-Rente“ genannt) können auch die Angehörigen der verkammerten Freien Berufe zusätzlich zur Rentenversicherung über ihre Kammer für ihr Alter vorsorgen. Lassen Sie sich am besten dazu beraten, ob sich dieses Versicherungsmodell für Sie lohnt.

Rentenversicherung

Wenn Sie weder künstlersozialversichert noch über ein berufsständisches Versorgungswerk pflichtversichert sind oder sich dort nicht versichern können, können Sie sich auch freiwillig bei der gesetzlichen Rentenversicherung versichern. Die Rente aus der gesetzlichen Rentenversicherung deckt für den Selbständigen aber in der Regel nur eine Grundversorgung ab. Um im Alter ausreichend abgesichert zu sein, sollten Sie daher für weitere Rücklagen sorgen, zum Beispiel durch Sparverträge oder eine private Rentenversicherung. Informationen dazu bietet zum Beispiel die Stiftung Warentest oder die Verbraucherzentrale in Ihrem Bundesland.

Selbständige mit nur einem Auftraggeber

Neben denjenigen, die in der Künstlersozialkasse versicherungspflichtig sind, müssen sich in der gesetzlichen Rentenversicherung auch Selbständige absichern, die auf Dauer und im Wesentlichen nur für einen Auftraggeber tätig sind (ohne scheinselfständig zu sein! Siehe S. 20). Das bedeutet, dass sie

- ▶ mindestens fünf Sechstel ihrer gesamten Umsätze aus der Tätigkeit für nur einen Auftraggeber beziehen (in der Regel bezogen auf das Kalenderjahr) und
- ▶ im Zusammenhang mit dieser selbständigen Tätigkeit keine versicherungspflichtigen Mitarbeiter beschäftigen.

Wer selbständig mit nur einem Auftraggeber ist, wird rentenversicherungspflichtig und muss die Beiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung selbst bezahlen, und zwar den vollen Beitrag. Von dieser Rentenversicherungspflicht kann man sich für die ersten drei Jahre der selbständigen Tätigkeit auf Antrag befreien lassen. Für Selbständige, die über die Künstlersozialkasse versichert sind, gibt es diese Möglichkeit nicht.

Wenn sich abzeichnet, dass Sie im Wesentlichen für nur einen Auftraggeber tätig sein werden, sollten Sie rechtzeitig mit der Deutschen Rentenversicherung Kontakt aufnehmen und sich beraten lassen, wie Sie am besten verfahren sollten.

Tipp: Auch wenn Sie sich von der Rentenversicherungspflicht befreien lassen, sollten Sie Ihre Altersvorsorge nicht vernachlässigen und sich über andere Möglichkeiten der Altersvorsorge erkundigen, wie zum Beispiel eine private Lebensversicherung. Achten Sie aber darauf, dass Sie unter Umständen nach Ablauf der Befreiung von der gesetzlichen Rentenversicherung womöglich sowohl in die gesetzliche Rentenversicherung als auch in eine private Absicherung Beiträge abführen müssen. Lassen Sie sich daher beraten und rechnen Sie durch, ob die Beitragslast nicht zu hoch sein wird.

Scheinselbständig oder nicht?

Es ist nicht immer so einfach festzustellen, ob jemand scheinselbständig oder selbständig mit einem Auftraggeber ist. Letztlich kommt es immer auf den Einzelfall an. Dabei ist nicht allein maßgeblich, was in dem Vertrag zwischen Ihnen und Ihrem Auftraggeber steht. Entscheidend ist die Art und Weise, wie dieser Vertrag „gelebt“ wird. Wer seinen Status im Zweifelsfalle klären will, sollte das möglichst innerhalb eines Monats nach Aufnahme seiner Tätigkeit tun. Um eine Orientierung zu erhalten, können Sie die Anfrage auch vor Aufnahme der Tätigkeit stellen, allerdings erhalten Sie dann keine rechtsverbindliche Entscheidung.

Anlaufstelle für das so genannte Statusfeststellungsverfahren ist die

Clearingstelle Deutsche Rentenversicherung Bund
10704 Berlin

Tel.: 030 865-1

Service-Nummer: 0800 1000480-70

drv@drv-bund.de

www.deutsche-rentenversicherung-bund.de

Freiwillige Arbeitslosenversicherung

Wenn Sie mit Ihrer beruflichen Selbständigkeit scheitern sollten, können Sie die Arbeitslosenversicherung in Anspruch nehmen, vorausgesetzt Sie erfüllen die Voraussetzungen für den Bezug von Arbeitslosengeld. Die Höhe des Arbeitslosengeldes orientiert sich bei Arbeitslosen, die in den letzten zwei Jahren vor der Arbeitslosmeldung als Selbständige freiwillig versichert waren, an einem fiktiven Arbeitsentgelt. Die Höhe dieses fiktiven Arbeitsentgelts hängt u. a. von der Beschäftigung ab, an der sich die Agentur für Arbeit bei ihren Vermittlungsbemühungen für den Arbeitslosen orientiert. Ausschlaggebend ist auch die Qualifikation, die für die Ausübung dieser Beschäftigung erforderlich ist. Wer sich freiwillig in der Arbeitslosenversicherung weiterversichern will, muss u. a. eine der folgenden beiden Voraussetzungen erfüllen:

- ▶ Selbständige müssen vor Aufnahme ihrer Tätigkeit innerhalb der letzten 24 Monate mindestens zwölf Monate in einem Versicherungsverhältnis nach dem Dritten Sozialgesetzbuch SGB III (also z. B. als Arbeitnehmer) gestanden haben. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um ein durchgehendes Versicherungsverhältnis handelt oder ob einzelne Versicherungszeiten zusammengerechnet werden. Im Gegensatz zum bisherigen Recht können Zeiten der freiwilligen Weiterversicherung berücksichtigt werden. Das ermöglicht zum Beispiel auch Auslandsbeschäftigten, die sich nach ihrer Rückkehr selbständig machen, die freiwillige Weiterversicherung in der Arbeitslosenversicherung.

► Der Antragsteller muss unmittelbar vor Aufnahme der selbständigen Tätigkeit eine Entgeltersatzleistung (z. B. Arbeitslosengeld) nach SGB III bezogen haben. Die Dauer des Bezugs spielt dabei keine Rolle.

Der Antrag wird bei der Arbeitsagentur am Wohnort innerhalb der ersten drei Monate nach Aufnahme der selbständigen Tätigkeit gestellt.

Gut zu wissen: Sozialfonds

Einige Versorgungswerke bieten über ihre Sozialfonds Hilfen für in Not geratene Mitglieder an, zum Beispiel der Sozialfonds des Autorenversorgungswerks der Verwertungsgesellschaft Wort, der Sozialfonds des Berufsverbands Bildender Künstler München und Oberbayern e.V. oder auch der Paul Klinger Künstlersozialwerk e.V. Die Unterstützung erfolgt meist schnell und unbürokratisch. Erkundigen Sie sich bei Ihrem Berufsverband oder Versorgungswerk nach solchen Angeboten.

Betriebliche Versicherungen

Bevor Sie Angebote von Versicherungen einholen, sollten Sie wissen, wo Ihre Hauptrisiken liegen. Wo können wirklich große Schadensfälle auftreten? Wie groß ist das Risiko, dass Sie anderen schaden, sodass diese finanzielle Ansprüche an Sie stellen?

Die wichtigsten betrieblichen Versicherungen

- Betriebs-Haftpflichtversicherung: bei Schadenersatzansprüchen Dritter, z. B. von Kunden, Lieferanten, Besuchern und Mitarbeitern
- Berufs-Haftpflichtversicherung: Für Dienstleistungsunternehmen und Freiberufler. Sie schützt vor den finanziellen Folgen eines Berufsversehens, wie beispielsweise falsche Beratung, Begutachtung.
- Einbruchdiebstahlversicherung: für Schäden durch Diebstahl, Zerstörung, Beschädigung usw.
- Elektronikversicherung: z. B. für Kosten zum Wiedereinsatz von Programmen und zur Wiedereingabe der Daten sowie Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes nach einem Virenbefall
- Feuerversicherung: für Schäden durch Brand, Blitzschlag, Explosion oder Flugzeugabsturz

► Leitungswasserversicherung: für Schäden durch austretendes Wasser aus Wasserleitungen oder Wasser- bzw. Heizungsanlagen

Einen Überblick über weitere Versicherungen, die gegebenenfalls für Ihr Vorhaben wichtig sind, erhalten Sie im BMWi-Existenzgründungsportal.

Weitere Informationen:

BMWi-Existenzgründungsportal → Weg in die Selbständigkeit → Vorbereitung → Gründungswissen → Versicherungen/Vorsorge

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 24 „Betriebliche Versicherungen“
 BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 41 „Persönliche Absicherung für Existenzgründer und Unternehmer“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
 Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
 Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
 (0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)



10 Finanzamt, Steuern und Buchführung



Das Thema „Steuern“ gehört nicht gerade zu den Lieblingsthemen eines Selbständigen. Über die wichtigsten Rechte und vor allem Pflichten sollte man aber Bescheid wissen. Zum Beispiel über die verschiedenen Steuerarten und die so genannte Kleinunternehmerregelung. Für alle weiteren steuerlichen Fragen, die Ihr Vorhaben betreffen, sollten Sie auf jeden Fall – bevor Sie sich selbständig machen – einen Steuerberater hinzuziehen.

Erste Kontaktaufnahme mit dem Finanzamt

Als gewerblicher Gründer (z. B. Galerie, Softwareunternehmen) erhalten Sie den „Fragebogen zur steuerlichen Erfassung“ automatisch nach der Gewerbean-

meldung von Ihrem Finanzamt. Als freiberuflicher Gründer (z. B. Autor, bildender Künstler) müssen Sie selbst Kontakt mit dem Finanzamt aufnehmen. Den Fragebogen können Sie aber auch schon vorab im Internet ausfüllen. Das Bundesministerium der Finanzen bietet in seinem Formularcenter u. a. diesen Fragebogen mit einer gut verständlichen Ausfüllhilfe an.

Das Finanzamt benötigt Ihre Angaben, um Sie steuerlich „einzuordnen“. Beispielsweise berechnet es auf Grundlage Ihres voraussichtlichen Gewinns die Vorauszahlungen für die Einkommen- und Kirchensteuer und den Solidaritätszuschlag und nennt Ihnen die Fälligkeitstermine. Die Vorauszahlungen können Sie auf Antrag beim Finanzamt Ihrer tatsächlichen Gewinnentwicklung anpassen lassen.

Nach der Bearbeitung Ihres „Fragebogens zur steuerlichen Erfassung“ teilt Ihnen das Finanzamt Ihre Steuernummer für die Einkommensteuer mit. Falls Sie sich nicht für die Kleinunternehmerregelung entscheiden haben (bei der Sie keine Umsatzsteuer abführen), wird auch eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID) vergeben. Die Einkommensteuernummer sowie die USt-ID müssen Sie auf Ihren Briefen, Rechnungen und im Impressum Ihrer Webseite angeben. Fehlt die Steuernummer auf Ihrer Rechnung, kann der Empfänger die Zahlung ablehnen.

Rechnungen richtig stellen

Achten Sie unbedingt darauf, dass Sie Ihre Rechnung richtig ausstellen. Jede Ungenauigkeit, jeder Fehler in Ihrer Rechnung kann von Ihrem Auftraggeber dazu genutzt werden, die Zahlung hinauszuschieben oder zu verweigern. Folgende Inhalte muss jede Rechnung enthalten:

- ▶ vollständiger Name und vollständige Anschrift Ihres Unternehmens
- ▶ vollständiger Name und vollständige Anschrift des Leistungsempfängers
- ▶ Datum der Rechnung
- ▶ Ihre Steuernummer oder die Ihnen vom Bundeszentralamt für Steuern erteilte Umsatzsteuer-Identifikationsnummer
- ▶ fortlaufende Rechnungsnummer mit einer oder mehreren Zahlen- oder Buchstabenreihen oder einer Kombination (so genannte Rechnungsnummer), die Sie zur Identifizierung der Rechnung einmalig vergeben
- ▶ Betreffzeile mit dem Titel „Rechnung“ und gegebenenfalls mit Bezug „Ihr Auftrag vom...“
- ▶ Menge, Umfang und Art der gelieferten Gegenstände bzw. der erbrachten Leistungen
- ▶ Zeitpunkt der Lieferung oder Zeitraum der Leistungserbringung
- ▶ bei Anzahlung oder Vorauszahlung: nur wenn der Zeitpunkt der Vereinnahmung feststeht und nicht mit dem Ausstellungsdatum der Rechnung übereinstimmt ▶

- ▶ Nettobetrag der Lieferung bzw. Leistung in Euro
- ▶ Umsatzsteuersatz (19 Prozent oder sieben Prozent)
- ▶ die Höhe des Steuerbetrags oder im Fall der Steuerbefreiung ein Hinweis darauf, dass eine Steuerbefreiung gilt
- ▶ In besonderen Fällen gibt es zusätzliche Pflichten, die § 14a des Umsatzsteuergesetzes (UStG) auflistet.
- ▶ im Voraus vereinbarte Boni, Rabatte, wenn nicht im Entgelt berücksichtigt
- ▶ Zahlungsziel (Datum, bis wann die Überweisung eingegangen sein sollte)
- ▶ Hinweis auf zweijährige Aufbewahrungspflicht bei Werkslieferungen oder Leistungen im Bau oder Ausbau an Privatkunden
- ▶ vollständige und korrekte Bankverbindung

Umsatz und Gewinn

Im „Fragebogen zur steuerlichen Erfassung“ müssen Sie auch Angaben zu Ihren voraussichtlichen Umsätzen und Gewinnen machen.

