



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit

Wirtschaftspolitik für Kunst und Kultur

Tipps zur Existenzgründung für
Künstler und Publizisten



Inhalt

	Seite
1. „Unternehmen“ Kunst?	4
2. Künstler und Publizisten = Freiberufler	9
Unterschied: Gewerbe – Freie Berufe	
3. Die Entscheidung	10
Persönliche und berufliche Voraussetzungen für die Selbständigkeit	
4. Hilfestellung auf dem Weg in die berufliche Selbständigkeit	14
Beratungseinrichtungen für Freiberufler	
5. Allein oder gemeinsam?	18
Teamgründung – Büro-/Ateliergemeinschaft/Rechtsformen	
6. Fahrplan in die Selbständigkeit	24
Vorbereitung des Unternehmenskonzeptes	
7. Von der Kunst leben?	26
Lebenshaltungskosten berechnen – Honorare kennen	
8. Wie kann ich mein Vorhaben finanzieren?.....	31
Öffentliche Förderprogramme – Künstlerförderung – Sponsoring	
9. Welche Steuern muss ich zahlen?	45
Einkommensteuer – Umsatzsteuer	
10. Was muss ich über Urheberrechte wissen?	48
Urheberrechte – Verwertungsgesellschaften	
11. Welche persönliche und unternehmerische Absicherung benötige ich?	50
Künstlersozialversicherung – berufliche Absicherung	
12. Die Tür zum Auftraggeber öffnen	56
Tipps für den Einstieg je nach Sparte	
13. Kunst auf Reisen	74
Transport von Kunstwerken im Bereich bildende Kunst	
Weiterführende Adressen und Publikationen	76

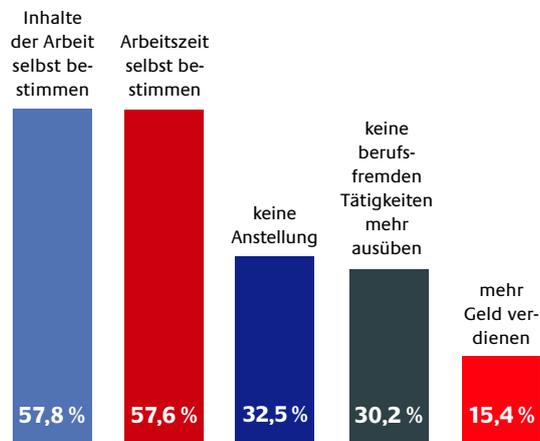
1. „Unternehmen“ Kunst?

EIN UNTERNEHMEN BAUEN IST SO KREATIV
WIE EIN BILD MALEN ODER EIN BUCH SCHREIBEN.

Phil Knight, amerikanischer Unternehmer, Gründer und Chef von Nike
(Sportartikel)

Wer mit dem Gedanken spielt, seine Kreativität in bare Münze umzuwandeln, ohne dabei fest angestellt zu sein, wird damit zum Existenzgründer. Schon bei den ersten Fragen wie beispielsweise: „Wer würde meine Werke, meine Publikationen kaufen? Wie viel muss ich monatlich verdienen, um davon leben zu können? Wie biete ich meine Leistung an?“ handelt es sich um klassische unternehmerische Fragen. Auch die Gründe, warum sich Künstler und Publizisten selbständig machen, unterscheiden sich nicht allzu sehr von denen anderer Unternehmensgründerinnen und -gründern:

Gründe für die Selbständigkeit bei Künstlern und Publizisten



Quelle: IMU-Institut, zwei Befragungen von 311 freiberuflichen Künstlern und Publizisten, die das Mediafon-Beratungsangebot der ver.di in Anspruch genommen haben (München 2001 und 2002).

Mehr Selbständige in künstlerischen und publizistischen Berufen

Dass die Zahl der selbständigen Publizisten, Dolmetscher und Übersetzer sowie der bildenden Künstler zugenommen hat, liegt nicht zuletzt auch an den gestiegenen Arbeitslosenzahlen. Bekanntermaßen sind Arbeitsplätze in Kunst und Kultur dünn gesät, so dass den „Kreativen“ oftmals nur die berufliche Selbständigkeit als

Perspektive bleibt. Tatsächlich liegt die Zuwachsrate der Selbständigen für den Zeitraum 1996 bis 1998 in künstlerischen und publizistischen Berufen mit 9,3 Prozent sogar über der freien Berufe (8,2 Prozent). Ein weiterer Grund dafür ist die ebenfalls gestiegene Nachfrage nach künstlerischen und publizistischen Leistungen.¹⁾

Gute Perspektiven in neuen Feldern

Künstlerische und publizistische Leistungen werden sowohl von der öffentlichen Hand als auch von privaten Auftraggebern und Unternehmen nachgefragt. Bei Letzteren sind es vor allem die Verlags- und Werbebranche, die Rundfunk- und Fernsehanstalten sowie die Hersteller bespielter Bild- und Tonträger, die selbstständige künstlerische und publizistische Leistungen nachfragen. Gute Perspektiven haben dabei vor allem diejenigen Künstler und Publizisten, die technologische Neuerungen integrieren und auf aktuelle Trends reagieren. Dies trifft beispielsweise auf Designer, Multimediaautoren, Script-Writer oder Dialogautoren zu²⁾. Obwohl technisch aktuell, steckt der Markt für Medien- bzw. Netzkünstler allerdings bislang noch in den „Kinderschuhen“. Hier fehlt es an Vermarktungsstrategien, die es den Künstlerinnen und Künstlern erlauben, ihre virtuellen Werke auch tatsächlich zu verkaufen.

So unterschiedlich die Bedingungen der verschiedenen Kunstsparten auch sind, unter dem Strich ist der Markt für alle freischaffenden Künstler und Publizisten nach wie vor relativ

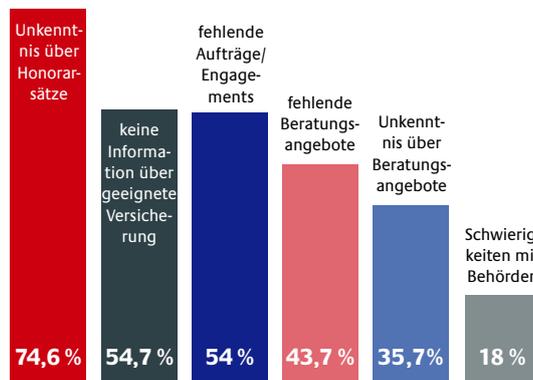
1 und 2) Kräuter, Maria: Existenzgründung in Kultur- und Medienberufen. Schriften der Ludwig-Sievers Stiftung, Diss. Köln 2002; Bezug über Institut für Freie Berufe, Nürnberg, (www.ifb.uni-erlangen.de) siehe hierzu auch Hummel, Marlies: Volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst, Kultur und Medien. Gutachten im Auftrag des Kulturbeauftragten der Bundesregierung (München 2000). Hummel, Marlies: Volkswirtschaftliche Auswirkungen einer gesetzlichen Regelung des Urhebervertragsrechts – Fallstudie Rundfunk. In ZUM Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, München 8/9 2001.

eng, das Angebot umso größer. Wer sowohl seine kreativen als auch seine unternehmerischen Fähigkeiten professionell entwickeln kann, hat hier zweifellos die besseren Chancen. Das bedeutet: sich regelmäßig informieren, Ausstellungen besuchen, Feuilletons, Fachliteratur und Veranstaltungen zur Kenntnis nehmen, unterschiedliche Trends erkennen, mit Kolleginnen und Kollegen, Redakteuren, Lektoren, Galeristen, Kunst- und Kulturbeauftragten reden, Termine einhalten, Briefe schreiben und immer wieder Kontakte aufbauen, pflegen und ausbauen.³⁾

Besonderer Beratungsbedarf

Dabei ist deutlich, dass der Weg in die Selbständigkeit eher ein „Hürdenlauf“ und weniger ein „Spaziergang“ ist. Eine Existenzgründung, ganz gleich in welcher Branche, ist immer ein Wagnis, dessen Erfolg von verschiedenen Faktoren abhängt. In erster Linie aber von der Gründerin, dem Gründer selbst. Eine Befragung von 93 freiberuflichen Künstlern und Publizisten hat deren besondere Probleme während des Gründungsprozesses ermittelt:

Besondere Probleme während der Gründung



Quelle: IMU-Institut, zwei Befragungen von 311 freiberuflichen Künstlern und Publizisten, die das mediafon-Beratungsangebot der ver.di in Anspruch genommen haben (München 2001 und 2002).

Keine oder zu wenig Informationen sind das größte Problem für angehende freischaffende Publizisten und Künstler, trotz der zahlreichen Existenzgründungsberatungsstellen, Wirtschaftsförderungseinrichtungen, Informations- und

Beratungsangebote der Berufsverbände und der ver.di, Fachbereich Medien. In der Kommunikation zwischen Künstlern und Wirtschaftsförderungseinrichtungen können besondere Probleme auftreten, stellt eine Untersuchung zur Situation von Künstlerinnen und Künstlern in Nordrhein-Westfalen fest⁴⁾.

Einerseits fühlen sich Künstler von diesen Beratungseinrichtungen nicht angesprochen, weil sie sich nicht als „Existenzgründer“ betrachten. Andererseits stellen sich die Beratungseinrichtungen nicht unbedingt auf die besonderen Bedürfnisse dieser Gruppe ein und haben nicht selten selbst Schwierigkeiten, im freischaffenden Künstler oder Publizisten den angehenden Kleinunternehmer zu sehen. Ein doppeltes Dilemma: Denn gerade Künstler und Publizisten tun sich in Sachen Professionalisierung im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen besonders schwer und benötigen daher eine besondere Betreuung.

Kunst der Selbständigkeit

Die Vorstellung, nicht nur als kreativ denkender und schaffender Mensch, sondern auch als geschäftstüchtiger kühler Rechner aufzutreten, behagt nicht jedem „Kreativen“. Nach „draußen“ zu gehen und sich selbst und seine Arbeit zu vermarkten, kostet gerade in der Anfangsphase viel Überwindung. Herausforderungen stellen auch neue künstlerische Trends im Multimediabereich dar: Wie lässt sich virtuelle Kunst ausstellen, vermarkten und verkaufen? Wer sich dafür entschieden hat, tatsächlich von seiner künstlerischen oder publizistischen Arbeit leben zu wollen, sollte alle Erfolgchancen nutzen und sich auch mit der „Kunst der Selbständigkeit“ beschäftigen. Denn professionelles Arbeiten heißt nicht nur, fachlich gut zu sein und sich weiterzuentwickeln, sondern auch den Markt zu kennen und sich gekonnt in ihm zu bewegen. Wünschenswert und notwendig wäre daher ein Selbstverständnis, das nicht nur die künstlerische und publizistische Leistung, sondern auch das dazugehörige unternehmerische Handeln als Ausdruck von Kreativität betrachtet.

3) Siehe hierzu auch: Thomas Rübke: Kunst und Arbeit. Künstler zwischen Autonomie und sozialer Unsicherheit. Hrsg.: Kulturforum der Sozialdemokratie und der Philip-Morris-Kunstförderung, Klartext Verlag 2000.

4) Marlies Hummel: Kulturelle Gründerzentren. Untersuchung im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen und des Ministeriums für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, 2001.



„ES GIBT KEINE UNVERMARKTBARE KUNST.“

Henrik Mayer, Martin Keil (links)
REINIGUNGSGESELLSCHAFT, Dresden
www.reinigungsgesellschaft.de

**Worin besteht Ihre künstlerische Tätigkeit?
Was machen Sie?**

Henrik Mayer: Wir arbeiten ausschließlich in Projekten. Zu denen laden wir auch in wechselnder Besetzung Künstler ein. Dabei geht es um Videos, Aktionen und Ausstellungen, die wir zum Aufbau von Netzwerken nutzen. Wir wollen Kommunikationsräume schaffen, die mittels künstlerischer Aktionen geöffnet werden. Unser derzeit laufendes Projekt nennt sich ARBEITSGEIST. Das wird nicht in klassischen Galerieräumen präsentiert, sondern zum Beispiel im Arbeitsamt. Es geht uns um Fragestellungen wie: Was kann ein Künstler zur Umgestaltung der Arbeitsgesellschaft beitragen? Wie reflektiert er das? Wie kann er eine Gesprächsebene schaffen, die versucht, Kontakte zu weiteren Zielgruppen herzustellen? Wie ist zum Beispiel das Feedback aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik? Und wie kann man kooperieren? Zum Beispiel auch mit Erwerbslosen und Mitarbeitern des Arbeitsamtes? Dieser Netzwerkgedanke steht für uns im Vordergrund.*)

*) Siehe auch „Forum Unternehmens Kultur. Perspektiven für Kunst und Wirtschaft – eine Umfrage mit deutschen Großunternehmen.“ Projektgruppe REINIGUNGSGESELLSCHAFT, www.forumunternehmenskultur.de

Sie sind freischaffende Künstler. Wie haben Sie sich auf Ihre Selbständigkeit vorbereitet?

Martin Keil: Die REINIGUNGSGESELLSCHAFT gibt es seit 1996. Damals haben wir noch beide in Dresden an der Kunstakademie studiert. Wir wollten die REINIGUNGSGESELLSCHAFT aber von Anfang an kommerziell betreiben und haben uns ganz bewusst dafür entschieden, von unserer Kunst zu leben.

Während des Studiums haben wir uns nicht besonders gut auf die Selbständigkeit vorbereitet, obwohl wir den Bedarf dafür gesehen haben. Wir haben uns daher nach Abschluss unseres Kunststudiums an der Verwaltungsakademie Dresden in die zweijährige Lehrveranstaltung „Kulturmanagement“ eingeschrieben. Wir waren übrigens die einzigen Künstler. Die anderen Teilnehmer kamen alle aus der Verwaltung. Für mich war diese Veranstaltung aber wichtig, um zum Beispiel etwas über Steuern oder Unternehmensformen zu erfahren.

Ein wichtiger Punkt für jeden Existenzgründer ist, Aufträge zu bekommen, Auftraggeber zu finden. Wie war das bei Ihnen?

Henrik Mayer: Der normale Weg in der bildenden Kunst führt ja eigentlich zum Galeristen. Das sind die Leute, die kommunizieren, auf Messen gehen usw. Das spielt bei uns keine große Rolle. Auf dem Gebiet haben wir auch nicht die Umsätze. Wir sind vielmehr daran interessiert, das selbst in die Hand zu nehmen und uns selbst zu vermarkten. Der Vorteil ist eine gewisse Unabhängigkeit, sich eigene Strukturen aufzubauen. Das ist natürlich auch schwieriger und ein großes Abenteuer. Es ist aber auch verlockender, als in den klassischen Kunstmarkt mit seinen festen Strukturen zu gehen.

Martin Keil: Die Akquise von Kunden spielt für uns deshalb eine sehr große Rolle. Zu unseren Auftraggebern gehören zum Beispiel Unternehmen und Kommunen, zu denen wir telefonisch und schriftlich Kontakt aufnehmen und unser Anliegen für eine Kooperation deutlich machen. Zuvor muss man natürlich schon eine klare Vorstellung davon haben, um was für ein Produkt es eigentlich geht und wer Interesse daran haben könnte. Das spielt bei allen Überlegungen natürlich eine Rolle. Eine gründliche Recherche ist wichtig, um festzustellen, wo es gemeinsame Schnittstellen gibt. Aber auch wo der Nutzen für das Unternehmen liegt, in die REINIGUNGSGESELLSCHAFT zu investieren. Wir versuchen vor allem die Gemeinsamkeiten zu sehen. Bei unserer Ausstellung im Arbeitsamt transportieren wir zum Beispiel auch eine Menge Inhalte: Wandel der Arbeitsgesellschaft, Flexibilisierung von Arbeitsmärkten, wo einfach auch vom Arbeitsamt ein gewisses Interesse besteht, dass diese Themen kommuniziert werden.

Zum Thema „Geld“: Wie finanzieren Sie Ihre Projekte?

Henrik Mayer: Das ist eigentlich auch schon Inhalt unserer künstlerischen Praxis, sich um die Finanzierung des Projektes zu kümmern. Das ist so sehr verquickt, dass man es eigentlich schlecht einem Vermittler überlassen kann. Wir betreiben zum Beispiel auch eine ziemlich umfangreiche Akquise von Sponsoren. Da gehen wir offensiv auf Unternehmen zu, um uns Teile der technischen Ausrüstung, Büromaterial oder auch Geld sponsern zu lassen.

Thema Verträge: Worauf achten Sie bei der Abwicklung von Aufträgen?

Martin Keil: Das ist etwas, was wir gelernt haben. Am Anfang lief das eigentlich ganz gut. Bis dann einmal ein Großauftrag weggefallen ist, nicht zuletzt deshalb, weil die Vertragslage nicht eindeutig war. Die Konsequenz für uns ist, dass wir bei größer dimensionierten Projekten immer Verträge abschließen, damit zum Beispiel klar ist, dass das Urheberrecht bei uns bleibt. Oder auch die Laufzeit für die Nutzung des Werkes. Und natürlich die Zahlungsmodalitäten.

Sie leben ausschließlich von Ihrer Kunst. Können Sie eigentlich Ihr Geschäftsjahr planen?

Henrik Mayer: Wir planen jetzt schon bis 2006. Wenn man von seiner Kunst leben will, muss man das einfach kalkulieren und Projekte akquirieren, die bis zwei Jahre in die Zukunft gehen. Das ist für viele nicht vorstellbar im kreativen Bereich, aber darauf muss man sich einstellen.

Martin Keil: Wenn man das gründlich macht, kann man unter Umständen auch auf einige Projekte verzichten, wenn diese aus irgendwelchen Gründen nicht zustande kommen. Es ist ja auch so, dass wir nicht bei allen Aktionen von vornherein wissen, was wir verdienen oder ob wir was verdienen. Für uns sind aber auch Projekte wichtig, mit denen sich zwar wenig verdienen, aber dafür eine gewisse Öffentlichkeit herstellen lässt. Uns ist auch wichtig, dass unsere Gedanken umgesetzt werden.

Gab es denn auch besondere Probleme, die Ihnen auf dem Weg in die Selbständigkeit begegnet sind?

Martin Keil: Die Zahlungsmoral der Kunden ist ein Problem. Wir haben zum Beispiel einen konkreten Fall, wo kein Vertrag abgeschlossen wurde. Nun ist ein Teil der Kosten nicht bezahlt worden. Was macht man dann? Man schickt die erste Mahnung, die zweite Mahnung, und wenn das auch nichts hilft, geht man zum Amtsgericht. Die Urkunde wird zugestellt und dann ein Anwalt eingeschaltet. Probleme sind dazu da, um gelöst zu werden.

Mit welchen unternehmerischen Aufgaben sollten sich Ihrer Meinung nach Nachwuchskünstler auf dem Weg in die Selbständigkeit vertraut machen?

Henrik Mayer: Eigentlich mit all dem, was in der klassischen Kunstausbildung nicht vermittelt wird. Das heißt, wirtschaftliche und juristische Grundlagen, was letztendlich auch dem selbständigen freischaffenden Künstler hilft, sein Leben zu gestalten.

Was auch wichtig ist, gerade für Künstler: die eigene soziale Kompetenz zu vermarkten. Der Beruf bringt es mit sich, dass man einen großen Bekanntenkreis hat, so dass man sich darüber auch ganz gut vermarkten kann.

Ich denke ohnehin, dass der Künstler von seinem Berufsbild her schon ganz gut auf die Selbständigkeit eingestellt ist. Diese Risikobereitschaft ist ja auch da, wenn ich ein Werk schaffe. Der Typus des Unternehmers ist eigentlich schon im Künstler mit angelegt. Ich sehe darin eine große Gemeinsamkeit. Er muss improvisieren können: Wenn was schief geht, zum Beispiel ein Sponsor abspringt, muss er sich überlegen: Wie bringe ich das Projekt trotzdem zu Ende? Wo kann ich Kosten senken? Wen spreche ich an? Man ist ja auch ständig am Dirigieren, man muss sehr wachsam bleiben, um sich diese Form der Freiheit auch zu bewahren.

Martin Keil: Ich würde sogar noch weitergehen und sagen, dass viele Unternehmer von Künstlern lernen können, zum Beispiel was die Motivation angeht. Der Künstler hat eine hohe Eigenmotivation, seine Sachen durchzuziehen. Auch wenn er überhaupt nichts verkauft, geht er trotzdem keinen Kompromiss ein.

Ist diese Kompromisslosigkeit denn sinnvoll?

Henrik Mayer: Ich gehe davon aus, dass jedes Produkt auch einen Markt findet. Es gibt keine unvermarktbar Kunst. Ich würde es nicht befürworten, dass ein Künstler sich verbiegt, um sich zu verkaufen. Das ist auch nicht notwendig. Es gehört einfach ein gewisses Durchhaltevermögen dazu, sich da auch ein Stück treu zu bleiben. Darin besteht natürlich auch die Eigenmotivation.

Wenn die Vermarktung nicht klappt, dann funktioniert eine bestimmte Stelle nicht, z. B. der Verkauf. Dann liegt es vielleicht am Galeristen. Oder es wird keine Werbung gemacht. Wenn das Marketing nicht klappt, muss man halt suchen, wo der Fehler ist. Da gibt es in jedem Fall plausible Antworten.

Haben Sie bei Ihren Produkten auch schon erlebt, dass das Marketing nicht geklappt hat?

Martin Keil: Ja, natürlich. Wir hatten zum Beispiel festgestellt, dass wir einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht haben, aber eigentlich nicht bekannt ist, dass wir auch Produkte verkaufen. Da haben wir gesagt: „O.k., wir eröffnen einen Online-Shop, verbinden das mit unserer Homepage, so dass darüber auch kommuniziert wird.“

Trennen Sie eigentlich zwischen Ihrer künstlerischen und Ihrer unternehmerischen Arbeit?

Martin Keil: Nein, das ist eine organische Einheit. Wenn wir unser Unternehmen „Reinigungsgesellschaft“ in Institutionen oder Wirtschaftsunternehmen vorstellen, kommt es manchmal schon zu Irritationen. Eigentlich beginnt hier schon unser künstlerischer Ansatz, neue Zielgruppen zu entdecken und in unsere Projekte einzubinden.

2. Künstler und Publizisten = Freiberufler

„ES SIND LÖCHER NUR?
DOCH VON HENRY MOORE.“

Stanislaw Jerzy Lec (1909–1966), polnischer Schriftsteller

Was sind Freiberufler?

Im Gegensatz zu oder – besser gesagt – mehr noch als bei selbständigen Gewerbetreibenden und Handwerkern kommt es bei den Freien Berufen auf die Person des Selbständigen an. Freiberufler erbringen ihre Leistungen persönlich, eigenverantwortlich und fachlich unabhängig. Dies trifft vor allem auf die kreativen Berufe zu, bei denen die Leistung, das Werk, der Text nicht von der Person des Selbständigen zu trennen ist.

Auch wenn daher eine Vielzahl der künstlerischen und publizistischen Berufe den Freien Berufen zugeordnet werden, kann es bei dem ein oder anderen Fall Zweifel geben. Aus steuerlichen und sozialversicherungsrechtlichen Gründen sollten Sie daher frühzeitig die beiden folgenden Fragen klären:

1. Sind Sie künstlerisch, kunsthandwerklich oder kunstgewerblich tätig?

Diese Abgrenzung ist nicht immer ganz einfach zu treffen. 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. Sollten Sie sich nicht sicher sein, erkundigen Sie sich bei Ihrem Finanzamt, Berufsverband oder der Künstlersozialversicherung.

2. Sind Sie tatsächlich selbständig tätig oder eher abhängig beschäftigt?

Journalisten, Autoren, Bildhauer, Fotografen, Komponisten oder Übersetzer, Solisten und eine Reihe anderer Berufsgruppen gelten als selbständig, wenn sie z. B. für verschiedene Produktionen – auch bei nur einem Auftraggeber – jeweils einzelne Verträge abschließen.

Dennoch: Sollten Sie sich nicht im Klaren darüber sein, ob Sie tatsächlich selbständig oder eher abhängig beschäftigt bzw. scheinselfständig sind, wenden Sie sich an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte (BfA). Die BfA hat eine Clearingstelle eingerichtet, um diese Fragen individuell zu klären (Adresse S. 90).

Als freiberuflicher Künstler oder Publizist

- zahlen Sie Einkommensteuer,
- ermitteln Sie Ihren Gewinn aus einer einfachen Gegenüberstellung von Einnahmen und Ausgaben,
- führen Sie in den meisten Fällen sieben (und nicht 16) Prozent Mehrwertsteuer ab,
- müssen Sie sich in der Künstlersozialkasse versichern.

Freiberufliche Künstler und Publizisten

- benötigen keinen Gewerbeschein,
- zahlen keine Gewerbesteuer,
- müssen keine Genehmigungen beantragen,
- müssen dem Finanzamt keine Bilanzen vorlegen.

Wie wird man Freiberufler?

Rein formal gesehen, ist es ganz einfach: Sind alle Fragen geklärt, benötigen Sie nur eine Steuernummer, die Sie beim zuständigen Finanzamt beantragen. Die Steuernummer sollten Sie spätestens vier Wochen nach Aufnahme Ihrer Tätigkeit beantragen. Nach Erhalt sind Sie beim Finanzamt registriert und müssen jedes Jahr Einkommensteuer abführen.

3. Die Entscheidung

MAN SOLLTE DIE DINGE SO NEHMEN,
WIE SIE KOMMEN.
ABER MAN SOLLTE DAFÜR SORGEN,
DASS DIE DINGE SO KOMMEN,
WIE MAN SIE NEHMEN MÖCHTE.

Curt Goetz (1888–1960), deutscher Schauspieler und Schriftsteller

In der Regel können freischaffende Künstler und Publizisten, ganz gleich, ob es sich um Journalisten, Bildhauer oder Schauspieler handelt, sofort mit ihrer Arbeit starten. Natürlich vorausgesetzt, sie haben Aufträge. Viele sind darauf angewiesen, eine Zeit lang noch einen Nebenjob auszuüben: vom Taxifahren bis zur Lehrtätigkeit an der Hochschule.

Gerade bei den gering qualifizierten Nebenjobs besteht allerdings das Risiko, weiter vor sich hin zu werkeln, anstatt sich professionell weiterzuentwickeln. Manche sehen in der Selbständigkeit auch nur eine Warteschleife, bis eine gut bezahlte Festanstellung in Sicht ist. Doch die Aussichten auf eine Festanstellung in einem künstlerischen oder publizistischen Beruf sind dünn gesät, und die berufliche Selbständigkeit einfach nur als notgedrungene Alternative zu verstehen, führt meist in die Sackgasse. Sie sollten die Entscheidung sehr bewusst treffen und sich fragen, ob Sie tatsächlich freiberuflich tätig sein wollen und können. Da viele bereits mit Telefon, Fax und Anrufbeantworter und – je nach Sparte – PC, Leinwand, Farben usw. starten können, also keine allzu hohen

Investitionskosten mit der beruflichen Selbständigkeit verbunden sind, ist es für Unschlüssige immerhin einen Versuch wert. Ziehen Sie aber rechtzeitig die Reißleine und setzen Sie sich eine Frist. Wenn Sie zum Beispiel innerhalb eines Jahres immer noch nicht ausschließlich von Ihrer selbständigen Tätigkeit leben können und/oder Sie merken, dass Ihnen die Arbeit und die Ungewissheit, Aufträge zu bekommen, nicht liegen, sollten Sie daran denken, sich beruflich umzuorientieren oder ein zweites berufliches Standbein zu suchen.

Bin ich persönlich für die berufliche Selbständigkeit geeignet?

Eine gute Idee ist zwar wichtig; sie allein bringt aber noch keinen Erfolg. Ebenso wichtig sind Ihre Fähigkeiten, Ihre Idee umzusetzen: das fachliche Können, die Vermarktung, die Weiterentwicklung, das „Am-Ball-Bleiben“ usw.

► Ihre persönliche Einstellung

Als Freiberufler sind Sie – in der Regel – auf sich allein gestellt: Sie müssen Kontakte knüpfen, um Ihre Werke, Ihre Texte zu verkaufen. Sie müssen Termine einhalten und sollten dafür sorgen, dass Ihre Auftraggeber zufrieden sind. Sie sollten auch bei finanzieller Unsicherheit noch ruhig arbeiten und schlafen können. Kurz: Ihre Gründerpersönlichkeit ist gefragt. Mit diesen und weiteren Anforderungen werden Sie als Unternehmerin oder Unternehmer, auch in Sachen Kunst, immer wieder zu tun haben.

► Ihr Verständnis für kaufmännische Zusammenhänge

Bei vielen Freiberuflern handelt es sich um Einpersonunternehmen. Sie erfordern natürlich nicht denselben kaufmännischen Aufwand wie ein Unternehmen mit zehn oder noch mehr Angestellten. Nichtsdestotrotz dürfen Sie keine Angst vor Zahlen haben. Im Gegenteil: Wer um Zahlen lieber einen großen Bogen macht, geht ein großes Risiko ein. Auch wenn Sie Ihre ganze Buchführung an einen Steuerberater geben, müssen Sie den Überblick über Einnahmen und Ausgaben behalten. Der regelmäßige Blick auf die Zahlen hat schon manche Bruchlandung verhindert. Sie können ein guter Musiker, eine Top-Designerin oder ein begnadeter Schauspieler sein: Wenn Sie nicht in der Lage sind, „kühl“ zu rechnen, den Überblick über Ihre Einnahmen und Ausgaben zu behalten und mit Ihren Einnahmen sinnvoll zu haushalten, werden Sie in der Regel – die natürlich durch Ausnahmen bestätigt wird auf Dauer nicht erfolgreich sein.

► Ihr fachliches Können

Wenn Sie Absolventin oder Absolvent einer Musikhochschule, Kunsthochschule oder Journalistenschule sind, haben Sie Ihre Qualifikation schwarz auf weiß. Prüfen Sie aber genau, ob das reicht. Viele Künstler und Publizisten sind zudem nicht selten „fachfremde“ Quereinsteiger. Auch sie müssen sich mit ihren Wettbewerbern messen lassen. Vergleichen Sie sich – möglichst realistisch – mit Künstlern und Publizisten Ihrer Sparte und stellen Sie fest, wo Ihre Stärken und Schwächen liegen.

Weitere Informationen:

Anhaltspunkte dafür, wo Ihre persönlichen Stärken oder Schwächen für eine berufliche Selbständigkeit liegen, können Sie anhand von Tests zur Unternehmerpersönlichkeit durchführen, die zum Beispiel das BMWA in der Broschüre „Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit“ anbietet. Bestelladresse S. 76 oder als PDF-Datei im Internet unter www.bmwa.bund.de oder www.existenzgruender.de



„WER SICH KÜNSTLER NENNT, SAGT NOCH LANGE NICHT, ICH BIN UNTERNEHMER“

Angelika Bühler, Koordinatorin des Career & Transfer Service Centers der Universität der Künste (UdK) Berlin

Das Career & Transfer Service Center der Universität der Künste (UdK) Berlin wird aus den EFRE und ESF-Strukturfonds der Europäischen Union kofinanziert.

Welche Hilfestellung bietet das Career Center?

Das Career Center der UdK hat zwei Säulen. Die eine Säule bietet individuelle Beratung zu den verschiedenen Fragen der Karriereplanung an: Was mache ich nach dem Studium? Wie bewege ich mich im zukünftigen Arbeits- und Berufsleben? Wie bewerbe ich mich? Wie baue ich ein Netzwerk auf? Wie suche ich ein Atelier? Wie finden wir uns in einer GbR zusammen? Soll ich noch einmal ins Ausland gehen? Wage ich es, mich als selbständige Künstlerin, selbständiger Künstler auf dem Markt zu bewegen? Wie akquiriere ich Aufträge und Kunden? Wie finde ich Sponsoren? Brauche ich ein anderes Standbein? Also hier werden wirklich alle Fragen behandelt.

Die zweite Säule des Career Centers ist unser Workshopprogramm „Toolbox for Work and Living“. Diesen Titel haben wir gewählt, weil die Absolventinnen und Absolventen der Universität der Künste sehr viel mehr Arbeit und Leben verbinden als beispielsweise angehende Betriebswirtschaftler. Kreative Arbeit, kreative Prozesse lassen sich nicht auf feste Arbeitszeiten festlegen. Eine 40-Stunden Woche mit einer Arbeitszeit von 9.00 bis 17.00 ist da nicht drin.

Beide Angebote, Beratung und Workshops, stehen übrigens nicht nur Studentinnen und Studenten der UdK, sondern dank eines Kooperationsvertrags, allen Studierenden der vier Berliner Kunsthochschulen zur Verfügung.

Es ist ungewöhnlich, dass sich eine Kunsthochschule auch mit dem Thema Existenzgründung auseinandersetzt. Wie kam es dazu?

Vor allem innerhalb des Workshopprogramms hat das Career Center seit seinem zweijährigen Bestehen eine Veränderung erfahren: Es hat sich herausgestellt, dass im Unterschied zu anderen Career Centern, das Thema „Bewerbung“ bei uns zwar auch eine Rolle spielt, unter anderem deshalb, weil ja an der UdK auch Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation sowie Architektur studiert wird. Aber die Vorbereitungen für eine Bewerbung sehen für unsere Studentinnen und Studenten doch anders aus. Sie müssen nicht nur die üblichen Bewerbungsformalitäten einhalten, sondern auch wesentlich mehr von ihren Fähigkeiten und ihren Arbeiten zeigen, weil sie von einer künstlerischen Hochschule kommen. Darauf haben wir uns eingestellt.

Außerdem hat sich immer mehr herauskristallisiert, dass viele den Weg in die berufliche Selbständigkeit gehen. Viele unserer Architekturabsolventen gründen ein eigenes Büro. Bildende Künstlerinnen und Künstler arbeiten sowieso meistens frei. Musiker und Musikerinnen wünschen sich zwar feste Engagements, aber meist sind es dann doch Honorar- oder Werkverträge. Von daher sind sie auch häufig ihr eigenes Unternehmen. Diese Entwicklung wurde immer deutlicher und deshalb haben wir auf diesen Bedarf reagiert.

Mit welchen Fragen kommen gründungsinteressierte Studenten und Absolventen zu Ihnen und wie helfen Sie konkret weiter?

Dem Thema Existenzgründung nähern wir uns in zwei Schritten. Ich will das an einem Beispiel verdeutlichen: Wenn man sich Künstler oder Künstlerin nennt, sagt man noch lange nicht „Ich bin Unternehmer“ bzw. „Ich bin Unternehmerin“. Und weil man das nicht sagt, setzt man sich auch nicht damit auseinander, was Unternehmensein eigentlich bedeutet. Deshalb bieten wir erst einmal eine Einführung an. Die dreht sich um Fragen wie: Warum ist eine Künstlerin, ein Künstler überhaupt Unternehmer? Was bedeutet es, beruflich selbständig zu sein, also zum Beispiel die finanzielle Unsicherheit, das persönliche Risiko, die Verantwortung für Angestellte usw.

Nach dieser Einführung geht es sehr viel konkreter weiter. Eine unserer Veranstaltungen heißt „Flugticket in die Selbständigkeit zwischen Kunst und Kommerz“. Da geht es zum Beispiel um Steuern, Versicherungen, Businessplan usw. Und natürlich die Frage: Wie positioniere ich mich überhaupt zwischen Kunst und Kommerz?

Was wir weiter ausbauen werden, weil es sehr stark nachgefragt wird, sind juristische Themen, zum Beispiel Verwertungsrecht, Urheberrecht, Schadensvertragsrecht, Werkvertrag, Galerievertrag, GbR. Alle diese Punkte werden von spezialisierten Steuerberatern und Rechtsanwälten in kurzen Info-Veranstaltungen von etwa drei Stunden behandelt. Wichtig ist, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hier Fragen stellen können, die sie sich vielleicht sonst nicht zu stellen trauen. Wie führt man als Newcomer zum Beispiel ein Gespräch mit einer Galeristin bzw. einem Galeristen?

Das Career Center hat eine sehr offene „Komm-Struktur“. Der eine besucht eine Veranstaltung, die andere fünf. Parallel überlegen wir noch, ob wir in Zukunft zusätzlich eine in sich geschlossene Veranstaltungsreihe zum Thema Existenzgründung für Künstlerinnen und Künstler anbieten sollen. Wir schauen auch, was in Berlin sonst noch zum Thema Existenzgründung angeboten wird und vermitteln auch gezielt weiter. Wir kooperieren zum Beispiel mit dem Business-Wettbewerb Berlin-Brandenburg. Die UdK hat z. B. schon einen Preis gewonnen als „Existenzgründer-Hochschule“. Der Vorteil dieser Kooperation besteht für unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer darin, dass sie auch mit den Schwierigkeiten und Anforderungen anderer Berufstätiger bzw. Existenzgründer konfrontiert werden. Da geht es meist um einen ganz anderen Kapitalbedarf, um die Vorbereitung von Bankgesprächen usw. Daraus ergibt sich die Möglichkeit für unsere Absolventinnen und Absolventen „über den Tellerrand zu schauen“ und das ganze „Gründer-Vokabular“, die verschiedenen Strategien aus nächster Nähe anzuschauen und vielleicht auch ihre eigene Unternehmensgründung aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten.

4. Hilfestellung auf dem Weg in die berufliche Selbständigkeit

WAS MAN VON EINER SACHE DENKT,
KANN NIE SO GUT SEIN WIE DAS,
WAS MAN VON EINER SACHE WEISS.

Jean Paul Getty (1892–1976), amerikanischer Ölundustrieller und Milliardär

Wenn Sie Ihr Vorhaben genauer skizziert haben, sollten Sie sich ausführlich beraten lassen. Denn, so hart es auch klingen mag: Zu wenig Informationen führen häufig in die „Pleite“.

Allgemeine Existenzgründungsinformationen bieten die Wirtschaftsministerien der Länder, die Industrie- und Handelskammern, kommunale Wirtschaftsförderer und regionale Gründungsinitiativen. Hier erhalten Sie auch Informationen darüber, wer vor Ort zum Thema Existenzgründung berät, was in ein Unternehmenskonzept gehört und welche Finanzierungsmöglichkeiten es gibt.

Spezielle Informationen beispielsweise zu Honorarsätzen, Vertragsgestaltung, persönlicher und beruflicher Absicherung stellen die meisten Berufsverbände, die Verwertungsgesellschaften sowie die Künstlersozialkasse (siehe S. 76 ff.) zur Verfügung. Eine ausführliche Beratung bieten Berufsverbände meist nur ihren Mitgliedern an. Viele stellen aber auch Informationen im Internet oder in eigenen Publikationen zur Verfügung.

Mediafon, der Beratungsservice der ver.di, Fachbereich Medien, bietet telefonische Beratungsgespräche für Selbständige in Medienberufen sowie umfangreiche Informationen im Internet an (Adresse siehe S. 76).

Erfahrungswissen ist in jedem Fall wichtig. Informieren Sie sich daher auch bei bereits selbständigen „Kolleginnen“ und „Kollegen“. Erkundigen Sie sich beim Bundes- oder Landesverband Ihrer Berufssparte, ob an Ihrem Arbeitsort regelmäßige Treffen, Stammtische, Veranstaltungen usw. stattfinden. Der Kontakt ist besonders wichtig, damit Sie Ihr persönliches Netzwerk aufbauen können, auf das Sie als Selbständiger unbedingt angewiesen sind. Hier finden Sie die „Türöffner“ zu Redakteuren, Galeristen, Agenten usw. Hier erfahren Sie, welche Steuerberater, Anwälte, Berater usw. empfehlenswert sind. Hier erhalten Sie neue Impulse für Ihre Arbeit und können nicht zuletzt auch selbst hilfreiche Tipps geben.

Existenzgründungskurse werden von den Industrie- und Handelskammern und Verbänden durchgeführt. Die Teilnahme ist in der Regel gegen ein geringes Entgelt oder sogar kostenlos möglich. Seminare und gezielte Einzelberatung, zum Beispiel durch Unternehmensberater, werden auch durch die Bundesländer und das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit gefördert.

Das Beratungs-Förderprogramm des Bundes sieht für Beratungen drei verschiedene Möglichkeiten vor¹⁾:

- a) Existenzgründungsberatung vor der Gründung: In diesem Fall beträgt der Zuschuss 50 Prozent der Beratungskosten, maximal aber 1.500 €.
- b) Bestehende Unternehmen können innerhalb von zwei Jahren nach der Gründung Zuschüsse in Höhe von 50 Prozent der Beratungskosten, maximal aber 1.500 € erhalten.
- c) Unternehmen, die länger als zwei Jahre bestehen, haben die Möglichkeit, Zuschüsse zu allgemeinen Beratungen zu beantragen. Der Zuschuss beträgt 40 Prozent der Beratungskosten, maximal aber 1.500 €.

Der Antrag wird nach Abschluss der Beratung und Zahlung der Beratungskosten bei einer sogenannten Leitstelle gestellt, und zwar spätestens bis zum 31. Mai des nach Beginn der Beratung folgenden Jahres.

Weitere Auskünfte beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA). Die Adresse finden Sie auf Seite 76.



„ES REICHT NICHT AUS, GUTE MUSIK ZU MACHEN, MAN MUSS SICH AUCH VERKAUFEN KÖNNEN“

Interview mit Petra Höhn, Fachbereichsleiterin RegioNet und StartUps, Popakademie Baden-Württemberg GmbH, Mannheim

Warum hat das Land Baden-Württemberg die Popakademie gegründet?

Es gab in der deutschen Popmusikbranche bisher wenig fundierte Qualifizierungsangebote. Egal ob Manager, Gründer von Musik-Labels oder professionelle Popmusiker, wer sich im Musikbusiness selbstständig machen wollte, musste nach der Methode „Learning bei Doing“ verfahren oder eine private Ausbildung absolvieren. Das ist jetzt anders, denn mit der Popakademie Baden-Württemberg findet erstmals eine qualifizierte und staatliche anerkannte Ausbildung für die Musikbranche statt. Es hat ja in der gesamten Musikbranche in den letzten Jahren dramatische Umbrüche gegeben. Unternehmen müssen aufgrund der veränderten Marktsituation fusionieren, da die Umsätze weggebrochen sind. Dadurch ist natürlich auch Personal freigesetzt worden. Für Künstler wurden zum Teil Verträge nicht verlängert. Hinzu kommt die kostenlose Downloadmöglichkeit von Songs aus dem Internet oder das Schwarzbrennen von CDs. Die Hochschulen für Musik bieten hier eher Angebote für Studenten der klassischen Musik oder des Jazz. Die Rockstiftung Baden-Württemberg, ein Gemeinschaftsprojekt des

1) Richtlinie vom 19. September 2001

Landes und des damaligen Südwestfunks, hat sich daher bereits vor sechs Jahren das Ziel gesetzt, diese Lücke zu schließen und jungen Bands – ob HipHop, Rock, Punk, Crossover – das notwendige Rüstzeug für eine professionelle Musikerkarriere zu vermitteln. Aus der Rockstiftung ist dann 2003 die Popakademie Baden-Württemberg hervorgegangen.

Welche besonderen Schwierigkeiten haben Gründer in der Musikbranche?

Generell stellen wir fest, dass die Entscheidung, sich selbständig zu machen in der Regel relativ spät fällt. Die meisten haben einen Brotterwerb und arbeiten nebenher in der Musikbranche. Eine solche Anlaufphase ist sicherlich zunächst sinnvoll, um festzustellen, ob man überhaupt damit zurecht kommt, aber in Deutschland ist diese Anlaufphase in der Regel zu lang. Das bedeutet, dass der Sprung in die Selbständigkeit oft nicht bewusst vorbereitet wird.

