

Partner für künstlerische Berufe seit 1974

Paul & Klinger

K ü n s t l e r s o z i a l w e r k e . V .

report

issn 1612-0434

nr. 36

Oktober 2010



**Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft: Kreativ arbeiten. Mit Erfolg! Seite 4 Ausverkauf im Filmgeschäft Seite 6
Johannes Lotz: Bilder aus dem Inneren außen Seite 8 Stärker als sämtliche Diplome: gekonntes Netzwerken
Seite 10 Goldrausch setzt Maßstäbe für Künstlerinnen Seite 12 Wenn die Nacht zum Tag wird: Arbeitseindrücke
aus Finnland Seite 14 H-Team feiert Seite 15 Montmartre-Freunde fördern Künstler Seite 16 Künstler fragen –
Experten antworten Seite 17**



NEUE MITGLIEDER

Wir begrüßen auf der Herzlichste

Stefan Breß, Fördermitglied
 Maria Graf, Bildende Künstlerin, Kunsttherapeutin
 Inge Frank, Bildende Künstlerin
 Uwe Funke, Bildhauer
 Maike Mia Höhne, Filmemacherin
 Angelika Hofer, Autorin
 Anja-Susann Huber, Musikerin, Tänzerin
 Doris Kettner, Fördermitglied
 Korinna Krauss, Schauspielerin, Regisseurin
 Gertraud Lanz, Fördermitglied
 Lydia Luczay, Malerin
 Andreas Meidinger, Schauspieler
 Barbara Pier, Bildende Künstlerin
 Dieter Raith, Fotograf
 Katja Rupé, Schauspielerin
 Ralf Sambeth, Fördermitglied
 Monika Scherer, Fördermitglied
 Artur Silber, Musiker, Musikproduzent
 Jeffrey Veit, Designer
 Henry van Lyck, Schauspieler, Autor
 Jo Vossenkuhl, Sprecher, Autor, Regie
 Christoph Walter, Sprecher
 Felix Walz, Filmschaffender
 Wulf Wenzel, Ehrenmitglied
 Zamp Wimmer, Bildender Künstler
 Kathleen Gallego Zapata, Schauspielerin
 Albert Zecheru, Animationsfilmer

BERLINER PAUL-KLINGER-TREFF

18. Oktober 2010, ab 19 Uhr

Wir laden Sie herzlich dazu ein!

Gaststätte Brewbaker, Flensburger Straße, S-Bahn-Bogen Bellevue.

KÜNSTLER FRAGEN

„Künstler fragen“ heißt die Sendung des Paul-Klinger-Künstlersozialwerks. Wir informieren über die soziale Absicherung von Künstlern, wir fragen Künstler, die von ihrer Arbeit und ihrem Leben erzählen, wir fragen aber auch Menschen, die für die Ausbildung und Vermarktung von Künstlern wichtig sind. Und wir beantworten Fragen von Künstlern.

Jeden 4. Freitag im Monat von 19 bis 20 Uhr auf Radio Lora.



Lora München sendet Montag bis Freitag zwischen 17 und 24 Uhr, in und um München auf UKW 92.4 sowie im Internet.

www.lora924.de

IMPRESSUM

Herausgeber und Verlag

Paul-Klinger-Künstlersozialwerk e. V.
www.paul-klinger-ksw.de
 Präsident: Gerhard Schmitt-Thiel
 Geschäftsführerin: Anita Keller
 Winzererstr. 32, 80797 München
 Tel. (089) 57 00 48 95, Fax (089) 57 87 56 46
info@paul-klinger-ksw.de

Geschäftszeiten

Dienstag und Donnerstag, 10 bis 16 Uhr

Redaktion

Andri Jürgensen, Anita Keller (CR), Katharina Knieß, Elena Kounadis, Gerhard Schmitt-Thiel, Hella Schwerla, Ingrid von Randow, Peter Rubin, Bettina Wind, Michael Keller (Beratung), Jan Riemer (Herstellung)

Verantwortlich: Anita Keller (Geschäftsführerin)

Postanschrift der Redaktion und aller Verantwortlichen ist die Geschäftsstelle.

Druck: GG-media GmbH, Kirchheim

Die Zeitschrift **Klinger Report** erscheint zwei Mal im Jahr und ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. **Preis:** 5,- €

Mitgliedsbeitrag

Vollmitgliedschaft: mind. 60,- € pro Jahr

Fördermitgliedschaft: ab 60,- € pro Jahr

Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft, BLZ 700 20 500, Kto.-Nr. 7 847 100

Mitgliedsbeiträge und Spenden an das Paul-Klinger-Künstlersozialwerk e.V. sind steuerlich absetzbar!

MÜNCHNER PAUL-KLINGER-TREFF

Jeden ersten Dienstag im Monat treffen sich ab 18 Uhr 15 Mitglieder des Vereins mit Freunden und Gästen in Günther Grauers Künstlerbar am Sendlinger-Tor. Jedes Treffen mit ausgesuchtem Stimmgabelprogramm:

12.10. Peter Koppen, Microship-Hersteller

02.11. in Planung

07.12. Weihnachtsfeier: Päckchentauch und Unterhaltung

Roy Bar Bistro, Herzog-Wilhelm-Str. 30, www.bar-roy.de

Telefon +49 (89) 59 25 96, info@bar-roy.de

Titelbild: Johannes Lotz: „Porträt in Landschaft (3)“ (Detail), Eitempera, Tusche auf Nessel, 90 x 60, 2010 (siehe auch Porträt Seite 8)

Beilage: Protokoll der Mitglieder-Jahreshauptversammlung vom 17. Juli 2010

Präsidenten des Paul-Klinger-Künstlersozialwerkes e.V.
 1974 – 1996 Jürgen Scheller
 1996 – 2002 Hellmuth Matiassek
 Seit 2002 Gerhard Schmitt-Thiel

LIEBE MITGLIEDER UND FREUNDE DES VEREINS,

Wer sich als junger Mensch für einen künstlerischen Beruf entscheidet, plant dies oft als Gegenentwurf zum Leben seiner Eltern und seiner Umwelt. Er will nicht nur anders arbeiten, sondern auch anders leben. Künstlerisches Schaffen ist untrennbar mit dem Künstler-Ego verbunden, die künstlerische Arbeit drückt eine Lebenshaltung aus – und umgekehrt. Individuelles Einzelkämpfertum bestimmt den Lebensalltag vieler.

Erkenntnisse der Betriebs-, Werbe- und Marktwirtschaft auf die eigene Arbeit anzuwenden, sie als ‚Produkt‘ zu sehen, das sich marktwirtschaftlich bewähren muss, fällt Künstlern aller Kunstrichtungen schwer, scheint ihnen absurd und auch nicht erstrebenswert. Zu nah ist das eigene Schaffen mit der eigenen Person, der eigenen Seele verbunden, die eine ‚Vermarktung‘ des Geschaffenen nicht leicht macht. Die Ablehnung durch den ‚Markt‘ hingegen wird häufig als Verletzung des eigenen Ichs empfunden, bedeutet sie doch oft materielle Unsicherheit und ein Leben in Verzicht.

Das Paul-Klinger-Künstlersozialwerk e.V. informiert Kunstschaffende seit bald 40 Jahren über die Möglichkeiten der sozialen Absicherung. Unsere Experten helfen bei Anträgen zur Künstlersozialkasse, der Rente, Krankenkasse und ArGe.



Foto: NDR Uwe Ernst

Darüber hinaus möchten wir die Professionalisierung des Künstlerberufes anregen. Wir möchten informieren über die Erkenntnisse der Betriebs-, Werbe- und Marktwirtschaft, die in manchen Punkten sehr gut auf den künstlerischen Beruf anwendbar sind. In dieser Ausgabe des Klinger Reports stellen wir zum Beispiel die vielfältigen Möglichkeiten der Vernetzung vor. Wir möchten Künstler ermutigen und dazu anregen, rauszugehen aus ihrer häufig isolierten Arbeitssituation, den Kontakt zu Kollegen zu suchen, sich professionelle unternehmerische Beratung zu holen, sich selbst als Unternehmen in eigener Sache zu begreifen.

Auch das Engagement in den diversen Berufsverbänden empfehlen wir, bei denen man zusammen mit Kollegen nachhaltiger eine Verbesserung der Arbeitsmöglichkeiten und Honorarleistungen erreichen kann, als das als Einzelkämpfer möglich ist.

Nutzen Sie einen Teil Ihrer kreativen Energie für den wirtschaftlichen Erfolg, um die vielfältigen Angebote wahrzunehmen und gegebenenfalls dann auch anzunehmen.

Viel Erfolg – das wünscht Ihnen auf jeden Fall

Ihr Gerhard Schmitt-Thiel

BERATUNGS- UND NETZWERKHILFE FÜR KÜNSTLER KREATIV ARBEITEN. MIT ERFOLG!



Jürgen Enninger

Ein erster Schritt, um kreativ zu arbeiten und damit Geld zu verdienen, könnte für bayerische Künstler und Kreativschaffende die Teilnahme an einer Orientierungsberatung von **Jürgen Enninger** sein. Er ist der Ansprechpartner für Bayern der „Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung“. Ziel der Orientierungsberatung ist es, Unternehmern, Selbstständigen und Freiberuflern

den Weg in eine erfolgreiche Zukunft zu ebnet. Die Ansprechpartner beraten Kultur- und Kreativunternehmer unentgeltlich – direkt vor Ort und im persönlichen Gespräch.

Nach der Jahreshauptversammlung des Paul-Klinger-Künstlersozialwerks e.V. im Juli 2010 in München stellte Jürgen Enninger die Initiative und seine konkrete Arbeit vor. Fachautorin **Katharina Knieß** führte in die Veranstaltung ein.

Dreh- und Angelpunkt der Initiative ist das Forschungsgutachten von Söndermann, Backes, Arndt & Brünink (siehe www.kulturwirtschaft.de). Die Ambition: „Wir wollen Kleinunternehmen den Weg öffnen zur Wirtschaftsförderung“, so der Fachreferent des Tages, Jürgen Enninger. Er unterhält seit März diesen Jahres Büros in München und Nürnberg und bietet bayernweit Sprechtag an.