Umsatz (= Summe aller Erträge, die Sie über den Verkauf Ihrer Produkte und Leistungen erzielen)
minus alle anfallenden Kosten = Gewinn oder Verlust

Versuchen Sie, Ihre Umsatz- und Gewinnerwartungen realistisch einzuschätzen. Kalkulieren Sie dabei nicht zu knapp, um größere Steuernachzahlungen im Folgejahr zu vermeiden. Ändern sich Ihre Planungen nach Aufnahme Ihrer Tätigkeit, sollten Sie dies auch Ihrem Finanzamt mitteilen.

Steuersprung

Da Gewinne in der Startphase eher mäßig ausfallen oder oft sogar Verluste „eingefahren“ werden (z. B. durch Investitionen), fallen bei den meisten selbständigen Kreativen kaum oder keine Einkommen- oder Gewerbesteuern an. Wenn die Gewinne dann steigen – erfahrungsgemäß spätestens im dritten oder vierten Jahr –, werden Einkommensteuer bzw. Gewerbesteuerzahlungen fällig. Achtung: Die zu zahlenden Steuerbeträge sind dann im Vergleich zu vorher oft drastisch höher. Legen Sie also rechtzeitig etwas auf die hohe Kante, um Zahlungseingpässe zu vermeiden.

Diese Steuerarten sollten Sie kennen:

Umsatz- bzw. Vorsteuer

Sobald Sie ein Produkt oder eine Leistung als beruflich Selbständiger verkaufen, sind Sie dazu verpflichtet, Ihren Auftraggebern und Kunden Umsatzsteuer in Rechnung zu stellen. Der allgemeine Satz beträgt 19 Prozent, der ermäßigte Satz sieben Prozent (z. B. für Kunst- und Medienberufe).

In der regelmäßigen Umsatzsteuervoranmeldung an das Finanzamt geben Sie sowohl die Umsatzsteuer an, die Sie eingenommen haben, als auch die Umsatzsteuer (Vorsteuer), die Sie bei Ihren Einkäufen bezahlt haben. An das Finanzamt abgeführt wird dann nur die Differenz aus Umsatzsteuer und Vorsteuer. Ausnahme „Kleinunternehmer“: Als Kleinunternehmerin bzw. Kleinunternehmer können Sie sich beim Finanzamt von der Umsatzsteuer befreien lassen („Kleinunternehmerregelung“ § 19 UStG). Ihre Umsätze dürfen im vorangegangenen Kalenderjahr 17.500 Euro nicht überstiegen haben und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich 50.000 Euro nicht übersteigen. Aber: Als Kleinunternehmer dürfen Sie auf Ihren Rechnungen keine Umsatzsteuer ausweisen. Und: Sie können auch nicht die Vorsteuer eingehender Rechnungen beim Finanzamt geltend machen. Informieren Sie sich, ob diese Regelung für Ihr Vorhaben sinnvoll ist.

Einkommensteuer

Jeder, der ein Einkommen erwirtschaftet oder bezieht, muss Einkommensteuer bezahlen (bei Arbeitnehmern heißt sie Lohnsteuer und wird vom Lohn abgezogen). Die Höhe des Einkommensteuersatzes richtet

sich nach dem persönlichen Gewinn, den Sie (nach Abzug aller Betriebsausgaben) mit Ihrer beruflichen Selbständigkeit erwirtschaften.

Versteuert wird aber nur Einkommen, das über dem Grundfreibetrag liegt. Der liegt im Jahr 2011 bei jährlich 8.004 Euro (für Alleinstehende) und 16.006 Euro (für Verheiratete). Der Eingangssteuersatz liegt bei 14 Prozent. Der Eingangssteuersatz bezeichnet den Satz, der für den ersten Euro oberhalb des Grundfreibetrags entrichtet werden muss. Im ersten Jahr Ihrer Selbständigkeit geht das Finanzamt von Ihren Angaben über den erwarteten Gewinn aus.

Gewerbsteuer

Gewerbsteuer müssen Sie bezahlen, wenn Sie ein Gewerbe betreiben: wenn Sie also im Handel, Handwerk, Dienstleistungen und Industrie selbständig tätig sind. Freiberufler gelten nicht als Gewerbetreibende. Die Höhe der Gewerbsteuer wird von den Kommunen festgesetzt.

Körperschaftsteuer

Die Körperschaftsteuer fällt ausschließlich für den Gewinn von Kapitalgesellschaften (GmbH, UG [haftungsbeschränkt], AG) oder Genossenschaften an. Alle Gewinne werden mit 15 Prozent besteuert. Hinzu kommt der Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent der Körperschaftsteuer.

Lohnsteuer

Wenn Sie Mitarbeiter beschäftigen, müssen Sie vom Lohn bzw. Gehalt Lohnsteuer einbehalten und an das Finanzamt abführen. Die Lohnsteuer ermitteln Sie mithilfe der Lohnsteuertabellen und mit den Daten der Lohnsteuerkarte Ihres Mitarbeiters. Lohnsteuertabellen erhalten Sie im Buchhandel. Wenn Sie Minijobber (bis 400 Euro) beschäftigen, müssen Sie eine Lohnsteuerpauschale an die Minijob-Zentrale abführen.

Pflichten gegenüber dem Finanzamt

Die oben genannten Steuern müssen Sie – sofern sie Sie betreffen – zu bestimmten Terminen an das Finanzamt abführen. Dazu müssen Sie Umsatzsteuervoranmeldungen und Steuerklärungen erstellen. Sie können aber auch einen Steuerberater damit beauftragen.

Buchführung

Auch als beruflich Selbständige bzw. Selbständiger der Kultur- und Kreativbranche müssen Sie sich mit dem Thema „Buchführung“ beschäftigen. Die gute Nachricht ist: Für Freiberufler und Kleinunternehmer hält sich der Aufwand dafür in Grenzen. Und: Es gibt Buchführungsbüros und Steuerberater, die Ihnen einen Großteil der Arbeit abnehmen.

Wichtigste Informationsquelle: Buchführung

In Ihrer Buchführung halten Sie alle Einnahmen und Ausgaben fest. Damit haben Sie immer einen aktuellen Überblick über Ihre finanzielle Situation. Sie sehen beispielsweise, welche Rechnungen noch offen sind, ob Ihre Einnahmen durch Ihre Ausgaben gedeckt werden oder auch, wie sich Ihre Selbständigkeit insgesamt entwickelt.

Voraussetzung für Darlehen

Banken oder Sparkassen werden Ihnen nur dann Kredite zu Verfügung stellen, wenn Ihr Vorhaben oder Unternehmen kreditwürdig ist. Dies lässt sich vor allem aus den Zahlen der Buchführung ablesen.

Grundlage für Finanzamt

Aus den verbuchten Ausgaben und Einnahmen berechnet das Finanzamt, wie viel Steuern Sie bezahlen müssen. Das betrifft die Umsatzsteuer (bei Umsatzsteuerpflicht) und Einkommensteuer, bei Gewerbetreibenden die Gewerbsteuer und für Kapitalgesellschaften wie die UG und die GmbH außerdem die Körperschaftsteuer.

Einfache und doppelte Buchführung

Eine einfache Buchführung betreiben

- ▶ Freiberufler
- ▶ Nicht-Kaufleute = Handelsgewerbe mit einfach strukturierten, überschaubaren und transparenten Geschäftsbeziehungen (Kleingewerbe)

Die einfache Buchführung wird durch eine so genannte Einnahmen-Überschuss-Rechnung ausgewertet: also durch eine Gegenüberstellung Ihrer betrieblichen Einnahmen und Ausgaben. Wenn Sie Ihre einfache Buchführung selbst erledigen möchten, besuchen Sie am besten einen Buchführungskurs, der zum Beispiel von den Industrie- und Handelskammern angeboten

wird. Anderenfalls sollten Sie einen Steuerberater oder ein Buchführungsbüro damit beauftragen.

Zur doppelten Buchführung sind alle Kaufleute verpflichtet, also

- ▶ alle Unternehmerinnen und Unternehmer, die ein selbständiges Handelsgewerbe betreiben. Das ist jeder Gewerbebetrieb, der einen nach Art oder Umfang in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb erfordert und im Handelsregister eingetragen ist.
- ▶ die Rechtsformen OHG, KG,
- ▶ die Rechtsformen GmbH bzw. UG (haftungsbeschränkt) oder AG.

Wer zur doppelten Buchführung verpflichtet ist, muss zum Ende jedes Geschäftsjahres einen Jahresabschluss erstellen. Dazu gehören eine Gewinn-und-Verlust-Rechnung (GuV) sowie eine Bilanz. Beide werden in der Regel vom Steuerberater angefertigt. Die Buchführungspflicht ist im Handelsgesetzbuch geregelt (HGB § 238).

Beratung

Es ist sinnvoll, eine Steuerberaterin oder einen Steuerberater hinzuzuziehen, bevor Sie sich selbständig machen. Er hilft Ihnen, Fehler zu vermeiden, und nimmt Ihnen die steuerliche Arbeit ab. Lassen Sie sich am besten einen Steuerberater empfehlen und achten Sie darauf, dass die „Chemie“ zwischen Ihnen stimmt.

Übrigens: Auch das Finanzamt hilft bei der Klärung steuerlicher Fragen. Es kann allerdings keine tief gehende individuelle Beratung vergleichbar zu einem Steuerberater leisten. Für die Erteilung einer verbindlichen Auskunft muss außerdem eine Bearbeitungsgebühr entrichtet werden.

Tipp: Das Bayerische Finanzministerium gibt eine Broschüre „Steuertipps für Künstler“ heraus. Die Broschüre steht auch als Download im Internet zur Verfügung unter www.verwaltung.bayern.de

Weitere Informationen:

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 34 „Steuern – ein weites Feld“
 BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 38 „Buchführung“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
 Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
 Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
 (0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de → Weg in die Selbständigkeit
 → Gründungswissen

Bundesministerium der Finanzen → Formularcenter
www.formulare-bfinv.de



11

Urheberrecht und andere rechtliche Themen



Das Urheberrecht spielt im Kulturbereich eine zentrale Rolle. Der Urheber ist der Schöpfer eines Werkes, und das Urheberrecht sichert ihm die Verfügungsgewalt über seine Werke und Texte zu. Das heißt, Sie können als Urheber das Nutzungsrecht auf einen bestimmten Nutzerkreis bzw. bestimmte Nutzungsarten begrenzen und räumlich, zeitlich und inhaltlich beschränken.

Verlage, Rundfunksender, Theater und alle anderen möglichen Nutzer benötigen also Ihre Einwilligung, um Texte, Musikstücke, Bilder, Fotos usw. zu vervielfältigen, zu verbreiten oder auszustellen. Ausnahmen bestehen z. B. für den Kirchen- oder Unterrichtsgebrauch, Tagesnachrichten u. a. Der Schöpfer des Werkes erhält den Urheberrechtsschutz automatisch, er muss nicht beantragt werden. Voraussetzung ist, dass es sich bei seinem Werk um eine „persönliche geistige Schöpfung“ handelt.

Urheberrecht gilt auch nach Verkauf

Ein geschaffenes Werkstück (Kunstgegenstände usw.) wird, wie andere Gegenstände auch, durch Einigung und Übergabe übertragen. Hiervon unabhängig ist das Urheberrecht: Denn durch die Übereignung eines Werkstücks werden keine urheberrechtlichen Nutzungsbefugnisse eingeräumt (§ 44 UrhG). Wer z. B. ein Buch erwirbt, darf dieses lesen, anmalen, zerstören, aber nicht einfach vervielfältigen oder verfilmen. Der Urheber kann Dritten gegenüber aber Nutzungsrechte (Lizenzen) einräumen (§§ 31 ff. UrhG).

Das Urheberrecht schützt

- ▶ Sprachwerke (z. B. Bücher, Drehbücher oder Liedtexte),
- ▶ Computerprogramme,
- ▶ Musikwerke (wie z. B. Instrumentalwerke oder Lieder),
- ▶ Werke der bildenden Künste (z. B. Gemälde oder Skulpturen),
- ▶ Lichtbild- und Filmwerke (z. B. Fotos und Filme), pantomimische Werke einschließlich der Tanzkunst,
- ▶ Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art (z. B. Zeichnungen, Pläne).

Der Urheber hat u. a. das Recht, ...

- ▶ sein Werk öffentlich wiederzugeben, z. B. über Vorträge, Aufführungen, Bild- und Tonträger, Rundfunk, durch öffentliche Zugänglichmachung, z. B. im Internet;
- ▶ zu entscheiden, ob und auf welche Weise sein Werk veröffentlicht, vervielfältigt oder ausgestellt wird;
- ▶ eine angemessene Vergütung zu erhalten;
- ▶ zu bestimmen, dass das veröffentlichte Werk mit dem Namen des Urhebers versehen wird;
- ▶ Entstellungen und Beeinträchtigungen seines Werkes zu verbieten.

Das Urheberrecht enthält außerdem Vorgaben, um eine angemessene Vergütung von „Kreativen“ sicherzustellen. So hat beispielsweise das Bundesministerium der Justiz für die Vergütung der Autoren belletrischer Werke eine Mediation zwischen dem

Verband Deutscher Schriftsteller in ver.di und verschiedenen Verlagen übernommen.

Verwertungsgesellschaften

Nicht immer können Sie überprüfen, wo und wie Ihre Werke veröffentlicht oder vervielfältigt werden. In einigen Fällen werden Ihre Urheberrechte daher von so genannten Verwertungsgesellschaften (VG) wahrgenommen. Sie ziehen bei den verschiedenen Nutzern künstlerischer und publizistischer Werke Gebühren ein und zahlen diese nach einem festgelegten Verteilungsschlüssel als Tantiemen an die Urheber aus. Voraussetzung dafür ist, dass Sie einen Wahrnehmungsvertrag mit der für Sie zuständigen Verwertungsgesellschaft abschließen.

Verwertungsgesellschaften bieten auch Unterstützung und/oder Vorsorgemaßnahmen für ihre Mitglieder an. Erkundigen Sie sich bei der für Sie zuständigen Verwertungsgesellschaft.