Speziell bei Musikbands besteht das Problem, dass sie oft nicht erkennen, dass sie untereinander eine Geschäftsbeziehung eingegangen sind. Die meisten denken: Wir machen Musik, wir haben gemeinsame Auftritte, das Geld teilen wir und das war's. Kaum einer der Musiker sieht sich dabei als beruflich Selbständiger bzw. Kleinunternehmer. Die meisten Bands schließen keinen Vertrag untereinander und wenn die Einnahmen dann höher werden, wenn der Songwriter oder der Leadsänger einen größeren Anteil an den Einnahmen fordert, sind die Schwierigkeiten da. Oder wenn einer aussteigt, der ein Großteil des Equipments finanziert hat oder den Bandnamen erfunden hat – was dann? Und was ist, wenn sich das Finanzamt auf einmal meldet? Es herrscht so eine gewisse Naivität. Welche Bandmusiker wissen schon, dass sie – ob sie wollen oder nicht – eine BGB-Gesellschaft sind, in der jedes Mitglied von Gesetzes wegen bestimmte Rechte und Pflichten hat. Also es fehlt ganz einfach das Bewusstsein dafür, dass man als Band ein Kleinunternehmen ist.

Müssen Bands denn wirklich unternehmerisches Know-how lernen? Dafür gibt es doch Manager.

Es gibt leider wenig gute Manager und Agenturen. Das Berufsbild hat in Deutschland keine Tradition, das konnte man bis vor kurzem hier auch nicht lernen. Dabei ist es ein sehr anspruchsvoller Beruf. Ein guter Manager beherrscht Marketing- und Medienstrategien, arbeitet eng mit der Band zusammen, hat gute Kontakte zur Musikbranche, kann mit Zahlen umgehen, führt Verhandlungsgespräche usw. In den USA ist das Berufsbild wesentlich etablierter. Dort haben Bands sogar in der Regel immer zwei Manager: Den Business Manager, der sich um Akquise, Verträge und sogar Fragen der Geldanlage kümmert. Und der Personal Manager, der für die künstlerische Entwicklung der Musiker zuständig ist.

Aber um auf Ihre Frage zurückzukommen: In der Anfangsphase managt sich eine Band oft selbst. Manager investieren nur dann in eine Newcomer-Band, wenn diese auch wirklich Erfolgchancen hat. Und dazu reicht es eben nicht nur aus, gute Musik zu machen, sondern man muss sich auch verkaufen können und da spielt unternehmerisches Know-how schon eine wichtige Rolle.

Und das vermittelt die Popakademie?

An der Popakademie bieten wir für Musiker, Manager, Gründer von Labels oder Tonstudios einen dreijährigen Studiengang in Pop-Musikdesign und Musikbusiness an. Vermittelt werden also sowohl künstlerisches als auch Management-Know-how. Die Popakademie ist übrigens die erste Einrichtung in Deutschland, die mit einem staatlich anerkannten Bachelor abschließt.

Darüber hinaus bietet die Popakademie auch ein Coachingprogramm an.

Ja, im Rahmen unseres 18-monatigen Coachingprogramms „Pop.forum-Bandpool“ haben wir bisher rund 70 Bands betreut. Seit zwei Jahren können sich auch Bands aus dem gesamten Bundesgebiet bewerben. Die Nachfrage ist enorm: 500 Bewerbungen haben wir allein auf unsere letzte Ausschreibung hin erhalten.

Unser Coachingprogramm bietet sowohl Business- als auch Bandberatung an. Dabei arbeiten wir nur mit namhaften Experten aus der Branche zusammen: Produzenten, Marketingexperten, Choreografen usw. Wir achten auf einen sehr hohen Qualitätsstandard, auch um den Teilnehmern deutlich zu machen: Wenn ihr Erfolg haben wollt – das ist die Messlatte! Darüber hinaus vermitteln wir auch Kontakte zum Beispiel zu Fotografen oder Booking Agenturen.

Was muss eine Band tun, um berücksichtigt zu werden?

Bands, die sich bewerben, sollten idealerweise folgendes mitbringen: Sie sollten eigenständige und zukunftsorientierte Musik machen, dazu offen, engagiert und neugierig sein. Sie können aus jeder Stilrichtung kommen, außer Schlager und Jazz. Dann sollten sie live-tauglich sein und regelmäßig on tour gehen. Sie sollten über ein gewisses Management- und Entwicklungspotenzial verfügen und durch ihr Marketingkonzept und ihre Kooperationsbereitschaft überzeugen. Gute Performance und stimmiges Outfit gehören auch dazu. Und schließlich: Alle Bandmitglieder sollten den Ehrgeiz haben, ganz nach oben kommen zu wollen.

Und was erwartet die Bands, die es geschafft haben?

Wir machen zunächst eine Stärken-Schwächen-Analyse. Wo muss nachgebessert werden? Bei den einen fehlt es noch an der Songarbeit, den anderen beim Marketing, den dritten an der Performance. Wir fördern jede Band individuell eineinhalb Jahre lang, um sie auf ein noch professionelleres Niveau zu bringen. Der Band-

pool bringt gezielte Unterstützung von Bandprojekten, baut Kontakte zur Musikbranche auf, arbeitet mit professionellen Coaches zusammen, bietet Workshops mit Input für die eigene künstlerische Arbeit und vermittelt Business Know-how. Auch nach Ablauf der Coachingphase halten wir selbstverständlich Kontakt zu den Musikern und bleiben Ansprechpartner.

Wie sieht Ihre Erfolgsbilanz aus?

Neun Bands kamen bislang bei namhaften Plattenfirmen unter Vertrag und stürmten fünfmal die Single- und dreimal die Albumcharts. Zwei ECHO-Nominierungen sind ebenfalls dabei. Zu den erfolgreichsten Bands gehören u.a. Die Happy, nts, Suit Yourself.

Neu ist die so genannte RegioNet Initiative. Was hat es damit auf sich?

RegioNet haben wir am 1. April 2003 mit dem Start der Popakademie ins Leben gerufen. Wir hatten festgestellt, dass es in Baden-Württemberg zu wenig Anlaufstellen und keinerlei Fördersystem für junge Popmusiker gibt. Nehmen Sie den Sport zum Vergleich: Da gibt es ein Nachwuchskonzept mit einer entsprechenden Förderung. Das wollen wir mit RegioNet ebenfalls erreichen: Der 15-jährige Bassist, der Profimusiker werden und in einer Band spielen will, soll in der Nähe seines Wohnortes eine Anlaufstelle haben.

Wir arbeiten jetzt schon mit fünf Kommunen zusammen und bieten vor Ort Seminare für junge Musiker zu Promotion, GEMA, Medientraining usw. an. Die Resonanz ist sehr groß. Unser Wunsch dabei ist, dass die Popmusik in den Kommunen einen anderen Stellenwert erhält und auch von der Wirtschaftsförderung als das gesehen wird, was sie ist: als Wirtschaftsfaktor.

5. Allein oder gemeinsam?

VEREINIGUNG IST DAS MITTEL,
ALLES ZU KÖNNEN.

Hans A. Pestalozzi (*1929), Schweizer Soziologe und Exmanager (Migros)

Angefangen bei 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. in Ausstattung und Ausrüstung lassen sich leichter finanzieren. Defizite lassen sich besser ausgleichen: Kommunikationstalente bauen Kontakte zu Auftraggebern auf, „stille Wasser“ entwickeln Flyer, Präsentationsmappen, Internetseiten o. ä. Das „klassische“ Team: Galeristen und Manager übernehmen die Vermarktung von Produkten, die vom Künstler „hergestellt“ werden.
- Sie erweitern nach außen hin Ihre kreative Angebotspalette. Eine selbstverständliche Erfahrung für Musiker, die in eigenen Bands oder Ensembles auftreten. Wobei Sie dann unter Umständen in Kauf nehmen müssen, dass die „Gruppe“, das „Projekt“ oder das „Team“ im Vordergrund stehen und weniger der individuelle „kreative Geist“.

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit hängt vor allem von folgenden Voraussetzungen ab:

- Die „Chemie“ unter allen Beteiligten stimmt, d. h. man ist auch in der Lage, Konflikte auszutragen.
- Ziele, Erwartungen, mögliche Risiken und Konflikte werden bereits vorab offen angesprochen.
- Alle Beteiligten stehen verbindlich zu dem gemeinsamen Vorhaben und halten alle Vereinbarungen am besten schriftlich fest.

Büro-/Ateliergemeinschaft

Die einfachste Form der Kooperation ist die gemeinsame Nutzung von Räumen. Hier geht es weniger um eine inhaltliche Zusammenarbeit, sondern darum, seinen Arbeitsplatz lieber mit „Kolleginnen“ und „Kollegen“ zu teilen und darüber hinaus womöglich weniger Kosten zu haben. Je nach Anzahl und Vertrauensverhältnis der Beteiligten gibt es verschiedene Möglichkeiten, seinen gemeinsamen Arbeitsplatz zu organisieren. Unter anderem sollten Sie die folgenden Fragen klären und die Ergebnisse schriftlich festhalten.

Checkliste „Büro-/Ateliergemeinschaft“

- 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 usw.)?
- Werden die Anschaffungskosten dafür aufgeteilt? (Bei einmaligen Anschaffungen aus steuerlichen Gründen nicht zu empfehlen.) Oder erhält der Käufer eine fest gelegte 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?

Gemeinsam nach außen auftreten

Wollen Sie nach außen hin unter einem gemeinsamen „Dach“ auftreten, kann die Entscheidung für eine bestimmte Rechtsform ein hilfreiches und stabiles Gerüst sein. In den freien Berufen sind die folgenden Rechtsformen üblich:

➤ Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Eine „Gesellschaft bürgerlichen Rechts“ besteht aus mindestens zwei Gesellschaftern. Besondere Formalitäten zur Gründung sind nicht erforderlich. Ein schriftlicher Gesellschaftsvertrag ist aber auf jeden Fall empfehlenswert. Die Gesellschafter haften gesamtschuldnerisch mit dem Gesellschafts- und ihrem Privatvermögen. „Gesamtschuldnerisch“ heißt, dass jeder Gesellschafter gegenüber Dritten sowohl für die eigenen als auch für die Verbindlichkeiten der Mitgesellschafter haftet.

➤ 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“ bleiben selbständige Künstler oder Publizisten und haften Dritten gegenüber nicht für eventuelle Fehler ihrer Mitgesellschafter.

➤ Eingetragener 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.

Checkliste „GbR-Vertrag“

- Wer gründet die GbR?
- Wie lautet der Anlass für die Gründung der GbR?
- Wann beginnt die GbR?
- Wie hoch sind jeweils die Einlagen (Bar- und Sachwerte) der Gesellschafter?
- Wie hoch sind die Geschäftsanteile (in Prozent), die sich aus dem Wert der Einlagen ergeben?
- Wer übernimmt welche Aufgaben und Verantwortungsbereiche?
- Wird die GbR von allen oder nur von bestimmten Gesellschaftern nach außen vertreten?
- Welche Entscheidungen dürfen gemeinschaftlich von allen Gesellschaftern getroffen werden?
- Wie hoch sind die monatlichen Privatentnahmen pro Gesellschafter?
- Wie gleichen die Gesellschafter eventuelle Verluste der GbR aus?
- Ab welchem Betrag müssen finanzielle Verpflichtungen Dritten gegenüber von allen Gesellschaftern genehmigt werden?
- Mit welcher Frist kann die Gesellschaft gekündigt werden?
- Was passiert nach Kündigung oder Tod eines Gesellschafters mit der GbR?

Die aufgeführten Punkte dienen lediglich zur Orientierung. Lassen Sie sich daher in jedem Fall zur Vertragsgestaltung von einem Rechtsanwalt oder einer Rechtsanwältin beraten.

Weitere Informationen:

Informationen zu Rechtsformen erhalten Sie z. B. in dem BMWA-Infoletter GründerZeiten Nr. 33 „Rechtsformen“. Bestelladresse S. 76 oder als PDF-Datei im Internet unter www.existenzgruender.de.

Informationen zur Zusammenarbeit mit Galeristen und Managern finden Sie ab Seite 60.



Foto: Andreas Pohlmann

„DAS EIGENE PROFIL ENTWICKELN.“

Isabel Nitzsche, Redaktionsbüro printTV, München
www.printtv.de

Mit welcher Idee haben Sie sich selbständig gemacht?

Ich hatte vor, als Autorin sowohl für Zeitschriften und Tageszeitungsredaktionen als auch fürs Fernsehen zu arbeiten. Angefangen habe ich mit Aufträgen von Fernsehredaktionen, dann habe ich hauptsächlich für Zeitschriftenredaktionen gearbeitet und außerdem zwei Bücher geschrieben. Ich habe breit angefangen mit Themen zu Job, Gesundheit und Reise und das hat sich immer mehr zugespitzt. Jetzt beschäftige ich mich hauptsächlich mit Job-, Karriere- und Personalthemen.

Wie haben Sie sich auf Ihre Selbständigkeit vorbereitet?

Ich habe mir sämtliche Bücher gekauft, die beispielsweise vom Deutschen Journalistenverband und den IG-Medien mit Tipps für selbständige Journalisten herausgegeben werden. Da mein Vater auch selbständig ist, war ich von Anfang an zuversichtlich. Das spielt eine große Rolle, deswegen hatte ich auch nicht diese Ängste, dass zum Beispiel keine Aufträge reinkommen, dass keiner was von einem will, dass man irgendwie verarmt unter der Brücke schlafen muss. Insofern hatte und habe ich schon so einen natürlichen Optimismus.

Wie sind Sie dann weiter vorgegangen?

Im ersten Jahr habe ich zu Hause gearbeitet. Das war eine Art Testphase, um zu sehen, wie es läuft und um nicht von Anfang an zu hohe Kosten zu haben. Aber mein Ziel war es, in einer Bürogemeinschaft zu arbeiten, wo man auch Kontakt zu anderen hat und nicht im luftleeren Raum vor sich hin werkelt. Seit einem Jahr bin ich zusammen mit einer Lektorin, einer Journalistin und einer Literaturagentin in einer Bürogemeinschaft. Wir arbeiten in der Regel getrennt und haben auch keinen gemeinsamen Büronamen. Aber es ist natürlich schon so, dass wir uns austauschen und Themen besprechen oder auch mal gegenseitig Korrektur lesen, uns mit Gesprächspartnern weiterhelfen oder auch untereinander Aufträge weitergeben. Zuvor hatte ich bereits vier Jahre Erfahrung in Sachen „Bürogemeinschaft“ gesammelt.

Würden Sie eine Kooperation wie die in einer Bürogemeinschaft weiterempfehlen?

Ja, auf jeden Fall. Ich denke, es ist immer ein Geben und Nehmen. Man muss Vertrauen haben. Ich bin jemand, der absolut auf Kooperation setzt und bin bisher auch selten enttäuscht worden. Man kriegt einfach mehr mit. Ich denke, dass man qualitativ eine andere Arbeit leistet, wenn man sich ab und an mit anderen bespricht. Natürlich muss man eine gewisse Art von Konkurrenz einfach auch aushalten können, wenn eine andere Kollegin zum Beispiel einen Auftrag bekommt und man sich denkt: „Mensch, das hätte zu mir auch gut gepasst.“ Man könnte ja auch zum Beispiel mit Grafikern oder mit Medizinjournalisten zusammenarbeiten, wo man weniger Berührungspunkte hat. Mir ist da aber der Austausch wichtiger.

Wie ist die Bürogemeinschaft zustande gekommen?

Ich hatte das Glück, dass ich zwei Kolleginnen vorher schon privat kannte. Und die vierte Kollegin ist dann auf uns zugekommen. Und so haben wir uns sozusagen „zusammengenetzwerkt“. Wir haben einen Vertrag geschlossen, wie wir damit umgehen, wenn jemand aussteigt, wie zum Beispiel die Kündigungsfristen sind und was mit gemeinsamen Anschaffungen passiert.

Ich würde auf jeden Fall empfehlen, einen schriftlichen Vertrag zu schließen, in dem alles geregelt ist.

Was hat Ihnen zu Beginn Ihrer Selbstständigkeit besondere Schwierigkeiten bereitet?

Für mich waren das größte Problem die Erwartungen, die ich an mich selbst gestellt habe. Ich musste aufpassen, dass das nicht zu sehr in Perfektionismus ausartet. Wenn ich zum Beispiel dachte, dass der Text immer noch nicht gut genug ist, habe ich ihn meiner Kollegin zum Gegenlesen gegeben. Das hat geholfen. Ich habe dann eine Rückmeldung gehabt und festgestellt: „Gut, das ist in Ordnung. Man kann ihn so wegschicken.“

Schwierigkeiten bereitete mir zu Beginn auch manchmal das Gefühl, nichts zustande zu bringen und blockiert zu sein. Zum Teil brauchte ich ziemlich lange, um „in die Puschen zu kommen“. Aber das hat sich in den letzten Jahren gebessert, wahrscheinlich auch dadurch, dass ich immer mehr zu tun habe und der Zeitdruck immer größer geworden ist. Außerdem lasse ich mich auch ab und zu coachen. Das ist ganz gut zur Standortbestimmung, um klarer zu sehen, wo man steht, und auch um die eigenen Erfolge würdigen zu können.

Viele Newcomer haben Schwierigkeiten, einen „Fuß in die Tür zu bekommen“, also Kontakte aufzubauen und Aufträge zu erhalten. Wie war das bei Ihnen?

Ich war – bevor ich mich selbständig gemacht habe – über vier Jahre bei Fernsehproduktionsfirmen angestellt und davor schon einmal ein Jahr selbständig gewesen, direkt nach meinem Studium. Bereits in meiner Angestelltenzeit habe ich mich in Netzwerken engagiert, zum Beispiel im Journalistinnenbund, wo ich im Laufe der Jahre Kolleginnen aus verschiedenen Medien kennen gelernt habe. Und obwohl ich vorher beim Fernsehen gearbeitet hatte, kannte ich so auch eine Kollegin von einer Frauenzeitschrift. Dieser konnte ich dann ein Themenexposé schicken als ich mich selbständig gemacht hatte.

Durch meine Berufstätigkeit hatte ich bereits verschiedene Kontakte zu Expertinnen und Experten, die mit Themen auf mich zugekommen sind. Oder auch zu anderen Kollegen, die einem beispielsweise sagen, dass eine bestimmte Redaktion gute Autoren sucht. Solche Informationen sind wichtig, selbst wenn man nicht sofort Kontakt zu Auftraggebern bekommt und Aufträge winken. Man darf nur nicht glauben: Da gehe ich einmal zu einem Netzwerk-Treffen und bekomme sofort einen Auftrag. Ich kenne viele Frauen, die fragen sehr gezielt nach dem Nutzen und übersehen oft, dass man einfach ein bisschen investieren muss.

Fällt es Ihnen leicht, auf Menschen zuzugehen und Kontakte zu knüpfen?

Ja. Ich denke auch, dass Leute, die sehr introvertiert und schüchtern sind, es schwerer haben, sich selbständig zu machen. Sie sollten das in Erwägung ziehen und sich spezielle Hilfestellung dafür suchen. Man muss sich aber ebenso darüber im Klaren sein, dass Auftraggeber auch ihren Redaktionsalltag mit den ganzen Zwängen haben. Das heißt zum Beispiel, dass die Auftraggeber Vorgesetzte haben, die unter Umständen Entscheidungen wieder umwerfen, oder dass sie häufig in Besprechungen sind und nicht sofort Rückmeldung zu einem abgegebenen Artikel geben können.

Sie sind nicht nur Journalistin, sondern auch Autorin. Worüber schreiben Sie?

Mein erstes Buch „Abenteuer Karriere. Ein Survival-Guide für Frauen“ ist ein Sachbuch, das von Frauen handelt, die in ihrem Job berufliche Einbrüche bewältigen müssen, aber auch Tipps zu Karrierestrategien und zur Entwicklung eigener Visionen gibt. Ich habe es geschrieben, weil mir bewusst geworden ist, dass die Spielregeln im Job meist noch männlich geprägt sind, und ich dachte, so ein Buch für Frauen gibt es noch nicht. Darüber hinaus wollte ich mich auch als Selbständige damit positionieren. Das ist mir auch gelungen, verstärkt dann durch mein zweites Buch „Erfolgreich durch Konflikte. Wie Frauen im Job Krisen managen“. Es stellt eine Vertiefung des Themas dar, weil es noch etwas früher ansetzt und sich sehr ausführlich damit beschäftigt, wie man Konflikte im Einzelnen erkennt und auf welche Art und Weise man sie am besten an- und besprechen kann, damit es gar nicht erst zu krisenhaften

Situationen kommt. Hinzu kommt eine dreißig-Minuten Fernseh-Dokumentation über Mentoring für den Bayerischen Rundfunk, die dort in der Reihe „Top im Job“ gelaufen ist. Für die Zeitschrift *freundin job@business*, die zweimal jährlich erscheint, bin ich freiberuflich für das Konzept und die Redaktionsleitung verantwortlich. Dafür arbeite ich mit einem Team von freien Autorinnen und Autoren zusammen. Demnächst kommt wieder ein neues Buch von mir heraus „Spielregeln im Job. Wie Frauen sie durchschauen und für sich nutzen“. Alle Veröffentlichungen haben dazu geführt, dass ich heute nicht nur für Vorträge und Workshops zu diesen Themen angesprochen werde, sondern es hängen auch manche journalistischen Aufträge direkt damit zusammen, dass ich mich durch die Bücher als Expertin profiliert habe.

Wie haben Sie sich auf die Kontaktaufnahme und letztlich auch die Vertragsgestaltung mit Verlagen vorbereitet?

Eine erfahrene Kollegin und erfolgreiche Buchautorin hat mich ermutigt, mich an ihren Verlag zu wenden. Die Lektorin wollte dann ein Exposé von mir, war schließlich aber doch nicht interessiert, so dass ich mich auch an andere Verlage gewandt habe. Grundsätzlich sind Bücher schlecht bezahlt. Wenn man aber ein gutes Konzept hat und wenn wie in meinem Fall vielleicht dann sogar mehrere Verlage interessiert sind, dann hat man auch eine andere Verhandlungsposition. Ich habe mich von einer Literaturagentin beraten lassen, um zu erfahren, was in der Buchbranche üblich ist, wie viel Prozente man realistischerweise erwarten kann, welche Vertragslaufzeiten vereinbart werden.

Mit welchem unternehmerischen Handwerkzeug sollten sich freie Journalistinnen und Journalisten Ihrer Meinung nach frühzeitig vertraut machen?

Als Newcomer schadet es nichts, ein Existenzgründungs-Seminar zu besuchen. Auch wenn es banal klingen mag: Man sollte vor allem wissen, dass Umsatz nicht gleich Gewinn ist. Ansonsten wird ja bei Journalisten im Allgemeinen keine komplizierte Buchhaltung verlangt. Wenn man einen vernünftigen Steuerberater hat, dann reicht es im Prinzip. Man sollte sich aber auch wirklich gut vertreten fühlen. Am besten hört man sich bei Kolleginnen und Kollegen um, die einem einen Tipp geben können.

Wichtig ist, dass man über ein gewisses Verhandlungsgeschick verfügt. Ich weiß, dass ich mich das erste Jahr nach dem Studium, als ich fürs Fernsehen gearbeitet habe, noch als Bittstellerin gefühlt habe. Mittlerweile habe ich das Gefühl, dass ich tatsächlich etwas zu bieten habe, dass ich über Know-how und Kompetenz verfüge. Das kann man lernen, indem man sich mit sich selbst auseinandersetzt und sich weiterentwickelt. Als Selbständige muss man ohnehin das eigene Handeln immer wieder reflektieren. Dazu gibt es inzwischen ja auch jede Menge Seminare zum Thema Selbstmarketing und Selbstmanagement.

Stichwort „Professionalisierung“: Was zählt für Sie dazu?

Das fängt ganz simpel an – beispielsweise mit der telefonischen Erreichbarkeit. ISDN-Anschluss, besser noch TDSL, und PC gehören mittlerweile zum Standard. Trotz E-Mail sollten Auftraggeber immer auch die Möglichkeit haben, Faxe zu senden. Die telefonische Erreichbarkeit ist ganz klar ein „Muss“. Oder manche Berufseinsteiger meinen etwa, dass sie keine vernünftige Visitenkarte bräuchten, dass das noch zu früh sei. Aber Visitenkarten kosten nicht so sehr viel und müssen nicht aufwändig gestaltet sein. Trotzdem zeigt man damit von Anfang an, dass

man ein ernst zu nehmender Gesprächspartner ist. Man sollte auch überlegen, ob man auf seinem Fachgebiet so viel zu bieten hat, dass sich eine eigene Homepage lohnt. Das hebt einen auf jeden Fall unter anderen Mitbewerbern hervor und in Einzelfällen erhält man sogar Aufträge, weil jemand über die Homepage auf einen aufmerksam geworden ist. Das ist für mich sowieso die Zielrichtung von Professionalisierung: das eigene Profil im Laufe der Zeit so zu schärfen, dass potenzielle Auftraggeber von selbst auf einen zukommen und man auswählen kann, welche Aufträge man annehmen möchte. Doch auch am Anfang sollte man Auftraggebern keinesfalls vermitteln, dass man den Auftrag braucht, schließlich wollen diese keine gute Tat vollbringen, sondern Kompetenz einkaufen. Man muss sich darauf einstellen, was die Kunden haben möchten, und auch den Mut haben, das genau zu erfragen.

Viele, die mit dem Gedanken spielen, sich selbständig zu machen, befürchten, dass sie gegen die Konkurrenz nicht ankommen und nur auf verschlossene Türen stoßen. Wie sind Ihre Erfahrungen?

Es ist wichtig, zweigleisig zu fahren. Kontakte haben große Bedeutung, aber man kann trotzdem auch einfach ein Exposé an eine Redaktion schicken, ohne dort jemanden zu kennen. Wenn das Exposé vernünftig ist und das Thema gerade ins Konzept passt, wird man einen Auftrag bekommen. Es ist nicht so, dass alle Türen verschlossen sind. Klar gibt es Konkurrenz und viele andere gut Qualifizierte, die auch interessante Gebiete bearbeiten. Aber wer eine gute Idee hat, sollte sich auf keinen Fall davon abhalten lassen zu versuchen, sie auch umzusetzen.

6. Fahrplan in die Selbständigkeit

DER MENSCH ERKENNT, DASS ES NICHTS NÜTZT,
WENN ER DEN GEIST AN SICH BESITZT,
WEIL GEIST UNS DANN ERST FREUDE MACHT,
SOBALD ER ZU PAPIER GEBRACHT.

Eugen Roth (1895–1976), Schriftsteller

Frei nach Eugen Roth sollten Sie in jedem Fall auch Ihre Gründungsidee zu Papier bringen. Ganz gleich, ob Sie es als Konzept, Businessplan oder To-do-Liste bezeichnen – unter dem Strich ist es immer Ihr persönlicher Fahrplan in die Selbständigkeit.

Bei größeren Vorhaben, wenn Sie z. B. als Fotografin oder als Video-Künstler ein eigenes Fotostudio ausstatten möchten und zusätzliches Kapital für Software, Computer usw. benötigen, dient das Konzept darüber hinaus auch dazu, Ihre Geldgeber davon zu überzeugen, dass sie ihr Geld auch wieder zurückbekommen bzw. dass es gut angelegt ist. In jedem Fall spielt es aber für Sie selbst eine wichtige Rolle. Es ist auch nach der Gründung eine gute Orientierungshilfe. Ein schwarz auf weiß erstelltes Konzept

hilft Ihnen, regelmäßig zu überprüfen, ob Sie die Ziele, die Sie sich gesetzt haben, auch erreicht haben. Es ist kein abgeschlossenes „Werk“, sondern sollte regelmäßig überprüft und ergänzt werden.

Konzeptinhalte

Da ein Konzept nicht nur für potenzielle Geldgeber, sondern auch für Sie selbst wichtige Informationen enthält, gehen die unten stehenden Punkte über einen konventionellen Businessplan hinaus. Dabei hat der unten stehende Fragenkatalog keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Ergänzen Sie ihn durch weitere Fragen. Für Ihre Geldgeber sind die mit ► gekennzeichneten Punkte wichtig.

Checkliste „Konzeptinhalte“

Gründerperson

- Welche fachlichen Qualifikationen und Qualifikationsnachweise besitze ich?
- Wo besteht noch Bildungs-, Übungs-, Trainingsbedarf?
- Welche Berufserfahrung habe ich (z. B. Lehrtätigkeit, Teilnahme an Ausstellungen, Preise, Wettbewerbsteilnahme, Veröffentlichungen)?
- Welcher Berufsverband ist für mich zuständig?

Kaufmännische Qualifikationen

- Kann ich kaufmännisches Know-how nachweisen (z. B. Teilnahmebestätigung von Kursen, unternehmerische Erfahrung)?
- Habe ich an einem Existenzgründungsseminar teilgenommen?

Gründungsidee

- Wie lautet meine Geschäftsidee?

Vermarktung

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

Wirtschaftlicher Status/Rechtsform

- Habe ich mich beim Finanzamt und der Künstlersozialkasse über die Kriterien des Freiberuflerstatus informiert?
- Wenn ich gemeinsam mit anderen gründe: Für welche Rechtsform haben wir uns entschieden und warum?

Standort

- Arbeite ich zu Hause, im Atelier, im Büro, in einem Übungsraum, im Theater/Filmstudio?
- Welche Anforderungen muss der ideale Standort erfüllen?
- Erfüllt mein Arbeitsstandort diese Anforderungen? Wo muss nachgebessert werden?
- Welche Ausstattung benötige ich für den Start?

Finanzplanung

- Wie viel muss ich einnehmen, um meinen monatlichen Lebensunterhalt und die betrieblichen Kosten zu decken und darüber hinaus einen Gewinn zu erzielen?
- Wie viel kosten die Anschaffungen, die ich für meinen Start brauche?
- Benötige ich dafür Fremdkapital?
- Wenn ja, wie viel?

- Habe ich mich über öffentliche Förderprogramme informiert?
- Verfüge ich über Sicherheiten?
- Habe ich mich auf das Gespräch mit meiner Hausbank oder Sparkasse vorbereitet?

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 Atelieregemeinschaft 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.)?
- Welche beruflichen und privaten Versicherungen benötige ich?

Zukunftsaussichten

- Wie sehen meine Ziele für das kommende Jahr aus?
- Was will ich langfristig erreichen?

7. Von der Kunst leben?

KEIN JUNGES UNTERNEHMEN SCHREIBT IN DEN ERSTEN VIER JAHREN SCHWARZE ZAHLEN. NOCH NICHT EINMAL MOZART – ER HAT ERST MIT VIER JAHREN ANGEFANGEN, SCHWARZ AUF WEISS NOTEN ZU SCHREIBEN.

Peter F. Drucker (*1909), amerikanischer Managementlehrer, Berater und Publizist

„Genug“ Geld zu verdienen bedeutet, dass Sie davon leben und am besten noch ein „Polster“ anlegen können. Sie müssen also wissen, wie viel Geld Sie benötigen, um Ihren Lebensunterhalt, Miete, Essen, Versicherungen usw. zu bestreiten. Und Sie müssen kalkulieren, wie viel Geld Sie für laufende betriebliche Ausgaben wie z. B. Ateliermiete, Telefon-/Onlinegebühren, Fahrtkosten usw. benötigen. Und schließlich müssen Sie natürlich feststellen, wie hoch die Honorare/Preise für Ihre Leistungen sind.

1. Stellen Sie fest, wie viel Sie monatlich zur Deckung Ihrer Lebenshaltungskosten benötigen:

- Miete
 - Haushalt/Essen
 - Krankenversicherung
 - Rentenversicherung
 - Pflegeversicherung
 - sonstige Versicherungen
 - sonstige Ausgaben
-
- = private Ausgaben

Sie sollten so viel auf der „hohen Kante“ haben, dass Sie mindestens für drei Monate ihre Lebenshaltungskosten „vorstrecken“ können.

2. Schätzen Sie, wie viel Geld sie monatlich für laufende betriebliche Ausgaben benötigen, z. B.

- Miete
 - Material
 - Telefon-/Onlinegebühren
 - Fahrtkosten
 - berufliche Versicherungen
-
- = geschätzte betrieblichen Ausgaben

3. Wie viel Geld müssen Sie mindestens einnehmen, um Ihre Kosten zu decken?

$$\begin{array}{r} \text{private Ausgaben} \\ + \text{geschätzte betriebliche Ausgaben} \\ \hline = \text{Gesamtausgaben} \end{array}$$

Erkundigen Sie sich, wie hoch die Honorarsätze/Preise für Ihre Leistungen sind, um festzustellen, wie viele Aufträge Sie mindestens monatlich bearbeiten müssen, um „über die Runden zu kommen“. In der Anfangsphase sollten Sie zumindest kostendeckend arbeiten. Setzen Sie sich aber auch Ziele: Wie viel Zeit wollen Sie sich geben, um einen Jahresumsatz zu erwirtschaften, der Ihnen auch die Möglichkeit gibt, finanzielle Rücklagen zu bilden?

Informationen über Honorare und Preisgestaltung erhalten Sie in der Regel bei Ihrem Berufsverband oder auch bei ver.di, Fachbereich Medien. Literarische Übersetzer, Journalisten und Fotografen können sich zum Beispiel bei ihrem jeweiligen Verband anhand der Honorarempfehlungen der „Mittelstandsgemeinschaft Literarische Übersetzerinnen und Übersetzer“, der „Mittelstandsgemeinschaft Freie Journalisten“ und der „Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing“ orientieren.

Versuchen Sie auch auf jeden Fall, Kontakt mit erfahrenen Kolleginnen und Kollegen aufzunehmen, die Ihnen über ihre Erfahrungen zu Auftragsvolumen und Honorierung während ihrer Startphase berichten können.

Überbrückungsgeld

Eine dieser Möglichkeiten ist die Gewährung eines Überbrückungsgeldes nach § 57 Sozialgesetzbuch Drittes Buch (SGB III). Wer sich aus der Arbeitslosigkeit heraus selbständig machen möchte, hat die Möglichkeit, dieses Überbrückungsgeld durch das Arbeitsamt zu erhalten. Das so genannte Überbrückungsgeld ermöglicht die Förderung der Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit durch Arbeitnehmer, die damit Arbeitslosigkeit beenden oder vermeiden möchten. Hierdurch soll in der Anfangsphase der Existenzgründung der Lebensunterhalt gesichert werden. Voraussetzung für die Zahlung eines Überbrückungsgeldes ist, dass man einen Anspruch auf Arbeitslosengeld bzw. Arbeitslosenhilfe hat oder diese Leistung bereits bezieht, oder eine Beschäftigung ausgeübt hat, die als Arbeitsbeschaffungs- oder Strukturpassungsmaßnahme gefördert wurde.

Voraussetzungen:

- Antragsteller müssen vor der Existenzgründung mindestens vier Wochen Arbeitslosengeld, Arbeitslosenhilfe oder unter bestimmten Voraussetzungen Kurzarbeitergeld bezogen haben. Berücksichtigt werden kann auch die Teilnahme an einer Arbeitsbeschaffungs- oder Strukturpassungsmaßnahme.
- Es muss eine fachkundige Stellungnahme des Berufsverbandes, der Banken oder Sparkassen über die finanzielle und wirtschaftliche Tragfähigkeit der Gründung vorliegen.
- Der Antrag auf Überbrückungsgeld muss vor der Existenzgründung beim zuständigen Arbeitsamt gestellt werden.

Existenzgründungszuschuss

Bei der so genannten „Ich-AG“ handelt es sich um eine spezielle Form der Selbständigkeit. Zuvor Arbeitslose können einen Existenzgründungszuschuss (§ 421 I SGB III) vom Arbeitsamt für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit in Form der Ich-AG beantragen, wenn Sie zuvor Entgeltersatzleistungen wie Arbeitslosengeld, Arbeitslosenhilfe oder Unterhaltsgeld bezogen haben. Ebenso können zuvor Arbeitslose den Existenzgründungszuschuss erhalten, die zuvor

als Arbeitnehmerin oder Arbeitnehmer in einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme oder Strukturpassungsmaßnahme beschäftigt gewesen sind.

Die Förderung durch einen Existenzgründungszuschuss ist auf längstens drei Jahre begrenzt. Die Höhe des Zuschusses sinkt dabei über die Zeit. Die Höhe der Förderung beträgt im ersten Jahr monatlich 600 € nach Beendigung der Arbeitslosigkeit. Im zweiten Jahr beträgt der Zuschuss monatlich 360 € und im dritten Jahr monatlich 240 €. Der Zuschuss wird aber jeweils nur ein Jahr bewilligt und wird nur dann gewährt, solange das Arbeitseinkommen im Jahr 25.000 € nicht überschreitet. Werden zusätzliche Beschäftigungen ausgeübt, so werden die daraus erzielten Einkünfte mit dem Arbeitseinkommen der Ich-AG zusammengerechnet und bei der Überprüfung der Jahresobergrenze von 25.000 € als Summe berücksichtigt.

Alle Bezieher des Existenzgründungszuschusses sind in der gesetzlichen Rentenversicherung versicherungspflichtig, solange der Existenzgründungszuschuss bezogen wird (§2 SGB VI). Sie können sich außerdem zu günstigen Konditionen bei der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung versichern.

Die Bewilligung von Überbrückungsgeld (§57 SGB III) schließt die gleichzeitige Gewährung dieses Existenzgründungszuschusses (§ 421 I SGB III) aus.

Eine Antragstellung auf eine der beiden Leistungen muss stets vor Aufnahme der selbständigen Tätigkeit beim Arbeitsamt erfolgen.

Gut zu wissen: Wer vor seiner Selbständigkeit sozialversichert beschäftigt war, kann unter bestimmten Voraussetzungen auch nach Aufgabe seiner freiberuflichen Tätigkeit Arbeitslosengeld weiterbeziehen.

Der Anspruch auf Arbeitslosengeld bleibt Ihnen vier Jahre lang erhalten. Sollten Sie also innerhalb dieser vier Jahre Ihre Selbständigkeit wieder aufgeben, wenden Sie sich an Ihre Agentur für Arbeit (Arbeitsamt), um zu prüfen, ob Ihnen noch Arbeitslosengeld zusteht.¹⁾

1) Quelle: Bundesanstalt für Arbeit: Merkblatt 1 für Arbeitslose



„MAN MUSS BEREIT SEIN, EIN UNTERNEHMERISCHES RISIKO EINZUGEHEN.“

Sabine Hack, Malerin, Eitorf

**Worin besteht Ihre künstlerische Tätigkeit?
Was machen Sie?**

Ich bin in erster Linie Malerin. In meiner Arbeit bearbeite ich religiöse Fragestellungen, die ich in die zeitgenössische Kunst übertrage. Ich baue aber auch Objekte oder führe andere Projekte durch, z. B. Installationen.

Sie sind freischaffende Künstlerin, beruflich selbständig. Haben Sie sich auf Ihre Selbstständigkeit vorbereitet?

Indirekt ja. Das liegt aber daran, dass mein Lebenslauf vielleicht nicht so ganz künstlerkonform ist. Nach dem Abitur wollte ich Kunst studieren, aber meine Eltern haben gesagt: „Das ist brotlos, mach' erst mal eine Ausbildung.“ Also habe ich eine kaufmännische Ausbildung absolviert und zehn Jahre in der Industrie gearbeitet. Mit 30 kam dann der Durchbruch. Damals habe ich angefangen, Malerei zu studieren. Ich muss im Nachhinein sagen, dass ich alles in allem gut auf meine künstlerische Selbstständigkeit vorbereitet war. Heute verbinde ich meine kaufmännischen und künstlerischen Fähigkeiten und habe damit die besten Voraussetzungen,

mich zu vermarkten bzw. mich überhaupt am Markt zu positionieren. Darüber hinaus habe ich aber auch viele Tipps vom Berufsverband Bildender Künstlerinnen und Künstler und vom Förderverein für junge Kunst erhalten.

Inwiefern hat Ihnen denn Ihre kaufmännische Ausbildung geholfen?

Praktisch in allem, was mit dem kaufmännischen Bereich zu tun hat: von der Organisation bis hin zur Vermarktung. Man hat ein ganz anderes Selbstbewusstsein, wenn man weiß, wie Geschäfte zustande kommen. Außerdem hatte ich zwischenzeitlich in einer Galerie gearbeitet, so dass ich jetzt bestimmte Vorgänge und Entscheidungen, die speziell den Kunsthandel betreffen, besser nachvollziehen kann.

Leben Sie ausschließlich von Ihrer Kunst oder haben Sie noch einen Nebenerwerb?

Ausschließlich lebe ich nicht davon. Ich arbeite nebenher noch beim Kunstservice „Little van Gogh“, der Einzelausstellungen organisiert und die komplette organisatorische Abwicklung bis zur Präsentation im Internet für Künstler kostenfrei übernimmt. Das ist ein zusätzliches Standbein für mich. Ich empfinde das als positiv, weil ich nicht nur künstlerisch arbeiten möchte. Das wäre mir zu wenig. Ich würde da nur im „eigenen Saft schmoren“. Im Atelier ist man ja ständig mit sich alleine, und durch Kunstservice kann ich mich leichter mit anderen Künstlern austauschen. Dadurch, dass ich mir meinen Sockel bei „Little van Gogh“ verdiene, habe ich auch die Freiheit, künstlerische Projekte durchzuführen, die ich sonst nicht machen könnte.

Was ist Ihre Haupteinnahmequelle?

Teils freie Arbeit, teils Kunstservice. Wobei das mit der freischaffenden Kunst so eine Sache ist. Den monatlichen Umsatz kann man eben schlecht planen. Bei meiner freischaffenden Arbeit fahre ich – wenn man so will – verschiedene Strategien: Zum einen habe ich Galeriekontakte, dann organisiere ich selbständig Ausstellungen und bin außerdem im Verein für junge Kunst Mitglied, worüber ich auch Ausstellungsangebote bekomme. Darüber hinaus organisiere ich sehr viele Ausstellungen über meine Ateliergemeinschaft mit anderen Künstlern.

Wie haben Sie mit eigenen Ausstellungen angefangen? Anders gefragt: Wie haben Sie sich auf den Markt zubewegt?

Vorsichtig. Ich bin nicht gleich in eine Galerie reinmarschiert, sondern habe mir erst einmal einen gewissen festen Stand erarbeitet. Am Anfang habe ich im kleineren Bereich ausgestellt, wo man die Möglichkeit hatte, zehn oder 20 Bilder zu zeigen. Beispielsweise in einem Golfklub. Da habe ich zu der Zeit noch gekellnert und wurde eines Tages gefragt, was ich sonst so mache. Darauf habe ich gesagt: „Eigentlich bin ich Künstlerin.“ Woraufhin die Frage kam, ob ich nicht Lust hätte, dort eine Ausstellung zu machen. Das war da sehr einfach. Und so bin ich darauf gekommen, nach Räumlichkeiten zu suchen, die für eine Ausstellung geeignet sind, wo die Bilder allerdings nicht gerade in der hintersten Ecke hängen. Und wo auch interessiertes Publikum ist.

Natürlich muss man auch aufpassen. Manche Leute meinen beispielsweise, Künstler könne man ruhig „melken“: Man hat sämtliche Kosten am Bein. Also versuche ich, den Leuten immer klar zu machen, dass es für sie ja auch eine Bereicherung ist und dass sie sich an den Kosten beteiligen müssten.

Ich bin in der glücklichen Lage, dass meine Kosten auf jeden Fall gedeckt sind, weil ich eigentlich immer eine Ankaufgarantie vereinbare. Wenn ich z. B. eine Ausstellung mit 20 Bildern mache, ohne eines zu verkaufen, kann ich sicher sein, dass der Betreiber der Räumlichkeiten mindestens ein Bild kauft. Oder er übernimmt einen Teil der Transportkosten oder Hängung usw. Das Ganze halte ich dann vertraglich fest.

Wie haben Sie den Kontakt zu Galerien aufgebaut?