Mit erhobenem Kopf aus der Krise

Gleich zu Beginn seiner Präsentation und immer wieder im Laufe der nächsten zwei Stunden wies Enninger darauf hin, welch bedeutenden Wirtschaftszweig die Branche der Kulturschaffenden und Kreativen darstellt. Es ist der drittgrößte Wertschöpfungsbereich Deutschlands mit unendlich verschiedenen Produkten und vielen Kleinunternehmen, die doch bitteschön mit dem angemessenen Selbstbewusstsein auftreten könnten und sollten – gerade auch im Umgang mit Bankenvertretern. Und noch eine Zahl sollte das Selbstwertgefühl pushen: Der zweite Rang in puncto Anzahl der Beschäftigten geht laut Statistik von 2006 an die Kultur- und Kreativwirtschaft! Große Unternehmen spielen in diesem Wirtschaftssegment nur eine untergeordnete Rolle. 95 % des Umsatzes von 1,9 Milliarden Euro wurde 2008 von Kleinunternehmen erwirtschaftet.

Im groben Widerspruch zur Wirtschaftsstatistik leben viele Kunst- und Kulturschaffende in prekären Verhältnissen, die Selbstausbeutung geradezu fördern. Diese Zustände, so Enninger, solle durch die Initiative der Bundesregierung und mittels der Banken abgepuffert werden. Die Kernfrage seiner Beratung lautet: Wo ist der Hebel beim individuellen Kleinunternehmen? Wie schaffen wir es,

einen zusätzlichen Arbeitsplatz einzurichten? Es gilt, einen individuellen Marktzugang zu schaffen, denn der Markt per se kann nicht neu geschaffen werden. „Wir haben den Zugang bewusst sehr offen und niedrigschwellig gehalten und erwarten eine bunte Mischung. Auch die Künstlerin, die drei Jahre an einem VHS-Kurs Aquarellmalerei belegt hat, ist willkommen.“ Anita Keller, die Geschäftsführerin des Paul-Klinger-KSW, erkannte darin ein altes Problem: den mangelnden Schutz für professionelle Kreative. Enninger bietet Beratung für alle: „Wir bewerten nicht! Diese Gruppe ist von Natur aus extrem inhomogen. Die Leute sollen einfach kommen. Sie sollen sich aufgehoben fühlen.“

Chaos und Fleiß führen zum Erfolg

Auf die Spezies des Künstlers geht Enninger munter mit einem Beispiel aus der Tierwelt ein: Die Biene fliegt in die Flasche und findet nicht mehr heraus, da sie stur auf das Licht zuhält. Die Fliege hingegen ist chaotischer und fliegt hierhin und dorthin und findet so den Weg aus der Flasche wieder heraus. Schmunzelnd empfiehlt Enninger, den Fleiß der Biene mit dem Chaos der Fliege zu verbinden – für hoch qualifizierte Lösungen.

Voilà, der Künstler, das Hybridwesen. Enninger weiß als langjähriger Experte aus der Musikbranche um die Qualitäten seiner Klientel. Künstler wüssten extrem gut, wie man überlebt. Er zeigt an der Projektwand eine lange Liste von Adjektiven: Sie seien innovativ, Projekt-basiert, intrinsisch motiviert, Überzeugungstäter, lebten eine Einheit von Beruf- und Privatleben, seien in Szenen verankert. Dagegen stünden oft ein Mangel an Rationalität, kein Zugang zur Wirtschaft und – ergänzt Maler und KSW-Vorstandsmitglied Nikos W. Dettmer – fehle oft der Mut, auch Zurückweisung zu riskieren. Diese Angst könne sich Existenz-vernichtend auswirken.

Probleme und Vernachlässigungen existieren auf mehreren Seiten und Ebenen. Besonders die Politik ist gefordert. Gerade in Bayern existiert keine klare Ressortzugehörigkeit, denn der Kunst- und Kreativmarkt ist weder der Medienwirtschaft oder dem Sponsoring noch dem Kulturtourismus zuzuordnen. Der aktuelle Vorstoß der Bundesregierung zielt darauf ab, neue Jobs zu kreieren und die Kulturwirtschaft als Branche deutlich zu etablieren (siehe auch *Klinger Report* 35, Mai 2010).

Kulturpolitik verlangt Cultural Diversity

In Deutschland haben wir ein kulturelles Drei-Sektoren-Modell: öffentlich (Staatstheater u. ä.), privat (Film, Presse u. a.) und intermediär (Stiftungen). In der Mitte stehen der Künstler und die Kulturproduktion. „Der schöpferische Akt“ ist laut Definition der Bundesregierung der verbindende Kern der elf Teilbereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft und sind Vielfalt pur. Die neun Bereiche der Kulturwirtschaft umfassen Architekturmarkt, Buchmarkt, Designwirtschaft,

Filmwirtschaft, Kunstmarkt, Markt für Darstellende Künste, Musikwirtschaft, Pressemarkt, Rundfunkwirtschaft. Zur Kreativwirtschaft gehören zwei Bereiche: Werbemarkt und Software-/Games-Industrie.

Die Kreativen brauchen dringend ein neues Selbstverständnis. Enninger beklagt: „Was die Lobbyarbeit so schwierig macht: Es gibt kein Gefühl für ein gemeinsames Bewusstsein in der Branche.“

Katharina Knieß sieht große Chancen in der Weiterbildung jedes Einzelnen in Seminaren, für die man aber bisweilen Geld opfern müsse. „Jedes Dazulernen bringt mich weiter. Man kann sich Alternativen aufbauen.“ Manchmal sei man aber auch mit einem neuen Lebenskonzept glücklicher und erleichtert, wenn man sich nicht mehr ständig in Frage stellen müsse. Anita Keller wirft dagegen das oft schmale Budget der Künstler in die Waagschale. Dazu komme es, laut Enninger, weil die Kreativen sich oft herunter handeln ließen oder ganz umsonst arbeiteten – einfach weil sie Referenzen brauchen und die Konkurrenz groß ist. Aber es sei zu bedenken, dass hoch qualifizierte Menschen natürlich adäquat bezahlt werden müssen für ihre Leistung. Alles andere sei pure Ausbeutung. „Wann sagt man dazu Nein?“ ist die Frage, die im Publikum Wellen schlägt.

Eine Erstberatung bahnte sich bereits hier in der Mohr-Villa an, als eine Schauspielerin wissen will, wie sie zu guten Rollen komme. Immer sei die Sekretärin als Gatekeeper des Regisseurs präsent, aber kein Gesprächspartner, der die Komplexität ihres Angebots verstehe und diskutieren könne. Die schnelle Antwort aus dem Publikum: „Rollen selber schreiben!“

Anita Keller schlägt die Erarbeitung eines Gründungsfahrplans für künstlerische Berufe vor, in dem die unverzichtbaren Punkte aufgelistet sind, die man beim Start in die Selbstständigkeit beachten muss. Für Gewerbetrei-

bende gibt es Ähnliches von der IHK. Aber was ist State of the Art bei künstlerischen Berufen? Was brauche ich als Kreativer unbedingt? Was ist wichtig für die Krankenkasse, für die Altersabsicherung, für die Steuer, welche Versicherungen, die Berufsgenossenschaft und die Künstlersozialkasse? Brauche ich eine Website oder genügen Visitenkarten? In der persönlichen Beratung dann eröffnen sich Möglichkeiten, die man manchmal alleine nicht sieht.

Less is More

Gegen Ende der Veranstaltung legte Jürgen Enninger allen noch die Website der Initiative ans Herz und empfahl, sich am Forum zu beteiligen. Die Probleme auf Künstlerseite fasste er auf Nachfrage so zusammen: fehlender Mut zur Akquise, die mangelnde eigene Strukturierung (Wie mache ich eine Prioritätenliste?) und Scheu im Umgang mit öffentlichen Ämtern. Außerdem sei die Klärung dieser Frage essenziell: Was ist das eigentlich für ein Produkt oder was für eine Idee, die ich habe? Was ist das Gute und Einzigartige daran? Viele verzettelten sich mit immer neuen Ideen.

Positivbeispiele können Zugpferde sein wie die Produktvisualisierungen von Shine&Sein oder die Fassadenprojektionen von Urbanscreen. Aufträge in gemeinsamen Pitches zusammen fassen, Bildhauern Möglichkeiten für Massenproduktion und Vertrieb ihrer Skulpturen zeigen oder Kunsthändlern die Fördermöglichkeiten zur Sanierung von Altgebäuden für eine Galerieeröffnung erschließen, sind mögliche Resultate dieser Orientierungsberatung. Hier ist nicht der allseits bekannte Businessplan gefordert, sondern ein Kreativplan.



Ingrid von Randow M.A.
Freie Journalistin
Spezialgebiet: Kunst/Film/Mode
ingrid@von-randow.eu



Regionalen Ansprechpartner www.rkw.de/kreativ

Sie bieten individuelle Orientierungsberatungen und regelmäßige Sprechtag an. Hier können sich Interessierte rund um die Themen Markt- und Arbeitsbedingungen, kaufmännische Professionalisierung und Förderung informieren. Es können erste unternehmerische Ideen geklärt oder besprochen werden, wie eine konkrete Geschäftsidee weiter entwickelt werden kann. Darüber hinaus werden sie über Möglichkeiten der bestehenden Wirtschaftsförderung informiert und über weiterführende spezielle Angebote in ihrer Region in Kenntnis gesetzt. Foren bieten zusätzlich Chancen für Networking und Erfahrungsaustausch.

Anmeldung siehe Mailadressen unten oder zentral unter kreativ@rkw.de und Tel. 030-346 465 300, montags bis freitags: 10 – 18 Uhr

Tania Breyer in Bremen / Niedersachsen. Sprechtag in Braunschweig, Bremen, Hannover, Oldenburg, Osnabrück, Lüneburg. breyer@rkw.de

Jürgen Enninger in Bayern. Sprechtag in München, Nürnberg, Augsburg, Regensburg, Würzburg. enninger@rkw.de

Katja Großer in Sachsen / Sachsen-Anhalt / Thüringen. Sprechtag in Halle, Magdeburg, Weimar. grosser@rkw.de

Dirk Kiefer in Berlin / Brandenburg. Sprechtag in Berlin-Neukölln, Berlin-Kreuzberg, Berlin-Charlottenburg, Berlin-Wedding, Potsdam, Rheinsberg / Neuruppin, Frankfurt (Oder), Prenzlau, Cottbus. kiefer@rkw.de

Frank Lemloh in Hamburg / Mecklenburg-Vorpommern / Schleswig-Holstein. Sprechtag in Hamburg, Kiel, Lübeck, Rostock, Wismar. lemloh@rkw.de

Bianca Popcke in Baden-Württemberg. popcke@rkw.de

Christian Rost in Sachsen / Sachsen-Anhalt / Thüringen. Sprechtag in Dresden, Leipzig, Weimar. rost@rkw.de

Christof Schreckenberger in NRW. Sprechtag in Bochum, Essen, Köln, Düsseldorf, Münster, Bielefeld. schreckenberger@rkw.de

Norman Schulz in Hessen / Rheinland-Pfalz / Saarland. Sprechtag in Ffm/Main, Kassel, Ginsheim, Gießen. schulz@rkw.de



Initiative
Kultur- & Kreativwirtschaft
der Bundesregierung

EIN PANEL DES IDS AUF DEM FILMFEST MÜNCHEN

AUSVERKAUF IM FILMGESCHÄFT

WIEDERHOLUNGSHONORARVERTRÄGE CONTRA BUY-OUT

Foto: Andreas Neubauer



Von links nach rechts: Eberhard Sinner (CSU), Bettina Reitz (BR), Irina Wanka (IDS), Julika Sandt (FDP) und Isabell Zacharias (SPD).