Gut zu wissen:

Das Bundesministerium der Justiz informiert auf seinen Internetseiten ausführlich über das Urheberrecht unter www.bmj.de/urheberrecht

Gesetze und Verordnungen

Es gibt eine ganze Reihe von Gesetzen und Verordnungen, die Sie eventuell bei Ihrer Selbständigkeit bzw. Ihren Projekten beachten sollten. Dies gilt zum Beispiel für Veranstaltungen im öffentlichen Raum, beim Betrieb von Veranstaltungsstätten, bei der Beschäftigung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, für Webseiten usw. Auch hier der dringende Rat: Schildern Sie Ihr Vorhaben einem Berater. Beispielsweise einem Gründungs- oder Unternehmensberater, der sich in Ihrem Bereich auskennt.

Verträge

Als Selbständiger bzw. Unternehmer können Sie sich nicht wie ein unwissender Verbraucher (der durch Verbraucherschutzbestimmungen geschützt ist) verhalten. Sie sollten zumindest Grundlagenkenntnisse darüber besitzen, worauf Sie bei Verträgen achten müssen. Lassen Sie sich – vor allem in der Anfangszeit

– beim Abfassen von Verträgen durch einen Rechtsanwalt oder Notar helfen. Die Kosten sind in der Regel überschaubar, und Sie vermeiden womöglich böse Überraschungen. Tipps geben auch die Berufsvverbände. Der Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler bietet zum Beispiel in seiner Publikation ProKunsT 4 ausführliche Informationen zur Vertragsgestaltung an.

Weitere Informationen:

BMWi-Existenzgründungsportal → Weg in die Selbständigkeit → Vorbereitung → Gründungswissen → Recht und Verträge

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 35 „Recht und Verträge“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)

Bundesministerium der Justiz → Informationen zum Urheberrecht
www.bmj.de

Bundesministerium der Justiz → Gesetz über Urheberrecht
<http://bundesrecht.juris.de/urhg>

Deutsches Patent- und Markenamt → Aufgaben → Urheberrecht → Aufsicht über Verwertungsgesellschaften → Liste der Verwertungsgesellschaften

Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK)
ProKunsT 4 Steuern – Verträge – Versicherungen
Bestelladresse: info@bbk-bundesverband.de

Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen e. V.
Leitfaden: Grundsätze der Zusammenarbeit von Künstlern und Galerien
Bestelladresse:
BVDG e. V., Dessauer Straße 32, 10963 Berlin (frankierten und adressierten DIN-A5-Umschlag beifügen).



12 Anmeldung und Behörden



Ihr Unternehmen bzw. Ihre berufliche Selbständigkeit „amtlich“ zu machen, ist eigentlich ganz einfach. Etwas aufwendiger ist es, wenn Sie zum Beispiel Bauanträge stellen, Genehmigungen oder Erlaubnisse benötigen. Aber selbst dann bieten mittlerweile viele Wirtschaftsförderungen der Städte und Gemeinden so genannte One-Stop-Agencys, One-Stop-Shops oder ähnliche Service-Einrichtungen an. Dort steht Ihnen ein Ansprechpartner zur Verfügung, der Sie durch die Behörde lotst oder sogar Behördengänge abnimmt.

Um sich in der Kulturbranche selbständig zu machen, ist in der Regel kein großer bürokratischer Aufwand notwendig. Wir geben Ihnen hier einen Überblick, welche Institutionen, Behörden, Ämter und andere Einrichtungen Sie kontaktieren müssen, damit Sie ganz „offiziell“ als Freiberufler bzw. Unternehmer gelten.

Krankenversicherung

Teilen Sie Ihrer Krankenversicherung mit, dass Sie sich beruflich selbständig machen. Sie wird Ihnen Ihren neuen Beitragssatz mitteilen. Informieren Sie sie auch darüber, ob Sie sich „in Teilzeit“ oder „in Vollzeit“ selbständig machen, da dies Auswirkungen auf Ihr Versicherungsverhältnis hat. Informieren Sie sich bei der Künstlersozialkasse, ob Sie dort zur Mitgliedschaft verpflichtet sind.

Berufskammer oder Berufsverband

Angehörige der verkammerten Freien Berufe, wie beispielsweise Architekten, müssen sich in ihrem berufsständischen Versorgungswerk versichern. Darüber hi-

naus gibt es in einigen Bundesländern auch berufsständische Pflicht-Versorgungswerke. Wenn Sie nicht zu den verkammerten Berufen gehören, erkundigen Sie sich, welcher Berufsverband für Sie zuständig ist. Eventuell ist eine Mitgliedschaft sinnvoll.

Finanzamt

Wenn Sie freiberuflich tätig sein werden, setzen Sie sich mit dem örtlichen Finanzamt in Verbindung, füllen den Fragebogen zur steuerlichen Erfassung aus und beantragen eine Steuernummer. Das Finanzamt teilt Ihnen im Zweifelsfall auch mit, ob Ihre Tätigkeit freiberuflich oder gewerblich ist. Als Freiberufler sind Sie mit Erhalt der Steuernummer „offiziell“ selbständig.

Gewerbeamt

Wenn Sie gewerblich (z. B. Handel) und nicht freiberuflich tätig sind, wenden Sie sich an das örtliche Gewerbeamt (und nicht an das Finanzamt) und zeigen Ihr Gewerbe an. Dort erhalten Sie auch Informationen darüber, ob Sie eventuell eine Erlaubnis oder Genehmigung für Ihr Vorhaben benötigen. Das Gewerbeamt informiert alle weiteren Behörden und Institutionen (Finanzamt, Ordnungsamt, Industrie- und Handelskammer usw.).

Berufsgenossenschaft

Die Berufsgenossenschaft ist die gesetzliche Unfallversicherung. Sowohl für Freiberufler als auch für Gewerbetreibende ist je nach Branche eine Berufsgenossenschaft zuständig. Freiberufler sind zum Teil,

Gewerbetreibende sind immer zur Mitgliedschaft verpflichtet.

Agentur für Arbeit

Wenn Sie bisher sozialversicherungspflichtig beschäftigt waren, können Sie einen Antrag auf freiwillige Weiterversicherung in der Arbeitslosenversicherung stellen. Achten Sie darauf, dass Sie innerhalb des ersten Monats der Selbständigkeit Kontakt mit der Agentur für Arbeit aufnehmen (siehe S. 50).

Wenn Sie als Gewerbetreibender oder Freiberufler sozialversicherungspflichtige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 400-Euro-Kräfte oder Auszubildende beschäftigen, benötigen Sie eine Betriebsnummer. Beantragt wird die achtstellige Nummer beim Betriebsnummern-Service der Bundesagentur für Arbeit. Wenn Sie Minijobber (400 Euro) beschäftigen, müssen Sie diese bei der Minijob-Zentrale anmelden.

Unter Umständen müssen Sie noch weitere Behörden oder Institutionen kontaktieren, wenn Sie beispielsweise die Rechtsform einer Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) gründen oder zusätzlich zu Ihrem eigentlichen Vorhaben einen kleinen Cafébetrieb o. Ä. eröffnen oder mit Kindern arbeiten möchten. Es ist daher auf jeden Fall empfehlenswert, dass Sie sich ausführlich beraten lassen, bevor sie loslegen.

Weitere Informationen:

BMWi-Existenzgründungsportal → Weg in die Selbständigkeit → Vorbereitung → Gründungswissen → Behörden

BMWi-Behörden- und Formularwegweiser
www.bmwi-wegweiser.de

BMWi-Infoletter GründerZeiten Nr. 36 „Anmeldungen und Genehmigungen“

BMWi-Existenzgründungsportal → Publikationen (Download und Bestellfunktion)
Bestelladresse: publikationen@bundesregierung.de
Bestell-Fax: 01805 778094, Tel.: 01805 778090
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)



13 Kontakte und Aufträge



Wie jeder beruflich Selbständige, der nicht von Laufkundschaft lebt oder Massenware verkauft, müssen Sie wissen, wer zu Ihren potenziellen Auftraggebern gehört und wie Sie am besten „den Fuß in die Tür bekommen“. Neben Ihrem beruflichen Können sind dafür vor allem zwei Dinge wichtig: jede Menge Kontakte und sehr viel Ausdauer. Bauen Sie daher systematisch Ihr persönliches Netzwerk auf. Jeder Kontakt kann nützlich sein. Trotzdem sollte man schon eine deutliche Vorstellung davon haben, welches Ziel man verfolgt und wer einem dabei hilft, die Zielgerade zu erreichen.

Fragen Sie dazu erfahrene Kolleginnen und Kollegen und die Berufsverbände. Letztere beraten in aller Regel nur Mitglieder. Meist finden sich aber auch schon auf den Internetseiten und Publikationen sehr hilfreiche Informationen. Nutzen Sie auf jeden Fall die Informationen und Veranstaltungen Ihres Berufsverbandes und von ver.di, Fachbereich Medien. Scheuen Sie sich aber auch nicht davor, Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung Ihrer Stadt oder Gemeinde oder der Industrie- und Handelskammer bzw. Handwerkskammer zu besuchen. Es ist die beste Möglichkeit, um Kontakt zu Unternehmern, kommunalen Vertretern und damit vielleicht auch zu zukünftigen Auftraggebern zu bekommen.

Für einige Sparten haben wir hier ein paar praktische Tipps zusammengestellt. Diese Sammlung erhebt keinesfalls Anspruch auf Vollständigkeit, zumal im Online-Bereich, insbesondere auch bei den so genannten sozialen Medien, laufend neue Ideen dazu entstehen, die es erfordern, sich mit dem Angebot selbst bekannt zu machen.

Tipps für Journalistinnen und Journalisten

Freie Journalistinnen und Journalisten erhalten ihre Aufträge von den Redakteuren der Zeitungen, Zeitschriften, Online-Medien, Presseagenturen, Hörfunk- oder Fernsehsendern. Vor allem für „Freie“ steht ein „guter Draht“ zu Redakteurinnen und Redakteuren daher an erster Stelle, um „einen Fuß in die Tür zu bekommen“. Vielleicht haben Sie bereits über Praktika, Ihre Journalistenausbildung oder auch über eine eventuelle Festanstellung Kontakte zu Redaktionen aufgebaut. Bauen Sie diese aus. Gehen Sie aber dabei davon aus, dass Redakteure eines nicht haben: Zeit. Bereiten Sie deshalb jeden Besuch und jedes Telefonat gut vor, damit Sie Ihren Gesprächspartner kurz, knapp und ausreichend über Ihr Anliegen informieren können. Sehen Sie Ihren ersten Auftrag als Testlauf an, und halten Sie sich zuverlässig an die vereinbarten Vorgaben.

Erstellen Sie Ihre persönliche Adressenliste, die – je nach Medium, für das Sie arbeiten möchten –, die Redaktionen von Publikums-, Fachzeitschriften, Fernseh- und Hörfunksendern und/oder Online-Medien enthält. Wenn Sie Vorschläge für Themen oder Beiträge machen wollen: Mailen Sie ein kurzes Exposé an den zuständigen Redakteur/die zuständige Redakteurin:

- ▶ Kurzbeschreibung (max. fünf Zeilen) des Themas, Vorschlag, für welches Format der Beitrag geeignet sein könnte, eventuell Vorschläge für Interview-Partner, O-Töne und Bilder
- ▶ Kurzbeschreibung Ihrer Person und Ihrer Arbeitsthemen
- ▶ Manuskript/Leseprobe

Rufen Sie einen Tag später an. Bereiten Sie sich auf das Telefonat vor. Welche Fragen müssen (möglicherweise) geklärt werden? Zum Beispiel: Ist Ihr Fax/Ihre E-Mail angekommen? Besteht Interesse an Ihrem Thema? Besteht bei einer Ablehnung Interesse an weiteren Angeboten? Was muss bei einer Zusage vereinbart werden (z. B.: Anzahl der Zeilen bzw. Länge des Beitrags, Abgabetermin)? Wie hoch ist das Honorar?

Tipps für Autorinnen und Autoren

Beim Versand eines Manuskriptes an einen Verlag sollten Sie daran denken, dass ein Verlagslektor monatlich bis zu 200 Manuskripte erhält. Der Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e. V. rät daher: Gestalten Sie Ihr Manuskript so lesefreundlich wie möglich und halten Sie sich an die allgemeinen Vorgaben. Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Verlagslandschaft. Fragen Sie z. B. Ihren Buchhändler nach den Programmen der verschiedenen Verlage. Stellen Sie fest, für welchen Verlag, welches Segment Ihr Werk geeignet ist und welche Verlage in den Buchhandlungen tatsächlich präsent sind. Erfragen Sie das Interesse der Verlage. Das heißt: bei Verlagen anrufen und sich beim Lektorat erkundigen, wie viele Plätze pro Jahr für neue Autoren vorgesehen sind. Nimmt der Verlag unaufgefordert Manuskripte entgegen? Wenn ja, in welcher Form?

Lassen Sie Ihr Manuskript durch ein freies Lektorat überprüfen. Wenden Sie sich für eine erste professionelle Begutachtung Ihres literarischen Werkes an einen Verband oder an einen freien Lektor. Legen Sie Ihr Manuskript „Testlesern“ (Ilesebegeisterte Freunde, Bekannte) vor. Nehmen Sie an Seminaren, Fortbildungen, Wettbewerben teil. Nehmen Sie Kontakt zu Literaturgruppen, -büros, -werkstätten auf. Die Adressen erhalten Sie z. B. beim Kulturbüro der Stadt oder im Internet. Nehmen Sie Manuskriptbörsen in Anspruch. Dabei handelt es sich um Datenbanken im Internet, die es Verlagslektoren ermöglichen, junge Autoren und deren Werke kennenzulernen. Vor allen Dingen: Setzen Sie kontinuierlich Ihre Bemühungen fort. Oberste Maxime für alle Autoren lautet „Schreiben, schreiben, schreiben“.