Ich habe ganz einfach meine Mappe, meine Unterlagen, mitgenommen und habe mich dort vorgestellt. Nein, ganz so einfach war es doch nicht. Ich war auf Messen und Vernissagen – quer durch Deutschland und im Ausland – und habe mir die Angebote der Galerien angeschaut und überlegt, welche zu meiner Arbeit passen.

Dann bin ich ziemlich forsch in die Galerien hineinmarschiert und habe mir gesagt: Eigentlich kann ich nur gewinnen. Selbst wenn ich eine Absage bekomme, habe ich trotzdem dadurch gewonnen, dass ich den Mut und die Entschlossenheit gehabt habe, mich zu präsentieren. Das war schon ganz wichtig für mich, denn ein großes Manko war, dass ich nicht an der Akademie bei Professor Soundso studiert, sondern halt „nur“ eine kleine private Hochschule besucht habe.

Letztendlich konnte ich aber doch mit meinen Arbeiten überzeugen – mit viel Ausdauer. Ich habe mich nicht beim ersten Mal abweisen lassen, sondern bin ein paar Wochen später wieder hingegangen oder habe angerufen. Mein ausschlaggebendes Argument war eigentlich immer, dass eine Galerie nicht danach entscheiden sollte, wo die betreffende Künstlerin oder der betreffende Künstler studiert hat. Durch so ein Schubladendenken schafft man nur eine Klassengesellschaft von Künstlern. Wer das nicht will, muss für alle Bilder offen sein. Letztendlich ist die Arbeit entscheidend, nur die zählt. Sie muss natürlich zum Programm der Galerie passen. Na ja, und irgendwann hieß es dann: „O. k., die Arbeit ist gut, wir versuchen es mal.“

Wie akquirieren Sie?

Wenn ich eine Serie erarbeitet habe, überlege ich mir, was ich da in der Hand habe und wo es gut hinpasse könnte. Ich schreibe dann zum Beispiel Firmen oder Kommunen an und erstelle dann kleine Broschüren. Das A und O sind aber auf jeden Fall Kontakte mit anderen Künstlern, mit Unternehmen, mit Vereinen, Verbänden, vielleicht potenziellen Sammlern.

Was würden Sie anderen Künstlern empfehlen, die sich selbständig machen möchten?

Vor allem sollte man sich Zeit geben. Das ist wie bei jeder anderen Existenzgründung: Sie müssen sich entwickeln können. Ich habe es als wichtig empfunden, erst einmal den eigenen Standpunkt zu finden und nicht einfach mit den ersten fünf Bildern, die man ganz toll findet, in die Welt hinauszumarschieren. Man muss sich ganz sicher sein, dass man seine Werke auch tatsächlich zeigen möchte. Sonst sind Sie zu leicht angreifbar, wenn Ihnen jemand sagt: „Ihre Bilder gefallen mir nicht.“ Man muss sich im Klaren darüber sein, dass es um die Bilder geht und nicht um die Person.

Und dann muss man natürlich auch bereit sein, ein unternehmerisches Risiko einzugehen, und wissen, worauf man sich einlässt. Dabei geht es auch um ganz profane Dinge: Dass man zum Beispiel sämtliche Belege sammelt und aufhebt und auch ein bisschen ordnet, um nicht den Überblick zu verlieren. Ich stelle in meinem Kollegenkreis immer wieder fest, dass sie von diesen Dingen wenig Ahnung haben. Aber dann kann man auch nicht seinen Standpunkt vertreten. Man weiß nicht, wie Galerien arbeiten, wie man vermarktet wird usw. Also diesen Überblick sollte man sich schon verschaffen.

Viele meinen: „Ich male oder ich bin bildhauerisch tätig, und alles andere, z. B. wie ich dem Finanzamt gegenüber auftrete, das sollen andere machen.“ Das hängt natürlich auch von der Persönlichkeit ab. Der eine kann's besser, der andere halt weniger. Da muss man sehen, wie man diese Defizite ausgleichen kann, indem man sich Hilfe bei einem Steuerberater sucht oder auch einfach einmal andere Kollegen fragt.

8. Wie kann ich mein Vorhaben finanzieren?

DENKEN SIE AN CHRISTOPH COLUMBUS.
ER WUSSTE NICHT, WOHIN DIE REISE GING.
ER WUSSTE NICHT, WO ER WAR, ALS ER DORT WAR.
UND ALS ER ZURÜCKKAM, WUSSTE ER NICHT, WO ER GEWESEN WAR -
UND DAS ALLES MIT GEBORGTEM GELD!

Autor: unbekannt

Existenzgründungsförderung

Telefon, Anrufbeantworter, Fax, Handy, eventuell auch Visitenkarten und ein PC, Drucker, Monitor usw.: Diese Investitionen lassen sich meist aus der eigenen Tasche zahlen. Anders sieht es z. B. bei aufwändigen Computeranlagen, Atelierumbauten, -ausstattung, Fotoapparaten oder teuren Musikinstrumenten bzw. -anlagen aus. Hierfür können auch öffentliche Förderprogramme in Anspruch genommen werden.

Bund und Länder bieten Darlehen an, die im Vergleich zu Bankkrediten über günstigere Konditionen verfügen. In der Regel sind die Zinsen niedriger, die Tilgung, also die eigentliche Rückzahlung des Darlehens, setzt erst nach einigen Jahren ein und in manchen Fällen benötigen Sie keine oder nur geringe Sicherheiten. Anträge auf öffentliche Förderdarlehen werden bei der Bank oder Sparkasse gestellt. Informieren Sie sich vor dem Bankgespräch aber auch bei den Förderinstitutionen Ihres Bundeslandes (z. B. Investitionsbank) oder des Bundes (KfW Bankengruppe – Die Mittelstandsbank –), um sich ein genaues Bild über das für Sie geeignete Förderprogramm und dessen Voraussetzungen zu verschaffen.

Die eigentliche Schwierigkeit ist, Ihre Bank oder Sparkasse davon zu überzeugen, dass Sie mit Ihrem Vorhaben auf Dauer Ihren Lebensunterhalt bestreiten können, also eine so genannte tragfähige wirtschaftliche Vollexistenz gründen. Gerade in den künstlerischen Berufen

ist dies nicht ganz so einfach. Sie sollten sich daher vor dem Bankgespräch auf jeden Fall beraten lassen, wie Sie diesen Nachweis erbringen können.

Welche öffentlichen Fördermittel sind geeignet?

Gründerinnen und Gründer kleiner und mittlerer Unternehmen werden von Bund und Ländern gefördert. Die wichtigsten Förderprogramme des Bundes für Freiberufler stellen wir Ihnen im Folgenden vor. Einen Überblick über sämtliche Förderprogramme des Bundes und der Länder erhalten Sie in der Förderdatenbank des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit unter www.bmwa.bund.de.

Informationen zu den Förderprogrammen Ihres Bundeslandes erhalten Sie auch bei der kommunalen Wirtschaftsförderung vor Ort oder beim Wirtschaftsministerium Ihres Bundeslandes.

Achten Sie darauf:

Bereiten Sie sich auf das Gespräch mit der Hausbank oder Sparkasse gut vor. Führen Sie gegebenenfalls Gespräche mit verschiedenen Banken und wählen Sie dann die geeignete aus.

Weitere Informationen:

Tipps zum Thema Existenzgründungsfinanzierung finden Sie auch in dem BMWA-Infoletter GründerZeiten Nr. 6 oder als PDF-Datei unter www.existenzgruender.de. Bestelladresse S. 76.

► StartGeld

Die KfW Mittelstandsbank, eine Bank des Bundes, stellt speziell für Kleingründer zinsgünstige Darlehen zur Verfügung, deren Kapitalbedarf nicht mehr als 50.000 € beträgt. Dazu gehören auch Freiberufler.

Sie können auch Mittel beantragen, wenn Sie Ihre Selbständigkeit zunächst im Nebenerwerb gründen. In jedem Fall aber müssen Sie den Antrag vor Ihrer Gründung über eine Hausbank stellen.

Die maximale Darlehenshöhe beträgt 50.000 €, der effektive Zins liegt bei 8,0 Prozent (Stand: 01/2004).

Das Besondere ist: Sie brauchen als Antragsteller nur Sicherheiten in Höhe von 20 Prozent der Darlehenssumme zur Verfügung zu stellen, da die KfW Mittelstandsbank gemeinsam mit dem Europäischen Investitionsfonds eine 80-prozentige Haftungsfreistellung übernimmt. Das heißt, die beiden Institutionen haften zu 80 Prozent gegenüber der Bank für die Rückzahlung Ihres Darlehens.

► Mikrodarlehen

Das Mikrodarlehen der KfW Mittelstandsbank fördert Kleinstgründungen mit geringem Finanzbedarf, die vielfach keine finanzielle Unterstützung durch Kreditinstitute finden.

Gefördert werden beispielsweise Gründungsvorhaben im Dienstleistungsbereich oder Vorhaben, die zunächst im Nebenerwerb geführt oder aus der Arbeitslosigkeit heraus initiiert werden. Darüber hinaus kann das Darlehen auch in der Existenzfestigungsphase (bis zu drei Jahre nach Aufnahme der Selbständigkeit) in Anspruch genommen werden.

Bei dem Vorhaben muss es sich um eine gewerbliche oder freiberufliche Existenzgründung, den Kauf eines Unternehmens oder die Übernahme einer tätigen Beteiligung handeln.

Der Darlehenshöchstbetrag beträgt 25.000 € bei einer Laufzeit von maximal fünf Jahren, der effektive Zins liegt bei 9,2 Prozent (Stand: 01/2004).

► Unternehmerkapital: ERP-Kapital für Gründung (0 bis 2 Jahre)

Existenzgründer und junge Unternehmen können bis zwei Jahre nach der Geschäftsaufnahme eigenkapitalähnliche Mittel in Form langfristiger Nachrangdarlehen beantragen. Gefördert werden Gründungs- bzw. Investitionsvorhaben, die eine nachhaltig tragfähige selbständige Existenz – gewerblich oder freiberuflich – als Haupterwerb erwarten lassen.

Das „ERP-Kapital für Gründung“ hat dabei drei entscheidende Vorteile:

Erstens: Eigenkapitalähnlich bedeutet, dass – rein „bankentechnisch“ – dieses Darlehen dem Eigenkapital des Unternehmens zugerechnet wird. Die Eigenkapitalbasis des Unternehmens wird dadurch gestärkt. Die weitere Aufnahme von Fremdkapital (Krediten) wird dadurch erleichtert.

Zweitens: So genannte Nachrangdarlehen haben darüber hinaus den Vorteil, dass die Darlehensgeber – in diesem Fall die KfW – in der Reihe der Gläubiger ganz hinten stehen. Das heißt: Sollte das Unternehmen nicht mehr in der Lage sein, seine Kredite zu tilgen und seinen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen, wird zunächst versucht alle anderen Darlehensgeber zu befriedigen und erst am Schluss die KfW. Ein Nachrangdarlehen erleichtert daher ebenfalls eine weitere Aufnahme von Fremdkapital, da alle anderen Darlehensgeber im „Fall der Fälle“ Vorrang haben.

Drittens: Das Nachrangdarlehen bzw. die KfW haftet gegenüber der Bank unbeschränkt in voller Höhe der Darlehenssumme für die Rückzahlung. Der Bank wird dadurch die Entscheidung, dem Antrag zuzustimmen leichter gemacht. Ist das Unternehmen im Krisenfall nicht mehr in der Lage das Darlehen plus Zinsen an die Bank zurückzuzahlen, muss die Bank gegenüber der KfW nicht für die Rückzahlung der Summe „gerade stehen“.

Und schließlich ein vierter Vorteil: Der Gründer bzw. Unternehmer muss keine Sicherheiten stellen. Er muss aber die für das Vorhaben erforderliche fachliche und kaufmännische Qualifikation sowie über eine ausreichende unternehmerische Entscheidungsfreiheit verfügen.

Das „ERP-Kapital für Gründung“ fördert betriebsnotwendige Investitionen (z.B. Grundstücks- und Gebäudekosten, Kosten für Betriebs- und Geschäftsausstattung) und branchenübliche Markterschließungsaufwendungen. Auch die Beschaffung bzw. Aufstockung des Warenlagers kann mitfinanziert werden.

15 Prozent der gesamten Investitionssumme sollte der Antragsteller aus eigenen Mitteln erbringen. Diese Eigenmittel lassen sich mit dem Nachrangdarlehen auf maximal 40 Prozent des Kapitalbedarfs anheben, wobei der absolute Höchstbetrag bei 500.000 € pro Antragsteller liegt. Der Rest wäre durch die Hausbank zu finanzieren.

In den ersten vier Jahren steigt der Zinssatz unabhängig vom jeweiligen Risiko von 0 Prozent im ersten Jahr auf 5 Prozent im vierten Jahr (Stand: 1/2004). Die Laufzeit des Nachrangdarlehens beträgt maximal 15 Jahre, wobei nach spätestens sieben Jahren mit der Tilgung begonnen werden muss.

► **Unternehmerkapital: ERP-Kapital für Wachstum (2 bis 5 Jahre)**

Auch hier werden langfristige Nachrangfinanzierungen mit Eigenkapitalfunktion kleinen und mittleren Unternehmen sowie Freiberuflern, deren Geschäftsgründung mehr als zwei und höchstens fünf Jahre zurück liegt, durch die KfW Mittelstandsbank über die Hausbanken angeboten. Das Unternehmen bzw. die freiberufliche Tätigkeit müssen am Markt etabliert und insgesamt kreditwürdig sein sowie eine ausreichende Bonität (Ruf des Unternehmens in puncto Zahlungsfähigkeit) und positive Zukunftsaussichten aufweisen.

Mitfinanziert werden neben betriebsnotwendigen Investitionen in Deutschland (z.B. Grundstücks- und Gebäudekosten, Betriebs- und Geschäftsausstattung) auch Aufwendungen für die Beschaffung und Aufstockung des Warenlagers.

Eine Kofinanzierung der Investitionen durch Mittel der Hausbank ist bei diesem Förderprodukt genauso wie bei dem „ERP-Kapital für Gründung“ obligatorisch. Im Gegensatz dazu ist jedoch der Einsatz von Eigenmitteln nicht notwendig. Maximal 40 Prozent der Bemessungsgrundlage sind aus dem „ERP-Kapital für Wachstum“ gleichfalls ohne Sicherheiten und unter der Voraussetzung finanzierbar, dass die Hausbank einen Finanzierungsanteil in wenigstens gleicher Höhe (Laufzeit mindestens 10 Jahre) leistet. Die Laufzeit des Nachrangdarlehens beträgt maximal 15 Jahre, wobei die ersten sieben Jahre tilgungsfrei sind. Die Hausbank ist für das Nachrangdarlehen von der Haftung freigestellt.

Der Kredithöchstbetrag liegt bei 500.000 € pro Investitionsvorhaben eines Antragstellers. Die Höhe des Zinssatzes richtet sich nach dem Grad der Bonität des Antragstellers.

► **Unternehmerkapital: Kapital für Arbeit und Investitionen (über 5 Jahre)**

Das Programm „Kapital für Arbeit und Investitionen“ richtet sich an etablierte Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Freiberufler, deren Geschäftsaufnahme bereits mehr als fünf Jahre zurück liegt.

Gefördert werden langfristige Investitionen, die einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg erwarten lassen und mit denen Arbeitsplätze geschaffen oder gesichert werden. Zu den förderfähigen Investitionen zählen z.B. Grundstücke und Gebäude, Baumaßnahmen, Kauf von Maschinen, Anlagen und Einrichtungsgegenständen oder die Übernahme eines bestehenden Unternehmens bzw. der Erwerb einer tätigen Beteiligung. Darüber hinaus können Betriebsmittel anteilig in Höhe von 20 Prozent der geförderten Investitionskosten durch „Kapital für Arbeit und Investitionen“ finanziert werden. Den zu erwartenden Beschäftigungseffekt der Investitionen muss der Antragsteller nachweisen.

Die Antragsteller erhalten ein integriertes Finanzierungspaket, welches zu jeweils 50 Prozent aus einem klassischen Darlehen der Hausbank und aus einem Nachrangdarlehen der KfW, für das keine Sicherheiten erforderlich sind, besteht. Die Hausbank bleibt für die Nachrangtranche von der Haftung befreit. Beide Darlehen sind fest miteinander verkoppelt und haben eine Laufzeit von zehn Jahren. Sie unterscheiden sich jedoch hinsichtlich der tilgungsfreien Anlaufjahre. So muss beim Hausbankdarlehen bereits spätestens nach zwei Jahren mit der Tilgung begonnen werden, während das Nachrangdarlehen sieben Jahre tilgungsfrei bleibt. Die Zinssätze sind für beide während der gesamten Laufzeit fest. Ähnlich wie beim „ERP-Kapital für Wachstum“ orientiert sich der Zinssatz für das Nachrangdarlehen nach dem Grad der Bonität des Antragstellers. Pro Vorhaben eines Antragstellers können max. 2 Mio. € – also jeweils 1 Mio. € Hausbankdarlehen und Nachrangdarlehen beantragt werden.

► **Unternehmerkredit der KfW Mittelstandsbank für Existenzgründer**

Mit dem „Unternehmerkredit“ unterstützt die KfW Mittelstandsbank Existenzgründer mit ausreichender fachlicher und kaufmännischer Qualifikation, mittelständische Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Freiberufler mit einem Jahresumsatz von maximal 500 Mio. €.

Der „Unternehmerkredit“ finanziert langfristige, zinsgünstige Investitionen, die einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg erwarten lassen. Dazu gehören z. B. neben dem Erwerb von Grundstücken und Gebäuden auch Baumaßnahmen sowie der Kauf von Maschinen, Anlagen und Einrichtungsgegenständen. Ebenfalls mitfinanziert werden die Übernahme eines bestehenden Unternehmens und der Erwerb einer tätigen Beteiligung genauso wie die Beschaffung und Aufstockung des Material-, Waren- oder Ersatzteillagers.

Der Kredithöchstbetrag liegt in der Regel bei fünf Mio. Euro, allerdings kann diese Grenze von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 50 Mio. € überschritten werden. Der „Unternehmerkredit“ kann maximal 75 Prozent der förderfähigen Investitionskosten abdecken. Der Finanzierungsanteil richtet sich dabei nach der Umsatzgröße des Unternehmens. Bei einer Kreditsumme bis zu einer Mio. Euro können die förderfähigen Kosten sogar zu 100 Prozent mitfinanziert werden.

Die Kreditlaufzeit beträgt bis zu zehn Jahren bei höchstens zwei tilgungsfreien Anlaufjahren. Für Investitionsvorhaben, bei denen mindestens 2/3 der förderfähigen Kosten auf Grunderwerb, gewerbliche Baukosten oder den Erwerb von Unternehmen und Beteiligungen entfallen, ist sogar eine Laufzeit von bis zu 20 Jahren bei maximal drei tilgungsfreien Anlaufjahren möglich.

Alle Darlehen müssen über die Hausbank (Bank oder Sparkasse) bei der KfW Mittelstandsbank beantragt werden.

Informationen zu öffentlichen Förderprogrammen gibt es in der BMWA-Förderdatenbank unter www.bmwa.bund.de und beim Infocenter der KfW 0180-1-241124.

► **Beratungsförderung**

Wenn Sie als Künstler den Schritt in die Selbständigkeit wagen, sollten Sie sich darauf sorgfältig vorbereiten. Dazu gehört auch die Möglichkeit, sich über Aufgaben und Probleme eines Gründers in einer Schulungs- und Informationsveranstaltung unterrichten zu lassen und eine gezielte Beratung in Anspruch zu nehmen. Das Beratungs-Förderprogramm des BMWA unterstützt diese Maßnahmen mit begrenzten Zuschüssen (siehe S. 15).

Künstlerförderung

Die Teilnahme an Wettbewerben und Stipendien bringt nicht nur Geld, sondern auch Referenzen, die für weitere Aufträge wichtig sein können. Bundesweit gibt es über 2.500 Preise, Stipendien und andere Künstlerförderungen. Ausgerichtet werden sie vom Bund, den Bundesländern, den Kommunen und natürlich Verbänden, Stiftungen und Unternehmen sowie der Europäischen Union.

Der Bund fördert Künstler und Publizisten auf unterschiedliche Art und Weise. Dazu zählen Stipendien und Preise wie auch der Ankauf von Werken zeitgenössischer Künstler. Zu den Förderinstitutionen des Bundes gehören u. a.:

► **Stiftung Kunstfonds zur Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst**

Alljährlich werden rund 50 Künstlerinnen und Künstler, Galerien, Kunstvereine, Museen und Verlage mit 550.000 bis 750.000 € unterstützt, und zwar durch Stipendien, Projektförderungen oder Publikationszuschüsse. Der mit 25.000 € dotierte „HAP-Grieshaber-Preis der VG BILD-KUNST“ wird jedes Jahr an eine Künstlerin oder einen Künstler vergeben.

Über die Förderungen entscheidet eine unabhängige Jury, der mehrheitlich Künstlerinnen und Künstler, außerdem Kunstvereinsleiter und Galeristen angehören. Voraussetzung ist, dass die künstlerische Arbeit der Stipendiaten und die Projekte einem bundesweiten Qualitätsmaßstab entsprechen müssen. Die Jury richtet ihr Augenmerk besonders auf die Unterstützung des künstlerischen Nachwuchses und die Mitfinanzierung innovativer Projekte, die durch das Raster des zunehmend kommerzialisierten Kunstbetriebes zu fallen drohen.

Finanzielle Träger der Stiftung Kunstfonds sind die Beauftragte der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien, die KulturStiftung der Länder und die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst.

► Deutscher Literaturfonds e. V.

Der Deutsche Literaturfonds fördert literarisch herausragende deutschsprachige Schriftstellerinnen und Schriftsteller sowie bundesweit richtungsweisende Initiativen und Modellvorhaben. Die Autorenförderung bezieht sich auf Werkstipendien, die für ein bestimmtes literarisches Projekt vergeben werden. Die Vermittlungsförderung unterstützt die Verbreitung von Werken, die für die literarische Entwicklung im deutschsprachigen Raum von besonderer Bedeutung sind, wie zum Beispiel die Übersetzung literarisch herausragender Werke sowie periodisch erscheinende, überregional wirksame Publikationen, die die zeitgenössische literarische Entwicklung betreffen. Außerdem werden Symposien und bundesweit bedeutsame Initiativen gefördert, die der Weiterentwicklung der Gegenwartsliteratur dienen.

► Fonds Darstellende Künste e. V. (DAKU)

Der 1985 gegründete Fonds fördert bundesweit herausragende Projekte aller Sparten der darstellenden Künste, die sich durch ihre besondere Qualität auszeichnen, Modellcharakter haben, von gesamtstaatlicher Bedeutung sind und zur künstlerischen Weiterentwicklung der darstellenden Künste beitragen. Die Förderung durch den Fonds richtet sich insbesondere auf innovative, qualitativ anspruchsvolle und risikofreudige Projekte, die aus finanziellen Gründen sonst nicht realisierbar wären. Darüber hinaus setzt sich der Fonds das Ziel, neue künstlerische Impulse zu geben, besondere Projekte zu begleiten, vorhandene Entwicklungen zu bündeln, weitergehende Kooperationen zu stiften, das Spektrum, aber auch einzelne herausragende Ansätze der darstellenden Künste in der Öffentlichkeit vorzustellen.

Für eine Projektförderung können sich sowohl Einzelpersonen als auch Gruppen/Ensembles bewerben. Antragsschluss ist jeweils zweimal im Jahr am 1. März und 1. August. Weitere Informationen und Antragsformular unter www.fonds-daku.de

► Stiftung Kulturfonds

Die Stiftung Kulturfonds wurde 1990 als Stiftung des öffentlichen Rechts errichtet. Sie hat ihren Sitz in Berlin und ist Rechtsnachfolgerin des „Kulturfonds der DDR“. Sie vergibt ihre Mittel zur Förderung zeitgenössischer Kunst und Kultur, insbesondere in den Ländern Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Arbeitsstipendien werden in den Sparten bildende Kunst/künstlerische Fotografie, darstellende Kunst, Film/Video (nur Drehbuchentwicklung), Literatur und Musik vergeben. Die Vergabe von 1.025 € monatlich für einen Zeitraum bis zu zwölf Monaten dient der Förderung hervorragender künstlerischer Einzelleistungen. Im Rahmen der Projektförderung (Höchstbetrag 70.000 €) in den genannten Sparten werden künstlerisch hochwertige Vorhaben mit Modellcharakter bezuschusst, die zum Beispiel in ihrer Konzeption länderübergreifend angelegt sind oder in ihrer künstlerischen und kulturellen Bedeutung auch in das östliche Mitteleuropa ausstrahlen.

► Deutscher Musikrat

Der Deutsche Musikrat fördert seit 1953 mit zahlreichen Maßnahmen und Projekten den musikalisch-künstlerischen Nachwuchs, die zeitgenössische Musik und das Laienmusizieren. Zu den Maßnahmen und Projekten gehören u. a. der „Deutsche Chorwettbewerb“, der „Deutsche Orchesterwettbewerb“, die Wettbewerbe „Jugend musiziert“ mit dem „Deutschen Kammermusikurs Jugend musiziert“, der „Deutsche Musikwettbewerb“ mit der „Bundesauswahl Konzerte Junger Künstler“, das Dirigentenforum, das Bundesjugendorchester, die Bundesbegegnung „Jugend jazzt“, das Bundesjazzorchester, das Förderprojekt „Konzert des Deutschen Musikrates“ und das „Deutsche Musikinformationszentrum“. Er betreut die CD-Dokumentationen „Edition Zeitgenössische Musik“ und „Musik in Deutschland 1950-2000“. Der Deutsche Musikrat gibt den „Musikalmanach“ und das „Musikforum“ heraus.

► **Filmförderungsanstalt (FFA)**

Die seit 1968 bestehende wirtschaftliche Filmförderung des Bundes stellt den in der Branche Tätigen auf der Grundlage des Filmförderungsgesetzes (Fassung vom 22. Dezember 2003) zahlreiche Instrumente zur Verfügung, die von der eigentlichen Kinofilmförderung, der Filmverleihförderung, den Hilfen für Filmtheater, der Videoförderung und Drehbuchförderung bis zur Förderung von filmberuflicher Fortbildung reichen. Neue Inhalte des Gesetzes seit 1. Januar 2004 geltenden Filmförderungsgesetzes sind u.a. eine Erweiterung der Fördermöglichkeiten, wie die kriteriengestützte Referenzfilmförderung durch filmkünstlerische Erfolge, wie Festivalpreise und Prädikate und eine verstärkte Marketingförderung für den Filmabsatz. Ansprechpartner ist die Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin.

Neben der wirtschaftlichen Förderung des Bundes besteht die kulturelle Filmförderung des Bundes. Sie umfasst im wesentlichen Projektfördermaßnahmen sowie die Unterstützung von Verleihern, Filmtheatern, Festivals und Filmarchiven. Außerdem wird jährlich der Deutsche Filmpreis vergeben. Auskünfte erteilt hierzu die Beauftragte der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien (BKM).

Weitere Förderungen für die Film- und Fernsehindustrie erfolgen durch die Europäische Union im Rahmen des für den Zeitraum von 2001 bis 2005 beschlossenen MEDIA-Plus-Programms. Den Film- und Fernsehschaffenden stehen Hilfen im Bereich von Ausbildung, Projektentwicklung und Vertrieb zur Verfügung. Auskünfte erteilen die MEDIA DESKs der Mitgliedsstaaten. EURIMAGES, das Programm des Europarates, fördert Gemeinschaftsproduktionen von Filmen, an denen Hersteller aus grundsätzlich drei der derzeit 29 Mitgliedsländer (bei Dokumentarfilmen Hersteller aus mindestens zwei Ländern) beteiligt sind. Ansprechpartner für Deutschland ist die FFA.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit vergibt zwei Preise zur kulturellen Förderung:

► Der „**Deutsche Wirtschaftsfilmpreis**“ ist die renommierteste Auszeichnung für Wirtschaftsfilm in Deutschland. Er dient der Förderung deutscher Kurzfilme, die sich mit Themen der modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft in der Bundesrepublik Deutschland befassen. Ein besonderes Augenmerk dabei obliegt der Nachwuchsförderung. Ziel dabei ist vor allem, die Kenntnis wirtschaftlicher Zusammenhänge insbesondere in den Bereichen Informationsgesellschaft, Innovation, Technologie, Arbeitswelt, Umwelt und Verbraucherschutz in der Bevölkerung zu vertiefen.

Die Preise werden für die besonders eindrucksvolle filmische Gestaltung von Kurzfilmen, die sich mit den im „Erlass über den deutschen Wirtschaftsfilmpreis“ festgelegten Themenbereichen bzw. Sparten beschäftigen, jährlich vergeben. Für Filmwerke von Studenten/innen, Absolventen/innen oder Berufsanfängern/innen als Produzenten/innen bestimmter Themenbereiche, die in der Regel nicht länger als fünf Jahre auf dem Gebiet des Wirtschaftsfilms tätig gewesen sind, werden neben den eigentlichen Preisen auch Geldpreise in der Höhe von insgesamt 5.000 € vergeben.

Der Erlass und die Ausschreibungsunterlagen werden im Bundesanzeiger bekannt gegeben. Nähere Informationen erteilt das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA). Die Adresse finden Sie auf Seite 76.



DER DEUTSCHE WIRTSCHAFTSFILMPREIS: SPANNENDE UNTERHALTUNG

Ministerialrat Dr. Friedrich Wilhelm Haug

Als Referatsleiter verantwortlich für den Wirtschaftsfilmpreis

Wirtschaftsfilm – das hört sich nicht gerade nach spannender Unterhaltung an. Haben Sie da andere Erfahrungen gemacht?

Allerdings! Nehmen wir die Reportage „Karriere á la française“, die 2003 eingereicht und prämiert worden ist. Hier wird anhand von Interviews – in typisch französischem Flair – die Situation von Managerinnen in Frankreich mit der deutscher Frauen in Führungspositionen verglichen. Ein Thema von besonderem Reiz, denn in Frankreich ist jede dritte Managerstelle von einer Frau besetzt, in Deutschland nur jede sechsdreißigste. Diese Serie wird fortgesetzt mit Darstellungen von Managerinnen in Deutschland und Polen. Mit Sicherheit ein aktuelles Thema auch in der nächsten Zeit.

„Falsche Zähne“ – noch ein aktuelles Beispiel – nimmt das spannende Thema zum wohl größten Betrug im deutschen Gesundheitswesen auf. Mit gut recherchierten Fakten und teils verdeckter Kamera werden die Wege und Schritte offengelegt, wie billige Gebisse aus Fernost zu teuren Preisen in deutsche Mäuler kommen.

Auch oft nüchterne Darstellungen von technischen Anlagen und Ausrüstungen kann man filmisch mit Gegenlicht und Toneffekten eindrucksvoll darstellen, in ein Wirtschaftsthema packen und so den Interessenten begeistern wie in dem Film „Mühle – Nautische Instrumente Glashütte“.

Bei den eingereichten Beiträgen – ob TV-Magazine, Imagefilme bekannter deutscher Unternehmen oder Arbeiten von Studentinnen und Studenten - handelt es sich also um unterhaltsame und spannende Beiträge, die nicht nur im Inland überzeugen: Meiner Meinung nach kann sich die deutsche Wirtschaftsfilmzene international sehen lassen. Solche Filme unterstützen die deutsche Exportwirtschaft, weisen auf marktwirtschaftliche Zusammenhänge und Entwicklungen hin oder stellen beispielsweise industrielle Erzeugnisse eines Unternehmens spannend vor.

Welche Idee steckt hinter dem Deutschen Wirtschaftsfilmpreis?

Mit dem Filmpreis erkennt das BMWA ausgezeichnete filmische Arbeiten an, u.a. für Regie, Kameraführung, Tontechnik und das Thema an sich. Eine Auszeichnung ist somit eine Referenz an die am Film Beteiligten. Weiterhin ist der Preis in einer eigenen Kategorie auch Anreiz für Berufsanfänger und Studenten sich dem Wettbewerb auf diesem Markt zu stellen.

Das BMWA zeichnet gelungene Werke mit dem Filmpreis auch deshalb aus, weil dies dann ein Zeichen der Wertschätzung ist. Deshalb ist er in Wirtschaftskreisen sehr begehrt, weil er auch das Engagement von Filmschaffenden auf dem Arbeitsmarkt unterstützt.

Die Preisträger haben nach dem neuen Filmförderungsgesetz auch die Möglichkeit, Fördermittel in Anspruch zu nehmen.

Auch im Internet sind die preisgekrönten Filme auf einer Homepage – www.wirtschaftsfilmpreis.de – zu sehen. Dazu gibt es umfassende Informationen über den Wirtschaftsfilmpreis, wer zur Jury gehört, wie die jährlichen Ausschreibungsunterlagen aussehen, wie die nächsten Einreichungstermine aussehen usw.

Wer bewirbt sich um den Preis?

Es bewerben sich sowohl Regisseure, Produzenten und Kameraleute als auch Filmhochschulen sowie öffentlich-rechtliche und private Rundfunk- und Fernsehanstalten. Sie reichen

Filme mit einem breiten Themenspektrum ein: Von Management, Wirtschaftsbetrug über Steuerproblematik bis hin zu Rentensicherheit, Mautgebühr, Erfindergeist aber auch Sozial- und Arbeitsthemen und Produktentwicklungen und -darstellungen ist alles dabei.

Das Interesse ist groß: Jährlich erreichen uns zwischen 75 und 120 Filme, eine harte Arbeit für die Jury im Kinosaal. Deshalb haben wir uns in diesem Jahr entschieden, eine Vorauswahl zu treffen und so können die dann nominierten Filme noch einmal in Ruhe angesehen werden.

Welche Voraussetzungen müssen die Filme erfüllen?

Zum Wettbewerb zugelassen werden Filme, die in der Regel eine längere Laufzeit als fünf Minuten haben und in deutscher Originalfassung vorliegen. Jeder Film kann nur einmal am Wettbewerb teilnehmen, und zwar im Jahr seiner Herstellung oder in dem darauf folgenden Jahr. Bei Magazinsendungen von Fernsehveranstaltern öffentlichen oder privaten Rechts sind von einer Redaktion pro Themenkreis nur zwei Filme zugelassen. Es muss sich auch um geschlossene Einzelbeiträge handeln. Teilnahmeberechtigt ist ein Film nur dann, wenn die Auftraggeber oder Hersteller des Films ihren Wohnsitz oder Sitz in der Europäischen Union haben. Für die Feststellung der Hersteller, Auftraggeber und Gestalter ist der Vorspann bzw. Abspann des Films maßgebend.

Neben etablierten Wirtschaftsfilmern richtet sich der Wettbewerb in der dritten Kategorie insbesondere an den Nachwuchs, d.h. auch Studentinnen und Studenten von Filmakademien und Berufsanfängerinnen und Berufsanfänger. Sie können sogar einen Geldpreis gewinnen. Dem BMWA geht es darum zu erreichen, dass auch in Zukunft gute Angebote an die Wirtschaft gemacht werden und seitens der Hochschule eng mit ihr zusammengearbeitet wird. Wenn sie so wollen, werden hier Talente gefördert, indem man ihren Werken die Chance gibt, sich dem Wettbewerb zu stellen. Den Preis zu gewinnen, bedeutet Anerkennung.

► Der „**Designpreis der Bundesrepublik Deutschland**“ wird im jährlichen Wechsel für Erzeugnisse und Persönlichkeiten vergeben. Die Teilnahme erfolgt über eine Nominierung der jeweiligen Wirtschaftsministerien der Bundesländer bzw. durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit. Nominiert werden können Designleistungen, die vorrangig aus einem Länderwettbewerb oder aus einem vom jeweiligen Bundesland anerkannten Auswahlverfahren hervorgegangen sind. Zur Nominierung für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland können Serienerzeugnisse aus den Bereichen Produktdesign (alle Branchen) sowie Kommunikationsdesign (analoge und digitale Erzeugnisse, z. B. Erscheinungsbilder) gelangen. Mit dem Designpreis werden drei hervorragend gestaltete Erzeugnisse prämiert. 18 weitere Erzeugnisse werden als Finalisten des Wettbewerbs mit einer Anerkennung ausgezeichnet.

Nähere Informationen erhalten Sie beim Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und beim German Design Council (Adressen S. 76, 78).

Weitere Informationen:

Angesichts der Vielzahl von Kulturpreisen, Wettbewerben und Stipendien ist es nicht einfach, sich einen Überblick zu verschaffen. Hilfestellung leisten die meisten Berufsverbände, die zum Beispiel auf ihren Internetseiten auf aktuelle Wettbewerbe und Stipendien hinweisen. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen bietet ebenfalls im Internet umfangreiche Adressen gemeinnütziger Stiftungen zur Förderung von Kunst und Kultur an. Darüber hinaus gibt das Zentrum für Kulturforschung das umfangreiche „Handbuch der Kulturpreise“ heraus. Es enthält Angaben zu Stifter/Träger, Sparte, Teilnahmebedingungen usw. der einzelnen Preise, Ehrungen, Stipendien und individuellen Projektförderungen für Künstler, Publizisten und Kulturvermittler (Bestelladresse S. 77). Eine Reihe von bundes- und landesweit geförderten Preisen, Wettbewerben und Stipendien finden Sie auf den Seiten 77 ff.

Auch bei der Künstlerförderung heißt es, die „Spreu vom Weizen zu trennen“. Nicht immer dienen Wettbewerbe der Künstler- oder Publizistenförderung, sondern der Eigenwerbung der 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 Zusammensetzung der Jury besteht aus Fachleuten.
- Verschiedene Gattungen werden getrennt voneinander beurteilt.
- Alle Kosten (Reise-, Übernachtungskosten), die im Zusammenhang mit der Preisverleihung stehen, werden vom Veranstalter übernommen.

- 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

Quelle: FASPO Fachverband für Sponsoring & Sonderwerbformen, Hamburg 2001

Sponsoring

Was in den USA gang und gäbe ist, findet auch in Deutschland immer mehr Anhänger: Unternehmen betreiben Imagepflege, indem sie kulturelle, soziale, sportliche oder wissenschaftliche Initiativen, Ausstellungen und Events sponsern. Sie stellen Geld- oder Sachleistungen zur Verfügung und werden im Gegenzug auf den Präsentations- und Werbeträgern (z. B. Ausstellungsplakaten, Eintrittskarten, Katalogen, Pressemeldungen oder der Website der Veranstalter/Künstler) namentlich genannt.

Bei der Suche nach geeigneten Sponsoren helfen Sponsoringbörsen und spezialisierte Agenturen. 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:

Der Fachverband für Sponsoring & Sonderwerbformen bietet einen detaillierten Quick-Check für Sponsorsuchende (Adresse siehe S. 90).

Schließen Sie auf jeden Fall einen Sponsoringvertrag ab, um mögliche Konflikte zu vermeiden. Dabei sollten Sie mindestens die folgenden Aspekte berücksichtigen:

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

Quelle: Dipl.-Kfm. Thomas Temme, MA, Fachhochschule Osnabrück, Fachbereich Wirtschaft



„ICH SITZE NICHT DA UND WARTE AUF EINEN EINFALL, SONDERN ICH ÜBERLEGE, WELCHE SCHRITTE ICH GEHEN KANN, UM DIESES VAKUUM ZU FÜLLEN.“

Hans-Ulrich Werchan, Produkt-Designer

Ö-Konzept, Halle

www.oe-konzept.de

Wie wird man Produkt-Designer und worin liegen Ihre Arbeitsschwerpunkte?

Ich habe fünf Jahre an der Hochschule für industrielle Formgestaltung in Halle, Bereich Produktdesign, studiert, mit Diplom abgeschlossen und anschließend eine dreijährige Assistenz im Bereich Designtheorie und Methodik absolviert.

Wir – ich arbeite mit Kollegen zusammen – planen Ausstellungen, entwerfen Produkte, Konzepte und Strategien. Beispielsweise gestalten wir gerade eine Ausstellung im Nationalparkhaus Sächsische Schweiz in Bad Schandau, wo wir vom Konzept der Ausstellung bis zur Grafik der Schautafeln alles komplett betreuen. Der künstlerische Anspruch dabei ist, die Ausstellung als Inszenierung zu entwerfen. Das heißt, ich habe von der – auch emotionalen – Raumwirkung bis zur Wirkung der einzelnen Elemente eine Art künstlerische Oberaufsicht zu wahren. Eine Ausstellung ist ja kein reines Unterrichtsmaterial zu einem Sachthema, sondern immer auch stark über Sinne und Emotionen zu erleben.

Haben Sie sich auf Ihre Selbständigkeit vorbereitet?

Als wir uns 1989 selbständig gemacht haben, galten noch die DDR-Gesetze. Das heißt, in unserem Bereich war eine selbständige Tätigkeit nicht üblich. „Normal“ war, dass man nach Abschluss des Studiums an einen Industriebetrieb vermittelt wurde und dort als angestellter Designer arbeitete. Das wollten wir nicht. Wir nutzten daher die drei Jahre Assistenz nach dem Studium erst einmal dazu, Mitglied im Verband bildender Künstler zu werden – damals die Voraussetzung für Freiberuflichkeit.

Wir haben dann im Herbst 1989 noch von der DDR eine Zulassung zur freiberuflichen Tätigkeit bekommen. Das war also die formalorganisatorische Seite der Vorbereitung gewesen.

Die andere Seite war, dass wir die drei Jahre für gestalterische und praktische Arbeiten genutzt haben, neben der Seminar- und Forschungstätigkeit an der Hochschule. Dabei entwickelten wir im Auftrag von Industriepartnern Produkte und Grafik, um die selbständige Arbeit zu trainieren und potenzielle Auftraggeber für die Zeit der Selbständigkeit zu gewinnen.

Dann kam der Fall der Mauer. Haben Sie sich danach noch einmal umorientieren müssen, was die selbständige Tätigkeit anging?

Ja und nein. Wir waren ja bereits ein halbes Jahr, bevor die Designer in der DDR massiv aus der Industrie entlassen wurden, freiberuflich tätig. All diese Dinge wie Vertragsabschluss und Abrechnung hatten wir schon trainiert und konnten daran anknüpfen. Natürlich mussten wir uns auf die veränderten Bedingungen einstellen. Beispielsweise uns in die bundesdeutschen Steuergesetze einarbeiten: Da brauchten wir schon eine gewisse Zeit. Wir haben uns zwar relativ schnell einen Steuerberater genommen, aber auch selbst die Gesetzestexte aus der Bibliothek geholt und nachgelesen.

Hat alles so funktioniert, wie Sie sich das vorgestellt hatten?

Eigentlich ja. Ausschlaggebend war dabei, dass wir eine Grundentscheidung getroffen hatten, nämlich als Freiberufler zu arbeiten. Mit allen Konsequenzen eben. Normalerweise werden nämlich Büros, die sich mit Gestaltung befassen, von einem kaufmännisch versierten Geschäftsführer geleitet. Der hat die ganze vertragliche, rechtliche Seite in der Hand und kauft sich dann freiberufliche Gestalter ein. Wir haben das vermieden. Ich glaube, es liegt auch an der Mentalität, ob man freie Kunst macht oder angewandte. Ich bin jemand, der das Planerische, Strategische, das Konzeptionelle liebt. Insofern fällt es mir nicht allzu schwer, mich in solche Dinge hineinzudenken. Natürlich haben wir zu Anfang blauäugig gesagt, es wird schon irgendwie klappen. Aber spätestens nach unserer ersten Steuererklärung, die wir viermal gemacht haben, bis wir uns mit dem Finanzamt einigen konnten, kam der Moment, in dem wir uns entscheiden mussten: Machen wir das jetzt ernsthaft, auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten, oder lassen wir es? Das notwendige kaufmännische Know-how besorgten wir uns dann bei den Berufsverbänden, über Fachliteratur usw.