Mitten im Festivaltrubel wagte der Interessenverband deutscher Schauspieler IDS einen Blick hinter die Kulissen der vermeintlichen Glitzerwelt – auf die Vergütung der Schauspieler. Denen steht nach § 36 Urheberrechtsgesetz ein gesetzlicher Anspruch auf eine angemessene Vergütung zu. Wie die Öffentlich-Rechtlichen Sendeanstalten diese Verantwortung umsetzen und ob die Pauschale eines Buy-Out-Vertrages für Schauspielerinnen und Schauspieler angemessener sein kann als Wiederholungshonorarverträge waren die Themen des Panels. In diesem Jahr hatte Irina Wanka vom IDS Vertreter aus Medien und Politik eingeladen, darüber zu diskutieren: Bettina Reitz (Leiterin des Programmbezirks Spielfilm/Serie im Bayerischen Rundfunk), Isabell Zacharias (SPD, MdL und stellvert. Vorsitzende im Ausschuss Hochschule, Forschung und Kultur), Julika Sandt (MdL, Sprecherin der FDP-Fraktion für Kultur, Medien, Jugend und Sport) und Eberhard Sinner (Medienpolitischer Sprecher der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag). Was ein Streitgespräch werden sollte, wurde eine gemeinschaftliche Suche zur Stärkung der Position der Schauspieler – und letztlich aller Urheber. So erfreulich der Konsens auch war: Es bleibt zu hoffen, dass die Gespräche bald fortgeführt werden und Früchte tragen können.

Die Zeiten, in denen Schauspieler mit jeder Ausstrahlung vergütet wurden und so am Erfolg partizipierten, sind vorbei. Die Wiederholungshonorarverträge wurden von Pauschalhonoraren abgelöst, in denen sämtliche Rechte an nachfolgender Vergütung abgetreten wurden: dem Buy-Out-Vertrag. Für Darsteller, die meist freiberuflich arbeiten und kein ALG I beziehen können, wenn die Pause zwischen den Aufträgen unerwartet lang wird, macht das einen existentiellen Unterschied. Außerdem: Einen Buy-Out-Vertrag abzulehnen, bedeutet für einen Schauspieler oft genug, den Auftrag zu verlieren.

Der Buy-Out-Vertrag sei mit dem Privatfernsehen gekommen, so Bettina Reitz. Doch was die Urheber erst mit

höheren Gagen lockte, wurde bald nach unten nivelliert. Der Produzent sei die Schnittstelle, habe die Hohheit über die Kosten und das Kontaktmonopol zu den Schauspielern. Für ihn seien die Gewinnmargen sehr hoch, zumal die Programmverantwortlichen der Sender keinen Einblick in Details der Vergütung haben. Auch für Julika Sandt haben die Produktionsgesellschaften ein zu starkes Verhandlungsmonopol. Schauspieler sollen sich zusammenschließen, um gemäß dem Qualitätsauftrag der Öffentlich-Rechtlichen Sendeanstalten die entsprechende Vergütung der Kreativen einzufordern. Wiederholungshonorare sollten die Norm sein, geistiges Eigentum muss geschützt werden. Allerdings rechtfertigt dies keine staatliche Festschreibung, Freiberuflichkeit sei immer ein Risiko.

Eberhard Sinner vertraut in das Urheberrecht. Der Public Value der Öffentlich-Rechtlichen Sendeanstalten entstehe durch die angemessene Vergütung der Urheber. Das könne auch bedeuten, dass zum Beispiel für Rechte auf Boxevents Gelder abgezweigt und den Kreativen zugeführt werden. Für jede Torwiederholung im Fußball fließe Geld – das könne man sich zum Vorbild nehmen.

Allerdings gibt Bettina Reitz zu bedenken, dass die jede Nutzung, die nicht linear stattfindet – also nicht durch das Fernsehgerät, sondern durch Mediatheken, Wiederholungen im Internet u.a. keine Multiplikation der Nutzer bedeutet. Die Zuschauerzahlen, die neben der TV-Übertragung generiert werden, werden nicht erfasst. Für Eberhard Sinner widersprechen kostenlose Internet-Downloads dem Leistungsschutzrecht. Durch Buy-Out-Verträge sind die Kreativen aus der Verwertungskette ausgeschieden. Eine Tariftreue durch die Subunternehmer wäre angebracht. Ob Tarifverträge ohne Buy-Out-Option nicht sinnvoll wären, warf Irina Wanka ein. Isabell Zacharias kann sich in dieser Frage durchaus eine Solidarität der Urheber vorstellen, die Popularklagen anstreben. Außerdem sollten die Protokollanmerkungen im Rundfunkstaatsvertrag eingeklagt werden.

Berufsverbände bitten um Mithilfe:
 Outen Sie die „schwarzen Schafe“
www.die-filmschaffenden.de/tariftreue
aufdenhundgekommen@bffs.de

Von wegen gute alte Zeit! Cast und Crew hatten schon immer mit schwierigen Produktionsbedingungen zu kämpfen. Schauspieler Paul Klinger engagierte sich auf dem Höhepunkt seiner Karriere Ende der 1960er Jahre bereits für eine Verbesserung der arbeitsrechtlichen Bedingungen für Schauspieler. Auf dem Podium der diesjährigen IDS-Filmfest-Veranstaltung waren sich ebenfalls alle einig, auch die anwesenden Politiker, dass die bestehenden Rechte der Filmschaffenden gewahrt werden müssen. Paul Klinger hätt's gefreut!

(Paul Klinger in einer Filmproduktion von 1935, stehend mit Käthe von Nagy im Vordergrund. Die fröhliche Grete Weiser im Hintergrund gab hier ihr Filmdebüt)



Obwohl eine deutsche Studie zum Durchschnittsverdienst von Schauspielern fehle, so Irina Wanka, lasse sich eine Studie unserer österreichischen Nachbarn als Vergleich heranziehen. Danach verdienen Schauspieler weniger als Angestellte. Was also lässt sich konkret ändern, um Qualität angemessen zu vergüten?

Für Eberhard Sinner macht eine Tariftreueerklärung neben einer Verbesserung des Urheberrechtsgesetzes Sinn. Und mit Blick auf seine Uhr und das bevorstehende WM-Spiel: Kreative verdienen doppelt soviel Aufmerksamkeit wie Fußballer.

Bettina Reitz schlägt eine Festschreibung der Tarifverträge und die Nachweispflicht für Vergütungen durch Produzenten vor. Der Kuchen solle gerechter verteilt werden und sie hoffe auch auf konkrete Vorschläge der Kreativen im gemeinsamen Gespräch.

Irina Wanka merkt an, dass es eine „Tariftreueaktion“ des Bundesverbandes der Filmschaffenden gebe, die anonym sei und bislang viel zu wenig für Reklamationen genutzt werde: www.die-filmschaffenden.de/tariftreue. Julika Sandt reichen Umfragen nicht aus, sie strebt eine Vergütung auf

Nachweis an, erhofft sich eine Ergänzung des Rundfunkstaatsvertrages und neue Impulse für das Urheberrecht.

Auch Isabell Zacharias schließt sich an: es muss Transparenz geschaffen werden in puncto Geldfluss und Tariftreue. Vielleicht ließe sich ja der neue Intendant des BR, Ulrich Wilhelm, als Verbündeter gewinnen. Und übrigens würde ein breiteres Spektrum an Schauspielern mal frischen Wind ins deutsche Fernsehen bringen.

*Elena Kounadis
 Drehbuchautorin (VDD) und Journalistin
elena@kounadis.de*

Nachdruck aus cinearte Nr. 218, mit freundlicher Genehmigung

Information

Interessenverband Deutscher Schauspieler e. V. (IDS)

Bayerisches Filmzentrum, Bavariafilmpfad 7 Geb. 49

82031 Grünwald-Geiselgasteig

Tel.+49 (0)89 - 64 981-236, -136, Fax -333

www.ids-ev.eu



Auf den Hund gekommen?

Das Lohndumping hat auch der Bundesverband der Film- und Fernsehschauspieler (BFFS) auf einer außerordentlichen Mitgliederversammlung auf dem Filmfest München thematisiert – und erläutert das Problem mit einem Beispiel aus der Praxis: Pro Drehtag erhalte ein Hund mindestens 350 Euro Gage – genauso viel wie Profi-Schauspieler, die aktuell für eine Polizeiserie gecastet werden. „Selbst für renommierte Produktionen mit berühmten Regisseuren werden Schauspieler engagiert, die teilweise sogar weniger als 350 Euro verdienen“, beklagt Vorstandsmitglied Heinrich Schafmeister, selbst Schauspieler. „Die ganze Branche ächzt, immer weniger Produktionen werden mit immer geringeren Budgets in Auftrag gegeben, diese hundeehlenden Angebote sind nun die Folge“. Zugleich appelliert er an alle Schauspieler, solche Dumping-Angebote zu boykottieren und über die Mail-Adresse auf denhundgekommen@bffs.de zu melden. Der BFFS will diese Fälle sammeln und öffentlich machen. Zudem wolle man so schnell wie möglich Tarifverhandlungen führen, um verbindliche Regelungen über die „angemessene Vergütung“ von Schauspielern zu treffen. Aus Sicht des BFFS wird dabei auch ein Mindestlohn eine wichtige Rolle spielen. Diese Untergrenze sei nicht nur aus wirtschaftlicher Sicht notwendig, sondern auch eine Frage der Achtung vor dem Beruf, so Schafmeister: „Natürlich kann eine Schauspielergage nicht als ‚angemessen‘ bezeichnet werden, wenn sie noch spärlicher ausfällt als die eines Hundes am Set.“

BILDER AUS DEM INNEREN AUSSEN

PORTRÄT DES MALERS
JOHANNES LOTZ

Er ist jung, er wusste früh, dass die Kunst der Weg zu sich selbst sein würde. Er ging von der Schule ab, um eine fundierte künstlerische Ausbildung zu machen, alles mit Auszeichnung. Er musste – wie viele junge Künstler – Nebenjobs machen, um das Leben außerhalb seiner Träume finanzieren zu können.