Die Literaturbüros und der Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e. V. gehören zu den ersten Anlaufstellen. Hilfreich ist auch das Angebot des Verbandes deutscher Schriftsteller, der ver.di, Fachbereich Medien.

Übrigens: Der Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e.V. (BvJA) rät dringend davon ab, auf Angebote von Druckkostenzuschüssen von Verlagen einzugehen. Hierzu hat der Verband zusammen mit anderen Autorenverbänden das Aktionsbündnis Fairlag (www.aktionsbueundnis-faire-verlage.com) gegrün-

det. Weitere Informationen für junge Autoren erhalten Sie beim BVJA (www.bvja-online.de).

Literarische Übersetzerinnen und Übersetzer

Vieles, was für Autorinnen und Autoren gilt, gilt auch für Übersetzerinnen und Übersetzer. Unterschiede gibt es vor allem hinsichtlich der Vertragsgestaltung. Die Bundessparte Übersetzer im Verband deutscher Schriftsteller (VS) bei ver.di, Fachbereich Medien, bietet Tipps zum Normvertrag, zu Honoraren, Urheberrechten usw. Der Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V. gibt ebenfalls einen Leitfaden für den Weg in die Selbständigkeit heraus.

Bildende Künstlerinnen und Künstler

Für Newcomer können Ausstellungen in gewerblich oder öffentlich genutzten Räumen ein erster Schritt sein, um „nach draußen“ zu gehen. Infrage kommen beispielsweise Arztpraxen, Banken, Empfangshallen von größeren Unternehmen oder auch Behörden. Klären Sie dabei u. a. folgende Fragen:

- ▶ Welches Publikum nutzt diese Räume? Ist das „Ihr“ Publikum?
- ▶ Erreichen Sie „Ihr“ Publikum? Sind die Räumlichkeiten dem Publikum täglich über einen längeren Zeitraum zugänglich?
- ▶ Ist der konkrete Ausstellungsstandort für Ihre Werke geeignet?
- ▶ Müssen Sie eine Versicherung gegen Diebstahl/Beschädigung abschließen?
- ▶ Übernimmt der Inhaber bzw. der Verantwortliche für die Räumlichkeiten einen Teil der Kosten (z. B. Transport, Ausstellungsequipment, Versicherung) oder haben Sie eine Ankaufgarantie vereinbart?
- ▶ Ist der Zeitpunkt der Ausstellung günstig (außerhalb der Ferienzeit)?

In aller Regel arbeiten junge, unbekannte Künstler mit jungen, unbekannteten Galeristen zusammen, die sie zum Beispiel auf Kunstmessen oder über Vernissagen kennenlernen. Adressen von Kunstmessen und Galerien finden Sie zum Beispiel im Internet.

Ein umfangreiches Verzeichnis zu aktuellen Ausstellungsterminen bietet beispielsweise KQ-Daily im

Internet. Auch auf der Website des Bundesverbandes Deutscher Galerien und Editionen e. V. können Sie sich einen ersten Überblick über professionelle Galerien verschaffen. Der Verband hat auch die Publikation „Grundsätze der Zusammenarbeit von Künstlern und Galerien“ herausgegeben.

Zwar gibt es Ausnahmen – aber in der Regel gilt: Spazieren Sie nicht einfach mit der Mappe unter dem Arm in eine Galerie hinein. Informieren Sie sich erst einmal z. B. anhand von Messe-Katalogen oder -Besuchen bzw. auf den jeweiligen Websites über das künstlerische Konzept einer Galerie. Die Galerie muss zu Ihren Werken passen. Nehmen Sie am besten schriftlich mit der Galerie Kontakt auf. Stellen Sie sich kurz vor, machen Sie deutlich, warum Sie sich für eine Zusammenarbeit mit der betreffenden Galerie interessieren, kündigen Sie Ihren Anruf an. Rufen Sie wenige Tage später wie vereinbart an.

Achten Sie darauf, dass der/die Galerist/-in Mitglied in einem Berufsverband ist. Die Mitglieder des Bundesverbandes Deutscher Galerien und Editionen e. V. müssen z. B. bestimmte Qualitätsstandards erfüllen. Danach sollten Galeristen u. a.

- ▶ hauptberuflich tätig sein,
- ▶ über eigene Ausstellungsräume verfügen,
- ▶ kontinuierliche Promotion von Künstlern betreiben,
- ▶ mindestens 20 Stunden in der Woche geöffnet haben und
- ▶ mindestens vier Ausstellungen mit unterschiedlichen Künstlern pro Jahr durchführen.

Die Zusammenarbeit zwischen Galerist und Künstler sollte langfristig, also auf drei bis fünf Jahre angelegt sein. Für diesen Zeitraum bilden sie eine geschäftliche Beziehung, die von gegenseitigem Vertrauen, aber auch von Rechten und Pflichten geprägt ist. Klären Sie daher im Vorfeld alle wichtigen Punkte und möglichen Konfliktfälle: Inwieweit decken sich Erwartungen und Zielsetzungen von Galerist und Künstler? Welche Leistungen bringen beide Seiten in die Zusammenarbeit ein? Und ganz wichtig: Stimmt „die Chemie“? Können Sie sich vorstellen, eine längere Wegstrecke gemeinsam zurückzulegen und dabei auch Höhen und Tiefen zu meistern? Sprechen Sie offen über Ihre Risiken: Sie stellen Ihre Werke exklu-

siv zur Verfügung und sind auf das Vermarktungsgeschick des Galeristen angewiesen. Der Galerist wiederum investiert in Ausstellungsprojekte und andere Vermittlungsaktivitäten und trägt ein hohes finanzielles Risiko.

Eine solche Zusammenarbeit ist also keine Kleinigkeit. Informieren Sie sich daher – beide – bei Ihren Berufsverbänden, um den Grundstein für eine für beide Seiten zufriedenstellende und faire Zusammenarbeit zu legen. Halten Sie Ihre Vereinbarungen in jedem Fall in einem schriftlichen Vertrag fest. Der Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. (BKK) sowie der Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen e. V. bieten in ihren Publikationen Vertragsmuster an.

Bevor Sie sich für einen längeren Zeitraum binden, kann es sinnvoll sein, zunächst einen Testlauf zu starten: Vereinbaren Sie eine Ausstellung über einen Zeitraum von vier bis sechs Wochen, um zu prüfen, ob Sie zusammenarbeiten können und ob sich Ihre gegenseitigen Erwartungen erfüllen. Nutzen Sie diese Zeit, um wichtige Fragen zu klären. Schließen Sie aber in jedem Fall auch für diesen kurzen Zeitraum einen Vertrag ab.

Informationen zu Ausstellungen, Galerien, Kunst am Bau sowie allen weiteren Fragen rund um Steuern, Verträge und Versicherungen finden Sie in der Broschüre „ProKunst 4 Steuern – Verträge – Versicherungen. Handbuch für Bildende Künstlerinnen und Künstler“, die vom Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. herausgegeben wird. Wenden Sie sich darüber hinaus bitte auch an die Landesverbände des BBK und ver.di, Fachbereich Medien.

Musikerinnen und Musiker

Auftreten, wo immer sich die Gelegenheit bietet, steht für die meisten Musiker erst einmal auf dem Programm. Also heißt es: Kontakte zu Konzertveranstaltern aufbauen und sich mit Kolleginnen und Kollegen austauschen. Das Deutsche Musikinformationszentrum (MIZ) des Deutschen Musikrats bietet dazu für alle Musiksparten umfangreiche Internetlinks. Regionale oder lokale Musikinitiativen helfen ebenfalls weiter.

Adressen von rund 1.000 Konzertveranstaltern sowie Informationen zu Gagen, Auftrittsbedingungen usw. aus den Bereichen Rock, Pop und Jazz bietet zum Beispiel der Deutsche Rock & Pop Musikerverband. Adressen von geeigneten Konzertveranstaltern zu finden dürfte daher das geringere Problem sein. Schwieriger ist es, von Konzertveranstaltern als interessanter Newcomer wahrgenommen zu werden. Erkundigen Sie sich zunächst telefonisch nach dem Namen des für Sie zuständigen Ansprechpartners. Verfassen Sie ein kurzes Anschreiben, in dem Sie sich bzw. Ihre Band, Ihr Ensemble kurz vorstellen. Von Vorteil ist es auch, einen Flyer beizulegen, der – optisch ansprechend – über Sie und Ihre Musik informiert.

Machen Sie deutlich, warum Sie sich an den betreffenden Veranstalter wenden, und kündigen Sie Ihren Anruf an. Was natürlich nicht fehlen darf: eine Demo-CD bzw. -DVD. Rufen Sie wenige Tage später wie vereinbart an. Die Regel wird sein, dass man Sie erst einmal vertrösten wird oder Ihr Ansprechpartner nicht zu erreichen ist. Bleiben Sie hartnäckig und freundlich, auch wenn es schwerfällt, und geben Sie nicht auf. Wer hier bereit ist, Zeit zu investieren und auch in puncto Verhandlungsgeschick, Öffentlichkeitsarbeit und Organisation dazuzulernen, ist auf dem richtigen Weg. Erkundigen Sie sich in jedem Fall bei erfahreneren Musikerkolleginnen und -kollegen. Für Mitglieder bietet der Deutsche Rock & Pop Musikerverband ein eigenes Seminar- und Coaching-Programm an.

Besser mit Manager?

Auftritte zu akquirieren und zu organisieren, ist eine mühsame und zeitaufwendige Angelegenheit. Hinzu kommt: Je mehr Auftritte anstehen, desto knapper wird die Zeit, um „alles unter einen Hut zu bekommen“. Und: Nicht jedem liegen diese Aufgaben. Überlegen Sie daher, ob es für Sie sinnvoll ist, das Management an einen Dritten zu übertragen. Hier den Richtigen zu finden, ist allerdings nicht so einfach. Wichtig ist: Der Manager oder die Managerin muss von Ihrer Musik überzeugt sein und voll und ganz hinter Ihnen stehen. Fundierte Erfahrungen in der Musikbranche, Kontakte, kaufmännisches Know-how usw. gehören natürlich ebenso dazu. Als junger unbekannter Nachwuchsmusiker werden Sie bei einem etablierten, erfolgreichen Vollblut-Manager wenig Chancen

haben. Unerfahrene, aber ehrgeizige und begabte Nachwuchsmusiker tun sich daher mit ebenso unerfahrenen, aber ehrgeizigen und begabten Nachwuchsmanagern zusammen. Klären Sie die Vergütung im Vorfeld. Auch für Sie muss deutlich sein, dass die Zusammenarbeit Erfolg versprechend ist und der Manager in spe über eine ausbaufähige, solide Basis, also geschäftliches Know-how, Kontakte, Kommunikationstalent usw., verfügt. In jedem Fall sollten Sie einen Vertrag abschließen, um Konflikte zu vermeiden bzw. für den Konfliktfall klare Verfahrensregeln zu haben.

Gut zu wissen:

Die Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim ist eine staatliche Hochschule, die einen Bachelorstudiengang für Musikbusiness und Popmusikdesign anbietet. Darüber hinaus gibt es staatlich anerkannte private Hochschulen wie die Hochschule der populären Künste in Berlin und private Ausbildungsgänge.

Weitere Informationen:

Deutscher Rock & Pop Musikerverband
www.musiker-online.de

Deutsches Musikinformationszentrum
www.miz.org

Initiative Musik
www.initiative-musik.de

KQ-Daily
www.kq-daily.de

mediafon – Service für Solo-Selbständige
www.mediafon.de

Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke e. V.
www.literaturuebersetzer.de



14 Engagements und Ausstellungen im Ausland



Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist international aufgestellt: Kooperationen, Wettbewerbe, Ausstellungen und nicht zuletzt Aufträge im und aus dem Ausland nehmen immer mehr an Bedeutung zu. Für die Vorbereitung Ihrer Auslandskontakte haben wir für Sie hier einige Tipps zusammengestellt.

Architektur

Deutsche Architektinnen und Architekten haben im Ausland einen guten Ruf. Sie werden dort als Allrounder und Generalisten geschätzt. Eine gute Möglichkeit, im Ausland Fuß zu fassen, bietet die Teilnahme an Wettbewerben. Hier haben deutsche Architekten reelle Chancen zu gewinnen, ebenso wie bei Gutachter-Auswahlverfahren. Probleme gibt es dabei allerdings oft aufgrund der mangelnden Verfahrenstransparenz und dem sehr hohen finanziellen Aufwand für die Tätigkeit im Ausland. Das Außenwirtschaftsportal iXPOS des Bundeswirtschaftsministeriums bietet hier Unterstützung mit Informationen über Förderprogramme, Netzwerke und potenzielle Geschäftskontakte. Vor allem aber informiert das Netzwerk Architektexport NAX der Bundesarchitektenkammer Architekten und Stadtplaner umfassend über grenzüberschreitende Tätigkeiten und vermittelt Kontakte zwischen in- und ausländischen Kollegen, Bauherren und Investoren.

Film

Für Filmemacherinnen und Filmemacher ist Auslandserfahrung ein „Muss“. In der Regel werden schon an Filmhochschulen wichtige Tipps zum Networking, vor allem zum institutionellen Networking, vermit-

telt. Die wichtigste Institution ist dabei die German Films Service + Marketing GmbH. Sie ist das nationale Informations- und Beratungszentrum für den Export deutscher Filme und vermittelt unter anderem Koproduktionspartner, organisiert die Teilnahme an Festivals weltweit und gibt die wichtigsten Nachschlagewerke zum Thema heraus.

Bildende Kunst

Bereits in der Anfangsphase Werke im Ausland zu zeigen, ist vor allem für junge Künstlerinnen und Künstler der bildenden Kunst ein wichtiger Schritt, um den Bekanntheitsgrad zu fördern.

Wer seine Werke im Ausland ausstellen möchte, erhält dazu Unterstützung von verschiedenen Institutionen. Hinweise auf internationale Ausschreibungen, Künstlerverbände und Netzwerke sowie Antworten auf Fragen rund um Kunst im Ausland erhalten Sie bei der Internationalen Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK, www.igbk.de). Zu Fördermöglichkeiten von Ausstellungen im Ausland informiert das Institut für Auslandsbeziehungen (IFA).