Was denn zum Beispiel?

Zum Beispiel beim Thema Mehrwertsteuer: Wir bewegen uns bei manchen Aufträgen an der Grenze zwischen dem 7-Prozent-Steuersatz für künstlerische Leistungen und 16 Prozent für sonstige Dienstleistungen. Die Berufsverbände empfehlen sieben Prozent, weil das auch eine Frage des Freiberuflerstatus ist. Umgekehrt gibt es Hinweise, dass das juristisch nicht so sicher ist. Man läuft also Gefahr, wenn man sieben Prozent berechnet, dass man später Nachzahlungen an das Finanzamt leisten muss. Öffentliche Auftraggeber können wiederum die Mehrwertsteuer nicht abführen, haben also Interesse daran, dass wir sieben Prozent berechnen. So sind wir zum Beispiel von der Stadt Halle und vom Land Sachsen-Anhalt aufgefordert worden, nur

sieben Prozent zu berechnen. Daraufhin wandten wir uns ans Finanzamt und haben jetzt die Lösung schriftlich auf dem Tisch. Für Entwurfsleistungen sieben Prozent Mehrwertsteuer, für Leistungen wie Reinzeichnung, Darstellung, Präsentation 16 Prozent. Wir müssen unsere Angebote und Rechnungen folglich jetzt in zwei Steuersätze teilen. Es ist nicht schön, aber dadurch besitzen wir erst mal eine Rechtssicherheit.

Worauf haben Sie sich sonst noch vorbereitet?

Ein anderes Problem war die Sache mit den Urheberrechten, die nach wie vor von vielen Auftraggebern nicht verstanden wird. Auch da recherchierten wir die Gesetzesgrundlagen und informieren jetzt unsere Auftraggeber, indem wir Erklärungstexte mitschicken, warum es bei uns eine Summe für den Entwurf gibt und eine Summe für die Nutzung des Entwurfs.

Ein heikler Punkt ist ja auch die Preiskalkulation. Wie gehen Sie damit um?

Es gibt ja empfohlene Honorare der Berufsverbände, die aus Erfahrungswerten resultieren. Wir waren relativ diszipliniert und haben jeden Auftrag, den wir bearbeitet haben, im Umfang grob abgeschätzt, so dass wir jetzt nach zehn, elf Jahren Berufstätigkeit mit großer Wahrscheinlichkeit bei Anfragen sagen können, die Aufgabe braucht ungefähr soundso viel Zeit. Die Arbeitsstunden multiplizieren wir mit den empfohlenen Stundensätzen beispielsweise der Allianz deutscher Grafikdesigner. Da sind wir inzwischen ziemlich sicher geworden. Früher war es so, dass wir uns meistens zu unseren Ungunsten verschätzt haben. Es war die Ausnahme, dass wir mal günstiger auskamen.

Stehen Sie im Wettbewerb mit Konkurrenten?

Ich stehe auf dem Standpunkt, dass es auf unserem Gebiet keinen Sinn hat, sich gegenseitig zu bekämpfen. Das Gute an der künstlerischen, kreativen Tätigkeit ist ja, dass es unterschiedliche Handschriften gibt und man potenziellen Kunden sagen kann: Wenn Sie mehr Anekdotisches haben wollen, kommen Sie nicht zu uns, sondern gehen Sie zum Büro Soundso, die machen das besser. Wenn Sie etwas Konsequentes haben wollen, sind wir vielleicht die geeigneteren Partner. Mein Ziel ist nicht so sehr, mich gegen jemand anderen durchzusetzen, sondern mehr zu zeigen, was denn das Besondere ist, das ich kann und anbiete. Wir merken, dass es gut funktioniert, auch vom wirtschaftlichen Gesichtspunkt, wenn wir klar machen können: Was wollen wir? Wo ist unsere spezielle Richtung? Was wollen wir nicht? Denn wenn hier die Erwartungshaltungen zwischen Auftraggeber und Künstler unterschiedlich sind, dann klappt das irgendwann nicht. Es kann sich zwar jeder eine Weile verbiegen, aber es ist besser, so etwas in den ersten Kontakten zu klären.

Sie arbeiten mit einem Kollegen zusammen in einer Atelieregemeinschaft. Warum ist diese Zusammenarbeit wichtig für Sie?

Es gehört viel Selbstdisziplin und innere Stärke dazu, ganz alleine zu arbeiten. In einer Atelieregemeinschaft kann man einerseits kooperieren, voneinander lernen, sich gegenseitig anregen, und trotzdem hat man seine Freiheit und bleibt ein Individuum. Man hat aber auch ein Gegenüber und jemanden, der einem den Rücken stärkt, wenn man zum Beispiel einen schwierigen Auftraggeber hat. Man schafft sich damit ein soziales Umfeld.

Haben Sie das Gefühl, dass Ihnen Ihre künstlerische Freiheit geblieben ist?

Ich höre viel von Kollegen, die in ähnlichen Bereichen arbeiten: „Eigentlich haben wir als Künstler keine Chance. Wir müssen alles machen. Wir können zwar sagen, was wir gut finden, was nicht. Wenn aber der Auftraggeber sagt: ‚Nein, ich will es aber blau‘, dann musst du es eben blau machen, auch wenn grün besser ist.“ Das Problem hatten wir noch nicht. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass man durchaus zu seiner Kompetenz und zu seiner Haltung stehen kann. Ich weiß, warum ich etwas mache. Ich habe eine Haltung dazu. Und wer mir einen Auftrag gibt, der bezahlt diese Haltung zum Schluss ja auch mit. Gerade Ideenwettbewerbe sind in unserem Bereich durchaus üblich, wo ich dann sage: „Gut wenn ihr uns haben wollt, dann mit unserer Denkweise.“ Die negative Erfahrung ist, dass in dem Moment, wo wir zu sehr aufs Geld geguckt haben und zu willfährig das gemacht haben, was der Auftraggeber erwartet hat, die Arbeit meist schlecht war. Insofern kann ich nur dazu ermutigen, eine Haltung zu entwickeln und dazu zu stehen.

Das heißt, dass dieses künstlerische Konzept auch Bestandteil Ihres Unternehmenskonzeptes ist?

Ich denke schon. Es ist sicherlich schwierig, wenn ich frisch von der Schule komme, mir schon darüber klar zu sein: Was ist denn mein Konzept? Solche Konzepte verändern sich ja auch ständig, solch ein Profil wird mit der Zeit immer schärfer. Was ich empfehlen kann, ist, sich darüber klar zu werden: Was möchte man gerne machen? Also eine Art Leitbild zu formulieren. Wo möchte ich denn in fünf Jahren stehen als Kreativer? Welche Aufgaben möchte ich bearbeiten? Dann kann man überlegen, welche Zwischenschritte dem Ziel dienlich sind, welche führen eher weg? Wenn ich etwas tue,

das mich eigentlich wegführt, dann muss ich im Hinterkopf haben, dass das nicht der Weg ist, auf dem ich weitermachen will. Wenn da zwei Angebote sind, ein Schaufenster zu gestalten oder eine kleine Ausstellung zum Thema Kultur der Juden in Halle zu machen, dann entscheide ich mich doch lieber zugunsten der Ausstellung für 20 Prozent weniger Honorar, weil ich sage, das bringt mich weiter auf meinem Weg als das Schaufenster, obwohl das erst mal mehr Geld bedeuten würde.

Das andere wäre, sich eine gute Dokumentation der Sachen anzulegen, die man gemacht hat, auch unter dem Aspekt, das zu dokumentieren, was einem gelungen erscheint. Das ist meine Handschrift, genau da möchte ich weitermachen. Ein anderer, dem Sie das zeigen, versteht Ihre Arbeit so leichter. Es ist nun mal so in unserem Beruf, dass vieles über das Bild geht.

Welche unternehmerischen Qualifikationen sollten Ihrer Meinung nach Nachwuchs-Designer haben?

Ein Grundwissen an Betriebswirtschaft ist sicherlich nicht schlecht. Zu wissen: Wie kalkuliere ich meine Zeit? Wie viel Geld muss mir die Stunde bringen, damit ich am Monatsende meine Miete bezahlen kann? Das sind ganz simple betriebswirtschaftliche Überlegungen. Oder das Thema Steuern, da sollte man zumindest keinen Fehler machen.

Als kreativer Mensch muss man auch immer wieder mit mentalen Blockaden rechnen. Wer als Freischaffender ausschließlich von seiner Arbeit lebt, gerät dabei schnell unter existenziellen Druck. Wie gehen Sie damit um?

Es gibt zwei menschliche Grundtypen: Wenn Leute genial sind, dann haben die mit ihrer Kreativität keine Probleme. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass ich nicht genial bin. Deswegen erarbeitete ich mir eine methodische Herangehensweise, die mir über kreative Lücken oder über schlechte Zeiten hinweghilft. Das heißt, ich sitze nicht da und warte auf einen Einfall, sondern ich überlege, welche Schritte ich gehen kann, um dieses Vakuum zu füllen. Welche Teilaufgaben kann ich erst einmal lösen, damit der große Einfall kommt. Man sollte also methodische Strategien entwickeln, wie man selber arbeiten kann, um zum Ziel zu kommen. Und natürlich auch methodische Strategien, wie man mit Partnern und Auftraggebern kommuniziert. Was muss besprochen werden, wenn man sich trifft? Man muss auch in der Lage sein, sich in die Situation des Gesprächspartners zu versetzen. Was ist denn wirklich sein Problem? Bin ich da die Lösung oder bin ich es nicht? Oder wie muss ich mich ändern, damit ich die Lösung werde?

9. Welche Steuern muss ich zahlen?

ERST BEIM ABFASSEN DER STEUERERKLÄRUNG KOMMT MAN DAHINTER, WIE VIEL GELD MAN SPAREN WÜRDEN, WENN MAN GAR KEINES HÄTTE.

Fernandel (1903–1971), mit Joseph Désiré Contandin, französischer Filmkomiker

Das Thema „Steuern“ gehört nicht gerade zu den Lieblingsthemen eines Selbständigen. Für Freiberufler bleibt die Sache aber dennoch vergleichsweise überschaubar. Wer sich als freischaffender Künstler oder Publizist selbständig macht, geht einfach zum Finanzamt und beantragt spätestens vier Wochen nach Aufnahme seiner Tätigkeit eine Steuernummer. Dabei müssen Sie auch eine erste Gewinneinschätzung angeben. Danach wird die Höhe der voranzuzahlenden Einkommensteuer berechnet; bei Verheirateten werden dabei die Einkünfte des Ehepartners mit berücksichtigt (Zusammenveranlagung). Mit Erhalt Ihrer Steuernummer gelten Sie als Angehöriger der Freien Berufe und haben es dabei vor allem mit zwei Steuerarten zu tun:

Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer)

Auf jeder Rechnung, die Sie schreiben muss der Umsatzsteuerbetrag gesondert ausgewiesen sein. Diese Steuer müssen Sie an das Finanzamt abführen.

Die Höhe der Umsatzsteuerzahlungen an das Finanzamt können Sie verringern. Denn als Unternehmer dürfen Sie die Umsatzsteuer, die Ihnen beispielsweise von Lieferanten in Rech-

nung gestellt wird, von Ihrer Umsatzsteuerschuld gegenüber dem Finanzamt als so genannte Vorsteuer abziehen. Es bedeutet also bares Geld, wenn Sie alle Rechnungen und Belege zum Beispiel über Reisekosten, Arbeitsmaterial, Telefongebühren usw. aufheben. Die Differenz zwischen Vor- und Umsatzsteuer zahlen Sie monatlich oder vierteljährlich an das Finanzamt. Dort gibt es auch die entsprechenden Vordrucke; oder Sie beantragen die elektronische Übermittlung der Voranmeldungen. Dafür benötigen Sie eine entsprechende Zulassungsnummer.

Übrigens: Kleinunternehmer brauchen keine Umsatzsteuer abzuführen. Kleinunternehmer sind Sie, wenn Ihr Gesamtumsatz brutto im Gründungsjahr voraussichtlich nicht mehr als 17.500 € übersteigt. Außerdem darf der voraussichtliche Umsatz für das nächste Jahr nicht höher als 50.000 € sein.

Wenn Sie die Kleinunternehmerregelung anwenden, dürfen Sie in Ihren Rechnungen keine Umsatzsteuer ausweisen und Sie dürfen beim Finanzamt keine Vorsteuer geltend machen. Wenn Sie also größere Investitionen in der Gründungsphase vornehmen, sollten Sie überlegen, ob es nicht günstiger ist, auf die Kleinunternehmerregelung zu verzichten.

Einkommensteuer

Bei Freiberuflern wird der Gewinn, der sich aus dem Überschuss der Einnahmen über die Ausgaben ergibt, als Einkünfte aus selbständiger Tätigkeit versteuert (§ 18 Einkommensteuergesetz – EStG).

Sie berechnen den Gewinn folgendermaßen:

$$\begin{array}{r} \text{Einnahmen aus selbständiger Arbeit} \\ - \text{Ausgaben aus selbständiger Arbeit} \\ \hline = \text{Gewinn/Verlust} \end{array}$$

In der Regel müssen Sie vierteljährlich eine Einkommensteuervorauszahlung an das Finanzamt leisten. Die Höhe wird vom Finanzamt zunächst aufgrund der Angaben bei der Anmeldung festgesetzt. Erkennen Sie im Laufe des Jahres, dass sich die Höhe des zu erwartenden Gewinns ändert, müssen Sie dies dem Finanzamt mitteilen. Aus der Einkommensteuererklärung, die Sie – bei Verheirateten zusammen mit dem Ehepartner – bis zum 31. Mai des darauf folgenden Jahres einreichen müssen, sieht das Finanzamt, wie viel Sie tatsächlich verdient haben und wie hoch Ihr Gewinn war. Sie erhalten dann einen Einkommensteuerbescheid mit der Abrechnung für das gesamte zurückliegende Kalenderjahr.

Wichtig: Legen Sie auf jeden Fall immer etwas für kommende Steuerzahlungen auf die hohe Kante. Unerwartet hohe Steuerzahlungen können einen Selbständigen schnell in Zahlungsschwierigkeiten bringen. Das Finanzamt lässt nicht mit sich handeln. Informieren Sie sich in jedem Fall bei einem Steuerberater.

Beispiel Arbeitszimmer/Atelier:

Die Kosten für das Arbeitszimmer/den Atelierraum zu Hause können Sie unter bestimmten Voraussetzungen steuerlich geltend machen. Ein Arbeitszimmer wird von Ihrem Finanzamt anerkannt, wenn:

1. die freiberufliche Nutzung des Zimmers mehr als 50 Prozent der gesamten Tätigkeiten, die für Ihre Einkünfte relevant sind, beträgt. In diesem Fall sind Kosten in Höhe von bis zu 1.250 € abzugsfähig.
2. für die freiberufliche Tätigkeit kein anderer Arbeitsplatz zur Verfügung steht. In diesem Fall sind Kosten ebenfalls in Höhe von bis zu 1.250 € abzugsfähig.
3. das Arbeitszimmer den Mittelpunkt der gesamten freiberuflichen Tätigkeit bildet. In diesem Falle sind die Kosten für das Arbeitszimmer in unbegrenzter Höhe absetzbar.

Die Aufwendungen für das eigene Arbeitszimmer gliedern sich in:

Voll abzugsfähige Kosten:

- Arbeitsmittel
- Ausstattung des Arbeitszimmers, soweit für berufliche Zwecke relevant und soweit der Nettopreis 410 € nicht übersteigt (sog. geringwertiges Wirtschaftsgut; GWG)
- Renovierung des Arbeitszimmers

Die Aufwendungen für die Ausstattung des Arbeitszimmers, soweit für berufliche Zwecke relevant und soweit der Nettopreis 410 € übersteigt, sind nur im Wege der Absetzung für Abnutzung (AfA) anzusetzen. Dabei ist der Nettokaufpreis über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer des betreffenden Wirtschaftsguts zu verteilen.

Anteilige Kosten:

- Wie hoch der Anteil der Kosten für Ihr Arbeitszimmer an den Gesamtkosten Ihrer Wohnung oder Ihres Hauses ist, berechnen Sie folgendermaßen:

$$\text{Arbeitszimmeranteil} = \frac{\text{Arbeitszimmerfläche (m}^2\text{)}}{\text{Gesamtwohnfläche (m}^2\text{)}} \times 100 = \dots \%$$

Laufende Kosten für eine Mietwohnung oder ein gemietetes Haus:

- Miete
- Heizung
- Strom
- Wasser/Abwasser
- Müllabfuhr
- Schornsteinfeger
- Fehlbelegungsabgabe
- Mieterverein
- Hausratversicherung
- Reinigung
- Sonstiges

Betriebskosten für eine Eigentumswohnung oder ein eigenes Haus:

- Heizung
- Strom
- Wasser, Abwasser
- Müllabfuhr
- Grundsteuer
- Schornsteinfeger
- Gebäudeversicherungen
- Rechtsschutzversicherung für Grundeigentümer
- Haus- und Grundeigentümergeverein
- Hausratversicherung
- Reinigung
- Sonstiges

Aufwendungen für ein häusliches Arbeitszimmer können außerdem nur bei der Gewinnermittlung berücksichtigt werden, wenn sie einzeln und getrennt von den sonstigen Betriebsausgaben aufgezeichnet wurden.

Einnahmen und Ausgaben müssen Sie jederzeit schriftlich belegen können. Also alle Rechnungen, Belege, Honorarabrechnungen unbedingt aufheben!

Weitere Informationen:

Tipps zum Thema Steuern finden Sie auch in dem BMWA-Infoletter GründerZeiten Nr. 34. Bestelladresse siehe S. 76 oder als PDF-Datei unter www.bmwa.bund.de „Publikationen“. Informieren Sie sich auch frühzeitig bei einem Steuerberater.

10. Was muss ich über Urheberrechte wissen?

OB DIE GEDANKEN WIRKLICH AUS DEN KÖPFEN STAMMEN? MEIST STAMMEN SIE AUS ZWEITER HAND.

*Wieslaw Brudzinski (*1920), polnischer Schriftsteller*

Das Urheberrecht spielt für Künstler und Publizisten eine wichtige Rolle. Es sichert Ihnen die Verfügungsgewalt über Ihre Werke und Texte zu. Verlage, Rundfunksender, Theater und alle anderen möglichen Nutzer benötigen daher Ihre Einwilligung, um Texte, Musikstücke, Bilder, Fotos usw. zu vervielfältigen, zu verbreiten oder auszustellen^{1) 2)}. Sie räumen den so genannten Verwertern die Nutzungsrechte für eine bestimmte Auflage, für die Art der Nutzung, z. B. auf CD, für den Abruf im Internet, auf Video, oder für ein bestimmtes Verbreitungsgebiet ein. Diese Rechte können einem oder auch mehreren Verwertern nebeneinander eingeräumt werden.

Das Urheberrecht schützt:

- Sprachwerke, wie Schriftwerke und Reden
- Computerprogramme
- Musikwerke
- Werke der bildenden Künste
- Lichtbild- und Filmwerke
- pantomimische Werke einschließlich der Tanzkunst
- Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art wie Zeichnungen, Pläne usw.

Der Urheber hat u. a. das Recht:

- zu entscheiden, ob und auf welche Weise sein Werk veröffentlicht, vervielfältigt oder ausgestellt wird;
- sein Werk öffentlich wiederzugeben, z. B. über Vorträge, Aufführungen, Bild- und Tonträger, Rundfunk, durch öffentliche Zugänglichmachung, z.B. im Internet

1) Es bestehen Ausnahmen, z.B. für den Kirchen- oder Unterrichtsgebrauch, Tagesnachrichten u.a.

2) Das Ausstellungsrecht gilt nur für unveröffentlichte Werke der bildenden Künstler oder unveröffentlichte Lichtbildwerke.

- auf eine angemessene Vergütung;
- zu bestimmen, dass das veröffentlichte Werk mit dem Namen des Urhebers versehen wird;
- Entstellungen und Beeinträchtigungen seines Werkes zu verbieten.

Den Urheberrechtsschutz erhalten Sie automatisch. Voraussetzung ist, dass es sich bei Ihrem Werk um eine „persönliche geistige Schöpfung“ handelt.

Hinweis

Um die Rechte der Urheber im Internet-Zeitalter zu stärken, wurde das Urheberrechtsgesetz mit Wirkung zum 13. September 2003 geändert. Bitte informieren Sie sich bei Ihrem Berufsverband und bei ver.di Fachbereich Medien.

Partner von Künstlern und Publizisten: Verwertungsgesellschaften

Nicht immer können Sie überprüfen, wo und wie Ihre Werke überall 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 Entgelte ein und zahlen diese nach einem festgelegten Verteilungsschlüssel als Tantiemen an die Urheber aus.

Setzen Sie sich frühzeitig mit der für Sie zuständigen Verwertungsgesellschaft in Verbindung und schließen Sie einen Wahrnehmungsvertrag ab. Für Ihre veröffentlichten Werke erhalten Sie dann eine jährliche Ausschüttung.

Verwertungsgesellschaften (VG):

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

Für: Komponisten, Textdichter, Musikverleger (Urheberberechtigte)

Tantiemenzahlungen ergeben sich aus:

- Ausführungsrechten (Rundfunk/Live-Musik)
- mechanischen Vervielfältigungsrechten (z. B. CDs, Magnetbändern)

- **GVL, Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten**

Für: Musiker, Sänger, Tänzer, Schauspieler und alle sonstigen Werkinterpreten sowie Tonträgerhersteller und sonstige Tonträgerproduzenten mit eigenem Label

Tantiemenzahlungen ergeben sich aus:

- der Verwendung erschienener Tonträger in Fernseh- und Hörfunkprogrammen,
- der Einspeisung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen ins Kabelnetz durch Kabelbetreiber (z. B. Telekom),
- der Wiedergabe von Tonträgern und Radio- und Fernsehsendungen in Diskotheken, Gaststätten, Hotels etc.,
- der privaten Überspielung von Tonträgern und Videokassetten sowie Hörfunk- und Fernsehsendungen,
- der Vermietung von Videokassetten und CDs durch Videotheken,
- dem Verleih von Videokassetten und CDs durch öffentliche Bibliotheken,
- der Aufnahme von Titeln erschienener Tonträger in Sammlungen für den Schul- und Unterrichtsgebrauch,
- der Zweitverwertung von künstlerischen Darbietungen und erschienenen Tonträgern.

- **VG Wort**

Für: Autoren und Übersetzer schöngeistiger und dramatischer Literatur; Journalisten, Autoren und Übersetzer von Sachliteratur; Autoren und Übersetzer von wissenschaftlicher und Fachliteratur; Verleger von schöngeistigen Werken und von Sachliteratur; Bühnenverleger; Verleger von wissenschaftlichen Werken und von Fachliteratur

Tantiemenzahlungen ergeben sich u. a. aus:

- in Hörfunk und Fernsehen veröffentlichten Beiträgen,
- der Aufnahme von Arbeiten/Büchern in wissenschaftliche und Fachbibliotheken
- Kopie oder Nachdruck von Artikeln in Pressespiegeln,
- Kopien anderer geschützter Sprachwerke,
- der Vermietung von Lesemappen bzw. Sammlungen von Publikumszeitschriften in Lesezirkeln,
- dem Nachdruck in Schulbüchern,
- der Beteiligung als Drehbuchautor, Übersetzer oder Bearbeiter an einem Video, das in Videotheken ausgeliehen wird.

- **VG Bild Kunst**

Für: bildende Künstler, Fotografen, Bildjournalisten, Designer, Karikaturisten, Pressezeichner und Bildagenturen, Filmproduzenten, Regisseure, Kameraleute, Cutter, Szenen- und Kostümbildner, Choreographen

Tantiemenzahlungen ergeben sich aus:

- Folgerechten
- Reproduktionsrechten
- Senderechten
- Weitersendevergütungen
- Bibliotheksvergütungen
- Fotokopiervergütungen
- Pressespiegelvergütungen
- Lesezirkelvergütungen
- Videogeräteabgaben
- Videoleerkassettenvergütungen
- Videoverleih

Darüber hinaus gibt es die **VG Musikedition**, zuständig für die Nutzungsrechte des musikalischen Nachlasses verstorbener Komponisten sowie **Film-Verwertungsgesellschaften** für Produzenten (GÜFA, VFF, VGF und GWFF). Die Adressen der Verwertungsgesellschaften finden Sie auf S. 90.

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

11. Welche persönliche und unternehmerische Absicherung benötige ich?

SICHER IS', DASS NIX SICHER IS',
DRUM BIN I' VORSICHTSHALBER MISSTRAUISCH.

Karl Valentin (1882–1948), mit bürgerlichem Namen
Valentin Ludwig Fey, deutscher Komiker

Persönliche Absicherung über die Künstlersozialversicherung

Die Künstlersozialversicherung (KSV) ist die gesetzliche Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung für selbständige Künstler und Publizisten. Es handelt sich um eine Pflichtversicherung. Das heißt, wer die Voraussetzungen für die Aufnahme in die KSV erfüllt, muss sich dort auch versichern.

Die Künstlersozialversicherung hat zwei entscheidende Vorteile: Die Höhe der Beiträge orientiert sich an den meist schwankenden Einkommen der Versicherten. Damit haben auch einkommensschwache selbständige Künstler und Publizisten die Möglichkeit, sich abzusichern. Und: Auch als Selbständiger erhält man bei Arbeitsunfähigkeit von seiner gewählten Krankenkasse Krankengeld, und zwar nach sechs Wochen. Auf Antrag und gegen einen Aufpreis auch bereits früher, nämlich spätestens nach zwei Wochen.

Das Besondere der Künstlersozialversicherung ist: Die Versicherten zahlen wie „normale“ Arbeitnehmer 50 Prozent des Beitrags der gesetzlichen Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung an die KSV, die die Beiträge dann an die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte (BfA) und die gesetzlichen Krankenkassen weiterleitet. Die andere Hälfte zahlen der Bund sowie Unternehmen bzw. Auftraggeber wie z. B. Galerien, Verlage, Rundfunkanstalten, Konzertveranstalter,

die künstlerische und publizistische Leistungen verwerten und dafür eine so genannte Künstlersozialabgabe entrichten müssen.

Die Höhe der Beiträge liegt zur Zeit bei circa 17 bis 18 Prozent des Nettoeinkommens. Bei einem monatlichen Nettoeinkommen (Gewinn = Einnahmen abzgl. Betriebsausgaben) von 1.000 € beträgt die Beitragsbelastung beispielsweise circa 170 € bis 180 €.

Versichert werden selbständige Künstler und Publizisten, die ...

- ▶ ihre künstlerische oder publizistische Tätigkeit auf Dauer und nicht nur vorübergehend als Beruf ausüben.
- ▶ voraussichtlich mindestens 3.900 € im Jahr verdienen. Das Mindesteinkommen kann innerhalb von sechs Jahren zwei Mal unterschritten werden, ohne dass der Versicherungsschutz entfällt. Berufsanfänger werden in den ersten drei Jahren auch dann versichert, wenn sie nicht das erforderliche Mindesteinkommen erreichen. Diese Frist verlängert sich um Zeiten, in denen eine Versicherungspflicht nicht bestand, z. B. wegen Kindererziehung, Krankheit oder Nichtausübung der selbständigen Tätigkeit.

- maximal einen Arbeitnehmer beschäftigen. Weitere Arbeitnehmer können nur dann beschäftigt werden, wenn die Beschäftigung geringfügig (höchstens 400 € monatlich) ist oder der Berufsausbildung dient.
- im Wesentlichen im Inland tätig sind.

Versicherung trotz Nebenjob?

Wer neben seiner freiberuflichen Tätigkeit noch einen Nebenjob ausübt und dabei nicht mehr als 400 € verdient, kann sich ebenfalls bei der KSV versichern.

Frühzeitig anmelden

Der Versicherungsschutz beginnt mit der erstmaligen Meldung. Setzen Sie sich daher so früh wie möglich mit der Künstlersozialversicherung in Verbindung und fordern Sie ein Anmeldeformular an. Erfüllen Sie alle Voraussetzungen, meldet die KSV Sie bei Ihrer gesetzlichen Krankenkasse und der BfA an. Die Höhe der Beiträge wird auf Grund Ihrer Angaben zum voraussichtlichen Jahresarbeitseinkommen jährlich neu festgelegt.

Berufsanfänger und Höherverdienende können sich übrigens von der gesetzlichen Kranken-/Pflegeversicherung befreien lassen und sich privat versichern. Die KSV gewährt in diesem Fall einen Zuschuss.

Sonderfall Schauspieler, Sänger, Tänzer

Darstellende Künstlerinnen und Künstler gehören häufig zu den abhängig Beschäftigten. Sie können daher bei der KSV nur versichert werden, wenn sie auch selbständig tätig sind. Dazu gehören beispielsweise Fernsehschauspieler, die nebenbei auf der Bühne als Solokünstler (Sänger, Kabarettist) auftreten und dabei in keinem festen Arbeitsverhältnis stehen. Diese so genannten unständig Beschäftigten sind auch zwischen den sozialversicherungspflichtigen Engagements bei der KSV abgesichert und zwar auf Grund ihrer selbständigen Berufsausübung.

Weitere Informationen:

Informieren Sie sich auch über ergänzende Angebote der berufsständischen Versorgungseinrichtungen sowie über Angebote privater Versicherungsgesellschaften. Auch für KSV-Versicherte wird der Aufbau einer zusätzlichen Altersvorsorge steuerlich oder durch Zulagen gefördert (Riester-Rente). Voraussetzung ist, dass es sich um einen zertifizierten Versicherungsvertrag handelt. Erkundigen Sie sich dazu bei den Verbraucherzentralen sowie bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen in Bonn.

Und: Informieren Sie sich in jedem Fall zu Beginn Ihrer Selbständigkeit bei der Künstlersozialversicherung. Die Adresse finden Sie im Anhang auf S. 90.

Berufliche Absicherung

Neben der gesetzlichen Kranken-, Renten- und Pflegeversicherung sollten Sie sich auch darüber informieren, welche beruflichen Versicherungen für Sie wichtig sind. Welche Grundversicherung ist empfehlenswert? Welche Versicherungsabschlüsse haben Zeit? Erkundigen Sie sich bei Ihrem Berufsverband, bei ver.di mediafon und sprechen Sie mit Kolleginnen und Kollegen.

Zur Absicherung Ihrer beruflichen Tätigkeit können folgende Versicherungen sinnvoll sein:

Berufsunfähigkeitsversicherung

Wenn Sie aus gesundheitlichen Gründen nur noch eingeschränkt oder überhaupt nicht mehr arbeiten können, erhalten Sie aus der gesetzlichen Rentenversicherung eine Erwerbsminderungsrente. Voraussetzung ist, dass Sie in den letzten fünf Jahren für 36 Kalendermonate Pflichtbeiträge gezahlt haben. Sind Sie weiterhin selbständig, werden die Einkünfte aus der Tätigkeit auf die Rente angerechnet. Absicherung bei Berufsunfähigkeit bieten auch die berufsständischen Versorgungseinrichtungen und privaten Versicherungsgesellschaften.

Betriebs-Unterbrechungsversicherung (BU-Versicherung)

Laufende Kosten und entgangener Gewinn werden bei Schaden durch Feuer, Einbruchdiebstahl, Vandalismus, Leitungswasser, Sturm und Hagel ersetzt.

Einbruch-Diebstahl-Versicherung

Kommt für Verlust, Zerstörung, Beschädigung von versicherten Sachen durch Diebstahl, Raub oder Vandalismus nach einem Einbruch auf.

Elektronikversicherung

Ersetzt Schäden an EDV- und Videoanlagen usw. bei unsachgemäßem Gebrauch, Vorsatz Dritter, Kurzschluss, Überspannung, Feuchtigkeit, Sabotage etc.

Glasversicherung

Kommt für Schäden an Vitrinen, Glasplatten für Wechselrahmen, Schaufenster auf.

Haftpflichtversicherung

Je nach künstlerischer oder publizistischer Sparte können Dritte Schadenersatzansprüche geltend machen. Erkundigen Sie sich nach denkbaren Schadensfällen.

Kunstversicherung

Kommt für Schäden durch Transport und bei Ausstellungen auf.

Rechtsschutzversicherung

Mitglieder der ver.di, Fachbereich Medien, erhalten kostenlosen Rechtsschutz z.B. bei Auseinandersetzungen in Fragen des Urheber-, Auftrags-, Versicherungsrechts usw.

Kfz-Haftpflichtversicherung

Sie kommt für alle Schäden an Personen, Sachen und Vermögen auf, die der Fahrer gegenüber Dritten verursacht hat. Schäden am eigenen Fahrzeug sind über die Teil- und Vollkaskoversicherung gedeckt, auch dann, wenn der Versicherte den Unfall selbst verschuldet hat.

Musikinstrumentenversicherung

versichert gegen Schäden durch Transport, Feuer, Diebstahl, Raub und Wasser.

Unfallversicherung

Einige Versicherungsgesellschaften bieten für Künstler eine erhöhte Gliedertaxe bei Verlust oder Funktionsbeeinträchtigung von Gliedmaßen an. Es besteht auch die Möglichkeit, sich freiwillig bei der zuständigen gesetzlichen Unfallversicherung, den Berufsgenossenschaften zu versichern. Designer, Grafiker und Bildberichterstatter (Schwerpunkt Textreportagen) wenden sich an die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft; Grafik-Designer, Fotografen und Bildberichterstatter (Schwerpunkt Herstellung von Fotografien) an die Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung.

Weitere Informationen:

Erkundigen Sie sich nach Versicherungsgesellschaften, die sich auf die Absicherung Ihrer Berufsgruppe spezialisiert haben. Informationen erhalten Sie bei den Berufsverbänden und bei ver.di, Fachbereich Medien. Allgemeine Informationen erhalten Sie auch von der Stiftung Finanztest und den Verbraucherzentralen. Zum Thema Versicherungen für Existenzgründer finden Sie Informationen in dem BMWA-Infoletter Gründerzeiten Nr. 24. Bestelladresse S. 76 oder als PDF-Datei unter www.existenzgruender.de „Publikationen“.



„FÜR MICH GILT IN BEGRENZTEM UMFANG ALLES, WAS FÜR GROSSE UNTERNEHMEN AUCH GILT.“

Lisa Grüneisen, literarische Übersetzerin, Trier

In welchem Bereich sind Sie tätig?

Ich übersetze Romane aus Spanien und Südamerika und erstelle ab und zu Literaturgutachten im Auftrag von Verlagen. Meinen ersten Auftrag habe ich 1993 noch während meines Germanistik- und Romanistikstudiums von einem Verlag bekommen.

Wie kam es zu diesem Auftrag?

Ich habe einfach immer Interesse am Übersetzen gehabt. Und bei meinem ersten Auftrag hatte ich ein Buch in Spanien gekauft, gelesen und mich dafür begeistert. Aus Spaß und damit mein Partner das lesen kann, habe ich den Anfang übersetzt. Diese Übersetzung habe ich dann an einen Verlag geschickt. Erst später habe ich festgestellt, dass das durchaus ein üblicher Weg ist. Zum damaligen Zeitpunkt war mir das nicht bewusst.

Der Verlag wurde mir „über drei Ecken“ empfohlen. Aber ich hatte nicht damit gerechnet, dass irgendetwas daraus werden könnte. Der Lektor des Verlages war tatsächlich begeistert.

Aber ich muss sagen, es war reines Glück, denn ich war damals sehr blauäugig und hatte mich überhaupt nicht vorbereitet. Ich wusste zum Beispiel nicht, was genau bei einem Vertragsabschluss zu beachten ist. Ich hatte einfach Glück, dass mir der Verlag ein sehr faires Angebot gemacht hat.

Hatten Sie nach diesem ersten Auftrag den Eindruck: „So, jetzt habe ich den Einstieg geschafft“?

Einerseits nein, weil ich ja damals noch studiert habe. Andererseits habe ich natürlich gehofft, dass ich über diesen Auftrag in der Branche Fuß fassen kann. Das war schon mein Ziel. Aber ich habe mich erst einmal wieder aufs Studium konzentriert. Es hat sich dann aber tatsächlich so ergeben, dass ein anderer Verlag auf diese Übersetzung aufmerksam wurde und sich bei mir gemeldet hat. Insofern war die erste Übersetzung schon entscheidend, auch wenn ich mich damals nicht sofort als Übersetzerin gesehen habe.

Gab es einen bestimmten Zeitpunkt, wo Ihnen klar war: „Jetzt bin ich selbständig“?

Ja, aber erst beim dritten Buch. Das zweite habe ich noch als Glück und Zufall empfunden. Beim dritten Buch dachte ich dann schon, meine Tätigkeit auch als meinen Beruf anzusehen und mich zu professionalisieren. Das hieß zum einen eben auch weitere Kontakte zu knüpfen, mich in der Verlagsbranche kundig zu machen. Eine sehr große Hilfe waren die Tipps eines Kollegen, eines Spanischübersetzers, der schon länger im Geschäft war, der mir sympathisch erschien und den ich angeschrieben hatte. Von ihm habe ich zum Beispiel erfahren, dass es einen Übersetzerverband gibt, und viele Adressen bekommen, die mir weitergeholfen haben.

Was waren denn wichtige Tipps? Was hat Sie weitergebracht?

Ich denke, ganz wichtig war zu wissen, dass man nicht alleine steht. Der Beruf hat es an sich, dass man zu Hause arbeitet, am Computer, am Schreibtisch: Man hat eben wenig direkte Kontakte. Für mich war es wichtig zu erfahren, dass man die Möglichkeit hat, sich auszutauschen, auch fachlich, was beispielsweise Vertragsverhandlungen angeht, was Kontakte angeht usw. Da war der Kollegenverband ganz wichtig, um Schwierigkeiten zu überwinden.

Welche besonderen Schwierigkeiten hatten Sie während der Anfangsphase?

Ich glaube, jeder Übersetzer hat irgendwann einmal Auftragslöcher. Die Auftragslage ist einfach relativ unbeständig. Wenn sich das über Monate hinzieht, ist man schon geneigt, an der eigenen Professionalität zu zweifeln. Man fragt sich: „Ist das überhaupt ein Beruf, was ich hier betreibe?“.

Mit dieser Unbeständigkeit umzugehen ist schwierig, aber das ist wahrscheinlich immer so bei der beruflichen Selbständigkeit. Man muss lernen, damit umzugehen, und dafür sorgen, dass es eine durchlaufende Auftragslage gibt. Man muss lernen, mit Stressphasen klarzukommen und sich andererseits auch einmal Auszeiten zu nehmen. Und man muss lernen, sich selbst nicht zu überfordern und auch nicht sofort panisch zu werden, wenn Leerzeiten entstehen. Vermutlich lernt man erst in der Praxis, ob man überhaupt der Typ ist, der mit diesen Unsicherheiten leben kann.

Wie gehen Sie mit diesen Schwierigkeiten um?

Ich hatte einmal eine ganz schlechte Auftragslage, die sich fast über ein ganzes Jahr hinzog. Und da habe ich mir einen Termin gesetzt und gesagt: Bis hier hin sehe ich mich als Übersetzerin an. Danach muss ich mich umorientieren und nach Alternativen suchen. Ich habe einfach auch Glück gehabt, dass es in dieser Zeit finanziell nicht zu knapp wurde, und habe versucht, neue Kontakte zu knüpfen, um meine Geschäftsbeziehungen zu Verlagen zu erweitern. Das war eben die Zeit des berühmten „Klinkenputzens“.

Sehen Sie sich selbst eigentlich als Unternehmerin?

Ja, als Kleinstunternehmerin. Ich muss meine Firma, die aus meinem Schreibtisch und meiner Person besteht, am Laufen halten. Insofern gilt für mich in begrenztem Umfang alles, was für große Unternehmen auch gilt. Ich muss schauen, dass ich eine konstante Auftragslage habe, dass ich meine Kontakte pflege. Die mir zur Verfügung stehende Zeit muss ich gut nutzen, also muss ich effizientes Zeitmanagement betreiben. Natürlich muss ich auch sehen, dass meine Zahlen stimmen.

Kaufmännische Dinge spielen aber eine relativ geringe Rolle, weil es doch ein überschaubares Feld ist, in dem man arbeitet. Ich mache vielleicht im Jahr zwei Verträge und erkundige mich jetzt natürlich vorher, wie man das am besten macht.

Welche konkrete Hilfestellung haben Sie vom Verband der Übersetzerinnen und Übersetzer erhalten?

Zum einen ist es gut, dass der fachliche Austausch, auch übers Internet, funktioniert, dass man in der konkreten Arbeitsphase Ansprechpartner hat. Es ist natürlich auch wichtig zu sehen, wo andere stehen, auch was das Verhandeln angeht. Wenn es konkret um Verträge geht, hat man eine Art Richtschnur. Das ist besonders wichtig für uns, weil es eben keine tariflichen Vereinbarungen in diesem Bereich gibt.

Sehr geholfen haben mir gerade am Anfang so genannte Professionalisierungsseminare, die der Verband anbietet. Dort geht es zum Beispiel um den Umgang mit Verlagen, um sachgerechtes Verhandeln, um Arbeitsmethoden oder ganz praktisch darum, wie ich eine Steuererklärung mache.

Hat denn ein junger literarischer Übersetzer überhaupt großen Verhandlungsspielraum gegenüber Verlagen?

Ich denke, man muss sich schon immer die Frage stellen, wo das persönliche Limit liegt. Man sollte aber auch wissen, dass man allein von literarischen Übersetzungen sehr schlecht leben kann. Ich kenne kaum einen Kollegen, der ausschließlich von Literaturübersetzungen lebt. Die meisten arbeiten mit der berühmten Mischkalkulation: Dolmetschen und/oder Fachübersetzungen, auch technische Übersetzungen.

Sie müssen sich immer wieder vermarkten und Kontakte zu Verlagen halten. Wie bleiben Sie im Geschäft?

Ich versuche, gute Arbeit abzuliefern. Meine Arbeit soll zeigen, dass es sich lohnt, mit mir zusammenzuarbeiten, indem ich gute Übersetzungen liefere und pünktlich „saubere“ Manuskripte abgebe.

Was würden Sie Nachwuchsübersetzern empfehlen?

Es kann nie schaden, wenn man Eigeninitiative mitbringt. Wenn man selbst einen Buchvorschlag macht, ein konkretes Projekt anbietet und möglichst dazu auch eine Arbeitsprobe vorlegen kann. Die Verlage sollen erkennen: Da ist jemand, mit dem wollen wir zusammenarbeiten.

Standen Sie jemals vor der Entscheidung, ob Sie abhängig beschäftigt oder selbständig arbeiten wollen?

Es gab einerseits schon die Überlegung, noch einmal abhängig beschäftigt zu sein, in diesen Phasen, wo ich nicht wusste, ob ich mit dieser Unsicherheit länger leben möchte. Aber andererseits ermöglicht mir die berufliche Selbständigkeit die Freiheit, eigenverantwortlich und unabhängig zu arbeiten. Insofern habe ich meinen Weg in die Selbständigkeit eigentlich selten bereut und empfinde es immer noch als Privileg, beruflich genau das machen zu können, was ich machen wollte.

12. Die Tür zum Auftraggeber öffnen

ES GENÜGT NICHT, MIT BEIDEN BEINEN
IM LEBEN ZU STEHEN;
MAN MUSS SICH AUF DIE BEINE MACHEN.

*Rolf Haller (*1922), deutscher Schriftsteller*

Eines ist freischaffenden Künstlern und Publizisten auf jeden Fall gemeinsam: Das Angebot ist größer als die Nachfrage. Wie jeder Kleinunternehmer, der nicht von Laufkundschaft lebt oder Massenware verkauft, müssen Sie also erst einmal feststellen, 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 und legen Sie eine Adressenliste mit den persönlichen Ansprechpartnern an.