Er verzichtete auf den Luxus unserer materialistischen Gesellschaft, um bei sich zu bleiben. Durch die Arbeit mit geistig Behinderten öffneten sich ihm neue Räume, die ihm klar machten, dass es nichts Verrückteres gibt als die so genannte Normalität.

Er hat niemals Bilder gemalt passend zum Design von Wohnungen oder Geschäftsräumen. Er ist kein gefälliger Künstler. Obwohl er ausschließlich vom Verkauf seiner Bilder lebt, war er nie käuflich. Obwohl er alle Konzepte kennt, studiert hat, ist sein Vorgehen beim Malen konzeptlos, ganz bewusst, weil ihn Konzepte behindern.

Phasenweise malte er Figuren, um die er die farblos grundierte Leinwand stehen ließ, die Reaktion auf eine Zeit, in der seine Bilder voll waren mit dynamischen Linien.



So sind seine Werke unterschiedlich, für den Außenstehenden nicht gleich wiedererkennbar. Kenner der Materie erkennen dennoch sofort einen „Lotz“.

Der Kontakt mit seinem Unbewussten, dem Unbekannten, spielt eine entscheidende Rolle in seiner Arbeit. Es gibt dunkle, düstere Thematiken, die ihn ängstigen. Dem setzt er sich aus, während er malt, geht über Grenzen dabei, ohne zu wissen, wohin ihn das führt. Wenn er das Bild gemalt hat, wird dieser Teil seines Lebens transparenter, greifbarer für ihn selbst und ist letztlich eine Bereicherung. Ebenso wie für den Betrachter seiner Bilder, weil dieser wie in einem Spiegel einen Teil der eigenen Seele erfahren und begreifen kann. Wie der Maler kann auch der Außenstehende durch eine neue Tür gehen in unentdeckte, grenzenlose Welten seiner Psyche.

Lotz bezieht sich auf die Archetypenlehre von C. G. Jung, der so genannten Urbilder der Seele. Das ist eine Sprache, die nicht festlegt. Während des Malens tritt bei Lotz ein Zustand ein, in dem sein Bild ihm fremd wird, es führt ein Eigenleben, es bekommt eine eigene Energie – der Übergang von seiner eigenen Psyche in eine kollektive Aussage.

Die Impulse für seine Bilder bezieht Lotz aber nicht nur aus dem Inneren, sondern auch aus Beobachtung der äußeren Welt. Begegnungen mit anderen Menschen oder das Be-



Johannes Lotz mit seinem Sohn Josef www.siebenachtneun.de
 1975 geboren in Saarbrücken, Studium der freien Malerei an der Akademie der Bildenden Künste Mainz, Aufbaustudium Bildnerisches Gestalten und Therapie, AdBk München
 Atelier: Kidlerstr. 5, 81371 München
 Galerien: www.parrotta.de www.galeriemichaeljanssen.de

trachten von Abbildungen sind Anregungen, die er dann verbindet mit seiner eigenen Innenwelt.

So sind die Bilder von Johannes Lotz für die Menschen, die sie ansehen, eine aufregende Reise – in die Gefühle und Gedanken des Künstlers wie auch ins eigene Unbewusste.

Ausstellungen in anerkannten Galerien zeigen, dass man diesen Johannes Lotz schätzt, und der Schritt zum Ruhm wird nicht mehr lange auf sich warten lassen. *Hella Schwerla*

Fotos Seite 8:

links: „Arbeiterin“, Eitempera, Tusche, auf Nessel, 155 x 155 cm, 2010
 rechts: aus der Serie „Zukünftige und Ehemalige“, Tusche auf Japanpapier, 194 x 63 cm, 2009

Fotos: Johannes Wende



Fotos Seite 9:

links: „Im Abendland“, Eitempera auf Nessel, 180 x 230 cm, 2009
 rechts: „Das letzte Biest am Himmel“, Eitempera auf Nessel, 180 x 230 cm, 2009

Fotos: Johannes Wende



STÄRKER ALS SÄMTLICHE DIPLOME: GEKONNTES NETZWERKEN BIRGT GROSSES ERFOLGSPOTENZIAL

„Kommunikative Kraft erwächst nicht mehr aus Media-Budgets und -Strategien. Sie baut vielmehr auf Netzwerke, Multiplikatoren, Communities, Vertrauen.“ Was Friedemann Karig in seiner Marketing-Kolumne in *brand eins* im Juni 2007 schrieb, gilt für alle Branchen. Vor diesem Hintergrund betrachtet, sind selbst Ehemaligentreffen und Verbandsveranstaltungen gute Möglichkeiten, sich informell auszutauschen und Kontakte zu knüpfen. **Katharina Knieß** berichtet von Erfahrungen von KSW-Mitgliedern.

Die Schauspielerin **Ana Schlaegel** antwortete Mailwendend auf meine Anfrage, wie es KSW-Künstler mit dem Netzwerken halten: „Das ist sehr interessant, dass eine



Ana Schlaegel www.anaschlaegel.de

solche Mail von Ihnen kommt, wo ich grad erst kürzlich dachte, dass ich mich gern ein bisschen mehr engagieren würde“. Schließlich sei sie „eine begeisterte Vernetzerin und liebe es, Leute zusammen zu bringen in der Hoffnung, dass da dann auch was draus wird.“ Sie bemüht sich, Kontakte nicht völlig einschlafen zu lassen und hat „einen Heidenspaß dran, mich Jahre später an jemanden zu erinnern und ihm möglicherweise ein Engagement verschaffen zu können.“ Im vergangenen Jahr gelang ihr das, als sie im Theater Ravensburg an der Produktion „Nur Für Frauen“ beteiligt war. „Da fehlte noch ein Langer, Dünnner, und das wurde dann tatsächlich ein Kollege, mit dem ich zusammen Abitur gemacht habe, und da freu ich mich schon sehr drüber!“

Aus dieser spontanen Schilderung gehen bereits die wesentlichen Erfolgsmomente professionellen Netzwerkens hervor: Kontakte pflegen, ohne sich umgehend für sich selber etwas zu versprechen; Kollegen unkompliziert helfen; und, wie sie später noch hinzufügt, künstlerische Genre-Grenzen überwinden: „Herrlich finde ich die spartenübergreifende Vernetzung, wenn Licht, Bühnenbild, Kostüme von typischerweise ‚Artfremden‘ übernommen werden und auf diese Weise eine andere Kunst ins Theater schwappt“. Darüber hinaus gäbe es zwar noch etliche Internet-Angebote wie Facebook und Twitter, aber davon, so die Schauspielerin, habe sie „keine Ahnung und benutze es auch nicht“.

Auch die Kunstszene arbeitet ähnlich. Der Fotograf Jim Rakete schrieb in der Zeitschrift ‚agd|viertel‘ (01/09, S. 6), dass diese „noch nie so gut verdrahtet war.“ Von der Werkstatt zum Erfolg. Das war noch nie ein so direkter Weg

wie jetzt. Obwohl es so viel gibt, sind die Erfolgchancen so groß wie nie. Das ist nicht mehr das Elfenbeintürmchen, das sind Trainingsstätten. Die Leute arbeiten ganz anders. Mir gefällt das.“

Ute Thon stellte in *art* im Oktober 2009 „Die 100 Mächtigsten im Kunstbetrieb“ vor. Angeführt wurde die Liste von Hans Ulrich Obrist, dem Schweizer Ausstellungsmacher, Autor und Kurator an der Londoner Serpentine Gallery. Es wird erklärt, warum das so ist: „Hans Ulrich Obrist verkörpert wie kein zweiter diesen neuen Geist des Networking. Er steht für eine beständige, freigeistige, nicht so sehr an Institutionen gebundene Arbeitsweise“.

Netzwerken oder Networking meint im Grunde etwas Alltägliches: Wenn ich mich konstruktiv ins Gespräch bringe, wenn ich Kontakte knüpfe und pflege, hilft mir das erheblich bei meinem Erfolgsstreben. Netzwerk-Profi Anni Hausladen zieht sogar den Begriff „Klüngeln“ vor. Das mag für Nicht-Kölner nach Mauschelei klingen, trifft aber charmant den Kern der Sache, denn es heißt so viel wie „Wir kennen uns, wir helfen uns“. Hausladen betont, dass Erfolge „immer ein Ergebnis von Leistung und Beziehungen“ sind. Die lassen sich mit gekonntem Netzwerken aufbauen. Dazu gehören nach Hausladen Faktoren wie eine positive Lebenseinstellung, Neugierde, die Fähigkeit, sich darzustellen und Bereitschaft, Kontakte zu vermitteln und Geben und Nehmen zu beherrschen. Sie zitiert Statistiken, nach denen Erfolg zu 10 Prozent aus Wissen und persönlicher Leistung, zu 30 Prozent aus Selbstdarstellung und Image und zu 60 Prozent aus Kontakten und Beziehungen zustande komme. In ihrem Buch „Die Kunst des Klüngelns“ und in ihren Seminaren fordert sie dazu auf, diese Kraft zu nutzen, „die stärker ist als sämtliche Zeugnisse und Diplome“. Entsprechend wichtig ist es, Zeit und Geld in die Pflege des eigenen beruflichen und privaten Netzes zu investieren.

In seinem „Praxisbuch Networking“ gibt Andreas Lutz gut umsetzbare Tipps. Gleich im ersten Merksatz erklärt er, warum Netzwerken der PR nah verwandt ist: „Networking ist nicht verkaufen“. Darum gilt es zunächst einmal, bereits



Martin Cambeis

www.paulmartincambeis.de



Sibille Metz

www.atelier-artgerecht.de

bestehende Verbindungen zu erkennen und zu bewerten. Jeder, der zu zwanglosen Treffen wie Stammtischen, entspannten Wandertouren oder interessanten Kollegenvorträgen geht, erwartet sich etwas davon, wenn auch ohne konkretes Ziel. Man solle andere ruhig um Rat fragen, „bitten Sie sie gegebenenfalls um Unterstützung“, rät er, „vergessen sie aber nicht, dass es Ihre Ziele und Wünsche sind. Machen Sie sie nicht zu den Problemen anderer“. Umgekehrt bedeutet dies, dass man sich für die Fragen anderer Zeit nehmen muss. Um tragfähige Kontakte zu knüpfen, gibt es viele Möglichkeiten. Grundvoraussetzung aber ist, offen zu sein und ohne Scheuklappen auch in scheinbar unwichtigen oder abseitigen Situationen die Möglichkeit ergreifen, Menschen kennenzulernen.