Wer die Möglichkeit bekommt, im Ausland auszustellen, und den Transport seiner Werke ins Ausland selbst organisiert, sollte dabei folgende Punkte beachten:

► **keine Grenzkontrollen innerhalb der Europäischen Union**

Innerhalb der 27 EU-Mitgliedstaaten können Kunstwerke zu Ausstellungszwecken ohne Beschränkungen ein- und wieder ausgeführt werden.

► **Kunsttransporte über die Grenzen des europäischen Binnenmarktes**

Setzen Sie sich frühzeitig mit einem Binnenzollamt in Verbindung, um das Vorhaben genau durchzusprechen. Diese Behörde gibt es in jeder größeren Stadt. Bei komplizierten Detailproblemen kann gegebenenfalls auch ein erfahrener, auf Kunsttransporte spezialisierter Spediteur Hilfestellung geben. Eine telefonische Beratung bietet auch der Zollinformationsdienst des Bundesministeriums der Finanzen an.

Soweit vorhanden, sollten Sie möglichst aussagekräftige Unterlagen beim Grenzübertritt mitführen, das heißt Einladungsschreiben oder Papiere, aus denen hervorgeht, was genau zu welchem Zweck transportiert wird. Bei einer vorübergehenden Einfuhr ist es von Vorteil, wenn diese zeitliche Beschränkung plausibel gemacht werden kann.

► **Das Carnet A.T.A. (Admission Temporaire/Temporary Admission)**

Nehmen Sie Kontakt zur örtlichen Industrie und Handelskammer (IHK) auf, um die Voraussetzungen für den Erhalt eines so genannten Carnets A.T.A. zu besprechen. Dieses Carnet ist gebührenpflichtig, vereinfacht jedoch die Zollförmlichkeiten für Waren, die nur vorübergehend im Ausland verwendet werden. Dazu gehören auch Kunstwerke. Um ihr Risiko zu vermindern, verlangen die Industrie- und Handelskammern in der Regel die Vorlage einer Bankbürgschaft seitens des Künstlers, bevor sie das Carnet ausstellen.

Ist die Einfuhr in ein Land geplant, das im Carnet-Verfahren nicht erfasst ist, sollte man sich vorab bei der Germany Trade and Invest GmbH, bei der örtlichen Industrie- und Handelskammer und gegebenenfalls bei der ausländischen Ausstellungseinrich-

tung über die Hinterlegung von Abgaben an der Grenze sowie über die weiteren Bestimmungen informieren.

Nach Erhalt des Carnets steht wieder ein Gang zum Binnenzollamt auf dem Programm, um mit dem grünen Carnet-Deckblatt die so genannte Nämlichkeitssicherung vornehmen zu lassen. Die Zollbeamten sollen die „Nämlichkeit“, das heißt die Identität der auszuführenden Kunstwerke, bestätigen. Sie ermöglicht später die Wiedereinfuhr der Werke nach Deutschland, ohne dass die deutsche Einfuhrumsatzsteuer fällig wird.

In jedem Fall empfiehlt es sich, bei der Verwendung eines Carnets die korrekte Nutzung der einzelnen darin enthaltenen Blätter vorab mit der Industrie- und Handelskammer durchzusprechen.

► **Zollzertifikat der International Association of Art**

Ein zusätzliches Hilfsmittel ist das Zollzertifikat der „International Association of Art“. Es wird von der Internationalen Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK) für in Deutschland lebende Künstlerinnen und Künstler ausgestellt, die ihre Arbeiten in Länder außerhalb der EU ausführen möchten. Das Zertifikat verweist auf das 1950 verabschiedete und 1982 auf audiovisuelle Materialien erweiterte Florenz-Abkommen der UNESCO, das den zollfreien Transport von Kunstwerken lebender Künstler/-innen in allen Unterzeichnerstaaten gestattet.

Das Zollzertifikat findet zwar in der Praxis nicht immer Anerkennung, kann jedoch als ergänzende Bescheinigung die Einfuhr durchaus erleichtern.

► **Einfuhr von im Ausland entstandenen Kunstwerken**

Für künstlerische Arbeiten, die im Rahmen eines Arbeitsaufenthaltes im Ausland (Stipendium usw.) entstanden sind und anschließend nach Deutschland eingeführt werden sollen, muss keine Einfuhrumsatzsteuer gezahlt werden. Notwendig ist der Nachweis, dass es sich um ein selbst gefertigtes künstlerisches Werk handelt. Informieren Sie sich vorab bei einer Zollbehörde und bei der ausländischen Stipendienstätte.

► **Transitverkehr**

Der Transitverkehr wird grundsätzlich in der gleichen Weise durchgeführt wie die vorübergehende Ein- und Ausfuhr. In diesem Fall benötigen Sie auch die so genannten blauen Transit-Trennblätter im Carnet A.T.A. Bei einem solchen Transit (zum Beispiel per Pkw durch die Schweiz nach Italien) ist die Eintragung der Wiederausfuhrfrist von besonderer Bedeutung. Sie beträgt in der Regel nur wenige Tage und muss unbedingt eingehalten werden.

► **Verkauf von Kunstwerken im Ausland**

Komplikationen können in einem solchen Fall dadurch entstehen, dass die Arbeiten bei der Einfuhr bestätigt wurden, also zur Wiederausfuhr bestimmt sind. Man sollte sich auf jeden Fall schon bei der ausländischen Zollbehörde um einen Vermerk auf den Aus- bzw. Einfuhrblättern bemühen, verbunden mit einer nachträglichen Meldung der verkauften Arbeiten und ggf. der Entrichtung der anfallenden Abgaben. Informieren Sie sich vorab bei Ihrem ausländischen Kooperationspartner und dem zuständigen Binnenzollamt.

Um Komplikationen zu vermeiden, wählen manche Künstler/-innen auch einen anderen Weg: Sie führen die verkauften Werke wieder aus und der ausländische Käufer bekommt sein Kunstwerk nach ein paar Wochen per Post zugeschickt und muss dann gegebenenfalls selbst die entsprechenden Abgaben (insbesondere die Einfuhrumsatzsteuer) entrichten.

Die praktische Abwicklung aller steuerrechtlichen Bestimmungen sollte auf jeden Fall auch, soweit vorhanden, mit der Institution geklärt werden, in der die Ausstellung stattfindet.

Quelle: Thomas Weis, IGBK

Weitere Informationen:

Zollinformationsdienst des Bundesministeriums der Finanzen
www.zoll.de

Ver.di Ratgeber Freie
www.ratgeber-freie.de

Außenwirtschaftsportale iXPOS
www.ixpos.de

BMWi-Unternehmensportal → Geschäfte mit dem Ausland
www.bmwi-unternehmensportal.de

German Films Service + Marketing GmbH
www.german-films.de

Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK)
www.igbk.de

Institut für Auslandsbeziehungen (IFA)
www.ifa.de

Netzwerk Architekturexport (NAX)
www.architekturexport.de



15 Adressen

Allgemein:

Information und Beratung	58
Angebote in den Bundesländern	60
Bundesweite Angebote	61
Förderung/Finanzierung	61
Absicherung	62
Verwertungsgesellschaften	62
Internationales	63
Kulturportale auf Bundes- und Landesebene	63

Branchen:

Architekturmarkt	65
Buchmarkt	65
Designwirtschaft	66
Filmwirtschaft	66
Kunstmarkt	68
Markt für darstellende Künste	68
Musikwirtschaft	69
Pressemarkt	70
Rundfunkwirtschaft	71
Software-/Games-Industrie	71
Werbemarkt	71

Information und Beratung

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Dienstsitz des Kulturstaatsministers
Bundeskanzleramt
Willy-Brandt-Straße 1, 10557 Berlin

Dienstsitz der Behörde in Bonn
Graurheindorfer Straße 198, 53117 Bonn

Dienstsitz der Behörde in Berlin
Stresemannstraße 94, 10963 Berlin
Tel.: 0228 99681-3543 oder 030 18681-3543
Fax: 0228 99681-5-3531 oder 030 18681-5-3531
Poststelle@bkm.bmi.bund.de
www.kulturportal-deutschland.de

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Scharnhorststraße 34 – 37, 10115 Berlin
Postanschrift: 11019 Berlin
Tel.: 030 18615-0, Fax: 030 18615-7010
info@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Weitere Internetangebote des BMWi:

- ▶ Webseite der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft informiert über Beratungsangebote, Gründungs- und Business-Know-how, Förderung und Finanzierung sowie über die Aktivitäten der Initiative:
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
- ▶ BMWi-Infoportal zu beruflicher Selbständigkeit, Businessplan und Unternehmensstart, Förderprogrammen und Gründungsfinanzierung; individuelle Unterstützung durch ein Expertenforum, Tools und Software, Checklisten und Übersichten, Publikationen, Mediathek, Beratung und Adressen, Service und Aktuelles:
www.existenzgruender.de

- ▶ BMWi-Infoportal zur Unternehmensführung, Finanz- und Liquiditätsplanung, Personalplanung und -führung; individuelle Unterstützung durch ein Expertenforum, Tools und Software, Checklisten und Übersichten, Publikationen, Mediathek, Service und Aktuelles:
www.bmwi-unternehmensportal.de

- ▶ BMWi-Förderdatenbank mit Informationen zu Förderprogrammen der Länder, des Bundes und der EU:
www.foerderdatenbank.de

- ▶ BMWi-Behörden- und Formularwegweiser:
www.bmwi-wegweiser.de

BMWi-Infotelefone:

- ▶ Infotelefon zu Mittelstand und Existenzgründung,
Tel.: 0180 5615-001 (0,14 Euro/Min.; abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen sind möglich),
Montag bis Donnerstag von 8.00 bis 20.00 Uhr,
Freitag von 8.00 bis 12.00 Uhr

▶ Gründerinnenhotline des BMWi,
Tel.: 0180 5615-002 (0,14 Euro/Min.; abweichende
Preise aus den Mobilfunknetzen sind möglich),
Montag bis Donnerstag von 8.00 bis 20.00 Uhr,
Freitag von 8.00 bis 12.00 Uhr

▶ Finanzierungshotline
Tel.: 030 18 615-8000,
Montag bis Freitag von 9.00 bis 16.00 Uhr

▶ Infotelefon zum elektronischen Einkommens-
nachweis „ELENA“
Tel.: 0180 5615-005 (0,14 Euro/Min.; abweichende
Preise aus den Mobilfunknetzen sind möglich),
Montag bis Donnerstag 8.00 bis 20.00 Uhr,
Freitag 8.00 Uhr bis 12.00 Uhr

Kompetenzzentrum Kultur- & Kreativwirtschaft des Bundes

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der
Deutschen Wirtschaft e. V., Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn
Tel.: 06196 495-3256
kreativ@rkw.de
www.rkw.de/kreativ,
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Regionalbüros des Kompetenzzentrums Kultur- & Kreativwirtschaft des Bundes

Zentrale Rufnummer der Regionalbüros:
030 346465-300 (Festnetzpreis je nach Anbieter/
ggf. abweichende Preise für Anrufe aus den Mobil-
funknetzen)

▶ Baden-Württemberg
RKW Baden-Württemberg
Königstraße 49 (Passage), 70173 Stuttgart
Bianca Poppke, poppke@rkw-kreativ.de

▶ Bayern
RKW Bayern e. V.
Gustav-Heinemann-Ring 212, 81739 München
Frauentorgraben 3, 90433 Nürnberg
Jürgen Enninger, enninger@rkw-kreativ.de

▶ Berlin/Brandenburg
Kompetenzzentrum Kultur- und
Kreativwirtschaft des Bundes
Regionalbüro Berlin, Brandenburg
Unter den Linden 21, 10117 Berlin
Dirk Kiefer, kiefer@rkw-kreativ.de

▶ Bremen/Niedersachsen
RKW Niedersachsen GmbH
Günther-Wagner-Allee 17, 30177 Hannover
Tania Breyer, breyer@rkw-kreativ.de

▶ Hamburg/Mecklenburg-Vorpommern/
Schleswig-Holstein
RKW Nord GmbH
Habichtstraße 41, 22305 Hamburg
Frank Lemloh, lemloh@rkw-kreativ.de

▶ Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland
RKW Hessen GmbH
Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn
Norman Schulz, schulz@rkw-kreativ.de

▶ Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen
RKW Sachsen-Anhalt GmbH
Denkfabrik im Wissenschaftshafen
Werner-Heisenberg-Straße 1, 39106 Magdeburg

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft
des Bundes
Regionalbüro Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen
Klostergasse 5, 04109 Leipzig
Katja Großer, grosser@rkw-kreativ.de

▶ Nordrhein-Westfalen
c/o IHK Bochum
Ostring 30-32, 44787 Bochum
Christof Schreckenber, g,
schreckenber@rkw-kreativ.de

Angebote in den Bundesländern

Fast jedes Bundesland bietet finanzielle Unterstützung in Form von Stipendien, Projektförderungen u. a. im Kulturbereich an. Immer mehr Bundesländer stellen darüber hinaus spezielle Informationsangebote für die Kultur- und Kreativbranche zur Verfügung, um die unternehmerische Kompetenz ihrer Akteure zu stärken.