Welche Kontakte sind wichtig? In puncto Synergien und Querverbindungen nach dem Motto „Ich kenn da jemanden“ sind zunächst einmal alle Kontakte wichtig. 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 in eigenen Publikationen wichtige Informationen für Einsteiger.

Auf den folgenden Seiten haben wir für einige Sparten Tipps für den Einstieg zusammengestellt. Für den Fall, dass Sie sich hier nicht wiederfinden, kontaktieren Sie bitte Ihren Berufsverband und ver.di, Fachbereich Medien, für weitere Informationen.

► Journalistinnen und Journalisten

Freie Journalisten erhalten ihre Aufträge von den Redakteuren der Zeitungen, Zeitschriften, Online-Medien, Presseagenturen, Hörfunk- oder Fernsehsendern. Die Kontaktaufnahme zu Redakteurinnen und Redakteuren steht daher an erster Stelle, um „einen Fuß in die Tür zu kriegen“.

Vermutlich haben Sie bereits über Praktika, Ihre Journalistenausbildung oder auch über eine eventuelle Festanstellung Kontakte zu Redaktionen aufgebaut. Als Freie oder Freier müssen Sie Ihren Radius erweitern. Gehen Sie davon aus, dass Redakteure eines nicht haben: Zeit. Bereiten Sie deshalb jedes Telefonat gut vor, damit Sie Ihren Gesprächspartner kurz, knapp und ausreichend über Ihr Anliegen informieren können.

Checkliste „Sind Sie startbereit?“

Verfügen Sie über die notwendige Standardausstattung?

- Computer
- Telefon/Fax
- Brief-/Faxpapier mit Namen, vollständiger Adresse und Bankverbindung
- E-Mail-Adresse
- Internetzugang
- ISDN- oder T-DSL-Anschluss
- Handy

Zusatzausstattung:

- Fotoapparat
- Aufnahmegerät für O-Töne

Welches Themengebiet möchten Sie bearbeiten?

- Welche Einzelthemen/Beiträge könnten Sie sofort bearbeiten?
- Warum sind diese Themen besonders interessant?
- Sind diese Themen von überregionalem Interesse?
- Liegen bereits Manuskripte/Leseproben vor?

Welche Medien/Redaktionen kommen für Sie in Frage?

Erstellen Sie Ihre persönliche Adressenliste:

- Publikums-, Fachzeitschriften (erhältlich im „gut sortierten“ Kiosk)
- Fernseh- und Hörfunksender (Programmübersicht in Fernseh- und Hörfunkzeitschriften)

- Online-Medien (zu finden über Suchmaschinen im Internet. Hier finden Sie ebenfalls Redaktionsadressen von Printmedien, Fernseh- und Hörfunkredaktionen)
- Adressen und Informationen von Redaktionen und Verlagen finden Sie auch im „Stamm“ oder „Zimpel“ (erhältlich in Bibliotheken).

Wie stellen Sie den ersten Kontakt her?

Faxen oder mailen Sie ein kurzes Exposé an den zuständigen Redakteur/die zuständige Redakteurin:

- Kurzbeschreibung (max. 5 Zeilen) des Beitrags, Angaben zur Länge, zu den Informationsquellen, evtl. auch O-Töne
- 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? Z. B.: 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?

Siehe hierzu auch: Wolfgang Kiesel: Von Beruf Frei. Ratgeber für freie Journalistinnen und Journalisten. Hg.: Deutscher Journalistenverband e.V., Bonn 2001.

Sehen Sie Ihren ersten Auftrag als Testlauf an und halten Sie sich zuverlässig an die vereinbarten Vorgaben. Um Missverständnisse zu vermeiden: Fassen Sie die Gesprächsergebnisse schriftlich zusammen und übersenden Sie sie Ihrem Gesprächspartner.

Weitere Informationen:

Sowohl im Internet als auch in Publikationen des Deutschen Journalisten-Verbandes e.V. und der ver.di, Fachgruppe Medien finden Sie Tipps für die erste Kontaktaufnahme (Adressen S. 76, 93).

➤ Autorinnen und Autoren

„Hilf dir selbst, sonst hilft dir keiner!“ empfiehlt der Bundesverband junger Autoren und Autorinnen (BVjA). Diese Selbsthilfe beginnt mit einem konsequenten Marketing.

Checkliste „Marketing“

- Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Verlagslandschaft. Fragen Sie zum Beispiel 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 unaufgeforderte 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 (Adresse S. 92) oder an einen freien Lektor.
- Legen Sie Ihr Manuskript „Testlesern“ (lesebegeisterte Freunde, Bekannte) vor.
- Nehmen Sie an Seminaren, Fortbildungen, Wettbewerben teil.
- Nehmen Sie Kontakt zu Literaturgruppen, -büros, -werkstätten auf. Die Adressen erhalten Sie zum Beispiel 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 kennen zu lernen.
- Vor allen Dingen: Setzen Sie kontinuierlich Ihre Bemühungen fort. Oberste Maxime für alle Autoren lautet „Schreiben, schreiben, schreiben“.

Quelle: Ralf Paprotta, Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e. V. (BVjA), 2001

Hinweis: Der Bundesverband junger Autoren und Autorinnen e. V. rät, die Angebote von Druckkostenzuschussverlagen zu prüfen und sich Alternativangebote von Druckereien etc. einzuholen. Weitere Informationen erhalten Sie beim BVjA (Adresse S. 92).

Beim Versand eines Manuskriptes an einen Verlag sollten Sie daran denken, dass ein Verlagslektor monatlich bis zu 200 Manuskripte erhält. Gestalten Sie Ihr Manuskript daher so lesefreundlich wie möglich.

Weitere Informationen:

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, der auf seiner Internetseite Honorare zu Autorenlesungen sowie den Normvertrag für den Abschluss von Verlagsverträgen veröffentlicht (Adresse S. 92).

► Literarische Übersetzerinnen und Übersetzer

Vieles, was für Autoren gilt, gilt auch für Übersetzerinnen und Übersetzer. Unterschiede gibt es vor allem hinsichtlich der Vertragsgestaltung. In der Verhandlung mit Verlagen sind nach Meinung der Bundessparte Übersetzer im Verband deutscher Schriftsteller (VS) bei ver.di folgende Punkte von besonderer Bedeutung:

Checkliste „Normvertrag für Übersetzer“

Übersetzungsvertrag

- Zugrunde zu legen ist der zwischen ver.di/VS und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V./Verleger-Ausschuss ausgehandelte Übersetzer-Normvertrag.

Seitenhonorar

- Grundlage ist die Normseite, die tatsächlich 30 Zeilen zu 60 Anschlägen (bei Wiedergabe der Abschnittsgliederung des Ausgangstextes) und nicht pauschal 1.800 Zeichen beinhaltet. Für erhöhten Rechercheaufwand, Gedichte, Eilaufträge usw. werden zusätzliche Honorare vereinbart.
- Das Honorar wird spätestens bei Ablieferung – und nicht nach Abnahme des Manuskripts durch den Verlag – fällig. Vorschusszahlungen für längere Texte können vereinbart werden.
- Werden in sich geschlossene Teile eines Werks abgeliefert, besteht gesetzlicher Anspruch auf eine Abschlagszahlung.
- Die Mittelstandsgemeinschaft Literarische Übersetzerinnen und Übersetzer gibt regelmäßig Orientierungswerte zu Honoraren und Beteiligungen heraus (erhältlich bei der Bundessparte Übersetzer).

Erfolgsbeteiligung (Umsatzbeteiligung)

- Berechnungsgrundlage ist der Nettoladenverkaufspreis (Verkaufspreis minus Mehrwertsteuer).
- Lt. neuem Urheberrecht steht Übersetzern eine angemessenen Vergütung zu (Grundhonorar, Beteiligung am Verkauf und an Nebenrechten). Was unter einer angemessenen Vergütung zu verstehen ist, wird

z. Zt. zwischen dem Verband deutschsprachiger Übersetzer und den Verlagen verhandelt. Aktuelle Informationen unter www.literatur-uebersetzer.de

Beteiligung an den Nebenrechten

- Die Nebenrechtsbeteiligung sollte 10 Prozent vom Verlagsanteil nicht unterschreiten. Beim Verlagsanteil handelt es sich um den Teil des Gesamterlöses, der dem Verlag nach Abzug der Anteile für den Lizenzgeber verbleibt.
- Idealerweise sollte sowohl eine Erfolgsbeteiligung als auch eine Nebenrechtsbeteiligung ausgehandelt werden.

Abgabetermin

- Die vereinbarten Abgabefristen müssen vom Übersetzer auf jeden Fall eingehalten werden, andernfalls kann der Verlag nach Verstreichen einer Nachfrist vom Vertrag zurücktreten und bereits gezahlte Honorare zurückverlangen.
- Die Übersetzung wird in der Regel auf Papier mit breitem Korrekturrand abgegeben. Die Lieferung in elektronisch zu verarbeitender Form (Diskette, E-Mail) ist wegen der Satzkostenersparnis für den Verlag zusätzlich – laut Mittelstandsgemeinschaft mit mindestens 50 Cent pro Normseite – zu vergüten.
- Die Einarbeitung von Lektoratskorrekturen sollte lt. Mittelstandsgemeinschaft mit mindestens 1 € pro Normseite berechnet werden.

Quelle: VdÜ Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke e.V./Bundessparte Übersetzer im Verband deutscher Schriftsteller (VS) in ver.di, 2003

Weitere Informationen:

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 (Bestelladresse S. 93).

➤ **Bildende Künstlerinnen und Künstler**

Der Einstieg als junger Nachwuchskünstler bei renommierten Galerien ist erfahrungsgemäß schwierig. Ohne gute Kontakte, die einem die Tür öffnen, haben Sie kaum eine Chance. Für Newcomer können Ausstellungen in gewerblich oder öffentlich genutzten Räumen ein erster Schritt sein, um „nach draußen“ zu gehen. In Frage kommen beispielsweise Anwaltspraxen, Banken, Empfangshallen von größeren Unternehmen oder auch Behörden.

Klären Sie dabei u. a. folgende Fragen:

- Welches Publikum nutzt diese Räume?
- 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)?

Schließen Sie auf jeden Fall einen Vertrag ab, um alle „Unklarheiten zu beseitigen“.

Der Weg in die Galerie

In aller Regel arbeiten junge, unbekannte Künstler mit jungen, unbekannteren Galeristen zusammen, die sie zum Beispiel auf Kunstmesen oder über Vernissagen kennen lernen. Adressen von Kunstmesen und Galerien finden Sie zum Beispiel im Internet (siehe S. 89). Ein umfangreiches Nachschlagewerk zu aktuellen Ausstellungsterminen ist das *belser kunst quartal* (Bestelladresse siehe S. 89). Der Bundesverband Deutscher Galerien e.V. vermittelt Kontakte zu Juniormitgliedern, die nicht länger als drei Jahre am Markt sind.

Ausnahmen bestätigen zwar die Regel, trotzdem: Spazieren Sie nicht einfach mit der Mappe unter dem Arm in die Galerie hinein. Informieren Sie sich erst einmal zum Beispiel anhand von Katalogen über das künstlerische Konzept der Galerie. Es muss zu Ihren Werken passen. Versuchen Sie auch, neue, zu Ihnen passende Trends zu erkennen. 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, und kündigen Sie Ihren Anruf an. Telefonisch können Sie dann u. a. klären, wo sich der Galerist Ihre Arbeiten ansehen möchte: im Atelier, in der Galerie, in einer gerade stattfindenden Ausstellung?

Achten Sie darauf, dass der/die Galerist(in) Mitglied in einem Berufsverband ist. Die Mitglieder des Bundesverbandes Deutscher Galerien e. V. müssen zum Beispiel 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 pro Jahr durchführen.

Die Zusammenarbeit zwischen Galerist und Künstler sollte langfristig, also auf drei bis fünf Jahre angelegt sein und auf jeden Fall vertraglich festgehalten werden. Für diesen Zeitraum bilden sie ein festes Arbeitsteam. 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 das gemeinsame Team 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 exklusiv zur Verfügung und sind auf das Vermarktungsgeschick des Galeristen angewiesen. Der Galerist wiederum investiert in den Verkauf und Ihren Bekanntheitsgrad 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 zufrieden stellende und faire Zusammenarbeit zu legen. Und: Halten Sie es mit Goethe: „Denn was man schwarz auf weiß besitzt, lässt sich getrost nach Hause tragen.“ Halten Sie Ihre Vereinbarungen in jedem Fall in einem schriftlichen Vertrag fest. Der Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. sowie der Bundesverband Deutscher Galerien 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 (siehe Vertragsmuster S. 62).

Galerievertrag für die Durchführung einer zeitlich begrenzten Ausstellung

Der folgende Mustervertrag, herausgegeben vom Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK), regelt die Bedingungen zwischen Galeristen und Künstlern, die in einem zeitlich befristeten Rahmen, für eine Ausstellung in der Galerie, zusammenarbeiten wollen.

Weitere Musterverträge (Ateliermietvertrag, Kunst-am-Bau-Vertrag, Kaufvertrag usw.) finden Sie in dem vom BBK herausgegebenen Handbuch für Bildende Künstlerinnen und Künstler, ProKunst³ Steuern – Verträge – Versicherungen (Bestelladresse S. 91).

Weitere Informationen:

Informationen zu Ausstellungen, Galerien, Kunst am Bau sowie allen weiteren Fragen rund um Steuern, Verträge und Versicherungen finden Sie in der Broschüre „ProKunst³ 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 die ver.di, Fachbereich Medien (Adresse S. 76, 91).

Galerievertrag für die Durchführung einer zeitlich begrenzten Ausstellung

zwischen: _____ (im Vertrag „Galerie“ genannt)

Anschrift:

Name der vertretungsberechtigten Person:

und: _____ (im Vertrag „Künstler“ genannt)

Anschrift:

§ 1

Die Galerie verpflichtet sich, in der Zeit vom _____ bis _____ in ihren Galerieräumen in _____ eine Ausstellung der Werke des Künstlers durchzuführen. Beide Seiten sind sich darüber einig, dass die Ausstellung aus den aus der Anlage ersichtlichen Werken des Künstlers mit den nach Maßgabe von § 5 festgelegten Verkaufspreisen zusammengestellt werden soll.

Ist eine genaue Bezeichnung der auszustellenden Werke zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch nicht möglich, so sind die ungefähre Anzahl der auszustellenden Werke und deren Preisrahmen aus der in der Anlage befindlichen Aufstellung ersichtlich.

Beide Seiten verpflichten sich, die Aufstellung nach Abs. 2 vor Eröffnung der Ausstellung einvernehmlich zu vervollständigen.

Der Künstler verpflichtet sich, die auszustellenden Werke spätestens bis _____ in einwandfreiem Zustand der Galerie zu übergeben, und versichert, alleiniger Inhaber sämtlicher Rechte an den auszustellenden Werken zu sein.

§ 2

Die Galerie verpflichtet sich, bis zum _____, spätestens bis zum 30. Tag nach Beendigung der Ausstellung, dem Künstler die nicht verkauften Werke zurückzugeben, falls nicht eine längere Kommissionsvereinbarung nach Maßgabe von § 8 Abs. 1 dieses Vertrages getroffen wird.

Die Galerie verpflichtet sich, spätestens bis zum 30. Tag nach Beendigung der Ausstellung dem Künstler ein Verzeichnis der veräußerten Werke zu übersenden und dem Künstler den ihm nach Maßgabe von § 5 Abs. 4 zustehenden Anteil des Verkaufserlöses zu zahlen. Vereinbart die Galerie mit dem Käufer Zahlungsfristen oder Ratenzahlungen über ein Ziel von 30 Tagen hinaus, bedarf eine derartige Vereinbarung der Zustimmung des Künstlers.

Die Galerie verpflichtet sich, Name und Anschrift des Käufers eines Werkes dem Künstler mitzuteilen.

§ 3

Den Hintransport der auszustellenden Werke und seine Kosten übernimmt die Galerie/der Künstler*. Den Rücktransport der nicht verkauften Werke übernimmt die Galerie/der Künstler*. (Unzutreffendes streichen.)

Vom Empfang bis zum Zeitpunkt der Rückgabe an den Künstler, bzw. an eine von diesem bestimmte Stelle, haftet die Galerie dem Künstler gegenüber – außer in Fällen höherer Gewalt – für abhanden gekommene oder beschädigte Werke; andere Veränderungen oder Verschlechterungen an den Werken, die trotz vertragmäßigen Gebrauchs entstehen, hat die Galerie nicht zu vertreten.

§ 4

Die Gestaltung der Ausstellung erfolgt durch die Galerie im Einvernehmen mit dem Künstler. Die endgültige Entscheidung obliegt der Galerie.

Verkaufsverhandlungen werden ausschließlich von der Galerie geführt.

Während der Dauer der Ausstellung ist der Künstler berechtigt, sich zu den Öffnungszeiten in den Ausstellungsräumen aufzuhalten.

§ 5

Die Verkaufspreise (inkl. MwSt.) werden auf der Liste der auszustellenden Werke verzeichnet. Der Künstler gewährleistet die festgelegten Preise und verpflichtet sich, die ausgestellten Werke innerhalb der in § 2 Abs. 1 festgelegten Frist nicht unter Preis zu verkaufen. Rabatte können nur in Absprache zwischen Künstler und Galerie gewährt werden. Bei dem Verkauf eines Werkes steht der Galerie eine Provision in Höhe von ____% des gemäß Abs. 2 verzeichneten Preises zu, die bei der Anrechnung nach § 2 Abs. 2 in Abzug zu bringen ist. Bei dem Ankauf eines Werkes durch die Galerie erhält diese einen Nachlass von _____% des gemäß Abs. 2 verzeichneten Preises.

§ 6

Werbemaßnahmen (z. B. Einladungen, Plakate, Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, Prospekte, Presseerklärungen u.Ä.) erfolgen durch die Galerie im Einvernehmen mit dem Künstler.

Die Galerie verpflichtet sich zur Durchführung folgender Werbemaßnahmen auf ihre Kosten:

- ▶ Druck und Versand von Einladungskarten*
- ▶ Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften*
- ▶ Druck und Versand von Prospekten*
- ▶ Bereitstellung und Versand einer Presseerklärung*
- ▶ Präsentation von Werken des Künstlers auf der Web-Seite der Galerie für den in § 1 Abs. 1 genannten Zeitraum*
- ▶ andere _____

(*Unzutreffendes streichen.)

Der Künstler willigt darin ein, dass die Galerie eines oder mehrere Werke aus der in § 1 erwähnten Ausstellungsliste im Rahmen der aufgeführten Werbemaßnahmen reproduziert und verbreitet.

§ 7

Verbleiben über den Zeitraum der Ausstellung bzw. den in § 2 Abs. 1 geregelten Zeitraum hinaus Werke des Künstlers bei der Galerie bzw. werden andere Werke zusätzlich in Kommission genommen, bedarf es des Abschlusses eines Kommissionsvertrages.

Der Künstler verpflichtet sich, während der Ausstellung und innerhalb der in § 2 Abs. 1 vorgesehenen Frist die in dem in § 1 vorgesehenen Verzeichnis als verkäuflich vermerkten Werke nicht ohne Mitwirkung der Galerie anderweitig zu verkaufen.

Weist die Galerie dem Künstler einen Kaufinteressenten nach und kommt es aufgrund dieses Nachweises zu einem Kaufvertrag über ein nicht in der Ausstellung befindliches Werk des Künstlers, so steht der Galerie eine Provision in Höhe von _____% des Verkaufspreises zu.

§ 8

Weitere Abreden (z. B. Herausgabe eines Kataloges, Vermittlung von Auftragsarbeiten, Veranstaltung weiterer Ausstellungen des Künstlers oder Ausstellungsvermittlungen):

§ 9

Änderungen dieses Vertrags bedürfen der Schriftform. Für diesen Vertrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Gerichtsstand ist der Wohnsitz des Künstlers.

Ort/Datum

Künstler (rechtsverbindliche Unterschrift)

Für die Galerie (rechtsverbindliche Unterschrift der vertretungsberechtigten Person)

Quelle: ProKunst³ Steuern – Verträge – Versicherungen. Handbuch für Bildende Künstlerinnen und Künstler. Hg.: Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK), zweite Auflage, bbkigbk@aol.com, www.bbk-bundesverband.de, Bonn 2002

► 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 ca. 1.000 Konzertveranstaltern sowie Informationen zu Gage, 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 vielmehr, dort auch 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. 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. Aber nun zeigt sich das eigentliche unternehmerische Talent: hartnäckig bleiben, immer den richtigen Ton finden, auch wenn es schwer fällt, und nicht aufgeben.

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. Die Rockstiftung Baden-Württemberg e. V. bietet dazu für Musiker aus dem gesamten Bundesgebiet Seminare an. Für Mitglieder bietet der Deutsche Rock & Pop Musikerverband ein eigenes Seminar- und Coachingprogramm an.

Besser mit Manager?

Auftritte zu akquirieren und zu organisieren ist allerdings auch eine mühsame und zeitaufwändige Angelegenheit. Hinzu kommt: Je mehr Auftritte, desto knapper wird die Zeit, um „alles unter einen Hut zu bekommen“. Und: Nicht jedem liegen diese Aufgaben. Überlegen Sie daher, ob es sinnvoll ist, das Management an einen Dritten zu übertragen. Hier den Richtigen zu finden ist allerdings nicht so einfach. Wichtig ist: Der 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 aber im Vorfeld, dass es sich nicht nur für den angehenden Manager lohnt, in Ihre Musik Zeit und Arbeit zu investieren: 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 für den Konfliktfall klare Regeln zu haben bzw. von vornherein Konflikte zu vermeiden (siehe Mustervertrag S. 65).

Weitere Informationen:

Rock-, Pop- und Jazzmusiker können sich an den Deutschen Rock & Pop Musikerverband e. V. wenden. Die Stiftung Rockmusik Baden-Württemberg bietet u. a. Seminare für Musikerinnen und Musiker aus dem gesamten Bundesgebiet an. Das Internetangebot des Deutschen Musikinformationszentrums (MIZ) beinhaltet u. a. umfangreiche Adressen und Hinweise zu Fort- und Weiterbildungen (Adressen S. 93).

Manager-Vertrag

zwischen dem Manager

und dem/der Künstler/-in bzw. der Band

(nachstehend „Künstler“ genannt)

Zwischen den o. g. Vertragsparteien wird folgender Manager-Vertrag rechtsverbindlich geschlossen:

1.

Der Künstler überträgt hiermit oben genannter Person die Aufgabe, ihn weltweit über einen Zeitraum von ___ Jahr/-en, vom _____ bis _____ als Manager zu betreuen und die berufliche Karriere des Künstlers nach besten Kräften zu fördern.

2.

Der Manager kümmert sich um alle Tätigkeiten des Künstlers in der Unterhaltungsindustrie, bereitet Studioaufnahmen, Verlagsverträge, Schallplattenverträge sowie öffentliche Konzertauftritte in Funk, Fernsehen und Konzertsälen/Clubs vor.

3.

Der Manager kann für den Künstler Verträge mit Personen, Firmen und Gesellschaften vorbereiten, die ihm für die berufliche und künstlerische Karriere des Künstlers förderlich erscheinen. Er hat vor Vertragsabschluss Rücksprache mit dem Künstler zu halten.

4.

In Übereinstimmung mit dem Manager verpflichtet sich der Künstler zu Folgendem.

- ▶ Der Künstler ist bereit, dem Aufbau seiner Karriere soviel Zeit zu widmen, wie der Manager dies in einem vernünftigen Rahmen von ihm verlangt. Er verpflichtet sich, jederzeit in Übereinstimmung mit dem Manager in seinem Namen geschlossenen Verträgen zu handeln.
- ▶ Der Künstler ist bereit, bei der optischen und akustischen Gestaltung seiner künstlerischen Arbeit dem Manager ein Mitspracherecht einzuräumen.
- ▶ Der Künstler verpflichtet sich, zu allen Konzertauftritten pünktlich zu erscheinen und bei allen Proben, Pressegesprächen, Fototerminen, Aufnahmen und Geschäftssitzungen auf Anweisung des Managers anwesend zu sein.
- ▶ Der Künstler verpflichtet sich ebenso, sich jederzeit angemessen und vernünftig zu verhalten.

5.

Als Vergütung für seine Dienste erhält der Manager ___ % der Bruttoeinnahmen des Künstlers aus seiner Tätigkeit in der Unterhaltungsindustrie. Dazu gehören unter anderem Auftrittshonorare, Platten-, Film- und Werbeeinnahmen aus Verträgen mit Firmen.

6.

Alle Kosten für Fotos, Plakate, Infos und Bühnenanlagen werden vom Künstler getragen, jedoch kann der Manager bestimmte Beträge als Vorschüsse zahlen.

7.

Der Manager legt innerhalb ___ Woche/-n nach jedem Quartalsende dem Künstler über alle von ihm eingenommenen Beträge Rechenschaft ab und überweist dem Künstler die ihm zustehenden Beträge abzüglich aller Vorschüsse und Auslagen, die der Manager im Namen des Künstlers und auf dessen Geheiß erledigt hat. Der Künstler kann jederzeit Einsicht in die Unterlagen nehmen. Hierfür bedarf es einer ___ wöchigen Anmeldefrist.

8.

Der Künstler verpflichtet sich im Gegenzug, am Ende eines jeden Quartals auf Verlangen des Managers ebenso Rechenschaft abzulegen über alle Einnahmen, die direkt an den Künstler gezahlt werden. Etwaige prozentuale Vergütungen – resultierend aus diesem Vertrag – zahlt der Künstler sofort an den Manager.

9.

Der Manager führt für den Künstler gesonderte Geschäftsbücher und verpflichtet sich – bei rechtzeitiger Ankündigung –, den Künstler Einsicht in die Bücher nehmen zu lassen.

10.

Der Vertrag verlängert sich automatisch um ___ Jahr/-e, sofern von keiner der Vertragsparteien eine Kündigung erfolgt. Die Kündigung hat in schriftlicher Form zu erfolgen.

Nach einer Kündigung des Vertrages verpflichten sich beide Seiten, für die folgenden _____ Monate die bereits eingegangenen Verträge zu erfüllen.

Der Künstler kann von dem Tag der Kündigung an Verträge mit Dritten abschließen, sofern diese eine Nichterfüllung der o. g. Verträge nicht zur Folge haben.

Der Manager erhält über einen Zeitraum von ___ Monaten (Beginn: Tag der Kündigung) eine prozentuale Beteiligung in Höhe von ___ % der Einnahmen, die aus Verträgen mit Dritten entstehen.

11.

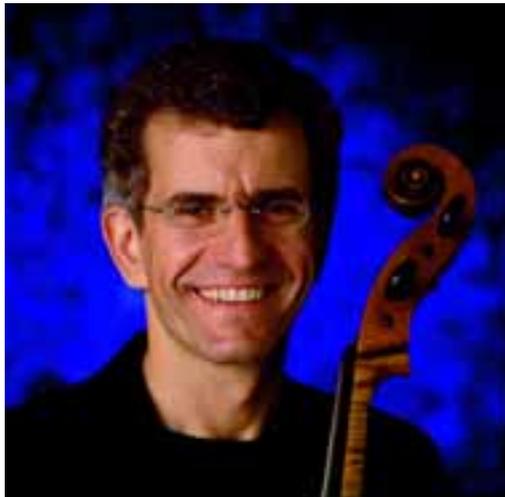
Vertragsänderungen und Nebenabsprachen bedürfen der Schriftform.

Ort, Datum

Unterschrift des Managers

Unterschrift(en) der Künstlerin/des Künstlers bzw. der Band

Quelle: Ole Seelenmeyer, Musiker-Jahrbuch 1999/2000, Verlag Musiker Press, Bestelladresse: Deutscher Rock & Pop Musikerverband e.V.



„ICH GLAUBE, MAN IST PLÖTZLICH DRIN UND MERKT: ‚HOPPLA, ICH BIN JA SELBSTÄNDIG.‘“

Juris Teichmanis, Cellist, Freiburg/Breisgau

Welche Musikrichtung verfolgen Sie und wo haben Sie Ihre Ausbildung absolviert?

Ich habe mich auf die historische Aufführungspraxis spezialisiert. Das umfasst primär die Musik des Barock und der Frühklassik bis hin zur Klassik. Aber ich beschäftige mich natürlich auch mit anderen Epochen, von der Romantik bis ins 20. Jahrhundert.

Meine erste Ausbildung habe ich von meinem Vater im Privatunterricht erhalten. Dann bin ich für kurze Zeit als Jugendstudent an die Freiburger Musikhochschule gegangen und habe mein reguläres Studium in Karlsruhe bis 1990 absolviert. Anschließend habe ich noch in Amsterdam Privatunterricht genommen.

Wie sieht Ihr beruflicher Alltag aus? Sind Sie als Cellist eher in Musikensembles oder als Solomusiker unterwegs?

Sowohl als auch. Alltag bedeutet erst einmal natürlich, zu Hause zu sein und sich auf Konzerte vorzubereiten. Das heißt üben und proben, egal in welchen Besetzungen, ob in Kleinstbesetzungen bis zu sechs Kollegen oder nur mit einem Partner oder auch im Kammerorchester.

Darüber hinaus spiele ich sowohl in festen Kammermusikensembles, der Neuen Düsseldorfer Hofmusik und Musica Alta Ripa in Hannover als auch in Orchestern, wie z. B. dem Barockorchester Stuttgart unter Frieder Bernius. Mit diesen Gruppen bin ich dann natürlich auch zeitweise im In- und Ausland unterwegs.

Außerdem unterrichte ich derzeit fünf Schüler. Und schließlich gehört zu meinem beruflichen Alltag auch die Vorbereitung von Texten für Programme und das Lesen von Fachliteratur.

Haben Sie ganz bewusst den Weg in die Selbständigkeit gewählt?

Ich habe schon als kleiner Junge von Friedrich Gulda gehört, der nur Konzerte gab, wenn er Geld brauchte. Das hat mich sehr beeindruckt – diese Vorstellung, einfach seiner Kunst nachzugehen. Dieser Gedanke hat mich als Jugendlicher schon fasziniert. Aber dass es so schwer angeht, habe ich mir natürlich nicht vorgestellt. Trotzdem: Der Wunsch, eine feste Anstellung zu haben, trat nie auf. Natürlich, vom wirtschaftlichen Standpunkt her denkt man schon: Wenn ich in einem Orchester fest angestellt wäre, hätte ich Urlaubsgeld, ein 13. Monatsgehalt, wäre besser rentenversichert. Aber ich glaube, ich wäre einfach von meinem Naturell her dort nicht gut aufgehoben.

Ich kann aber trotzdem nicht genau sagen, wann mir eigentlich bewusst wurde, dass ich beruflich selbständig bin. Ich glaube, man ist plötzlich drin und merkt: „Hoppla, ich bin ja selbständig“. Wenn sich jemand selbständig macht, setzt das ja meistens voraus, dass er sich vorbereitet und Geld investiert. Das muss man natürlich in Instrumente auch, aber es ist eher so ein dahinschleichendes Werden, das freischaffende Musikerdasein, so war es zumindest bei mir. Vermutlich merkt man am deutlichsten, dass es mit der Selbständigkeit losgeht, weil man Geld verdienen muss.

Und wie haben Sie zu Beginn Ihr Geld verdient?

Am Anfang ging das bei mir sehr mühsam los. Ich war fertig mit meinem Studium und wollte in meinem Bereich „alte Musik“ arbeiten. Viele Ensembles in Deutschland waren schon besetzt mit Cellisten. Also hieß es erst einmal „Türklinken putzen“. Ich habe zum Beispiel in Köln, in Österreich, in der Schweiz alle Adressen, die ich irgendwie bekommen konnte, angerufen und mich vorgestellt. Bin zum Teil auch hingefahren und habe vorgespielt. Aber dann hieß es: „Alles schön und gut, aber wir haben schon jemanden.“ Dann ist man natürlich frustriert und fragt sich, ob das überhaupt noch etwas wird. Aber dann spielt man irgendwo bei einer Wald- und Wiesengeschichte und da ist jemand, der einen mag und der einen gehört hat usw. Und das ist dann eine Art Schneeballsystem. Plötzlich wird man weitergereicht. Und auf einmal rufen Leute an, die man vorher „angefleht“ hatte. Das zeigt eigentlich, dass „Vitamin B“ das Wichtigste ist. Natürlich muss man qualifiziert sein. Aber wenn man niemanden kennt, der einen weiterempfiehlt, dann ist das sehr, sehr mühsam.

Wie lange hat diese Durststrecke zu Beginn gedauert?

Alles in allem habe ich fünf bis sieben Jahre gebraucht, wobei die ersten beiden Jahre für mich sehr, sehr hart waren. Finanziell konnte ich mich damals nur „über Wasser halten“, weil meine damalige Frau eine Festanstellung beim Freiburger Barockorchester hatte.

Was hat Ihnen auf dem Weg in die Selbständigkeit ganz besondere Probleme bereitet?

Ich glaube, dass ich mir nicht klar gemacht habe, wie viele Steine da im Weg liegen. Wenn einem Elternhaus und Studium vermittelt haben, dass man gut ist, und man wusste, dass man zu den Besseren gehört und auch hofiert wurde, und man sich nach Abschluss des Studiums sagt: „O. k., jetzt lege ich einfach mal los“, dann merkt man plötzlich: Es sind nicht nur die Studienkollegen, sondern unzählige andere, die genauso kämpfen und sehen müssen, wo sie bleiben. Trotzdem: Ich möchte diese Zeit auch nicht missen. Ich habe aus diesen negativen Erfahrungen gelernt und mache jetzt einfach verschiedene Dinge anders.

Ich kann mich zum Beispiel noch an eine Begebenheit erinnern, als ich ganz jung war und überheblich auf irgendein Angebot reagiert habe: „Nein, das ist mir nicht gut genug, so etwas mache ich nicht.“ Und hinterher war das eine ganz tolle Sache und ich habe mich natürlich „schwarz“ geärgert. Von daher ist eine ganz wichtige Erfahrung, zu lernen „auf dem Teppich zu bleiben“ und die Fußsohlen ganz intensiv zu spüren und nicht hoch zu schweben und zu träumen. Man muss einfach erkennen, dass man nicht der Einzige ist, der gut ist, und daher eine Balance zwischen gesundem Selbstvertrauen und Bescheidenheit finden.

Wie haben Sie in der Anfangsphase Kontakt zu Auftraggebern aufgenommen?

Von 1991 bis 1998 war ich Mitglied in einem Ensemble für alte Musik, wo ich der „Kontaktmensch“ zu den Veranstaltern war. In dieser Zeit habe ich Unmengen von Briefen geschrieben, habe Konzerte aufgenommen und aufwändige Flyer drucken lassen. Aber dabei macht man auch schnell die Erfahrung, dass man auf 100 Briefe zehn Antworten bekommt, und dabei sind dann vier Zusagen.

In dieser Zeit habe ich gelernt zu pokern, mich nicht unter Wert zu verkaufen, selbstbewusst aufzutreten und mich hinter meine künstlerische Tätigkeit zu stellen. Man muss natürlich auch begreifen, dass man nicht der Einzige ist, der da sitzt und schreibt, sondern dass es unzählige Mitstreiter und Kollegen gibt, die auf gleiche Art und Weise versuchen, Konzerte zu bekommen und das gleiche Schicksal teilen.

Zu Beginn habe ich vor allem mit Ensembles gearbeitet. Später dann auch als Solist. Da musste ich mich natürlich auch um Konzertauftritte kümmern. Aber sich als Solist zu vermarkten ist doch etwas anderes, als wenn man ein Ensemble im Rücken hat. Überhaupt sind mir eigentlich diese ganzen unternehmerischen Aufgaben wie Akquise, Verhandlungen führen und die ganzen Büroangelegenheiten eher unangenehm. Lieber beschäftige ich mich mit Musik, als diesen unternehmerischen Tätigkeiten nachzugehen. Natürlich weiß ich, dass man von der Musik allein nicht leben kann und man sich auch den anderen Aufgaben stellen muss. Aber das ist auch der Grund, warum ich viele dieser Aufgaben an meinen Manager delegiere. Er macht die Akquisition, vermarktet meine künstlerische Tätigkeit, übernimmt meine Programme und Texte zu den Programmen und verhandelt mit Veranstaltern.

Ich denke, wenn man diese Arbeiten nicht machen möchte, sollte man sich jemanden suchen. Man sollte sich auch nicht scheuen, dafür Geld zu investieren, denn das kann nur irgendwann wieder zurückkommen. Am Telefon zu sitzen, Briefe zu schreiben, kostet ja sehr viel Zeit, und insofern schränkt das auch die künstlerische Tätigkeit ein.

Wenn Sie noch einmal am Anfang stehen würden, würden Sie sich dann besser auf Ihre berufliche Selbstständigkeit vorbereiten?

Ich glaube ja. Wenn junge Musiker freiberuflich einsteigen möchten, sollten Sie auf jeden Fall nach entsprechenden Angeboten schauen, die auf die Selbstständigkeit vorbereiten. Gerade übers Internet gibt es unendliche Möglichkeiten: Kurse, Seminare, Vorträge, die einem den Einstieg erleichtern, aber auch darauf vorbereiten, wie hart das sein kann. Auch die Finanzierung des privaten Lebens ist natürlich so eine Sache. Da unterliegt man als Freiberuflicher zum Teil sehr starken Schwankungen. Man sollte sich auch ein Zeitlimit setzen und dann sehen, wie es geht.

Würden Sie denn sagen, dass prinzipiell jeder Musiker für die freiberufliche Tätigkeit geeignet ist?

Nein. Man sollte vor allem erst einmal in sich hineinhorchen. Ich kenne viele Kollegen, die in einem festen Orchester spielen, sich dann für eine freiberufliche Tätigkeit entscheiden und ihre Orchesterstellen aufgeben. Das ist einfach eine Typfrage. Der andere sagt, ich brauche meine Sicherheit, meine Regelmäßigkeit und mir macht es nichts aus, in einem großen Apparat ein Rädchen zu sein. Entscheidend ist, dass man mit seiner Wahl glücklich ist.

➤ **Schauspielerinnen und Schauspieler**

Auch für angehende Schauspielerinnen und Schauspieler gilt: Ohne Kontakte geht nichts. Darüber hinaus bietet aber auch die Bundesanstalt für Arbeit mit ihren beiden Vermittlungsdiensten Hilfestellung an: Die Künstlerdienste vermitteln Kleindarsteller, Statisten und Komparse für Theater, Film und Fernsehen (Adressen S. 92).

„Eine Nummer größer“ ist die Zentrale Bühnen-, Fernseh- und Filmvermittlung (ZBF), die mit insgesamt fünf Agenturen bundesweit vertreten ist. Sie vermittelt Angehörige künstlerischer und technischer Berufe aus den Bereichen Schauspiel, Musiktheater, Film und Fern-

sehen. Die ZBF berät außerdem zu allen künstlerischen, beruflichen und vertraglichen Fragen rund um Theater, Film und Fernsehen (Adressen S. 91).

Neben diesen staatlichen Vermittlungsagenturen können Sie sich auch an private Agenturen wenden. Der Vorteil ist: Die Betreuung ist individueller und Ihr Agent kann sich gezielt um Ihre Karriereplanung kümmern. Die „richtige“ Agentur finden Sie in Medienhandbüchern oder im Internet.

Bevor Sie einen Vertrag abschließen, sollten Sie allerdings gründlich prüfen, ob die Agentur Ihrer Wahl auch in Ihrem Sinne arbeitet.

Checkliste „Zusammenarbeit mit Agenturen“

Die Zusammenarbeit mit Agenturen kann die Kontaktaufnahme zu Regisseuren, Theatern, Filmproduktionsfirmen, Castern und Besetzungsbüros erleichtern. Dabei sollten Sie aber in jedem Fall Folgendes beachten:

- Der Agent ist Dienstleister für die Hauptperson, die Künstlerin/den Künstler.
- Die „Chemie“ muss stimmen.
- Lassen Sie sich die Telefonnummer eines oder mehrerer betreuter Künstlerinnen und Künstler geben und erkundigen Sie sich über die Arbeitsweise der Agentur und den Betreuungsumfang.
- Schauen Sie sich den Katalog der Agentur an.
- Vorsicht bei Aufnahmegebühren, Vorabteilungen an Agenturkosten oder anderen Vorabgebühren. Seriöse Agenturen fordern keine derartigen Geldleistungen von ihren Mitgliedern.
- Keine Knebelpassagen im Vertrag: keine langfristigen und umständlichen Kündigungsregeln, kein Verbot, sich selbst Verpflichtungen zu suchen und zu verhandeln (ohne finanzielle Abgabe an die Agentur), kein Verbot, in anderen Regionen mit Agenturen zu arbeiten, die vor Ort eine effizientere Betreuung bieten, keine Vertragsstrafen, keine Einschränkung Ihrer Entscheidungsrechte, kein Ausschluss der Zusammenarbeit mit einzelnen Theatern, Filmproduktionen, Castern oder Besetzungsbüros u. Ä.
- Die Agentur sollte sich um alle Belange kümmern, um Ihnen eine störungsfreie Berufsausübung zu ermöglichen. Voraussetzung dafür sind Vertrauen und regelmäßige Kontakte.
- Zu den üblichen Leistungen einer Agentur zählen auch die langfristige Karriereplanung, Fragen der Fortbildung, die Pressearbeit und die Imagegestaltung
- Gemeinsam gefundene Festlegungen gelten für beide.

Quelle: Jürgen Kulinski, IDS Interessenverband Deutscher Schauspieler, info@agentur-kulinski.de



„DAS PROBLEM IN DER MEDIENKUNST IST, DASS DIE ÖKONOMIE ANDERS ALS IM TRADITIONELLEN KUNSTMARKT FUNKTIONIERT.“

Joachim Blank, Medienkünstler, Berlin

www.sero.org

Was steckt hinter dem Begriff „Netzkunst“? Und warum beschäftigen Sie sich damit?

Die so genannte Netzkunst basiert ja im Wesentlichen auf Ansätzen der Konzeptkunst und Aktionskunst der 60er und 70er Jahre. Danach muss Kunst nicht unbedingt mit materiell fassbaren Objekten zusammenhängen. Es kann sich auch um Ideen, Modelle, Konzepte und Kommunikationsprozesse handeln. Wichtig ist der Unterschied zum Design: In der Netzkunst geht es weniger um schöne Sites als vielmehr um die Thematisierung des Mediums selbst.

Das Internet war für mich oder für uns – wir haben fast immer in einer Gruppe gearbeitet – deshalb interessant, weil es eine Art Modellraum ist, also so etwas wie eine eigene Welt darstellt. Es ist ein kommunikatives Medium, das durch seine Technologie Wege und Formen einer limitierteren Kommunikation als im „realen Leben“ ermöglicht, trotzdem aber großen Einfluss auf die Entwicklung unserer „realen Welt“ hat.

Ich selbst werde als Netzkünstler bezeichnet, weil ich zu den Künstlern gehöre, die durch ihre Arbeit mit dem Internet bekannt geworden sind. Ich bin beispielsweise zur documenta X eingeladen worden, weil ich mich als Künstler mit diesem Medium auch profiliert habe. Mein langjähriger Partner Karl Heinz Jeron und ich

haben von Beginn an aber auch Arbeiten realisiert, die eine Präsenz im physischen Raum haben. Der Rahmen des kleinen viereckigen Monitors hat uns oft nicht gereicht, um uns zu artikulieren. Ein- bis zweimal im Jahr – je nach Lust – ergibt es sich auch, dass wir reine Internetarbeiten, die nur im Netz präsent sind, entwickeln.

Wie sind Sie dazu gekommen, sich als Künstler mit dem Internet, mit Computern zu beschäftigen?