Hierbei sind Vorurteile wie „der interessiert sich eh nicht für mein Thema oder meine Kunst“ Erfolgshindernisse. Denn wer redet schon gern mit Jammerern oder Nörglern? Vielmehr ist es wichtig, geduldig zu sein und offen. Dabei fängt Netzwerken häufig im Alltag, im persönlichen Umfeld an. Jedes private Treffen birgt Potenziale für geschäftliche Überschneidungen: Vielleicht sammelt der Zahnarzt am Tisch Kunst, unterstützt die Firmeninhaberin Musiker, ist der Bruder des Heizungsmonteurs ein kunstsinniger Druckereibesitzer. Auf Ausstellungseröffnungen oder bei Premieren neue, noch unbekannte Gäste anzusprechen, eröffnet neue Kontaktmöglichkeiten. Beim Besuch von Fortbildungsmaßnahmen kommt man auf unkomplizierte Weise ins Gespräch.

Netzwerke sind gerade im Kulturbetrieb mit seinen kleinteiligen Einheiten und den vielen Kooperationsprojekten existenziell wichtig. Schließlich stellen Empfehlungen eine kaum zu überbietende Referenz dar, die keine hohen Investitionskosten mit sich bringen. Weil etwa die Kunst-Community ein relativ überschaubarer Bereich ist, ist es wichtig, sich überall dort zu zeigen und ins Gespräch zu bringen, wo man sinnvolle Begegnungen vermutet. Bei Fachveranstaltungen treffen sich die wichtigen Akteure wie Galeristen, Museumsdirektoren, Kunsthändler, Kollegen, Förderer und Kuratoren. Es ist kein Zufall, dass häufig die gleichen ‚Gesichter‘ auftauchen in Fördergremien, Vereinen und Juries: Diese Akteure wissen um die Wert des Handelns hinter den Kulissen, die mitunter gerade in regionalen Bereichen über erheblichen Einfluss verfügen.

Regionale Unterstützung bieten auch Internet-basierte Netzwerke wie die Nürnberger Online-Community <http://kulturhallenuernberg.ning.com>, ‚Rheinschiene‘ (www.rheinschiene-aktuell.de), die Hamburger www.echolisten.de, betacity in Stuttgart (www.betacity.de) oder die Berliner ‚Mailingliste Rat für die Künste‘ (https://coredump.buug.de/cgi-bin/mailman/listinfo/rat_info).

Auf Online-Networking setzt auch **Martin Cambeis**. Der Münchner Maler versucht gerade, auf seiner Homepage „auch über Twitter und Facebook Netzwerke aufzubauen. Das macht richtig Spaß“, findet das KSW-Mitglied. Darüber hinaus engagiert er sich in seiner großen Ateliergemeinschaft, den Münchner Domagk-Ateliers, in der Gruppe „Künstler im Netzwerk“. Was sich eher banal anhört, ist in der Realität vieler solcher Gruppen nicht selbstverständlich: Gemeinsam ein Image, eine Marke aufzubauen, von der alle profitieren, oder Veranstaltungen planen, die Publikum anziehen. Wer sich engagiert, tut dies auch für all jene, die sich eher bedeckt halten, meint er. Ein erstes erfolgreiches Ergebnis ist die Einrichtung von „Künstlersonntagen“ an jedem 3. Sonntag eines Monats. Neben einem breiteren Publikum werden vor allem Multiplikatoren wie Journalisten und Kunsthistoriker, Galeristen und Kuratoren eingeladen und durch ausgesuchte Ateliers der aktiven Netzwerk-Mitglieder geführt. Der Austausch, der hier stattfindet, ist für alle Seiten befriedigend.

Auch andere Mitglieder des Künstlersozialwerks setzen auf die Kraft gut geknüpfter Netzwerke. Wie die Karlsruher Fotokünstlerin **Sibille Metz**, die sich ein Leben ohne Netzwerken nicht vorstellen kann. Ob Künstlerstammtisch, die XING-Gruppe „Karlsruher Kunst und Kultur Netzwerk“ oder die Zugehörigkeit zu Interessenvertretungen wie dem Künstlersozialwerk, „mich befruchten andere Ideen, der Austausch“, sie braucht das als Einzelkämpferin zur Motivation. Mitunter helfe man sich auch über den Beruf hinaus gegenseitig. Über ihre Treffen erhalte sie Informationen zu Terminen und Ausschreibungen und erhalte immer wieder kleinere Jobs.

Der Bildhauer und Feinmaler **Nikos W. Dettmer** arbeitet seit über 25 Jahren mit der traditionsreichen Kunstgießerei München zusammen. Ein großer Schauraum im Nebengebäude des Unternehmens diente kurze Zeit als Lager,



Nikos W. Dettmer

www.dettmer-nikos.de

ehe Stammkunde Dettmer auf die Idee kam, dort nicht nur sein Atelier einzurichten, sondern vor allem in wechselnden Ausstellungen Bronzen zu zeigen, die in der Gießerei entstanden sind. Die Präsentationen integrierte er auch in lokale Ausstellungsinitiativen wie „Kunst im Karrée“. Mit Galeristen kam der Künstler hier entspannt ins Gespräch, so dass innerhalb kürzester Zeit auch für seine Arbeiten Ausstellungen initiiert wurden.

Dettmer saß so in einem täglichen Austausch in einem Netzwerk aus Künstlern, Galeristen, Produzenten und Käufern. Zwar zog er nach zwei Jahren mit seinem Atelier wieder aus, doch von seiner Zeit dort profitiert er immer noch: „Ich habe mir mit zwei Kollegen, die in der Gießerei gießen, einen Kurator genommen, mit dem wir kürzlich für den „Bund junger Unternehmer“ ein Gusserevent mit Ausstellung und Bewirtung organisierten, zur Zufriedenheit aller“. Kooperation mit anderen, so Dettmers Erfahrung, „ist der Schlüssel zu neuen Kunden und neuen Gelegenheiten.“

Katharina Knieß

Literatur-Tipps

Hausladen, Anni / Laufenberg, Gerda: Die Kunst des Klüngelns, Hamburg 2008.

Lutz, Andreas: Praxisbuch Networking, Wien 2009.

Workshops

Anni Hausladen: www.frauen-kluengeln.de

T!PP Büro für Pressearbeit: www.tipp-presse.de

DesignersBusiness@: www.designersbusiness.de

Katharina Knieß ist als Autorin, Dozentin und selbstständige PR-Beraterin auf Kunst- und Kultur-PR spezialisiert. Als Journalistin ist sie u.a. für Fachzeitschriften der Bildenden Kunst und in der Buchbranche tätig. Seit 2005 ist sie Pressearbeit des Paul-Klinger-KSW e.V. verantwortlich. www.tipp-presse.de



GOLDRAUSCH SETZT MASSSTÄBE FÜR KÜNSTLERINNEN

Das Goldrausch Künstlerinnenprojekt ist ein unabhängiges berufliches Weiterbildungsprojekt für Bildende Künstlerinnen, in dessen Rahmen ein einjähriger, postgradualer Professionalisierungskurs und offene Workshops stattfinden.

Goldrausch war 1990 die bundesweit wohl erste Institution, die eine Professionalisierung von Künstlerinnen – Künstler folgten bei anderen Fortbildern erst später – anbot. Seit 2004 leiten **Birgit Effinger** und **Hannah Kruse** gemeinsam das Programm.

Ausgehend von der spezifischen Situation der Kursteilnehmerinnen, kombiniert der einjährige Kurs „Prozesse des Produzierens und des Lernens“ mit Fragen nach dem eigenen künstlerischen Selbstverständnis sowie der kompetenten Vermittlung der künstlerischen Arbeit.

Die Teilnehmerinnen erwerben berufsnotwendiges Spezialwissen in Workshops, sie führen Hintergrundgespräche



Hannah Kruse und Birgit Effinger leiten das Goldrausch-Projekt.

mit Galeristinnen und Galeristen, Kuratorinnen und Kuratoren, praktizieren Öffentlichkeitsarbeit und Präsentationen. Parallel dazu konzipieren und realisieren sie ihre eigene Website, einen Einzelkatalog und gemeinsam eine Gruppenausstellung. **Katharina Knieß** unterhielt sich mit Birgit Effinger über die Goldrausch-Fortbildung.

Katharina Knieß: Wann machen sich Künstlerinnen verstärkt Gedanken, sich fortzubilden?

Birgit Effinger: Zum künstlerischen Erfolg gehört ja ganz entscheidend die Anerkennung von anderen. Gefragt sind neben künstlerischer Souveränität generell all die Kenntnisse und Fähigkeiten, die zur Sichtbarkeit und schließlich Anerkennung der künstlerischen Arbeit beitragen. Häufig kommen die Künstlerinnen daher mit Fragen zur Optimierung ihrer Vernetzung im Kunstbetrieb zu uns, sie suchen nach Möglichkeiten, eine Öffentlichkeit für ihre Arbeit herzustellen. Denn Kunst bedarf der Sichtbarmachung und Vermittlung, zuallererst durch die Künstlerin selber. Hier setzt das Goldrausch Künstlerinnenprojekt an. Der Wiedereinstieg nach einer Kinderpause ist zuweilen eine Motivation für die Bewerbung zur Teilnahme. All dies entspricht generell dem Goldrausch-Konzept, die öffentliche Präsenz von Künstlerinnen stärken zu wollen. Denn Goldrausch sucht die geschlechterkonservativen Strukturen des Kunstfelds zu korrigieren. Wir versuchen daher auch die Verhältnisse, die Künstlerinnen mehr oder weniger subtil ausschließen und in denen Erfolg von sozialer Akzeptanz abhängt, zu bearbeiten.

Katharina Knieß: Hat sich in den letzten Jahren denn nicht generell eine Sensibilität für die Präsenz von Künstlerinnen entwickelt?

Birgit Effinger: Doch, schon, die Effekte sind aber noch zu gering. Ob es sich um Verkaufspreise handelt oder um andere Einkommen, um die Anwesenheit in großen Ausstellungen oder um die Anzahl der Professorinnen in Kunsthochschulen – es ist immer dasselbe: Je höher die Reputation einer Institution, einer Position oder einer Ausstellung ist, desto weniger Künstlerinnen werden zur Teilnahme geladen. Qualität setzt sich – entgegen der landläufigen Meinung – eben nicht von alleine durch. Hier unterscheidet sich das Kunstfeld auch nicht von anderen Berufszweigen.