Baden-Württemberg

Im Auftrag des Landeswirtschaftsministeriums hat die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH (MFG) den Auf- und Ausbau eines landesweiten Netzwerks auf dem Gebiet der Kultur-, Kreativ- und IT-Wirtschaft übernommen: „Kreativland Baden-Württemberg“
<http://innovation.mfg.de>

Bayern

Das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst bietet eine Übersicht über kulturelle Einrichtungen, Förderungen sowie Preise und Auszeichnungen.
www.stmwfk.bayern.de → Kunst

Berlin

Die bei der Wirtschaftsverwaltung angesiedelte Landesinitiative „projekt zukunft“ informiert über Wachstumsbedingungen für Branchen, Weiterbildungen, Förderungen und Wettbewerbe.
www.projektzukunft.berlin.de

Brandenburg

Der Verein Kulturland Brandenburg e. V. konzipiert und organisiert als Dachkampagne jährlich wechselnde Themen, kulturelle Projekte und bietet eine landesweite Übersicht der Kulturakteure, Einrichtungen und Initiativen.
www.kulturland-brandenburg.de

Bremen

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Stärkung und Vermarktung u. a. der Kreativwirtschaft und Medien zuständig.
www.wfb-bremen.de → Förderung/Finanzierung → Kreativwirtschaft/Medien

Hamburg

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft ist ein neu gegründetes städtisches Dienstleistungsunternehmen zur Förderung der Hamburger Kreativwirtschaft, das sich zwischen der „klassischen“ Kulturförderung und der „klassischen“ Wirtschaftsförderung platziert.
www.kreativgesellschaft.org

Hessen

Das Ministerium für Wissenschaft und Kunst informiert zu bestehenden Finanzierungs- und Förderangeboten, Projektbeispielen, Netzwerken der Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen.
www.kulturwirtschaft-hessen.de

Nordrhein-Westfalen

Das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie bietet Informationen über Branchen und Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, Beratung, Förderung, Cluster-Nachrichten, Unternehmen und Projekte sowie regionale Angebote.
www.creative.nrw.de

Rheinland-Pfalz

Das „Kulturbüro Rheinland-Pfalz“ ist Dienstleistungseinrichtung für die gesamte freie Kulturszene und bietet u. a. ein Weiterbildungsprogramm „Kultur & Management“ und ein Mentoring für bildende Künstlerinnen an, führt Beratungen durch und entwickelt Kulturkonzepte und -projekte.
www.freie-szene-rlp.de

Saarland

Das Themenportal Kreativwirtschaft der Landesregierung informiert zu Beratungsmöglichkeiten und Förderungen im Saarland.
www.saarland.de → Themenportale → Kreativwirtschaft

Sachsen

Das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr stellt auf seiner Webseite Informationen sowie weiterführende Links rund um das Thema Kulturwirtschaft in Sachsen bereit.
www.smwa.sachsen.de → Wirtschaft → Serviceland Sachsen → Wachstumsfelder → Kulturwirtschaft

Sachsen-Anhalt

Im Auftrag des Ministers für Wirtschaft und Arbeit des Landes stellt die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt (IMG) ein Informationsangebot für die Akteure der Kreativwirtschaft bereit. Das Online-Angebot umfasst aktuelle News und Events sowie Daten und Fakten zur Kreativwirtschaft im Land. Kreativunternehmen, Beratungs-, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen können ihre Angebote dort präsentieren.
www.kreativ-sachsen-anhalt.de

Schleswig-Holstein

Die Kulturstiftung Schleswig-Holstein fördert durch die teilweise oder vollständige Finanzierung neue Formen und Entwicklungen auf den Gebieten von Kunst und Kultur.
www.kulturstiftung-sh.de

Thüringen

Die Kulturstiftung des Freistaats Thüringen bietet Stipendien und Projektförderung für Künstlerinnen und Künstler.
www.kulturstiftung-thueringen.de

Bundesweite Angebote**Institut für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg**

Marienstraße 2, 90402 Nürnberg
Tel.: 0911 23565-0, Fax: 0911 23565-52
info@ifb.uni-erlangen.de
www.ifb.uni-erlangen.de

Bundesverband der Freien Berufe

Postfach 040320, 10062 Berlin
Reinhardtstraße 34, 10117 Berlin
Tel.: 030 284444-0, Fax: 030 284444-78
info-bfb@freie-berufe.de
www.freie-berufe.de

mediafon Beratung für Selbständige aus Medienberufen

mediafon GmbH, c/o ver.di – Referat Selbständige
Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
Tel.: 01805 754444, Fax: 01805 8373431-1414
info@mediafon.net
www.mediafon.net

ver.di – Referat Freie und Selbständige

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
Tel.: 030 6956-2361, Fax: 030 26366-1411
selbststaendige@verdi.de
freie.verdi.de

Förderung/Finanzierung**Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)**

Frankfurter Straße 29–35, 65760 Eschborn
Tel.: 06196 908-0, Fax: 06196 908-800
Internet-Kontaktformular www.bafa.de

KfW Bankengruppe (KfW)

Palmengartenstraße 5–9, 60325 Frankfurt/Main
Tel.: 069 7431-0, Fax: 069 7431-2944

Infocenter:

Tel.: 01801 335577 (3,9 Cent/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom, Mobilfunk max. 42 Cent/Min.)
Fax: 069 7431-9500
infocenter@kfw.de
www.kfw.de

Niederlassung Berlin, KfW Bankengruppe

Charlottenstraße 33/33a, 10117 Berlin
Tel.: 030 20264-0, Fax: 030 20264-5188

Niederlassung Bonn, KfW Bankengruppe

Ludwig-Erhard-Platz 1–3, 53179 Bonn
Tel.: 0228 831-0, Fax: 0228 831-7255

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Haus Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93, 10117 Berlin
Tel.: 030 897947-0, Fax: 030 897947-11
post@stiftungen.org
www.stiftungen.org
Stiftungssuche unter www.stiftungsindex.de

Projekt: Deutsches Informationszentrum Kulturförderung

Tel.: 030 897947-56, Fax: 030 897947-11
info@kulturfoerderung.org,
www.kulturfoerderung.org

Absicherung**Künstlersozialkasse**

Gökerstraße 14, 26384 Wilhelmshaven
 Postanschrift: 26380 Wilhelmshaven
 Tel.: 04421 973405-1500, Fax: 04421 7543586
 auskunft@kuenstlersozialkasse.de
 www.kuenstlersozialkasse.de

Deutsche Rentenversicherung

Ruhrstraße 2, 10709 Berlin,
 Postanschrift: 10704 Berlin
 Service-Tel.: 0800 10004800, Fax: 030 86 52 72 40
 drv@drv-bund.de
 www.deutsche-rentenversicherung.de

Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV)

Spitzenverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften und der Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand
 Mittelstraße 51, 10117 Berlin
 Tel.: 030 28876-3800 (Zentrale), Fax: 030 28876-3808
 Service-Tel.: 0800 6050404
 info@dguv.de
 www.dguv.de

PKV Verband der privaten Krankenversicherung e. V.

Gustav-Heinemann-Ufer 74 c, 50968 Köln
 Postfach 51 10 40, 50946 Köln
 Tel.: 0221 9987-0, Fax: 0221 9987-3950
 kontakt@pkv.de
 www.pkv.de

GKV-Spitzenverband

Spitzenverband Bund der Krankenkassen
 Mittelstraße 51, 10117 Berlin
 Tel.: 030 206288-0, Fax: 030 206288-88
 kontakt@gkv-spitzenverband.de
 www.gkv-spitzenverband.de

Verwertungsgesellschaften**GEMA Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte**

Bayreuther Straße 37, 10787 Berlin
 Postfach 30 12 40, 10722 Berlin
 Tel.: 030 21245-00, Fax: 030 21245-950
 gema@gema.de
 www.gema.de

GVL Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten

Podbielskiallee 64, 14195 Berlin
 Postfach 330 361, 14173 Berlin
 Tel.: 030 48483-600, Fax: 030 48483-700
 gvl@gvl.de
 www.gvl.de

Verwertungsgesellschaft Bild – Kunst

Weberstraße 61, 53113 Bonn
 Tel.: 0228 91534-0, Fax: 0228 91534-39
 info@bildkunst.de
 www.bildkunst.de

Verwertungsgesellschaft WORT

Goethestraße 49, 80336 München
 Tel.: 089-51412-0, Fax: 089-51412-58
 vgw@vgwort.de
 www.vgwort.de

Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten (VFF)

Brienner Straße 26, 80333 München
 Tel.: 089 28628-382, Fax: 089 28628-247
 anna.nassl@vff.org
 www.vffvg.de

Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film und Fernsehrechten (GWFF)

Marstallstraße 8, 80539 München
 Tel.: 089 22-2668, Fax: 089 22-9560
 kontakt@gwff.de
 www.gwff.de

Internationales

Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK)

Rosenthaler Straße 11, 10119 Berlin
Tel.: 030 2345-7666, Fax: 030 2809-9305
art@igbk.de
www.igbk.de

Cultural Contact Point Germany

c/o Kulturpolitische Gesellschaft e. V.
Weberstraße 59a, 53113 Bonn
Tel.: 0228 20135-0, Fax: 0228 20167-33
info@ccp-deutschland.de
www.ccp-deutschland.de

Institut für Auslandsbeziehungen IFA

Charlottenplatz 17, 70173 Stuttgart
Tel.: 0711 2225-0, Fax: 0711 2264346
info@ifa.de
www.ifa.de

MEDIA Desk Deutschland

Filmförderung der Europäischen Union
Friedensallee 14 – 16, 22765 Hamburg
Tel.: 040 390-6585, Fax: 040 390-8632
info@mediadesk.de
www.mediadesk.de

Kulturportale auf Bundes- und Landesebene

Die Kulturportale im Internet bieten – in unterschiedlicher Art und Weise – Informationen zu Kulturthemen, kulturellen Veranstaltungen, Akteuren in der Kulturszene, zur Kulturförderung, Verweise auf Publikationen, weiterführende Informationen usw.

Kulturstiftung des Bundes

Franckeplatz 1, 06110 Halle an der Saale
Tel.: 0345 2997-0, Fax: 0345 2997-333
info@kulturstiftung-bund.de
www.kulturstiftung-bund.de

Kulturstiftung der Länder

Lützwowplatz 9, 10785 Berlin
Tel.: 030 893635-0, Fax: 030 891425-1
kontakt@kulturstiftung.de
www.kulturstiftung.de

Deutscher Kulturrat e. V.

Chausseestraße 103, 10115 Berlin
Tel.: 030 2472-8014, Fax: 030 2472-1245
post@kulturrat.de
www.kulturrat.de

Stiftung Kulturserver.de gGmbH

Rungestraße 22–24, 10179 Berlin
Tel.: 030 22667748

Lothringer Straße 23, 52062 Aachen

Tel.: 0241 336-86, Fax: 0241 336-36
redaktion@kulturserver.de
www.kulturserver.de

Länderangebote der Stiftung

kulturserver.de gGmbH

Die Länderangebote von Kulturserver.de bieten für Kulturschaffende Informationen zu Teilbranchen und die Möglichkeit, sich und ihre Arbeit im Rahmen der bundesweiten Kulturserver-Community kostenfrei zu präsentieren.
www.kulturserver.de

Kulturpolitische Gesellschaft e.V.

Weberstraße 59a, 53113 Bonn
Tel.: 0228-201 67-0, Fax: 0228-201 67-33
post@kupoge.de
www.kupoge.de

Kultur in Baden-Württemberg

Das Kulturportal Baden-Württemberg wird vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg getragen und versteht sich als Informationsplattform für Kulturthemen im Land.
www.kultur.baden-wuerttemberg.de

Kulturportal Bayern

Das Kulturportal Bayern ist eine Initiative des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst und versteht sich als Präsentationsplattform der bayerischen Kulturlandschaft.
www.kulturportal-bayern.de

Berliner Senatskanzlei – Kulturelle Angelegenheiten

Die Kulturverwaltung des Berliner Senats bietet Künstlerinnen und Künstler aufbereitete Informationen über Möglichkeiten, Voraussetzungen und Bedingungen öffentlicher Förderung und soll als Kompass dienen.

www.kultur.berlin.de

Kulturportal Brandenburg

Das Kulturportal des Landes Brandenburg wird in Kooperation mit dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg sowie dem Kulturland Brandenburg e. V. betrieben.

www.kulturportal-brandenburg.de

Bremen: Senator für Kultur

Die Aufgabe der Senatorischen Behörde umfasst u. a. Angelegenheiten der freien Kulturarbeit und der Kulturwirtschaft und bietet Informationen über die Kunstszene, freie Gruppen, Galerien und Aktivitäten in den Stadtteilen.

www.kultur.bremen.de

Hamburg: Behörde für Kultur und Medien

Die Behörde bietet Informationen zu Beratungsangeboten für Kunst und Kultur, Kreativwirtschaft, Marketing und Medien. Mit Informationen über Projekte und Fortbildungen, Stipendien und Preise sowie Institutionen und Förderprogramme.

www.hamburg.de/bkm/

Kulturportal Hessen

Die Betreiber des Portals, gefördert vom Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst (HMWK), wollen über die vielfältigen Facetten des kulturellen Lebens informieren.

www.kulturportal-hessen.de

Kulturportal Mecklenburg-Vorpommern

Das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur informiert u. a. gemeinsam mit dem Landesfilmzentrum und dem Kulturportal des Landes Mecklenburg-Vorpommern über die Bereiche Bildende Kunst, Literatur, Theater, Film/Foto, Musik und Architektur.

www.kulturportal-mv.de

Kultur in Niedersachsen

Das Internetportal des Landes Niedersachsen bietet einen Überblick über Förderungen, Stipendien und Teilbranchen im Land: unter anderem in den Bereichen Kunst, Musik, Theater, Museen und Literatur.

www.mwk.niedersachsen.de → Themen → Kultur

Kultur NRW

Das Land Nordrhein-Westfalen informiert über Preise und Stipendien, Förderungen für junge und bereits etablierte Künstlerinnen und Künstler und bietet einen Überblick zu Teilbranchen und regionalen Angeboten.

www.kultur.nrw.de

Kulturland Rheinland-Pfalz

Das „Kulturland Rheinland-Pfalz“ ist ein Angebot der Kulturabteilung des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur in Rheinland-Pfalz, das allen kulturtragenden Einrichtungen des Landes eine Plattform bietet.