Mein Einstieg verlief über die Fotografie hin zu einer intensiveren Beschäftigung mit Informatik und überhaupt mit der Computertechnologie. In den 80er Jahren gab es die ersten verfügbaren Grafikcomputer, Amiga Comodore, Amiga 2000, wo man eben die Möglichkeit hatte, Bildmaterialien zu digitalisieren und zu manipulieren. Das war ein interessanter Aspekt, der mich immer näher an die „Maschine“ heranzuführte.

Zu Beginn der 90er Jahre war es dann einfach interessant, sich als Künstler teilweise aus dem traditionellen Kunstkontext zurückzuziehen und zu sagen: „O. k., wir arbeiten in einem anderen Kontext, dem Internet. Wir haben ein Medium, mit dem wir arbeiten, über das wir arbeiten und mit dem wir ein besonderes Verhältnis zu unserem Publikum über Hin- und Rückkanäle ortsunabhängig aufbauen können.“ Im Grunde war es nur ein Versuch, auszuloten, Kunst mit anderen, künstlerischen Mitteln und in anderen Kontexten zu machen. Das war vielleicht auch das Radikale an der Netzkunst, das künstlerisch Interessante, nämlich die Möglichkeit zu haben, sich aus dem lokalen Kunstbetrieb zurückzuziehen und in Kontakt mit einem weit entfernten, aber kunstfremden Publikum in Kontakt zu treten.

Können Sie von Ihrer virtuellen Kunst leben?

Von der Kunst selber könnte ich nur sehr schwer leben. Das Problem in der Medienkunst ist, dass die Ökonomie anders als im traditionellen Kunstmarkt funktioniert. Man baut zum Beispiel eine Computerinstallation für ein Festival auf, präsentiert sie dort und erhält dafür ein Honorar. Das ist eine andere ökonomische Basis, als wenn ich mein Kunstwerk verkaufe, etwa wie ein Maler oder Bildhauer. Medienkünstler leben eher wie Musiker von Auftritt zu Auftritt. Der Verkauf von Arbeiten ist eher die Ausnahme, und wenn es klappt, dann gehören meist eher Museen wegen ihres öffentlichen Auftrags zu den Käufern als private Sammler.

Die Problematik verschärft sich für diejenigen Künstler, die ausschließlich Websites produzieren: Sie haben keinen „Auftraggeber“ der sie für die Produktion bezahlt, und der Zugriff über das Netz auf das Projekt ist kostenlos. Es gibt allerdings auch seriöse Institutionen, denen die schwierige ökonomische Situation der Netzkünstler bewusst ist und die deshalb bereit sind, Honorare für das „Verlinken“ des eigenen Institutionsservers mit dem Künstlerprojekt zu bezahlen. Aber es ist schwer, allein davon zu leben. Ich arbeite daher auch als Hochschul-lehrer an der Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig. Dort habe ich eine Dozentur für Medienkunst, vergleichbar mit einer Professur auf Zeit.

Meiner Erfahrung nach sind Netzkünstler eigentlich immer auf ein zusätzliches finanzielles Standbein angewiesen. Die meisten Medien- und Netzkünstler können Websites entwickeln und gestalten oder sogar Programmierarbeiten übernehmen. Damit verdienen sie dann ihr Einkommen, zum Beispiel bei Agenturen.

Können Sie sich vorstellen, dass sich für Netzkunst zukünftig ein Markt entwickeln wird?

Es ist eine Frage der Zeit. Ich kann mir gut vorstellen, dass in Zukunft Unternehmen nicht nur ihren eigenen Internetauftritt von Medienkünstlern gestalten lassen, sondern Künstler dafür bezahlen, wenn sie ihre eigenen Projekte auf der Unternehmenswebsite ablegen. Bei

Museen wie zum Beispiel dem Museum of Modern Art in San Francisco ist das bereits jetzt schon der Fall. Dort wurden Künstler gegen Honorar gebeten, Arbeiten für den Webserver des Museums zu entwickeln. Wie bei den Kunst-am-Bau-Projekten wird hier die „virtuelle Architektur“ einer Institution oder eines Museums von Künstlern bearbeitet. Diese Praxis lässt sich auch leicht auf Unternehmen übertragen. Es gibt kaum ein größeres Unternehmen, das nicht im Web präsent ist. Auch in diesem Bereich können künstlerische Arbeiten ihre Wirkung haben, ob nun nur für die Angestellten oder für die Kundenzielgruppe des Unternehmens.

Durch die Entwicklung von neuen Präsentationstechnologien sehe ich in Zukunft auch gute Chancen für die Bespielung von Fassaden und generell des öffentlichen Raums, mit medialen Mitteln. Das sind Aspekte, die in den nächsten Jahren interessant werden könnten.

Wie sollten sich junge Medienkünstler auf den neu entstehenden Markt vorbereiten?

Im Augenblick kann man nicht sagen: „Mach das und das und du wirst einen Markt eröffnen“. Was jedoch Medienkünstler immer schon ausgezeichnet hat, ist, dass sie häufig bestimmte Strömungen, bestimmte Dinge, die sich in der Gesellschaft abspielen, früher erkennen und dies auch im Einklang mit digitalen Medien thematisieren können.

Organisationstalent ist wichtig, weil man selten alles alleine machen kann. Man muss lernen, ähnlich wie beim Film, mit anderen Spezialisten zusammenarbeiten zu können. In der Medienkunst kann es von Vorteil sein, die Sprache der Ingenieure und Informatiker verstehen und sprechen zu können. Und man sollte in der Lage sein, Modelle und Konzepte zu entwickeln und sie möglichst schnell und klar auf eine einfache Art und Weise dem potenziellen Geldgeber veranschaulichen zu können. Weitere Grundvoraussetzungen sind auch hier Aspekte wie Aufmerksamkeit und kommunikative Kompetenz.

Letztendlich geht es vor allem auch um Selbstpositionierungsstrategien. Sie müssen versuchen, eine bestimmte Position zu erreichen, eine bestimmte Präsenz. Am Anfang steht daher immer so etwas Ähnliches wie Öffentlichkeitsarbeit oder eine Vermarktungsstrategie. Diese Art der Selbstpositionierung ist äußerst anstrengend, weil man immer dranbleiben muss. Wenn du ein halbes Jahr nichts machst, hast du das Gefühl, die Welt hat dich vergessen. Man benötigt also in diesem Punkt ein großes Maß an Hartnäckigkeit und Kontinuität.

In Ansätzen wird dieses Know-how ja bereits praktiziert, meistens allerdings unbewusst. In der Hochschularbeit, speziell in meinem Studiengang Medienkunst, legen wir viel Wert darauf, wie die Studenten ihre Arbeiten präsentieren: Wie verpacke ich meine Idee, wie bringe ich sie nach außen? Welches Medium benutze ich dazu? Wie führe ich den Besucher, Betrachter, Nutzer, Kunden an meine Idee heran? Das sind zugleich formal-künstlerische Probleme, die bei intermedialen Arbeiten gelöst werden müssen, und natürlich Fragestellungen, die das Verhältnis von Kunstwerk und Publikum und damit die Rezeption nachhaltig beeinflussen.

Betrachtet man alles von der ökonomischen Seite, dann sind auch Medienkünstler bzw. Künstler aller Sparten Unternehmer. Wir wollen unsere Produkte – oft immaterielle Werte – letztendlich verkaufen, genauso wie der Bäcker seine Brötchen, auch wenn der ökonomische Anreiz immer nur Beiwerk von Kunstproduktion ist. Es hängt davon ab, wie viel Kraft der Künstler selbst in die Vermarktung seiner Arbeit investiert. Das hat auch mit dem kaufmännischen Geschick des Künstlers zu tun. Diese kaufmännischen Fähigkeiten haben manche vielleicht instinktiv, anderen kann man das durch eine gezielte Ausbildung bewusst machen. Wiederum andere werden sich nie darum kümmern. Will man von seiner Kunst ökonomisch überleben, dann muss man als Künstler, ganz gleich welcher Sparte, in diesem Bereich Fähigkeiten entwickeln oder die richtigen Partner finden, die einem die Vermarktung abnehmen.

Sie haben ja viel mit Medienkünstlern zu tun. Sehen Sie da die Bereitschaft, sich auch mit unternehmerischen Fragen auseinander zu setzen?

Viele sagen: „Ich bin Künstler und will inhaltlich arbeiten und mich nicht dauernd um das Drumherum kümmern, also Telefonieren, Sachen zusammentragen, Geldgeber finden.“ Die Bereitschaft, sich darum zu kümmern ist eher gering. Man muss auch sehen, dass das sehr zeitaufwändig ist. Da frage ich mich natürlich auch, muss das alles in einer Hand liegen? Ich denke, da müssen sich Vermittlungsstrukturen entwickeln, mit Hilfe von Kunstmanagern zum Beispiel, die in der Lage sind, diesen speziellen Bedürfnissen von Medienkünstlern auch gerecht zu werden. Ich kann mir im Medienkunstbereich durchaus vorstellen, dass Arbeiten zum Beispiel verliehen werden und für eine kurze Zeit, z. B. drei Monate, bei einem Unternehmen aufgestellt werden. Das Honorar fließt dann an den Künstler und den Vermittler. Offensichtlich gibt es bisher für diesen Bereich noch zu wenig Galeristen, die begreifen, dass sich ein Markt entwickeln wird.

Was mich persönlich betrifft, ist es mein Ziel, mich zu 100 Prozent auf meine Arbeit zu stürzen. Ich würde am liebsten nur im Atelier meine Sachen entwickeln. Deshalb streben Karl Heinz Jeron und ich auch an, mit Leuten zusammenzuarbeiten, die Lust und auch die Fähigkeit haben, unsere Arbeiten zu vermitteln, zu vertreten und zu verkaufen, also im Prinzip einen Großteil des Managements übernehmen können.

13. Kunst auf Reisen

Bereits in der Anfangsphase Werke im Ausland zu zeigen, ist vor allem für junge bildende Künstler und Filmemacher ein wichtiger Schritt, um den Bekanntheitsgrad zu fördern. Anders ist die Situation bei Schriftstellern, Musikern, Komponisten, Journalisten und Übersetzern: Sie müssen sich meist erst einmal hierzulande einen Namen machen und/oder ausreichend Berufserfahrung sammeln, um im Ausland oder für ausländische Auftraggeber zu arbeiten.

Für Filmemacherinnen und Filmemacher ist Auslandserfahrung ein „Muss“. In der Regel werden schon an Filmhochschulen wichtige Tipps zu mNetworking, vor allem zum institutionellen Networking vermittelt. Die wichtigste Institution ist dabei die Export Union des Deutschen Films GmbH (Adresse S. 85). 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.

Künstlerinnen und Künstler der bildenden Kunst, die ihre Werke im Ausland ausstellen möchten, erhalten dazu Unterstützung von verschiedenen Institutionen. Internationale Ausschreibungen, Künstlerverbände und Netzwerke sowie Antworten auf Fragen rund um Kunst im Ausland erhalten Sie bei der Internationalen Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK). 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 15 EU-Mitgliedsstaaten können Kunstwerke zu Ausstellungszwecken ohne Zollbeschränkungen 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 Behörden gibt es in jeder größeren Stadt. Bei komplizierten Detailproblemen kann gegebenenfalls auch ein erfahrener, auf Kunsttransporte spezialisierter Spediteur Hilfestellung geben.

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

Nehmen Sie Kontakt zur örtlichen Industrie- und Handelskammer auf, um die Voraussetzungen für den Erhalt eines so genannten Carnets A.T.A. zu besprechen. Dieses Carnet vereinfacht 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 Bundesagentur für Außenwirtschaft in Köln, bei der örtlichen Industrie- und Handelskammer und gegebenenfalls bei der ausländischen Ausstellungseinrichtung über die Hinterlegung von Abgaben an der Grenze sowie über die weiteren Bestimmungen informieren.

Danach steht wieder ein Gang zum Binnenzollamt auf dem Programm, um 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.

► **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. Das Zollzertifikat hat zwar lediglich empfehlenden Charakter, kann als ergänzende Bescheinigung die Einfuhr aber durchaus erleichtern.

► **Einfuhr von im Ausland entstandenen Kunstwerken**

Für künstlerische Arbeiten, die im Rahmen eines Arbeitsaufenthaltes im Ausland (Stipendium etc.) 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 neben dem Carnet auch die blauen Transit-Trennblätter. 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 entstehen dadurch, 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 Zollmeldung der verkauften Arbeiten und der Entrichtung der Zölle und sonstigen Abgaben. Informieren Sie sich vorab bei Ihrem ausländischen Kooperationspartner und dem zuständigen Binnenzollamt. Um Komplikationen zu vermeiden, wählen manche Künstler auch einen anderen Weg: Sie führen die verkauften Werke wieder aus und der ausländische Käufer bekommt sein Bild nach ein paar Wochen per Post zugeschickt.

► **Umsatz- und Einkommensteuer**

Haben Künstler und Käufer ihren Wohnsitz innerhalb der Europäischen Union, gilt die Mehrwertsteuer des Mitgliedsstaates, in dem der Kauf abgewickelt wird. Entsprechendes gilt für die im Fall eines Verkaufs anfallende Einkommensteuer: Ist man im Ausland zur Zahlung einer Einkommensteuer verpflichtet, so wird diese in Deutschland angerechnet, um Doppelbesteuerungen zu vermeiden. Die praktische Abwicklung aller steuerrechtlichen Bestimmungen sollte mit der Institution (Galerie, Kunstverein) geklärt werden, in der die Ausstellung stattfindet.

Quelle: Thomas Weis: Kunst über die Grenzen. Die Langfassung erhalten Sie in: ProKunst³ Steuern – Verträge – Versicherungen. Handbuch für Bildende Künstlerinnen und Künstler. Zweite Auflage.

Hg.: Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK), bbkigbk@aol.com, www.bbk-bundesverband.de, Bonn 2002

Weiterführende Adressen und Publikationen

1. **Freiberufliche Künstler und Publizisten allgemein**
2. **Finanzierung**
Existenzgründungsförderung
Künstlerförderung
Preise/Stipendien/Wettbewerbe
Sponsoring
3. **Persönliche und berufliche Absicherung**
4. **Verwertungsgesellschaften**
5. **Bildende Kunst**
6. **Darstellende Kunst/Film**
7. **Publizistik**
8. **Musik**
9. **Internationales**

1. Freiberufliche Künstler und Publizisten allgemein

Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn

Tel.: 01888-681-0
Fax: 01888-681-3821
poststelle@bkm.bmi.bund.de

Informationsangebot unter www.kulturportal-deutschland.de:

- Kulturpolitik, Länderportale, Veranstaltungshinweise, Filmförderung, Links zu Einrichtungen usw.

Deutscher Kulturrat

Chausseestr. 103
10115 Berlin

Tel.: 030-2472-8014

Fax: 030-2472-1245

Dt.kulturrat@aol.com

Informationsangebot unter www.kulturrat.de:

- Urheberrecht, Stiftungsrecht, Künstler-sozialversicherung, aktuelle Stellungnahmen und Resolutionen, Übersicht über die Publikationen

mediafon Beratung für Selbständige aus Medienberufen

Wermershalde 1
70190 Stuttgart
info@mediafon.net

Informationsangebot:

- Telefonische Beratung für Selbständige in Medienberufen – mediafon:
Tel.: 01805-754444
- Informationen zu Honoraren, Künstler-sozialversicherung, Recht und Steuern, Veranstaltungen usw. unter www.mediafon.net

ver.di Bundesvorstand

Referat Freie und Selbständige
Ressort 5
Potsdamer Platz 10
Haus 2
10785 Berlin
Tel.: 030-6956-1411

Tel.: 030-6956-1414 (Gunter Haake)

Fax: 030-6956-3211

gunter.haake@verdi.de

Informationsangebot:

- Bildungsangebote für Freie, Informationen zu Sozialversicherung und Sozialpolitik, Urhebervertragsrecht, Link zu Freien-Beratungsprojekt mediafon unter www.verdi.de
- Informationen für freie Kunst- und Medienschaffende:
Ratgeber Freie – Kunst und Medien.
Goetz Buchholz. Erhältlich im Buchhandel

DGB-Bildungswerk NRW e. V.

Bismarckstraße 77

40210 Düsseldorf

Tel.: 0211-36831-91

Fax: 0211-36831-61

an-das@dgb-bildungswerk-nrw.de

Informationsangebot unter www.ratgeber-e-lancer.de:

- Goetz Buchholz: Ratgeber E-Lancer für „Neue Selbständige“ in Informationstechnologie, Telekommunikation und Multimedia

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

Marienstraße 2

90402 Nürnberg

Tel.: 0911-23565-0

Fax: 0911-23565-50

Info@ifb.uni-erlangen.de

www.ifb.uni-erlangen.de

Informationsangebot:

- Publikationen z. B. „Freier Beruf oder Gewerbe?“ Bestelladresse s. o.
- Gründungsberatung für Kultur- und Medienberufe, weitere Informationen unter www.ifb-gruendung.de

Bundesverband der Freien Berufe

Reinhardtstraße 34

10117 Berlin

Tel.: 030-284444-0

Fax: 030-284444-40

info-bfb@freie-berufe.de

Informationsangebot unter www.freie-berufe.de:

- Broschüren-Download im Internet „Freier Beruf oder Gewerbe?“
- Broschüren-Download im Internet „Hinweise für Existenzgründer“

2. Finanzierung Existenzgründungsförderung:

Bundesregierung

Dienstleistungsportal des Bundes

Informationsangebot unter www.bund.de:

- Links zu Wirtschaftsministerien der Bundesländer, Kultureinrichtungen usw.

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA)

Scharnhorststraße 34–37

10115 Berlin

Tel.: 01888-615-0

Fax: 01888-615-7010

info@bmwa.bund.de

Förderberatung:

Tel.: 01888-615-7649/-7655

foerderberatung@bmwa.bund.de

Bestellung von Veröffentlichungen:

Tel.: 01888-615-6574 oder -4171

bmwa@gvp-bonn.de

Informationsangebot unter www.bmwa.bund.de:

- Broschüren-Download z. B. „Gründerzeiten“, „Starthilfe“
- Förderdatenbank mit Informationen zu Förderprogrammen der Länder, des Bundes und der EU
- Informationen zur Existenzgründung Arbeitsgruppe Kunst + Kultur des Forums Informationsgesellschaft unter www.forum-informationsgesellschaft.de

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)

Frankfurter Straße 29–35

65760 Eschborn

Postfach 51 60

65721 Eschborn

Tel.: 06196-908-0

Fax: 06196-908-800

bundesamt@bafa.de

Informationsangebot unter www.bafa.de:

- Richtlinie über die Förderung von Unternehmensberatungen für kleine und mittlere Unternehmen, Formulare usw. „Deutscher Wirtschaftsfilmpreis“ Ref. 416, Tel.: 06196-908-412

KfW Bankengruppe (KfW)

Palmengartenstraße 5–9

60325 Frankfurt/Main

Tel.: 069-7431-0

Fax: 069-7431-2944

infocenter@kfw.de

Infocenter

Tel: 01801-335577 (Ortstarif)

Fax: 069-74316-4355

Informationsangebot:

- Förderprogramme unter www.kfw.de
- Telefonische Infoline: 01801-335577

Niederlassung Berlin

KfW Bankengruppe

Charlottenstraße 33a

10117 Berlin

Postanschrift:

KfW Bankengruppe

10865 Berlin

Tel: 030-202640

Fax: 069-7431-2944

Niederlassung Bonn

KfW Bankengruppe

Ludwig-Erhard-Platz 1-3

53179 Bonn

Tel.: 0228-831-0

Infocenter

Tel: 01801-241124 (Ortstarif)

Fax: 0228-831-7562

infocenter@kfw-mittelstandsbank.de

**Finanzierung
Künstlerförderung:**
Bundesverband Deutscher Stiftungen

Alfried-Krupp-Haus
Binger Straße 40
14197 Berlin
Postfach 33 03 38
14173 Berlin
Tel.: 030-897947-0
Fax: 030-897947-11
bundesverband@stiftungen.org
www.stiftungen.org
Informationsangebot unter www.stiftungsindex.de:

- Index deutscher Stiftungen, u. a. mit Adressen gemeinnütziger Stiftungen zur Förderung von Kunst und Kultur

Deutscher Literaturfonds e. V.

Alexandraweg 23
64287 Darmstadt
Tel.: 06151-4093-0
Fax: 06151-4093-33
Deutscher.Literaturfonds@t-online.de
www.deutscher-literaturfonds.de

Fonds Darstellende Künste e. V.

Weberstraße 59a
53113 Bonn
Tel.: 0228-28048-57 /-58
Fax: 0228-28048-59
info@fonds-daku.de
www.fonds-daku.de

Stiftung Kulturfonds

Chausseestraße 128a
10115 Berlin
Tel.: 030-308874-0
Fax: 030-2807042

Stiftung Kunstfonds zur Förderung der zeitgenössischen bildenden Kunst

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

- Übersicht aller geförderten Künstler und Projekte, Übersicht und Antragsformulare für Förderprogramme

Zentrum für Kulturforschung

Dahlmannstraße 26
53113 Bonn
Tel.: 0228-2110-58
Fax: 0228-2174-93
zentrum@kulturforschung.de
redaktion@kulturpreise.de
www.kulturforschung.de
www.kulturpreise.de
Informationsangebot:

- Handbuch der Kulturpreise 4. Preise, Ehrungen, Stipendien und individuelle Projektförderungen für Künstler, Publizisten und Kulturvermittler in Deutschland und Europa (1995–2000). Bestelladresse: s. o. oder im Buchhandel
- Suchmaschine für deutschsprachige Kulturpreise unter www.kulturpreise.de

**Finanzierung
Preise/Stipendien/Wettbewerbe:**
Preise, Stipendien, Wettbewerbe des Bundes:
► Mehrere Sparten:
Arbeitsstipendium Casa Baldi

Stifter/Träger: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Kontaktadresse: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien Referat K 24
Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn
Tel.: 01888-681-3628 /-3586
Fax: 01888-681-5-3628 /-3586
www.bundesregierung.de
Poststelle@bkm.bmi.bund.de
Sparten: bildende Kunst, Literatur, Architektur, Musik
Empfänger: außergewöhnlich qualifizierte und begabte, vorrangig jüngere Künstler und Künstlerinnen
Vergabeform: Stipendium

Aufenthaltsstipendien im Künstlerhaus Lukas, Ahrenshoop

Stifter/Träger: Stiftung Kulturfonds
Kontaktadresse: Künstlerhaus Lukas der Stiftung Kulturfonds
Dorfstraße 35
18374 Ahrenshoop
Tel.: 038220-6940
Fax: 038220-69414
kuenstlerhaus.lukas@t-online.de
Stiftung Kulturfonds
Chausseestraße 128 a
10115 Berlin
Tel.: 030-3088740
Fax: 030-2807042
Bewerbung beim Künstlerhaus Lukas
Sparten: bildende Kunst, künstlerische Fotografie, Literatur, Musik
Empfänger: Künstlerinnen und Künstler aller Kunstsparten aus Deutschland und allen Ostseeanrainerstaaten
Vergabeform: Aufenthaltsstipendium von 4 - 6 Wochen

Aufenthaltsstipendien im Künstlerhaus Schloss Wiepersdorf

Stifter/Träger: Stiftung Kulturfonds
Kontaktadresse: Künstlerhaus Schloss Wiepersdorf der Stiftung Kulturfonds
Bettina-von-Arnim-Straße 13
14913 Wiepersdorf
Tel.: 033746-699-0
Fax: 033746-69919
schloss.wiepersdorf@t-online.de
www.wiepersdorf.de
Bewerbung bei den Kulturbehörden der Länder
Sparten: bildende Kunst, Fotografie, Literatur, Musik, Geisteswissenschaften
Empfänger: freischaffende Künstler, Geisteswissenschaftler aus dem In- und Ausland
Vergabeform: Aufenthaltsstipendien von 3–5 Monaten

Cité Internationale des Arts in Paris-Arbeitsstipendium

Stifter/Träger: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Kontaktadresse: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien Referat K 24
Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn
Tel.: 01888-681-3628 /-3586
Fax: 01888-681-5-3628 /-3586
www.bundesregierung.de
Poststelle@bkm.bmi.bund.de
Sparten: bildende Kunst, Musik (Komposition, Interpretation), Architektur
Empfänger: Nachwuchs
Vergabeform: Stipendium

Deutscher Akademischer Austauschdienst – Allgemeine Austauschprogramme

Stifter/Träger: Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD)
Kontaktadresse: Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD)
Kennedyallee 50
53175 Bonn
Tel.: 0228-882-0
Fax: 0228-882-444
postmaster@daad.de
www.daad.de
Sparten: alle
Empfänger: Studierende und Graduierte und Wissenschaftler
Vergabeform: Stipendium

Deutsches Studienzentrum Venedig e. V.

Stifter/Träger: Bundesministerium des Innern, Deutsches Studienzentrum Venedig e. V.
Kontaktadresse: Deutsches Studienzentrum Venedig e.V.
Johann-Wolfgang Goethe-Universität
60629 Frankfurt a.M.
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Johannes Fried
Tel.: 069-798-32424
Fax: 069-798-32426 /-24
Fried@em.uni-frankfurt.de
Johann Wolfgang Goethe Universität
Frankfurt a.M.
Historisches Seminar
Lehrstuhl für Mittelalterliche Geschichte
Grünebergplatz 1
60629 Frankfurt a. M.
Tel.: 069-798-32603
Fax: 069-798-32604
histsem@uni-frankfurt.de
www.uni-frankfurt.de
Sparten: bildende Kunst, Literatur, Byzantinistik, Geschichte, Kunstgeschichte, Rechts- und Wirtschaftsgeschichte
Vergabeform: Stipendium

Mitteldeutsche Medienförderung

Stifter/Träger: Freistaat Sachsen, Land Sachsen-Anhalt, Freistaat Thüringen, Mitteldeutscher Rundfunk (MDR), Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)
Kontaktadresse: Mitteldeutsche Medienförderung GmbH
Manfred Schmidt
Hainstraße 17-19
04109 Leipzig
Tel.: 0341-2698-70
Fax: 0341-2698-765
info@mdm-online.de
www.mdm-online.de
Sparten: audiovisuelle Projekte in den Bereichen Film, Fernsehen und Multimedia
Empfänger: Produzenten, Drehbuchautoren
Vergabeform: Projektförderung

Stiftung Kunstfonds – Arbeits- und Projektstipendien für Bildende Künstler, Projektförderung und Verlagsprogramm

Stifter/Träger: Stiftung Kunstfonds
Finanzträger: KulturStiftung der Länder aus dem Haushalt der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien, VG Bild-Kunst

Kontaktadresse: Stiftung Kunstfonds
Weberstraße 61
53113 Bonn
Tel.: 0228-915-3411
Fax: 0228-915-3441
info@kunstfonds.de
www.kunstfonds.de

Sparten: Malerei, Bildhauerei, Grafik, Foto, Film, Video, Performance etc.

Empfänger: freischaffende bildende Künstler, Nachwuchs, Kunstvereine, Museen, Galerien etc. (Empfänger muss ständigen Wohnsitz in Deutschland haben)

Vergabeform: Projektzuschüsse, Druckkostenzuschüsse für Verlage, Jahresstipendien (15.600 €)

Studienaufenthalt in der Künstlersiedlung Ekely bei Oslo

Stifter/Träger: Königlich Norwegisches Außenministerium, Oslo, in Verbindung mit deutschen Kulturbehörden

Kontaktadresse: Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Referat K 24

Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn
Tel.: 01888-681-3628 /-3586

Sparte: Malerei, Grafik, Fotografie

Vergabeform: Stipendium

Villa-Massimo-Stipendium – Studienaufenthalt in der deutschen Akademie Villa Massimo/Rom

Stifter/Träger: Die Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Kontaktadresse: Beauftragte der Kultur und Medien
Referat K 24

Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn
Tel.: 01888-681-3628 /-3586

Sparten: Bildende Kunst, Architektur, Literatur, Musik/Komposition

Empfänger: vorrangig jüngere Künstlerinnen und Künstler, die in ihrer künstlerischen Entwicklung noch offen sind.

Vergabeform: Stipendium

Bewerbung: Bei der für künstlerische/kulturelle Angelegenheiten zuständigen Behörde des Bundeslandes.

Stiftung Kulturfonds – Stipendien

Stifter/Träger: Stiftung Kulturfonds; Bundesländer Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Berlin

Kontaktadresse: Stiftung Kulturfonds
Chausseestraße 128a
10115 Berlin
Tel.: 030-308-8740
Fax: 030-280-7042

Sparten: bildende und darstellende Kunst, künstl. Fotografie, Literatur, Musik, Film, Video, Drehbuchförderung

Empfänger: freischaffende Künstler, Autoren, Fotografen usw.

Vergabeform: Stipendium, Projektförderung

► **Bildende Kunst:**

Gabriele-Münter-Preis

Stifter/Träger: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) in Kooperation mit dem Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler und dem FrauenMuseum

Kontaktadresse: FrauenMuseum
Im Krausfeld 10
53111 Bonn

Tel.: 0228-691955
Fax: 0228-696164
frauenmuseum@bonn-online.com
muentner.preis@t-online.de
www.frauenmuseum.de

Sparte: bildende Kunst

Empfänger: bildende Künstlerinnen ab 40 Jahre

Vergabeform: alle 3 Jahre ein Hauptpreis

Designpreis der Bundesrepublik Deutschland

Stifter/Träger: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit

Kontaktadresse: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
Ref. VI A 4

Bodo Hacke
11019 Berlin
Tel.: 030-2014-7252
Fax: 030-2014-507275
bodo.hacke@bmwa.bund.de

Rat für Formgebung/German Design Council

Andrej Kupetz
Postfach 15 03 11
60063 Frankfurt a. M.
Tel.: 069-74791-9

Fax: 069-74109-11
info@german-design-council.de
www.german-design-council.de

Sparte: Produktdesign

Empfänger: Produktdesigner, Unternehmer

Vergabeform: Ehrenpreis

► **Darstellende Kunst:**

Bundeswettbewerb zur Förderung des Schauspielernachwuchses

Stifter/Träger: Bundesministerium für Bildung und Forschung

Kontaktadresse: HMT Rostock
Prof. Thomas Vallentin
Beim Sankt-Katharinen-Stift 8

18055 Rostock
Tel.: 0381-5108-223
Fax: 0381-5108-201
thomas.vallentin@theatertreffen.de
www.theatertreffen.de

Sparten: Theater

Empfänger: Nachwuchs, Schauspiel Studierende der staatlichen Schauspielerausbildungsinstitute

Vergabeform: Förderpreis, Max-Reinhardt-Preis, Vontobel-Preis, jährlich im Wechsel

Fonds Darstellende Künste e. V. – Projektförderung

Stifter/Träger: Fonds Darstellende Künste e. V.

Kontaktadresse: Fonds Darstellende Künste e. V.
Weberstraße 59 a
53113 Bonn

Tel.: 0228-28048-57
Fax: 0228-28048-59
info@fonds-daku.de
www.fonds-daku.de

Sparten: alle Formen und Initiativen der darstellenden Künste

Empfänger: Professionelle, Nachwuchs, Amateure

Vergabeform: Projektförderung

► **Film/Video:**

Deutscher Wirtschaftsfilmpreis

Stifter/Träger: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit

Kontaktadresse: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)
Ref. 416

Postfach 51 60
65726 Eschborn
Tel.: 06196-908-412

Fax: 06196-908-800
peter.reuss@bafa.bund.de
www.wirtschaftsfilmpreis.de

Sparten: Informationstechnologien in Wirtschaft und Gesellschaft, wirtschaftliche Innovationen für nachhaltige Lebensqualität, Arbeitswelt in Bewegung, Verbraucherschutz und -aufklärung

Vergabeform: Hauptpreise

Filmförderung nach dem

Filmförderungsgesetz

Stifter/Träger: Filmförderungsanstalt – Bundesanstalt des öffentlichen Rechts (FFA), Berlin

Kontaktadresse: Filmförderungsanstalt (FFA)

Abt. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Große Präsidentenstraße 9
10178 Berlin

Tel.: 030-27577-0
Fax: 030-27577-111
presse@ffa.de
www.ffa.de

Sparten: Filmproduktionen unterschiedlicher Kategorien (programmfüllende und Kurzfilme), Filmtheater, Drehbücher, Filmvertrieb u.Ä.

Empfänger: Produzenten, Autoren

Vergabeform: Projektförderung

Internationale Filmmusik Biennale (IFB) – Internationaler Preis für Film- und Medienmusik (IPFM)

Stifter/Träger: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Filmstiftung Nordrhein-Westfalen, Land NRW, Medien-, Film- und Phonowirtschaft

Kontaktadresse: Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland GmbH

Stephan Andreae
Friedrich-Ebert-Allee 4
53113 Bonn

Tel.: 0228-9171-261
Fax: 0228-9171-233
filmmusik@kah-bonn.de

www.bundeskunsthalle.de/filmmusik
Sparten: Spielfilm, Fernsehspiel, TV-Serie, Multimedia/Klangdesign

Empfänger: europäische Nachwuchskünstler, Filmmusikkomponisten, Sounddesigner,

Vergabeform: europäischer Förderpreis (getragen von: GEMA, SACEM, AKM, Fundação SUISA, BUMA), Europäischer Förderpreis des europäischen Filminstituts Karlsruhe, Franz-Grothe-Preis

Deutscher Drehbuchpreis

Stifter/Träger: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Kontaktadresse: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Filmreferat K 35
 Graurheindorfer Straße 198
 53117 Bonn
 Tel.: 01888-681-3594
 Fax: 01888-681-3885
 norbert.vogt@bkm.bmi.bund.de
 www.filmfoerderung-bkm.de
Sparten: Drehbücher für programmfüllende Spielfilme und Kinder- und Jugendfilme
Empfänger: Drehbuchautoren
Vergabeform: Projektförderung

Deutscher Jugend-Video-Preis

Stifter/Träger: Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland, Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Kontaktadresse: Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland e. V. (KJF)
 Küppelstein 34
 42857 Remscheid
 Tel.: 02191-79423-3
 Fax: 02191-79423-0
 info@kjf.de
 www.kjf.de
Sparte: Videos für Kinder und Jugendliche
Vergabeform: Hauptpreis, 1. Förderpreis, 2. Förderpreis

Kuratorium Junger Deutscher Film

Stifter/Träger: Kultusministerkonferenz der Länder, Bonn
Kontaktadresse: Stiftung Kuratorium junger deutscher Film – Schloss Biebrich
 Rheingaustraße 140
 65203 Wiesbaden
 Tel.: 0611-602312
 Fax: 0611-692409
 kuratorium@t-online.de
 www.kuratorium-junger-film.de
Sparten: Kinderfilm, Talentfilm (Nachwuchsförderung)
Empfänger: Nachwuchs
Vergabeform: Projektentwicklung, Produktions- und Drehbuchförderung

Prädikate der Filmbewertungsstelle

Stifter/Träger: Filmbewertungsstelle Wiesbaden
Kontaktadresse: Filmbewertungsstelle Wiesbaden (FBW)
 Rheingaustr. 140
 65203 Wiesbaden
 Tel.: 0611-966004-0
 Fax: 0611-966004-11
 www.f-b-w.org
Sparten: Spielfilme, Dokumentarfilme, Kurzfilme
Empfänger: Nachwuchs, Filmverleiher, Produzenten
Vergabeform: Gütequalitätssiegel

Literatur:**Aufenthaltsstipendien für literarische Übersetzer und Übersetzerinnen im Europäischen Übersetzer-Kollegium in Straelen unter Beteiligung des DAAD, der EU, verschiedener deutscher Bundesländer, der Stiftung Kunst und Kultur des Landes NRW, der Robert-Bosch-Stiftung Stuttgart**

Stifter/Träger: Europäisches Übersetzer-Kollegium Nordrhein-Westfalen in Straelen e. V. Finanzierung: Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRW
Kontaktadresse: Europäisches Übersetzer-Kollegium Nordrhein-Westfalen in Straelen e. V.
 Karin Heinz
 Kuhstraße 15–19
 Postfach 11 62
 47638 Straelen
 Tel.: 02834-1068 oder 59
 Fax: 02834-7544
 euk@euk-straelen.de
 www.euk-straelen.de
Sparte: literarische Übersetzung
Empfänger: literarische Übersetzer aus dem In- und Ausland mit Publikationserfahrung
Vergabeform: Stipendium

Deutscher Jugendliteraturpreis

Stifter/Träger: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Kontaktadresse: Arbeitskreis für Jugendliteratur e. V.
 Metzstraße 14 c
 81667 München
 Tel.: 089-458080-81
 Fax: 089-458080-88
 info@jugendliteratur.org
 www.jugendliteratur.org
Sparte: Kinder- und Jugendliteratur
Empfänger: Autoren, Herausgeber und Übersetzer
Vergabeform: Hauptpreise, Sonderpreise

Writers in exile

Stifter/Träger: P.E.N.-Zentrum (Vergabeträger), Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, die Städte Köln, Hamburg, Berlin, Frankfurt, München und Lübeck
Kontaktadresse: P.E.N.-Zentrum (P.E.N.-Club) Deutschland
 Kasinostraße 3
 64293 Darmstadt
 Tel.: 06151-23120
 Fax: 06151-293414
 PEN-Germany@t-online.de
 www.pen-deutschland.de
Sparte: Literatur
Empfänger: freischaffende Schriftstellerinnen und Schriftsteller
Vergabeform: Stipendium

Journalismus:**Medienpreis Entwicklungspolitik**

Stifter/Träger: Bundespräsident (Stifter); Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Finanzträger)
Kontaktadresse: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
 Stresemannstr. 94
 10963 Berlin
 Tel.: 01888-5352451
 Fax: 01888-5352595

poststelle@bmz.bund.de
 www.bmz.de

Sparten: Journalismus: Presseberichte, Hörfunk- und Fernsehbeiträge
Empfänger: Journalistinnen und Journalisten
Vergabeform: Hauptpreis

Musik:**Deutscher Musikwettbewerb**

Stifter/Träger: Deutscher Musikrat gemeinnützige Projektgesellschaft mbH Bonn (Träger); Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (Finanzträger), Bundesstadt Bonn, Förderpreise und Stipendien von der Deutschen Stiftung Musikleben und anderen Stiftungen, Institutionen und Firmen
Kontaktadresse: Deutscher Musikrat Projekt GmbH
 Deutscher Musikwettbewerb - Haus der Kultur - Weberstraße 59
 53113 Bonn
 Tel.: 0228-2091-160
 Fax: 0228-2091-250
 musikwettbewerb@musikrat.de
Sparten: Solisten, Kammermusikensembles (instrumental, vokal)
Empfänger: junge professionelle MusikerInnen (bis 28 Jahre)
Vergabeform: Hauptpreise, Stipendien, Debut-CD, Konzertvermittlung Möglichkeit zur Teilnahme an der „Bundesauswahl Konzerte junger Künstler“

Preis des Dirigentenforums des Deutschen Musikrates

Stifter/Träger: Deutscher Musikrat, Kulturstiftung der Länder (Mittel der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien), Jürgen-Ponto-Stiftung, Hermann-Hildebrandt-Stiftung, Deutsche Orchestervereinigung, Bärenreiter-Verlag, Verlag Breitkopf & Härtel
Kontaktadresse: Deutscher Musikrat Projekt GmbH, Geschäftsstelle
 Dirigentenforum
 Weberstr. 59
 53113 Bonn
 Tel.: 0228-2091-140 /-141 /-142
 Fax: 0228-2091-200
 dirigentenforum@musikrat.de
 www.deutscher-musikrat.de/forum
Sparte: Dirigenten
Empfänger: Dirigentinnen und Dirigenten, spezielle Altersgruppe (bis 30 Jahre)
Vergabeform: Förderpreis

Villa-Massimo-Stipendium – Studienaufenthalt für Komponisten in der deutschen Akademie Villa Massimo/Rom

Stifter/Träger: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Kontaktadresse: Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien Referat K 24
 Graurheindorfer Straße 198
 53117 Bonn
 Tel.: 01888-681-3628 /-3586
 Fax: 01888-681-5-3528 /-5-3586
Sparte: Komposition
Empfänger: außergewöhnlich qualifizierte und begabte, vorrangig jüngere Künstler und Künstlerinnen
Vergabeform: Stipendium

Preise, Stipendien, Wettbewerbe der Bundesländer (Auswahl):

Voraussetzung für die Teilnahme ist – in der Regel –, dass Künstler und Publizisten ihren Wohnsitz oder Arbeitsschwerpunkt in dem betreffenden Bundesland haben.

Baden-Württemberg

► **Mehrere Sparten:**

Akademie Schloss Solitude

Stifter/Träger: Stiftung Akademie Schloss Solitude, finanziert aus öffentlichen Mitteln (Wettmittel der Totto-Lotto-Gesellschaft Baden-Württemberg) des Landes Baden-Württemberg

Kontaktadresse: Akademie Schloss Solitude, Stiftung des öffentlichen Rechts Solitude 3

70197 Stuttgart
Tel.: 0711-99619-0
Fax: 0711-99619-50

mail@akademie-solitude.de
www.akademie-solitude.de

Sparten: bildende Kunst, Musik, Literatur, darstellende Kunst, Design, Architektur, Videofilm

Empfänger: nationale und internationale Künstler, Nachwuchsförderung, spezielle Altersgruppe (bis 35 Jahre), einige wenige Stipendiaten ohne Altersgrenze

Vergabeform: Aufenthaltsstipendien

Kunststiftung Baden-Württemberg – Stipendien für jüngere Künstlerinnen und Künstler

Stifter/Träger: annähernd 200 Gesellschafter: Industriefirmen, Banken, Versicherungsgesellschaften, öffentliche Körperschaften (z. B. Städte, Gewerkschaften etc.), Einzelpersonen. Die finanziellen Mittel der Kunststiftung werden durch sog. Patenschaften und Spenden aus allen Kreisen der Bevölkerung sowie durch eigene Spendenaktionen (z. B. die Verkaufsausstellung „Künstler helfen Künstlern“) aufgebracht. Auf diese Spenden hin erhält die Kunststiftung Komplementärmittel des Landes Baden-Württemberg in der gleichen Höhe.

Kontaktadresse: Kunststiftung Baden-Württemberg GmbH
Gerokstraße 37
70184 Stuttgart
Tel.: 0711-236-4720
Fax: 0711-236-1049
info@kunststiftung.de
www.kunststiftung.de

Sparten: bildende Kunst (auch Video), darstellende Kunst, Literatur, Musik
Empfänger: Autoren, Dramaturgen, Regisseure, Maler, Bildhauer, Medienkünstler usw.
Vergabeform: Stipendien, Projektförderung

► **Film:**

Filmförderung und Drehbuchpreis des Landes Baden-Württemberg

Stifter/Träger: Land Baden-Württemberg, SWR/ZDF

Kontaktadresse: Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg GmbH
Bereich Filmförderung
Breitscheidstraße 4
70714 Stuttgart

Tel.: 0711-907154-00
Fax: 0711-907154-50
filmfoerderung@mfg.de
www.film.mfg.de

Empfänger: professionelle Filmschaffende, Nachwuchs

Vergabeform: Projektförderung (Drehbuch, Produktion, Verleih und Vertrieb) und verschiedene Preise

► **Literatur:**

Baden-Württembergischer Jugendtheaterpreis

Stifter/Träger: Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft der Kinder und Jugendtheater

Kontaktadresse: Schnawwl-Kinder- und Jugendtheater am Nationaltheater Mannheim

Stefanie Schnitzler
(Presse und Öffentlichkeitsarbeit)
Alte Feuerwache

Brückenstraße 2
68167 Mannheim
Tel.: 0621-16803-01
Fax: 0621-16803-08
schnawwl@kidlane.net
www.kidlane.de

Sparte: Jugendtheaterstücke

Empfänger: Autorinnen und Autoren für neu geschriebene Stücke

Vergabeform: 2 Hauptpreise, 1 Förderpreis, Stücke werden nach der Preisverleihung aufgeführt

Landespreis Baden-Württemberg für Volkstheaterstücke

Stifter/Träger: Ministerium für Kultur, Jugend und Sport des Landes Baden-Württemberg, Akademie Schloss Rotenfels – Landesakademie für Schulkunst, Schul- u. Amateurtheater (Vergabeträger)

Kontaktadresse: Akademie Schloss Rotenfels
Schlossplatz 4
76560 Gaggenau/Bad Rotenfels
Postfach 121116

Tel.: 07225-979-917
Fax: 07225-979-930
prasser@akademie-schloss-rotenfels.de
www.akademie-schloss-rotenfels.de

Sparte: Volkstheater

Empfänger: alle
Vergabeform: 1. – 3. Hauptpreis, Förderpreis

► **Musik:**

„offer & play“ – Wettbewerb für alle Rock- und Popbands

Stifter/Träger: Land Baden-Württemberg (Schirmherrschaft: SWR 3)

Kontaktadresse: Landesarbeitsgemeinschaft der Rockinitiativen in Baden-Württemberg e. V.
Dieselstraße 2
75210 Keltern

Tel.: 07236-980-138
Fax: 07236-980-137
info@lari.de
www.lari.de

Sparte: Rock und Pop

Empfänger: semiprofessionelle Bands ohne Plattenvertrag aus Baden-Württemberg
Vergabeform: Förderpreis

Bayern

► **Mehrere Sparten:**

Kulturpreis der Bayerischen Landesstiftung

Stifter/Träger: Bayerische Landesstiftung
Kontaktadresse: Bayerische Landesstiftung
Alter Hof 2

80331 München
Tel.: 089-2324166
oskar.auer@bls.bayern.de

Sparten: bildende Kunst, darstellende Kunst, Musik, Architektur u. a.