Katharina Knieß: Was lernen die Künstlerinnen bei Ihnen?

Birgit Effinger: Es fängt mit so scheinbar banalen Sachen wie der Produktion von geeigneten Präsentationsmaterialien an. Da besteht mitunter ein enormer Nachholbedarf. Auch über die eigene Arbeit zu sprechen, sie situationsgerecht zu vermitteln, fällt vielen zunächst schwer. Im Laufe des intensiven Kursjahres sind aber auch Steuer und Künstlersozialkasse ebenso Thema wie das Verhältnis von Kunst- und Textproduktion.

Katharina Knieß: Welche Anregungen werden gegeben?

Birgit Effinger: Wichtig sind zunächst die Vermittlungsmedien – ob Website oder Katalog, ohne diese Kommu-

nikationsmittel ist heute kaum noch die Generierung von Öffentlichkeit möglich. Bei der Produktion der Websites hilft eine Programmiererin, die Konzeption bleibt jedoch in den Händen der Künstlerinnen. Anschließend produziert jede Teilnehmerin einen Katalog, der in einem Gesamtschuber publiziert wird.

Ganz grob gesagt ist es uns wichtig, dass die Künstlerinnen sich auch der Wirkungsweise ihrer Vermittlungsstrukturen bewusst werden und es nicht nur bei deren Herstellung belassen. Es geht uns auch darum, dass sie sich in die verschiedenen Formen von Vermittlung einlinken, damit meine ich konkret, sich aktiv vom Modell des Entdecktwerdens zu verabschieden und eigene Orte, Zusammenhänge und Öffentlichkeiten zu schaffen.

Katharina Knieß: Was sind die wichtigsten Kompetenzen für Künstlerinnen und Künstler?

Birgit Effinger: Wie in anderen Bereichen auch, ist es entscheidend zur richtigen Zeit mit der richtigen Arbeit

golddrausch Künstlerinnenprojekt art IT

Tel. 030 390 63863

www.golddrausch-kuenstlerinnen.de

Anzeige

Tauchen Sie ein ...
in Welten voller PR-Ideen.
Sie tauchen erfrischt wieder auf
- mit bewährten Konzepten und
Ideen, die begeistern.

Aufmerksamkeit entscheidet in der Bildenden und Angewandten Kunst über Aufträge, Auszeichnungen und Anerkennung, Preise und Besucherzahlen. Diese Einführung bietet dafür die Grundlagen.

Künstler, Galeristen und Pressesprecher geben Tipps und Einblicke in ihre Öffentlichkeitsarbeit. Mit Interviews, Checklisten, Praxistipps und Medienadressen.



ISBN 978-3-937822-55-6

Hardcover, 240 Seiten, 24,90 Euro

Bestellen? In jeder Buchhandlung
und unter www.falkenberg-verlag.de!

WENN DIE NACHT ZUM TAG WIRD: (ARBEITS-) EINDRÜCKE AUS FINNLAND

Die Inselgruppe Suomenlinna vor Helsinki, die zum UNESCO Weltkulturerbe erklärt wurde, kannte ich bisher nur von Tagesausflügen. Umso mehr freute ich mich auf den zweimonatigen Arbeitsaufenthalt im Rahmen des HIAP Künstler-in-Residency-Programmes.

HIAP unterstützt finnische und internationale Künstler u.a. dadurch, dass die Organisation Atelierräume und Gästewohnungen auf Suomenlinna im renovierten Burgbereich der Insel zur Verfügung stellt.

So konnte ich während des späten Frühlings, der in Finnland erst Anfang Mai Einzug hielt, nicht nur die befestigten Militäranlagen, Tunnel und Garnisonshäuser aus der Zeit der schwedischen Herrschaft besichtigen, sondern hatte auch eine idyllische Insellandschaft mit Sandstrand und Felsenbuchten gleich vor der Haustür.

Die Atelierräume sind groß und hell gestaltet, die angeschlossene Gästewohnung gemütlich im skandinavischen Stil eingerichtet. Entsprechend schwer fiel es mir und meiner Partnerin **Alexandra Ferreira** anfangs, für unser Zeitungsprojekt, das wir innerhalb der zwei Monate verwirklichen wollten, regelmäßig mit der Fähre nach Helsinki überzusetzen, um Kunst- und Kulturschaffende zu ihren Eindrücken und Wünschen für die Kunstszene Helsinkis zu interviewen. Während der Gespräche und bei Ausstellungseröffnungen bekamen wir den Eindruck einer kleinen, aktiven Szene, in der jeder jeden kennt und die Themen recht lokalbezogen sind.



Natürlich gibt es Ausnahmen, darunter die zahlreichen KünstlerInnen, die in Berlin und anderen Großstädten ihr Glück versuchen und von Zeit zu Zeit nach Helsinki zurückkehren. Die Kunst- und Designakademien in Helsinki locken

auch internationale Studenten an, gerade für die Master- und PhD-Studiengänge. Und doch hatten wir während zwei Monaten das Gefühl, fernab der europäischen Kulturszene ‚am Rande Europas‘ den Fragen nachzugehen, die wir in einer Art Zukunftsvision ins Jahr 2020 übersetzen wollten: Wie sieht das Arbeitsleben im Kulturbereich in zehn Jahren aus? Wie können sich Kulturschaffende austauschen? Welche Möglichkeiten bietet Helsinki? Was könnte sich verändern?

Die abschließende Präsentation unseres Zeitungsprojekts, das vom Goethe-Institut Finnland unterstützt wurde, fand in einem Projektraum besonderer Art statt: an einem kleinen Platz im nördlichen Stadtzentrum hat eine Gruppe junger Künstler einen kleinen Galerieraum gemietet, in dem sie regelmäßig Ausstellungen, Filmvorführungen und Gespräche

organisiert. Wir wurden spontan dazu eingeladen, unsere englisch-finnische Zeitungsausgabe in der Oksasenkatu11, so Name und Adresse des Projekttraums, zu ‚launchen‘.

Normalerweise müssen KünstlerInnen in Finnland sogar für Ausstellungen in kleinen Räumen (und kommerziellen Galerien) Miete bezahlen, was zu einem wenig flexiblen, auf staatliche Unterstützung angewiesenen Kreislauf aus Bewerbungen und klassisch organisierten Ausstellungen führt. Deswegen entscheiden sich viele KünstlerInnen dafür, in einen der zahlreichen, nach Sparten organisierten Künstlervereine einzutreten, die dann ihre Interessen nach außen hin vertreten und Jahresausstellungen organisieren. Die Künstlergruppe aus der Oksasenkatu11, die kurzfristig und unentgeltlich lokale und internationale KünstlerInnen in ihre Räume einlädt, stellt somit eine Ausnahme dar und bot uns den idealen Rahmen, um eine Zukunftsvision von Helsinki zu entwerfen, in der neue und weltoffene Initiativen die Stadt mit (kulturellem) Leben füllen.

Nach einem Präsentations- und Distributionsmarathon in der Stadt kamen wir mit leeren Händen, doch voller Eindrücke zurück auf ‚unsere‘ Insel. Die Vogeljungen waren inzwischen ausgeflogen, die Bäume trugen ihr lichtgrünes Gewand und die Strände und Hügelketten füllten sich zu-

nehmend mit Touristen und Tagesausflüglern, die Picknicks, Hochzeiten und andere Feiern auf der Insel veranstalteten. Wir unternahmen einen letzten Spaziergang, an den alten Trockendocks vorbei, in denen schon die schwedische und russische Militärmacht ihre Schiffe reparieren ließen, zum kleinen Hafen für Segelboote, auf Küstenpfaden bis zum "Königstor" an der Südspitze der Insel, an dem just in diesem Moment die große Fähre von Viking Line vorbeifuhr, ihrem Reiseziel Stockholm und dem Abendrot entgegen.

Auf die Dunkelheit mussten wir allerdings bis zu unserer Rückkehr nach Berlin warten, denn in den Mittsommer-
nächten Finnlands geht ja bekanntlich die Sonne nie (ganz) unter ...

Bettina Wind

Fotos: *Alexandra Ferreira*



PS: Wer nun neugierig darauf geworden ist, was Helsinki im Jahr 2020 zu bieten hat, findet die Online-Version der Zeitung No Past Today unter Hyperlink <http://windferreira.blogspot.com>

H-TEAM FEIERT 20-JÄHRIGES BESTEHEN



Der Präsident des Paul-Klinger-Künstlersozialwerkes e.V., Gerhard Schmitt-Thiel, gratuliert Peter Peschel, einem der drei Geschäftsführer der Bürgerhilfe H-Team e.V.

Der H-TEAM e.V. München, ein Verein zur Hilfe für Bürger in Not (mit Schwerpunktarbeit Messie-Hilfe), feierte sein 20-jähriges Bestehen. Bis zu 500 Gäste versammelten sich in den Räumen des Vereins, aßen, tranken, redeten, tanzten, lauschten und feierten bis in den späten Abend. Selbst der Wettergott hatte ein Einsehen: Es tröpfelte nur sporadisch, ließ zwischen-
durch Sonnenstrahlen zu.

Im Rahmen der Reihe „Soziales trifft Kunst und Kultur“, die schon im dritten Jahr stattfindet unter Teilnahme von Künstlern des Paul-Klinger-Künstlersozialwerkes e.V., stellten **Dorothea Loftus** und Ulrich Neumann Fotografien vor, Patrick Sommer zeigte Comics, während Joachim Graf, Winnie Hauck, Ekaterina Zeiler, **Monika Müller Leibl**, Ebou-Fye Jassey ihre Bilder ausstellten.

Untermalt wurde das festliche Treiben mit Musik vom Feinsten. Die Band „Die Autobahnkapelle“ sorgte für swingende Unterhaltung. Die vier Musikusse eroberten die Herzen der Anwesenden, während Kaffee und Kuchen, Vorspeisenteller und vielen anderen feinen Speisen und Getränke, die Frau Ferizovic auf einer Aquisetour bei ihren Bekannten, ehemalige Wirtskollegen und Fachhändlern besorgt hatte, den üblichen Weg ihres irdischen Verschwindens antraten.

Ulf Lehner, Musiklehrer, Komponist und Schauspieler begleitete den Poeten **Peter Rubin** am Piano und begeisterte selbst mit einem eigens komponierten Kanon.