www.kulturland.rlp.de

Kulturportal Saarland

Das saarländische Kulturportal ist ein Angebot der Kulturabteilung des Ministeriums für Bildung, Familie, Frauen und Kultur des Saarlandes mit Informationen zur Kulturförderung, zu Einrichtungen sowie Projekten und Veranstaltungen.

www.kultur.saarland.de

Kunst und Kultur in Sachsen

Angebot des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst mit Informationen in allen kultur- und kunstrelevanten Rubriken sowie über Preise, Stipendien und Einrichtungen.

www.kulturland.sachsen.de

Kultusministerium Sachsen-Anhalt: Kultur und Medien

Das Internetportal des Landes Sachsen-Anhalt bietet auf seinen Kulturseiten einen umfassenden Überblick über die Vielfalt der Kulturszene im Land, stellt die Kulturpolitik der Landesregierung vor und informiert zum Thema Kulturförderung.

www.kultur.sachsen-anhalt.de

Kultur Schleswig-Holstein

Das Kulturportal Schleswig-Holstein bietet täglich aktuelle Meldungen und gibt einen Überblick über die Kultur des Landes mit Informationen über Aus- und Weiterbildung, Kulturförderung und Kulturpolitik sowie Veranstaltungen.

www.kultur.schleswig-holstein.de

Kulturportal Thüringen

Das Portal bietet Informationen für Teilbranchen, zu Förderungen, Stipendien, Preisen – sowie den Kulturwirtschaftsbericht.

www.thueringen.de → Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur → Kulturportal

Architekturmarkt**Bundesarchitektenkammer (BAK)**

Bundesgemeinschaft der Architektenkammern (KdöR)

Askanischer Platz 4, 10963 Berlin

Tel.: 030 263944-0, Fax: 030 263944-90

info@bak.de

www.bak.de

Bund Deutscher Architekten BDA

Köpenicker Straße 48/49, 10179 Berlin

Tel.: 030 278799-0, Fax: 030 278799-15

kontakt@bda-bund.de

www.bda-architekten.de

Vereinigung Freischaffender Architekten**Deutschlands e. V. VFA**

Turmstraße 33, 10551 Berlin

Tel.: 030 394940-19, Fax: 030 394940-39

info@vfa-architekten.de

www.vfa-architekten.de

Bund Deutscher Landschaftsarchitekten e. V.**BDLA**

Köpenicker Straße 48/49, 10179 Berlin

Tel.: 030 278715-0, Fax: 030 278715-55

info@bdla.de

www.bdla.de

Bund Deutscher Innenarchitekten e. V. BDIA

Postfach 32 03 09, 53206 Bonn

Königswinterer Straße 675, 53227 Bonn

Tel.: 0228 908294-0, Fax: 0228 908294-20

info@bdia.de

www.bdia.de

Rat für Baukultur

c/o Bundesarchitektenkammer

Askanischer Platz 4, 10963 Berlin

Tel.: 030 263944-40, Fax: 030 263944-90

info@bak.de

www.baukulturrat.de

Buchmarkt**Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.**

Großer Hirschgraben 17-21, 60311 Frankfurt am Main

Tel.: 069 1306-0, Fax: 069 1306-201

info@boev.de

www.boersenverein.de

Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V. (BDÜ)

Kurfürstendamm 170, 10707 Berlin

Tel.: 030 887128-30, Fax: 030 887128-40

info@bdue.de

www.bdue.de

Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e. V. (BVjA)

Postfach 200303, 53133 Bonn

info@bvja-online.de

www.bvja-online.de

Deutsche Literaturkonferenz e. V.

Köthener Straße 44, 10963 Berlin

Tel.: 030 2612751, Fax: 030 23003629

info@literaturkonferenz.de

www.literaturkonferenz.de

Deutscher Literaturfonds e. V.

Alexandraweg 23, 64287 Darmstadt

Tel.: 06151 4093-0, Fax: 06151 4093-33

info@deutscher-literaturfonds.de

www.deutscher-literaturfonds.de

Deutscher Übersetzerfonds e.V.

c/o LCB
 Am Sandwerder 5, 14109 Berlin
 Tel.: 030 804908-56, Fax: 030 804908-57
 mail@uebersetzerfonds.de
 www.uebersetzerfonds.de

Netzwerk der Literaturhäuser e.V.

Bismarckstraße 82, 20253 Hamburg
 Tel.: 040 57135355
 kontakt@literaturhaus.net
 www.literaturhaus.net

Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke e. V. (VDÜ) im Verband deutscher Schriftsteller in ver.di

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
 Tel.: 030 6956-2327, Fax: 030 6956-3656
 vs@verdi.de
 www.literaturuebersetzer.de

ver.di – Verband deutscher Schriftsteller (VS)

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
 Tel.: 030 6956-2327, Fax: 030 6956-3656
 vs@verdi.de
 www.verband-deutscher-schriftsteller.de

Designwirtschaft**Allianz deutscher Designer (AGD) e. V.**

Steinstraße 3, 38100 Braunschweig
 Tel.: 0531 16757, Fax: 0531 16989
 info@agd.de
 www.agd.de

Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e. V. (BDG)

Warschauer Straße 59a, 10243 Berlin
 Tel.: 030 24531490, Fax: 030 53670526
 info@bdg-designer.de
 www.bdg-designer.de

Designerinnen Forum e. V.

Simarplatz 6, 50825 Köln
 Tel.: 0221 20533-862, Fax: 0221 20533-863
 office@designerinnen-forum.org
 www.designerinnen-forum.org

Deutscher Designertag/EV

Postfach 13 03 33, 20103 Hamburg
 Grindelberg 15 A, 20144 Hamburg
 Tel.: 040 4548-34, Fax: 040 4548-32
 info@designertag.de
 www.designertag.de

Initiative Deutscher Designverbände e. V. (IDD)

Weltkulturerbe Zollverein, Halle 6
 Gelsenkirchener Straße 181, 45309 Essen
 Tel.: 0201 87766-37, Fax: 0201 87766-38
 kontakt@i-dd.org
 www.i-dd.org

Internationales Design Zentrum Berlin e. V. (IDZ)

Reinhardtstraße 52, 10117 Berlin
 Tel.: 030 28095-111, Fax: 030 28095-112
 idz@idz.de
 www.idz.de

Rat für Formgebung/German Design Council

Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt am Main
 Tel.: 069 747486-0, Fax: 069 747486-19
 info@german-design-council.de
 www.german-design-council.de

Verband Deutscher Industrie Designer e.V. (VDID)

Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin
 Tel.: 030 74078-556, Fax: 030 74078-559
 vdid@germandesign.de
 www.vdid.de

Verband Deutscher Mode- und Textildesigner e.V. (VDMD)

Semmelstraße 42, 97070 Würzburg
 Tel.: 0931 4654-290, Fax: 0931 4654-291
 vdmd@fashiondesign.de
 www.vdmd.de

Filmwirtschaft**Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V.**

Charlottenstraße 65, 10117 Berlin
 Tel.: 030 2067088-0, Fax: 030 2067088-44
 christoph.palmer@produzentenallianz.de
 www.produzentenallianz.de

**Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm e. V.
(AG DOK)**

Schweizer Straße 6, 60594 Frankfurt am Main
 Tel.: 069 623700, Fax: 069 6142966424
 agdok@agdok.de
 www.agdok.de

BundesFilmVerband in ver.di

c/o ver.di
 Goseriede 10-12, 30159 Hannover
 Tel.: 0511 12400-602, Fax: 0511 12400-604
 mail@connexx-av.de
 www.connexx-av.de

**Bundesverband der Fernseh- und
Filmregisseure in Deutschland e.V. (BVR)**

Augsburger Straße 33, 10789 Berlin
 Tel.: 030 21005-159, Fax: 030 21005-162
 info@regieverband.de
 www.regieverband.de

**Bundesverband der Film- und Fernsehschau-
spieler e.V. (BFFS)**

Einemstraße 11, 10787 Berlin
 Tel.: 030 2250279-30, Fax: 030 2250279-39
 info@bffs.de
 www.bffs.de

Bundesverband Kamera (BVK)

Baumkirchner Straße 19, 81673 München
 Tel.: 089 340191-90, Fax: 089 340191-91
 bvkkamera.org
 www.bvkkamera.org

Filmförderungsanstalt (FFA)

Große Präsidentenstraße 9, 10178 Berlin
 Tel.: 030 27577-0, Fax: 030 27577-111
 presse@ffa.de
 www.ffa.de

German Films Service + Marketing GmbH

Herzog-Wilhelm-Straße 16, 80331 München
 Tel.: 089 599787-0, Fax: 089 599787-30
 info@german-films.de
 german-films.de

HDF KINO e. V.

Poststraße 30, 10178 Berlin
 Tel.: 030 230040-41, Fax: 030 230040-26
 info@HDF-Kino.de
 www.kino-hdf.com

**IDS Interessenverband Deutscher
Schauspieler e. V.**

Bayerisches Filmzentrum
 Bavariafilmplatz 7, Geb. 49,
 82031 Grünwald-Geiselgasteig
 Tel.: 089 64 981-236/-136, Fax: 089 64981-333
 info@ids-ev.eu
 www.ids-ev.de

**Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e. V.
(SPIO)**

Murnastraße 6, 65189 Wiesbaden
 Tel.: 0611 77891-0, Fax: 0611 7789-139
 spio@spio-fsk.de
 www.spio.de

Verband der Filmverleiher e. V.

Neue Schönhauser Straße 10, 10178 Berlin
 Postfach 54 01 42, 10042 Berlin
 Tel.: 030 2790739-0, Fax: 030 2790739-12
 info@vdfkino.de
 www.vdfkino.de

Verband Deutscher Drehbuchautoren VDD e. V.

Charlottenstraße 95, 10969 Berlin
 Tel.: 030 257629-73, Fax: 030 257629-74
 info@drehbuchautoren.de
 www.drehbuchautoren.de

Verband Deutscher Filmproduzenten e. V.

Beichstraße 8, 80802 München
 Tel.: 089 391123, Fax: 089 337432
 mail@filmproduzentenverband.de
 www.filmproduzentenverband.de

Kunstmarkt**Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA)**

Littenstraße 9, 10179 Berlin
 Postfach 021 281, 10124 Berlin
 Tel.: 030 24000-0, Fax: 030 2400 0-330
 info@auma.de
 www.auma.de

Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e.V. (BBK)

Wilhelmstraße 50, 10117 Berlin
 Tel.: 030 2640970, Fax: 030 28099305
 info@bbk-bundesverband.de
 www.bbk-bundesverband.de

Bundesverband deutscher Galerien und Editionen e.V. (BVDG)

Dessauer Straße 32, 10963 Berlin
 Tel.: 030 263922-980, Fax: 030 263922-985
 info@bvdg.de
 www.bvdg.de

Bundesverband deutscher Kunstversteigerer (BDK) e.V.

Friedrichstraße 45, 65185 Wiesbaden
 Tel.: 0611 360-0833, Fax: 0611 360-2286
 service.kunstversteigerer.de

Deutscher Künstlerbund e.V.

Rosenthaler Straße 11, 10119 Berlin
 Tel.: 030 265522-81, Fax: 030 265522-83
 info@kuenstlerbund.de
 www.kuenstlerbund.de

Deutscher Kunstrat

Sektion des Deutschen Kulturrates
 c/o BBK-Bundesgeschäftsstelle
 Wilhelmstraße 50, 10117 Berlin
 Tel.: 030 2640970, Fax: 030 28099305
 kunstrat.kulturserver-nrw.de

Stiftung Kunstfonds zur Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst

Weberstraße 61, 53113 Bonn
 Tel.: 0228 91534-11, Fax: 0228 91534-41
 info@kunstfonds.de
 www.kunstfonds.de

ver.di – Fachgruppe Bildende Kunst

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
 Tel.: 030 6956-2327, Fax: 030 6956-3656
 kunst@verdi.de
 kunst.verdi.de

Markt für darstellende Künste**Bundesverband Freier Theater e. V.**

Lister Meile 27, 30161 Hannover
 Tel.: 0511 35-35486, Fax: 0511 35-30169
 service@freie-theater.de
 www.freie-theater.de

Deutscher Bühnenverein e. V.

St.-Apern-Straße 17–21, 50667 Köln
 Tel.: 0221 20812-0, Fax: 0221 20812-28
 debue@buehnenverein.de
 www.buehnenverein.de

Fonds Darstellende Künste e. V.

Schönhauser Allee 73, 2. Hof, Eingang f, 2. Etage
 10437 Berlin
 Tel.: 030 400579-72/-78, Fax: 030 400579-84
 info@fonds-daku.de
 www.fonds-daku.de

IDS Interessenverband Deutscher Schauspieler e. V.

Bayerisches Filmzentrum, Bavariafilmplatz 7, Geb. 49
 82031 Grünwald-Geiseltal
 Tel.: 089 64981-236, Fax: 089 64981-333
 info@ids-ev.eu
 www.ids-ev.eu

Rat für darstellende Kunst und Tanz

c/o Deutscher Bühnenverein – Bundesverband der Theater und Orchester
 St.-Apern-Straße 17–21, 50667 Köln
 Tel.: 0221 2081-20, Fax: 0221 2081-228
 debue@buehnenverein.de
 www.buehnenverein.de

ver.di – Fachgruppe Darstellende Kunst

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
 Tel.: 030 6956-2327, Fax: 030 6956-3656
 darstellende-kunst@verdi.de
 www.verdi.de

Musikwirtschaft

Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e. V. (bdv)

Lenhartzstraße 15, 20249 Hamburg
Postfach 20 23 64, 20216 Hamburg
Tel.: 040 460-5028, Fax: 040 4688-1417
idkv@idkv.com
www.idkv.com

Bundesverband Musikindustrie e.V.

10117 Berlin
Tel.: 030 590038-0, Fax: 030 590038-38
info@musikindustrie.de
www.musikindustrie.de

Deutsches Musikinformationszentrum

Weberstraße 59, D-53113 Bonn
Tel.: 0228 2091-180, Fax: 0228 2091-280
info@miz.org
www.miz.org

Deutscher Musikrat

Weberstraße 59, 53113 Bonn
Tel.: 0228 2091-0, Fax: 0228 2091-200
info@musikrat.de
www.musikrat.de

Deutscher Rock & Pop Musikerverband e. V.