Vergabeform: Hauptpreis 50.000,- €

► **Bildende Kunst:**

Bayerisches Atelierförderprogramm für bildende Künstler

Stifter/Träger: Freistaat Bayern
Kontaktadresse: zuständige Bezirksregierungen: München, Regensburg, Landshut, Ansbach, Augsburg, Bayreuth, Würzburg
www.stmukwk.bayern.de

Empfänger: freischaffende Künstler mit Atelierkosten

Vergabeform: monatlicher Zuschuss über einen Zeitraum von 3 Jahren

► **Film:**

Film- und Fernsehförderung des Freistaates Bayern

Stifter/Träger: Freistaat Bayern; Bayerischer Rundfunk (BR); Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM); Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF), ProSieben, KirchMedia, RTL, Tele-München

Kontaktadresse: FilmFernsehFonds Bayern

Sonnenstr. 21
80331 München
Tel.: 089-544602-51
Fax: 089-544602-60
daniela.ljubinkovic@fff-bayern.de
www.fff-bayern.de

Sparten: Kino- und Fernsehfilm, Filmtheater, Nachwuchsförderung, Drehbuch, Verleih und Vertrieb, Projektentwicklung

Empfänger: Produzenten, Autoren, Nachwuchsch

Vergabeform: Projektförderung

► **Design:**

Bayerischer Staatspreis für Nachwuchsdesigner

Stifter/Träger: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

Kontaktadresse: Bayern Design GmbH
Luitpoldstraße 3
90402 Nürnberg

Tel: 0911-2402230
Fax: 0911-2402239
nuernberg@bayern-design.de
www.bayern-design.de

Organisation 2004
Geschäftsstelle München
Richard-Strauss-Straße 82

81679 München
Tel: 089-9221-2311
Fax: 089-9221-2349

muenchen@bayern-design.de

Sparte: Industriedesign, Kommunikationsdesign

Empfänger: Nachwuchsdesigner, Gestalter im Handwerk

Vergabeform: Nachwuchsdesigner, Gestalter im Handwerk

Berlin**► Mehrere Sparten:****Stipendien und Projektförderung im Rahmen des Künstlerinnenprogramms der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Kunst- und Künstler(innen)förderung, Referat K E - Karin Hofmann
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-441
 Fax: 030-90228-457
 karin.hofmann@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparten: wechselnde Förderschwerpunkte
Empfänger: freiberufliche Künstlerinnen und Vereine, die frauenspezifisch arbeiten
Vergabeform: Projektförderung, Stipendien

Förderung von Kulturaktivitäten von Bürgerinnen und Bürgern ausländischer Herkunft

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Inge Hildebrandt
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-759
 Fax: 030-90228-457
 hildebrandt@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparten: z.B. Theater, Musik
Empfänger: Bürgerinnen und Bürger ausländischer Herkunft
Vergabeform: Projektförderung

Hinweis:**Berliner Bewerbungen aller Kunstsparten um Auslandsstipendien für die Villa Massimo, Rom und die Casa Baldi in Olevano sind zu richten an die:**

Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Marlis Micha
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-756
 Fax: 030-90228-457
 marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch
Sparten: Architektur, Bildende Kunst, Komposition, Literatur
Empfänger: Künstlerinnen und Künstler der Sparten Architektur, Bildende Kunst, Komposition und Literatur
Vergabeform: Stipendium – gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien

Berliner Bewerbungen aller Sparten für Auslandsstipendien in den vom Bund erworbenen Ateliers in der Cité Internationale des Arts in Paris sind zu richten an die:

Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Marlis Micha
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-756
 Fax: 030-90228-457

marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch

Sparten: Architektur, Bildende Kunst, Musik (Komponisten und Interpreten)
Empfänger: Künstlerinnen und Künstler der Sparten Architektur, Bildende Kunst und Musik
Vergabeform: Stipendium – Aufenthalte Berliner Künstler/innen fördert das Land Berlin

► Bildende Kunst:**Arbeitsstipendium für bildende Kunst**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Ingeborg Dresel
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-749
 Fax: 030-90228-457
 ingeborg.dresel@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparten: Bildhauerei, Installation, Multimedia, künstl. Fotografie, Malerei
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler
Vergabeform: Stipendium

Projektförderung der Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Simone Hahn
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-534
 Fax: 030-90228-457
 simone.hahn@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparte: bildende Kunst
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler
Vergabeform: Projektförderung

Ateliers am Käuzchensteig

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Ingeborg Dresel
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-749
 Fax: 030-90228-457
 ingeborg.dresel@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparten: Bildhauerei, Installation, Multimedia, künstl. Fotografie, Malerei
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler
Vergabeform: Atelierförderung

Katalog-/CD-ROM-Förderung der Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Simone Hahn
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin

Tel.: 030-90228-534
 Fax: 030-90228-457
 simone.hahn@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparte: bildende Kunst
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler
Vergabeform: Projektförderung

Istanbul-Stipendium der Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur in Zusammenarbeit mit dem BM Contemporary Art Center, Istanbul
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Marlis Micha
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-756
 Fax: 030-90228-457
 marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch
Sparten: bildende Kunst, Video, Multimedia, Fotografie
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler bis 40 Jahre
Vergabeform: Stipendium

Paris-Stipendium (Cité Internationale des Arts) der Berliner Senatsverwaltung Wissenschaft, Forschung und Kultur

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Marlis Micha
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030 90228-756
 Fax: 030 90228-457
 marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch
Sparten: bildende Kunst, Video, Multimedia, Fotografie
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler bis 40 Jahre
Vergabeform: Stipendium

Pasadena-Stipendium der Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur in Zusammenarbeit mit dem Art Center College of Design in Pasadena
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
 Referat KE - Marlis Micha
 Brunnenstraße 188 - 190
 10119 Berlin
 Tel: 030-90228-756
 Fax: 030-90228-457
 marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de
 www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch
Sparten: bildende Kunst, Multimedia, Video, Fotografie
Empfänger: Berliner bildende Künstlerinnen und Künstler bis 40 Jahre
Vergabeform: Stipendium

**London-Stipendium der Berliner
Senatsverwaltung für Wissenschaft,
Forschung und Kultur**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur in Zusammenarbeit mit der Whitechapel Art Gallery und dem Delfina Studio Trust, London

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Referat KE - Marlis Micha
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-90228-756
Fax: 030-90228-457
marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch

Sparten: bildende Kunst, Multimedia,

Video, Fotografie

Empfänger: Berliner bildende

Künstlerinnen und Künstler bis 40 Jahre

Vergabeform: Stipendium

**Moskau-Stipendium der Berliner
Senatsverwaltung**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur in Zusammenarbeit mit dem Moscow House of Photography

Kontaktadresse: Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Referat KE - Marlis Micha
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin

Tel: 030-90228-756

Fax: 030-90228-457

marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch

Sparten: ausschließlich künstlerische
Fotografie

Empfänger: Berliner Fotografinnen und
Fotografen bis 40 Jahre

Vergabeform: Stipendium

**New-York-Stipendium der Berliner
Senatsverwaltung für Wissenschaft,
Forschung und Kultur**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur in Zusammenarbeit mit dem P.S.1

Contemporary Art Center, New York

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur

Referat KE - Marlis Micha

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-756

Fax: 030-90228-457

marlis.micha@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult/kulturaustausch

Sparten: bildende Kunst, Multimedia,

Video, Fotografie

Empfänger: Berliner bildende

Künstlerinnen und Künstler bis 40 Jahre

Vergabeform: Stipendium

➤ **Darstellende Kunst:**

**Förderung von privatrechtlich-organisier-
ten Theatern und Theater-/Tanzgruppen in
Berlin**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für
Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur –

Kunst- und Künstler(innen)förderung

Referat KE - Mirjana Jacob / Meireike Kraus

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-711 / -712

Fax: 030-90228-457

mirjana.jacob@senwfk.verwalt-berlin.de

mareike.kraus@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult

a) Basisförderung

Sparten: Theater/Theater-/Tanzgruppen
aller Sparten

Empfänger: Theater und Theater-/Tanz-
gruppen, deren Tätigkeit bereits künstleri-
sche Eigenart gezeigt hat und auf positive
Resonanz bei Publikum und Kritik gestoßen
ist und die ihren Arbeitsschwerpunkt in
Berlin haben.

Vergabeform: zweijährige Projektförderung

b) Spielstättenförderung

Sparten: Theater aller Sparten

Empfänger: Spiel-/bzw. Produktionsstätten
mit Sitz in Berlin, die bereits ein herausra-
gendes Profil oder eine besondere infra-
strukturelle Bedeutung haben

Vergabeform: ein- bis zweijährige

Projektförderung

c) Einzelprojektförderung

Sparte: Theater/Theater-/Tanzgruppen aller
Sparten

Empfänger: Berliner Theater und Theater-/
Tanzgruppen

Vergabeform: Produktionskostenzuschuss
zu zeitlich begrenzten
Inszenierungsvorhaben

Tanzstipendien

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur –

Referat KE - Mareike Kraus / Yvonne

Dublies

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-711 / -748

Fax: 030-90228-457

mareike.kraus@senwfk.verwalt-berlin.de

yvonne.dublies@senwfk.verwalt-berlin.de

Sparte: zeitgenössischer Tanz

Empfänger: Tänzer und Tänzerinnen,

Choreografen, die ihren Hauptwohnsitz

in Berlin haben

Vergabeform: Weiterbildungsstipendien

➤ **Literatur:**

**Arbeitsstipendien für Berliner Autorinnen
und Autoren**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für
Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur,

Referat KE - Brigitte Drippe

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-535

Fax: 030-90228-457

brigitte.drippe@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult

Sparte: Literatur aller Sparten

Empfänger: Berliner freischaffende

Autorinnen und Autoren

Vergabeform: Stipendium

**Aufenthaltsstipendien im Künstlerhaus
Schloß Wiepersdorf**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für
Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur,

Referat KE - Brigitte Drippe

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-535

Fax: 030-90228-457

brigitte.drippe@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult

Sparte: Literatur aller Sparten

Empfänger: Berliner freischaffende

Autorinnen und Autoren sowie Übersetzer-
innen und Übersetzer

Vergabeform: Stipendium

**Aufenthaltsstipendien für junge deutsch-
sprachige Autorinnen und Autoren**

Stifter/Träger: Berliner Senatsverwaltung

für Wissenschaft, Forschung und Kultur in

Zusammenarbeit mit dem Literarischen

Colloquium Berlin (Vergabeträger)

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur,

Referat KE - Brigitte Drippe

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-535

Fax: 030-90228-457

brigitte.drippe@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult

Literarisches Colloquium Berlin e.V.

Dr. Ulrich Janetzki

Am Sandwerder 5

14109 Berlin

Tel: 030-8169-960

Fax: 030-8169-9619

mail@lcb.de

www.lcb.de

Empfänger: Autorinnen und Autoren bis

35 Jahre

Vergabeform: Stipendium

**Aufenthaltsstipendien im Alfred-Döblin-
Haus**

Stifter/Träger: Senatsverwaltung für
Wissenschaft, Forschung und Kultur, Berlin,

in Zusammenarbeit mit der Akademie der

Künste und Günter Grass

Kontaktadresse: Stiftung Alfred-Döblin-

Preis „Aufenthaltsstipendium“

c/o Akademie der Künste, Abteilung

Literatur

Hanseatenweg 10

10557 Berlin

Tel.: 030-390760

Fax: 030-39076175

info@akd.de

www.akd.de

Berliner Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur,

Referat KE - Brigitte Drippe

Brunnenstraße 188 - 190

10119 Berlin

Tel: 030-90228-535

Fax: 030-90228-457

brigitte.drippe@senwfk.verwalt-berlin.de

www.berlin.de/senwiskult/kult

Empfänger: freischaffende Autorinnen und

Autoren

Vergabeform: Stipendium

**Stipendien für Berliner Übersetzerinnen
und Übersetzer**

Stifter/Träger: Berliner Senatsverwaltung

für Wissenschaft, Forschung und Kultur

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für

Wissenschaft, Forschung und Kultur,

Referat KE - Brigitte Drippe
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8535
Fax: 030-9022-8457

Sparte: Übersetzung fiktionaler Literatur
Empfänger: Berliner literarische Übersetzerinnen und Übersetzer
Vergabeform: Stipendium

Projektorientierte Fördermaßnahmen der Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur

Stifter/Träger: Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Herr Meyer
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8536
Fax: 030-9022-8457

wolfgang.meyer@senwfk.verwalt-berlin.de

Sparte: literarische Projekte
Empfänger: Autoren, Vereine, Institutionen, Buchhandlungen
Vergabeform: Projektförderung, sonstige Preise, Stipendium

► Musik:

Berliner Projektförderung Ernste Musik

Stifter/Träger: Land Berlin, Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Referat K E - Brigitta Razlag
Brunnenstr. 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8713
Fax: 030-9022-8457
brigitta.razlag@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/musik/E-Musik.html

Sparten: Ernste Musik (Alte Musik, Neue bzw. zeitgenössische Musik)

Empfänger: Berliner Musiker/innen, Ensembles Orchester u.ä.
Die Förderung kann direkt oder indirekt erfolgen, d.h. Anträge können sowohl von den Musikern/ Musikerinnen selbst für in eigener Verantwortung organisierte Projekte gestellt werden, aber auch von Dritten (z.B. Veranstaltern, Agenturen, Vereinen u.a.), deren Vorhaben den o.a. Personenkreis im besonderen Maß berücksichtigen.

Vergabeform: Projektförderung (Zuwendungen; in der Regel als Fehlbedarfsfinanzierung)

Aufenthaltsstipendien zur Teilnahme an den Internationalen Ferienkursen für Neue Musik in Darmstadt

Stifter/Träger: Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur in Zusammenarbeit mit dem Internationalen Institut für Neue Musik, Darmstadt
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Margitta Hoffmann
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8740
Fax: 030-9022-8457
margitta.hoffmann@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult

Sparte: zeitgenössische Musik
Empfänger: Künstlerinnen und Künstler aus dem Bereich zeitgenössische Musik
Vergabeform: Stipendium

Berliner Kompositionsaufträge

Stifter/Träger: Land Berlin, Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Margitta Hoffmann
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8740
Fax: 030-9022-8457
margitta.hoffmann@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/E-musik.html

Sparten: Komposition, Ensembles
Empfänger: Berliner Komponistinnen und Komponisten
Vergabeform: Zuwendung

Berliner Stipendien für zeitgenössische Musik

Stifter/Träger: Land Berlin, Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Margitta Hoffmann
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8740
Fax: 030-9022-8457
margitta.hoffmann@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult
Sparten: zeitgenössische Musik, Komposition einschl. Klangkunst
Empfänger: Berliner Künstlerinnen und Künstler aus dem Bereich zeitgenössische Musik
Vergabeform: Stipendien

Berliner Klangkunst-Stipendien

Stifter/Träger: Land Berlin, Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Referat K E Margitta Hoffmann (Stichwort: Klangkunst-Stipendium)
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
Tel.: 030-9022-8740
Fax: 030-9022-8457
margitta.hoffmann@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/musik
Sparten: Klangkunst
Empfänger: Berliner Klangkünstler/innen
Vergabeform: Stipendium

Jazzstipendien

Stifter/Träger: Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Margitta Hoffmann
Brunnenstraße 188-190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8756 /-8755
Fax: 030-9022-8457
margitta.hoffmann@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/jazz
Sparte: Jazz

Empfänger: freischaffende Berliner Jazzmusiker/innen bzw. -gruppen
Vergabeform: Stipendium

Studioprojekt Jazz

Stifter/Träger: Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Referat KE - Uwe Sandhop (Stichwort: Studioprojekt)
Brunnenstraße 188 - 190
10119 Berlin
sandhop@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/musik
Tel: 030-9022-8755
Fax: 030-9022-8457

Projektförderung Jazz

Stifter/Träger: Land Berlin, Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Referat K E - Uwe Sandhop
Brunnenstr. 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8755
Fax: 030-9022-8457
sandhop@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/musik
Sparten: Jazz
Empfänger: Berliner Jazz-Musiker/innen bzw. -Gruppen
Die Förderung kann direkt oder indirekt erfolgen, d.h. Anträge können sowohl von den Musikern/ Musikerinnen selbst für in eigener Verantwortung organisierte Projekte gestellt werden, aber auch von Dritten (z.B. Veranstaltern, Agenturen, Clubs, Vereinen u.a.), deren Vorhaben den o.a. Personenkreis im besonderen Maß berücksichtigen.
Vergabeform: Projektförderung (Zuwendungen; in der Regel als Fehlbedarfsfinanzierung)

Projektförderung Populäre Musik

Stifter/Träger: Land Berlin, Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur
Referat KE - Uwe Sandhop
Brunnenstr. 188 - 190
10119 Berlin
Tel: 030-9022-8755
Fax: 030-9022-8457
sandhop@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/musik
Sparten: Populäre Musik im weitesten Sinn (Rock, Pop, Weltmusik, Chanson u.v.m., ausgenommen Jazz)
Empfänger: Berliner Musikgruppen bzw. Musiker/innen, die noch nicht an eine sogenannte Mayor-Company vertraglich gebunden sind.
Die Förderung kann direkt oder indirekt erfolgen, d.h. Anträge können sowohl von den Musikern/ Musikerinnen selbst für in eigener Verantwortung organisierte Projekte gestellt werden, aber auch von Dritten (z.B. Veranstaltern, Agenturen, Clubs, Vereinen u.a.), deren Vorhaben den o.a. Personenkreis im besonderen Maß berücksichtigen.
Vergabeform: Projektförderung (Zuwendungen; in der Regel als Fehlbedarfsfinanzierung)

Aufnahmetermine in landeseigenen Tonstudios

Stifter/Träger: Land Berlin, Berliner Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Berlin in Verbindung mit:

- Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf von Berlin
- Bezirksamt Marzahn Hellersdorf von Berlin

Kontaktadresse: Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur Referat KE - Uwe Sandhop Brunnenstr. 188 - 190 10119 Berlin
Tel: 030-9022-8755
Fax: 030-9022-8457
sandhop@senwfk.verwalt-berlin.de
www.berlin.de/senwiskult/kult/musik/U-Musik.html

Sparten: Populäre Musik im weitesten Sinn (Rock, Pop, Weltmusik, Chanson u.v.m., ausgenommen Jazz)

Empfänger: Berliner Musikgruppen bzw. Musiker/innen, die noch nicht an eine sogenannte Mayor-Company vertraglich gebunden sind.

Vergabeform: Bereitstellung von Tonstudios (Vergabe von zweiwöchigen Aufnahmetermine)

Brandenburg

➤ **Film:**

Filmboard Berlin-Brandenburg GmbH

Stifter/Träger: Land Berlin; Land Brandenburg

Kontaktadresse: Filmboard Berlin-Brandenburg GmbH August-Bebel-Straße 26-53 14482 Potsdam
Tel.: 0331-74387-0
Fax: 0331-7438799
filmboard@filmboard.de
www.filmboard.de

Sparten: programmfüllende Kinofilme, Drehbücher für Kinofilme, Kurzfilme und Dokumentarfilme, Abspielförderung

Empfänger: Produzenten, Verleiher aus der Region Berlin-Brandenburg

Vergabeform: Projektförderung

➤ **Literatur:**

Arbeitsstipendien für Schriftsteller und Übersetzer des Landes Brandenburg

Stifter/Träger: Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg

Kontaktadresse: Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg Ref. 35

Dortustraße 36
14467 Potsdam
Tel.: 0331-866-4930 /-31 /-32
Fax: 0331-866-4998

Ferdinand.Nowak@mwfk.brandenburg.de
www.brandenburg.de/land/mwfk

Sparten: Literatur

Empfänger: Autoren und literarische Übersetzer

Vergabeform: Stipendien

Bremen

➤ **Bildende Kunst:**

Bremer Förderpreis für bildende Kunst

Stifter/Träger: Senator für Kultur der Freien Hansestadt Bremen
Kontaktadresse: Senator für Inneres, Kultur und Sport Herdentorsteinweg 7 28195 Bremen
Tel.: 0421-361-6567/-5776
Fax: 0421-361-5745

Sparte: bildende Kunst
Empfänger: bildende Künstlerinnen und Künstler (25 bis 40 Jahre)
Vergabeform: Förderpreis

➤ **Film:**

Bremer Videokunst-Förderpreis

Stifter/Träger: Filmbüro Bremen e.V., Radio Bremen, Bremische Landesmedienanstalt/Offener Kanal Bremen, Künstler(innen)verband GEDOK, Senator für Kultur der Freien Hansestadt Bremen

Kontaktadresse: Filmbüro Bremen e. V. Waller Heerstraße 46 28217 Bremen
Tel.: 0421-3876740
Fax: 0421-3876742

post@filmbuero-bremen.de
www.filmbuero-bremen.de

Sparte: Konzept für Video-Kunstprojekt
Empfänger: Videokünstler aus Deutschland und den Partnerstädten Bremens
Vergabeform: Hauptpreis, Förderpreis

Kulturelle Filmförderung Bremen

Stifter/Träger: Kultursenat Freie Hansestadt Bremen

Kontaktadresse: Filmbüro Bremen e. V. Waller Heerstraße 46 28217 Bremen
Tel.: 0421-38767-40
Fax: 0421-38767-42

Sparten: Drehbuch, Filmproduktion, Filmvertrieb, Filmverleih, Abspielförderung, Kurzfilm, Dokumentarfilm

Empfänger: Filmemacher
Vergabeform: Projektförderung

➤ **Literatur:**

Autorenstipendien der Stadt Bremen

Stifter/Träger: Senator für Inneres, Kultur und Sport

Kontaktadresse: Bremer Literaturkontor Villa Ichon Goetheplatz 4 28203 Bremen
Tel.: 0421-327943
Fax: 0421-3365621
info@literaturkontor-bremen.de
www.bremer-literaturkontor.de

Sparte: Belletristik (Prosa, Lyrik, Hörspiel, Essay)

Vergabeform: Stipendium

Hamburg

➤ **Bildende Kunst:**

Arbeitsstipendien für bildende Künstler der Hansestadt Hamburg

Stifter/Träger: Die Freie und Hansestadt Hamburg finanziert fünf Stipendiaten, die anderen Stipendiaten werden von Privaten aus der freien Wirtschaft finanziert (von 2000 bis 2002 finanziert die Hubertus-Wald-Stiftung drei Stipendien).

Kontaktadresse: Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg Hohe Bleichen 22 Postfach 30 30 81 20354 Hamburg
Tel.: 040-42824-284
Fax: 040-42824-287
anne-kathrinreinberg@kb.hamburg.de
www.hamburg.de

Sparten: Bildende Kunst

Empfänger: Nachwuchs

Vergabeform: Stipendium

➤ **Film:**

Kulturelle und wirtschaftliche Filmförderung Hamburg

Stifter/Träger: Freie und Hansestadt Hamburg

Partner: Norddeutscher Rundfunk (NDR), Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)

Partner: Norddeutscher Rundfunk (NDR), Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF),

Kontaktadresse: Filmförderung Hamburg GmbH (FFHH) Friedensallee 14-16

22765 Hamburg
Tel.: 040-39837-0
Fax: 040-38937-10
filmfoerderung@ffhh.de
www.ffhh.de

Sparten: Spielfilm, Dokumentar- und Kurzfilm, Trick- u. Animation, Experimentalfilm, Kinderfilme und internationale Co-Produktion

Vergabeform: Drehbuch- und Produktionsförderung, Projektentwicklung, Verleih- und Vertriebsförderung, Abspielförderung

➤ **Literatur:**

Förderpreis für literarische Übersetzungen der Freien und Hansestadt Hamburg

Stifter/Träger: Freie und Hansestadt Hamburg

Kontaktadresse: Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg

Literaturreferat Dr. Wolfgang Schömel Hohe Bleichen 22 20345 Hamburg
Tel.: 040-42824-288
Fax: 040-42824-287

wolfgang.schoemel@kb.hamburg.de
www.lithh.de

Sparte: literarische Übersetzung

Empfänger: freischaffende Übersetzer

Vergabeform: 3 Förderpreise

Förderpreis für Literatur der Freien und Hansestadt Hamburg

Stifter/Träger: Freie und Hansestadt Hamburg

Kontaktadresse: Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg

Literaturreferat
Dr. Wolfgang Schömel
Hohe Bleichen 22
20345 Hamburg
Tel.: 040-42824-288
Fax: 040-42824-287
wolfgang.schoemel@kb.hamburg.de
www.lithh.de
Sparten: Belletristik, Lyrik, Prosa usw.
Empfänger: Autorinnen und Autoren
Vergabeform: 6 Förderpreise

Hessen

► Film:

Hessische Film- und Kinopreise

Stifter/Träger: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst und Hessischer Rundfunk (HR)
Kontaktadresse: Hessische Filmförderung
Am Steinernen Stock 1
60320 Frankfurt a. M.
Tel.: 069-15545-16
Fax: 069-15545-14
postmaster@hessische-filmfoerderung.de
www.hessische-filmfoerderung.de
Empfänger: Filmemacher, Drehbuchautoren, Kinobetreiber, Regisseur
Vergabeform: Preise, Projektförderungen (Hessische Film- und Kinopreise, Hessische Filmförderung)

► Publizistik:

Elisabeth-Selbert-Preis

Stifter/Träger: Hessische Landesregierung
Kontaktadresse: Hessisches Sozialministerium, Stabstelle Frauenpolitik
Frau Wülfing
Dostojewskistraße 4
65187 Wiesbaden
Tel.: 0611-817-3420 /-3590
Fax: 0611-890-8410
g.wuelfing@hsm.hessen.de
Sparten: Wissenschaft und Journalismus
Empfänger: freie und fest angestellte Journalistinnen und Journalisten
Vergabeform: Hauptpreis

Mecklenburg-Vorpommern:

► Mehrere Sparten:

Arbeits-, Aufenthalts- und Reisestipendien des Landes Mecklenburg-Vorpommern

Stifter/Träger: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Mecklenburg-Vorpommern
Kontaktadresse: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur
Mecklenburg-Vorpommern
Frau Penski
Werderstraße 124
19055 Schwerin
Tel.: 0385-588-0
Tel.: 0385-588-7402
Fax: 0385-588-7082
poststelle@kultus-mv.de
presse@kultus-mv.de
s.penski@kultus-mv.de
www.kultus-mv.de
Sparten: bildende Kunst, Literatur, Musik
Empfänger: freischaffende Künstlerinnen und Künstler bis 40 Jahre
Vergabeform: Arbeitsstipendium

► Film:

Förderpreis der dokumentART – Europäische Filmwerkstatt

Stifter/Träger: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Stadt Neubrandenburg, Latücht e. V. Neubrandenburg
Kontaktadresse: Festivalbüro dokumentART
c/o Latücht e. V.
Große Krauthöfer Str. 16
17033 Neubrandenburg
Tel.: 0395-5666-109
Fax: 0395-5666-612
dokumentart@latuecht.de
www.latuecht.de
Sparten: Dokumentarfilm, künstlerische Multimediaproduktionen dokumentarischen Inhalts
Empfänger: Filmschaffende, Nachwuchs
Vergabeform: 1. Förderpreis, 2. Förderpreis, 3. Förderpreis, Projektförderung

Kulturelle Filmförderung Mecklenburg-Vorpommern

Stifter/Träger: Land Mecklenburg-Vorpommern
Kontaktadresse: Landesfilmzentrum Mecklenburg-Vorpommern
Bürgermeister-Hauptstraße 51-53
23966 Wismar
Tel.: 03841-618-201
Fax: 03841-618-209
filmfoerderung@film-mv.de
www.film-mv.de
Sparten: Filmproduktion, Filmvertrieb- und Abspielförderung, Stoff- und Projektentwicklung
Empfänger: Filmemacher, Regisseure, Produzenten, Drehbuchautoren
Vergabeform: Projekt- und Produktionsförderungen

► Design:

Design-Preis des Landes Mecklenburg-Vorpommern

Stifter/Träger: Wirtschaftsminister/-in des Landes Mecklenburg-Vorpommern
Kontaktadresse: Wirtschaftsminister/-in des Landes Mecklenburg-Vorpommern
Johannes-Stelling-Straße 14
19053 Schwerin
Tel.: 0385-588-5230
Fax: 0385-588-5861 /-5862
www.wm.mv-regierung/index.htm
www.design-mv.de
Sparten: Produktdesign, Grafikdesign, Servicedesign, Raumdesign, Kommunikationsdesign
Empfänger: Unternehmen, Designer
Vergabeform: Hauptpreis, Förderpreis

► Journalismus:

Deutsch-Polnischer Journalistenpreis

Veranstalter: Regierungssprecher der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Sachsen, Pressesprecher der Marschälle aus den Wojewodschaften Westpommern, Lebusier Land und Niederschlesien
Kontaktadresse: Staatskanzlei des Landes Mecklenburg-Vorpommern
Schlossstraße 2-4
19053 Schwerin

Tel.: 0385-58-81320
Fax: 0385-58-13281
silvia.rabethge@stk.mv-regierung.de
www.mv-regierung.de
Sächsische Staatskanzlei
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Christina Flume
Archivstr. 1
01097 Dresden
Tel.: 0351-56413-44
Fax: 0351-56413-19
info@sk.sachsen.de
www.deutsch-polnischer-journalistenpreis.de
www.sachsen.de
christina.Flume@dd.sk.sachsen.de
Sparten: Printmedien, Fernseh- und Hörfunk
Empfänger: Journalisten aus Hörfunk, Fernsehen und Printmedien
Vergabeform: Hauptpreis in Höhe von 2500 €

Niedersachsen

► Mehrere Sparten:

Jahresstipendien des Landes Niedersachsen

Stifter/Träger: Land Niedersachsen
Kontaktadresse: Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur
Leibnizufer 9
30169 Hannover
Tel.: 0511-120-2603/-04
Fax: 0511-120-2601
www.mwk.niedersachsen.de
Sparten: bildende Kunst, Literatur, Musik
Empfänger: Nachwuchskünstler
Vergabeform: Stipendium, Förderpreise

Künstlerstätte Bleckede

Stifter/Träger: Land Niedersachsen
Kontaktadresse: Landkreis Lüneburg
Postfach 20 80
21310 Lüneburg
Tel.: 04131-261-449
Fax: 04131-261-665
landkreis@lueneburg.de
www.lueneburg.de
Sparten: Malerei, Grafik, Installation, Bildhauerei, Video, Foto, Performance
Vergabeform: Stipendium

Preis des Kunstvereins Hannover

Stifter/Träger: Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur, Niedersächsische Lottostiftung, Firmengruppe Gundlach GmbH
Kontaktadresse: Kunstverein Hannover
Dr. Stephan Berg
Sophienstraße 2
30159 Hannover
Tel.: 0511-324594
Fax: 0511-3632247
mail@kunstverein-hannover.de
www.kunstverein-hannover.de
Sparte: bildende Kunst
Empfänger: bildende Künstlerinnen und Künstler aus Niedersachsen und Bremen
Vergabeform: Stipendium

► **Film:**

Europäisches Media Art Festival

Stifter/Träger: Nordmedia Fonds GmbH, Niedersächsische Lottostiftung, Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur Hannover, Stadt Osnabrück, Auswärtiges Amt, Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Europäische Kommission Brüssel (B), European Coordination of Film Festivals, Brüssel (B), British Council u. a. aus der freien Wirtschaft

Kontaktadresse: Europäisches Media Art Festival

Lohstraße 45 a
49074 Osnabrück
Tel.: 0541-21658
Fax: 0541-28327
info@emaf.de
www.emaf.de

Sparten: experimentelle Film- und Videoarbeiten, Videoinstallationen, Performances, Multimedia-Projekte

Empfänger: Filmmacher

Vergabeform: Preise

Kulturwirtschaftliche Film- und Medienförderung in Niedersachsen und Bremen aus Mitteln der nordmedia Fonds GmbH

Stifter/Träger: Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur, nordmedia, Rundfunk Bremen, SAT 1, NDR

Kontaktadresse: Nordmedia GmbH Mediengesellschaft/ Bremen

Expo-Plaza 1
30539 Hannover
Tel.: 0511-123456-61/62
Fax: 0511-123456-69
info@nordmedia.de
www.nordmedia.de

Sparten: Filmproduktion, Drehbuch, Programmreihen, Filmverleih, Filmvertrieb, Filmtage, Festivals

Empfänger: Professionelle, Nachwuchs

Vergabeform: Projektförderung

► **Literatur:**

Autoren-Förderungsprogramm der Stiftung Niedersachsen „Das zweite Buch“

Stifter/Träger: Stiftung Niedersachsen
Kontaktadresse: Stiftung Niedersachsen

Linda Anne Engelhardt
Sophienstraße 2 (Künstlerhaus)
30159 Hannover
Tel.: 0511-99054-13
Fax: 0511-99054-99
af-info@stnds.de
www.stnds.de

Sparten: Prosa, Lyrik, Essay im jährlichen Wechsel

Empfänger: Autoren, die bereits ein Buch in einer der Gattungen veröffentlicht haben

Vergabeform: Stipendium 9.000,- € Teilnahme an Kolloquien der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel

Nordrhein-Westfalen

► **Mehrere Sparten:**

Arbeitsstipendium im Künstlerdorf Schöppingen für bildende Künstler und Schriftsteller

Stifter/Träger: Nordrhein-Westfalen Stiftung Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege, Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport Nordrhein-Westfalen, Landschaftsverband Westfalen Lippe, Kreis Borken, Gemeinde Schöppingen, Förderverein Stiftung Künstlerdorf Schöppingen e. V.

Kontaktadresse: Künstlerdorf Schöppingen, Dr. Josef Spiegel
Feuerstiege 6
48624 Schöppingen
Tel.: 02555-93810
Fax: 02555-93812-0
info@stiftung-kuenstlerdorf.de
www.stiftung-kuenstlerdorf.de

Sparten: bildende Kunst, Fotografie, Literatur einschließlich Hörspiel und Kompositionen

Empfänger: Künstler und Autoren

Vergabeform: Stipendium

Stipendien und Arbeitsaufenthalte des Landes NRW im Ausland

Stifter/Träger: Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRW
Kontaktadresse: Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRW

Frau Krings
Elisabethstraße 5-11
40213 Düsseldorf
Tel.: 0211-3843-292 /-293
Fax: 0211-3843-653
silke.fink@mswks.nrw.de
www.mswks.nrw.de

Sparten: Architektur, bildende Kunst, Literatur, Musik

Empfänger: spezielle Altersgruppe bis 40 Jahre

Vergabeform: Stipendium

► **Bildende Kunst:**

Stipendium für bildende Künstlerinnen mit Kindern des Landes NRW

Stifter/Träger: Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes NRW

Kontaktadresse: Frauenkulturbüro NRW e.V.
Irmgard Werths
Fabrik Heeder
Virchowstr. 130
47805 Krefeld
Tel.: 02151-393025
Fax: 02151-313219
info@frauenkulturbuero-nrw.de
Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes NRW
Theda Kluth

Inge Druf
Fürstenwall 25
40219 Düsseldorf
Tel.: 0211-3843-224
Tel.: 0211-3843-565
Fax: 0211-3843-654
theda.kluth@mswks.nrw.de
www.mswks.nrw.de

Sparte: bildende Kunst

Empfänger: bildende Künstlerinnen mit Kindern (Kinder unter 14 Jahre)

Vergabeform: 5 Stipendien

► **Darstellende Kunst:**

Auftrittsförderpreise im Rahmen des Festivals „Theaterzwang“

Stifter/Träger: Kunststiftung Nordrhein-Westfalen, Kultursekretariat NRW, Stadt Dortmund

Kontaktadresse:

Kooperative Freier Theater NRW
Güntherstr. 65
44143 Dortmund
Tel.: 0231-5575-2111
Fax: 0231-5575-2129
info@theaterzwang.de
www.theaterzwang.de

Sparten: freies Theater (Schauspiel, Kinder- und Jugendtheater, Tanztheater, Performance, Musiktheater usw.)

Empfänger: freie Theater

Vergabeform: Förderpreis und Aufnahme in Auftrittsnetzwerk

Meeting „Neuer Tanz“

Stifter/Träger: Kultursekretariat NRW
Kontaktadresse: Kultursekretariat NRW

Friedrich-Engels-Allee 85
42285 Wuppertal

Tel.: 0202-5636803
Fax: 0202-899119
info@nrw-kultursekretariat.de
www.nrw-kultursekretariat.de

Sparten: Tanz, freie Produktion, Choreographie

Empfänger: freie Compagnien

Vergabeform: Projektkostenzuschuss

Preise beim NRW-Theatertreffen

Stifter/Träger: Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes NRW

Kontaktadresse: das jeweilige ausrichtende Theater. Weitere Auskünfte über das Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRW
Wolfgang Hoffmann
Elisabethstraße 5 - 11
40217 Düsseldorf
Tel.: 0211-3843-541
Fax: 0211-3843-654
wolfgang.hoffmann@mswks.nrw.de
www.mbw.nrw.de

Sparte: Theater

Empfänger: Regisseure, Schauspieler, Nachwuchsschauspieler

Vergabeform: 3 Förderpreise

► **Film:****Filmpreis Nordrhein-Westfalen bei den Internationalen Kurzfilmtagen Oberhausen****Stifter/Träger:** Landesregierung Nordrhein-Westfalen**Kontaktadresse:** Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRWTheda Kluth
Fürstenwall 25
40219 Düsseldorf
Tel.: 0211-3843-565
Fax: 0211-3843-655
theda.kluth@mswks.nrw.de
www.mswks.nrw.de**Sparte:** Kurzfilm**Empfänger:** FilmemacherInnen, RegisseurInnen und Autoren/Autorinnen**Vergabeform:** Hauptpreis**Filmstiftung Nordrhein-Westfalen****Stifter/Träger:** Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH/Mittel des Landes Nordrhein-Westfalen, des Westdeutschen Rundfunks (WDR), des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF), RTL und der LfM (Landesanstalt für Medien)**Kontaktadresse:** Filmstiftung NRW
Claudia Droste-Deselaers
Kaistraße 1440221 Düsseldorf
Tel.: 0211-9305-00
Fax: 0211-9305-05
info@filmstiftung.de
www.filmstiftung.de**Sparten:** Filmproduktion, Regie, Drehbuch, Filmverleih, Filmvertrieb, Aus- und Weiterbildung**Empfänger:** Produktionsfirmen, Autoren, Kinos usw.**Vergabeform:** Projektförderung► **Literatur:****Arbeitsstipendien der Filmstiftung NRW im Bereich Hörspiel****Stifter/Träger:** Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH**Kontaktadresse:** Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbHHörspielförderung
Sibylle Bettray
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211-9305-00
Fax: 0211-9305-05
sibyllebettray@filmstiftung.de
www.filmstiftung.de**Sparte:** Hörspiel**Empfänger:** Autoren, Komponisten, Produzenten**Vergabeform:** Stipendium, Produktionsförderung**Medienkunst/Netzkunst:****Stipendium des Landes Nordrhein-Westfalen für Medienkünstlerinnen****Stifter/Träger:** Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen**Kontaktadresse:**
hardware medien kunst verein e. V.
Güntherstraße 65
44143 Dortmund
Tel.: 0231-8820240
post@hardware-projekte.de
www.hardware-projekte.de**Sparte:** Medienkunst (Internet, Video, CD-ROM, Multimedia)**Empfänger:** freischaffende Medienkünstlerinnen**Vergabeform:** Stipendium► **Musik:****MuSIEca – junge Solistinnen in NRW****Stifter/Träger:** Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRW**Kontaktadresse:** Landesmusikrat NRWDr. Heike Stumpf
Klever Str. 23
40777 Düsseldorf
Tel.: 0211-8620-6419
Fax: 0211-8620-6450
h.stumpf@lmr-nrw.de
info@lmr-nrw.de
www.lmr-nrw.de**Sparte:** E-Musik**Empfänger:** Solistinnen bis 28 Jahre**Vergabeform:** Finanzierung der Produktionskosten für eine CD**Stipendium für Populärmusikerinnen****Stifter/Träger:** Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen**Kontaktadresse:** rocksie! – KulturKooperative Ruhr e. V.
Sibylle Thomzik
Güntherstraße 65
44143 Dortmund
Tel.: 0231-5575-2114
Fax: 0231-5575-2129
stipendium@rocksie.de
www.rocksie.de**Sparte:** alle Musikstile, Gesang und Instrumente im Bereich der Populärmusik**Empfänger:** Musikerinnen**Vergabeform:** Stipendium► **Journalismus:****Emma-Journalistenpreis****Stifter/Träger:** Emma-Verlag, Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit des Landes NRW**Kontaktadresse:** Emma-VerlagAlteburger Str. 2
50678 Köln
Tel.: 0221-606060-0
Fax: 0221-606060-20
info@emma.de
www.emma.de
Sparte: Print-Journalismus
Empfänger: Journalistinnen
Vergabeform: alle 2 Jahre: 1. – 3. Hauptpreis, sonstige Preise► **Design:****Designpreis des Landes Nordrhein-Westfalen****Stifter/Träger:** Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes NRW**Kontaktadresse:** Design ZentrumNordrhein-Westfalen
Gelsenkirchener Str. 181
45309 Essen
Tel.: 0201-3010433/-0
Fax: 0201-3010444
info@dznrw.com
design-germany@compuserve.com
www.design-germany.de
Sparte: Produktdesign, Corporate Design
Empfänger: Industriedesigner
Vergabeform: Preise**Rheinland-Pfalz**► **Mehrere Sparten:****Balmoral-Stipendien****Stifter/Träger:** Land Rheinland-Pfalz,

Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur

Kontaktadresse: Künstlerhaus SchlossBalmoral
Villenpromenade 11
56130 Bad Ems
Tel.: 02603-9419-0
Fax: 02603-9419-16
info@balmoral.de
www.balmoral.de**Sparten:** Malerei, Grafik, Fotografie, Design, Installation, Bildhauerei, neue Medien**Empfänger:** freischaffende Künstlerinnen und Künstler**Vergabeform:** Stipendium► **Bildende Kunst:****Burgund-Stipendium****Stifter/Träger:** Land Rheinland-Pfalz**Kontaktadresse:** Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und KulturReferat 15512
Dr. Ariane Fellbach-Stein
Gerda Kesselring
Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz
Tel.: 06131-16-4586 /-2935
Fax: 06131-16-4151

gerda.kesselring@mwwfk.rlp.de

Ariane.FellbachStein@mwwfk.rlp.de

www.kulturland.rlp.de „Fachinformation“

Sparte: bildende Kunst**Empfänger:** freischaffende bildende

Künstlerinnen und Künstler

Vergabeform: Stipendien monatl.1000,- €

über die Dauer von 6 - 8 Wochen

Emy-Roeder-Preis und Förderpreis Junge Rheinland-Pfälzer Künstlerinnen und Künstler**Stifter/Träger:** Kunstverein Ludwigshafen

am Rhein e. V. in Zusammenarbeit mit

dem Ministerium für Wissenschaft,

Weiterbildung, Forschung und Kultur

Kontaktadresse: Kunstverein Ludwigshafen

am Rhein e.V.