Maria Peschek erstaunte das Publikum in gewohnter Manier und überraschte mit Texten aus ihrem neuen Programm. Ja, das war große Show, die die Kabarettistin Maria Peschek vom Balkon des Anwesens runter in den „Hofgarten“ bot. Tosender, minutenlanges Applaus war die Belohnung.

Mit diesem Sommerfest beendet das H-TEAM e.V. seine Feierlichkeiten zum 20-jährigen Bestehen. Die ersten Früchte konnten geerntet werden im Kampf für mehr Mitmenschlichkeit und für mehr Verständnis für Menschen in chaotischen Wohnverhältnissen. Die Medien sind aufmerksamer für die besondere Not dieser Klientel, sie berichten öfters und sachlicher! Die Mitarbeiter des H-TEAMS hoffen, dass sie ihre Arbeit weiterhin viele Schritte gegen Armut und Ausgrenzung werden gehen können.

Noch ein Wort zu Peter Peschel, der ganz besonders herzlich vom Präsidenten des Paul Klinger Künstlersozialwerkes e.V., **Gerhard Schmitt-Thiel** mit launigen Worten beglückwünscht wurde. Schmitt-Thiel betonte, wie sehr er diese Verbindung und Zusammenarbeit schätze. Behinderungen seien kein Problem – sie seien vielmehr der Auftrag zu weiterer intensiver Zusammenarbeit! Von Mensch zu Mensch sozusagen. Ganz im Sinn von Gerhard Schmitt-Thiels Devise: „Sei neugierig auf deine Mitmenschen und du lernst viel für dein eigenes Leben!“

Das war ein gelungenes Fest. Eine Feierlichkeit, von H-TEAM Mitarbeitern und den unzähligen Freunden des Hauses hervorragend und ‚mitmenschlich‘ organisiert.

Peter Rubin, Dichter dran



H-TEAM e. V.
Plinganserstr. 19, 81369 München
Tel. 089 747 36 20
www.h-team-ev.de

ULRICH HÄUSLER UND FREUNDE FÖRDERN KÜNSTLER DIE MONTMARTRE-RUNDE



Ulrich Häusler
www.montmartrerunde.com

Ausgehend von seinem Künstlerzirkel rund um die Butte de Montmartre schart Ulrich Häusler („Freiheit ist Gefühlssache“) seit Dezember 2006 internationale deutschsprachige Kreative und Kulturinteressierte aus ganz Paris um sich. Seine Intention: Art und Business zusammenzubringen und dabei ganz nonchalant über Gott und die Welt zu philosophieren. Im Fokus stehen dabei naturgemäß das Leben und die Kunst in Paris. Häusler und seine Freunde planen und veranstalten Events im 18. Arrondissement, ohne dabei eigene kommerziellen Zwecke zu verfolgen.

Homme de Lettres mit Visionen

Zwischen Basilika und Weinberg, Pathé-Studios, Filmhochschule La Fémis und Cimètiere de Montmartre ist der Boden immer noch fruchtbar für künstlerisches Schaffen. Vielleicht spiegelt sich in dieser Topografie auch Ulrich Häuslers Seele wider. Montmartre – ein wahrhaft geschichtsträchtiger Ort, der Assoziationen an die Pariser Kommune, das Moulin Rouge, Heinrich Heine und Eric Satie weckt. Als Lyriker schreibt er ausschließlich Texte mit dieser therapeutischen Absicht: Die Betroffenheit des Lesers soll Prozesse in Gang setzen, wie das Reflektieren des Lebens und die Rolle des eigenen Verhaltens. Ulrich Häusler ist auch Unternehmer – geschäftsführender Gesellschafter und Gründer der Kranken- und Behinderten-Service GmbH in Lübeck mit 150 Mitarbeitern. Seit einem Jahr hat er die Führung der GmbH in jüngere Hände gelegt, um sich mehr um seine anderen Projekte zu kümmern. So vielfältig wie seine beruflichen Aktivitäten sind auch Häuslers Leidenschaften: Motorradfahren, Cabriolets, Saxophon spielen und Theater.

Pariser Salon reloaded

Häuslers Montmartrerunde-Adressbuch umfasst 400 Kontakte. Ein Großteil davon gehört zum harten Kern und kommt regelmäßig. Anmeldungen erreichen den Zirkel nicht nur aus Frankreich. Die Montmartrerunde hat ihren Platz im Pariser Kulturleben gefunden und Kontakte zu verwandten Kreisen etabliert. Ulrich Häusler: „Das Goethe-Institut, la Maison Heinrich-Heine, die evangelische deutsche Kirchengemeinde und deutsche Buchhandlungen in Paris empfehlen uns und bitten mich, auch ihre Veranstaltungen weiter zu geben.“ Treffpunkt ist die Brasserie Truc, Nähe Métro 12-Station Jules Joffrin. Die Atelier-Galerie „Fusart“ ist Partner der MR und stellt regelmäßig Werke der Mitglieder aus. Ganz privat wird es in Häuslers Wohnzimmer in der

rue du Baigneur an den Cinéasten-Abenden. Fünfzehn Leute finden bequem Platz. Nach dem Film wird – très français! – bei Rotwein, Käse und Baguette über den Film und Aktuelles diskutiert.

„Kultur-Paten“ gesucht

Am 2. Juni dieses Jahres hat der Kunstförderer das „Ulrich Häusler Stipendium“ für bildende Künstler an der Hamburger HFBK ins Leben gerufen. Es folgt keinem Vorbild wie der Villa Massimo in Rom, sondern knüpft an seine Vorstellung von „Kultur-Patenschaft“ an. Ab 2011 werden jährlich zwei Monate Studium in Paris ermöglicht. Ein Gremium aus acht Professoren von acht Fakultäten der Bildenden Kunst plus einer Absolventin der Kunstwissenschaften, Ulrike Gerhardt, wird über Kandidaten und Auswahlmodi entscheiden. Ulrike Gerhardt erhält mit dieser Berufung die Möglichkeit der Weiterentwicklung an der HFBK.

Die Verpflichtung, junge Künstler zu fördern, ist bei Häusler nicht auf eine Kunst-Gattung begrenzt. Teil-Stipendiatin Katyryna Lo, 25 Jahre und aus Toronto, genoss einen Monat lang eine Opern-Gesangsausbildung bei Opernsängerin und MR-Mitglied Margitta Rosales. Die hochbegabte Magistra der Philologie und Literatur ist neben vielen anderen Auszeichnungen Oshawa-Whitby-Laureatin und spricht fließend Englisch, Französisch, Chinesisch „...und ein freundliches Italienisch“ (Häusler). Desgleichen erhält Schauspielerin Lena Krimmel im Frühjahr 2011 ein Teilstipendium (Logis in Paris).

Gesucht werden Kunstförderer, die die Funktion eines Paten übernehmen – für eine gewisse Zeit, für einen Künstler. Diese Ehrenamtlichen unterstützen Studenten in fachlichen wie auch in zwischenmenschlichen Fragen wie beispielsweise der Entwicklung eines Lebenskonzeptes.

Häuslers Engagement entfaltet sich auf mehreren Ebenen und in verschiedene Himmelsrichtungen, so auch nach Spanien. Dort organisiert die Montmartre-Runde einen achttägigen Workshop für die Gruppe Schauspiel in Mijas, einem weißen Dorf in Andalusien, voraussichtlich Mitte Februar 2011. Der Aufenthalt ist kostenlos und wird gesponsert. Lediglich das Honorar von 100 Euro für die Dozentin Lorna Johanssen, freie Autorin, Regisseurin und Drehbuchautorin aus Berlin, sowie Kost & Flug (ca. 270 Euro Hin- und Rückflug) sind zu übernehmen. Auf Facebook ist die Montmartre-Runde sehr aktiv mit verschiedenen Gruppen von Klassik, Jazz, Rock & Soul, Malerei, Schauspiel und Komposition.

Nächstes Treffen in Paris wird auf Twitter von Paul-Klinger-Mitglied Häusler bekannt gegeben. Wer also just in dieser Zeit in Paris weilt, kann die Stadt und ihre Kunst noch persönlicher kennen lernen. Aber nur mit Anmeldung unter uhaeusler@aol.com. Es geht sehr gemütlich zu, und manchmal ergeben sich echte Freundschaften, die Metiers und Nationen übergreifen.

Ingrid von Randow

KÜNSTLER FRAGEN EXPERTEN ANTWORTEN

Frage: Jedes Jahr gerate ich in Verzweiflung, wenn mich die KSK im November nach meinem Einkommen für das nächste Jahr fragt. Wie soll ich das wissen, ich bin doch kein Hellseher!

Antwort: Wir wissen, dass die Schätzung des Jahreseinkommens bei den KSK-Versicherten immer wieder auf Schwierigkeiten stößt, denn neben der Frage, woher man die Höhe des Einkommens wissen soll, ist vielen auch die Berechnung desselben unklar. Hinzu kommt die Angst vor Prüfungen durch die KSK. Dabei sind die Grundzüge ganz einfach.

Die Versicherungsbeiträge, die an die KSK zu zahlen sind, gründen auf zweierlei: Zum einen auf einer Prognose des künftigen (im folgenden Kalenderjahr erwarteten) Gewinns, und zum anderen nur auf dem Gewinn aus der selbständigen künstlerischen Tätigkeit. Andere Einkünfte bleiben also bei der Beitragsberechnung unbeachtet, sie spielen aber sehr wohl eine wichtige Rolle: Je nach Höhe weiterer Einkünfte kann die Versicherungspflicht in der gesetzlichen Kranken- und Pflegekasse und/oder der gesetzlichen Rentenkasse beendet werden.

Die Fragen rund um die Einkommensberechnung und die Prognosen lassen sich also auf drei Bereiche aufschlüsseln: (1) Die Berechnung des Gewinns, (2) die Prognose des Gewinns und (3) andere Einkünfte aus nicht künstlerischen bzw. nicht selbständigen Tätigkeiten.

1. Die Berechnung des maßgeblichen Gewinns

Der für die KSK allein maßgebliche Wert ist der Gewinn aus der selbständigen, künstlerischen (bzw. publizistischen) Tätigkeit. Im Sprachgebrauch der KSK heißt es Arbeitseinkommen, weil dies der Begriff im Sozialgesetzbuch ist, inhaltlich sind aber nicht etwa die Einnahmen gemeint, sondern der Gewinn.