Kolberger Straße 30, 21339 Lüneburg
Tel.: 04131 23303-0, Fax: 04131 23303-15
info@drmv.de
www.drmv.de

Initiative Musik gGmbH

Friedrichstraße 122, 10117 Berlin
Tel.: 030 53147545-0, Fax: 030 53147545-9
mail@initiative-musik.de
www.initiative-musik.de

Popakademie Baden-Württemberg

Hafenstraße 33, 68159 Mannheim
Tel.: 0621 533972-00, Fax: 0621 533972-99
info@pop-akademie.de
www.pop-akademie.de

Union Deutscher Jazzmusiker e. V.

Weberstraße 59, 53113 Bonn
Tel.: 0228 261299, Fax: 0228 93597299
post@udj.de
www.udj.de

Bundesverband der deutschen Musikinstrumentenhersteller e. V.

Brunnenstraße 31, 65191 Wiesbaden
Tel.: 0611 954588-6, Fax: 0611 954588-5
info@musikinstrumente.org
www.musikinstrumente.org

Society of Music Merchants SOMM e. V.

Kurfürstendamm 150, 10709 Berlin
Tel.: 030 285016-54, Fax: 030 285016-01
ralf-geromin@somm.eu
www.somm.eu

Verband der deutschen Musikproduzenten e.V. (mpag)

Orthstraße 24, 81245 München
Tel.: 089 12141517
info@mpa-germany.de
www.mpa-germany.de

Verband Deutscher Musikschaffender VDM

Josefsallee 12, 52074 Aachen
Tel.: 0241 92092-77, Fax: 0241 92092-78
quirini@t-online.de
www.vdm-musik.de

Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V. (VUT)

Fidicinstraße 3, 10965 Berlin
Tel.: 030 530658-56, Fax: 030 530658-58
info@vut-online.de
www.vut-online.de

ver.di – Fachgruppe Musik

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
Tel.: 030 6956-2327, Fax: 030 6956-3656
musik@verdi.de
musik.verdi.de

Pressemarkt**Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. (BVPA)**

Sächsische Straße 63, 10707 Berlin
 Tel.: 030 3249917, Fax: 030 3247001
 info@bvpa.org
 www.bvpa.org

Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e. V.

Händelstraße 25–29, 50674 Köln
 Tel.: 0221 921337-0, Fax: 0221 921337-44
 bvpg@bvpg.de
 www.pressegrasso.de

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V.

Haus der Presse
 Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin
 Tel.: 030 726298-0, Fax: 030 726298-217
 bdzv@bdzv.de
 www.bdzv.de

Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di (dju)

Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
 Tel.: 030 6956-2322, Fax: 030 6956-3657
 dju@verdi.de
 dju.verdi.de

Deutscher Journalisten-Verband e.V.

Pressehaus 2107
 Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin
 Tel.: 030 726279-20, Fax: 030 726279-213
 djv@djv.de
 www.djv.de

Deutscher Presserat

Fritschestraße 27/28, 10585 Berlin
 Postfach 10 05 49, 10565 Berlin
 Tel.: 030 367007-0, Fax: 030 367007-20
 info@presserat.de
 www.presserat.info

FREELENS Verband der Fotojournalistinnen und Fotojournalisten e. V.

Steinhöft 5 – 7, 20459 Hamburg
 Tel.: 040 300664-0, Fax: 040 300664-20
 post@freelens.com
 www.freelens.com

Freischreiber – Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten e. V.

Hobrechtstraße 59, 12047 Berlin
 Tel.: 040 27865283
 mitgliedschaft@freischreiber.de
 www.freischreiber.de

Journalistinnenbund e. V.

Plittersdorfer Straße 58, 53173 Bonn
 Tel.: 0228 3682166, Fax: 0228 4331665
 journalistinnenbund@t-online.de
 www.journalistinnen.de

Stiftung Presse-Grosso

Ettlinger Straße 27, 76137 Karlsruhe
 Tel.: 0721 915114-60, Fax: 0721 915114-61
 info@stiftung-presse-grosso.de
 www.stiftung-pressegrasso.de

Verband Deutscher Lokalzeitungen e. V.

Dovestraße 1, 10587 Berlin
 Tel.: 030 398051-50, Fax: 030 398051-51
 info@lokalpresse.de
 www.lokalpresse.de

Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. (VDZ)

Haus der Presse,
 Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin,
 Tel.: 030 726298-0, Fax: 030 726298-103
 info@vdz.de
 www.vdz.de

Rundfunkwirtschaft

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM)

Friedrichstraße 60, 10117 Berlin
 Postfach 08 02 63, 10002 Berlin
 Tel.: 030 2064690-0, Fax: 030 2064690-99
 alm@alm.de
 www.alm.de

Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM)

Albrechtstraße 10 A, 10117 Berlin
 Postfach 640144, 10047 Berlin
 Tel.: 030 27576-0, Fax: 030 27576-400
 bitkom@bitkom.org
 www.bitkom.org

Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT)

Stromstraße 1, 10555 Berlin
 Tel.: 030 39880-0, Fax: 030 39880-148
 info@vpert.de
 www.vperrt.de

Software-/Games-Industrie

Bundesverband der Entwickler von Computerspielen e. V. (G.A.M.E.)

Schönhauser Allee 10–11, 10119 Berlin
 Tel.: 030 44318-668, Fax: 030 44318-679
 oehler@game-bundesverband.de
 www.game-bundesverband.de

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V. (BIU)

Rungestraße 18, 10179 Berlin
 Tel.: 030 2408779-0, Fax: 030 2408779-11
 info@biu-online.de
 www.biu-online.de

Werbemarkt

Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG)

Marienstraße 24, 10117 Berlin
 Tel.: 030 804097-33, Fax: 030 804097 34
 info@dprg.de
 www.dprg.de

Deutscher Werberat

Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
 Tel.: 030 590099-700, Fax: 030 590099-722
 werberat@werberat.de
 www.werberat.de

Fachverband für Sponsoring e. V. (FASPO)

Rödingsmarkt 43, 20459 Hamburg
 Tel.: 040 609508-33, Fax: 040 609508-34
 info@faspo.de
 www.faspo.de

Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GAW) e. V.

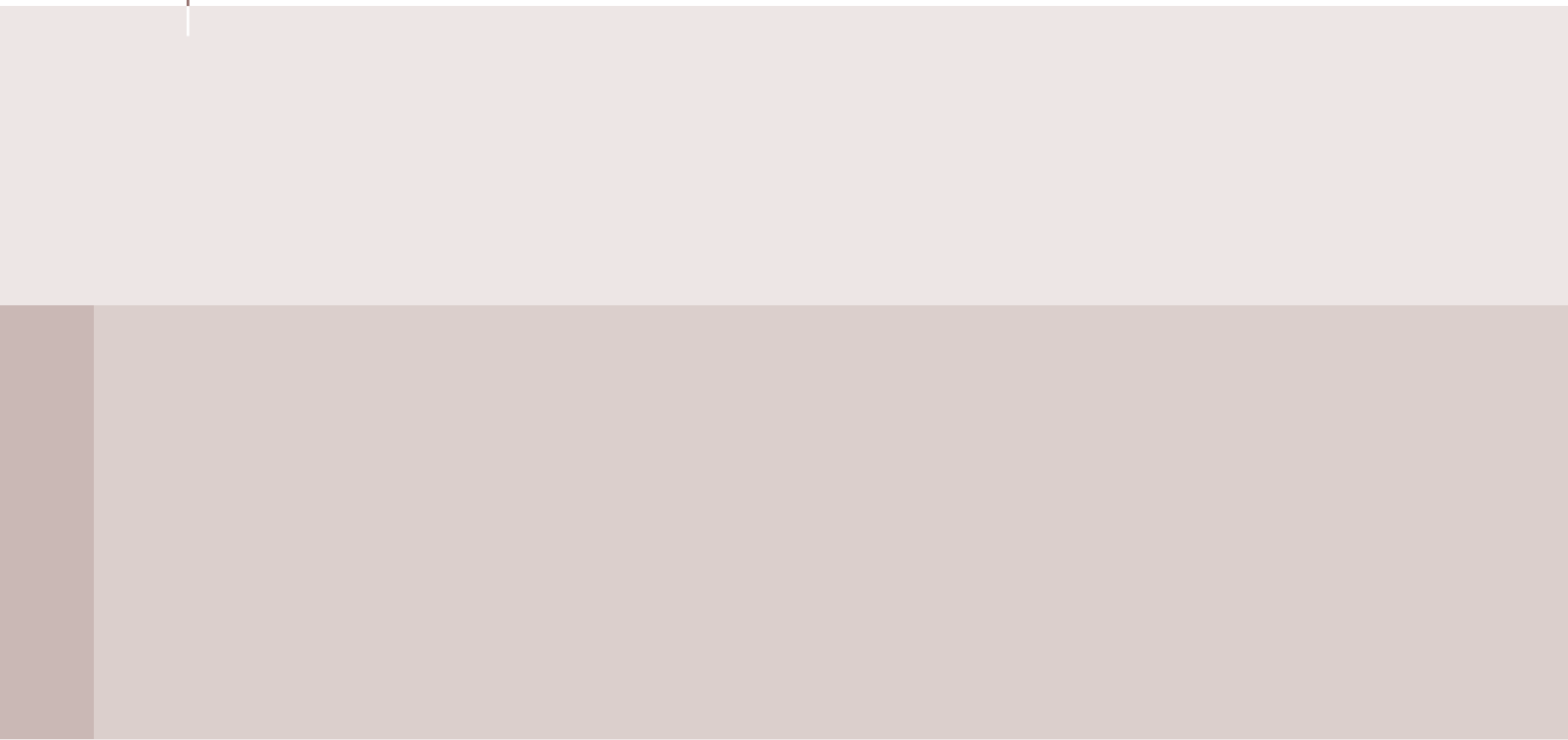
Friedensstraße 11, 60311 Frankfurt am Main
 Tel.: 069 256008-0, Fax: 069 236883
 info@gwa.de
 www.gwa.de

Kommunikationsverband

Kattunbleiche 35, 22041 Hamburg
 Tel.: 040 419177-87, Fax: 040 419177-90
 geschaeftsstelle@kommunikationsverband.de
 www.kommunikationsverband.de

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW)

Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
 Tel.: 030 590099-700, Fax: 030 590099-722
 zaw@zaw.de
 www.zaw.de



Bestellfax

Bundesministerium für
Wirtschaft und Technologie
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin

Bestellungen:
Telefon: 01805 77 80 90
(0,14 Euro/Min. aus den Festnetzen und
max. 0,42 Euro/Min. aus den Mobilfunknetzen)
Mail: publikationen@bundesregierung.de

Name/Vorname

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Telefonnummer für evtl. Rückfragen

Abweichende Versandanschrift

- Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit**
- CD-ROM „Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen“**
- Weltweit Aktiv**
- Wirtschaftliche Förderung**

GründerZeiten

- Nr. 1: „Existenzgründung in Deutschland“
- Nr. 2: „Existenzgründerinnen“
- Nr. 3: „Forschung und Entwicklung“
- Nr. 4: „Franchising“
- Nr. 5: „Umweltschutz“
- Nr. 6: „Existenzgründungsfinanzierung“
- Nr. 7: „Kapitalbedarf und Rentabilität“
- Nr. 8: „Verhandlungen“
- Nr. 9: „Export“
- Nr. 10: „Gründungen durch Migranten“
- Nr. 11: „Kooperationen“
- Nr. 12: „Hochschulabsolventen als Existenzgründer“
- Nr. 13: „Leasing“
- Nr. 14: „Insolvenz und Neustart“
- Nr. 15: „Personal“
- Nr. 16: „Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit“
- Nr. 17: „Gründungskonzept“
- Nr. 18: „Förderungsmanagement“
- Nr. 19: „Arbeits- und Gesundheitsschutz“
- Nr. 20: „Marketing“
- Nr. 21: „Beteiligungskapital“
- Nr. 22: „Krisenmanagement“
- Nr. 23: „Controlling“
- Nr. 24: „Betriebliche Versicherungen“
- Nr. 25: „Kostenrechnung“
- Nr. 26: „Brancheninformationen“
- Nr. 27: „Sicherheiten und Bürgschaften“
- Nr. 28: „Preisgestaltung“
- Nr. 29: „Internet“
- Nr. 30: „Aus- und Weiterbildung“
- Nr. 31: „Liquidität“
- Nr. 32: „Beratung“
- Nr. 33: „Rechtsformen“
- Nr. 34: „Steuern“
- Nr. 35: „Recht und Verträge“
- Nr. 36: „Anmeldungen und Genehmigungen“
- Nr. 37: „Kunden gewinnen“
- Nr. 38: „Buchführung“
- Nr. 39: „Gründungsideen entwickeln“
- Nr. 40: „Patente und andere Schutzrechte“
- Nr. 41: „Persönliche Absicherung“
- Nr. 42: „Standortwahl“
- Nr. 43: „Gründerwettbewerbe und -initiativen“
- Nr. 44: „Kleingründungen“
- Nr. 45: „Freie Berufe“
- Nr. 46: „Unternehmensbeurteilung/Rating“
- Nr. 47: „Qualitätsmanagement“
- Nr. 48: „Handwerk“
- Nr. 49: „Jahreserfolgsrechnungen“
- Nr. 50: „Organisation“
- Nr. 51: „Existenzgründungstipps für Künstler und Publizisten“
- Nr. 52: „Gründungen durch Ältere“
- Nr. 53: „Existenzgründungen im Handel“
- Nr. 54: „Ziele setzen – Strategien entwickeln“
- Nr. 55: „Existenzgründungen im sozialen Bereich“
- Nr. 56: „Wirtschaft in der Schule“



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.