Barbara Auer
Bismarckstraße 44-48
67059 Ludwigshafen
Tel.: 0621-528055
Fax: 0621-5820550

kunstverein-ludwigshafen@t-online.de

www.kunstvereine.de

Sparte: bildende Kunst**Empfänger:** Nachwuchs bis 35 Jahre**Vergabeform:** Hauptpreis, Förderpreis

► **Literatur:**

Georg-K.-Glaser-Preis

Stifter/Träger: Land Rheinland-Pfalz und Südwestrundfunk (SWR)

Kontaktadresse: Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz
Dr. Sigfrid Gauch
Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz
Tel.: 06131-16-2749
Fax: 06131-16-172749
s.gauch@mwwfk.rlp.de

Sparte: Literatur

Empfänger: Autorinnen und Autoren (Empfänger muss Bezug zu Rheinland-Pfalz haben)

Vergabeform: Wettbewerbspreise für eingereichte Texte (unveröffentlicht)

Martha-Saalfeld-Förderpreise

Stifter/Träger: Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz

Kontaktadresse: Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur
Dr. Sigfrid Gauch
Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz
Tel.: 06131-16-2749
Fax: 06131-16-172749
s.gauch@mwwfk.rlp.de

Sparte: Literatur

Empfänger: Autorinnen und Autoren
Vergabeform: 4 Förderpreise in Höhe von je 3.100 € für ein in Arbeit befindliches Werk

Erik-Reger-Preis

Stifter/Träger: Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP)

Kontaktadresse: Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP)
Daniela Genrich
Kaiser-Friedrich-Straße 1
55116 Mainz
Tel.: 06131-16-5680 /-5681
Fax: 06131-16-2554
info@zirp.de
www.zirp.de

Sparten: Literatur und Journalismus

Empfänger: Autoren und Journalisten
Vergabeform: Hauptpreis

Gerty-Spies-Preis für Literatur

Stifter/Träger: Landeszentrale für politische Bildung

Kontaktadresse: Landeszentrale für politische Bildung
Dr. Rüdiger Schlaga
Am Kronberger Hof 6
55116 Mainz
Tel.: 06131-16-2977 /-2978
Fax: 06131-16-2980
ruedeger.schlaga@politische-bildung-rlp.de

Sparten: Literatur und Journalismus zu gesellschaftspolitischen Themen

Empfänger: Autoren und Journalisten
Vergabeform: Hauptpreis 2.500 €

► **Musik:**

Internationaler Orgelwettbewerb „Dom zu Speyer“

Stifter/Träger: Land Rheinland-Pfalz, Domkapitel, Stadt Speyer, Volksbank Speyer-Neustadt-Hockenheim

Kontaktadresse:
Bistum Speyer
Bistumsleitung
Kleine Pfaffengasse 16
67346 Speyer
Tel.: 06232-1020
Fax: 06232-102300
info@bistum-speyer.de
www.bistum-speyer.de

Sparten: Musik

Empfänger: Organistinnen und Organisten bis 35 Jahre

Vergabeform: 1. – 3. Hauptpreis

Sparten: klassische und zeitgenössische Orgelmusik

Empfänger: Organistinnen und Organisten bis 35 Jahre

Vergabeform: 1. – 3. Hauptpreis

Saarland

► **Bildende Kunst:**

SAAR-STIP-Stipendium

Stifter/Träger: Landesregierung des Saarlandes

Kontaktadresse: Landesvertretung Saarland
Dr. Anton Markmiller
In den Ministergärten 4
10117 Berlin
Tel.: 030-72629-0120 /-0150
Fax: 030-726290-099
LV Saarland@t-online.de
www.saarland.de

Sparten: Literatur, bildende Kunst, Film

Empfänger: Künstlerinnen und Künstler mit dem Ziel des Kulturaustauschs zwischen dem Saarland und Berlin

Vergabeform: Stipendien

► **Film:**

Festival Kino im Fluss/ Cinéfleuve (Saar-Lor-Lux Film- und Video-Festival)

Stifter/Träger: Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Saarlandes, Région Lorraine, DRAC Lorraine, Film Fund Luxembourg, Région Wallonne, Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur Rheinland-Pfalz, Saarland Medien GmbH etc.

Kontaktadresse: Saarländisches Filmbüro e. V.
Sigrid Jost, Jörg Witte
Nauwieserstraße 19
66111 Saarbrücken
Tel.: 0681-36047
Fax: 0681-374668
info@filmbuero-saar.de
www.filmbuero-saar.de

Sparten: Dokumentarfilme, Kurzspielfilme, Animationsfilme, experimentelle Filme, Filme von Kindern und Jugendlichen

Empfänger: Filmemacher, Regisseure, Drehbuchautoren

Vergabeform: 5 Preise zu je 1.000 €

Sachsen

► **Mehrere Sparten:**

Projektförderung und Stipendien der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen

Stifter/Träger: Kulturstiftung des Freistaates Sachsen

Kontaktadresse: Kulturstiftung des Freistaates Sachsen
Karl-Liebknecht-Straße 56
01109 Dresden
Tel.: 0351-88480-0
Fax: 0351-88480-16
kulturstiftung@kss.smwk.sachsen.de
www.kulturstiftung.sachsen.de

Sparten: Musik, Literatur, darstellende und bildende Kunst

Empfänger: freischaffende Musiker, Komponisten, Autoren und darstellende und bildende Künstler

Vergabeform: Projektförderung, Stipendium

► **Literatur:**

Arbeitsstipendium für freiberufliche Schriftsteller und literarische Übersetzer mit Hauptwohnsitz im Freistaat Sachsen

Stifter/Träger: Freistaat Sachsen, Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst

Kontaktadresse: Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst des Freistaates Sachsen
Christoph F. Meier
Wigardstraße 17
01097 Dresden
Tel.: 0351-564-6240
Fax: 0351-564-6406240
christoph.meier@smwk.de
www.smwk.de

Sparten: Literatur und literarische Übersetzung

Empfänger: freiberufliche Schriftsteller und literarische Übersetzer, Studenten des Deutschen Literaturinstituts Leipzig (Hauptwohnsitz im Freistaat Sachsen)

Vergabeform: Arbeits- und Reisestipendien unterschiedlicher Dauer

► **Medienkunst/Netzkunst:**

Preise der CYNET art

Träger: Trans-Media-Akademie (TMA) Hellerau e.V. in Kooperation mit der Stadt Dresden

Kontaktadresse: CYNET art Büro Trans-Media-Akademie (TMA) Hellerau e.V.
Am Festspielhaus Hellerau
Karl-Liebknecht-Straße 56
01109 Dresden
Tel: 0351-889666-5
Fax: 0351-889666-7
www.t-m-a.de

Sparte: computergestützte Kunst

Empfänger: Medienkünstler

Vergabeform: 5 Preise zu je 5000 €

► **Design:**

Sächsischer Staatspreis für Design

Stifter/Träger: Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit, Dresden

Kontaktadresse: Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit
Kerstin Dürfeld
Wilhelm-Buck-Str.2
Postfach 10 03 29
01073 Dresden

Tel.: 0351-564-8282

Fax: 0351-564-8208

kerstin.duerfeld@smwa.sachsen.de

www.smwa.sachsen.de/staatspreise

Design Zentrum Thüringen e.V.

Rathenauplatz 6
99423 Weimar

Tel.: 03643-8711-0

Fax: 03643-8711-11

kontakt@d-z-t.de

www.d-z-t.de

Sparten: herausragend gestaltete Produkte/Dienstleistungen und kommunizierte Unternehmensstrategien
Empfänger: mittelständische Unternehmen und Designer
Vergabeform: Hauptpreis

► **Film:**

Kulturelle Filmförderung des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst

Stifter/Träger: Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst (SMWK)

Kontaktadresse: Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst
Referat 2.4 Allgemeine Kunstförderung und Sozio-Kultur
Hedda Gehm
Wigardstraße 17
01097 Dresden

Tel.: 0351-564-6241

Fax: 0351-564-6406240

hedda.gehm@smwk.sachsen.de

www.smwk.sachsen.de

Sparten: Filmproduktion, Drehbuch, Abspielförderung, Präsentationsförderung, Zusatzkopienförderung für Filmtheater in Orten unter 20.000 Einwohnern
Empfänger: natürliche und juristische Personen insbesondere Filmemacher, Drehbuchautoren, freiberufliche Schriftsteller, Produzenten, gemeinnützige Vereine
Vergabeform: Projektförderung, Stipendien

► **Musik:**

Internationaler Johann-Sebastian-Bach-Wettbewerb

Stifter/Träger: Stiftung Bach-Archiv Leipzig in Verbindung mit der Stadt Leipzig, dem Freistaat Sachsen und dem Beauftragten der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien

Kontaktadresse: Bach-Archiv Leipzig,
Abteilung Veranstaltungen
Thomaskirchhof 15
04109 Leipzig

Tel.: 0341-9137-302

Fax: 0341-9137-305

wettbewerb.info@bach-leipzig.de

Sparten: von Wettbewerb zu Wettbewerb

wechselnd: Klavier, Orgel, Cembalo,
Violoncello, Violine, Gesang

Empfänger: künstlerischer Spitzennach-

wuchs von 16 bis 34 Jahre

Vergabeform: 1. – 3. Hauptpreis,
Sonderpreise

Internationaler Robert-Schumann-Wettbewerb für Klavier und Gesang

Stifter/Träger: Stadt Zwickau, Kulturraum Zwickauer Raum in Verbindung mit der Robert-Schumann-Gesellschaft Zwickau e.V.

Kontaktadresse: Internationaler Robert-

Schumann-Wettbewerb für Klavier und

Gesang
Dr. Gerd Nauhaus
Münzstraße 12
08056 Zwickau

Tel.: 0375-212636

Fax: 0375-834130

kulturbuero@zwickau.de

www.zwickau.de/wettbewerbe/

Sparten: Klavier, Gesang

Empfänger: spezielle Altersgruppen (bis 30

Jahre für Piano, bis 32 Jahre für Gesang)

Vergabeform: 1. – 6. Hauptpreis, Diplome
und Sonderpreis

Sachsen-Anhalt:

► **Bildende Kunst:**

Förderpreis für bildende Kunst des Landes Sachsen-Anhalt

Stifter/Träger: Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt

Kontaktadresse: Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt, Abteilung Kultur
Turmschanzenstraße 32
39114 Magdeburg

Tel.: 0391-567-01 /-3686

Fax: 0391-567-3855

www.mk.sachsen-anhalt.de. „Kultur“

Sparte: bildende Kunst

Empfänger: bildende Künstlerinnen und

Künstler bis 35 Jahre

Vergabeform: Förderpreis

Internationales Steinbildhauersymposium in Sachsen-Anhalt

Veranstalter: Verband bildender Künstler Sachsen-Anhalt

Kontaktadresse: Verband bildender Künstler Sachsen-Anhalt
Markt 13
06108 Halle/Saale

Tel.: 0345-2026821

Fax: 0345-4789923

vbk-halle@t-online.de

www.vbk-sachsenanhalt.de

Sparte: Steinbildhauerei

Empfänger: freischaffende Künstler

Vergabeform: Stipendium

► **Literatur**

Georg-Kaiser-Förderpreis des Landes Sachsen-Anhalt

Stifter/Träger: Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt

Kontaktadresse: Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt
Abteilung Kultur
Turmschanzenstraße 32
39114 Magdeburg

Tel.: 0391-567-01 /-3670

Fax: 0391-567-3695 /-3775

www.sachsen-anhalt.de

Sparten: Prosa, Lyrik, Essays usw.

Empfänger: Autorinnen und Autoren bis 40

Jahre

Vergabeform: Förderpreis

Schleswig-Holstein

► **Mehrere Sparten:**

Künstlerhaus Kloster Cismar/Grömitz

Stifter/Träger: Ministerium für Bildung,
Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein

Kontaktadresse: Ministerium für Bildung,
Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein
Referat III 32
Dr. Andreas von Randow
Brunswiker Straße 16–22
24105 Kiel

Tel.: 0431-988-5873

Fax: 0431-988-5857

uwe.kollakowski@kumi.landsh.de

Sparten: bildende Kunst, Kunsthandwerk,
Literatur

Empfänger: Künstlerinnen und Künstler
der o. g. Bereiche

Vergabeform: Stipendium über die Dauer
von 3 Monaten

Kunstpreis des Landes Schleswig-Holstein

Stifter/Träger: Land Schleswig-Holstein,
Kiel

Kontaktadresse: Ministerium für Bildung,
Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein
Brigitte Hohmann
Brunswiker Straße 16 – 22
24105 Kiel

Tel.: 0431-988-5844

Fax: 0431-988-5857

brigitte.hohmann@kumi.landsh.de

www.schleswig-holstein.de/landsch/mbwfk

Sparten: für alle offen

Empfänger: Künstlerinnen und Künstler,
die in Schleswig-Holstein geboren sind,
leben oder arbeiten

Vergabeform: Hauptpreis, Förderpreis

► **Film:**

Kulturelle Filmförderung Schleswig-Holstein

Stifter/Träger: Ministerium für Bildung,
Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein und die unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen

Kontaktadresse: Kulturelle Filmförderung
Schleswig-Holstein
Bernd Günter Nahm
Muhliusstraße 31
24103 Kiel

Tel.: 0431-551439

Fax: 0431-51642

filmwerkstattsh@t-online.de
www.infomedia-sh.de

Sparten: Filmproduktion, Produktionsentwicklung, Filmvertrieb, Filmverleih
Empfänger: Filmemacherinnen und Filmemacher
Vergabeform: Projektförderung

Preis im Rahmen des Video-Filmfestes Schleswig-Holstein

Stifter/Träger: Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) Jugend und Film Schleswig-Holstein, Land Schleswig-Holstein

Kontaktadresse:
Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) Jugend und Film S-H
Internationale Bildungsstätte
Jugendhof Scheersberg
24972 Quern
Tel.: 04632-8480-0
Fax: 04632-8480-30
info@scheersberg.de
www.scheersberg.de
Sparte: Kurzfilme
Empfänger: Filmemacher bis 27 Jahre
Vergabeform: Preise

Thüringen

► Film:

Kulturelle Filmförderung Thüringen

Träger: Thüringer Kultusministerium
Kontaktadresse:
Thüringer Kultusministerium
Nils Jonas Greiner
Werner-Seelenbinder-Straße 7
99096 Erfurt
Tel.: 0361-37-941-53
Fax: 0361-37-941-04
ehenneberger@tkm.thueringen.de
www.thueringen.de/tkm/hauptseiten/news.htm
Sparten: Drehbuch, Filmproduktion, Filmverleih, Abspielförderung, Festivals
Empfänger: Filmemacher, Drehbuchautoren, Produzenten usw.
Vergabeform: Projektförderung

► Literatur:

Junges Literaturforum Hessen/Thüringen – Förderpreise und Auszeichnungen

Stifter/Träger: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst und Thüringer Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst
Kontaktadresse: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst
Abt. IV 2
Rheinstraße 23–25
65185 Wiesbaden
Tel.: 0611-323-455
Fax: 0611-323-499
schwerberger@hmwk.de
Thüringer Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst
Werner-Seelenbinder-Straße 8
99096 Erfurt
Tel.: 0361-3791-612
tmwfk@thueringen.de
Sparte: Literatur
Empfänger: Autorinnen und Autoren von 16 bis 25 Jahre aus Thüringen und Hessen
Vergabeform: 10 Förderpreise, Teilnahme an Wochenendseminaren mit prominenten Schriftstellern, Veröffentlichung im Jahrbuch „Nagelprobe“

Finanzierung Sponsoring:

FASPO Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen

Am Born 19
22765 Hamburg
Tel.: 040-609508-33
Fax: 040-609508-34
faspo@debitel.net

Informationsangebot:

- Quick-Check für Sponsoringnehmer und Sponsoringgeber, Sponsoring-Agenturen Guide, vertragsrechtliche Grundlagen für Sponsoringverhältnisse.
Bestelladresse s. o. oder unter www.sponsoring-verband.de

3. Persönliche und berufliche Absicherung

Künstlersozialkasse

Gökerstraße 14
26384 Wilhelmshaven
Postadresse:
Künstlersozialkasse
26380 Wilhelmshaven
Tel.: 04421-7543-9
Fax: 04421-7543-711
presse@kuenstlersozialkasse.de

Informationsangebot:

- Voraussetzungen, Versicherungsschutz, Ausnahmeregelungen, Versicherungsbeitrag
- Broschüren-Download im Internet „Informationsschriften für Versicherte“ unter www.kuenstlersozialkasse.de
- Novelliertes Künstlersozialversicherungsgesetz, Bericht der Bundesregierung über die soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler, Broschüre „Künstlersozialversicherung“ unter www.bmgb.bund.de

Bundesversicherungsanstalt für Angestellte (BfA)

10704 Berlin
Tel.: 030-865-1
Fax: 030-865-62013

Informationsangebot:

- Informationen zur gesetzlichen Rente
- Formular zum Statusfeststellungsverfahren unter www.bfa-berlin.de

Verwaltungs-Berufsgenossenschaft

Hauptverwaltung
Deelbögenkamp 4
22297 Hamburg
Tel.: 040-5146-0
Fax: 040-51462771

Informationsangebot unter www.vbg.de/bezirksverwaltungen.html „Unfallversicherungen“:

- Informationen zur gesetzlichen Unfallversicherung

4. Verwertungsgesellschaften

GEMA Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte

Bayreuther Str. 37
10787 Berlin
Tel.: 030-21245-00
Fax: 030-21245-950
gema@gema.de

Informationsangebot unter www.gema.de:

- Urheberrecht, online-Musiknutzung
Links zu GEMA-Stiftung, Preise, Wettbewerbe usw.

GVL Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten

Heimhuder Straße 5
20148 Hamburg
Tel.: 040/411707-0
Fax: 040/4103866
gvl@gvl.de

Informationsangebot unter www.gvl.de:

- Aufgaben der GVL, Links usw.

Verwertungsgesellschaft Bild – Kunst

Weberstraße 61
53113 Bonn
Tel.: 0228-91534-0
Fax: 0228-91534-39
Büro Berlin:

Köthener Straße 44
10963 Berlin
Tel.: 030-2612-751
Fax: 030-2613-879
info@bildkunst.de

Informationsangebot unter www.bildkunst.de:

- Urheberrecht, Folgerecht, Verweise zu ausländischen Verwertungsgesellschaften, Tarife usw.

Verwertungsgesellschaft WORT

Goethestraße 49
80336 München
Tel.: 089-514120
Fax: 089-514125-8
vgw@vgwort.de

Informationsangebot unter www.vgwort.de:

- Hintergrundinformationen zur Aufnahme, Autorenversorgungswerk, Sozialwerk, Förderungs- und Beihilfefonds Wissenschaft usw.

Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten mbH (VFF)

Barer Straße 9
80333 München
Tel.: 089-28628-382
Fax: 089-28628-247
anna.nassl@vff.org

Informationsangebot unter www.vffvg.de:

- virtuelles Beratungsgespräch, Links usw.

Verwertungsgesellschaft für Nutzungsrechte an Filmwerken mbH (VGF)

Beichstraße 8
80802 München
Tel.: 089-391425
Fax: 089-3401291

Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film- und Fernsehrechten mbH (GWFF)

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

Informationsangebot unter www.gwff.de:

- Muster-Wahrnehmungsvertrag, Bestellservice usw.

Clearingstelle Multimedia für Verwertungsgesellschaften von Urheber- und Leistungsschutzrechten GmbH (CMMV)

Rosenheimer Str. 11
81667 München
Tel.: 089-48003-777
Fax: 089-48003-357
Technische Hotline: 0231-1657245
kontakt@cmmv.de
www.cmmv.de

5. Bildende Kunst**Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler e. V. (BBK)**

Interessenvertretung bildender Künstlerinnen und Künstler in Deutschland
Weberstraße 61

53113 Bonn
Tel.: 0228-2161-07
Fax: 0228-2161-05
bbkigbk@aol.com

Büro Berlin

10119 Berlin
Tel.: 030-2640-970
bbkigbk_2@aol.com

Informationsangebot:

- ProKunst³. Steuern – Verträge – Versicherungen
Handbuch für bildende Künstlerinnen und Künstler
Bestelladresse: s.o.
- Wettbewerbe und Ausstellungen in: kultur politik. Vierteljahresschrift für Kunst und Kultur
- Inhaltsverzeichnis von ProKunst³, Bestellmöglichkeit, Adressen der Landesverbände, Ziele, Aufgaben usw. unter www.bbk-bundesverband.de

Deutscher Künstlerbund e. V.

Rosenthalerstraße 11
10119 Berlin
Tel.: 030-265522-81
Fax: 030-265522-83
info@kuenstlerbund.de

Informationsangebot unter www.kuenstlerbund.de:

- Übersicht über Projekte, Links, Kunstpreise usw.

Bundesverband deutscher Galerien e. V. (BVDG)

Obenmarspforten 7–11
50667 Köln
Tel.: 0221-277-4990
Fax: 0221-277-49920
bvdg.koeln@t-online.de
www.bvdg.de

Informationsangebot:

- Künstlerverträge zur Kunstvermittlung, Qualifizierungsworkshop Juni 2000, Bestelladresse s. o.
- Hinweise zu Galerien, Vernissage-Preview, Kunstmesse, Ausstellungen, Kunststellenmarkt unter www.galerienindeutschland.net

ver.di Bundesvorstand

Fachbereich 8
Fachgruppe Bildende Kunst
Dirk von Kugelgen
Potsdamer Platz 10
10785 Berlin
Tel.: 030-6956-2333
Fax: 030-6956-3656
kunst@verdi.de
dirk.vonkugelgen@verdi.de

Informationsangebot unter www.verdi.de:

- Ausstellungshonorare, allgemeine Geschäftsbedingungen für Künstlerinnen und Künstler, Urheberrechtsgesetzentwürfe

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

Littenstraße 9
10179 Berlin
Postfach 021281
10124 Berlin
Tel.: 030-24000-0
Fax: 030-24000-263
info@auma.de

Informationsangebot unter**www.auma.de:**

- Links zu Kunstmesse in Deutschland und weltweit

belser kunst quartal im Hatje Cantz Verlag

Postfach 42 59
73745 Ostfildern
Tel.: 0711-4405-221 /-226 /-224 /-227
Fax: 0711-4405-228
belsers@hatjecantz.de

Informationsangebot:

- belser kunstquartal – internationaler Ausstellungsanzeiger
Bestelladresse s. o. oder unter www.belserkunstquartal.de

6. Darstellende Kunst/Film**Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien**

Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn
Tel.: 01888-681-0
Fax: 01888-681-3821
poststelle@bkm.bmi.bund.de

Informationsangebot unter www.kulturportal-deutschland.de:

- Kulturpolitik, Länderportale, Veranstaltungshinweise, Filmförderung, Links zu Einrichtungen usw.

IDS Interessenverband Deutscher Schauspieler e. V.

Trogerstraße 40
81675 München
Tel.: 089-223595
Fax: 089-226823
vonhartlieb@t-online.de

Informationsangebot unter www.ids-ev.de:

- Berufsbild Schauspieler, Weiterbildungsangebote, IDS-Agentur, Links

Verband Deutscher Drehbuchautoren VDD e. V.

Albrechtstraße 19
10117 Berlin
Tel.: 030-2824205
Fax: 030-25762974
info@drehbuchautoren.de

Informationsangebot unter www.drehbuchautoren.de:

- Berufsbild Drehbuchautor, Drehbuchförderung, Nachrichtenbrief, Links

Filmförderungsanstalt (ffa)

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

Informationsangebot unter www.ffa.de:

- Filmförderungsgesetz, Filmförderadressen, Förderentscheidungen, Film-Hitlisten usw.

ver.di Bundesvorstand

Fachgruppe Theater und Bühnen – Darstellende Kunst
Wolfgang Paul
Potsdamer Platz 10
10785 Berlin
Tel.: 030-6956-2332
Fax: 030-6956-3656
wolfgang.paul@verdi.de

Informationsangebot unter www.verdi.de:

- online-Ausgabe Kunst & Kultur, Musterverträge für Selbständige, Bühnenarbeitsrecht

Zentrale Bühnen-, Fernseh- und Filmvermittlung (ZBF)**Generalagentur Bonn**

Villemombler Straße 76
53123 Bonn
Tel.: 0228-713-0
Fax: 0228-713-1349
<http://195.185.214.164/zbff>

Agentur Berlin

Ordensmeisterstraße 15
12099 Berlin
Tel.: 030-75760-0
Fax: 030-75760-249
zbffberlin@t-online.de

Agentur Hamburg

Schauspiel/Oper/Operette
Kreuzweg 7
20099 Hamburg
Tel.: 040-284015-0
Fax: 040-284015-99
hamburg-ZAV.schauspiel@arbeitsamt.de

Agentur Hamburg

Film/Fernsehen
Jenfelder Allee 80
22045 Hamburg
Tel.: 040-668854-00
Fax: 040-668854-08
hamburg-ZAV.tv@arbeitsamt.de

Agentur Leipzig

Georg-Schumann-Straße 173
04159 Leipzig
Tel.: 0341-58088-0
Fax: 0341-58088-50

Agentur München

Leopoldstraße 19
80802 München
Tel.: 089-381707-0
Fax: 089-381707-38
zbf.muenchen@t-online.de

Künstlerdienste

Künstlerdienst Berlin

Kurfürstendamm 210
10719 Berlin
Postfach 150 721
10669 Berlin
Tel.: 030-555-597-61
Fax: 030-555-597-13
berlin-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst München

Sonnenstraße 2/IV
80331 München
Tel.: 089-544511-30
Fax: 089-544511-54
muenchen-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Düsseldorf

Schwannstraße 3
40476 Düsseldorf
Tel.: 0211-4306-0
Fax: 0211-4306-643
duesseldorf-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Frankfurt/Main

Saonestraße 2-4
60528 Frankfurt am Main
Tel.: 069-6670-244
Fax: 069-6670-468
frankfurt-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Hamburg

Nagelsweg 9
20097 Hamburg
Tel.: 040-2485-0
Fax: 040-2485-1457
hamburg-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Halle

Frau-von-Selmnitz-Straße 6
Haus 6
06110 Halle
Tel.: 0345-1332-0
Fax: 0345-1332-399
halle-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Hannover

Hildesheimer Straße 47
30169 Hannover
Tel.: 0511-9885-710 /-718
Fax: 0511-9885-766
hannover-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Rostock

Kopernikusstraße 1a
18057 Rostock
Tel.: 0381-804-1959
Fax: 0381-804-1999
rostock-zav-kd@arbeitsamt.de

Künstlerdienst Stuttgart

Jägerstraße 14-18
70174 Stuttgart
Tel.: 0711-941-2424
Fax: 0711-941-2401
stuttgart-zav-kd@arbeitsamt.de

Komparsenvermittlung Köln

Gürzenichstraße 21
50667 Köln
Tel.: 0221-9429-1243 /-1247
Fax: 0221-9429-1236

7. Publizistik

Schriftsteller:

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

Postfach 200303
53133 Bonn
BVjA
Postfach 16 33
55066 Mainz
Tel./Fax: 02225-7889
bvja@t-online.de

Informationsangebot unter www.bvja-online.de:

- Informationen über Seminare, Termine, Wettbewerbe
- Lektorat für Mitglieder
- Manuskriptbörse
- Publikationsliste

ver.di Bundesvorstand

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

Sabine Herholz
Potsdamer Platz 10
10785 Berlin
Tel.: 030-6956-2331
Fax: 030-6956-3656
sabine.herholz@verdi.de
vs@verdi.de
www.verband-deutscher-schriftsteller.de

Informationsangebot:

- Honorare zu Autorenlesungen und Honorarempfehlung Buch
- Normvertrag für den Abschluss von Verlagsverträgen unter www.verdi.de
- Stipendien und Preise, Tipps zum Normvertrag, Honorare, Urheberrecht usw. unter www.literaturuebersetzer.de
- Den Normvertrag kennen und durchsetzen – Tipps für Übersetzer online-Bestellmöglichkeit oder Bestelladresse s. o.
- Das VS Handbuch - Ein Ratgeber für Autorinnen und Autoren, Übersetzerinnen und Übersetzer. Mit Informationen, Kommentaren, Fakten, Hinweisen und Beispielen. Steidl-Verlag, 2001. Erhältlich im Buchhandel.

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Großer Hirschgraben 17-21
Haus des Deutschen Buchhandels
60311 Frankfurt am Main
Tel.: 069-1306-0
Fax: 069-1306-201
info@boev.de

Informationsangebot unter www.boersenblatt.net oder www.boersenverein.de:

- Links zu Literaturhäuser, Landesverbände und Organisationen
- Download u. a. von Normverträgen

Literaturbüros (Auswahl)

Weitere Anschriften von Literaturbüros finden Sie im Internet.

literaturWERKstatt berlin

Knaackestr. 97
10435 Berlin
Tel.: 030-485245-0
Fax: 030-485245-30
mail@literaturwerkstatt.org
www.literaturwerkstatt.org

Literarisches Colloquium Berlin

Am Sandwerder 5
14109 Berlin
Tel.: 030-816996-0
Fax: 030-816996-19
mail@lcb.de
www.lcb.de

Brandenburgisches Literaturbüro

Hegelallee 53
14467 Potsdam
Tel.: 0331-280410-3
Fax: 0331-240884
brandenburg.literaturbuero@t-online.de
www.literatur-im-land-brandenburg.de

Deutsch-polnisches Literaturbüro Oderregion e. V.

Haus der Künste „St. Spiritus“
Lindenstraße 6
15230 Frankfurt (Oder)
Tel./Fax: 0335-23782
http://viadrina.eu-frankfurt-o.de/~fbef/bruecke/1_2.htm

Literaturhaus Hamburg e. V.

Schwanenwik 38
22087 Hamburg
Tel.: 040-22702033
Fax: 040-2206612
info@l-h.de
literaturhaus@t-online.de
www.literaturhaus-hamburg.de

Hessisches Literaturbüro im Mousonturm e. V.

Waldschmidtstr. 4
60316 Frankfurt am Main
Tel.: 069/405895-23
Fax: 069/405895-62
info@literaturforum-frankfurt.de
www.literaturforum-frankfurt.de

Literaturbüro NRW-Ruhrgebiet e. V.

Friedrich-Ebert-Straße 8
45964 Gladbeck
Tel.: 02043-992168 /-646 /-644
Fax: 02043-991413
info@literaturbuero-ruhr.de
www.literaturbuero-ruhr.de

Literaturbüro Ostwestfalen-Lippe

Haus Münsterberg
Hornsche Straße 38
32756 Detmold
Tel.: 05231-390603
Fax: 05231-390653
literaturbuero@owl-online.de
www.literaturbuero-detmold.de

Westfälisches Literaturbüro in Unna e. V.

Friedrich-Ebert-Straße 97
59425 Unna
Tel.: 02303-963850
Fax: 02303-963851
post@wlb.de
www.wlb.de

Literatur Forum Südwest e. V.

Urachstraße 40
79098 Freiburg
Tel./Fax: 0761-289989
literaturforum@t-online.de
<http://literaturforum.bei.t-online.de>

Literaturhaus Vorpommern im Wolfgang-Koepen-Haus Greifswald

Bahnhofstr.4
17489 Greifswald
www.pom-lit.de
info@pom-lit.de

Literaturhaus Schleswig-Holstein e. V.
Schwanenweg 13
24105 Kiel
Tel.: 0431-57968-40
Fax: 0431-57968-42
literaturhaus@schleswig-holstein.de
www.literaturhaus.schleswig-holstein.de

Literaturbüro Sachsen-Anhalt e. V.
Thiemstraße 7
39104 Magdeburg
Tel./Fax: 0391-4010915
literaturbuero-SAN@t-online.de
www.literaturbuero-sachsen-anhalt.de

LiteraturBüro Mainz e. V. für Rheinland-Pfalz
Dahlberger Hof
Klarastraße 4
55116 Mainz
Tel.: 06131-220202
Fax: 06131-228845
post@literaturbuero-rlp.de
literaturbuero@mainz.online.de
www.literaturbuero-rlp.de

Literaturbüro Westniedersachsen
Am Ledenhof 3 - 5
49074 Osnabrück
Tel.: 0541/28692
Fax: 0541/3234333
litos-info@gmx.de
www.osnabrueck.de „Literatur“
www.osnabrueck.de/bildung/3129.html

Übersetzer:

Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V.
Bundesgeschäftsstelle
Kurfürstendamm 170
10707 Berlin
Tel.: 030-887128-30
Fax: 030-887128-40
bgs@bdue.de
Informationsangebot:
► Links zu den Landesverbänden unter www.bdue.de
► Informationen über Beratung, Existenzgründungsseminare
► „Erfolgreich selbständig als Dolmetscher und Übersetzer – Ein Leitfaden für Existenzgründer“ Online-Bestellmöglichkeit oder Bestelladresse: s.o.

Deutscher Übersetzerfonds e. V.
c/o Literarisches Colloquium Berlin
Am Sandwerder 5
14109 Berlin
Tel.: 030-804908-56
Fax: 030-804908-57
uebersetzerfonds@yahoo.de

(Foto-)Journalisten:

FreeLens
Verein der Fotojournalistinnen und Fotojournalisten
Steinhöft 5-7
20459 Hamburg
Tel.: 040-300664-0
Fax: 040-300664-20
post@freelens.com
Informationsangebot unter www.freelens.com:
► Musterproduktionsvertrag, allgemeine Liefer- und Geschäftsbedingungen, Muster für Rechteübertragung (Fotomodell) usw.

Deutscher Journalisten-Verband e. V.
Bennauerstraße 60
53115 Bonn
Tel.: 0228/20172-0
Fax: 0228/20172-33
djv@djv.de

Informationsangebot:
► Tipps für Freie, Honorare, Künstlersozialversicherung, Urheberrecht, Datenbank Freie Journalisten, Mitgliedschaft usw. unter www.djv.de
► Wolfgang Kiesel: Von Beruf Frei. Der Ratgeber für freie Journalistinnen und Journalisten. Hg.: Deutscher Journalisten-Verband e. V.
► Tipps für freie Journalisten. Honorare, Urheberrecht, soziale Sicherung, Steuern. Schriftenreihe Nr. 19
► Steuertipps für Journalisten. Schriftenreihe Nr. 14
► Scheinselbständig. Schriftenreihe Nr. 4
► Honorare und Vertragsbedingungen 2000/2001. Schriftenreihe Nr. 4. Online-Bestellmöglichkeit oder Bestelladresse s. o.

Journalistinnenbund e. V.
In der Maar 10
53175 Bonn
Tel./Fax: 0228-312747
journalistinnenbund@t-online.de
Informationsangebot unter www.journalistinnen.de:
► Allgemeine Informationen für Journalistinnen

ver.di Bundesvorstand
Fachgruppe Journalismus
Potsdamer Platz 10
10785 Berlin
Tel.: 030-6956-0
Fax: 030-6956-3141
Informationsangebot unter www.verdi.de:
► Informationen zu sozialer und beruflicher Absicherung, Honorarempfehlungen für Freie, Seminarangebote

8. Musik

Deutscher Musikrat
Weberstraße 59
53113 Bonn
Tel.: 0228-2091-0
Fax: 0228-2091-200
info@musikrat.de
Informationsangebot:
► Links zu Einrichtungen und Förderprojekten usw. unter: www.deutscher-musikrat.de
► Musik-Almanach. Daten und Fakten zum Musikleben in Deutschland. Bestellmöglichkeit unter www.baerenreiter.com oder im Buchhandel
► neue musikzeitung unter www.nmz.de
► Musikleben in Deutschland, zeitgenössische Komponisten, Kursinformationssystem, Literatur, Musikforum im Musikinformationszentrum unter www.miz.org
► Broschüre „Ziele und Aufgaben, Förderprogramme und Daten“ Bestelladresse s. o.

Deutscher Rock & Pop Musikerverband e. V.
Kolberger Straße 30
21339 Lüneburg
Tel.: 04131-23303-0
Fax: 04131-23303-15
info@drmv.de
Informationsangebot unter www.drmv.de:
► Links zu Studios, Musikverlagen, Musikclubs, Künstlern usw.
► Link zum Musiker Magazin
► Informationen zum Beratungsangebot des Verbandes
► Seelenmeyer, Ole: Musiker Jahrbuch. Musikbusiness in Deutschland. Hrsg.: Musiker Press. Bestelladresse s.o.

Union Deutscher Jazzmusiker e. V.
Haus der Kultur
Weberstr. 59
53113 Bonn
Tel.: 0228-26-1299
Fax: 0228-9359-7299
post@udj.de
Informationsangebot unter www.udj.de:
► Jazzclubs, Musiker, Festivals, Konzerte, Labels, Ausbildung, Links
► Diskussionsforum
► Informationen zum Albert-Mangelsdorff-Preis, Deutschen Jazzforum, dem Deutschen Jazzforum

Verband Deutscher Musikschaffender VDM
Kaiser-Friedrich-Allee 1 - 3
52074 Aachen
Tel.: 0241-92092-77
Fax: 0241-92092-78
quirini@t-online.de
www.vdm.musik.de
Informationsangebot unter www.quirini.de:
► Übersicht über Informationsangebote des Verbandes

Popakademie Baden-Württemberg GmbH i.G.

E2, 1-3
68159 Mannheim
Tel.: 0621-533972-00
Fax: 0621-533972-99
info@pop-akademie.de

Informationsangebote:

- Studium, Seminare, Termine rund ums Studium
- Coachingprojekte für Musiker
- Branchennews, Job-Börse
- unter www.pop-akademie.de

ver.di Bundesvorstand

Fachgruppe Musik
Thomas Schwarz
Potsdamer Platz 10
10785 Berlin
Tel.: 030-6956-2330
Fax: 030-6956-3141
thomas.schwarz@verdi.de

Informationsangebot unter www.verdi.de:

- Link zum ver.di Fachbereich Medien, allgemeine Informationen

Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e. V. (IDKV)

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

Informationsangebot unter www.idkv.com:

- Adressen von Konzertdirektionen, Gastspieldirektionen, Konzert- und Eventagenturen und Künstlermanager

9. Internationales

Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste (IGBK)

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

Informationsangebot unter www.igbk.de:

- Künstlerverbände und internationale Netzwerke, IAT International Artist Tool – Datenbank für Künstler, internationale Ausschreibungen, internationaler Künstlerausweis usw.

Cultural Contact Point Germany

c/o Deutscher Kulturrat e. V.
Haus der Kultur
Weberstr. 59a
53113 Bonn
Tel.: 0228-20135-27
Fax: 0228-20135-29
ccp@kulturrat.de

Informationsangebot unter www.kulturrat.de/ccp:

- EU-Förderprogramme zu Kunst und Kultur

Institut für Auslandsbeziehungen IFA

Charlottenplatz 17
70173 Stuttgart
Tel.: 0711-2225- 0
info@ifa.de

Informationsangebot unter www.ifa.de:

- Bildende Kunst, Ausstellungen, Ausstellungsvermittlung, Förderung
- Film, Festivals, Weiterbildung für Filmschaffende
- Literatur im Ausland bzw. aus dem Ausland
- Musik, Tanz, Theater

Export-Union des Deutschen Films GmbH

Sonnenstraße 21
80331 München
Tel.: 089-599787-0
Fax: 089-599787-30
export-union@german-cinema.de
www.german-cinema.de

Informationsangebot:

- Information und Beratung zu Filmexport
- Kino MAGAZIN (erscheint vierteljährlich)
- Kino Yearbook
- International Film Festivals Comprehensive Guide

MEDIA Desk Deutschland

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

Informationsangebot unter www.mediadesk.de:

- Informationen zu MEDIA Desk, Festivals, Wettbewerben, Teilnahmebedingungen

Bestellcoupon

An das Bundesministerium für Wirtschaft
und Arbeit
LP4 – Kommunikation, Internet –

11019 Berlin

Bestelladresse:
Postfach 30 02 65
53182 Bonn

Bestellungen per Fax:
0228/4223-462

Bestellmöglichkeiten im Internet:
www.bmwa.bund.de
www.existenzgruender.de

Name, Vorname

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefonnummer für eventuelle Rückfragen

Abweichende Versandanschrift

Folgende Veröffentlichungen können Sie bei uns kostenlos bestellen:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen (CD-ROM, Version 7.0) | GründerZeiten | <input type="checkbox"/> Nr. 25 „Kostenrechnung“ |
| <input type="checkbox"/> Starthilfe – der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit (Broschüre) | <input type="checkbox"/> Nr. 6 „Gründungsfinanzierung“ | <input type="checkbox"/> Nr. 27 „Sicherheiten und Bürgschaften“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 16 „Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit“ | <input type="checkbox"/> Nr. 29 „Internet für Existenzgründer“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 17 „Gründungskonzept“ | <input type="checkbox"/> Nr. 31 „Liquidität“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 18 „Förderungsmanagement“ | <input type="checkbox"/> Nr. 32 „Beratung“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 20 „Marketing“ | <input type="checkbox"/> Nr. 33 „Rechtsformen“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 22 „Krisenmanagement“ | <input type="checkbox"/> Nr. 34 „Steuern“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 23 „Controlling“ | <input type="checkbox"/> Nr. 35 „Recht und Verträge“ |
| | <input type="checkbox"/> Nr. 24 „Betriebliche Versicherungen“ | <input type="checkbox"/> Nr. 38 „Buchführung“ |
| | | <input type="checkbox"/> Nr. 41 „Persönliche Absicherung für Existenzgründer und Unternehmer“ |
| | | <input type="checkbox"/> Nr. 45 „Freie Berufe“ |

Weitere Publikationen des BMWA unter www.bmwa.bund.de

Bitte abtrennen und per Post oder Fax absenden.



Ihre Meinung ist uns wichtig!

An das Bundesministerium für Wirtschaft
und Arbeit
LP4 – Kommunikation, Internet –

oder per Fax senden:

01888/615-52 08

11019 Berlin

1. Wie gefällt Ihnen die Broschüre „Wirtschaftspolitik für Kunst und Kultur“?

2. Wie beurteilen Sie folgende Teilaspekte?

	sehr gut	gut	weniger gut	gar nicht
Informationsgehalt				
Gestaltung				
Übersichtlichkeit				

3. Noch ein paar Fragen zu Ihrer Person

Ich bin/Wir sind:

- Schüler, Studierender
- Lehrer, Dozent
- Künstler
- Berater
- Sonstige

Vielen Dank

Bitte abtrennen und per Post oder Fax absenden.



Impressum:
Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
LP4 – Kommunikation, Internet –
D - 11019 Berlin
www.bmwa.bund.de

Berlin Januar 2004

Redaktion:
PID Arbeiten für Wissenschaft
und Öffentlichkeit GbR
Regine Hebestreit
Bernd Geisen

Bildnachweis:
Seite 20: Andreas Pohlmann
Seite 71: Otto Saxinger, Linz

Gestaltung:
Ines Wegge-Schatz, DesignLevel 2, Neuss

Druck:
Verlag und Druckkontor Kamp GmbH, Bochum



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit kostenlos herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Europa-, Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder 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 bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.