Der Gewinn errechnet sich, in dem von den Betriebseinnahmen die Betriebsausgaben abgezogen werden. Übersteigen die Ausgaben die Einnahmen, liegt entsprechend ein Verlust vor. Ein Beispiel:

Wer als freier Journalist im Jahr 35.800 € einnimmt und berufsbedingt Ausgaben von 13.200 € geltend machen kann, hat einen Gewinn von 22.600 € erzielt:

Betriebseinnahmen:	35.800,- €
Betriebsausgaben:	- 13.200,- €
Gewinn:	22.600,- €

Was nun im Einzelnen zu den Betriebseinnahmen und den Betriebsausgaben zählt, richtet sich nach § 4 Abs. 3 EStG, also nach der sog. Einnahmen-Überschussrechnung. Diese Berechnung ist relativ einfach, anders als die komplizierte und aufwendige Bilanzierung, von der Freiberufler ausgenommen sind.

Betriebseinnahmen sind zunächst einmal alle Geldeinnahmen: Honorare sind damit Einnahmen ebenso wie



Andri Jürgensen ist als Rechtsanwalt seit Jahren auf das Recht der Künstlersozialkasse spezialisiert. Neben zahlreichen Publikationen und Fachbüchern bietet er bundesweit auch Seminare und Schulungen an. Zu seinen Mandanten gehören

kleine und mittelständische Unternehmen und internationale Konzerne ebenso wie freischaffende Künstler und Publizisten, die er auch gegenüber der KSK und der DRV und vor den Gerichten vertritt.

www.kunstrecht.de

Lizenzzahlungen, Ausfallhonorare, Geschenke, Zuschüsse zur Altersversorgung durch die VG Wort etc. Aber auch geldwerte Sachleistungen als Gegenleistung für das künstlerische Werk sind ebenso relevante Einnahmen wie in der Regel Stipendien.

Wichtig ist, dass die Einkünfte aus der selbständigen künstlerischen (oder publizistischen) Tätigkeit selbst stammen müssen. Wer also mehrere Tätigkeiten ausübt, muss die Einkünfte entsprechend auftrennen. Beispiel: Ein freier Journalist betreibt noch einen Internethandel mit Porzellantassen. Diese Einkünfte sind für die Berechnung des Gewinns aus dem Journalismus unerheblich.

Etwas schwieriger sind die Betriebsausgaben zu bestimmen, da hier oft eine Verquickung mit privaten Ausgaben möglich ist. Betriebsausgaben sind auch hier nur solche Ausgaben, die durch die selbständige künstlerische (oder publizistische) Leistung veranlasst sind. Es muss also ein kausaler Zusammenhang bestehen. Ist die Ausgabe privat veranlasst, zählt sie nicht zu den Betriebsausgaben. Private Telefonkosten beispielsweise können nicht als Betriebsausgabe geltend gemacht werden, hier muss eine genaue Trennung vorgenommen werden.

Zu den Betriebskosten zählen neben beruflichen Telefonkosten auch die Miete für das Büro/Atelier, der Arbeitslohn für Angestellte, Fachbücher, Material, beruflich bedingte Fahrtkosten, Fortbildungskosten etc.

Sind die Betriebseinnahmen und die Betriebsausgaben ermittelt, kann hieraus entsprechend der Gewinn (oder Verlust) errechnet werden. Dieser Gewinn („Einkünfte“) ist der maßgebliche Wert für die Einkommensteuer, aber entsprechend auch für die KSK. Der Gewinn ist nicht identisch mit dem „zu versteuernden Einkommen“, da hier ggf. noch weitere Ausgaben steuermindernd abgezogen werden können. Die an die KSK monatlich zu zahlenden Beiträge errechnen sich jedoch nicht anhand des tatsächlichen Gewinns, sondern anhand des voraussichtlichen Gewinns, also anhand einer Prognose. Relevant wird der Abgleich zwischen tatsächlichem Gewinn und Prognose erst im Falle einer Prüfung.

2. Die Einkommensprognose

Die Versicherungsbeiträge an die KSK werden anhand der Einkommensprognose berechnet. Diese Prognose ist von den Versicherten bis zum 1.12. eines Jahres für das fol-

gende Kalenderjahr abzugeben. Wer also aufgrund der Vorjahre mit einem Gewinn von rund 30.000 € rechnet, in der Prognose aber nur 10.000 € angibt, zahlt Beiträge aufgrund seiner niedrigen Prognose: im Jahr 2010 nur knapp 160 € pro Monat (anstatt eigentlich rund 470 € pro Monat). Dies hat für die Versicherten Vor- und Nachteil. Der Vorteil liegt darin, dass auf diese Art sehr leicht eine sehr günstige Krankenversicherung möglich ist. Bei entsprechend niedrigen Prognosen fallen aber auch die späteren Rentenzahlungen niedrig aus. Fakt ist, dass viele der Versicherten die Gelegenheit nutzen, um bei den Krankenversicherungsbeiträgen zu sparen. Dies hat den Gesetzgeber auf den Plan gerufen, weil natürlich etwa Arbeitnehmern nicht zu erklären ist, warum freie Künstler auf diese Art sparen können und nicht nach ihrer tatsächlichen Leistungsfähigkeit in das sog. Solidarsystem einzahlen. Die KSK wurde daher zu einer verstärkten Überprüfung der Versicherten verpflichtet, und seit einiger Zeit gibt es bei starken Abweichungen auch Bußgeldbescheide.

Allerdings ist auch klar, dass kein Versicherter seine Prognose exakt treffen wird. Schwankungen der Gewinne gehören zu jeder selbständigen Tätigkeit und erst recht zu den künstlerisch und publizistisch Tätigen. Daher sind einzelne größere Abweichungen für die KSK uninteressant. Sie wird erst aktiv, wenn sich die Abweichungen über einige Jahre hinziehen und im Durchschnitt überhöht sind. Außerdem kann jeder Versicherte der KSK eine Korrektur melden, wenn sich deutliche Abweichungen abzeichnen. Die Beiträge werden dann ab dem nächsten Monat (also nicht für die vergangenen Monate) angepasst.

3. Die Gefahr bei nicht künstlerischen Einkünften

Anders sieht die Lage aus bei anderen Einkünften, etwa solchen aus einer abhängigen Beschäftigung oder aus einer nichtkünstlerischen selbständigen Tätigkeit. Hier gibt es klar definierte Werte und entsprechend definierte Rechtsfolgen. Wer aus einer anderen Tätigkeit im Kalenderjahr Einkünfte erzielt von über 4.800 €, fällt aus der Kranken- und Pflegeversicherung der KSK heraus und erhält hierfür keine Zuschüsse mehr (Arbeitnehmer stört dies nicht, sie sind ja über den Arbeitgeber krankenversichert). Bei Einkünften von derzeit über 33.000 € p.a. (West) bzw. 27.900 € p.a.

(Ost) wird auch die Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung beendet.

Solche Einkünfte müssen der KSK mitgeteilt werden, damit sie ggf. dann die Versicherungspflicht entsprechend beenden kann und die Zuschüsse nicht weiter zahlt. Wenn diese Einkünfte allerdings wegfallen und die selbständige künstlerische Tätigkeit weiter ausgeübt wird, lebt die Versicherungspflicht bei der KSK wieder auf.

Frage: Ich habe mit Kollegen (Grafikern und Journalisten) eine Werbeagentur gegründet und zwar in der Rechtsform KG (Kapitalgesellschaft). Müssen unsere Auftraggeber nun auf unsere Leistungen, die wir als KG in Rechnung stellen, auch Künstlersozialabgabe zahlen?

Antwort: Das Bundessozialgericht hat in einem ganz aktuellen Urteil eine jahrzehntelange Praxis gestoppt: Zahlungen an eine KG sind nicht abgabepflichtig, KG und GmbH werden damit gleichgestellt.

Bislang galt die Maxime der rein formal-rechtlichen Betrachtungsweise, es wurde nur auf die Rechtsform geachtet.

Als Personengesellschaft wurde die KG damit wie die GbR eingestuft, weshalb bislang Zahlungen an diese wie auch an die GbR stets als abgabepflichtig angesehen wurden. Die Kehrwende beruht nun auf einer wirtschaftlichen Betrachtung der KG, denn wie bei der GmbH haftet auch bei der KG einer der Gesellschafter unbeschränkt, die übrigen als Kommanditisten nur bis zur Höhe ihrer Einlage. Die KG sei, so das BSG, damit kein dem Schutzzweck des KSVG unterfallender selbständiger Künstler. Damit seien auch Zahlungen an die KG nicht abgabepflichtig.

Werbeagenturen bietet sich damit eine Alternative zur GmbH, um die Kunden vor der Abgabeforderung zu schützen. Allerdings wird die Abgabe dann intern innerhalb der KG erhoben.

Kunden einer Werbe-KG bietet das Urteil die Möglichkeit, zu viel geleistete Künstlersozialabgabe nun zurückzufordern. Bei der Geltendmachung von Ansprüchen gegenüber der KSK können wir Sie jederzeit rechtlich unterstützen.

RA Andri Jürgensen

Im nächsten Klinger Report: „Aufbruch“, ein Porträt von Hella Schwerla über die Künstlerin Pola Brändle

Unten: Collage von Pola Brändle „Elfenglück“ (2009, 20 cm x 120 cm) www.polabraendle.com



Paul-Klinger-Künstlersozialwerk e.V.
Winzenerstr. 32

80797 München



Ich möchte die Ziele des Paul-Klinger-Künstlersozialwerk e. V. unterstützen:

- () Ich bin Künstler und möchte **Vollmitglied** werden: Jahresbeitrag mindestens 60 €
- () Ich will **Fördermitglied** werden: Ab 60 € Jahresbeitrag
- () Ich übernehme **eine Künstler-Patenschaft**: Jahresbeitrag mindestens 60 €
- () Ich werde **spenden**.
Spendenkonto: KontoNr. 7 847 100, Bank f. Sozialwirtschaft, BLZ 700 20 500

Mitgliedsbeiträge und Spenden an das Paul-Klinger-Künstlersozialwerk e.V. sind steuerlich absetzbar!

Vorname / Name _____

Beruf _____

Geb.Datum _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____ Mobil _____

E-mail _____ Homepage _____

Ort, Datum _____ Unterschrift _____

Ich bin damit einverstanden, dass bis auf Widerruf mein Mitgliedsbeitrag einmal im Jahr im Lastschriftverfahren von meinem Konto eingezogen wird

Geldinstitut _____

Konto-Nr. _____ Bankleitzahl: _____

Kontoinhaber: _____

Ort, Datum _____ Unterschrift _____



WIR SIND UMBEZOGEN. BITTE NOTIEREN SIE
WINZERERSTR. 32 80797 MÜNCHEN

INFO@PAUL-KLINGER-KSW.DE
WWW.PAUL-KLINGER-KSW.DE